

بحوث باللغة العربية:

- أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم: وزارة الصحة نموذجًا
أ.م.د. عزة جلال عبد الله حسين (جامعة أم القرى) ... ص ٩
- تقييم النخبة الطبية الأكاديمية المصرية لمعالجة المواقع الإخبارية لأزمات الطب الوقائي (لقاح كورونا
أنموذجًا): دراسة ميدانية
د. شفق أحمد علي علي (جامعة الأزهر) ... ص ٤٥
- فاعلية المواقع الإلكترونية الفلسطينية الحكومية وفقًا لنظرية الاتصال الحواري: دراسة مقارنة بين هيئة
التوجيه السياسي والوطني والشرطة ووزارة الداخلية
د. معين فتحي محمود الكوع (جامعة النجاح الوطنية) ... ص ١١٣
- مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب المرحلة الإعدادية وعلاقتها بالرقابة الذاتية نحو مضامين مواقع
التواصل الاجتماعي
د. سمر إبراهيم أحمد عثمان (جامعة بورسعيد) ... ص ١٥٣
- دور استخدام استراتيجية التسويق الاجتماعي في تبني المنتج في الحملات الإعلانية: دراسة ميدانية في إطار
نموذج هيراركية تأثير الرسائل الإعلانية
د. غادة سيف ثابت (جامعة الغربية) ... ص ١٩٥
- تقييم الممارسين لمخرجات تعليم العلاقات العامة وفقًا لاحتياجات سوق العمل
د. إيناس السعيد إبراهيم (معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال) ... ص ٢٢٥
- أطر تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية لنقل الموميوات الملكية وافتتاح طريق الكباش دراسة مقارنة
بين مواقع القنوات المصرية والعربية والأجنبية الناطقة بالعربية
د. نيفين محمد عرابي حماد (جامعة الأزهر) ... ص ٢٦١
- تأثير العلاقات العامة الرقمية في أداء المؤسسات الحكومية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات
العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية بمنطقة جازان للعام ٢٠٢١م
عمرو صالح باسودان (جامعة جازان)
علي بن محمد الصومالي (جامعة جازان)
- عبد الرحمن إبراهيم الحفاف (جامعة جازان) ... ص ٣١٥

ملخصات رسائل علمية:

- توظيف الصحف الإلكترونية السعودية لصحافة الفيديو في تغطية الأحداث المحلية: دراسة تحليلية ميدانية
حاتم عابد عبد الله الصالحي (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣٥١

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

سيد أحمد شريف

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجزيرة - الدقي
بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع بجامعة وادي النيل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بكلية ليوا (الإمارات) للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٢٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكييمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثمانية وثلاثون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسييف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢١م ضمن الفئة "الأولى Q1" على المستوى العربي وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام بمعامل تأثير = ٠.٩٦٥٥.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة).

وفي العدد التاسع والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالعدد "التاسع والثلاثين" من المجلة، ومن جامعة أم القرى، نجد بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم: وزارة الصحة نموذجًا"، وهو مقدم من: أ.م.د. **عزة جلال عبد الله حسين**، من مصر، وأسماء بنت بخت غالي السحيمي، من السعودية.

ومن جامعة الأزهر، قدّمت: د. **شفق أحمد علي علي** من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "تقييم النخبة الطبية الأكاديمية المصرية لمعالجة المواقع الإخبارية لأزمات الطب الوقائي: لقاح كورونا نموذجًا".

ومن جامعة النجاح الوطنية بفلسطين، قدّم كل من: د. **معين فتحي محمود الكوع**، من فلسطين، **فلسطين محمود محمد سعيد دويكات** من فلسطين، دراسة مشتركة بعنوان: "فاعلية المواقع الإلكترونية الفلسطينية الحكومية وفقاً لنظرية الاتصال الحواري: دراسة مقارنة بين هيئة التوجيه السياسي والوطني والشرطة ووزارة الداخلية".

ومن جامعة بورسعيد، قدّمت: د. **سمر إبراهيم أحمد عثمان**، من مصر، دراسة بعنوان: "مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب المرحلة الإعدادية وعلاقتها بالرقابة الذاتية نحو مضامين مواقع التواصل الاجتماعي".

ومن جامعة الغرير بدبي، قدّمت د. **غادة سيف ثابت**، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور استخدام استراتيجية التسويق الاجتماعي في تبني المنتج في الحملات الإعلانية: دراسة ميدانية في إطار نموذج هيراركية تأثير الرسائل الإعلانية".

أما د. **إيناس السعيد إبراهيم**، من معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، من مصر، قدّمت بحثاً بعنوان: "تقييم الممارسين لمخرجات تعليم العلاقات العامة وفقاً لاحتياجات سوق العمل".
ومن جامعة الأزهر، قدّمت: د. **نيفين محمد عرابي حماد** من مصر، بحثاً بعنوان: "أطر تغطية مواقع القنوات الفضائية الإخبارية لنقل الموميوات الملكية وافتتاح طريق الكباش: دراسة مقارنة بين مواقع القنوات المصرية والعربية والأجنبية الناطقة بالعربية".

ومن جامعة جازان، قدّم كل من: **عمرو صالح باسودان**، **علي بن محمد الصومالي**، **عبد الرحمن إبراهيم الحفاف** من السعودية، بحثاً مشتركاً بعنوان: "تأثير العلاقات العامة الرقمية في أداء المؤسسات الحكومية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من إدارات العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية بمنطقة جازان للعام ٢٠٢١م".

وأخيراً من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قدّم **حاتم عابد عبد الله الصالحي**، من السعودية، ملخصاً لرسالة ماجستير بعنوان: "توظيف الصحف الإلكترونية السعودية لصحافة الفيديو في تغطية الأحداث المحلية: دراسة تحليلية ميدانية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للتقدي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم: وزارة الصحة نموذجاً

إعداد

أ.م.د. عزة جلال حسين (*)

أسماء بنت بخت غالي السحيمي (**)

(*) أستاذة الإعلام المشارك في كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.
(**) حاصلة على درجة الماجستير في العلاقات العامة من كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.

أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم: وزارة الصحة نموذجًا

أ.م.د. عزة حسين جلال

dr_azzagalal@hotmail.com

جامعة أم القرى

أسماء بنت بخت غالي السحيمي

asmoa_al@outlook.com

جامعة أم القرى

ملخص:

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم: وزارة الصحة نموذجًا، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية مواثيق الشرف وأخلاقيات مهنة العلاقات العامة في وزارة الصحة، العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الأخلاقية لمهنة العلاقات العامة في وزارة الصحة، الكشف عن أهم الصفات الأخلاقية والمهنية التي يجب توافرها لدى ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة.

تتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، والتي تعتمد على أسلوب المسح بالعينة لممارسي العلاقات العامة، واعتمدت الدراسة على العينة العشوائية البسيطة من ممارسي العلاقات العامة في بعض المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة في المدينة المنورة بلغ قوامها (٥٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة الذكور والإناث.

وأظهرت نتائج الدراسة مدى وجود مواثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي حيث بلغت (بصفة دائمة) ٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، كذلك أكدت النتائج على مدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بالإنجاز العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظرهم حيث بلغت (بدرجة كبيرة) ٥٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وأظهرت النتائج أيضًا مدى فعالية مواثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظرهم حيث بلغت (بدرجة كبيرة) ٣٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: المواثيق الأخلاقية للعلاقات العامة، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة.

مقدمة:

تكمن أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة بمسئوليتها الاجتماعية، وفلسفتها العامة وسياستها الإعلامية والتزامها الأخلاقي فيما يصدر عنها، وكذلك قيامها على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بين العاملين في وزارة الصحة، وكذلك بين الوزارة وجمهورها الداخلي والخارجي، فالعلاقات العامة تسعى إلى تحقيق مبدأ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية نحو المجتمع من خلال الحرص على تحقيق أهدافها، فضلاً عن تحقيق أهدافها بشكل متوازن عن طريق احترام ومراعاة الأعراف والتقاليد السائدة وبذل الجهود لتطوير هذه العادات والتقاليد باتجاه مواكبتها لحركة التطور الإنساني، والتطبيق الجيد والملتزم للقوانين والأنظمة، وتأمين الاحتياجات الاجتماعية والإنسانية لممارسي العلاقات العامة.

واستنتاجاً من ذلك فإنه على ممارسي العلاقات العامة الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة؛ لأنه على صلة واسعة بكثير من الأشخاص ذوي المراكز العادية والمرموقة، وعلى صلة بالعديد من الجهات والمؤسسات بمختلف أنواعها، ويتعامل معها في الكثير من الأحيان على اعتبار أنه يمثل أعلى سلطة في الوزارة، وإذا لم يلتزم بهذه الضوابط الأخلاقية فإنه يسيء إلى نفسه وإلى الوزارة على حد سواء؛ لذلك فإن ممارسي العلاقات العامة مدعون أكثر من غيرهم للالتزام بالضوابط الأخلاقية.

ومن هنا أتى عنوان البحث (أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم (وزارة الصحة نموذجاً) من أجل الارتقاء بواقع مهنة العلاقات العامة، والحفاظ عليها من الممارسات غير الأخلاقية، وبما يتفق مع المعايير السلوكية والقواعد الأخلاقية التي تتبع من ممارسة المهنة.

الإطار النظري للبحث:**مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائية:****الأخلاقيات (اصطلاحاً):**

هي مجموعة الصفات السلوكية المشروعة التي يتسم بها الشخص الموظف، والتي لها تأثير واضح على السلوك العام والخاص، المحققة للخير، والمانعة للشر، المناصرة للحق، والمناهضة للباطل، الداعمة للعدل والإحسان، والرافضة للظلم والطغيان في المجتمع، ضمن قواعد ومعايير شرعية محددة تحكم هذا السلوك". (الأشعري، ٢٠١٣م، ص ٢٣)

الأخلاقيات (إجرائياً):

ويقصد بها في هذا البحث مجموعة من المبادئ والقيم التي تضبط تصرف ممارسي العلاقات العامة في بعض المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة بالمدينة المنورة وتحكم سلوكه الوظيفي.

ممارسي العلاقات العامة (اصطلاحاً):

هو الشخص المسؤول عن عمليات التواصل التي تتم داخل المؤسسات، بين موظفي المؤسسة أو خارجها، مثل المؤسسات أو الشركات الأخرى والصحفيين أو الجمهور، فهو يُعتبر المُتحدّث باسم

المؤسسة، حيث يعمل على التفكير والابتكار، لجعل صورة المؤسسة أو الشركة التي يعمل بها أكثر رُقياً وتميزاً، وفي الشركات والمؤسسات يكون دور موظفي العلاقات العامة هو أن يقوم بالتواصل في جميع الأقسام داخل المؤسسة مثل إدارة الأزمات، وإدارة الأحداث، والنشر، والعلاقات مع وسائل الإعلام والصحافة، أما في المؤسسات الكبيرة فيكون دوره محورياً ومُحدداً". (عتوم، ٢٠١٩م).

ممارسي العلاقات العامة (إجرائياً):

ويقصد بهم في هذا البحث ممارسي العلاقات العامة في بعض المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة بالمدينة المنورة.

الجهات الحكومية (إجرائياً):

هي الجهات التي تتبع الحكومة ويقصد بها في هذا البحث المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة في المدينة المنورة.

الأداء المهني (إجرائياً):

ويقصد به في هذا البحث تقييم ما إذا كان لممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة يقوم بأدائه المهني وفقاً لأخلاقيات مهنة العلاقات العامة بشكل جيد أم عكس ذلك.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثتان بمراجعة التراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة وذلك من خلال عرض النتائج العلمي من الدراسات السابقة، وتم حصر هذه الدراسات وترتيبها زمنياً من الأحدث إلى الأقدم:

أولاً: الدراسات العربية:

١- السلمي (٢٠١٩م):

بعنوان: اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو أخلاقيات المهنة وعلاقتها بمستوى الأداء - دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص.

هدفت الدراسة إلى: التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص نحو أخلاقيات المهنة في ضوء أبعادها الست وعلاقتها بمستوى الأداء.

وأشارت أهم النتائج إلى: أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات نحو أخلاقيات المهنة ومستوى الأداء في القطاعين العام والخاص.

٢- ياسين (٢٠١٩م):

بعنوان: أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية دراسة مسحية على العاملين في جامعات بغداد، واسط، وتكريت.

هدفت الدراسة إلى: الكشف عن مدى التزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة والتعرف على الصفات المهنية والأخلاقية لممارسي العلاقات العامة والتعرف على أبرز العوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل قرارات ممارسي العلاقات العامة للخروج عن الالتزام بأخلاقيات المهنة. وأشارت أهم النتائج إلى: إدراك والتزام ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بأخلاقيات المهنة، ويتسم ممارسو العلاقات العامة في الجامعات العراقية بالصفات المهنية والأخلاقية لمهنة العلاقات العامة، وتمسك ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية بالالتزام بأخلاقيات المهنة رغم الأسباب والعوامل المتعددة التي قد تدفعهم إلى الخروج عن هذا الالتزام.

٣- العيساوي (٢٠١٨م):

بعنوان: أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية دراسة مسحية على عينة من ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية.

هدفت الدراسة إلى: معرفة أبرز الأخلاقيات التي يلتزم بها ممارسو العلاقات العامة في الجامعات العربية، وتصوراتهم عن بعض الممارسات الخاطئة المنسوبة للعلاقات العامة. وأشارت أهم النتائج إلى: أن من العوامل المؤثرة على تعزيز أخلاقيات العلاقات العامة لدى ممارسيها هي التعلم التراكمي يوماً بعد يوم والدورات التي تعقدتها الجامعة.

كما أثبت البحث أن من أبرز القضايا المثارة على العلاقات العامة في الجامعات العربية هي نقص الدراسات والبحوث، وتضخيم الأشياء الإيجابية وإخفاء السلبية، وأكد البحث رفض ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية أسلوب إعطاء وعود كاذبة وكذلك استغلال نفوذ الوظيفة للنيل من الآخر أو مساومته، حيث جاءت نسبة تأييد ذلك بمستوى منخفض جداً.

٤- جلال، عبد اللطيف، محمد (٢٠١٨م):

بعنوان: قدرة العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية على المواءمة بين ممارسة أخلاقيات المهنة وتحقيق أهدافها (مشفى النجاح ومشفى الاستشاري العربي نموذجين).

هدفت الدراسة إلى: التعرف على قدرة العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية على المواءمة بين ممارسة أخلاقيات المهنة وتحقيق أهدافها (مشفى النجاح ومشفى الاستشاري العربي نموذجين).

وأشارت أهم النتائج إلى: التزام العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية بأخلاقيات المهنة بدرجة عالية وساهم ذلك في تعزيز العلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي وساهم في تعزيز الصورة الذهنية الطبية للمشافي الفلسطينية، كما خلقت ممارسة أخلاقيات العلاقات العامة إيماناً بالعمل على تحقيق الأهداف التي تخدم الصالح العام وبالتالي تحقيق أهداف المشافي الفلسطينية.

٥- أبشر (٢٠١٧م):

بعنوان: أخلاقيات العلاقات العامة) دراسة ميدانية على عينة من العاملين بالعلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة).

هدفت الدراسة إلى: التعرف على أهمية الأخلاقيات المهنية ودورها في مجال العلاقات العامة والتعرف على أهم الصفات المهنية والأخلاقية التي يتحلى بها العاملون في العلاقات العامة، والضوابط والمعايير الأخلاقية في التعامل ضمن ما يدخل في إطار المسؤولية الاجتماعية أو في إطار العلاقة بين الممارسين وعملائهم أو مستخدميهم أو العلاقة بين الممارسين ووسائل الاتصال أو ما يدخل في إطار علاقة الممارسين بعضهم ببعض.

وأشارت أهم النتائج إلى: أن الشروط الواجب توافرها في العاملين في العلاقات العامة فقد احتلت إجابة المهارات الاتصال المرتبة الأولى وحقت صفات الصدق والأمانة أعلى نسبة في الصفات التي يجب أن يلتزم بها موظف العلاقات العامة، وبالنسبة للقيم الأخلاقية فقد أتت عدم الإضرار بمصالح الجمهور في المرتبة الأولى ومن أهم المصادر التي تؤثر في التزام الموظف بأخلاقيات المهنة أتى الدين في الصدارة، وأظهرت النتائج أن القوانين والتشريعات والدورات التدريبية ووسائل الضبط الاجتماعي والوسائل الإدارية مجتمعة من أنجح الطرق والوسائل التي تحقق الالتزام الأخلاقي لموظفي العلاقات العامة.

٦- شهرزاد (٢٠١٦م):

بعنوان: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية - دراسة ميدانية للجمهور الداخلي بالمستشفى العمومي الزهراوي - المسيلة - أنموذجًا.

هدفت الدراسة إلى: معرفة أهمية ومكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية ووسائل الاتصال التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في التواصل مع جمهورها، والصعوبات والعراقيل التي تصطدم بها إدارة العلاقات العامة في المستشفى ومعرفة مدى فاعلية ومساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة والتعريف بها.

وأشارت أهم النتائج إلى: أن العلاقات العامة لازالت مهملة ولا تحظى بأهمية كبيرة ولا تحتل مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة، على الرغم من وجود مكتب الاتصال في هيكلها التنظيمي للمؤسسة، إلا أنها لم تصل بعد إلى المكانة اللائقة التي تسمح لها بمزاولة مهامها على أكمل وجه، وعلى الرغم من أنه توكل إلى هذا المكتب مهام ووظائف العلاقات العامة إلا أنه لا يجسدها فعليًا ولا يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تؤدي نشاطها على أحسن وجه ولا يمكن أن تحقق الأهداف المرجوة إلا إذا كان هناك تنظيم لنشاطاتها وتخطيط لعملياتها وعليه يجب أن يكون للعلاقات العامة موقع في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

٧- الطائي (٢٠١٥م):

بعنوان: تحديد أثر أخلاقيات العلاقات العامة في القرارات الاستراتيجية دراسة وصفية تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

هدفت الدراسة إلى: بحث دور أخلاقيات العلاقات العامة في صياغة القرارات الاستراتيجية الناجحة في عينة البحث التي شملت عدة أشخاص من شاغلي المناصب الإدارية داخل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

وأشارت أهم النتائج إلى: متوسط إدراك إدارة المنظمة المبحوثة لأهمية العلاقات العامة والتزامها الأخلاقي في صياغة القرارات الاستراتيجية الناجحة وأيضاً قبول مخطط الدراسة وفرضياته بدرجات تباينت في قوتها على مستوى متغيرات الدراسة ومقاييسها.

٨- عبد الله (٢٠١٥م):

بعنوان: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة وضوابطها.

هدفت الدراسة إلى: التعرف على واقع أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة وأهم الضوابط التي ينبغي من خلالها السيطرة على التجاوزات الأخلاقية التي صاحبت الممارسة.

وأشارت أهم النتائج إلى: ضعف فعالية موثيق الشرف وأخلاقيات المهنة التي وضعت من أجل الحد من سلبيات الممارسة السالبة للعلاقات العامة في المنهج الغربي وغياب عوامل وعناصر الضبط فيه الأمر الذي يؤدي إلى ضعف فاعليتها، بينما وجد الباحث أن القيم الأخلاقية في الإسلام ملزمة للعمل في إطارها والالتزام بتنفيذها صدقاً وعدلاً في كافة أشكال وأنواع المعاملات الإنسانية.

٩- العلاطي (٢٠١١م):

بعنوان: المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية.

هدفت الدراسة إلى: التعرف على المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث التأهيل والتدريب والخبرات ورضا الممارسين وتقييمهم للظروف الوظيفية التي يعملون بها.

وأشارت أهم النتائج إلى: أن الأكثرية من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من الإناث، وحقق المؤهل الجامعي لممارسي العلاقات العامة الترتيب الأول وهناك نسبة عالية من ممارسي العلاقات العامة غير المتخصصين في الإعلام والعلاقات العامة، ويتمتع ممارسو العلاقات العامة بمهارات إجراء البحوث العلمية واستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والاتصال الشخصي والتعامل مع وسائل الاتصال الجماهيري، والحرص على متابعة الأخبار العامة والخاصة في مجال العمل وإجادة اللغتين العربية والإنجليزية بدرجات مختلفة، ومن أبرز جوانب النقص التي يعاني منها الممارسون النقص في الدورات التدريبية والتخطيط وعدد الموظفين.

١٠- مشط (٢٠١٠م):

بعنوان: أخلاقيات العاملين بالعلاقات العامة في الصحافة العراقية (دراسة ميدانية للعاملين في الصباح والعدالة والمدى).

هدفت الدراسة إلى: تسليط الضوء على أخلاقيات العلاقات العامة كونها نشاطاً اتصالياً، وكذلك وظيفة إدارية حيوية تهض بالواقع الاتصالي والأخلاقي للمؤسسات الصحفية وبناء الصورة الذهنية لها.

وأشارت أهم النتائج إلى: أن وجود جهاز للعلاقات العامة في أية جريدة يوفر معرفة عميقة بمشاكلها وظروفها وسياساتها، مما يعينها على تحقيق علاقات جيدة مع جمهورها الداخلي والخارجي، وقلّة الاعتماد على المعيار الأخلاقي، واعتماد الأسلوب العلمي في اختيار العاملين في العلاقات العامة بجرائد الصباح والعدالة والمدى.

وأشار العاملون بالعلاقات العامة بأن المعايير الأخلاقية تعكس الصورة الذهبية للجريدة لدى الجمهور وقلّة تدريب العاملين بالعلاقات العامة على الأساليب العلمية الحديثة للعلاقات العامة مما انعكس سلبيًا على أداء العاملين في هذا المجال وضعف الالتزام بمواثيق العلاقات العامة لدى العاملين بالجرائد العراقية.

١١- مسيلي (٢٠٠٩م):

بعنوان: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية - دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس - قسنطينة - .

هدفت الدراسة إلى: التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة موضوع الدراسة وكيفية عملها، وكذا مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها ومحاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاط إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة وإزالة الغموض وتوضيح الصورة، وذلك بإبراز الدور الحقيقي للعلاقات العامة ومكانتها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

وأشارت أهم النتائج إلى: بأن العلاقات العامة لازالت مهملة ولا تحظى بأهمية كبيرة، ولا تحتل مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى، فرغم أن الإدارة تضم ضمن هيكلها التنظيمي مكتبًا للإعلام والاتصال توكل إليه مهام العلاقات العامة إلا أنه بعيد كل البعد عن جهاز العلاقات العامة، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على نقص الاهتمام بالعلاقات العامة وعدم فهم دورها الكبير في النهوض بالمؤسسة ولكن هذا لا يعني الإهمال المطلق للعلاقات العامة في المستشفى، لأن مكتب الإعلام والاتصال يحاول كسب ثقة وتأييد أفرادها، ولكن السبل في ذلك غير ناجحة وغير فعالة، ذلك لأن المسؤولين لم يدركوا بعد طبيعة ودور العلاقات العامة، في ظل غياب مختصين في هذا المجال، وهذا من شأنه أن يقلل من مكانة المستشفى وسمعته خاصة وأنه يقدم خدمات وهو المجال الخصب الذي يبرز فيه الدور الفعال للعلاقات العامة.

١٢- دياب (٢٠٠٨م):

بعنوان: أخلاقيات العمل في العلاقات العامة ومدى تطبيقها في واقع الممارسة المهنية في مصر .
هدفت الدراسة إلى: التعرف على أهمية الأخلاقيات المهنية ودورها في مؤسسات العلاقات العامة، والتعرف على أبرز العوامل التي تشكل القرارات الأخلاقية، إضافةً إلى التعرف على أهم الصفات

الأخلاقية والمهنية للعاملين في العلاقات العامة، والكشف عن دوافع الخروج عن الالتزام بالأخلاقيات المهنية، ودراسة موثيق الشرف العالمية وتحليلها.

وأشارت أهم النتائج إلى: أن درجة اقتناع ممارس العلاقات العامة بأهمية وضع ضوابط أخلاقية وقيم مهنية للعلاقات العامة بدرجة كبيرة جداً مؤكداً على أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً في صياغة السياسات والاستراتيجيات بالمنظمات المعاصرة إضافةً إلى أن لها تأثيراً على المناخ النفسي للعاملين. وأن معظم المبحوثين يواجهون ضغوطاً تؤثر على أخلاقيات الممارسة المهنية، وقد كشفت أن نقص المخصصات المالية وضغوط العمل المستمر الذي لا يتوقف ولا يترك فرصة للراحة، وعمل غير المتخصصين من الأسباب المهمة التي تدفع الممارسين إلى عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

١- براونينغ (Browning, 2018):

بعنوان: الأخلاقيات والمهنة: بلورة ممارسة العلاقات العامة من الجمعية إلى الاعتماد، ١٩٣٦-١٩٦٤م. هدفت الدراسة إلى: تحديد السنوات الأخيرة من عام ١٩٣٦م، والتي تميزت بتأسيس أول جمعية العلاقات العامة المهنية، و١٩٦٤م، والتي تميزت بداية اعتماد جمعية العلاقات العامة الأمريكية للممارسة، لحظات مميزة في تأسيس مهنة وتحليل خطابات من قادة الأعمال والمسؤولين الحكوميين والعاملين في مجال الاتصالات يسلط الضوء على الممارسات والأخلاق.

وأشارت أهم النتائج إلى: أن في حين الكثير من الأدبيات الثانوية وكذلك الخطب الحيوية تشير إلى أن العلاقات العامة لم تتقدم خطياً من خلال نماذج محددة بوضوح في الدراسة، يبدو أن هذا المجال قد نضج بشكل كبير خلال العقود الثلاثة من الارتباط (١٩٣٦م) إلى الاعتماد (١٩٦٤م) وعلى الرغم من أن ممارسة العلاقات العامة ظلت غير متماثلة إلى حد كبير، إلا أن الاتصال في الاتجاهين أصبح شائعاً بشكل متزايد حيث كان فعالاً في تأسيس صورة إيجابية للشركات، وإدارة السمعة، وتعزيز المناخ الاجتماعي والسياسي الذي يؤدي إلى نمو الأعمال وفي حين أن هذه التدرجات المهنية لها بالتأكيد نغمات أخلاقية، يبدو أن التغييرات في ممارسة العلاقات العامة مدفوعة بالبراغماتية - إن لم يكن أكثر - من الرغبة في التصرف بشكل أخلاقي.

٢- إرزيكوفا، بوين (Erzikova & Bowen, 2013):

بعنوان: الانقسام الدولي في تعليم أخلاقيات العلاقات العامة: المناصرة مقابل الاستقلالية. هدفت الدراسة إلى: كيفية دمج الأخلاقيات في المناهج وطرق التدريس للعلاقات العامة، ومقارنة المعلمين في أوروبا الغربية والولايات المتحدة. وأشارت أهم النتائج إلى: نستنتج أن هناك فجوة أيديولوجية في تعليم العلاقات العامة على طول الحدود الدولية، تتعلق بالدعوة للعلاقات العامة والمهنية مقابل الاستقلالية والتفكير النقدي لدور العلاقات العامة في الأعمال المسؤولة وفي المجتمع الأخلاقي.

٣-جانكوبوفيتش (Jankovic, 2013):

بعنوان: أخلاقيات العلاقات العامة في إدارة المعلومات.
هدفت الدراسة إلى: معرفة الآثار الأخلاقية لمفهوم التأيير في العلاقات العامة.
وأشارت أهم النتائج إلى: أصبح ممارسو العلاقات العامة الآن ميسرين للمعلومات، وذلك يمنحهم المزيد من القوة ولكن أيضًا المزيد من المسؤوليات تجاه الجمهور.
ومهنة العلاقات العامة الآن لها دور في إدارة المعلومات، فيشير موقع القوة هذا إلى أن القضايا الأخلاقية تتجاوز الهدف الأساسي للجمهور، وبالتالي تثير مسألة العمل من أجل الصالح العام.
وباختصار، يمكن ملاحظة قوة الاتصال باعتبارها قوة التأثير على مشاعر الناس وفي هذا الصدد، يجب أن تضع العلاقات العامة مصلحة الجمهور قبل أي مصالح أخرى حتى تكون قادرة على خلق بيئة من الثقة في مجتمع المعلومات المشبوهة.

٤-جونغهيوك، هونغ ليم، يون جونج (Junghyuk & HongLim & Eyun Jung, 2012):

بعنوان: العوامل المؤثرة على الممارسات الأخلاقية لدى موظفي العلاقات العامة داخل شركات العلاقات العامة.

هدفت الدراسة إلى: التحقيق في العوامل التي تؤثر على أخلاق ممارسات محترفي العلاقات العامة في شركات العلاقات العامة.
وأشارت أهم النتائج إلى: أن وجود مدونة أخلاقية إلى جانب دعم الإدارة العليا والمناخ الأخلاقي غير الأناني داخل شركات العلاقات العامة أثر بشكل كبير على الممارسات الأخلاقية لممارسي العلاقات العامة.

٥-جوتيه، فيتزباتريك (Gauthier & Fitzpatrick 2001):

بعنوان: نحو نظرية المسؤولية المهنية الخاصة بأخلاقيات العلاقات العامة
هدفت الدراسة إلى: مراجعة النظريات المقترحة سابقًا لأخلاقيات العلاقات العامة واقتراح نظرية جديدة تستند إلى الالتزامات المزدوجة لممارسي العلاقات العامة لخدمة المنظمات العميلة والمصلحة العامة.
وأشارت أهم النتائج إلى: تتمتع نظرية المسؤولية المهنية للعلاقات العامة بمزايا على النظريات الأخرى جزئيًا لأنها تحاول التوفيق بين الأدوار المزدوجة لأخصائي العلاقات العامة كمدافع مؤسسي والضمير العام لتلك المؤسسة. إن إدراج المسؤوليات تجاه مختلف الجماهير المتأثرة بالإجراءات والسياسات المؤسسية، بالإضافة إلى المؤسسة نفسها، يوسع نطاق التركيز الضيق على المصالح المؤسسية الموجودة في كل من نماذج المحامي - الخصم ونماذج المصلحة الذاتية المستتيرة و قد توفر المبادئ الأخلاقية التي تشكل الأساس الفلسفي لنظرية المسؤولية المهنية أيضًا إرشادات ملموسة أكثر من الأساليب الأخرى في حل المعضلات الأخلاقية التي تسببها الالتزامات المتضاربة لمجموعة متنوعة من المصالح

المتنافسة، وكما أدرك العديد ممن يعملون في تخصصات أخرى، فإن التفاعل بين المبادئ والحالات في التطبيق العملي لا غنى عنه لتطوير الحكم العملي وتأسيس وصل الأخلق.

٦- سكينر، فالين، ميرشام (Skinner & Valin & JeMersham, 2003):

بعنوان: البروتوكول العالمي للأخلاقيات في العلاقات العامة.

هدفت الدراسة إلى: اكتشاف نشأة البروتوكول العالمي للأخلاقيات في العلاقات العامة. وأشارت أهم النتائج إلى: أن البروتوكول العالمي للأخلاقيات في العلاقات العامة هو الخطوة الأولى في عملية يمكن أن تؤدي في النهاية إلى ميثاق ذي أهمية ونطاق أوسع في عالم الأعمال والمهنية بقيادة مهنة العلاقات العامة في محاولة لمنع سوء السلوك الأخلاقي وتحفيز الأعضاء على طلب التوجيه. **التعقيب على الدراسات السابقة:**

استعرضت الباحثتان (١٨) دراسة أجريت خلال الفترة ٢٠٠١م إلى ٢٠١٩م تناولت مختلف أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في عدة أماكن بأساليب وطرق مختلفة واتضح التالي:

- ركزت الدراسات السابقة على الأخلاق بشكل عام وعلى ممارسي العلاقات العامة بشكل خاص.
- أكدت بعض الدراسات أن هناك تصورات عن الممارسات الخاطئة المنسوبة لإدارة العلاقات العامة.
- طبقت غالبية الدراسات السابقة المنهج الوصفي وهو ما ستطبقه الباحثة في البحث الحالي.
- طبقت الدراسات السابقة أداة الاستبيان وهو ما ستقوم الباحثة بتطبيقه كأداة للبحث الحالي.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث العينة حيث طبقت غالبية الدراسات على موظفي العلاقات العامة وستقوم الباحثة بالتطبيق على نفس العينة في البحث الحالي.
- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث تناولها لموضوع لم يسبق تناوله في الدراسات السابقة وهو الأخلاقيات المهنية لممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم.
- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث الاختلاف في الحدود الزمانية والمكانية حيث ستطبق الدراسة في المستشفيات الحكومية التابعة لوزارة الصحة بالمدينة المنورة.
- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها، بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها، وكذلك الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة، بالإضافة إلى التعرف على أهم المراجع العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة.

مشكلة البحث:

تعتبر الأخلاقيات المهنية من الموضوعات المهمة لجميع الوظائف، ومن العناصر الواجب توفرها في جميع العاملين بمختلف التخصصات بشكل عام ولدي ممارسي العلاقات العامة على وجه الخصوص وذلك لطبيعة الدور الذي يقوم به في مختلف المؤسسات؛ حيث يقوم موظفو العلاقات العامة بدورا مهم في إنجاح المؤسسة تبعًا للأداء الذي يقوم به. ولأهمية الجانب الأخلاقي لموظفي العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات المختلفة ولتأثيرها على مستوى الأداء.

جاءت مشكله الدراسة والتي تمثلت في التساؤل الرئيسي التالي:

- ما أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم (وزارة الصحة نموذجًا)؟

أهداف البحث:

١. معرفة مدى فعالية موثيق الشرف وأخلاقيات مهنة العلاقات العامة في وزارة الصحة.
٢. التعرف على العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الأخلاقية لمهنة العلاقات العامة في وزارة الصحة.
٣. الكشف عن أهم الصفات الأخلاقية والمهنية التي يجب توافرها لدى ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة.
٤. معرفة مدى التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة.
٥. التعرف على مدى تأثير الأخلاق وموئيق الشرف على الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة.
٦. معرفة اتجاه ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة نحو أخلاقيات العلاقات العامة.
٧. الكشف عن الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة في الالتزام بأخلاقيات العلاقات العامة.
٨. التعرف على مقترحات ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة نحو تفعيل أخلاقيات العلاقات العامة للعاملين في وزارة الصحة بطريقة أكثر فعالية.

تساؤلات البحث وفروضه:

أ: تساؤلات البحث:

١. ما مدى فعالية موثيق الشرف وأخلاقيات مهنة العلاقات العامة في وزارة الصحة؟
٢. ما العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الأخلاقية لمهنة العلاقات العامة في وزارة الصحة؟
٣. ما أهم الصفات الأخلاقية والمهنية التي يجب توافرها لدى ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة؟

٤. ما مدى التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة؟
٥. ما مدى تأثير الأخلاق ومواثيق الشرف على الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة؟
٦. ما اتجاه ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة نحو أخلاقيات العلاقات العامة؟
٧. ما الصعوبات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة في الالتزام بأخلاقيات العلاقات العامة؟
٨. ما مقترحات ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة نحو تفعيل أخلاقيات العلاقات العامة للعاملين في وزارة الصحة بطريقة أكثر فعالية؟

ب: فروض البحث:

• الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة والالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة بوزارة الصحة.

• الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعًا لمتغيرات (النوع/ سنوات الخبرة/ التخصص).

• الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعًا لمتغيرات (النوع/ سنوات الخبرة/ التخصص).

أهمية البحث:

١. تتبع أهمية هذا البحث من كونها (على حد علم الباحثان) أول دراسة تتناول أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم (وزارة الصحة نموذجًا).
٢. تتبع أهمية هذا البحث من أهمية العينة التي سيتم تطبيق عليها وهم ممارسو العلاقات العامة بوزارة الصحة نظرًا لدورهم في تحسين الصورة الذهنية لوزارة الصحة.
٣. سوف يقدم هذا البحث نتائج وتوصيات ومقترحات يسترشد بها في تطبيق أخلاقيات مهنة العلاقات العامة لرفع الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة.
٤. إثراء المكتبة الإعلامية، نظرًا لندرة الدراسات الإعلامية المتخصصة في أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية.

المدخل النظري:**أ. أخلاقيات العلاقات العامة:**

هي مجموعة من المعايير والسلوك والقيم التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة كمرجع يرشد سلوكهم أثناء أدائهم لوظائفهم، ويستخدمها المجتمع والإدارة للحكم على مدى التزام ممارسي العلاقات العامة بها. وهي جملة من التصرفات السلوكية للأفراد والجماعات والجهات الحكومية داخل المجتمعات وتتميز هذه التصرفات السلوكية بالفوارق البيئية بين كل ما هو مرفوض وما هو مقبول لدى القطاعات المستهدفة من نشاطات العلاقات العامة. وهذا يفرض على ممارسي العلاقات العامة ووسائل الاتصال والاعلام الجماهيري بالتمتع بمستويات عالية من الالتزام بالممارسات الأخلاقية. (أبشر، مثاني ٢٠١٧م)

- تعريف الأخلاق وأهميتها في العمل:**١- تعريف الأخلاق:**

هي مجموعة الصفات السلوكية المشروعة التي يتسم بها الشخص الموظف، والتي لها تأثير واضح على السلوك العام والخاص، المحققة للخير، والمانعة للشر، المناصرة للحق، والمناهضة للباطل، الداعمة للعدل والإحسان، والرافضة للظلم والطغيان في المجتمع، ضمن قواعد ومعايير شرعية محددة تحكم هذا السلوك". (الأشعري، ٢٠١٣م)

٢- أهميتها في العمل:

تعتبر أخلاقيات العمل وخاصةً الإيجابية منها مهمة من منظور تجاري، من أجل الحصول على ثقة الزبائن والعملاء، حيث يمكن أن يعزز تفاني الموظف، وإيجابية تجاه المواقف من سمعة أعمال الشركة في السوق، كما تعمل على التخلص من الأعمال التي تقوم بأي شيء للحصول على الأرباح، كما تؤثر أخلاقيات العمل على أرباب العمل، حيث إن أولئك الذين يتمتعون بأخلاقيات إيجابية يتمتعون بالقدرة على جعل بيئة العمل تزدهر، وذلك وفقاً لجامعة الأخلاقيات العالمية، كما تؤثر على الموظفين، فهي تساعد على رفع إنتاجيتهم، ورفع معنوياتهم. (كامل، ٢٠١٨م)

- تعريف العلاقات العامة وأهميتها في الجهات الحكومية:**١- تعريف العلاقات العامة:**

هي من الوظائف الإدارية التي تُساهم في تعزيز التواصل مع العملاء، وربط طبيعة عمل المنشأة مع الآراء العامة، وتعرف أيضاً، بأنها النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها للناس، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلان المتاحة لتطبيق رؤيتها، وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات، أو السلع التي تقدمها لهم، لذلك يجمع مفهوم العلاقات العامة بين الفن، وعلم الإدارة؛ فاختيار الوسيلة المناسبة للتواصل مع الآخرين يُعدّ نوعاً من أنواع الفنون، أمّا دراسته والتعرف عليه من أجل تطبيقه يعدّ علماً قائماً بذاته. (خضر، ٢٠١٩م)

١- أهمية العلاقات العامة في الجهات الحكومية:

تظهر أهمية العلاقات العامة في أنها تؤدي وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياساتهم، ويجسّوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات، ومن حقهم أيضاً أن يردّوا على النقد ويبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام. إذ أثبتت التجارب أن استقرار الدول وتطورها مرهون بطبيعة العلاقة السائدة بين الحكومة ومواطنيها. فعندما يسود التفاعل بين الحكومة والمواطنين؛ تنتقل الفجوة فيما بينهما ويسود التفاهم والعكس أيضاً صحيح، فحين تغلق أبواب التواصل والحوار تنتعش الفجوة وتبرز المشكلات والأزمات والخلافات، وتتعهد الثقة، الأمر الذي يقود إلى الفوضى وعدم الاستقرار. (لامبر، ٢٠٢٠م)

- المتطلبات الوظيفية والقيم الأخلاقية لممارسي العلاقات العامة:

إن متطلبات الوظيفة والمبادئ الأخلاقية لممارسة مهنة العلاقات العامة هي بمثابة قواعد أخلاقية يجب أن تتوفر فيمن يمارسون هذه المهنة، لأن معرفة الواجبات والمبادئ اللازمة للمهنة، وممارستها هي صميم أخلاقيات المهنة وأخلاقيات الممارسة على حد سواء. ويجب أن يعتمد على إيمانهم بقيمة العمل والتفاني فيه، والإحساس بأن هذا العمل يتمتع بقيمة عالية وله رسالة إنسانية، وأن يتمثل بالالتزام والانضباط ومراعاة الضمير.

ولابد أن يؤمن القائمون بالاتصال بأن ما يؤدونه هو رسالة إنسانية سامية يؤديها كل منهم بالشكل المطلوب وأن يضعوا نصب أعينهم أنه مهما تراكمت القوانين الوضعية، وتشابكت المبادئ والقيم الأخلاقية في المجتمع فإنها لن تغير شيئاً إلا إذا كانت مرتبطة بالإيمان بالله وبالقيم الأخلاقية ومراعاتها في أداء العمل، لأن العنصر البشري ما هو إلا الدعامة الأساسية لنجاح برامج الاتصال والإعلام لإدارات العلاقات العامة في أي هيئة أو مؤسسة أو منظمة حكومية كانت أم اقتصادية أم اجتماعية. (البخاري، محمد، ٢٠٠٩م)

- واجبات ومسؤوليات ممارسي العلاقات العامة:

- ١- إدارة القنوات الإعلامية والتواصل الداخلي.
- ٢- وضع الاستراتيجيات التسويقية وتحليل استراتيجيات التسويق والتواصل.
- ٣- إدارة عمليات التواصل والمراسلات والتدريب الإعلامي وإدارة الأفكار.
- ٤- تحرير أصول العلاقات العامة وإدارة الأزمات وإرسال التقارير.
- ٥- استغلال الفعاليات للترويج وإدارة العلاقات مع المؤثرين.
- ٦- صياغة الهوية البصرية للشركة وبناء علاقات إيجابية.

ب. إدارة العلاقات العامة في وزارة الصحة:

إن النظام الصحي في المجتمع يتمحور حول المراكز الصحية والمستشفيات التي تشكل جوهر هذا النظام، ونظرًا إلى تزايد الكم الإعلامي الهائل في المجال الصحي فقد كان من المفروض أن تلقى وظيفة

العلاقات العامة انتشاراً واسعاً في القطاع الصحي بحيث تعتبر الخدمة الصحية من أبرز الخدمات المعاصرة، ونظراً للتزاحم الحاصل في مجالات هذه الخدمة بين القطاع العام والقطاع الخاص الذي أصبح يلعب دوراً مهماً في هذا المجال في معظم الدول المعاصرة، ونظراً لنمو الوعي الصحي لدى المجتمع فقد أصبحت إدارات العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً في المجال الصحي. (ميسلي، ياسين ٢٠٠٩م)

- مفهوم وزارة الصحة وتطورها:

وزارة الصحة هي المسؤولة عن الإشراف على خدمات الرعاية الصحية والمستشفيات في القطاعين العام والخاص، وتقديم نظام التغطية الصحية الشاملة. وبدأت المسيرة الصحية في المملكة أولى خطواتها المنظمة عندما سعى الملك عبد العزيز - يرحمه الله - إلى التركيز على الصحة العامة، والعمل على تطويرها، ودفع نموها إلى الأمام، وهو ما تزامن مع دخوله الحجاز واتخاذ مكة المكرمة عاصمة أولى لتوحيد بقية مناطق المملكة. (<https://www.moh.gov.sa>)

- ممارسو العلاقات العامة وأدائهم المهني في المراكز الصحية والمستشفيات:

يُعرف ممارسو العلاقات العامة بأنه الممارس الذي يزاول مهنة أو سلوك عمل متخصص به وكما يعمل على التوصل إلى المنفعة المشتركة بين الجمهور داخلياً كان أم خارجياً والمركز الصحي أو المستشفى الذي يعمل به والعمل على تعزيز العلاقات الطيبة بينهم من خلال الإعلام بالإمكانات الكافية والعمل على تصحيح المعلومات والأفكار غير الصحيحة لدى الرأي العام. (قوقاز، ٢٠٢٠م) ويقصد بالأداء المهني النتائج النهائية التي يصل إليها ممارسو العلاقات العامة عند إتمامه للمهام المطلوبة منه، ويعكس الأداء المهني الطرق الذي اتبعها ممارسو العلاقات العامة في المراكز الصحية أو المستشفيات لتحقيق النتائج الإيجابية من الأعمال التي يقوم بها. (العكاشة، ٢٠٢٠م)

الإجراءات المنهجية للبحث:

نوع البحث ومنهجه:

تتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة لممارسي العلاقات العامة.

مجتمع البحث وعينته:

أ- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في ممارسي العلاقات العامة في بعض المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة في المدينة المنورة.

ب- عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عينة قوامها (٥٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في بعض المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة في المدينة المنورة.

- توصيف عينة الدراسة:

جدول رقم (١)
توصيف عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الخصائص	
٨٢	٤١	ذكور	النوع
١٨	٩	إناث	
١٠٠	٥٠	الإجمالي	
٢٢	١١	أقل من سنة.	سنوات الخبرة
٥٤	٢٧	سنة - ٥ سنوات.	
٢٤	١٢	أكثر من ٥ سنوات	
١٠٠	٥٠	الإجمالي	
٤٠	٢٠	إعلام عام.	التخصص
٣٤	١٧	علاقات عامة.	
٢٦	١٣	تخصص آخر	
١٠٠	٥٠	الإجمالي	
٢٠	١٠	إحصائي علاقات عامة.	المسمى الوظيفي
٣٤	١٧	مسؤول علاقات عامة.	
٠	٠	مستشار علاقات عامة.	
١٤	٧	مأمور علاقات عامة.	
٣٢	١٦	موظف علاقات عامة	
١٠٠	٥٠	الإجمالي	

أداة جمع البيانات البحث:

صحيفة استبيان من إعداد الباحثان.

إجراءات الصدق والثبات:

تم التحقق من صدق الأداة بعرضها في صورتها الأولية على عدد من المحكمين (ملحق رقم ١)، وقد أعدت الباحثة استمارة لاستطلاع آراء المحكمين حول مدى قياس العبارة لمتغيرات محاور الدراسة، ومدى وضوح العبارات، وفي ضوء التعديلات التي أبداهها المحكمون قامت الباحثة بتعديل صياغة بعض العبارات لتصبح أكثر وضوحاً وملاءمة لقياس ما وضعت من أجله.

ثبات الاستبانة:

قامتا الباحثتان بتطبيق الاستبيان على عينة من موظفي العلاقات العامة الذكور والإناث بالمستشفيات الحكومية التابعة لوزارة الصحة مكونه من (٢٠) مفردة وذلك عن طريق المقابلة، ثم قامتا بالبحثان بتطبيقها مرة أخرى بعد مرور خمسة عشر يوماً من تطبيق الاختبار القبلي للاستمارة وبتطبيق معادلة هولستي.

$$\text{درجة الثبات} = \frac{2}{20+10} = \frac{17 \times 2}{20+20} = \frac{34}{40} = 0.85$$

حيث $t =$ عدد حالات الاتفاق بين التطبيق الأول والثاني $= 2 \times 17$ (حالة اتفاق من إجمالي ٢٠) و n حجم العينة للباحث في التطبيق الثاني (٢٠ مفردة) ويشير معامل الثبات ٨٥٪ إلى عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على صحيفة الاستبيان؛ مما يدل على وضوح الأسئلة وقابليتها للتطبيق .

حدود البحث:

- أ- **الحدود الموضوعية:** تتحدد في دراسة أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجهات الحكومية وعلاقتها بالأداء المهني لديهم: وزارة الصحة نموذجاً.
- ب- **الحدود الزمنية:** تم تطبيق البحث خلال الفصل الدراسي الثاني لعام ١٤٤٢هـ.
- ت- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذا البحث في بعض المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة في المدينة المنورة.
- ث- **الحدود البشرية:** تم تطبيق البحث على ممارسي العلاقات العامة داخل المستشفيات والمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة بالمدينة المنورة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كاي^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- الوزن النسبي ويمكن استخراجه من خلال ضرب المتوسط في ١٠٠ والقسمة على عدد بنود المقياس (يقصد ببنود المقياس ثلاث خيارات موافق/ محايد/ لا أوافق).

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

(أ) نتائج الدراسة الميدانية:

١- مدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي من وجهة نظر أفراد العينة:

(أ) مدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع:

جدول (٢)

مدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى الوجود
%	ك	%	ك	%	ك	
٪٧٨,٠٠	٣٩	٪٤٤,٤٠	٤	٪٨٥,٤٠	٣٥	دائمًا
٪١٠,٠٠	٥	٪٢٢,٢٠	٢	٪٧,٣٠	٣	أحيانًا
٪١٢,٠٠	٦	٪٣٣,٣٠	٣	٪٧,٣٠	٣	نادرًا
١٠٠	٥٠	١٠٠	٩	١٠٠	٤١	الإجمالي

قيمة كاي^٢ = ٧,٣٨٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٣٥٩ المعنوية = ٠,٠٢٥ الدلالة = ٠,٠٥

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من أعربوا عن وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي (بصفة دائمة) بلغت ٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من أعربوا عن جود تلك الموثيق (أحياناً) ١٠٪، وبلغت نسبة من أعربوا عن جود تلك الموثيق (نادراً) ١٢٪.

وبحساب قيمة كاً من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٧.٣٨٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٥٩ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي من وجهة نظر أفراد العينة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م) وأبشر، مثنى (٢٠١٧م) وسعود، محمود (٢٠١٩م)، حيث أشارت الدراسة إلى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة بصفة دائمة.

(ب) مدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة:

جدول (٣)

مدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي	أكثر من ٥ سنوات		سنة - ٥ سنوات		أقل من سنة		العينة مدى الوجود	
	ك	%	ك	%	ك	%		
٧٨,٠٠٪	٣٩	٨٣,٣٠٪	١٠	٨٥,٢٠٪	٢٣	٥٤,٥٠٪	٦	دائماً
١٠,٠٠٪	٥	٨,٣٠٪	١	٧,٤٠٪	٢	١٨,٢٠٪	٢	أحياناً
١٢,٠٠٪	٦	٨,٣٠٪	١	٧,٤٠٪	٢	٢٧,٣٠٪	٣	نادراً
١٠٠	٥٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٢٧	١٠٠	١١	الإجمالي

قيمة كاً = ٤,٦٩٧ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠,٢٩٣ المعنوية = ٠,٣٢٠ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أنه بحساب قيمة كاً من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٤.٦٩٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٩٣ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات الخبرة (أقل من سنة - سنة - ٥ سنوات - أكثر من ٥ سنوات) ومدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي من وجهة نظر أفراد العينة.

٢- مدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة:

أ) مدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع:

جدول (٤)

مدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى الاهتمام
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٢,٠٠%	٢٦	٥٥,٦٠%	٥	٥١,٢٠%	٢١	التزام بدرجة كبيرة
٤٤,٠٠%	٢٢	٣٣,٣٠%	٣	٤٦,٣٠%	١٩	التزام بدرجة متوسطة
٤,٠٠%	٢	١١,١٠%	١	٢,٤٠%	١	التزام بدرجة منخفضة
١٠٠	٥٠	١٠٠	٩	١٠٠	٤١	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١,٦٩٨ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٨١ المعنوية = ٠,٤٢٨ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من أعربوا عن اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظرهم (بدرجة كبيرة) بلغت ٥٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من أعربوا عن ذلك (بدرجة متوسطة) ٤٤%، وبلغت نسبة من أعربوا عن ذلك (بدرجة منخفضة) ٤%.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١,٦٩٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٨١ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م) وأبشر، مثاني (٢٠١٧م) وسعود، محمود (٢٠١٩م)، حيث أشارت الدراسة إلى التزام العينة بدرجة كبيرة بأخلاقيات العلاقات العامة.

(ب) مدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة:

جدول (٥)

مدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي		أكثر من ٥ سنوات		سنة - ٥ سنوات		أقل من سنة		العينة مدى الاهتمام
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٢,٠٠%	٢٦	٨٣,٣٠%	١٠	٤٤,٤٠%	١٢	٣٦,٤٠%	٤	التزام بدرجة كبيرة
٤٤,٠٠%	٢٢	١٦,٧٠%	٢	٥١,٩٠%	١٤	٥٤,٥٠%	٦	التزام بدرجة متوسطة
٤,٠٠%	٢	٠,٠٠%	٠	٣,٧٠%	١	٩,١٠%	١	التزام بدرجة منخفضة
١٠٠	٥٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٢٧	١٠٠	١١	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٦,٩٧٢ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠,٣٥٠ المعنوية = ٠,١٣٧ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أنه بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ٦,٩٧٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣٥٠ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات الخبرة (أقل من سنة - سنة - ٥ سنوات - أكثر من ٥ سنوات) ومدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بإلزام العمل بالمواثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة.

٣- مدى فعالية مواثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة:

أ) مدى فعالية مواثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع:

جدول (٦)

مدى فعالية مواثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى الفاعلية
%	ك	%	ك	%	ك	
٣٢,٠٠%	١٦	٠,٠٠%	٠	٣٩,٠٠%	١٦	تتمتع بفاعلية بدرجة كبيرة
٦٤,٠٠%	٣٢	٨٨,٩٠%	٨	٥٨,٥٠%	٢٤	تتمتع بفاعلية بدرجة متوسطة
٤,٠٠%	٢	١١,١٠%	١	٢,٤٠%	١	تتمتع بفاعلية بدرجة منخفضة
١٠٠	٥٠	١٠٠	٩	١٠٠	٤١	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٥,٩٦٢ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٣٢٦ المعنوية = ٠,٠٥١ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون فعالية موثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظرهم (بدرجة كبيرة) بلغت ٣٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يرون فاعلية تلك الموثيق (بدرجة متوسطة) ٦٤٪، وبلغت نسبة من يرون فاعلية تلك الموثيق (بدرجة منخفضة) ٤٪.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٥.٩٦٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٢٦ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى فعالية موثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م)، حيث أشارت الدراسة إلى أن فعالية موثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة كانت عالية.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة أبشر، مثاني (٢٠١٧م)، حيث أشارت الدراسة إلى أن فعالية موثيق الشرف في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة كانت متوسطة.

(ب) مدى فعالية موثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة:

جدول (٧)

مدى فعالية موثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي		أكثر من ٥ سنوات		سنة - ٥ سنوات		أقل من سنة		العينة مدى الفاعلية
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١٦	٣٢,٠٠٪	٩	٧٥,٠٠٪	٦	٢٢,٢٠٪	١	٩,١٠٪	تمتع بفاعلية بدرجة كبيرة
٣٢	٦٤,٠٠٪	٢	١٦,٧٠٪	٢١	٧٧,٨٠٪	٩	٨١,٨٠٪	تمتع بفاعلية بدرجة متوسطة
٢	٤,٠٠٪	١	٨,٣٠٪	٠	٠,٠٠٪	١	٩,١٠٪	تمتع بفاعلية بدرجة منخفضة
٥٠	١٠٠	١٢	١٠٠	٢٧	١٠٠	١١	١٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٧,٤٤٨ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠,٥٠٩ المعنوية = ٠,٠٠٢ الدلالة = ٠,٠١

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أنه بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٧.٤٤٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٥٠٩ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات الخبرة (أقل من سنة - سنة - ٥ سنوات - أكثر من ٥ سنوات) ومدى فعالية موثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة.

٤- العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسئول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة:

(أ) العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسئول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع:

جدول (٨)

العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسئول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع

العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي	
العوامل	ك	%	ك	%	ك	%	
عوامل إدارية	١٦	٪٣٩,٠٠	٦	٪٦٦,٧٠	٢٢	٪٤٤,٠٠	
عوامل بشرية	١٤	٪٣٤,١٠	٣	٪٣٣,٣٠	١٧	٪٣٤,٠٠	
عوامل اقتصادية	٩	٪٢٢,٠٠	٠	٪٠,٠٠	٩	٪١٨,٠٠	
أخرى	٢	٪٤,٩٠	٠	٪٠,٠٠	٢	٪٤,٠٠	
الإجمالي	٤١	١٠٠	٩	١٠٠	٥٠	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٣,٦٩٨ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٢٦٢ المعنوية = ٠,٢٩٦ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسئول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً للنوع (الذكور - الإناث)، حيث جاء في الترتيب الأول (عوامل إدارية) بنسبة بلغت ٤٤٪، وجاء في الترتيب الثاني (عوامل بشرية) بنسبة بلغت ٣٤٪، وجاء في الترتيب الثالث (عوامل اقتصادية) بنسبة بلغت ١٨٪، وجاء في الترتيب الرابع (أخرى) بنسبة بلغت ٤٪.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٣,٦٩٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٦٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) والعوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسئول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سعود، محمود (٢٠١٩م)، حيث أشارت الدراسة إلى عدم تأثير التزام عينة البحث بأخلاقيات المهنة بالعوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل القرارات الإدارية. اختلفت هذه النتيجة مع دراسة أبشر، مثاني (٢٠١٧م)، حيث أشارت الدراسة إلى تأثير التزام عينة البحث بأخلاقيات المهنة بالعوامل والأسباب التي تؤثر في تشكيل القرارات الإدارية.

(ب) العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة:

جدول (٩)
العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة

العينة		أقل من سنة		سنة - ٥ سنوات		أكثر من ٥ سنوات		الإجمالي	
العوامل		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عوامل إدارية		٧	٦٣,٦٠%	٨	٢٩,٦٠%	٧	٥٨,٣٠%	٢٢	٤٤,٠٠%
عوامل اقتصادية		١	٩,١٠%	٧	٢٥,٩٠%	١	٨,٣٠%	٩	١٨,٠٠%
عوامل بشرية		٣	٢٧,٣٠%	١١	٤٠,٧٠%	٣	٢٥,٠٠%	١٧	٣٤,٠٠%
أخرى		٠	٠,٠٠%	١	٣,٧٠%	١	٨,٣٠%	٢	٤,٠٠%
الإجمالي		١١	١٠٠%	٢٧	١٠٠%	١٢	١٠٠%	٥٠	١٠٠%

قيمة كا^٢ = ٦,٦٤٤ درجة الحرية = ٦ معامل التوافق = ٠,٣٤٢ المعنوية = ٠,٣٥٥ الدلالة = غير دالة تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أنه بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٦,٦٤٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣٤٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات الخبرة (أقل من سنة - سنة - ٥ سنوات - أكثر من ٥ سنوات) والعوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظر أفراد العينة.

٥- استجابات أفراد العينة حول مدى توافر الصفات والأخلاقيات لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي:

جدول (١٠)
استجابات أفراد العينة حول مدى توافر الصفات والأخلاقيات لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي

الوزن النسبي	الإخلاف المعياري	المتوسط	بدرجة مرتفعة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	الاستجابة	
						ك	%
٩١,٣	٠,٤٤٣	٢,٧٤٠	٣٧	١٣	٠	ك	المسئولية الاجتماعية
			٧٤,٠٠%	٢٦,٠٠%	٠	%	
٩٠,٧	٠,٥٣٦	٢,٧٢٠	٣٨	١٠	٢	ك	الأمانة
			٧٦,٠٠%	٢٠,٠٠%	٤,٠٠%	%	
٨٨,٠	٠,٥٦٣	٢,٦٤٠	٣٤	١٤	٢	ك	الشفافية
			٦٨,٠٠%	٢٨,٠٠%	٤,٠٠%	%	
٨٧,٣	٠,٥٦٧	٢,٦٢٠	٣٣	١٥	٢	ك	المصداقية
			٦٦,٠٠%	٣٠,٠٠%	٤,٠٠%	%	
٨٢,٧	٠,٥٠٥	٢,٤٨٠	٢٤	٢٦	٠	ك	المشاركة في العمل
			٤٨,٠٠%	٥٢,٠٠%	٠	%	
٧٨,٧	٠,٦٣١	٢,٣٦٠	٢٢	٢٤	٤	ك	التعاون وروح الفريق
			٤٤,٠٠%	٤٨,٠٠%	٨,٠٠%	%	
٥٠						جملة من ستلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول مدى توافر الصفات والأخلاقيات لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي، حيث جاءت (المسئولية الاجتماعية) في المقدمة بوزن نسبي ٩١.٣٪، وجاءت (الأمانة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٠.٧٪، وجاءت (الشفافية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٨٪، وجاءت (المصداقية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٨٧.٣٪، وجاءت (المثابرة في العمل) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٨٢.٧٪. اختلفت هذه النتيجة مع دراسة أبشر، مثاني (٢٠١٧م) وشهرزاد، بن زواد (٢٠١٦م)، حيث أشارت الدراسة إلى ان الأمانة والصدق وقوة الشخصية في المرتبة الأولى في الصفات التي يجب توافرها في ممارس العلاقات العامة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سعود، محمود (٢٠١٩م)، حيث اشارت الدراسة ان عينة البحث يمتلكون الصفات والأخلاق لممارسة العلاقات العامة.

٦- استجابات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي:

جدول (١١)

استجابات أفراد العينة مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق	محايد	معارض	الاستجابة	
						الدور	ك
١٠٠,٠	٠,٠٠٠	٣,٠٠٠	٥٠	٠	٠	ك	الأمانة والصدق والصرحة من أهم أخلاقيات العمل في العلاقات العامة
			%١٠٠,٠٠	٠	٠	%	
١٠٠,٠	٠,٠٠٠	٣,٠٠٠	٥٠	٠	٠	ك	اتفق مع سياسة المستشفى أو المركز الصحي في عمل العلاقات العامة
			%١٠٠,٠٠	٠	٠	%	
٩٠,٠	٠,٦١٤	٢,٧٠٠	٣٩	٧	٤	ك	تعد أخلاقيات المهنة معيار النجاح للعاملين في العلاقات العامة
			%٧٨,٠٠	%١٤,٠٠	%٨,٠٠	%	
٨٩,٣	٠,٥١٣	٢,٦٨٠	٣٥	١٤	١	ك	لدى علم بكافة المعايير الأخلاقية الخاصة بالعاملين في العلاقات العامة
			%٧٠,٠٠	%٢٨,٠٠	%٢,٠٠	%	
٨٨,٠	٠,٥٩٨	٢,٦٤٠	٣٥	١٢	٣	ك	المعايير الأخلاقية تعكس الصورة الذهنية للمستشفى أو المركز الصحي لدى الجمهور
			%٧٠,٠٠	%٢٤,٠٠	%٦,٠٠	%	
٨٥,٣	٠,٥٧٧	٢,٥٦٠	٣٠	١٨	٢	ك	المتخصصين في العلاقات العامة هم الأكثر التزاماً بأخلاقيات المهنة
			%٦٠,٠٠	%٣٦,٠٠	%٤,٠٠	%	
٦٢,٧	٠,٨٢٤	١,٨٨٠	١٤	١٦	٢٠	ك	لا ألتزم بأخلاقيات المهنة في حال إلحاقها الضرر بمصلحة العمل
			%٢٨,٠٠	%٣٢,٠٠	%٤٠,٠٠	%	

٤١,٣	٠,٥٥٥	١,٢٤٠	٣	٦	٤١	ك	لا ألتزم بأخلاقيات المهنة في حال تعارضها مع مصالح الشخصية
			%٦,٠٠	%١٢,٠٠	%٨٢,٠٠	%	
٥٠							جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي، حيث جاءت (الأمانة والصدق والصرافة من أهم أخلاقيات العمل في العلاقات العامة، واتفق مع سياسة المستشفى أو المركز الصحي في عمل العلاقات العامة) في المقدمة بوزن نسبي ١٠٠٪ لكل منهما، وجاءت (تعد أخلاقيات المهنة معيار النجاح للعاملين في العلاقات العامة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٠٪، وجاءت (لدى علم بكافة المعايير الأخلاقية الخاصة بالعاملين في العلاقات العامة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٩.٣٪، وجاءت (المعايير الأخلاقية تعكس الصورة الذهنية للمستشفى أو المركز الصحي لدى الجمهور) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٨٨٪، وجاءت (المتخصصون في العلاقات العامة هم الأكثر التزامًا بأخلاقيات المهنة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٨٥.٣٪.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م)، حيث أشارت الدراسة إلى أن المعايير الأخلاقية تعكس الصورة الذهنية احتلت المرتبة الأولى عند أفراد العينة.

٧- استجابات أفراد العينة حول المصادر التي تؤثر على العاملين في العلاقات العامة:

جدول (١٢)

استجابات أفراد العينة حول المصادر التي تؤثر على العاملين في العلاقات العامة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	بدرجة مرتفعة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	الاستجابة	
						العبارات	ك
٩٩,٣	٠,١٤١	٢,٩٨٠	٤٩	١	٠	وسائل الإعلام الجديد	ك
			%٩٨,٠٠	%٢,٠٠	٠		%
٩٧,٣	٠,٢٧٤	٢,٩٢٠	٤٦	٤	٠	الدين	ك
			%٩٢,٠٠	%٨,٠٠	٠		%
٩٢,٧	٠,٤١٨	٢,٧٨٠	٣٩	١١		جهة العمل	ك
			%٧٨,٠٠	%٢٢,٠٠			%
٩٠,٧	٠,٤٥٤	٢,٧٢٠	٣٦	١٤	٠	قادة الرأي في المجتمع	ك
			%٧٢,٠٠	%٢٨,٠٠	٠		%
٧٦,٧	٠,٧٠٧	٢,٣٠٠	٢٢	٢١	٧	الثقافة	ك
			%٤٤,٠٠	%٤٢,٠٠	%١٤,٠٠		%
٦٤,٠	٠,٧٥٢	١,٩٢٠	١٢	٢٢	١٦	فريق العمل	ك
			%٢٤,٠٠	%٤٤,٠٠	%٣٢,٠٠		%
٥٥,٣	٠,٥٩٣	١,٦٦٠	٣	٢٧	٢٠	وسائل الإعلام التقليدي	ك
			%٦,٠٠	%٥٤,٠٠	%٤٠,٠٠		%
٥٠							جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق استجابات أفراد العينة حول المصادر التي تؤثر على العاملين في العلاقات العامة، حيث جاءت (وسائل الإعلام الجديد) في المقدمة بوزن نسبي ٩٩.٣٪، وجاءت (الدين)

في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٧.٣٪، وجاءت (جهة العمل) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩٢.٧٪، وجاءت (قادة الرأي في المجتمع) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٩٠.٧٪، وجاءت (الثقافة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٦.٧٪.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م) وأبشر، مثاني (٢٠١٧م)، حيث أشارت الدراسة إلى أن الدين يحتل المرتبة الأولى.

٨- استجابات أفراد العينة حول المقترحات حول تقنين أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة:

جدول (١٣)

استجابات أفراد العينة حول المقترحات حول تقنين أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق	محايد	معارض	الاستجابة	
						ك	العبارة
١٠٠,٠	٠,٠٠٠	٣,٠٠٠	٥٠	٠	٠	ك	إدراك الأولويات الأخلاقية لكل عمل ومهنة وترتيبها حسب الأهمية
			٪١٠٠,٠٠	٠	٠	٪	
٩٩,٣	٠,١٤١	٢,٩٨٠	٤٩	١	٠	ك	التزام العاملين بأخلاق المهنة بطريقة علمية عملية، ومحاسبة من يخل بأخلاق المهنة
			٪٩٨,٠٠	٪٢,٠٠	٠	٪	
٩٨,٧	٠,١٩٨	٢,٩٦٠	٤٨	٢	٠	ك	تقوية الرقابة الذاتية
			٪٩٦,٠٠	٪٤,٠٠	٠	٪	
٩٦,٧	٠,٣٠٣	٢,٩٠٠	٤٥	٥	٠	ك	تحديد المطلب الأخلاقي، وتخليصه مما يشوبه ثم تجزئته إلى عناصر (بسيطة) غير معقدة ولا موهمة
			٪٩٠,٠٠	٪١٠,٠٠	٠	٪	
٩٤,٧	٠,٤٢٢	٢,٨٤٠	٤٣	٦	١	ك	اختصار التعليمات الأخلاقية لتسهيل فهمها وتثبيتها
			٪٨٦,٠٠	٪١٢,٠٠	٪٢,٠٠	٪	
٨٤,٧	٠,٧٠٦	٢,٥٤٠	٣٣	١١	٦	ك	ربط أخلاق العمل بالعواطف الموجودة في الإنسان
			٪٦٦,٠٠	٪٢٢,٠٠	٪١٢,٠٠	٪	
٨٤,٠	٠,٧٣٥	٢,٥٢٠	٣٣	١٠	٧	ك	توطين أخلاقيات العمل من خلال التقدير والمكافآت
			٪٦٦,٠٠	٪٢٠,٠٠	٪١٤,٠٠	٪	
						جملة من سنلوا	
٥٠							

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات أفراد العينة حول المقترحات حول تقنين أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، حيث جاءت (إدراك الأولويات الأخلاقية لكل عمل ومهنة وترتيبها حسب الأهمية) في المقدمة بوزن نسبي ١٠٠٪، وجاءت (التزام العاملين بأخلاق المهنة بطريقة علمية عملية، ومحاسبة من يخل بأخلاق المهنة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٩.٣٪، وجاءت (تقوية الرقابة الذاتية)

في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩٨.٧٪، وجاءت (تحديد المطلب الأخلاقي، وتخليصه مما يشوبه ثم تجزئته إلى عناصر (بسيطة) غير معقدة ولا موهمة) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٩٦.٧٪، وجاءت (اختصار التعليمات الأخلاقية لتسهيل فهمها وتثبيتها) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٩٤.٧٪. اختلفت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م) وأبشر، مثاني (٢٠١٧م)، حيث أشارت الدراسة إلى أن المعايير الأخلاقية تعكس الصورة الذهنية لدى الجمهور والاهتمام بغرس قيم وأخلاقيات المهنة تحتل المرتبة الأولى.

(ب) نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة والالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة بوزارة الصحة.

جدول (١٤)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة والالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة بوزارة الصحة

الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة بوزارة الصحة		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	
٠,٢٩٦	٠,٠٠٥	الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة

يتضح من الجدول السابق: إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة والالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة بوزارة الصحة، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٩٦)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٠٥).

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م) وأبشر، مثاني (٢٠١٧م) حيث أشارت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة والالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً لمتغيرات (النوع/ سنوات الخبرة/ التخصص).

أ. الفروق تبعاً للنوع:

جدول (١٥)

نتائج اختبار (T.test) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً للنوع

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
الذكور	٤١	٢,٤٨٧٨	٠,٥٥٣٢٦	٠,٢٠١	غير دالة
الإناث	٩	٢,٤٤٤٤	٠,٧٢٦٤٨		

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث)، حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٢٠١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سعود، محمود (٢٠١٩م)، حيث أشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث).

ب. الفروق تبعاً لسنوات الخبرة والتخصص:

جدول (١٦)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً لسنوات الخبرة والتخصص

المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
عدد سنوات الخبرة	بين المجموعات	٢,١١٣	٢	١,٠٥٦	٣,٤٥٦	٠,٠٤
	داخل المجموعات	١٤,٣٦٧	٤٧	٠,٣٠٦		
	المجموع	١٦,٤٨	٤٩			
التخصص	بين المجموعات	٠,٥٢١	٢	٠,٢٦	٠,٧٦٧	٠,٤٧
	داخل المجموعات	١٥,٩٥٩	٤٧	٠,٣٤		
	المجموع	١٦,٤٨	٤٩			
					غير دالة	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة:

- فيما يتعلق بالفروق تبعاً لسنوات الخبرة: تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً لسنوات الخبرة (أقل من سنة، سنة - ٥ سنوات، أكثر من ٥ سنوات)، حيث بلغت قيمة ف ٣.٤٥٦ وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

- فيما يتعلق بالفروق تبعاً للتخصص: تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً للتخصص (إعلام عام، علاقات عامة، تخصص آخر)، حيث بلغت قيمة ف ٠.٧٦٧ وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م) وأبشر، مثنى (٢٠١٧م)، حيث أشارت الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين التزام ممارسي العلاقات العامة بأخلاقيات العلاقات العامة والتخصص.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعاً لمتغيرات (النوع/ سنوات الخبرة/ التخصص).

أ. الفروق تبعاً للنوع:

جدول (١٧)

نتائج اختبار (T.test) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعاً للنوع

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
الذكور	٤١	١٩,٦٥٨٥	١,٩٥٧١٦	٠,٣٢٧	غير دالة
الإناث	٩	١٩,٨٨٨٩	١,٦٩١٤٨		

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث)، حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٣٢٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة سعود، محمود (٢٠١٩م)، حيث أشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في تبعاً للنوع (الذكور/ الإناث).

ب. الفروق تبعاً لسنوات الخبرة والتخصص:

جدول (١٨)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعاً لسنوات الخبرة والتخصص

المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
عدد سنوات الخبرة	بين المجموعات	١٠,٦٧٤	٢	٥,٣٣٧	١,٥١٣	٠,٢٣١
	داخل المجموعات	١٦٥,٨٢٦	٤٧	٣,٥٢٨		
	المجموع	١٧٦,٥	٤٩			
التخصص	بين المجموعات	٤,٤٢١	٢	٢,٢١	٠,٦٠٤	٠,٥٥١
	داخل المجموعات	١٧٢,٠٧٩	٤٧	٣,٦٦١		
	المجموع	١٧٦,٥	٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي:

- فيما يتعلق بالفروق تبعاً لسنوات الخبرة: تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس

العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعًا لسنوات الخبرة (أقل من سنة، سنة - ٥ سنوات، أكثر من ٥ سنوات)، حيث بلغت قيمة ف ١.٥١٣ وهذه القيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

• فيما يتعلق بالفروق تبعًا للتخصص: تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعًا للتخصص (إعلام عام، علاقات عامة، تخصص آخر)، حيث بلغت قيمة ف ٠.٦٠٤ وهذه القيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة الموسوي، كريم (٢٠١٠م) وأبشر، مثنى (٢٠١٧م)، حيث أشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة تبعًا لسنوات الخبرة والتخصص.

النتائج العامة للدراسة:

بعد تحليل وتفسير البيانات واختبار الفروض توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

١- أظهرت نتائج الدراسة مدى وجود موثيق تحدد أخلاقيات العمل لدى مسؤول العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي حيث بلغت (بصفة دائمة) ٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

٢- أظهرت نتائج الدراسة مدى اهتمام المستشفى أو المركز الصحي بالزام العمل بالموثيق الأخلاقية التي تحدد عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظرهم حيث بلغت (بدرجة كبيرة) ٥٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

٣- أظهرت نتائج الدراسة مدى فعالية موثيق الشرف الأخلاقية في رفع مستوى أداء مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظرهم حيث بلغت (بدرجة كبيرة) ٣٢٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

٤- أظهرت نتائج الدراسة العوامل المؤثرة على تشكيل القرارات الإدارية لمستشفى أو المركز الصحي فيما يخص عمل مسؤول العلاقات العامة من وجهة نظرهم حيث بلغت (عوامل إدارية) بنسبة بلغت ٤٤٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

٥- أظهرت نتائج الدراسة مدى توافر الصفات والأخلاقيات لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي، حيث جاءت (المسؤولية الاجتماعية) في المقدمة بوزن نسبي ٩١.٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

- ٦- أظهرت نتائج الدراسة استجابات أفراد العينة مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي، حيث جاءت (الأمانة والصدق والصرافة من أهم أخلاقيات العمل في العلاقات العامة، وانفق مع سياسة المستشفى أو المركز الصحي في عمل العلاقات العامة) في المقدمة بوزن نسبي ١٠٠٪ لكل منهما.
- ٧- أظهرت نتائج الدراسة استجابات أفراد العينة حول المصادر التي تؤثر على العاملين في العلاقات العامة، حيث جاءت (وسائل الإعلام الجديد) في المقدمة بوزن نسبي ٩٩.٣٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة.
- ٨- أظهرت نتائج الدراسة استجابات أفراد العينة حول المقترحات حول تقنين أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، حيث جاءت (إدراك الأولويات الأخلاقية لكل عمل ومهنة وترتيبها حسب الأهمية) في المقدمة بوزن نسبي ١٠٠٪.
- ٩- ثبت صحة الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة والالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة بوزارة الصحة.
- ١٠- لم تثبت صحة الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس التزام ممارسي العلاقات العامة بوزارة الصحة بأخلاقيات العلاقات العامة تبعاً لمتغيرات (النوع/ سنوات الخبرة/ التخصص).
- ١١- لم تثبت صحة الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة على مقياس الأداء المهني لدى ممارس العلاقات العامة في المستشفى أو المركز الصحي تبعاً لمتغيرات (النوع/ سنوات الخبرة/ التخصص).

التوصيات:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة توصي الباحثان بالآتي:

- ١- ضرورة الاهتمام بممارسي العلاقات العامة وتشجيعهم على الابتكار والإبداع وحثهم على تبني قيم المجتمع في كل أعمالهم، وغرس القيم الأخلاقية للمهنة التي تعينه على أداء عمله بعيداً عن استغلال نفوذه لأغراض أو مكاسب شخصية.
- ٢- الرقابة الذاتية من أهم الأسباب التي تلزم ممارس العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية.
- ٣- عقد دورات تدريبية مستمرة لممارسي العلاقات العامة لرفع كفاءتهم والوعي الأخلاقي لديهم.
- ٤- أن التزام ممارس العلاقات العامة بأخلاقيات العلاقات العامة تحقق للجهة أو المؤسسة التي يعمل بها الحفاظ على استقرارها ونموها.
- ٥- ضرورة الاهتمام بالمتابعة والتقييم المستمر للأداء المهني لممارسي العلاقات العامة.
- ٦- اعتماد المعايير الأخلاقية والمهنية كمعايير أساسية لاختيار ممارسي العلاقات العامة.

المراجع:

أ. المراجع العربية:

- أبشر، مثنى. (٢٠١٧م). أخلاقيات العلاقات العامة (دراسة ميدانية على عينة من العاملين بالعلاقات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة). *مجلة بحوث العلاقات العامة. مجلد ٥ (١٧)*. ١٦٧-٢٠٢.
- الأشعري، أحمد. (٢٠١٣م). *أخلاقيات العمل*. جدة: خوارزم العلمية للنشر والتوزيع.
- جلال، تسيب وعبد اللطيف، سارة ومحمد، راية. (٢٠١٨). *قدرة العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية على الموازنة بين ممارسة أخلاقيات المهنة وتحقيق أهدافها مشفى النجاح ومشفى الاستشاري نموذجين*. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم العلاقات العامة والاتصال. كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية. جامعة النجاح الوطنية: نابلس فلسطين.
- دياب، وليد. (٢٠٠٨م). *أخلاقيات العمل في العلاقات العامة ومدى تطبيقها في واقع الممارسة المهنية في مصر*. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة: مصر.
- سعود، محمود. (٢٠١٩م). *أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العراقية*. دراسة مسحية على العاملين في جامعات بغداد وواسط وتكريت. *مجلة آداب الفراهيدي*. مجلد ١١ (٣٩): ٤٢٦-٤٤٩.
- السلمي، منال. (٢٠١٩م). *اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو أخلاقيات المهنة وعلاقتها بمستوى الأداء - دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص*. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*. مجلد ٣ (٣): ١٨-١.
- شهرزاد، بن زواد. (٢٠١٦م). *واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية دراسة ميدانية للجمهور الداخلي بالمستشفى العمومي الزهراوي المسيلة_ نموذجاً*. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة محمد بوضياف المسيلة: الجزائر.
- الطائي، منى. (٢٠١٥م). *تحديد أثر أخلاقيات العلاقات العامة في القرارات الاستراتيجية دراسة وصفية تحليلية لأراء عينة من القيادات الإدارية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي*. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*. مجلد ٢١ (٨٦): ٤١٠-٤٣٢.
- العلاطي، محمد. (٢٠١١م). *المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية*. *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث (مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية)*. مجلد ٣ (٣): ١٨-١.
- العيساوي، نجم. (٢٠١٨م). *أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية دراسة مسحية على عينة من ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية*. *المجلة الدورية للاتصال الاجتماعي*. مجلد ٥ (٣): ٢١٣-٢٥٤.
- محمود، طه. (٢٠١٥م). *أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة وضوابطها*. *مجلة الجزيرة (تفكير)*. مجلد ١٥ (٢_١): ١٩-١.
- مسيلي، ياسين. (٢٠٠٩م). *العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس - قسنطينة*. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة منتوري قسنطينة: الجزائر.
- الموسوي، كريم. (٢٠١٠م). *أخلاقيات العاملين بالعلاقات العامة في الصحافة العراقية دراسة ميدانية للعاملين في الصباح والعدالة والمدى*. *الباحث الإعلامي*. مجلد ٢ (٨): ١٠٥-١٢٦.

ب. المراجع الأجنبية:

- Browning, Nicholas. (2018). Ethics and the Profession: The Crystallizing of Public Relations Practice from Association to Accreditation, 1936–1964. *American Journalism*, 35 (2), 140–170.
- Bowen, Shannon., & Erzikova, Elina. (2013). The International Divide in Public Relations Ethics Education: Advocacy versus Autonomy. *he Public relations journal*, 7 (1), 1-41.
- Eyun, Jung Ki., & Hong-Lim, Choi., & Junghyuk, Lee. (2012). Factors affecting ethical practice of public relations professionals within public relations firms. *Asian J Bus Ethics*, 1, 123-141.
- Gauthier, Candace., & Fitzpatrick, Kathy. (2001). Toward a Professional Responsibility Theory of Public Relations Ethics. *Journal of Education Culture and Society*, 4 (1), 20-29.
- Jakopović, Hrvoje. (2013). Public relations ethics in information management. *Journal of Education Culture and Society*, 4 (1), 20-29.

- Mersham, Gary., & Skinner, Chris., & Valin, Jean. (2003). Global Protocol on Ethics in Public Relations. **Journal of Communication Management**, 8 (1),13-28.

ج. مواقع الإنترنت:

- البخاري، محمد. (٢٠٠٩م). القيم الأخلاقية للعاملين في العلاقات العامة، متاح من خلال:
<https://cutt.us/bNONA>. (11/6/1442h,11: A:m)
- خضر، مجد. (٢٠١٩م). مفهوم العلاقات العامة، متاح من خلال:
<https://cutt.us/CS9Uw>. (17/5/1442h,11: p:m)
- عتوم، إسلام. (٢٠١٩م). ما هي مهام موظف العلاقات العامة، متاح من خلال:
<https://cutt.us/MPkCm>. (11/6/1442h,5: p:m)
- العكاشة، رندا. (٢٠٢٠م). الأداء المهني، متاح من خلال:
<https://2u.pw/cGcQ7>. (1/7/1442h,11: A:m)
- قوقاز، سجي. (٢٠٢٠م). من هو ممارس العلاقات العامة؟، متاح من خلال:
<https://cutt.us/W9VAz>. (14/6/1442h, 1: A:m)
- كامل، هبة. (٢٠١٨م). تعريف أخلاقيات العمل، متاح من خلال:
<https://cutt.us/wLldeljhp>. (1/7/1442h,12: p:m)
- لامبر (٢٠٢٠م). دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، متاح من خلال:
<https://cutt.us/TZBVQ>. (4/7/1442h,8: p:m)
- موقع وزارة الصحة السعودية متاح من خلال:
<https://cutt.us/1Cqvq>. (2/6/1442h,10:p:m)

ملحق رقم (١) أسماء السادة المحكمين مرتبة وفقاً للدرجة العلمية

الرقم	الحكم	المسمى الوظيفي أو الرتبة العلمية	الجامعة
١	أ.د/وديع العززي	أستاذ الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٢	د/ رشا عبد الرحيم مزروع	أستاذ الإعلام المشارك بكلية العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٣	د/ ممدوح عبد اللطيف	أستاذ الإعلام المشارك بكلية الإعلام والاتصال	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٤	د/ آمال حلي	أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٥	د/ سماح جمال محمد	أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٦	د/ فيصل الشميري	أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى
٧	د/ هويدا لطفي	أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية	جامعة أم القرى

Public Relations Practitioners' Ethics in Government Agencies and their Relationship to their Professional Performance: The Ministry of Health as a Model

Dr. Azza galal abdallah Hussein

dr_azzagalal@hotmail.com

Associate Professor of Mass Communication,
Department of Media, *Faculty of Social Sciences*,
Umm Al-Qura University

Asma Bakht Ghali Alsuhaymi

asmoa_al@outlook.com

MA Public Relations, Department of Media,
Faculty of Social Sciences,
Umm Al-Qura University

Abstract

The main objectives of this study are:

- Knowing the effectiveness of honor charters and the ethics of the public relations practitioners in the Ministry of Health.
- Identify the factors affecting the formation of ethical decisions for public relations practitioners in the Ministry of Health.
- Disclosing the most important ethical and professional qualities that must be met by public relations practitioners in the Ministry of Health.
- The research methodology is:** The study belongs to the descriptive research, which relies on the sample survey method for public relations practitioners.
- The sample of the study:** The study relied on a simple random sample of public relations practitioners in some hospitals and health centers affiliated with the Ministry of Health in Al-Madinah Al-Munawara, whose strength was (50) members of male and female public relations practitioners.
- **Main results:**
 - 1- The results of the study showed the extent of the existence of charters that define the work ethics of the public relations official in the hospital or health center, as it reached (permanently) 78% of the total items of the study sample.
 - 2- The results of the study showed the extent of the hospital or health center's interest in compelling the work of the ethical charters that define the work of the public relations official from their point of view, as it reached (to a large extent) 52% of the total items of the study sample.
 - 3- The results of the study showed the effectiveness of ethical codes of honor in raising the level of performance of the public relations official from their point of view, as it reached (to a large extent) 32% of the total items of the study sample.

Keywords: Ethical charters of Public Relations, Ethics of Public Relations Practice, Professional Performance of Public Relations Practitioners.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibeen El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRR Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRR

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRR

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts - King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharaf (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna - Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication, Yarmouk
University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

**Abstracts of Arabic Researches:**

- *Associate Prof. Dr. Azza galal abdallah Hussein- Umm Al-Qura University*
Asma Bakht Ghali Alsuhaymi - Umm Al-Qura University
Public Relations Practitioners' Ethics in Government Agencies and their Relationship to their Professional Performance: The Ministry of Health as a Model 7
- *Dr. Shafak Ahmed Ali Ali - Al Azhar university*
Evaluation of the Egyptian Academic Medical Elite to Address the News Sites of Preventive Medicine Crises (Corona Vaccine as a Model): A field Study 8
- *Dr. Moeen F.M. Koa - An-Najah National University*
Falastin Dweikat - An-Najah National University
The Effectiveness of Palestinian Governmental Websites According to the Theory of Dialogue Communication: A Comparative Study between the Political and National Guidance Commission, the Police, and the Ministry of Interior 9
- *Dr. Samr Ibrahim Ahmad Osman - Port Said University*
Digital Media Education Skills for Middle School Students and its Relationship to Self-Censorship towards the Contents of Social Media 10
- *Dr. Ghada Seif Thabit - Al Ghurair University*
The Role of Using Social Marketing Strategy in Product Adoption in the Advertising Campaigns: A field Study within Framework of the Hierarchical Model of the Impact of Advertising Messages 11
- *Dr. Enas Elsaied Ibrahim Elsayed - Aljazeera Institute for Media and Mass Communication*
Practitioners' Evaluations of the P.R. Learning Outcomes according to the Labour Market Needs 12
- *Dr. Neveen Mohamed Oraby Hammad - Al Azhar university*
Coverage Frameworks for Satellite News Channels for the Transfer of Royal Mummies and the Opening of the Kebash Route: A Comparative Study Between Websites of Egyptian, Arabic, and Foreign Arabic-Speaking Channels 14
- *Amro Saleh Basodan - Jazan University*
Ali Mohammed Alsomali - Jazan University
Abdulrahman Alhafaf - Jazan University
The Impact of Digital Public Relations on the Performance of Saudi Government Institutions: A Field Study on a Sample of Public Relations and Media Departments in Government Institutions in the Jazan Region for the Year 2021 15

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2022@APRA 

www.jprr.epra.org.eg