

بالشراكة مع
YouGov[®]

جمعية العلاقات العامة والاتصالات

PRCA

قوة التواصل



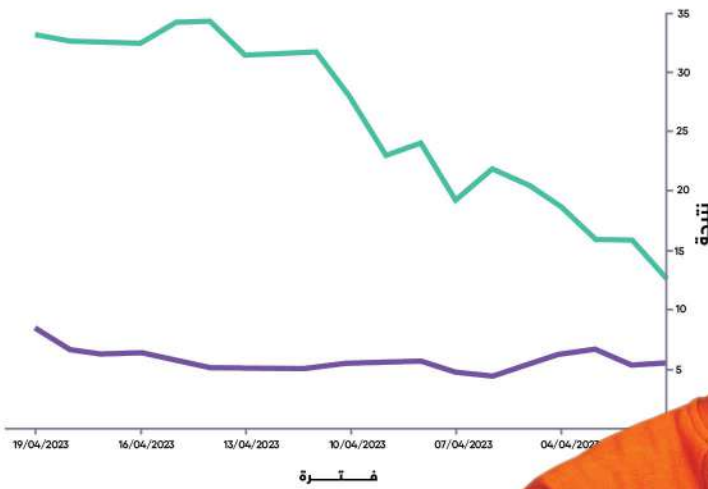
تقرير

العلاقات العامة والاتصال

2023 | الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

احصل على الرؤى التي تحتاج إليها لفهم أسلوب حياة جمهورك المستهدف بكل دقة مع YouGov

علامتك التجارية بين جيل الألفية في دبي



✗ الحيوان الأليف
المفضل: القطط

✗ الفئة العمرية:
30-35

✗ مكان السكن: دبي

✗ المشروب المفضل:
القهوة

✗ نوع الأفلام المفضل:
أفلام الرعب

الوعي الإعلاني

المقاييس

المقدمة

أحمد عيتاني
رئيس جمعية العلاقات العامة والاتصالات - الشرق الأوسط وشمال أفريقيا



كان 2023 عاماً مفصلياً في مجال العلاقات العامة والاتصالات، وذلك بفعل التغييرات الكبيرة التي أحدثتها في هذا المجال الإبداعي. أصبحت المرونة في العمل نموذجاً سائداً، ما أكد أهمية تطوير وتبني أدوات التواصل عن بُعد، وإعادة تعريف ديناميكيات مكان العمل. كما أدى الظهور الكبير لتقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في مجال الاتصالات إلى إحداث ثورة في طريقة تفاعل الموظفين، ووفّر مستويات عالية وغير مسبوقه من الكفاءة. إن كل صفحة من هذا التقرير السنوي هي توثيق عميق للمثابرة، وشهادة حقيقية على قدرة العاملين في مجال العلاقات العامة على التكيف والتأقلم مع شتى التحديات والتغيرات. ويُظهر التقرير هذا العام تحولاً كبيراً في شعبية نموذج العمل المرن، وتعكس النتائج التي توصل إليها التقرير التزام القطاع برعاية القوى العاملة على جميع الأصعدة. ويأتي هذا التقرير في ظل التغييرات والتطورات المستمرة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، كمنارة تسلط الضوء على المرونة التي يتحلّى بها العاملون في المجال، وقدرتهم المبهرة على الانتقال بسلاسة ومهارة، متمسكين دائماً برايات التنوع والشمولية. لنستكشف معاً نتائج التقرير لهذا العام، ولننتعمّق في الحقائق الدقيقة لقطاع العلاقات العامة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بدءاً من ديناميكيات تركيبة الجنسين وحتى التركيز المتزايد على أهمية الصحة النفسية. يمثّل هذا التقرير مرآة تعكس الوضع السائد كما هو اليوم بتجرّد وواقعية، ويُلهمنا كل رقم فيه لنعمل معاً من أجل بناء مستقبل أكثر شمولاً ومرونة، ويُرشدنا في رحلتنا نحو استشراف غدٍ تتأصل فيه معاني الابتكار للجميع.

يمثّل هذا التقرير مرآة تعكس الوضع السائد كما هو اليوم بتجرّد وواقعية، ويُلهمنا كل رقم فيه لنعمل معاً من أجل بناء مستقبل أكثر شمولاً ومرونة، ويُرشدنا في رحلتنا نحو استشراف غدٍ تتأصل فيه معاني الابتكار للجميع.



المقدمة

جيمس هيوز
الرئيس التنفيذي لجمعية العلاقات العامة والاتصالات



**تتمتع مجالات العمل المفتوحة
لاستقبال مواهب من كافة أطياف
المجتمع بالازدهار وزيادة في الإنتاجية.**

رأينا في تقرير جمعية العلاقات العامة والاتصالات هذا العام العديد من التغييرات الإيجابية، وأكدت الأرقام أن مجال العلاقات العامة والاتصالات هو مجال ديناميكي يتمتع العاملون فيه بقدرة استثنائية على مواكبة التغيير. أصبحت المرونة في العمل من المعايير الأساسية، ولاحظنا انخفاضاً ملحوظاً في عدد الموظفين الذين يعملون بدوام كامل من المكتب، كما زاد الطلب على الأوقات المرنة لبدء العمل والانتهاج منه. وأدت التغييرات التي نفذتها دولة الإمارات العربية المتحدة على أسبوع العمل إلى شعور متزايد بالرضا والإنتاجية بين الموظفين. وارتفعت نسبة المشاركين الذين ردوا بالإيجاب عند سؤالهم عما إذا كانوا يعانون من أي إعاقة، مما يعكس زيادة في الشمولية وانخفاضاً في نظرة المجتمع السلبية حول الإعاقات، الأمر الذي يدل على تغييرات طويلة المدى ستمكّننا من الاستفادة من مجموعة أوسع من المواهب. كما يعد الانفتاح المتزايد في الحديث عن الأمور المتعلقة بالصحة النفسية أمراً مشجعاً. وعلى الرغم من أن وضع المجال جيد بشكل عام، إلا أن التركيز المتزايد على الأدوار الأقل استراتيجية مثل تقديم المعلومات والانخفاض في الإقبال على الأدوار مثل تطوير استراتيجيات الاتصالات هو أمر مثير للقلق. وعلى الرغم من التقدم الكبير الذي حققناه في مجال الشمولية، فإن وضع المرأة في القيادة قد يشير إلى تراجع واضح في تمكين المرأة في مجال العلاقات العامة والاتصالات. كما أفاد غالبية المشاركين في الاستطلاع أن والديهم يحملون شهادات جامعية أو ما يعادلها، الأمر الذي يدل على أن المجال منغلق نسبياً مما قد يؤثر على ازدهاره، حيث تتمتع مجالات العمل المفتوحة لاستقبال مواهب من كافة أطياف المجتمع بالازدهار وزيادة في الإنتاجية. ينبغي علينا الاستلham من التقدم الذي حققناه وتوسيع نطاق هذا التقدم ليشمل جوانب أخرى، وسنستمر في جمعية العلاقات العامة والاتصالات بالعمل جاهدين نحو تحقيق هذا الهدف.



تأسست
2016

00
أعضاء

عن جمعية

العلاقات العامة والاتصالات

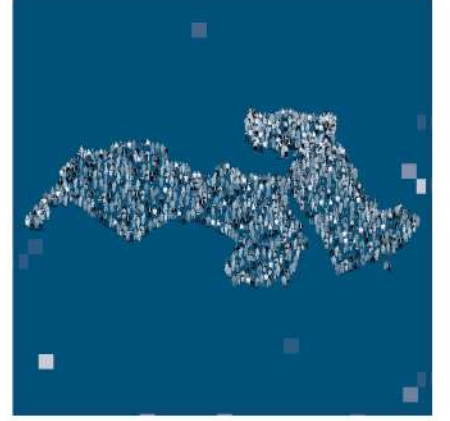
تأسست جمعية العلاقات العامة والاتصالات في لندن عام 1969، وتم إنشاء فرع لها في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بهدف رفع معايير مجال العلاقات العامة والاتصالات، وتزويد أعضاء الجمعية ببيانات ورؤى هامة متعلقة بالمجال، وتسهيل مشاركة أفضل الممارسات، وتعزيز فرص التواصل وبناء العلاقات بين العاملين في المجال.

اتصل بنا

prca.mena.global

@prca_mena

الملخص التنفيذي



يكشف تقرير جمعية العلاقات العامة والاتصالات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لعام 2023 عن التوجهات الحديثة للعمل في فترة ما بعد الجائحة، حيث حافظت ترتيبات العمل عن بُعد على مكائنها بفضل مرونتها المطلوبة في مجالات العمل الإبداعية. وتعد التغييرات الملحوظة في تركيبة الجنسين في المجال وزيادة عدد الموظفين من فئة أصحاب الهمم شهادة واضحة على الجهود التي تُبذل في سبيل تعزيز الشمولية. أمّا فيما يتعلّق بالصحة النفسية، نشهد زيادة ملحوظة في وعي الموظفين بأهمية الممارسات التي تؤدي إلى تحسين الصحة النفسية، بالرغم من الضغوطات العملية الكبيرة التي يواجهونها في المجال، مما يتطلب جهوداً أكبر من أصحاب العمل لتعزيز الصحة النفسية للموظفين. وتُظهر النتائج المتعلقة بالتعويضات زيادة في الأجور والمكافآت، وفجوة أجور أضيقت بين الجنسين. ويشدد التقرير على ضرورة بذل جهود مستمرة لتعزيز المساواة بين الجنسين في الأدوار القيادية، ويسلّط انتشار المزايا المتنوعة الضوء على تطور كبير في المجال، ويحث أصحاب العمل على التكيف مع الاحتياجات المتغيرة لموظفي القطاع. في الختام، يقدم التقرير رؤى شاملة، ويحث أصحاب العمل على إعطاء الأولوية للمرونة والشمولية والصحة النفسية والتعويضات الملائمة لتحقيق التطورات اللازمة في مجال العلاقات العامة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

يشدد التقرير على ضرورة بذل جهود مستمرة لتعزيز المساواة بين الجنسين في الأدوار القيادية، ويسلّط انتشار المزايا المتنوعة الضوء على تطور كبير في المجال، ويحث أصحاب العمل على التكيف مع الاحتياجات المتغيرة لموظفي القطاع.

المنهجية

تم الحصول على الإجابات من البلدان التالية: الجزائر، البحرين، مصر، العراق، الأردن، الكويت، لبنان، المغرب، الأراضي الفلسطينية، قطر، المملكة العربية السعودية، السودان، سوريا، تونس، الإمارات العربية المتحدة، اليمن.

باستخدام مصادر العينة التالية:
• عينة مستهدفة باستخدام قاعدة بيانات تابعة لوكالة "YouGov"

• عينة مستهدفة باستخدام قاعدة البيانات الخاصة بجمعية العلاقات العامة والاتصالات

يعتمد هذا الاستبيان على عينة مكونة من 261 مشاركاً من جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، باستخدام بيانات تم جمعها في الفترة من 16 مارس إلى 18 مايو 2023. تم تصميم استبيان كمي منظم من قبل وكالة "YouGov" بالمناقشة مع جمعية العلاقات العامة والاتصالات وتم إجراء المقابلات عبر الإنترنت

1

حالة القطاع

العمل عن بعد



35%

نسبة الموظفين الذين يعملون في المكتب بدوام كامل



35%

نسبة الموظفين الذين يعملون عن بُعد بدوام كامل



30%

نسبة الموظفين الذين يعملون عن بُعد بدوام جزئي



5%
انخفاض في عدد الموظفين الذين يعملون في المكتب بدوام كامل مقارنة بالعام الماضي

العمل عن بعد

بينما نواصل العمل في مرحلة ما بعد الجائحة، لا تزال ترتيبات العمل عن بُعد قائمة إلى حد كبير. ولاحظنا انخفاضاً بنسبة خمسة بالمئة في عدد الموظفين الذين يعملون في المكتب بدوام كامل مقارنة بالعام الماضي. وأفاد 35% من المشاركين بأنهم يعملون الآن في المكاتب بدوام كامل، ما يظهر انخفاضاً عن العام الماضي (40%). وقال 35% من المشاركين إنهم يعملون عن بعد بدوام كامل، وعلى الرغم من انخفاض هذا العدد بنسبة 2% منذ العام الماضي، إلا أننا رأينا زيادة بنسبة 8% في عدد الموظفين الذين يعملون الآن عن بُعد بدوام جزئي، حيث كانت النسبة 30% في عام 2023، و22% في عام 2022. بشكل عام، نرى أن نظام العمل عن بُعد ما زال منتشرًا بشكل كبير في المجال، ويجب على أصحاب العمل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أن يستمروا في تطبيق نموذج العمل المرن لموظفيهم.

ترتيبات العمل المرنة الأكثر طلباً في عام 2023



54%

أوقات البدء والانتهاج المرنة



30%

عدد الساعات المتعاقد عليها في الأسبوع



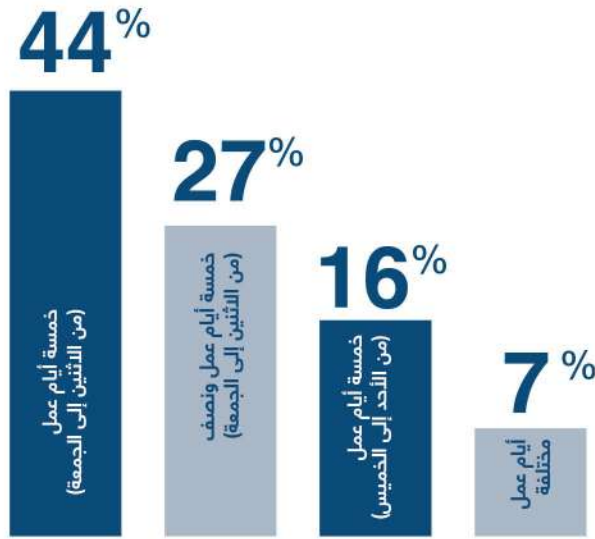
23%

العطلات الإضافية

ساعات العمل المرنة

وفقاً للتقرير، تبنى 93% من المشاركين في الاستبيان نموذج العمل المرن لمرة واحدة أو أكثر في عام 2023، وهي زيادة بنسبة 300% عن العام الماضي. أمّا في عام 2021، فقد بلغت النسبة 48%. وتؤكد هذه البيانات أهمية نموذج العمل المرن في مجال الاتصال والعلاقات العامة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. أمّا بخصوص التسهيلات الأكثر طلباً هذا العام، فتمثلت في الأوقات المرنة لبدء العمل والانتهاج منه (54%)، وساعات العمل المتعاقد عليها في الأسبوع والقدرة على الاستفادة من أيام الإجازة (30%)، والعطلات الإضافية (23%).

جدول العمل



جدول العمل

عند سؤالهم عن جداول عملهم منذ يناير 2022، قال 44% من المشاركين إنهم يعملون خمسة أيام (من الاثنين إلى الجمعة)، وقال 27% إنهم يعملون أربعة أيام ونصف (من الاثنين إلى الجمعة)، وقال 22% إنهم يعملون خمسة أيام (من الأحد إلى الخميس) وقال 7% إنهم يعملون في أيام أخرى. وعندما سئلوا عن كيفية تأثرهم بالتغيرات التي قامت دولة الإمارات العربية المتحدة بتنفيذها في أسبوع العمل، أفاد 43% من المشاركين أنهم يشعرون بتحقيق المزيد من الإنتاجية في العمل، وهو ما يمثل زيادة بنسبة 10% مقارنة بالعام الماضي. كما كانت هناك زيادة بنسبة 10% في عدد الموظفين الذين يشعرون بالآثار الإيجابية لهذا التغيير على حياتهم فيما يتعلق بالتوازن بين العمل والحياة الشخصية (35%). وذكر 31% أيضاً أنهم يشعرون بمستويات أقل من التوتر بفضل هذا التغيير، في حين ذكر 32% أن التغيير سهّل عليهم التواصل مع الأصدقاء وأفراد العائلة من بلدان أخرى. في نهاية المطاف، أظهرت التغييرات التي نفذتها دولة الإمارات على أسبوع العمل تأثيراً إيجابياً كبيراً على الصحة النفسية للموظفين.

وأخيراً، تشير النتائج السنوية إلى أنه كلما اعتاد الموظفون على التغييرات، كلما كانت النتائج أفضل. ويدعم ذلك حقيقة أنه كان هناك انخفاض بنسبة سبعة بالمئة في عدد الموظفين الذين لم يلاحظوا فرقاً كبيراً بين أسبوع العمل قبل وبعد التغييرات (5%). كما أفاد 16% فقط من المشاركين بأنهم لا يزالون يشعرون بالارتباك بشأن التغييرات التي طرأت على أسبوع العمل وتغير أوقات دوامهم، مقارنة بـ 24% في عام 2022.

كيف تأثر المشاركون بالتغييرات التي نفذتها دولة الإمارات على أسبوع العمل؟



43%

يشعرون بمستويات أقل من التوتر



35%

يشعرون بتوازن أكبر بين العمل والحياة الشخصية



31%

يشعرون بمستويات أقل من التوتر



32%

يستطيعون التواصل بشكل أفضل مع الأصدقاء وأفراد العائلة من بلدان أخرى



16%

يشعرون بالارتباك بشأن التغييرات التي طرأت على أسبوع العمل وعلى أوقات دوامهم



5%

لم يلاحظوا فرقاً كبيراً بين أسبوع العمل قبل وبعد التغييرات

الأدوار الثلاثة للعلاقات العامة والاتصالات التي نمت بشكل كبير خلال العامين الماضيين



25%

تقديم المعلومات



22%

العلامات التجارية والتسويق



18%

العلاقات العامة للشركات



15%

إدارة السمعة



12%

تطوير استراتيجيات الاتصال



12%

الاتصالات الداخلية

آراء القطاع

عند السؤال عن المهام أو الأدوار الثلاثة الأولى للعلاقات العامة والاتصالات التي نمت بشكل كبير على مدار العامين الماضيين، بيّنت النتائج أن تقديم المعلومات استحوذت على نسبة 25%، بينما حازت العلامات التجارية والتسويق على نسبة 22%، وجاءت العلاقات العامة للشركات -والتي حلت محل الاتصالات الداخلية- في المرتبة الثالثة بنسبة 18%.

أما بالنسبة للأدوار التي انخفض نموها بشكل ملحوظ خلال العامين الماضيين، فقد حظي دور إدارة السمعة على نسبة 15%، وحصل دور تطوير استراتيجيات الاتصال على نسبة 12%، وحاز دور الاتصالات الداخلية على نسبة 12%.

2

التنوع



66%

ذكور



34%

إناث

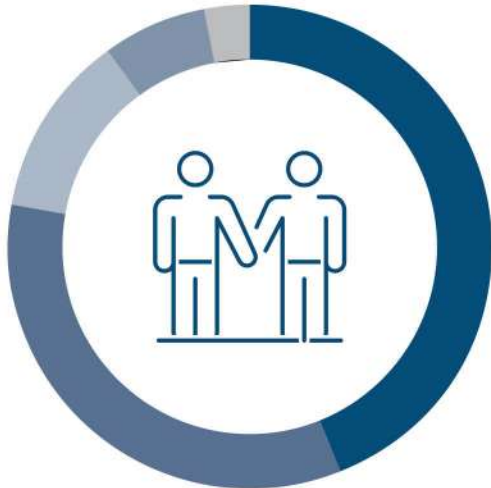
الجنس

تشكّل الإناث نسبة كبيرة من الموظفين في قطاع العلاقات العامة، حيث تبين التقارير الإقليمية للعلاقات العامة والاتصالات أن الإناث يشكلن نسبة الثلثين في هذا القطاع، وينطبق هذا إلى حد كبير على منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في العام 2021.

وأظهر استطلاع الجمعية للعام 2022 أن 61% من المشاركين كانوا من الذكور مقابل 39% من الإناث. أمّا في عام 2023، أظهر الاستطلاع أن 66% من المشاركين كانوا من الذكور مقابل 34% من الإناث. ومع أن هذه الأرقام لا يمكن الأخذ بها كمؤشر على تركيبة الجنسين في القطاع بشكل عام، إلا أنه من المهم وضعها في عين الاعتبار في إطار النتائج التي يخلص إليها هذا التقرير.

العمر

بشكل عام، تتراوح أعمار 44% من المشاركين في هذا الاستطلاع بين 25 و34 عاماً، بينما تتراوح أعمار الفئة العمرية الثانية بين 35 و44 عاماً (بما نسبته 34%). وشكّلت الفئة العمرية بين 18 و24 عاماً نسبة 12%، وهي الفئة العمرية التي شهدت زيادة بنسبة ثلاثة بالمئة، متجاوزةً بذلك الفئة العمرية من 45 إلى 54 عاماً (7%)، والتي انخفضت بنسبة 5% مقارنةً بالعام الماضي، وشكّلت المشاركين الذين تتراوح أعمارهم بين 55 و64 عاماً 3% من عدد المشاركين الإجمالي.



● - **44%**

الفئة العمرية من 25-34 عاماً

● - **34%**

الفئة العمرية من 35-44 عاماً

● - **12%**

الفئة العمرية من 18-24 عاماً

● - **7%**

الفئة العمرية من 45-54 عاماً

● - **3%**

الفئة العمرية من 55-64 عاماً

“

هناك العديد من الإيجابيات التي يمكننا استخلاصها من التقرير لهذا العام، حيث لاحظنا شعبية نظام الدوام المرن ونتائجه الإيجابية من حيث زيادة الإنتاجية لدى الموظفين. ويظهر التقرير لهذا العام أيضاً تغيرات إيجابية فيما يتعلق بالقضايا الهامة مثل الشمولية والصحة النفسية، ويسعدني بشكل خاص أن أرى تضاًؤل الفجوات في الأجرور بين الجنسين، حيث أنني من أنصار الإنصاف في التعويضات للأجرور، ومع ذلك، لا يزال علينا بذل جهود أكبر، خاصة بالنسبة لأولئك الذين يعملون في وكالات الإعلام. نرى من خلال هذه الأرقام نتائج الجهود التي نبذلها نحو تحسين المجال وجعله أكثر شمولاً ودعمًا. وينبغي أن نعتبر هذه النتائج على أنها دعوة لتكثيف الجهود والعمل معاً والقيام بخطوات جديفة لمعالجة الأمور التي من الممكن أن تعيق النساء وتحد من تقدمهم في مجال العلاقات العامة والاتصالات، ونؤكد التزامنا المتواصل بخلق بيئة عمل شاملة ومتنوعة. يجب أن يحفزنا هذا التقرير على التغيير، ويلهمنا لمضاعفة جهودنا في تمكين المرأة لتولي أدوار قيادية وتقديم مساهمات في سبيل نمو مجالنا.

”

أليكس معلوف

عضو مجلس إدارة جمعية العلاقات العامة والاتصالات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

“

يجب على أصحاب العمل في مجال العلاقات العامة والاتصالات اعتبار هذا التقرير دعوة لشحد الهمم وتكثيف الجهود، والاستجابة بشكل سريع لمواجهة التحديات في القطاع، وخاصة تلك المتعلقة بالمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة وتشجيعها على تولي المناصب القيادية. ونظراً للتغيرات الكبيرة التي يشهدها المجال فيما يتعلق بأولوية المهام وطبيعته التنافسية، يعد تطوير بيئة داعمة للنساء ضرورة استراتيجية. وتؤكد البيانات على الحاجة الماسة لأصحاب العمل إلى الاستثمار بموظفيهم، سواء كان ذلك من خلال توفير فرص التدريب، أو منحهم التعويض الملائم، أو تقديم ما يجب تقديمه من المزايا. إن التوجهات التي نشهدها فيما يتعلق بالأجرور والمكافآت مشجعة، ولكن على القادة أن يعملوا بشكل أكبر على سد ما تبقى من فجوة في الأجرور بين الجنسين. من خلال الاعتراف بهذه التحديات ومعالجتها، يمكننا أن نحقق الازدهار الذي نطمح إليه في ظل التطورات السريعة التي يشهدها المجال، وتلبية توقعات العملاء.

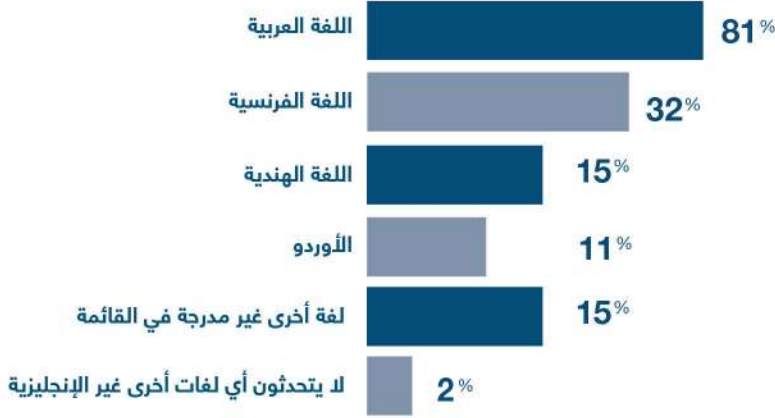
”

سمانثا بارتيل

عضو مجلس إدارة جمعية العلاقات العامة والاتصالات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

اللغة

سألنا المشاركين إن كانوا يتحدثون أي لغة غير الإنجليزية بمستوى يمكّنهم من إجراء محادثات في مكان العمل، وصرّحت الغالبية العظمى (81%) أنهم يتحدثون العربية، في حين كانت الفرنسية (32%) والهندية (15%) والأوردو (11%) من الإجابات الشائعة أيضاً، وقد زاد عدد المتحدثين بهذه اللغات بنسبة 8% للعربية، و9% للفرنسية، و4% للهندية، و1% للأوردو. وقال 15% من المشاركين أنهم يتحدثون لغة أخرى غير مدرجة في القائمة، وقد زادت هذه النسبة أيضاً بنسبة 1%. في المقابل، أجابت أقلية لا تتجاوز نسبتها 2% أن أصحابها لا يتحدثون أي لغات أخرى غير الإنجليزية، ويعد ذلك انخفاضاً بنسبة 8% مقارنةً بالعام الماضي. ويشير الوجود المتزايد للموظفين الذين يتحدثون بلغتين أو أكثر إلى أهمية وجود موظفين يتقنون لغات متعددة في القوى العاملة لدى الشركات.



الإعاقة

وعندما سُئل المشاركون في الاستطلاع إن كان لديهم أي نوع من أنواع الإعاقات، جاء رد 25% منهم بالإيجاب، وهي زيادة بنسبة ستة بالمئة مقارنةً بعام 2022. أمّا في عام 2021، فكانت النسبة 1% فقط، وكما هو الحال في العام الماضي، يمكن أن تعزى الزيادة - على الرغم من أنها أكثر تدرجاً من الزيادة السنوية السابقة - إلى أحد الاستنتاجين التاليين:

الاستنتاج الأول: نمو القطاع بشكل إيجابي وضمن تهيئة بيئة عمل أكثر راحة وسهولة لأصحاب الهمم، ما زاد نسبة الموظفين من هذه الشريحة.

الاستنتاج الثاني: وجود تحسن ملحوظ في نظرة المجتمع للإعاقة سواء داخل إطار القطاع و/أو المنطقة، ما يعني انفتاح الناس بشكل أكبر للتعامل مع أصحاب الهمم.



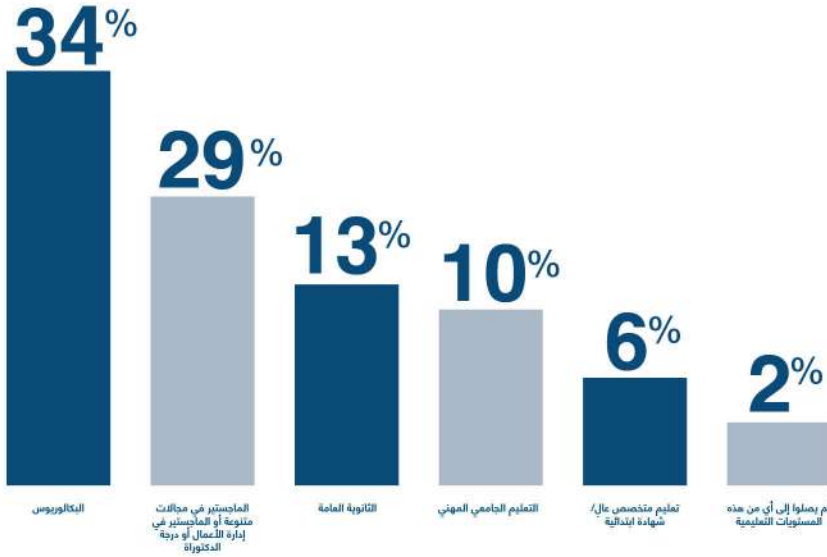
نعم - 25%

نمو القطاع بشكل إيجابي وضمن تهيئة بيئة عمل أكثر راحة وسهولة لأصحاب الهمم



وجود تحسن ملحوظ في نظرة المجتمع للإعاقة سواء داخل إطار القطاع و/أو المنطقة





الإعاقة

أفاد أغلب المشاركين أنهم يحملون درجة البكالوريوس (34%)، بينما أفاد 29% منهم بحصولهم على شهادة أعلى مثل الماجستير في مجالات متنوعة أو الماجستير في إدارة الأعمال أو درجة الدكتوراه، بينما يحمل 13% من المشاركين شهادة الثانوية العامة التي تمثل أعلى مستوى تعليمي لهم، بينما حصل 10% على التعليم الجامعي المهني، كما تلقى 6% تعليماً متخصصاً عالياً، ومثلت الشهادة الابتدائية أعلى مستوى تعليمي لـ 6% من المشاركين، ولم يصل 2% منهم إلى أي من هذه المستويات التعليمية.

المكانة الاجتماعية

ولتكوين صورة أفضل حول المكانة الاجتماعية داخل القطاع، سألنا الموظفين عن مستوى التعليم الذي حصل عليه أبائهم. وأفادت الأغلبية (56%) أن والديهم يحملون شهادات جامعية أو ما يعادلها، بينما صرّح 38% أن والديهم لا يحملون شهادات جامعية أو ما يعادلها، وفضّل 7% عدم الإفصاح عن هذه المعلومات أو كانوا غير متأكدين.

تعليم الوالدين



● - 56%
يحملون شهادات
جامعية أو ما يعادلها

● - 38%
لا يحملون شهادات
جامعية أو ما يعادلها

● - 7%
لا يعلمون أو يفضلون عدم
الإفصاح عن هذه المعلومات

تقييم النهج الذي يسير عليه مجال العلاقات العامة والاتصالات في ترقية النساء إلى المناصب القيادية



● - 33%
جيد جداً / جيد

● - 43%
متوسط

● - 24%
ضعيف / ضعيف جداً

تقييم نهج المؤسسات في ترقية النساء إلى المناصب القيادية



● - 41%
جيد جداً / جيد

● - 37%
متوسط

● - 10%
ضعيف

المرأة في الأدوار القيادية

طلبنا من الممارسين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تقييم النهج الذي تسير عليه العلاقات العامة والاتصالات في ترقية النساء إلى المناصب القيادية، وصرح المشاركون في الاستطلاع برأيهم الذي يفيد بتراجع في هذا المجال. وفي عام 2023، شعر 33% من المشاركين أن النهج الذي تسير عليه العلاقات العامة والاتصالات كان "جيداً" أو "جيداً جداً"، وبلغت هذه النسبة 39% في عام 2022 و52% في عام 2021. ويثير التدني في المستويات مشاعر القلق حيث يشير إلى ضرورة تكثيف الجهود لضمان حصول النساء على نفس الفرص التي يتمتع بها نظرائهن الرجال. وتم تقييم النهج بمستوى "متوسط" من قبل 43% من المشاركين، وحصل على تقييم "ضعيف" و"ضعيف جداً" من قبل 24% من المشاركين، وهي زيادة حادة قدرها 13%.

ومع أن المشاركين كانوا أكثر إيجابية بشأن نهج مؤسساتهم المتعلق بترقية النساء إلى المناصب القيادية، إلا أن الواقع لم يتغير. وعند السؤال عن هذا الأمر تحديداً، كان هناك انخفاض بنسبة ثلاثة بالمئة من 47% في عام 2022 إلى 41% في عام 2023 في المعدلات الجامعة للإجابتين "جيد" و"جيد جداً". وقال 37% إن مؤسساتهم تتبع نهجاً "متوسطاً" فيما يتعلق بترقية النساء إلى المناصب القيادية، وقال 10% أن النهج "ضعيف" ووصفه 12% بالـ "ضعيف جداً".

“

إن التزامنا بخلق بيئة مهنية شاملة ومتنوعة لا يتزعزع، وينبغي أن ننظر لهذه النتائج على أنها دعوة لتكثيف الجهود والعمل معاً وتعزيز السعي نحو إحداث تغييرات إيجابية وتنفيذ تدابير ملموسة لمعالجة العوائق التي تمنع النساء من التقدم في مجال العلاقات العامة والاتصالات. كما يجب أن يلهمنا هذا التقرير لمضاعفة جهودنا لتمكين المرأة من تولي الأدوار القيادية وتقديم المساهمات في سبيل نمو ونجاح هذا المجال الفني.

”

لوريتا أحمد

الرئيس المشارك في مؤسسة نساء عالميات في العلاقات العامة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

عضو مجلس إدارة جمعية العلاقات العامة والاتصالات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الأوسط وشمال أفريقيا

نسبة المستجيبين الذين عانوا أو تم تشخيص إصابتهم بأمراض نفسية



نسبة موظفي العلاقات العامة الذين يواجهون ضغوطات متزايدة خارج أدوارهم المنوطة بهم مباشرة.



52%

تعيّن عليهم إجراء مكالمات و/أو التعامل مع رسائل البريد الإلكتروني ذات صلة بالعمل خارج ساعات الدوام بشكل يومي

23%

تعيّن عليهم إجراء مكالمات و/أو التعامل مع رسائل البريد الإلكتروني ذات صلة بالعمل خارج ساعات الدوام كل يومين إلى ثلاثة أيام في الأسبوع على الأقل

قضايا الصحة النفسية

تم سؤال المشاركين عما إذا كانوا قد عانوا أو تم تشخيص إصابتهم بمرض نفسي من قبل. وفي المجمل، كان رد 23% منهم بالإيجاب، وهي النسبة ذاتها التي وردت في استبيان العام الماضي والعام الذي قبله. وبينما كانت الفجوة بين عدد الرجال والنساء ممن أبلغوا عن إصابتهم بمرض نفسي واسعة في عام 2021، لاحظنا تقلصها باستمرار على مدار الأعوام. وكشف 9% فقط من الرجال إصابتهم بأمراض نفسية في عام 2021، في حين وصلت النسبة بين النساء إلى 30%. وتغيرت هذه النسبة إلى 21% للرجال و25% للنساء في عام 2022. أمّا في عام 2023، أجاب 22% من الرجال و24% من النساء بـ "نعم". وقد تشير هذه النتائج إلى تحول إيجابي وقد تدل على التحسّن الملحوظ في مشاعر الخجل أو العار بين الرجال في المنطقة فيما يتعلق بالصحة النفسية.

من المهم جداً أن تبقى الصحة والرفاهية النفسية في طليعة أولويات أصحاب العمل في مجال العلاقات العامة والاتصالات، لاسيما وأن موظفي القطاع يواجهون ضغوطاً متزايدة باستمرار خارج أدوارهم المنوطة بهم مباشرة. وفي الواقع، أفاد 52% من المشاركين أنهم اضطروا إلى إجراء مكالمات و/أو التعامل مع رسائل البريد الإلكتروني المتعلقة بالعمل خارج ساعات الدوام بشكل يومي، وأفاد 23% أنهم اضطروا إلى القيام بذلك على الأقل كل يومين إلى ثلاثة أيام في الأسبوع. وبلغ متوسط قيمة الساعات المتعاقد عليها لموظفي العلاقات العامة والاتصالات 29 ساعة أسبوعياً، في حين وصل عدد ساعات عملهم الفعلية إلى 34 ساعة.

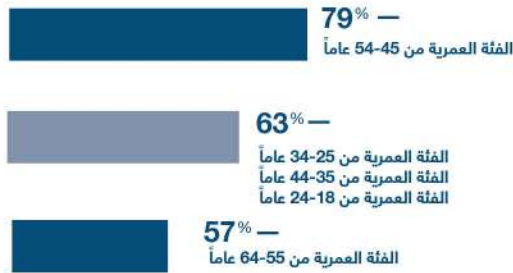
3

الأجور
والمكافآت

هل حصل المشاركون على زيادة في الأجر خلال الأشهر الـ 12 الماضية؟



حصلوا على مكافآت في السنة المالية الماضية



الأجور والمكافآت

عندما سُئل موظفو العلاقات العامة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عما إذا كانوا قد حصلوا على زيادة في الراتب خلال الـ 12 شهراً الماضية، أجاب 66% منهم بـ "نعم"، وهي زيادة بنسبة أربعة بالمئة مقارنة بعام 2022. وتتراوح أعمار النسبة الأكبر من الذين أبلغوا عن حصولهم على زيادة في الأجر هذا العام (74%) بين 45 و54 عاماً، بالرغم من تصدر من هم في الفئة العمرية الواقعة بين 25 و34 عاماً في العام الماضي. ويلي الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 45 و54 عاماً في 2023 الفئة العمرية الواقعة بين 35 و44 عاماً (73%)، والأفراد من الفئة العمرية الواقعة بين 18 و24 عاماً (63%)، والفئة من 25-34 عاماً (61%)، والأفراد من الفئة العمرية التي تتراوح بين 55-64 عاماً (57%).

أما فيما يتعلق بالمكافآت في السنة المالية الماضية، فقد أفاد 64% أنهم حصلوا على مكافآت، مقارنة بـ 57% في عام 2022. ولاحظنا أن النسبة الأكبر من الذين حصلوا على مكافآت تتراوح أعمارهم بين 45 و54 عاماً (79%)، وعلى أثر هذه النتائج، أصبحت هذه الفئة العمرية هي الفئة الأكثر حصولاً على المكافآت، يليها 63% من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 25-34 عاماً، و35-44 عاماً، و18-24 عاماً، في حين أفاد 57% من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 55-64 عاماً بحصولهم على مكافآت. وعموماً، تشير هذه النتائج إلى تغيير إيجابي في المكافآت التي تُمنح لموظفي العلاقات العامة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وهو تغيير إيجابي مستمر منذ عام 2021.

فجوة الأجور العالمية بين الجنسين

يتناول تقرير جمعية العلاقات العامة والاتصالات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا فجوة الأجور المحتملة في قطاع العلاقات العامة والاتصالات، وذلك من خلال استكشاف الزيادات في الأجور والمكافآت المدفوعة. وعندما سُئِل المشاركون عن زيادات الأجور خلال الـ 12 شهراً الماضية، أفاد 66% منهم بالحصول على زيادة. ومن المثير للاهتمام أن 71% من النساء أفدن بحصولهن على زيادة في الأجر خلال الـ 12 شهراً الماضي، مقابل 63% من نظرائهن الرجال. وعندما طرحنا نفس السؤال في عام 2022، وجدنا أن 63% من الرجال و60% فقط من النساء أبلغوا عن زيادة في الأجر. وفيما يتعلق بنسبة الزيادة التي حصل عليها المشاركون، كانت الأجور متنوعة، فقد أفاد 28% من الرجال و19% من النساء أنهم حصلوا على زيادة في الأجر بنسبة 3-4%. وفي المستوى المتوسط، أبلغ 13% من الرجال عن زيادة في الأجر بنسبة 8-10%، وأفاد 11% عن زيادة بنسبة 11-15%، في حين أبلغت النساء عن زيادة بنسبة 16% و17% في هاتين الفئتين. وفي المستوى الأعلى من زيادة الأجور، أبلغ 11% من الرجال عن زيادة بنسبة 16-25% في الأجر، في حين أبلغت 5% من النساء عن نفس الزيادة، وأفاد 6% من الرجال عن زيادة في الأجر تزيد عن 25%، في حين أبلغت 8% من النساء عن زيادة مماثلة. في النهاية، بالمقارنة مع العام الماضي، هناك تقدّم واضح في قطاع العلاقات العامة والاتصالات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ومع ذلك، من المهم ملاحظة أنه على الرغم من أن نسبة النساء اللاتي أبلغن عن زيادات في الأجور أعدد من نسبة الرجال، فإن هذا لا يعني أن فجوة الأجور بين الجنسين قد تم سدها بالكامل. وذلك لأنه من الممكن أن يكون الرجال ما زالوا يحصلون على رواتب أساسية أعلى من زميلاتهم.

وصرّح 64% من المشاركين عن تلقيهم مكافآت في السنة المالية الماضية. وأفادت نسبة أعلى من الإناث (65%) بحصولهن على مكافأة مقارنة بنظرائهن من الذكور (63%). وتشير هذه النسب إلى تقدم حقيقي، ففي عام 2022، لوحظ أن فرص المشاركين من الذكور للحصول على مكافآت أعلى بنسبة 10% من النساء. في نهاية المطاف، حقق مجال العلاقات العامة والاتصالات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تقدماً ملحوظاً في معالجة فجوة الأجور بين الجنسين. وبالرغم من التحسّن الواضح الذي تدل عليه هذه النسب، إلّا أنه من المهم الاعتراف بأنها لا تشير بالضرورة إلى المساواة الكاملة في الأجور بين الجنسين، حيث أنه لم يتم تسجيل الرواتب الأساسية كجزء من الدراسة. وتوضّح هذه النتائج التحول الإيجابي نحو المساواة بين الجنسين في المجال والمنطقة، ولكنها تشير أيضاً إلى الشوط الكبير الذي يجب قطعه لسد ما تبقى من فوارق.



66%

من الرجال أكدوا حصولهم على زيادة في الأجر خلال الـ 12 شهراً الماضي



71%

من النساء أكدوا حصولهن على زيادة في الأجر خلال الـ 12 شهراً الماضي

نسبة الزيادة التي حصل عليها المشاركون



النسبة الأدنى



النسبة المتوسطة



النسبة الأعلى



65%

نسبة النساء (65%) اللاتي أبلغن عن زيادات في الأجر أعلى من نسبة الرجال (63%)



63%

المزايا الثلاثة الأولى الأكثر شيوعاً

19%
التأمين الصحي الشخصي



17%
التأمين الصحي للعائلة



14%
المكافآت



المزايا

بالإضافة إلى الراتب الأساسي والمكافآت، يحصل العاملون في المجال على مجموعة واسعة من المزايا المالية وغير المالية. وقال 90% من المشاركين أنهم يحصلون على واحدة على الأقل من المزايا المدرجة في الاستطلاع. وكانت المزايا الثلاثة الأولى الأكثر شيوعاً هي التأمين الصحي الشخصي (19%)، والتأمين الصحي للعائلة (17%)، والمكافآت (14%). وبالرغم من أهمية المزايا الثلاثة التي قلت نوعاً ما، فإنها لا تزال الأكثر شيوعاً في القطاع.

مونیکا فورنو MPRCA
رئيس منطقة أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا، PRCA
Monika.Fourneaux@prca.global

[@PRCA_MENA](#)  [@PRCA_MENA](#) 