

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية: تقييم كمي
لأدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في إطار نماذج العلاقات
العامة الأربعة

إعدادُ

رغد مروان "محمد خليل" امريش

إشرافُ

د. معين فتحي محمود الكوع

قُدِّمَ هَذَا البَحْثُ إِسْتِكْمَالاً لِمَتَطَلِبَاتِ الحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ المَاجِسْتِيرِ فِي العِلَاقَاتِ العَامَةِ المُعَاصِرَةِ
بِكُلِّيَةِ الدِّرَاسَاتِ العُلْيَا فِي جَامِعَةِ النِّجَاحِ الوُطْنِيَّةِ فِي نابلس، فلسطين

2021

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية: تقييم كمي
لأدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في إطار نماذج العلاقات
العامة الأربعة

إعداد

رغد مروان امريش

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 31 / 3 / 2021، وأجازتها اللجنة.

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع

- | | |
|-------|--------------------------------------|
| | - د. معين الكوع / مشرفاً ورئيساً |
| | - د. حافظ أبو عياش / ممتحناً داخلياً |
| | - د. علاء عياش / ممتحناً خارجياً |

الإهداء

أهدي نجاحي لكل طالب علم يسعى لكسب المعرفة وتزويد رصيده المعرفي والثقافي

وأهدي تخرجي وفرحتي إلى من حصد الأشواك عن دربي إلى القلب الكبير

والدي الغالي مروان امريش

إلى من منحتني من الحب حباً ومن الحنان حناناً إلى القلب الناصع بالبياض

والدتي الحبيبة رنا عرفه

إلى شريك حياتي الذي وقر لي كل السبل التي أدت إلى إنجاز هذا العمل

الدكتور حكم سنقرط

إلى إخوتي وأخواتي فلقد كانوا بمثابة العضد والسند في سبيل استكمال البحث شادن، هيا، ملك،

خليل، محمد، مصطفى

إلى عائلتي الثانية أهل زوجي الأعزاء

إلى زملائي ومسؤولي المكتبات بجامعة النجاح

وإلى جميع الأهل والأحبة

شكر وتقدير

"من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

أتوجه بالشكر الجزيل إلى الدكتور معين الكوع، المحاضر في كلية الدراسات العليا، ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية الذي أشرف على إعداد رسالتي وأرشدني بإيصالي للمراجع والمصادر المطلوبة في أي مرحلة من مراحل إعدادها، وقدم لي جهوده الوفيرة حتى يثمر هذا العمل، ولم يبخل علي في أي لحظة من أوقاته، مهما قلت له من ثناء، لن أستطيع أن أشكره على كل هذا الإخلاص والوفاء.

كما وأتقدم بالشكر والتقدير إلى أمي وأبي اللذين غرسا في حب العلم وقدموا لي كل غال ونفيس أشكرهم جميعاً، وأسأل الله أن يثيبهم عني خيراً.

الباحثة: رغد مروان امريش

الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية: تقييم كمي لأدوار ممارسي العلاقات العامة
الحكومية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه
حيثما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، وأي جزء منها لم يُقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو
بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise reference, is the
researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any
other degree or qualification.

Student's Name:

اسم الطالبة: رغد مروان امريش

Signature:

التوقيع:

Date:

التاريخ: 2021/3/31

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	الإهداء
د	شكر وتقدير
هـ	إقرار
و	فهرس المحتويات
ط	فهرس الجداول
ك	فهرس الملاحق
ل	الملخص
الفصل الأول: خلفية الدراسة ومشكلتها	
2	مقدمة
3	مشكلة الدراسة
4	فرضيات الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	أهمية الدراسة
6	حدود الدراسة
6	المنهجية
6	أدوات الدراسة
7	مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية
الفصل الثاني: الإطار النظري	
10	العلاقات العامة الحكومية مفهومها ونشأتها وتطورها
12	تعريف العلاقات العامة
13	أهمية العلاقات العامة
13	أهداف العلاقات العامة
13	وظائف العلاقات العامة
14	اتخاذ القرار
14	نظرية التميز
16	نماذج العلاقات العامة

18	الدراسات السابقة
19	الدراسات العربية
25	الدراسات الأجنبية
الفصل الثالث: المنهجية والإجراءات	
31	منهج الدراسة
31	مجتمع الدراسة
32	عينة الدراسة
33	أداة الدراسة
36	صدق أداة الدراسة
36	ثبات الأداة
37	إجراءات الدراسة
37	متغيرات الدراسة
38	المعالجة الإحصائية
الفصل الرابع: عرض النتائج	
40	النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي
42	النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
44	النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
45	النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
48	النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
49	النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس
52	النتائج المتعلقة بالسؤال السادس
53	النتائج المتعلقة بالسؤال السابع
55	النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة
الفصل الخامس: مناقشة النتائج وأهم التوصيات	
62	تفسير نتائج السؤال الرئيسي ومناقشتها
63	تفسير نتائج السؤال الأول ومناقشتها
64	تفسير نتائج السؤال الثاني ومناقشتها
65	تفسير نتائج السؤال الثالث ومناقشتها
66	تفسير نتائج السؤال الرابع ومناقشتها

67	تفسير نتائج السؤال الخامس ومناقشتها
68	تفسير نتائج السؤال السادس ومناقشتها
68	تفسير نتائج السؤال السابع ومناقشتها
69	تفسير نتائج السؤال الثامن ومناقشتها
70	مناقشة الاختبارات المتعلقة بفرضيات الدراسة
71	التوصيات
المراجع	
73	المراجع العربية
75	المراجع الأجنبية
77	الملاحق
B	Abstract

فهرس الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	جدول 1: مجتمع الدراسة	31
2	جدول 2: عينة الدراسة	32
3	جدول 3: توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة	33
4	جدول 4: فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها	35
5	جدول 5: مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي	35
6	جدول 6: معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة كرونباخ الفاء، Cronbach's Alpha	36
7	جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للسؤال الرئيسي	41
8	جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الأول	42
9	جدول 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الثاني	44
10	جدول 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للنماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً	45
11	جدول 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الثالث	46
12	جدول 12: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الرابع	48
13	جدول 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الخامس	50
14	جدول 14: مصفوفة بيرسون (Pearson Correlation Matrix) لدلالة العلاقة بين المتغيرات	52

15	جدول 15: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد السادس	53
16	جدول 16: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد السابع	54
17	جدول 17: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الموقع الوظيفي	56
18	جدول 18: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في السؤال الرئيسي تعزى لمتغير الموقع الوظيفي	56
19	جدول 19: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير عدد الاشخاص العاملين في العلاقات العامة	58
20	جدول 20: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في السؤال الرئيسي تعزى لمتغير عدد الاشخاص العاملين في العلاقات العامة	58

فهرس الملاحق

الرقم	الملحق	الصفحة
1	طلب تسهيل المهمة	77
2	قائمة بأسماء السادة محكمي الاستبانة	78
3	الاستبانة النهائية بعد التعديل	79

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية: تقييم كمي لأدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة

إعداد

رغد مروان إمريش

إشراف

د. معين الكوع

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في الضفة الغربية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة. ولتحقيق هذا الهدف، وللإجابة على السؤال الرئيس، وهو ما هي نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور، استخدمت هذه الدراسة البحث الوصفي، وضمن هذا النوع قررت الباحثة استخدام المنهج الكمي باعتباره يحقق أهداف الدراسة، وعليه فقد استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، وقد تم تطبيق هذه الأداة لموظف يمثل دائرة العلاقات العامة في بعض الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية عن طريق اختبار عينة عشوائية منهم مقدارها (30)، تم اختيارهم بالطريقة العينية العشوائية البسيطة. وقد بينت الدراسة وجود درجة استجابة كبيرة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور، كذلك وجود درجة استجابة ما بين كبيرة وكبيرة جداً على جميع مجالاتها السبعة، ووجود علاقة بين والنماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة ونجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين، بالإضافة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الموقع الوظيفي ومتغير عدد العاملين.

وعليه قد أوصت الباحثة بجملة توصيات من أبرزها ضرورة الاهتمام بأدوار ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الفلسطينية في إطار نماذج العلاقات الأربعة وتطويرها وخصوصاً النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة، وضرورة توظيف التغذية الراجعة وأبحاث الجمهور في

عمل العلاقات العامة وضرورة توفير دعم لدوائر العلاقات العامة في حالات الإخفاق، وتطوير الهدف العام للعلاقات العامة المتعلق بتحقيق التفاهم المشترك مع الجمهور بكافة شرائحه.

الكلمات المفتاحية: النماذج الأربعة للعلاقات العامة، المؤسسات الحكومية الفلسطينية، التخطيط الاستراتيجي، اتخاذ القرار، الجماعات الناشطة، الخبرة، نظرية التميز.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- مقدمة الدراسة.
- مشكلة الدراسة.
- تساؤلات الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- منهجية الدراسة.
- أدوات الدراسة.
- حدود الدراسة.
- مصطلحات الدراسة.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة:

تعد العلاقات العامة علماً ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين، وكانت بداية تمارس كمهنة إلى أن أصبحت مرتبطة بالتكتيك العلمي، وتم تدريسها بالجامعات والمعاهد الأمريكية حتى أصبحت علم يدرس في مختلف جامعات العالم (فرجاني، 2018، ص 11). للعلاقات العامة وظائف من شأنها أن تساعد في فتح قنوات اتصال بين المؤسسة والجمهور تحقيقاً للتفاهم المشترك، وتقديم النصح والإرشاد لإدارة المؤسسة بالاعتماد على دراسات وأبحاث الجمهور واستقصار آرائهم (هتيمي، 2014، ص 16). تهدف العلاقات العامة إلى تحقيق الانسجام والتفاهم المشترك بين المؤسسة وأفرادها وفروعها كما وتحرص على تحقيق التفاهم المشترك مع الجمهور الخارجي بما يتناسب مع مصلحة المؤسسة (خلوف، 2018، ص 19).

في يومنا هذا تحتاج المؤسسات بكافة أشكالها وطبيعة عملها وعلى اختلافات أحجامها إلى العلاقات العامة. من بين هذه المنظمات ولعلها الأشد حاجة إلى ذلك هي الحكومات للحفاظ على العلاقات المناسبة مع مواطنيها. يعد ممارسو العلاقات العامة في الدوائر الحكومية حلقة وصل بين المؤسسات الحكومية والجمهور، ومن واجبهم الرد على أسئلة وسائل الإعلام والاستفسارات والطلبات الموجهة للمؤسسة، لذا فإن العلاقة بين العلاقات العامة ووسائل الإعلام علاقة تكاملية (Lee, Neeley, & Stewart, 2011, p. 14). الاستماع إلى الجمهور على مستويات متعددة هو أحد أهم الأغراض الديمقراطية الأساسية للعلاقات العامة، ويؤدي الاستماع الفعال إلى تمكين موظفي العلاقات العامة من القيام بعمل أفضل، فالاستجابة للجمهور وقياس الرأي العام من أهم وظائف العلاقات العامة. العديد من الشركات والمؤسسات تتفق كميات كبيرة من الأموال على أبحاث المسح للتأكد من أنها تفهم آراء الجمهور، كما يتم الاستعانة بالجامعات لإجراء أبحاث حول معدلات الرضا تجاه الشركات والحكومات، وتوفر هذه المؤشرات الوقت الحقيقي للمكانة التي تمتلكها الإدارات الحكومية الرئيسية مع الجمهور (Lee et al, 2011, p. 14).

وفي السياق الفلسطيني؛ لا يوجد مصادر تتحدث عن العلاقات العامة كثيراً على حد علم الباحثة، ولكن هناك محاولات جديدة مثل الأبحاث التي تصدر عن برامج ماجستير العلاقات العامة حديثة الولادة، ونتيجة لغياب الدراسات التي تبحث في العلاقات العامة الحكومية الفلسطينية جاءت هذه الدراسة لمعالجة ذلك. هذه الدراسة تساعد في معرفة نماذج الاتصال التي تتبعها دوائر العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، والمهام التي تقع على عاتق موظفي دوائر العلاقات العامة.

مشكلة الدراسة:

أصبحت العلاقات العامة أداة حاسمة في تشكيل طبيعة التواصل بين الحكومة ومواطنيها، وأخذت تلعب دوراً في توجيه الرأي العام، وتشكيل اتجاهاته، وتحديد اختياراته. ومن أجل زيادة فهمنا للعلاقات العامة الحكومية في فلسطين، جاءت هذه الدراسة لمعرفة طريقة ممارسة العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، واستكشاف نماذج العلاقات العامة الاتصالية التي تمارسها، إضافة إلى تحديد الأدوار الأكثر شيوعاً لممارسي العلاقات العامة من خلالها. وعليه تتمثل المشكلة البحثية لهذه الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما هي نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور؟

وقد تفرع من هذا السؤال الرئيسي عدة أسئلة:

1- ما هي النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية في الضفة الغربية في فلسطين؟

2- ما هي الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية؟

3- إلى أي مدى تساهم دوائر العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات الحكومية في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار؟

4- ما مدى دعم الإدارة العليا في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية للعلاقات العامة؟

5- هل تمتلك دوائر العلاقات العامة الخبرة اللازمة في الوظائف المختلفة للعلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين؟

6- هل هناك علاقة بين نجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين والنماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً ممارسة هذه المؤسسات للعلاقات العامة؟

فرضيات الدراسة:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير الموقع الوظيفي.
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة.

اهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف البحثية التالية:

- 1- معرفة واستكشاف نماذج العلاقات العامة الاتصالية التي تتبعها دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية المتمثلة بالهيئات والوزارات.
- 2- إيضاح الدور الذي يقوم فيه ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية.
- 3- معرفة مدى مساهمة الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية بدوائر العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار.
- 4- معرفة مدى دعم الإدارة العليا في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية للعلاقات العامة.
- 5- استكشاف الخبرة التي تمتلكها دوائر العلاقات العامة في أداء وظائفها من وجهة نظر المبحوثين.

6- إيضاح دور نجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين والنماذج

الاتصالية الأكثر شيوعاً ممارسة هذه المؤسسات للعلاقات العامة

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها الدراسة الأولى على حد علم الباحثة التي أجريت حول هذا الموضوع في السياق الفلسطيني في حدود علم الباحثة والتي تركز على معرفة النموذج الذي يتبعه ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية المدنية، ومعرفة مدى الأهمية التي تعطيها هذه المؤسسات الحكومية المتمثلة بالوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية للعلاقات العامة؛ وهذا يعطي الدراسة أهمية كبيرة لأنها تركز على معرفة النموذج المستخدم في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية وكيف يؤثر على أداء دوائر العلاقات في هذه المؤسسات، وكما وتركز الدراسة على تقديم توصيات من شأنها تحسين ممارسات دوائر العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، وعلى الأدوار التي يقومون بها في معالجة تأثير الناشطين.

إضافة إلى عدة نقاط لأهمية الدراسة من ناحية تطبيقية عملية:

- بناء علاقة ترابطية قوية بين المؤسسات الحكومية الفلسطينية والجمهور الفلسطيني سواء كانت مؤسسات ربحية أو استثمارية خيرية أو غير ذلك.
- معرفة رغبات وميول ومقترحات الشعب من أجل تطوير الخدمات والبرامج الجديدة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية.
- تحسين التواصل مع الموظفين داخل المؤسسة ومع وسائل الاعلام.
- تطوير دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية وإشراكها بالقرارات الاستراتيجية مع الإدارة العليا.
- تقديم الدعم الكافي لدوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية لضمان حصول التفاهم المشترك بين المؤسسة والجمهور.

أما على الصعيد الأكاديمي فهذه الدراسة تعمل على إثراء المكتبة الفلسطينية ويمكن أن تساعد الطلبة كمرجع في الأبحاث العلمية المستقبلية في حقل العلاقات العامة والاتصال.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، والتي تقع جميعها في مدينة رام الله في الضفة الغربية في فلسطين.

الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية لهذه الدراسة في أشهر آب، أيلول، وتشرين أول من العام 2020، وفي هذه الفترة تعرضت المؤسسات الحكومية الفلسطينية لضغط العديد من المجموعات الناشطة على وسائل التواصل الاجتماعي بسبب الضغط الذي ولده انتشار جائحة كورونا Covid 19 والكيفية التي استجابت من خلالها هذه المؤسسات لمقتضيات الجائحة من إغلاق وتقليص في فترات الدوام الحكومي وبالتالي الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية للجماهير.

المنهجية:

للإجابة على أسئلة الدراسة، سوف تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث يعرف هذا المنهج بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، والتعبير عنها كمياً فيعطينا وصفاً رقمياً أو كيفياً فيصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها عن طريق جمع بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة (عبيدات، عبد الحق، وعدس، 2012، ص 180). وفي هذه الدراسة يساعد أسلوب المنهج الوصفي التحليلي بالتعرف على نماذج الاتصال التي تعتمد دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وطبيعة أداء العلاقات العامة فيها، ومدى تأثير نماذج الاتصال لدى ممارسي العلاقات العامة في الهيئات والوزارات الحكومية الفلسطينية على الأدوار التي يقومون بها في معالجة تأثير الناشطين.

أدوات الدراسة:

لجمع البيانات من المبحوثين سوف تستخدم الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية، والتي تعرف على أنها وسيلة من وسائل البحث العلمي، يلجأ لها الباحث لاستقراء المجتمع والعينة وجمع المعلومات التي تتعلق بهم وفهم العلاقات بينهم من خلال البرهنة ومشاهدة أصحاب العلاقة (حمدي، 2017، ص 112)، وتسعى الدراسة إلى استخدام الاستبيان كوسيلة للحصول على

المعلومات وتوزيعه على العينة العشوائية البسيطة من دوائر العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية. وقد تم التحدث عن منهج الدراسة وأداتها وإجراءاتها في الفصل الثالث.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

1- العلاقات العامة: تحقيق الانسجام والتفاهم المشترك بين المؤسسة وأفرادها وفروعها كما وتحرص على تحقيق التفاهم المشترك مع الجمهور الخارجي (خلوف، 2018، ص 19).

2- نماذج الاتصال: ممارسة العلاقات العامة من خلال الأنشطة التي تقوم بها وكيفية اتصال المنظمة بالجمهور وإدارة هذا الاتصال، أما هذه النماذج فهي: نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية، نموذج الإعلام العام، نموذج الاتجاهين غير المتوازن، والنموذج المتماثل ذو الاتجاهين، وقد تم استخدام هذه النماذج كإطار نظري للدراسة (Strömbäck and Kioussis, 2011, p 3).

3- المؤسسات الحكومية الفلسطينية (تعريف إجرائي): قطاعات تكون ملك للدولة الفلسطينية، إما أن تكون استثمارية ربحية أو استثمارية خيرية أو غير ذلك، وتسعى لخدمة الجمهور وتشرف عليها الدولة وتتكفل برواتب موظفيها، وهي: الأمانة العامة لمجلس الوزراء، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، المجلس الأعلى للشباب والرياضة، الهيئة العامة للشؤون المدنية، دار الإفتاء الفلسطينية، ديوان الرقابة المالية والإدارية، ديوان الموظفين العام، ديوان قاضي القضاة، سلطة الأراضي، سلطة الطاقة والموارد الطبيعية، سلطة المياه، مجلس القضاء الأعلى، مجلس تنظيم قطاع الكهرباء، هيئة التقاعد الفلسطيني، هيئة سوق رأس المال، وزارة الإعلام، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة الاقتصاد الوطني، وزارة الأشغال العامة والإسكان، وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، وزارة التربية والتعليم، وزارة الثقافة، وزارة الحكم المحلي، وزارة الداخلية، وزارة الدولة لشؤون التخطيط، وزارة الزراعة، وزارة السياحة والآثار، وزارة التنمية الاجتماعية، وزارة الخارجية، وزارة الصحة، وزارة العدل، وزارة العمل، وزارة المالية والتخطيط، وزارة النقل والمواصلات، هيئة شؤون الأسرى والمحررين، سلطة جودة البيئة، وزارة شؤون القدس، وزارة شؤون المرأة، مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، الهيئة العامة للمدن الصناعية، مؤسسة رعاية أسر الشهداء والجرحى، هيئة تشجيع الاستثمار

الفلسطينية، صندوق درء المخاطر والتأمينات الزراعية، اللجنة الوطنية للتربية والثقافة والعلوم، صندوق تطوير وإقراض البلديات، صندوق النفقة، ديوان الفتوى والتشريع، مؤسسة إدارة وتنمية أموال اليتامى، سلطة الطيران الفلسطيني، سلطة الموانئ البحرية، هيئة شؤون المنظمات الأهلية، المجلس الأعلى للإبداع والتميز، هيئة مقاومة الجدار والاستيطان، الهيئة العليا لشؤون العشائر للمحافظات الجنوبية، النيابة العامة، اللجنة الوطنية للمخيمات الصيفية، الهيئة الإسلامية المسيحية لنصرة القدس والمقدسات، الإدارة العامة للمعابر والحدود، المعهد القضائي الفلسطيني، سلطة المياه الفلسطينية، وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا، هيئة التوجيه السياسي الوطني، سلطة الأراضي الفلسطينية، هيئة تسوية الأراضي والمياه، المحكمة الدستورية العليا، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي(موقع دولة فلسطين – مجلس الوزراء، 2021).

الفصل الثاني

الإطار النظري

- مراجعة الأدبيات
- الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري

مقدمة:

سيناقش الفصل الثاني مراحل تطور علم العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، ومفهومها وأهميتها وأهدافها ووظائفها في المؤسسات وسيناقش اتخاذ القرار، إضافة إلى نظرية التميز ونماذج العلاقات العامة الأربعة لجرونج وهنت حيث تم استخدامهم في هذه الدراسة، واحتوى هذا الفصل على دراسات عربية ودراسات اجنبية ومقارنة هذه الدراسات مع أهم ما تميزت به هذه الدراسة.

العلاقات العامة الحكومية مفهومها ونشأتها وتطورها:

ظهرت العلاقات العامة في البداية في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا في وقت متزامن، ومرت بعدة مراحل حتى أصبحت جزء لا يتجزأ من المؤسسات الحكومية الأمريكية والكندية، كما ساعدت الحكومات بتنفيذ أهدافها المخططة وقبولها من قبل شعوبهم Lee, Likeiy, & Valin, (2017).

مثل بقية أشكال العلاقات العامة، ظهرت العلاقات العامة الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية عام (1890-1920) وذلك بعد مرورها بفترة إصلاح سياسي واقتصادي وظهرت مهنة العلاقات العامة في القطاع الخاص الأمريكي أولاً كوسيلة للتأثير على الرأي العام، ثم ظهرت في القطاع العام، كما قامت بعض الوكالات الحكومية باستخدام الدعاية لتنفيذ مصالحها كأداة من أدوات العلاقات العامة. عندما انخرطت الولايات المتحدة في الحربين العالميتين الأولى والثانية ظهر مصطلح "مستشار العلاقات العامة" الذي لقب به إدوارد بيرنيز (Edward Bernays) وأصبح متداولاً بين الناس بشكل كبير، وتبخرت كل القيود على العلاقات العامة حيث أثمرت جهود ممارسي العلاقات العامة في إقناع الشعب بالتضامن الوطني بمثابة مساهمة في النصر وساهمت في رفع المعنويات المدنية، وبشكل أكثر وضوحاً، هدفت العلاقات العامة إلى تحفيز المشاركة المدنية الملموسة في المجهود الحربي، مثل زيادة الإنتاج وحفظ الأمان (Lee et al, 2017).

لكن لم يكن الامر كذلك بالنسبة للحكومة الكندية، إذ ترتبط ممارسة العلاقات العامة ارتباطاً وثيقاً بحكومة كندا على مدار أربع فترات مختلفة من التاريخ، بدأ برنامج العلاقات العامة لمدة 300 عام استمر تحت حكم بريطانيا العظمى من 1763 إلى 1867 ثم في ظل الحكومة الكندية. أثناء وبين الحروب العالمية في هذه الفترة تطورت العلاقات العامة بشكل ملحوظ، وأنشأت الحكومة الكندية ممارسين مخلصين في صفوفها، إذ كان للحرب العالمية الثانية دوراً كبيراً في تطوير العلاقات العامة عبر الحكومة الكندية وتحفظ حكومة كندا بأكثر عدد من ممارسي العلاقات العامة حوالي 4000 في البلاد، وكان هناك القبول الأكبر لاتصال متماثل ثنائي الاتجاه في كندا مما هو عليه في الولايات المتحدة ناتج عن تقليد التسوية المتأصل في الثقافة الكندية (Lee et al, 2017).

تعد العلاقات العامة ضرورة ملحة للحكومات حيث أنها تساهم في فتح المجال أمام المؤسسات الحكومية للوصول إلى المواطنين مباشرة والتواصل معهم في اتجاهين وبطرق متنوعة وأقل تكلفة كالإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، كما وتساعد إدارات ووكالات السلطة التنفيذية للترويج لتطبيق القوانين (Lee et al, 2017).

يقع على عاتق ممارسي العلاقات العامة عدة أدوار، منها التواصل المباشر مع الجمهور، وتمكين المؤسسات الحكومية من نشر تقاريرها السنوية ونشراتها الإخبارية على مواقعها على الويب لتشجيع الوعي العام ببرامجها وأنشطتها، ونشر فيديوهات ومقابلات وغيرها من أشكال الاتصال الخارجي المباشر بين الحكومة والمواطن، إضافة إلى مشاركة المواطنين، والتواصل بشأن المخاطر والأزمات، والعمليات الإقليمية، والتواصل الداخلي، والاتصالات الإلكترونية والشراكة والرعاية، والتسويق والتعليم العام (Richardson, (2016)).

أما بالنسبة للدول العربية لا يوجد مصادر متعلقة بالعلاقات العامة الحكومية سوى بعض الدراسات في فلسطين، مثل: دراسة الكوع، درويش (2020): "مدى اعتماد الشرطة الفلسطينية على الأسلوب الإقناعي في مضامينها الاتصالية المنشورة من خلال الفيس بوك الهادفة لتعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة: دراسة تحليلية في إطار النماذج الأربعة للعلاقات العامة"، ودراسة الكوع، أبو عيسى (2020): "دور العلاقات الشخصية لممارسي العلاقات العامة في قطاع المصارف في فلسطين مع وسائل الإعلام في تحقيق أهداف المصارف الإعلامية دراسة مسحية في ضوء نموذج

التأثير الشخصي"، ودراسة النجار (2020): "مدى اعتماد الوزارات الفلسطينية على دوائر العلاقات العامة في اتخاذ القرار من وجهة نظر العلاقات العامة" وهي دراسة غير منشورة.

وبعض الدراسات العربية البسيطة، مثل: دراسة الجبوري، (2018) "تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الأردني"، ودراسة حسن، (2015) "نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية".

بعد الاطلاع على تاريخ العلاقات العامة الحكومية في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وكيف ساعدت أنشطة العلاقات العامة الحكومات بكسب ثقة الشعب وفرض قوانينهم عليهم وقبول الشعب لذلك دون مجابهة الحكومة، وجدت الباحثة أن وجود ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية أصبح من الضروري لما يقوم به ممارسو العلاقات العامة من تسهيل للمهام ودراسة احتياجات ورغبات الناس وتحقيق اتصال فعال ذو اتجاهين يخلق الوحدة والانسجام بين الشعب والحكومة، إضافة الى استشعار الأزمات التي يمكن أن تؤثر على المؤسسات الحكومية وينعكس أثرها بطريقة سلبية على الشعب، لذا أصبح من الصعب الاستغناء عن ممارسي العلاقات العامة.

تعريف العلاقات العامة:

تعددت الآراء حول مفهوم العلاقات العامة فقد تصور البعض بأن المفهوم قد يختلف باختلاف النظام السياسي السائد في البلد، فمن وجهة نظرهم أن المفهوم في النظام الرأسمالي يختلف عنه في النظام الاشتراكي، ولكن في الحقيقة لا يختلف المفهوم باختلاف الأنظمة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، إلا أن الاختلاف يكون في الواقع العملي للمؤسسة، أي المؤسسة التي تسعى إلى الربح تختلف عن أهداف مؤسسة أخرى لا تسعى إلى الربح، ومع ذلك حدد الباحثون في مجال العلاقات العامة عدة تعريفات منها (الخالق، 2015، ص 11-10):

- يعرفها إبراهيم إمام بأنها "علم يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي".

- أنشطة تسعى من خلالها العلاقات العامة في المؤسسة لبناء صورة ذهنية وتحسينها بعد الاطلاع على آرائهم ومقترحاتهم والتواصل معهم لتقديم المعلومات اللازمة لهم.

أهمية العلاقات العامة في المنظمات:

في عام 2016 أشار مناصري، ودرويش إلى أهمية العلاقات العامة في المنظمات إلى إنشاء علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي للمنظمة واستمرار هذه العلاقة وتحسينها للأفضل لكسب ثقتهم، وتحسين صورة المنظمات لدى الجماهير، وزيادة انتماء العاملين داخل المنظمة، إضافة إلى اهتمام المنظمة بتطوير علاقاتها مع المؤسسات الأخرى وجماهيرها المختلفة من خلال سماع آرائهم ومقترحاتهم وتقديم المعلومات التي تلزمهم

أهداف العلاقات العامة في المنظمة:

تهدف العلاقات العامة بشكل كبير إلى تحقيق السمعة الحسنة للمنظمة فهي أحد الدعائم الأساسية التي يقوم عليها كيان المنظمة، وتدعيم صورتها الذهنية التي تعد من أحسن المؤشرات على نجاح المنظمة أو فشلها لتحقيق المسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى الترويج للمبيعات للمنظمة سواء منتجات محلية أو جديدة التي يزيد تكاليف إعلانها عن المتحصل من المبيعات، وتحرص العلاقات العامة على كسب تأييد الجمهور الداخلي من خلال خلق تفاهم متبادل بين جماهير المنظمة، وتنمية

الشعور بالانتماء للمنظمة (فرجاني، 2018، ص 28).

وظائف العلاقات العامة:

تكمن وظائف العلاقات العامة في ثلاثة محاور (الخالق، 2015، ص 22-24):

1. وظائف العلاقات العامة بالجمهور الداخلي: تعزيز انتماء الموظفين داخل المنظمة من خلال زيادة ثقتهم بالمنظمة وتعريفهم بأهمية دورهم في المنظمة، والسماع لآرائهم واستفساراتهم وتقديم المعلومات التي تلزمهم لإكمال مهامهم على أكمل وجه.

2. وظائف العلاقات العامة بالجمهور الخارجي: تحقيق التفاهم المشترك مع الجمهور الخارجي من خلال مشاركتهم بسياسة المؤسسة لمساعدتهم على تكوين آرائهم تجاهها والسماع لهم لكسب تعاونهم.

3. الوظائف العلاقات العامة بالمنظمة ككل: التنبؤ بالأزمات لتخطيها أو منع وقوعها، خلق حلقة وصل بين الإدارة العليا والعاملين بالمؤسسة، تحقيق الانسجام بين أقسام العمل بالمنظمة وبين جماهيرها.

اتخاذ القرار:

مرحلة اتخاذ القرار تستخدم لمواجهة مواقف معينة حتى تتوافق مع أهداف المؤسسة، من خلال إجراء البحوث لجمع المعلومات وتحليلها ووضع حلول وبدائل واختيار القرار الذي يناسب الشركة، فقد تم تعريف اتخاذ القرار بأنه نهج، أو آلية للسلوك من بين عدد من البدائل والخيارات الممكنة ويمكن تعديلها أو إنشائها أو تغييرها، بما يتناسب مع أهداف المؤسسة (النجار، 2020، ص 17).

نظرية التميز:

نظرية التميز مرت بكثير من المراحل إلى أن وصلت إلى هذا المسمى وظهرت على يد جيمس جرونج، إذ كانت عبارة عن مجموعة متكاملة من النظريات متوسطة المدى التي تم تطويرها في السبعينيات والثمانينيات وتم استخدامها في الدراسة لمدة 15 عاماً برعاية مؤسسة أبحاث الرابطة الدولية لمتواصلي الاعمال (IABC)، وتم اختيار مصطلح "الامتياز" أثناء اجتماع تخطيط البحث مع المؤسسة (IABC) في عام 1984 (P 1, Grunig and Grunig, 2008, 327). حدد جرونج 12 سمة إدارية وتنظيمية للتميز كانت مرتبطة بالعلاقات العامة، وقد عرف التميز على أنه مجموعة من خصائص وظيفية للعلاقات العامة التي ارتبطت بالفعالية التنظيمية لتحقيق المنظمة الأهداف المختارة مع أصحاب المصلحة (Gruning, 2008, P 1).

بتوسيع نظرية التميز إلى نظرية علاقات عامة عالمية تستند إلى ما نسميه "المبادئ العامة والتطبيقات المحددة"، تقترح النظرية أنه يجب على المنظمة ممارسة العلاقات العامة بالطريقة

نفسها تمامًا في كل بلد، لذا تم طرح مجموعة مبادئ عامة حتى يتم تطبيقها في جميع أنحاء العالم، ويجب على محترفي العلاقات العامة النظر في ستة شروط عند تطبيق المبادئ (Grunig and Grunig, 2008, P 338):

- الثقافة بما فيها اللغة.
- النظام السياسي.
- النظام الاقتصادي.
- نظام الوسائط.
- مستوى التنمية الاقتصادية.
- مدى وطبيعة النشاط.

أما المبادئ التي تم وضعها تمثلت بعدة نقاط (Grunig, 2008, P 1-2):

1. تفعيل دور العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية: للتصدي للآزمات والتحديات المفاجئة التي قد تواجه المؤسسة او المنظمة.
2. الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والالتزام بأخلاقيات العمل: يجب أن تتصرف بطرق تحل المشكلات وتقي بأهداف أصحاب المصلحة وكذلك أهداف الإدارة العليا.
3. تخصيص قسم خاص للعلاقات العامة مختلف عن الوظائف الأخرى: فالعلاقات العامة بحد ذاتها هي كيان مستقل بمهامه المختلفة والمتنوعة ولا يجوز التعدي عليها.
4. أن يكون للعلاقات العامة ارتباط وثيق ومباشر مع الإدارة العليا: لتقديم تقارير أولية التي من شأنها مساعدة الإدارة العليا في اتخاذ قرارات صائبة من أجل مصلحة الجمهور والمؤسسة.
5. أن يكون مدير وحدة العلاقات العامة ذو كفاءة لممارسة العلاقات العامة بشكل متوازن: لتوجيه ممارسي العلاقات العامة في الدائرة إلى طرق جمع المعلومات من خلال البحث العلمي، والتنبؤ بآخر المستجدات والقضايا التي قد تواجه المؤسسة وتقديم الحلول اللازمة لها، وغيرها من المهام الأخرى كتحديد الميزانيات وأخذ قرارات استراتيجية...الخ.
6. السماح بالتنوع والكفاءة الوظيفية في مختلف المهام: أن تحتوي وحدة العلاقات العامة على مهنيين متنوعين (نساء، رجال، مجموعات عرقية مختلفة)، لتغطية مهام العلاقات العامة.

7. وجود اتصال داخلي متوازن بالمؤسسة: لزيادة رضا الموظفين عن وظائفهم وعن المنظمة.
8. دمج التخصصات الوظيفية الاحترافية للعلاقات العامة لتكون وظيفة متكاملة: أن يحق لممارسي العلاقات العامة في المؤسسة بالوصول إلى السلطة في جميع مستويات المؤسسة.
9. تطبيق النموذج المتمثل ثنائي الاتجاه: يعمل ممارس العلاقات العامة كحلقة وصل بين المنظمة والجمهور، وليس كمقنع، حتى يتم الحصول على التفاهم المشترك لدى الطرفين، وهو النموذج الذي يجب أن يطمح المحترفون لاستخدامه في تكتيكاتهم واستراتيجياتهم اليومية.

نماذج العلاقات العامة:

تعددت مفاهيم العلاقات العامة وهناك تعريفات أخرى لها سمات مشتركة أولها أنها وظيفة إدارية، وثانيًا: أن العلاقات العامة تتعلق بإدارة الاتصالات بين المنظمة وجمهورها، وثالثًا: أن العلاقات بين المنظمة وجمهورها هي جوهر العلاقات العامة، ورابعًا: أن هذه العلاقات يجب أن تكون مفيدة للطرفين، إلا أن James Gruning and Todd Hunt يؤكدون بأن العلاقات العامة تدور حول "إدارة الاتصال بين المنظمة والجمهور" (Strömbäck and Kioussis, 2011, p 3). وقام كل من Gruning و Hunt بوضع أسس لأربعة نماذج في العلاقات العامة، انسجمت مع أربع عصور واعتمدت على البحث والنظرية، وهي:

أولاً: نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية The Press Agency

كان هذا أول نموذج في تواصل العلاقات الاجتماعية، ظهر في القرن التاسع عشر في الولايات المتحدة الأمريكية (حسن، 2015، ص 96). ويتميز عن غيره من النماذج أنه ذو اتجاه واحد حيث ينشر المعلومات للجمهور كالترجيع الصحفي لحدث ترفيهي أو رياضي أو غير ذلك (Mclisky & Philips, 2011, p 118).

ويعد هذا النموذج من أقدم أشكال الاتصال المستخدمة في عمل ممارسي العلاقات العامة، ويعتمد ممارسوه على النشر فقط للجمهور دون الاهتمام بردود فعلهم ويهدف إلى الترويج أو البيع،

ويكون الاتصال الأساسي والرئيسي من المؤسسة إلى الجماهير الخارجية (عتوم، 2010، ص 19).

ثانياً: نموذج الاعلام العام The Public Information Model

في عام 2010 أشار العتوم أن هذا النموذج يختلف عن النموذج الأول من حيث أنه يعتمد على نشر الحقائق وصحة البيانات والتصريحات وليس بغرض البيع أو الترويج، إضافة إلى اعتماده على الصحافة كأداة للنشر، وهو باتجاه واحد من المؤسسة للجمهور في نقل المعلومات، وبالتالي فإنه لا يتطلب بصفة مستمرة إجراء البحوث والمسوح، وتكتفي العلاقات العامة فقط بمكتب للاستعلامات، وتعتمد هذا النموذج المؤسسات التي لا تهدف إلى تحقيق الأرباح والمؤسسات الحكومية والتعليمية. "ويزداد نشاط العاملين في توفير المعلومات كلما ازدادت حاجة الجماهير لهذه المعلومات" (ص 20).

ثالثاً: نموذج الاتجاهين غير المتوازن The Two-Way Asymmetrical Model

ظهر في أواخر القرن التاسع عشر وكان الهدف منه تغيير آراء الناس وسلوكهم بالإقناع ولم يهتم النموذج لتغيير آراء المؤسسات، ويستخدم في الاعمال التنافسية، إضافة إلى تلقي المؤسسات التغذية الراجعة، إذ كان التواصل باتجاهيين ولكنه لم يكن متوازن (Mclisky & Philips, 2011, p 118).

يعمل هذا النموذج بقيام المؤسسة بإرسال رسائلها الاتصالية للجمهور بهدف الإقناع لمعرفة آراء الجمهور عن المؤسسة واتجاهاته وميوله بهدف تحسين سمعة المؤسسة (حسن، 2015، ص 97).

رابعاً: النموذج المتماثل ذو اتجاهيين The Two-Way Model

ظهر في أواخر القرن العشرين ويكمل النماذج الثلاثة السابقة، ويؤكد على أهمية الاستماع في التواصل وإنشاء الحوار، وتسعى المؤسسة من خلال هذا النموذج إلى توظيف الأبحاث لتقديم

معلومات تسهل من عملية إقناع الجمهور بطريقة ترضي الطرفين، ويتميز هذا النموذج بتوظيف البحث والحوار لإقناع الجمهور (Mclisky & Philips, 2011, p 118).

إن نماذج الاتصال الأربعة السابقة مهمة في عمل ممارسي العلاقات العامة وخاصة في المؤسسات الحكومية، لذا لاحظت الباحثة ضرورة إجراء دراسة على الهيئات والوزارات الحكومية الفلسطينية لمعرفة أي من نماذج الاتصال تستخدم هذه المؤسسات ، ومعرفة إذا كان ممارسو العلاقات العامة يعتمدون النموذج الرابع لأنه يقوم على إقامة فهم متبادل وصولاً للانسجام لاعتماده عملية الاتصال اتجاهاً بين المنظمة وجماهيرها.

تعد نظرية التميز من النظريات المثالية التي سعت إلى تحسين الاحترافية للعلاقات العامة في مختلف المؤسسات والبلدان في جميع أنحاء العالم، وقد تم اعتماد نظرية التميز لهذه الدراسة لتوافق العديد من مبادئها مع الأسئلة البحثية للدراسة، وقد بينت الدراسة على المبدأ التاسع وهو تطبيق النموذج المتماثل ثنائي الاتجاه الذي يؤكد على ضرورة الوصول للتقاهم المشترك بين الجمهور والمؤسسة، هو النموذج الأكثر أخلاقية، وهذا يتناسب مع مشكلة الدراسة التي تهتم بمعرفة نوع النموذج الذي يعتمد عليه موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية اتصالهم مع الجمهور، إضافة إلى تفسير بعض الأسئلة البحثية وهي:

- ما هي الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية؟
- إلى أي مدى تساهم دوائر العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات الحكومية في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار؟
- ما مدى دعم الإدارة العليا في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية للعلاقات العامة؟

الدراسات السابقة:

تتبع أهمية هذا الجزء من الدراسة بتناوله بعض الدراسات التي تناولت عمل ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في مختلف الدول العربية والأجنبية حيث تم اختيار

رسائل متنوعة وتم ترتيبها من الأحدث إلى الأقدم، حيث إن بعض هذه الدراسات اعتمدت على نماذج الاتصال في تطبيقها للبحث، كما تساعد هذه الدراسات إلى التعرف على نوع النموذج المستخدم في المؤسسات الحكومية المختلفة وكيف يؤثر على عمل ممارسي العلاقات العامة في هذه المؤسسات.

الدراسات العربية:

1- دراسة درويش والكوع (2020) بعنوان "مدى اعتماد الشرطة الفلسطينية على الأسلوب الإقناعي في مضامينها الاتصالية المنشورة من خلال الفيس بوك الهادفة لتعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة: دراسة تحليلية في إطار النماذج الأربعة للعلاقات العامة"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد مؤسسة الشرطة الفلسطينية على أسلوب الاتصال الإقناعي في تعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة، وذلك من خلال تحليل محتوى صفحة الفيس بوك التابعة للشرطة الفلسطينية، خلال الفترة الممتدة من 1 تشرين أول/أكتوبر 2019 إلى 30 تشرين ثاني/نوفمبر 2019، وقد استخدم الباحثان في دراستهم نماذج العلاقات العامة الأربعة كإطار نظري، وأداة تحليل المحتوى كأداة رئيسية للبحث. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن مجموع المنشورات التي تعمل على حث الجمهور الفلسطينية لتعزيز السلم الأهلي، ومكافحة الجريمة بلغت 16% فقط وفق النموذج الاتصالي الثالث، في المقابل جاءت نسبة المنشورات ضمن النموذج الثاني الذي يعتمد على الإبلاغ والإخبار عن الأنشطة التي تقوم بها مؤسسة الشرطة هي 83.9%.

وقدمت الدراسة عدة توصيات منها: ضرورة إجراء دراسات مسحية للجمهور الفلسطيني، لقياس مدى رضا الجمهور عن أداء مؤسسة الشرطة الفلسطينية في تعزيز السلم الأهلي، ومكافحة الجريمة، وتصميم استراتيجية مخطط لها وفق الأصول العلمية، قائمة على دراسة الجمهور واحتياجاته، تضمن وجود رسائل إقناعية تتناسب وطبيعة الجمهور المستهدف.

تختلف دراسة درويش والكوع (2020) عن هذه الدراسة في أنها ركزت على مؤسسة واحدة وهي مؤسسة الشرطة الفلسطينية وكيف يتم استخدام أسلوب الاتصال الإقناعي في تعزيز السلم

الأهلي ومكافحة الجريمة، أما هذه الدراسة تتناول 30 مؤسسة حكومية فلسطينية مدنية تتمثل في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، من منظور نظرية التميز، ونماذج العلاقات العامة الأربعة، كما تختلف الدراسات من حيث الأداة المستخدمة فقد استخدمت الدراسة السابقة تحليل المحتوى بينما تعتمد الدراسة الحالية على أداة الاستبانة. وتتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أنها تستخدم النماذج الأربعة في إطارها النظري.

2- دراسة النجار (2020) بعنوان "مدى اعتماد الوزارات الفلسطينية على دوائر العلاقات العامة في اتخاذ القرار من وجهة نظر العلاقات العامة"

وهي دراسة ماجستير غير منشورة وقد هدفت لمعرفة دور دوائر العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية، ومدى تقديم التوصيات والاقتراحات للإدارة العليا فيما يخص التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي، ومعرفة مدى قيام الإدارات العليا في الوزارة باستشارة دائرة العلاقات العامة في مجال علاقتها مع الجمهور الخارجي والداخلي، وقد استندت الباحثة في دراستها على نظرية التميز كإطار نظري.

وقد استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة للبحث والتي تم تطبيقها على مجتمع الدراسة حيث ضمت (130) موظفاً وموظفة من العاملين والعاملات في دوائر ووحدات العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية في مدينة رام الله خلال العام 2020.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن الاتجاهات المتعلقة بالأدوار التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية كان مرتفعاً، بمتوسط حسابي (3.95)، أن مدى قيام الإدارة باستشارة دوائر العلاقات العامة في مجال علاقة المؤسسة مع الجمهور الخارجي والداخلي بمتوسط (3.86) وبتقدير مرتفع، إضافة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى اعتماد الوزارات الفلسطينية على دوائر العلاقات العامة في اتخاذ القرار تعزى للمتغيرات: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، التخصص، سنوات الخبرة في العمل الحكومي، سنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة، الجمهور، وجود دائرة العلاقات العامة.

وقدمت الدراسة عدت توصيات أهمها: ضرورة قيام دوائر العلاقات العامة بوظائفها الرئيسية المتمثلة بالبحث العلمي، التخطيط والاتصال والتنسيق والتقييم لتتمكن من القيام بواجبها على أكمل وجه، حيث بينت نتائج الدراسة أن عمل العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية يقتصر على سعي دائرة العلاقات العامة لتنظيم الاتصال بالهيئات والوزارات والمنظمات الأخرى، ضرورة توظيف الخدمات الإلكترونية لتسهيل عمل دوائر العلاقات العامة، حيث بينت نتائج الدراسة أن عمل العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية يقتصر على توفير خدمة البريد الإلكتروني لجميع العاملين في الوزارة.

تختلف دراسة النجار (2020) بتركيز الدراسة على مدى اعتماد الوزارات الفلسطينية على دوائر العلاقات العامة من ناحية اتخاذ القرار بينما هذه الدراسة تركز على بعض الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية حسب نماذج العلاقات العامة الأربعة ونظرية التميز، ولكن تتشابه الدراستان في استخدامهما لنظرية التميز كإطار نظري وخاصة مبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.

3- دراسة الجبوري (2018) بعنوان "تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني"

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى ممارسة أنشطة العلاقات العامة المتمثلة ب (التخطيط، البحوث، الاتصال، التقييم) في القطاع الحكومي الأردني من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة، واستخدم الباحث المنهج الكمي باتباع أسلوب الدراسات المسحية الارتباطية نظراً لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها من خلال توزيع استبانات على عينة الدراسة (222) من العاملين في العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني في وزارة الداخلية، ووزارة الأشغال العامة والإسكان، ووزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ووزارة التربية والتعليم، ووزارة الصحة، ووزارة البلديات وعددها (6) وزارات، وقد استخدم الباحث النموذج المتناسق باتجاهين

وتوصلت النتائج بأن المستوى الكلي لتقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني جاءت بمستوى مرتفع، وقد عزى الباحث هذه النتيجة إلى أن أقسام العلاقات العامة في القطاع الأردني تتبنى أساليب علمية ومنهجية تستند إلى الخبرات العلمية والتجارب العلمية، كما

وأظهرت النتائج أن مجال التخطيط جاء بالمرتبة الأخيرة وبمستوى تقييم متوسط، وقد تعزى النتيجة إلى أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني التي تدرك أهمية التخطيط في العلاقات العامة، وإنها لديها القدرة على فهم أهداف التخطيط ووسائله.

وأوصت الدراسة بضرورة تكريس الاهتمام من قبل إداريي العلاقات العامة بوضع الخطط الفعالة للعلاقات العامة بما يسهم في تفعيل دور العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، إضافة إلى استغلال الكوادر البشرية المؤهلة في تقييم الأنشطة ضمن معايير عملية ومنهجية تسهم في رفع تقييم أنشطة العلاقات العامة.

تختلف دراسة الجبوري 2018 عن هذه الدراسة أنها تناولت 6 وزارات فقط، أما هذه الدراسة سوف تتناول بعض الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية وبالتالي يمكن الحصول على نتائج أدق وأشمل، إضافة إلى أن دراسة الجبوري هدفت إلى قياس مستوى ممارسة أنشطة العلاقات العامة المتمثلة ب (التخطيط، البحوث، الاتصال، التقييم) في القطاع الحكومي الأردني، أما هذه الدراسة تسعى لمعرفة واستكشاف نماذج العلاقات العامة الاتصالية التي تتبعها دوائر العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، ونظرية التميز التي تتفق مع الدراسة أنه يجب أن يكون مدير وحدة العلاقات العامة ذا كفاءة لممارسة العلاقات العامة بشكل متوازن، حتى يستطيع توجيه ممارسين العلاقات العامة بالدائرة لإنجاز مهام العلاقات العامة بالشكل المطلوب.

4- دراسة حسن (2015)، بعنوان: " نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية"

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تطبيق نماذج العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المصرية والبحرينية، والوقوف على أهداف العلاقات العامة فيها، إضافة إلى معرفة استراتيجيات العلاقات العامة التي تتبعها هذه المؤسسات. استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم تطبيق نماذج العلاقات العامة في الدراسة وكان المجتمع الدراسي جميع العاملين في المؤسسات الحكومية المصرية والبحرينية سواء الوزارات أو الهيئات الحكومية المختلفة، لم يشير الباحث إلى استخدام أي نظرية بالدراسة، وتم اختيار عينة دراسية عشوائية بسيطة من ممارسي العلاقات العامة

في الوزارات والهيئات الحكومية في جمهورية مصر ومملكة البحرين ووزعت الاستبانات على 273 فرد، لم يتم استخدام أي نظرية في الدراسة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين طبقاً لنوع المؤسسة والوسائل الاتصالية المستخدمة لصالح المؤسسات الحكومية البحرينية، إضافة إلى استخدام المؤسسات الحكومية المصرية والبحرينية لنموذج الوكالة الصحفية وتهتم هذه المؤسسات بشكل كبير على تحقيق شعبية كبيرة عند جماهيرهم، ولكن لم تقدم الدراسة توصيات.

تختلف دراسة حسن (2015) عن هذه الدراسة أنها تمت بين دولتين وهم مصر والبحرين وشملت جميع المؤسسات الحكومية في كلتا الدولتين، أما هذه الدراسة اقتصر فقط على بعض الوزارات والهيئات الحكومية في فلسطين، وتشابهت دراسة حسن مع هذه الدراسة باستخدام نماذج العلاقات العامة في البحث، ولكن في هذه الدراسة سوف أتطرق لاستخدام بعض بنود نظرية التميز التي تتناول الإدارة الاستراتيجية في المؤسسات بشكل عام.

5- دراسة غفور (2015)، بعنوان: "مدى فاعلية إدارة العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية الكردية: دراسة ميدانية"

هدفت هذه الدراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية لإدارات العلاقات العامة وما يطرأ عليها من تطورات بالمؤسسات الاعلامية الكردية، ومعرفة مدى التطور المهني الذي يتبعه ممارسو العلاقات العامة في وظيفتهم.

استخدمت الدراسة نماذج العلاقات العامة كإطار نظري وتم اختيار عينة من القائمين على الاتصال قوامها 260 استبانة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: الأفراد الذين يعملون بإدارة العلاقات العامة تم توظيفهم بالوسائل والمعارف بنسبة 65%، كما أن شروط العمل في إدارة العلاقات العامة تعتمد على المؤهل واللغات والخبرة، إضافة إلى تدريب العاملين بإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية التي تعمل حيث جاء في المقدمة (نعم) بنسبة 50%، ثم (لا) في المرتبة الثانية بنسبة 50%، لم يذكر الباحث أي من التوصيات.

في دراسة غفور (2015) تم اعتماد نماذج العلاقات العامة لتطبيق البحث ولكن تم التركيز على دراسة الجانب الإداري من قبل موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية الكردية وكيف يتم تطوير الموظفين في مهنتهم، أما هذه الدراسة تركز على الوزارات والهيئات الحكومية ولم تقتصر على جهة معينة، إضافة إلى أن هذه الدراسة أعمق وأشمل لأنها تبحث في كل الأمور التي يمكن أن تواجه موظفي العلاقات العامة إضافة إلى استكشاف النموذج الذي يتم استخدامه في المؤسسات الحكومية الفلسطينية، ومعرفة أي بنود نظرية التميز التي يتم تطبيقها في هذه المؤسسات.

6- دراسة الزهري (2012)، بعنوان: "تقييم الإعلاميين للأداء المهني لممارسي العلاقات العامة بالمصالح الحكومية"

كان الهدف من هذه الدراسة معرفة الأسلوب الاتصالي الأكثر استخداما في العلاقات العامة في تواصلها مع الجمهور، وتقييم الإعلاميين في المصالح الحكومية السعودية للأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، ومعرفة مدى اعتماد مراسلي وسائل الاعلام على ممارسي العلاقات العامة في الحصول على معلومات، استخدمت نماذج العلاقات العامة الأربعة كإطار نظري بالدراسة.

اعتمدت الدراسة في إطارها المنهجي على منهج المسح للجمهور المستهدف وفقا لأهداف الدراسة، وأجرت الدراسة مقارنة بين الذكور والاناث من مراسلي وسائل الإعلام نحو الأداء الوظيفي لرجل العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 150 فرد من مراسلي وسائل الإعلام في السعودية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها اعتماد مراسلي وسائل الاعلام على موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية السعودية، إضافة إلى استخدام ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية السعودية للنموذج الرابع من نماذج جرونج، لم تقدم الدراسة توصيات.

ركز الزهري في دراسته على الإعلاميين ومدى اعتمادهم على العلاقات العامة في المصالح الحكومية السعودية فكانت عينة دراسته المراسلين الإعلاميين في المصالح الحكومية السعودية، أما

هذه الدراسة تركز على موظفي العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، وتتشابه الدراسات باستخدام نماذج العلاقات العامة في البحث، أما الاختلاف بين الدراستين هو أن هذه الدراسة سوف تتطرق لبنود نظرية التميز.

الدراسات الأجنبية:

7- دراسة Anderson (2020)، بعنوان: "دفعت ضريبة الدخل اليوم": كيف استخدمت حكومة الولايات المتحدة العلاقات العامة لإقناع مواطنيها بقبول ضريبة جماعية خلال الحرب العالمية الثانية"

"I paid my income tax today": How the U.S. government used public relations to persuade its citizens to accept a mass tax during World War II"

ركزت هذه الدراسة على دور العلاقات العامة الحكومية في أمريكا (مسؤولو وزارة الخزانة الأمريكية (الخزانة) ومكتب معلومات الحرب الأمريكي (OWI)) بإقناع معظم الأمريكيين بدفع الضرائب وليس فقط الاثرياء خلال الحرب العالمية الثانية، فقد أضافت هذه الدراسة فهم لتاريخ العلاقات العامة للحكومة وما قامت به من جهود العلاقات الاستراتيجية والعامة المتعمدة، لم يشر الباحث الى الإطار النظري في دراسته.

أظهرت نتائج الدراسة أنه من خلال حملة العلاقات العامة حقق المسؤولون الحكوميون الأمريكيون النتيجة المرجوة باستخدام الإقناع لمواءمة مصالحهم (ضريبة جماعية) مع مصالح المواطنين الأمريكيين (الذين أرادوا القيام بدورهم لكسب الحرب)، وكان للخطاب تأثير قوي على الجمهور الأمريكي لصالح الحكومة، إضافة الى استفادتهم من المؤثرين الذين يتراوحون من الزوجات الذين ينقلون الرسائل الضريبية إلى أزواجهم، وقادة الرأي إلى مجتمعاتهم، وشخصيات الترفيه للجماهير، لم تقدم هذه الدراسة توصيات.

ركز Anderson (2020) في دراسته على حكومة الولايات المتحدة الأمريكية إذ كانت تستخدم العلاقات العامة كوسيلة للتواصل مع الشعب وتحقيق أهدافها، وكان اهتمامه بتوضيح دور دوائر العلاقات العامة وكيف كانت هذه الدوائر حلقة وصل بين المنظمة والجمهور الخارجي، ولم توضح الدراسة النظرية التي اعتمدها بالدراسة، أما هذه الدراسة تستخدم نماذج العلاقات العامة

ونظرية التميز لدراسة الوزارات والهيئات الحكومية لمعرفة أي نموذج تستخدم للتواصل مع الجمهور وهل هناك حوار بين الجمهور والمنظمة.

8- دراسة Rahmanto (2019)، بعنوان "أنماط الاتصال للعلاقة الحكومية في العصر الرقمي: تحليل المحتوى على حساب تويتر للمديرية العامة للضرائب"

"Communication Patterns of Government Public Relation in the Digital Era: A Content Analysis on Twitter Account of the Directorate General of Taxes"

هدفت الدراسة وسائل التواصل الاجتماعي التي فرضت نهج جديد لأنشطة العلاقات العامة يعرف باسم العلاقات العامة عبر الإنترنت، وخاصة صفحة الحساب الرسمي للمديرية العامة للضرائب لمعرفة أي نمط من أنماط العلاقات العامة تستخدمها الصفحة، وتناولت الدراسة تحليل تغريدات صفحة تويتر.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل محتوى التغريدات في الفترة من يوليو إلى أغسطس 2018، وخرجت الدراسة بأن العلاقات العامة لا تزال تعتمد على الاتصال أحادي الاتجاه بدلاً من الاتصال ثنائي الاتجاه، إضافة إلى قيام العلاقات العامة باستخدام الصفحة لأغراض عدة منها 70.3% إعلام عام، 15.6% تناظر ثنائي الاتجاه، 12.2% إعلان، و 1.8% تباين ثنائي الاتجاه.

تختلف دراسة Rahmanto (2019) عن دراسة الباحثة بأنها اتجهت لوسائل التواصل الاجتماعي لدراسة الحساب الرسمي للمديرية العامة للضرائب لمعرفة أي نمط من أنماط العلاقات العامة تستخدم ولكن هذه الدراسة لا يمكنها التأكد من أن نتائجها دقيقة فتحليل المحتوى والتعليقات ليس كافي، وحتى تكون النتائج أدق كان لابد من إجراء مقابلات مع موظفين من دائرة العلاقات العامة، أما دراسة الباحثة أعمق وأشمل لأنها ستكون في الهيئات والوزارات الحكومية الفلسطينية ومن خلال العينة العشوائية البسيطة يمكن اختيار عينة بحث والتي من خلالها يتم الحصول على نتائج صادقة وفيها شفافية، إضافة إلى استخدام نظرية التميز.

9-دراسة Tantivejakul (2019)، بعنوان: "القصة التي لم تتغير أبداً: ثمانية عقود من إدارة العلاقات العامة الحكومية في تايلاند"

"The never changing story: Eight decades of the government public relations department of Thailand"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تطوير ممارسات إدارة العلاقات العامة الحكومية في تايلاند منذ إنشائها حتى عام 2016، لتمييز فترات تطورها ودورها في العلاقات العامة الحكومية، وللإشارة إلى العوامل التي تؤثر على تنميتها على أساس السياقات السياسية المتغيرة في البلاد، لم يشر الباحث للإطار النظري في دراسته.

قام الباحث بتحليل الوثائق كدليل بحثي بطريقة بسيطة لتقصي الحقائق، وأبرز نتائج الدراسة هي عدم التزام في تايلاند بالشفافية والاتصالات الثنائية، إلا أنها تعمل بفعالية وكفاءة في خططها، وتم استخدام منظمة إدارة العلاقات العامة الحكومية لصالح الحكومات أو السياسيين ولأحزاب محددة لمدة ثمانين سنة، واتبعت المنظمة الصمت كاستراتيجية اتصال بشأن قضية اذ يعد تكتيكاً معنى غير لفظي، لم تخرج الدراسة بتوصيات.

دراسة Tantivejakul (2019) اعتمدت المنهج التحليلي لمعرفة مدى تطوير ممارسات العلاقات العامة الحكومية في تايلاند منذ إنشائها حتى عام 2016 ولكن كان تركيز الدراسة من الناحية السياسية، أما هذه الدراسة تركز على جميع النواحي في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية لعام 2020 وتعتمد على الاستبانة للخروج بالنتائج، إضافة إلى استخدام نظرية التميز التي تتناول عدة أمور بالدراسة منها تفعيل دور العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومدى ارتباط العلاقات العامة في الإدارة العليا.

10- دراسة Lee & Cho (2018)، بعنوان: "استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في الوكالات الحكومية: تحليلات المحتوى لاستراتيجيات العلاقات العامة ومقارنة تكتيكات الرسائل بين كوريا الجنوبية والولايات المتحدة الأمريكية في 2011 و2014"

"Uses of social media in government agencies: Content analyses of public relations strategies and message tactics comparison between South Korea and the United States of America in 2011 and 2014"

ركزت الدراسة على المنظمات الحكومية لوسائل الإعلام الاجتماعية في دولتين: كوريا الجنوبية والولايات المتحدة وعلى استخداماتهم. استخدم الباحثان المنهج التحليلي، وتم إجراء تحليلين للمحتوى في فترتين زمنيتين: 2011-2014، وكانت أبرز نتائج الدراسة أن غالبية المنظمات الحكومية في كلا البلدين تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ضمن نموذج المعلومات العامة (لنشر المعلومات)، متبوعاً بالنموذج غير المتماثل ثنائي الاتجاه (للاقناع)، إن المنظمات الحكومية تستخدم Facebook و Twitter بشكل شائع في كلا البلدين.

أما بالنسبة لأنواع استراتيجية الرسائل في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، كانت استراتيجية نشر المعلومات الإعلامية هي الأكثر ملاحظة في كلا البلدين (كوريا الجنوبية: 97.4%، n = 75؛ الولايات المتحدة: 100%، n = 116)، فيما يتعلق باستراتيجيات الرسائل الأخرى، كانت المنظمات الحكومية الكورية الجنوبية أكثر عرضة لاستخدام استراتيجية الرسائل التشاركية للمبادرة (53.2%، n = 41) من استراتيجية الرسائل الموثوقة (5.2%، n = 4؛ RQ5)، ومع ذلك، استخدمت المنظمات الحكومية الأمريكية استراتيجية أكثر موثوقية للرسالة (34.5%، n = 40) من استراتيجية الرسائل التشاركية للمبادرة (6%، n = 7).

اتجهت دراسة Lee & Cho (2018) إلى وسائل التواصل الاجتماعي في الوكالات الحكومية لمجاعة العصر الرقمي وتم إجراء مقارنة بين استراتيجيات العلاقات العامة وتكتيكات الرسائل بين كوريا الجنوبية والولايات المتحدة الأمريكية في 2011 و2014، أما هذه الدراسة لم تركز على وسائل التواصل الاجتماعي، حتى يتم الحصول على نتائج دقيقة من جميع المؤسسات الحكومية الفلسطينية لعام 2020، وهذه الدراسة استخدمت نماذج العلاقات العامة الأربعة وبعض

بنود نظرية التميز حتى يتم مناقشة النتائج والحصول على توصيات لتحسين أداء الممارسين نحو الأفضل وفقاً لبنود نظرية التميز.

التعقيب على الدراسات السابقة المذكورة أعلاه:

استعرضت الباحثة فيما سبق العديد من الدراسات العربية والأجنبية ذات المساس المباشر وغير المباشر بموضوع الدراسة، وذلك بقصد التعرف على الآراء والتوجهات العلمية حول المشكلة البحثية، ومن خلال هذه الدراسات تم حصد العديد من الجوانب تخدم الدراسة القائمة، ويمكن تلخيصها كالآتي:

- استفادت الباحثة من خلال اطلاعها على الدراسات السابقة في معرفة الأساليب البحثية، وفي تحديد مشكلة وأهداف الدراسة، ونظراً لغياب أو قلة الدراسات عن عمل العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، جاءت هذه الدراسة لقيامها بمعرفة نماذج العلاقات العامة المستخدمة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، ومعرفة أهم بنود نظرية التميز التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في هذه المؤسسات.

- الاستفادة بتشكيل الإطار النظري لموضوع الدراسة، وذلك من خلال المراجعة العلمية للأدبيات التي تناولت نماذج العلاقات العامة ونظرية التميز، ومعرفة الفجوات التي لم تغطيها الأبحاث ليتم تغطيتها في هذا البحث، كما أن بعض الدراسات أضافت توصيات ساعدت على تشكيل الدراسة.

تتميز هذه الدراسة باختلافها عن باقي الدراسات في أنها -في حدود علم الباحثة- أو لدراسة تبحث في نماذج الاتصال في العلاقات العامة لدى الهيئات والوزارات الحكومية الفلسطينية، وظهور نتائج هذه الدراسة يساعد المجتمع الدراسي بتطوير دوائر العلاقات العامة لصالح المجتمع والهيئات والوزارات الحكومية، إضافة إلى استخدام هذه الدراسة بعض بنود نظرية التميز التي تناولت عدة جوانب كتفعيل دور العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتخصيص قسم خاص للعلاقات العامة مختلف عن الوظائف الأخرى، وغيرها من الجوانب، حتى يتم تقييم نتائج الدراسة وتقديم التوصيات التي تدعم ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية للوصول إلى الاحترافية.

الفصل الثالث

الإطار العملي

- منهج الدراسة
- مجتمع البحث
- عينة الدراسة
- أداة الدراسة
- صدق الأداة
- إجراءات الدراسة
- المعالجة الإحصائية

الفصل الثالث

الإطار العملي

مقدمة:

سيناقش هذا الفصل المنهجية والإجراءات التي استخدمها في هذه الدراسة، والتي احتوت على منهج الدراسة المتبع، ومجتمع الدراسة والعينة، وعرض الخطوات والإجراءات العملية التي اتباعها في بناء أدوات الدراسة وخصائصها، ثم عرض لمتغيراتها، والإشارة إلى أنواع الاختبارات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

منهج الدراسة:

سوف تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على دراسة الظاهرة محل البحث ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة، ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً، يوضح مقدار هذه الظاهرة، أو حجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى، كما أن المنهج الوصفي يدرس العلاقة بين المتغيرات، ويصف درجة العلاقة بين هذه المتغيرات وصفاً كمياً، وذلك باستخدام مقاييس كمية، لهذا إن المنهج الوصفي التحليلي هو الأنسب لهذه الدراسة، ويحقق أهدافها بالشكل الذي يضمن الدقة، والموضوعية.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، المتمثلة فيما يلي:

جدول 1: مجتمع الدراسة

#	الجهة	#	الجهة	#	الجهة
1.	الأمانة العامة لمجلس الوزراء	2.	وزارة الداخلية	3.	وزارة الخارجية
4.	وزارة الإعلام	5.	وزارة الأشغال العامة والإسكان	6.	وزارة العدل
7.	وزارة الأوقاف والشؤون الدينية	8.	وزارة الاقتصاد الوطني	9.	وزارة المالية والتخطيط
10.	وزارة شؤون القدس	11.	وزارة التربية والتعليم	12.	وزارة شؤون المرأة

13.	وزارة التنمية الاجتماعية	14.	وزارة الصحة	15.	وزارة العمل
16.	وزارة الحكم المحلي	17.	وزارة السياحة والآثار	18.	وزارة الزراعة
19.	وزارة الثقافة	20.	سلطة المياه	21.	وزارة النقل والمواصلات
23.	ديوان الفتوى والتشريع	24.	ديوان الرقابة المالية والإدارية	25.	ديوان الموظفين العام
26.	هيئة مقاومة الجدار والاستيطان	27.	هيئة التوجيه السياسي والوطني	28.	هيئة شؤون الأسرى والمحررين
29.	هيئة مكافحة الفساد	30.	هيئة تسوية الأراضي والمياه	31.	المجلس الأعلى للشباب والرياضة
32.	وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات	33.	الهيئة العامة للشؤون المدنية	34.	الجهاز المركزي للإحصاء
35.	سلطة الأراضي	36.	سلطة الطاقة والموارد الطبيعية	37.	سلطة جودة البيئة

عينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في 37 وزارة وهيئة حكومية فلسطينية، تم استثناء وزارة الخارجية منها لعدم وجود دائرة علاقات عامة فيها، واستثناء وزارة التنمية الاجتماعية لأن مدير العلاقات العامة رفض التعاون، حيث أصبح مجتمع الدراسة 35 وزارة وهيئة، وتم اختيار 30 منها بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث استخدمت هذه الدراسة العينة العشوائية البسيطة بحيث تكون ممثلة لمجتمع الدراسة. تم احتساب العينة من خلال موقع Survey Monkey (Sample Size Calculator)، بدرجة ثقة 95%، وهامش خطأ 5. ثم تم اختيار العينة عن طريقة القرعة بعد إعطاء كل وزارة رقماً كما في الجدول رقم (1) أعلاه. فتمثلت العينة كما في الجدول (2) أدناه.

جدول 2: عينة الدراسة

#	الجهة	#	الجهة	#	الجهة
1.	الأمانة العامة لمجلس الوزراء	2.	وزارة الداخلية	3.	هيئة مكافحة الفساد
4.	وزارة الإعلام	5.	وزارة الأشغال العامة والإسكان	6.	وزارة العدل
7.	وزارة الأوقاف والشؤون الدينية	8.	وزارة الاقتصاد الوطني	9.	وزارة المالية والتخطيط
10.	مجلس القضاء الأعلى	11.	وزارة التربية والتعليم	12.	وزارة شؤون المرأة
13.	الجهاز المركزي للإحصاء	14.	وزارة الصحة	15.	وزارة العمل
16.	وزارة الحكم المحلي	17.	وزارة السياحة والآثار	18.	وزارة الزراعة
19.	وزارة الثقافة	20.	المجلس الأعلى للشباب والرياضة	21.	وزارة النقل والمواصلات

22.	ديوان الفتوى والتشريع	23.	ديوان الرقابة المالية والإدارية	24.	سلطة الطاقة والموار الطبيعية
25.	هيئة مقاومة الجدار والاستيطان	26.	هيئة التوجيه السياسي والوطني	27.	هيئة شؤون الأسرى والمحررين
28.	سلطة جودة البيئة	29.	الهيئة العامة للشؤون المدنية	30.	وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات

وفيما يلي وصف لخصائص مجتمع الدراسة حسب متغيراته:

جدول 3: توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
الموقع الوظيفي	مدير	19	63.3
	مدير عام	4	13.3
	موظف إداري	3	10.0
	رئيس قسم	4	13.3
	المجموع	30	100.0
عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة	1-3 موظفين	10	33.3
	من 4-6	15	50.0
	أكثر	5	16.7
	المجموع	30	100.0

يتضح من الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

أداة الدراسة:

لجمع البيانات من المبحوثين سوف تستخدم الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية، والتي تعرف على أنها وسيلة من وسائل البحث العلمي، يلجأ لها الباحث لاستقراء المجتمع والعينة وجمع المعلومات التي تتعلق بهم وفهم العلاقات بينهم من خلال البرهنة ومشاهدة أصحاب العلاقة (حمدي، 2017، ص 112)، وتسعى الدراسة إلى استخدام الاستبيان كوسيلة للحصول على المعلومات وتوزيعه على العينة العشوائية البسيطة لدى دوائر العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، إلا أنه تم التعديل على فقرات الاستبانة وذلك بحذف فقرات وإضافة فقرات

جديدة بما يتناسب مع الظروف والبيئة المحيطة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية، وتوصيات المشرف والمحكمين.

وتم توزيع استبانة واحدة على كل دائرة من دوائر العلاقات العامة في بعض الوزارات والهيئات الحكومية قيد الدراسة، وتضمنت الاستبانة سبعة مجالات بالإضافة إلى المعلومات الديمغرافية، وفقاً لنماذج العلاقات العامة الأربعة، هي: (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف، ومدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة، ومدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة، و النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة، ومدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة، ومستوى الخبرة التي يمتلكها القسم، و تجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة). وقد قامت الباحثة بتصميمها وتطويرها كأداة لجمع المعلومات، وذلك وفقاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري المتعلق بممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين.
2. مراجعة الأبحاث والدراسات والكتب التي بحثت في نماذج العلاقات العامة الأربعة.
3. المناقشات والأفكار مع المشرف والمحكمين والمتخصصين في مجال الدراسة.

وقد تكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزأين:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة

الجزء الثاني: واشتمل على (87) فقرة موزعة على سبعة مجالات هي: (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف، ومدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة، ومدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة، والنماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة، ومدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة، ومستوى الخبرة التي يمتلكها القسم، وتجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة)، كما يبين الجدول 4:

جدول 4: فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف	5
2	مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة	11
3	مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة	4
4	النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة	15
5	مدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة	13
6	مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم	28
7	تجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة	11
87	المجموع	

وقد أعطيت درجات الفقرات ال 87 من خلال مقياس ليكرت الخماسي كما يبين الجدول رقم (5)

جدول 5: مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي

المجال	الاستجابة				
مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف	يشارك دائماً	يشارك في الغالب	يشارك أحياناً	نادراً ما يشارك	لم يشارك ابداً
مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة	يشارك دائماً	يشارك غالباً	يشارك أحياناً	يشارك نادراً	لم يشارك أبداً
مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة	موافق بشدة	أوافق إلى حد ما	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة	موافق بشدة	أوافق إلى حد ما	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
مدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة	أشارك دائماً	أشارك في الغالب	أشارك في بعض الأحيان	نادراً ما أشارك	لم أشارك أبداً
مستوى الخبرة التي	خبرة كبيرة	خبرة متوسطة	بعض الخبرة	خبرة محدودة	بدون خبرة

يملكها القسم					
تجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة	موافق بشدة	أوافق الى حد ما	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

يبين الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يبين الجدول الاستجابية على كل مجال ودرجتها.

صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في شؤون الدراسات الإعلامية والتخصصات الأخرى، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى المحكمون بضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات، ولقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من سبعة مجالات و (87) فقرة وبذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (ملحق 2).

ثبات الأداة:

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha والجدول (6) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

جدول 6: معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف	5	94.6
2	مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة	11	95.8
3	مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة	4	95.3
4	النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة	15	82.9

5	مدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة	13	94.2
6	مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم	28	97.9
7	تجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة	11	92.0
	الثبات الكلي للأداة	87	98.9

يتضح من الجدول رقم (6) أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (82.9-97.9) للمجالات الرابع (النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة) والسادس (مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (98.9) وهو معامل ثبات عالٍ وفي أغراض البحث العلمي.

إجراءات الدراسة:

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد مجتمع الدراسة.
- الحصول على موافقة الجهات ذات الاختصاص. (ملحق 1)
- قامت الباحثة بتوزيع الأداة إلكترونياً، وقد تم استرجاع (30) استبانة صالحة للتحليل ليشكل العدد (30) عينة الدراسة.
- إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

متغيرات الدراسة:

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ-المتغيرات الديمغرافية:

- الموقع الوظيفي: وله أربع مستويات (مدير، ومدير عام، وموظف إداري، ورئيس قسم)

- عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة: وله ثلاث مستويات (من 1-3 موظفين، من 4-6 موظفين، وأكثر من ذلك)

ب- المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات المبحوثين من موظفي المؤسسات الحكومية الفلسطينية في الضفة الغربية على فقرات أداة الدراسة التي تتعلق بأدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في الضفة الغربية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة.

المعالجة الإحصائية:

بعد تفريغ إجابات أفراد العينة على الأداة الأولى (الاستبانة) جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.

2) معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار.

3) مصفوفة بيرسون لدلالة العلاقة بين المتغيرات (Pearson Correlation Matrix) لدلالة العلاقة بين النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة هذه المؤسسات للعلاقات العامة ونجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

- النتائج العامة للدراسة
- اختبار فرضيات الدراسة

الفصل الرابع

عرض النتائج

مقدمة:

يتناول هذا الفصل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في ضوء أسئلتها وفرضيتها، حيث تم عرض نص السؤال أو الفرضية، ثم الإشارة إلى نوع المعالجات الإحصائية المستخدمة، ثم جدول البيانات، ووضعها تحت عناوين مناسبة، ثم استنتاج النتائج.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى أدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في الضفة الغربية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة، ومن أجل تحقيق ذلك استخدمت الباحثة استبانة مؤلفة من سبعة مجالات و(87) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (30) من موظفي المؤسسات الحكومية الفلسطينية في الضفة الغربية.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

فيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساساً للبحث وهي النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس

والذي ينص على: ما هي نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة المتمثلة في (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف، و مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة، و مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة، و النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة، و مدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة، ومستوى الخبرة التي يمتلكها القسم، و تجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة)؛ إذ حسبت طول المدى وهو $(5-1=4)$ ثم قسمته على 5 فترات $(4/5=0.8)$ وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمدت الباحثة التقدير التالي، للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يلي:

- المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة كبيرة جداً.
- المتوسط الحسابي (3.41-4.20 ويعادل 68.2%-84.0%) درجة كبيرة.
- المتوسط الحسابي (2.61-3.40 ويعادل 52.2%-68.0%) درجة متوسطة.
- المتوسط الحسابي (1.81-2.60 ويعادل 36.2%-52.2%) درجة قليلة.
- المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة قليلة جداً.

والجداول التالية يوضح ذلك.

جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للسؤال الرئيسي

رقم المجال	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	1	مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف	4.38	0.78	87.6	كبيرة جداً
2	3	مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة	4.24	0.86	84.8	كبيرة جداً
3	6	مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم	4.20	0.81	84.0	كبيرة
4	2	مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة التي تمارسها المؤسسة	4.11	0.84	82.2	كبيرة
5	5	مدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة	4.05	0.74	81.0	كبيرة
6	7	تجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة	4.01	0.77	80.2	كبيرة
7	4	النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة	3.89	0.51	77.8	كبيرة
الدرجة الكلية			4.13	0.70	82.6	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (7) أن درجة مجالات نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.89) و (4.38) وهما المجالات (النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة) و (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.13).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول

والذي ينص على: إلى أي مدى تساهم دوائر العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات الحكومية في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثاني (مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة)، والجدول (8) يبين ذلك:

جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الأول

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة	4.53	0.86	90.6	كبيرة جداً
2	1	إجراء البحوث الدورية	4.43	1.07	88.6	كبيرة جداً
3	9	تقدم دائرة العلاقات العامة المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات	4.36	0.92	87.2	كبيرة جداً
3	7	تعتبر دائرة العلاقات العامة قريبة من دائرة صنع القرار في الوزارة	4.36	0.92	87.2	كبيرة جداً
4	8	تهتم الإدارة العليا بآراء واقتراحات دائرة العلاقات	4.30	1.08	86.0	كبيرة جداً

				العامة		
5	4	4.26	0.90	85.2	كبيرة جداً	يتم اشراك العلاقات العامة في الاجتماعات المهمة في الوزارة
6	3	4.20	1.06	84.0	كبيرة	جمع المعلومات لاستخدامها من قبل الإدارة العليا في صنع القرار
7	10	4.03	0.96	80.6	كبيرة	تساهم دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للوزارة
8	11	3.76	1.10	75.2	كبيرة	تزود العلاقات العامة الإدارة العليا برجع الصدى (التغذية الراجعة) من الجمهور الفلسطيني فيما يخص أنشطة الوزارة
9	6	3.53	1.25	70.6	كبيرة	تساهم دائرة العلاقات العامة في عملية التحليل الرباعي (SWOT Analysis) للوزارة عند وضع الخطط
10	5	3.50	1.19	70.0	كبيرة	توظف الإدارة العليا التغذية الراجعة من دائرة العلاقات العامة في الإجراءات التحسينية والتطويرية التي تتخذها
		4.11	0.84	82.2	كبيرة	الدرجة الكلية

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8) أن فقرات (مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة التي تمارسها المؤسسة) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.50) و

(4.53) وهما الفقرات (توظف الإدارة العليا التغذية الراجعة من دائرة العلاقات العامة في الإجراءات التحسينية والتطويرية التي تتخذها) و (إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.70).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني

والذي ينص على: ما مدى دعم الإدارة العليا في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية للعلاقات العامة؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثالث (مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة)، والجدول (9) يبين ذلك:

جدول 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الثاني

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	القسم الخاص بي من بين أهم الإدارات في المؤسسة	4.40	0.81	88.0	كبيرة جداً
1	1	تقدم المؤسسة كل الدعم اللازم لنجاح إدارتنا	4.40	0.85	88.0	كبيرة جداً
2	3	تقدم المؤسسة للعلاقات العامة الدعم المالي اللازم للقيام بمهامها على أكمل وجه	4.26	0.98	85.2	كبيرة جداً
3	4	في حال إخفاق العلاقات العامة في أي من الأنشطة فإن الإدارة العليا تقف إلى جانبها وتشجعها على تخطي ذلك	3.90	1.15	78.0	كبيرة
		الدرجة الكلية	4.24	0.86	84.8	كبيرة جداً

أقصى درجة لفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (9) أن فقرات (مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.90) و (4.40) وهما الفقرات (في حال إخفاق العلاقات العامة في أي من الأنشطة فإن الإدارة العليا تقف إلى جانبها وتشجعها على تخطي ذلك) و (القسم الخاص بي من بين أهم الإدارات في المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.24).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث

والذي ينص على: ما هي النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، للمج الأداة الدراسة الرابع (النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية)، والجدول (10، و11) يبين ذلك:

جدول 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للنماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	3	نموذج الاتجاه غير المتوازن	4.24	0.85	84.8	كبيرة جداً
1	1	نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية	4.18	0.82	83.6	كبيرة جداً
2	2	نموذج الإعلام العام	4.08	0.97	81.6	كبيرة جداً
3	4	النموذج المتماثل ذو الاتجاهين	3.77	0.51	75.4	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (10) أن أعلى النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً كانت لنموذج الاتجاه غير المتوازن، يليه نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية، ثم نموذج الأعلام العام، وأخيراً النموذج المتمثل ذو الاتجاهين.

أما بالنسبة لفقرات النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

جدول 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الثالث

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	10	قبل البدء في تنفيذ برنامج العلاقات العامة، ننظر في استطلاعات الرأي للتأكد من أن هذه البرامج تلقى تقبل الجمهور وضمن اهتماماته	4.60	0.62	92.0	كبيرة جداً
2	5	في العلاقات العامة ننشر معلومات دقيقة ومناسبة للجمهور	4.46	0.86	89.2	كبيرة جداً
3	1	في مؤسستي العلاقات العامة والدعاية تعني الشيء نفسه	4.36	0.96	87.2	كبيرة جداً
4	2	الغرض من العلاقات العامة هو الترويج للمؤسستا.	4.30	1.02	86.0	كبيرة جداً
5	7	بعد الانتهاء من برنامج العلاقات العامة نقوم بإجراء بحث لتحديد مدى فعالية البرنامج في تغيير مواقف الجمهور المستهدف	4.23	0.89	84.6	كبيرة جداً
6	3	يتم اختيار الدعاية دون الأخذ بعين الاعتبار وجهة نظر الجمهور	4.10	0.95	82.0	كبيرة
7	9	نحدد مدى نجاح حملتنا الإعلامية من خلال عدد الأشخاص الذين يحضرون حدثاً أو يستخدمون خدمة جديدة	4.06	0.98	81.2	كبيرة
8	4	كتابة الأخبار والنشر هي على أولويات دائرة العلاقات العامة	3.96	0.96	79.2	كبيرة
9	14	تتبنى دائرة العلاقات العامة في الوزارة	3.76	1.00	75.2	كبيرة

				مواقف تتوافق مع رأي الجمهور		
كبيرة	74.0	1.05	3.70	قبل البدء في برنامج العلاقات العامة نجري دراسات استقصائية لمعرفة مدى فهم إدارتنا والجمهور لبعضهم البعض	12	10
كبيرة	73.2	0.95	3.66	تعديل الوزارة من سياساتها وفقاً للتغذية الراجعة من الجماهير	15	11
كبيرة	73.2	1.24	3.66	الغرض من العلاقات العامة هو تغيير مواقف وسلوكيات إدارتنا بقدر ما هو تغيير مواقف الجمهور الذي تؤثر عليه.	11	11
كبيرة	71.2	1.04	3.56	الغرض من العلاقات العامة هو تحقيق التفاهم المتبادل بين مؤسستنا والجمهور	13	12
كبيرة	68.6	1.19	3.43	قبل البدء في أي برنامج العلاقات العامة الجديدة نقوم بإجراء بحث لتحديد الموقف العام تجاه منظمنا وكيف يمكن تغيير هذه المواقف	6	13
قليلة	50.6	1.10	2.53	في العلاقات العامة هدفنا العام هو إقناع الجمهور بالتصرف كما تريد المؤسسة	8	14
كبيرة	77.8	0.51	3.89	الدرجة الكلية		

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (11) أن فقرات (النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية) كانت جميعها بين القليلة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.52) و (4.60) وهما الفقرات (في العلاقات العامة هدفنا العام هو إقناع الجمهور بالتصرف كما تريد المؤسسة) و (قبل البدء في تنفيذ برنامج العلاقات العامة، ننظر في استطلاعات الرأي للتأكد من أن هذه البرامج تلقي تقبل الجمهور وضمن اهتماماته) ، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.89) .

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع

والذي ينص على: ما هي الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الخامس (مدى المشاركة في أعمال ممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين)، والجدول (12) يبين ذلك:

جدول 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الرابع

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	9	أقوم بالتصوير الفوتوغرافي وتغطية الأنشطة	4.53	0.81	90.6	كبيرة جداً
2	13	أنا مستشار أول لكبار صانعي القرار عندما يتعلق الأمر بقضايا الاتصال أو العلاقات العامة	4.40	1.00	88.0	كبيرة جداً
3	3	مسؤول عن إنتاج مواد العلاقات العامة والاتصال	4.36	0.85	87.2	كبيرة جداً
4	8	أقدم لصانعي القرار الاقتراحات والتوصيات والخطط الخاصة بخطط الاتصال الخارجي والداخلي	4.26	1.04	85.2	كبيرة جداً
4	12	يعتبرني زملائي خبير في قضايا الاتصال والعلاقات العامة	4.26	1.11	85.2	كبيرة جداً
5	6	ألاحظ أن زملائي في مؤسستي يحملونني مسؤولية نجاح أو فشل برامج الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة	4.23	0.89	84.6	كبيرة جداً
6	7	أبقي زملائي في المؤسسة على اطلاع على تقارير وسائل الإعلام حول المؤسسة وانشطتها	4.20	1.09	84.0	كبيرة
6	10	أنا مسؤول عن نشر التصريحات والبيانات الإخبارية	4.20	0.96	84.0	كبيرة
7	5	أأخذ قرارات خاصة بسياسة الاتصال	4.10	0.92	82.0	كبيرة

				والعلاقات العامة الخاصة بمؤسستي		
كبيرة	76.0	0.96	3.80	أقوم ببناء علاقات إعلامية لمؤسستي	4	8
كبيرة	71.2	1.10	3.56	أصدر كتيبات ونشرات ومطبوعات أخرى	1	9
متوسطة	67.2	1.09	3.36	أتحمل مسؤولية نجاح أو فشل برامج الاتصال أو العلاقات العامة في مؤسستي	2	10
متوسطة	67.2	1.03	3.36	أقوم بتحرير أو مراجعة القواعد والإملاء في المواد المكتوبة من قبل الإدارات الأخرى	11	10
كبيرة	81.0	0.74	4.05	الدرجة الكلية		

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (12) أن فقرات (مدى المشاركة في أعمال ممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.36) و (4.53) وهما الفقرات (أقوم بتحرير أو مراجعة القواعد والإملاء في المواد المكتوبة من قبل الإدارات الأخرى) و (أقوم بالتصوير الفوتوغرافي وتغطية الأنشطة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.05).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس

والذي ينص على: هل تمتلك دوائر العلاقات العامة الخبرة اللازمة في الوظائف المختلفة للعلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة السادس (مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم في المؤسسة)، والجدول (13) يبين ذلك:

جدول 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد الخامس

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	18	الحصول على أقصى قدر من الدعاية حول حدث ما	4.53	0.97	90.6	كبيرة جداً
1	11	كتابة الخطب	4.53	0.97	90.6	كبيرة جداً
2	15	إعداد ميزانية الدائرة	4.50	0.90	90.0	كبيرة جداً
3	10	فهم القيم الإخبارية للصحافة	4.46	0.89	89.2	كبيرة جداً
4	8	تصميم إعلان	4.43	0.97	88.6	كبيرة جداً
4	26	إدارة استجابة المنظمة للقضايا	4.43	0.89	88.6	كبيرة جداً
4	14	إنتاج محتوى صوتياً ومرئياً (رسومات، عروض شرائح، مقاطع فيديو، برامج إذاعية)	4.43	0.81	88.6	كبيرة جداً
5	16	توظيف النظرية الموقفية في الحملات	4.40	0.89	88.0	كبيرة جداً
5	6	إقناع مراسل صحفي بالنشر حول المؤسسة أو العلاقة مع الصحفيين	4.40	0.96	88.0	كبيرة جداً
6	7	توظيف نظريات حل النزاعات في التعامل مع الجمهور	4.33	0.95	86.6	كبيرة جداً
7	27	العمل كصحفيين داخل مؤسستك	4.30	1.02	86.0	كبيرة جداً
7	25	استخدام البحث لتقسيم الجمهور	4.30	1.08	86.0	كبيرة جداً
7	17	تقسيم الجمهور لفئات للتأثر على دوافعهم	4.30	1.05	86.0	كبيرة جداً
7	1	تفاعل الجمهور مع المؤسسة	4.30	1.02	86.0	كبيرة جداً
8	20	كتابة النشرات الإخبارية والمقالات	4.23	1.07	84.6	كبيرة جداً
9	5	إنتاج المطبوعات	4.16	0.91	83.2	كبيرة

9	4	إجراء بحوث التقييم	4.16	0.91	83.2	كبيرة
9	19	إجراء مسح بيئي	4.16	1.23	83.2	كبيرة
10	28	إقناع الجمهور بأن مؤسستك على حق في قضية ما	4.13	1.00	82.6	كبيرة
11	23	إعداد وإدارة مكتب المتحدث باسم حدث ما أو المؤسسة	4.10	1.06	82.0	كبيرة
12	2	التفاوض مع الجماعات الناشطة	4.06	1.22	81.2	كبيرة
13	22	إنتاج محتوى النشرات الإخبارية التي سيستخدمها الصحفيون	4.03	1.03	80.6	كبيرة
13	13	وضع أهداف وغايات لقسم العلاقات العامة	4.03	1.21	80.6	كبيرة
14	12	الحد من الدعاية السلبية	4.00	1.08	80.0	كبيرة
14	21	وضع استراتيجيات لحل مشاكل العلاقات العامة والاتصال	4.00	1.17	80.0	كبيرة
15	3	إدارة العلاقة مع الجمهور	3.90	1.24	78.0	كبيرة
15	9	التصوير الفوتوغرافي	3.83	1.01	76.6	كبيرة
16	24	مساعدة الإدارة على فهم رأي جمهور معين	3.20	1.15	64.0	متوسطة
الدرجة الكلية			4.20	0.81	84.0	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (13) أن فقرات ((مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم في المؤسسة) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.20) و(4.53) وهما الفقرات (مساعدة الإدارة على فهم رأي جمهور معين) و (الحصول على أقصى قدر من الدعاية حول حدث ما)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.20).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السادس

والذي ينص على: هل هناك علاقة بين النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة ونجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين والنماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة هذه المؤسسات للعلاقات العامة؟

من أجل الإجابة عن هذا السؤال، تم استخدام ومصفوفة بيرسون (Pearson Correlation Matrix)، لدلالة العلاقة بين متغيري النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة و نجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين وكانت النتائج مما في الجدول (14):

جدول 14: مصفوفة بيرسون (Pearson Correlation Matrix) لدلالة العلاقة بين

المتغيرات

المجال	نجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين
نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية	معامل الارتباط 0.831** مستوى الدلالة 0.000
نموذج الإعلام العام	معامل الارتباط 0.763** مستوى الدلالة 0.000
نموذج الاتجاه غير المتوازن	معامل الارتباط 0.791** مستوى الدلالة 0.000
النموذج المتمثل ذو الاتجاهين	معامل الارتباط 0.085 مستوى الدلالة 0.085

** (دال إحصائي عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.01$)

* (دال إحصائي عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

يلاحظ من الجدول السابق وجود علاقة طردية موجبة قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.01$) بين النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة لعلاقات العامة (نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية، و نموذج الإعلام العام، و نموذج الاتجاه غير المتوازن) و نجاح المؤسسات

الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين بينما كان هناك علاقة ضعيفة غير دالة بين النموذج المتماثل ذي الاتجاهين ونجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين حيث بينت النتائج أن أعلاها كان لنموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية يليه نموذج الاتجاه غير المتوازن ومن ثم نموذج الإعلام العام بمعاملات ارتباط على التوالي (0.831، و 0.971، و 763) عند مستوى دلالة (0.000) . بينما كانت العلاقة بين النموذج المتماثل ذي الاتجاهين ونجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين بمقدار (0.085) عند مستوى دلالة (0.653)

بمعنى كلما ازدادت النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة لعلاقات العامة تتجح المؤسسة في التعامل مع ضغط الناشطين.

أما بالنسبة لمجالات (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف الموجودة في المؤسسة، وتجربة المؤسسة مع المجموعة الناشطة، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الأولى (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف الموجودة في المؤسسة)، و (تجربة المؤسسة مع المجموعة الناشطة)، والجداول (15) و (16) تبين ذلك:

جدول 15: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد السادس

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	3	العمليات الروتينية (التواصل مع الموظفين، التواصل مع وسائل الإعلام)	4.76	0.62	95.2	كبيرة جداً
2	4	الاستجابة للأزمات الخاصة بالمؤسسة	4.43	0.97	88.4	كبيرة جداً
3	2	إجراء المبادرات الرئيسية (مثل التطوير والخدمات والبرامج الجديدة)	4.30	0.87	86.0	كبيرة جداً
4	1	الاستجابة للقضايا الرئيسية في المجتمع	4.23	0.93	84.6	كبيرة جداً
5	5	اتخاذ القرارات الاستراتيجية	4.20	1.06	84.0	كبيرة
		الدرجة الكلية	4.38	0.78	87.6	كبيرة جداً

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (15) أن فقرات (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف الموجودة في المؤسسة) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (4.20) و (4.76) وهما الفقرات (اتخاذ القرارات الاستراتيجية) و (العمليات الروتينية) (التواصل مع الموظفين، التواصل مع وسائل الإعلام)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.38).

جدول 12: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للبعد السابع

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	5	تقوم مؤسستي دائماً بتقييم ردها على الجماعات الناشطة	4.40	1.00	88.0	كبيرة جداً
2	1	نجحت المجموعة الناشطة في تحقيق هدفها	4.30	0.98	86.0	كبيرة جداً
3	4	تم تطوير برنامج خاص للرد على مجموعة الناشطين	4.23	1.13	84.6	كبيرة جداً
4	7	يوجد لمؤسستي لجنة دائمة للتعامل مع القضايا التي تثيرها الجماعات الناشطة	4.10	0.84	82.0	كبيرة
5	2	نجحت مؤسستي في بلوغ هدفها في التعامل معهم	4.06	1.17	81.2	كبيرة
6	11	تأثرت صورة مؤسستي سلباً بسبب نشاط الجماعة الضاغطة	4.03	1.03	80.6	كبيرة
6	3	شاركت المؤسسة بأكملها بما في ذلك الإدارة العليا والموظفين الآخرين في الرد على مجموعة الناشطين.	4.03	1.06	80.6	كبيرة
7	10	لم تتعامل مؤسستي بالمطلق مع الجماعة الضاغطة ولم توليهم اهتماماً	4.00	1.23	80.0	كبيرة

كبيرة	76.6	1.26	3.83	استشعرت مؤسستي بسرعة للقضية الناشئة عن مجموعات الضغط ما وفر لها سرعة الاستجابة	8	8
كبيرة	72.2	1.13	3.60	تتفاوض مؤسستي مع مجموعة الناشطين ولم تهملهم	9	9
كبيرة	71.2	1.00	3.56	استخدمت مؤسستي علاقاتها الواسعة في التأثير على جماعات الضغط.	6	10
كبيرة	80.2	0.77	4.01	الدرجة الكلية		

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (16) أن فقرات ((تجربة المؤسسة مع المجموعة الناشط) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.56) و (4.40) وهما الفقرات (استخدمت مؤسستي علاقاتها الواسعة في التأثير على جماعات الضغط) و (تقوم مؤسستي دائماً بتقييم ردها على الجماعات الناشطة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.01).

اختبار فرضيات الدراسة

أولاً: اختبار الفرضية المتعلقة بمتغير الموقع الوظيفي

والتي تنص على:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير الموقع الوظيفي.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير الموقع الوظيفي، فقد استخدم تحليل التباين الأحادي، ونتائج الجداول التالية توضح ذلك:

جدول 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الموقع الوظيفي

الموقع الوظيفي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مدير	19	4.12	0.82
مدير عام	4	4.32	0.21
موظف إداري	3	4.05	0.80
رئيس قسم	4	4.02	0.39
الكلي	30	4.13	0.70

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (الموقع الوظيفي)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (18)

جدول 18: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في السؤال الرئيسي تعزى لمتغير

الموقع الوظيفي

مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف الموجودة في المؤسسة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.534	3	0.178	0.265	0.850
داخل المجموعات	17.461	26	0.672		
المجموع	17.995	29			
مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.386	3	0.129	0.164	0.920
داخل المجموعات	20.443	26	0.786		
المجموع	20.829	29			
مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.559	3	0.186	0.229	0.875
داخل المجموعات	21.127	26	0.813		
المجموع	21.685	29			
النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.143	3	0.048	0.162	0.921
داخل المجموعات	7.641	26	0.294		

			29	7.784	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مدى المشاركة في أعمال ممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين
0.990	0.037	0.022	3	0.067	بين المجموعات	
		0.612	26	15.901	داخل المجموعات	
			29	15.968	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	مستوى الخبرة التي يملكها القسم في المؤسسة
0.953	0.110	0.081	3	0.244	بين المجموعات	
		0.738	26	19.191	داخل المجموعات	
			29	19.434	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	تجربة المؤسسة مع المجموعة الناشطة
0.922	0.161	0.106	3	0.318	بين المجموعات	
		0.660	26	17.155	داخل المجموعات	
			29	17.472	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
0.940	0.132	0.072	3	0.216	بين المجموعات	
		0.544	26	14.153	داخل المجموعات	
			29	14.369	المجموع	

* (دال إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير الموقع الوظيفي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.940) وهذه القيمة أكبر من (0.05) وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير الموقع الوظيفي.

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه لا توجد فروق في المجالات السبعة.

ثانياً: اختبار الفرضية المتعلقة بمتغير عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة

والتي تنص على:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة، فقد استخدم تحليل التباين الأحادي، ونتائج الجداول التالية توضح ذلك:

جدول 1915: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير عدد الأشخاص العاملين في العلاقات العامة

عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1-3 موظفين	10	4.07	0.45
4-6 من	15	4.28	0.83
أكثر	5	3.78	0.66
الكلي	30	4.13	0.70

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (20)

جدول 20: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في السؤال الرئيسي تعزى لمتغير عدد الأشخاص العاملين في العلاقات العامة:

مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف الموجودة في المؤسسة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط قيمة (ف) المربعات	مستوى الدلالة
بين المجموعات	535	2	0.267	0.413	0.666
داخل المجموعات	17.460	27	0.647		
المجموع	17.995	29			

مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	1.172	2	0.586	0.805	0.458
	داخل المجموعات	19.657	27	0.728		
	المجموع	20.829	29			
مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	1.671	2	0.835	1.127	0.339
	داخل المجموعات	20.015	27	0.741		
	المجموع	21.685	29			
النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.533	2	0.267	0.993	0.383
	داخل المجموعات	7.250	27	0.269		
	المجموع	7.784	29			
مدى المشاركة في أعمال ممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	1.073	2	0.536	0.972	0.391
	داخل المجموعات	14.895	27	.552		
	المجموع	15.968	29			
مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم في المؤسسة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	2.608	2	1.304	2.093	0.143
	داخل المجموعات	16.826	27	0.623		
	المجموع	19.434	29			
تجربة المؤسسة مع المجموعة الناشطة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.933	2	0.466	0.761	0.477
	داخل المجموعات	16.540	27	0.613		
	المجموع	17.472	29			
الدرجة الكلية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.961	2	0.481	0.968	0.393

		0.497	27	13.408	داخل المجموعات
			29	14.369	المجموع

* (دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.393) وهذه القيمة أكبر من (0.05) وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة.

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه لا توجد فروق في المجالات السبعة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

- مناقشة أهم النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
- مناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة
- التوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

المقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت في أدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في الضفة الغربية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة. وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من التساؤلات، وستحاول الباحثة مناقشة هذه النتائج لإبراز أهم النتائج والتي ستبنى عليها التوصيات المختلفة.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس

والذي ينص على: ما هي نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور؟

أشارت النتائج إلى أن درجة مجالات نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، حيث كان أدناها (النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة) وأعلاها (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

كذلك أشارت النتائج أن أعلى المجالات هي مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف الذي جاء بالمرتبة الأولى وبدرجة كبيرة جداً، ومجال مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة في المرتبة الثانية وبدرجة كبيرة جداً، ومن ثم مجال مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم في المرتبة الثالثة وبدرجة كبيرة، و مجال مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة التي تمارسها المؤسسة في المرتبة الرابعة وبدرجة كبيرة، ومجال مدى المشاركة في أعمال العلاقات العامة في المرتبة الخامسة

وبدرجة كبيرة، ومجال تجربة المؤسسة مع الجماعات الناشطة في المرتبة السادسة وبدرجة كبيرة ، ومجال النماذج الاتصالية المستخدمة في المؤسسة في المرتبة السابعة والأخيرة وبدرجة كبيرة. إن أعلى النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً كانت لنموذج الإعلام العام ثم الاتجاه غير المتوازن، يليه نموذج الوكالة الصحافة أو نموذج الدعاية، ثم، وأخيراً النموذج المتماثل ذو الاتجاهين. أما بالنسبة للأسئلة الفرعية ومجالات الدراسة، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

1. جاءت نتيجة فقرات مجال (مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار من خلال الأنشطة) بين الكبيرة والكبيرة جداً وأن أدنى فقراتها (توظف الإدارة العليا التغذية الراجعة من دائرة العلاقات العامة في الإجراءات التحسينية والتطويرية التي تتخذها) وأعلاها (إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

أما أعلى الفقرات فكانت (إجراء البحوث الدورية، وتقدم دائرة العلاقات العامة المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات، وتعتبر دائرة العلاقات العامة قريبة من دائرة صنع القرار في الوزارة)، وأدناها (تساهم دائرة العلاقات العامة في عملية التحليل الرباعي (SWOT Analysis) للوزارة عند وضع الخطط، وتزود العلاقات العامة الإدارة العليا برجع الصدى (التغذية الراجعة) من الجمهور الفلسطيني فيما يخص أنشطة الوزارة، وتساهم دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للوزارة)

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى قرب دائرة العلاقات العامة من الإدارة العليا للمؤسسة الحكومية، والتي تتيح لدائرة العلاقات العامة بالقيام ببعض المهام كالبحث واستطلاعات الرأي وجمع المعلومات، وتكتفي العلاقات العامة فقط بجمع المعلومات، وهذا يتوافق مع نموذج الإعلام العام وهو النموذج الثاني من نماذج العلاقات العامة الأربعة وتتبعه المؤسسات التي لا تهدف إلى تحقيق الأرباح كالمؤسسات الحكومية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الكوع ودرويش، 2020) إذ قامت مؤسسة الشرطة الفلسطينية على منصة الفيس بوك باستخدام النموذج الثاني لنموذج الاعلام العام بالاعتماد على أسلوب

الإخبار، والإبلاغ عن الأنشطة للجمهور وقد بلغت النسبة (83.9%)، إلا أن دراسة (النجار، 2020) اختلفت في أن عمل العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية يقتصر على سعي دائرة العلاقات العامة لتنظيم الاتصال بالهيئات والوزارات والمنظمات الأخرى، لذا أوصت الدراسة بضرورة قيام دوائر العلاقات العامة بوظائفها الرئيسية المتمثلة بالبحث، والتخطيط والاتصال والتنسيق والتقييم لتتمكن من القيام بواجبها على أكمل وجه، وتتفق نتيجة الدراسة مع نظرية الامتياز بأحد أهم بنودها وهو تفعيل دور العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية والتي من خلالها يتمكن ممارسو العلاقات العامة من التخطيط والتحليل وإنجاز كل المهام الواقعة على عاتقهم.

2. جاءت نتيجة فقرات مجال (مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة) جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، وكان أدنى فقراتها (في حال إخفاق العلاقات العامة في أي من الأنشطة فإن الإدارة العليا تقف إلى جانبها وتشجعها على تخطي ذلك) وأعلاها (القسم الخاص بي من بين أهم الإدارات في المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة جداً.

أما أعلى الفقرات فكانت (تقدم المؤسسة كل الدعم اللازم لنجاح إدارتنا) وأدناها (تقدم المؤسسة للعلاقات العامة الدعم المالي اللازم للقيام بمهامها على أكمل وجه)

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى اهتمام الإدارة العليا بأداء ووظائف دائرة العلاقات العامة في الوزارة لضمان الحصول على أفضل أداء لدائرة العلاقات العامة والتي تسعى لتحقيق أهداف المؤسسة، فالعاملون بالعلاقات العامة في المؤسسة سيسعون إلى نجاح إدارتهم لتتجح المؤسسة، وتتفق مع هذه النتيجة نظرية التميز والتي ركزت على ضرورة تخصيص قسم للعلاقات العامة مختلف عن الأقسام الأخرى حتى يكون لها كيائها المستقل بمهامها المختلفة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (غفور، 2015) التي ركزت على تطوير الجوانب الإدارية والتنظيمية لموظفي العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الكردية ووضع شروط للعمل في إدارة العلاقات العامة تعتمد على المؤهل واللغات والخبرة، إلا أن هذه النتيجة تتعارض مع دراسة (Rahmanto, 2019) الذي قام بتحليل الحساب الرسمي للمديرية العامة للضرائب بالتوتير، فرغم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل مع الجمهور إلا أن دائرة العلاقات العامة التي تدير الحساب لم تطور

من أدائها فاقترنت فقط على نشر المعلومات (اتصال أحادي الاتصال) دون التواصل مع الجمهور.

3. جاءت نتيجة فقرات مجال (النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين) بين القليلة والكبيرة جداً وكان أدنى فقراتها (في العلاقات العامة هدفنا العام هو إقناع الجمهور بالتصرف كما تريد المؤسسة) وأعلاها (قبل البدء في تنفيذ برنامج العلاقات العامة، ننظر في استطلاعات الرأي للتأكد من أن هذه البرامج تلقى تقبل الجمهور وضمن اهتماماته)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

أما أعلى الفقرات فكانت (في العلاقات العامة ننشر معلومات دقيقة ومناسبة للجمهور، وفي مؤسستي العلاقات العامة والدعاية تعني الشيء نفسه، والغرض من العلاقات العامة هو الترويج لمؤسستنا) وأدناها (قبل البدء في أي برنامج العلاقات العامة الجديدة نقوم بإجراء بحث لتحديد الموقف العام تجاه منظمنا وكيف يمكن تغيير هذه المواقف، والغرض من العلاقات العامة هو تحقيق التفاهم المتبادل بين مؤسستنا والجمهور، والغرض من العلاقات العامة هو تغيير مواقف وسلوكيات إدارتنا بقدر ما هو تغيير مواقف الجمهور الذي تؤثر عليه).

وتشير هذه النتائج إلى أن النماذج الأكثر شيوعاً في ممارسة العلاقات العامة الحكومية في فلسطين هي: نموذج الإعلام العام، ونموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية، وأن أدناها هي نماذج (نموذج الاتجاه غير المتوازن)، أما بالنسبة (لنموذج المتماثل ذو الاتجاهين) فقد جاءت درجة استخدامه كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى تركيز بعض المؤسسات الحكومية الفلسطينية على التواصل مع الجمهور باتجاه واحد أي من المؤسسة إلى الجمهور فقط وذلك عن طريق نشر المعلومات والأخبار لهم دون الأخذ بعين الاعتبار ميولهم ورغباتهم، لذا تركز المؤسسات هنا على استخدام نموذج الإعلام العام وهو النموذج الثاني من نماذج العلاقات العامة الأربعة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الكوع و درويش، 2020)، وكذلك تتفق مع دراسة (Lee & Cho, 2018) والتي بينت أن غالبية المنظمات الحكومية في كوريا الجنوبية والولايات المتحدة الأمريكية تستخدم وسائل التواصل

الاجتماعي ضمن نموذج الإعلام العام (نشر المعلومات)، فيما تتعارض مع دراسة (الزهري، 2012) في أن ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية السعودية تستخدم النموذج الرابع وهو النموذج المتمثل ذو اتجاهين ويعتمد مراسلي وسائل الاعلام على موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية السعودية بهدف الوصول إلى التقاهم المشترك مع الجمهور والمؤسسة، وقد دعت نظرية التميز إلى ضرورة أن يكون مدير وحدة العلاقات العامة ذا كفاءة لممارسة العلاقات العامة بشكل متوازن، فعندما يكون المدير ذا كفاءة يدرك كيف يصبح محترف في انجاز مهام العلاقات العامة.

4. جاءت نتيجة فقرات مجال (مدى مشاركة ممارسي العلاقات العامة في الأنشطة) جميعها بين المتوسطة والكبيرة جداً، وكان أدنى فقراتها (أقوم بتحرير أو مراجعة القواعد والإملاء في المواد المكتوبة من قبل الإدارات الأخرى) وأعلىها (أقوم بالتصوير الفوتوغرافي وتغطية الأنشطة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

أما أعلى الفقرات فكانت (أنا مستشار أول لكبار صانعي القرار عندما يتعلق الأمر بقضايا الاتصال أو العلاقات العامة، و مسؤول عن إنتاج مواد العلاقات العامة والاتصال، أقدم لصانعي القرار الاقتراحات والتوصيات والخطط الخاصة بخطط الاتصال الخارجي والداخلي ، يعتبرني زملائي خبير في قضايا الاتصال والعلاقات العامة)، وأدناها (أتحمل مسؤولية نجاح أو فشل برامج الاتصال أو العلاقات العامة في مؤسستي، وأصدر كتيبات ونشرات ومطبوعات أخرى، و أقوم ببناء علاقات إعلامية لمؤسستي، واتخاذ قرارات خاصة بسياسة الاتصال والعلاقات العامة الخاصة بمؤسستي)

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى وجود تعاون بين موظفي دائرة العلاقات العامة والإدارة العليا في كل مؤسسات الحكومية الفلسطينية لإنجاز مهام وأنشطة العلاقات العامة ومتابعة القضايا التي تخص الجمهور ولإشراك العلاقات العامة في عملية التخطيط الاستراتيجي، لذا يحرص ممارسو العلاقات العامة على بتطوير برامج للتواصل مع الجمهور الخارجي والداخلي وبناء علاقات إعلامية للمؤسسة لخدمة الجمهور الداخلي والخارجي، لذا تتبع بعض المؤسسات الحكومية الفلسطينية نموذج الاتجاهين غير المتوازن وهو النموذج الثالث، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة

(الجبوري، 2018) بأن المستوى الكلي لتقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني جاءت بمستوى مرتفع لقيام أقسام العلاقات العام بتبني أساليب علمية ومنهجية تستند إلى الخبرات العلمية، فيما تتعارض النتيجة مع دراسة (حسن، 2015) إذ تعتمد المؤسسات الحكومية البحرينية والمصرية على نموذج الوكالة الصحفية (على الدعاية فقط) فلم تهتم بتطوير ممارسي العلاقات العامة العاملين فيها، إضافة إلى النتيجة تتفق مع نظرية التميز والتي تؤكد أهمية وجود اتصال داخلي متوازن بالمؤسسة لزيادة رضا الموظفين عن وظائفهم وعن المؤسسة.

5. جاءت نتيجة فقرات مجال (مستوى الخبرة التي يمتلكها القسم في المؤسسة) بين المتوسطة والكبيرة جداً، وأن أدنى فقراتها (مساعدة الإدارة على فهم رأي جمهور معين) وأعلىها (الحصول على أقصى قدر من الدعاية حول حدث ما)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

أما أعلى الفقرات فكانت (كتابة الخطب، وإعداد ميزانية الدائرة، وفهم القيم الإخبارية للصحافة، وتصميم إعلان)، وأدناها (التصوير الفوتوغرافي، وإدارة العلاقة مع الجمهور، ووضع استراتيجيات لحل مشاكل العلاقات العامة والاتصال، والحد من الدعاية السلبية)

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى استخدام أغلب المؤسسات الحكومية الفلسطينية للنموذج الثاني وهو نموذج الإعلام العام بحث تركز المؤسسات على نشر الحقائق والتصريحات بغرض إعلام المواطنين، ولا يتم إجراء أبحاث على الجمهور، وأن اتباعهم لهذا النموذج يجعل من عمل ممارسي العلاقات العامة محدوداً ويقيد فقط بنشر المعلومات، وهذه النتيجة اختلفت مع دراسة (Anderson, 2020) في أن دائرة العلاقات العامة الحكومية في أمريكا (مسؤولو وزارة الخزانة الأمريكية ومكتب معلومات الحرب الأمريكي) قاموا باستخدام النموذج الثالث وهو نموذج الاتجاهين غير المتوازن لإقناع الأمريكيين بدفع الضرائب خلال الحرب العالمية الثانية، من خلال لقاء خطاب كان تأثيره قوي على الجمهور الأمريكي لصالح الحكومية، أما بالنسبة لنظرية التميز يوجد مبدأ دعت إليه وهو دمج التخصصات الوظيفية الاحترافية للعلاقات العامة لتكون وظيفة متكاملة.

6. جاءت نتيجة فقرات مجال (مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف الموجودة في المؤسسة) بين الكبيرة والكبيرة جداً، وكان أدنى فقراتها (اتخاذ القرارات الاستراتيجية) وأعلىها (العمليات الروتينية) (التواصل مع الموظفين، التواصل مع وسائل الإعلام)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة جداً.

أما أعلى الفقرات فكانت (الاستجابة للأزمات الخاصة بالمؤسسة)، وأدناها (الاستجابة للقضايا الرئيسية في المجتمع)

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى إدراك ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية إلى دورهم في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي والتواصل مع وسائل الإعلام لإجراء برامج جديدة وخدمات أخرى تخدم الجمهور لصالح المؤسسة، وهذا يدل على استخدام بعض المؤسسات الحكومية الفلسطينية نموذج الاتجاهين غير المتوازن وهو النموذج الثالث الذي يكتفي بقيام المؤسسة بإرسال رسائلها الاتصالية للجمهور بهدف الإقناع لمعرفة آراء الجمهور عن المؤسسة واتجاهاته وميوله بهدف تحسين سمعة المؤسسة، أما بالنسبة لنظرية التميز فهي تتفق معها بأن السماح بالتنوع والكفاءة الوظيفية في مختلف المهام يساعد وحدة العلاقات العامة على تغطية مهامها.

7. وجود علاقة طردية موجبة قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.01$) بين النماذج الاتصالية الأكثر شيوعاً في ممارسة لعلاقات العامة (نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية، ونموذج الأعلام العام، ونموذج الاتجاه غير المتوازن) و نجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين بينما كان هناك علاقة ضعيفة غير دالة بين النموذج المتمثل ذي الاتجاهين ونجاح المؤسسات الحكومية أو إخفاقها في التعامل مع ضغط الناشطين.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى قلة خبرة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية بأهمية النموذج الرابع الذي يهدف للوصول للتفاهم المشترك بين المؤسسة والمجموعة الناشطة، لذا

تعتمد على النماذج الثلاثة السابقة بالدعاية ونشر المعلومات التي ترغب المؤسسة بإيصاله للمجموعة الناشطة وإقناعهم بذلك.

8. وجاءت نتيجة فقرات مجال (تجربة المؤسسة مع المجموعة الناشطة) بين الكبيرة والكبيرة جداً وأن أدنى فقراتها(استخدمت مؤسستي علاقاتها الواسعة في التأثير على جماعات الضغط) وأعلاها (تقوم مؤسستي دائماً بتقييم ردها على الجماعات الناشطة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة

أما أعلى الفقرات فكانت (نجحت المجموعة الناشطة في تحقيق هدفها، وتم تطوير برنامج خاص للرد على مجموعة الناشطين، ويوجد لمؤسستي لجنة دائمة للتعامل مع القضايا التي تثيرها الجماعات الناشطة)، وأدناها (تتفاوض مؤسستي مع مجموعة الناشطين ولم تهملهم، واستشعرت مؤسستي بسرعة للقضية الناشئة عن مجموعات الضغط ما وفر لها سرعة الاستجابة، لم تتعامل مؤسستي بالمطلق مع الجماعة الضاغطة ولم توليهم اهتماماً)

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى إدراك المؤسسات الحكومية الفلسطينية مصلحة المؤسسة بشكل كبير لذا تحرص على دراسة أهداف الجماعات الناشطة وأهداف المؤسسة وتخصيص برامج للرد عليهم بما يتناغم مع أهداف المؤسسة الراجعة، وهذا يتوافق مع النموذج الثالث وهو النموذج المتمثل ذو الاتجاهين إضافة إلى أن هذا النموذج من مبادئ نظرية التميز ومن خلاله تسعى المؤسسات إلى توظيف الأبحاث لتقديم معلومات تسهل من الوصول لعملية التقاهم المشترك وصولاً للانسجام، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Tantivejakul, 2019) والتي خرجت بأن إدارة العلاقات العامة في الحكومة التايلندية منذ نشأتها وحتى عام 2016 لم تلتزم بالشفافية وفضلت عدم اتباع الاتصالات الثنائية واستخدمت الصمت استراتيجية اتصال، وتم استخدام منظمة إدارة العلاقات العامة الحكومية لصالح الحكومات أو السياسيين ولأحزاب محددة.

مناقشة الاختبارات المتعلقة بفرضيات الدراسة

1. بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)

باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير الموقع الوظيفي

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى تطبيق بعض المؤسسات الحكومية الفلسطينية مبادئ نظرية التميز، وأهم مبادئها أن يكون مدير العلاقات العامة ذو كفاءة ويعمل على توجيه ممارسي العلاقات العامة في الدائرة إلى طرق جمع المعلومات، والتنبؤ بآخر المستجدات، وأخذ قرارات استراتيجية ضمن فريق واحد،...الخ، لذا جميع أفراد دائرة العلاقات العامة يعملون بروح الجماعة وكوحدة واحدة لذا لن يؤثر الموقع الوظيفي على عمل ممارسي العلاقات العامة.

2. بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)

باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو نماذج العلاقات العامة التي يعتمد عليها موظفو العلاقات العامة في الوزارات والهيئات الحكومية الفلسطينية في اتصالهم مع الجمهور تعزى لمتغير عدد العاملين في قسم العلاقات العامة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى إدارة العلاقات العامة المستقلة تكون ممتازة حين يتم دمج التخصصات الوظيفية الاحترافية للعلاقات العامة فتحصل على نتائج مرجوة بالأداء وليس بناءً على عدد العاملين فكونها وظيفة متكاملة يحق لممارسيها بالمؤسسة بالوصول إلى السلطة في جميع مستويات المؤسسة وهذا الجزء من المبادئ الأساسية في نظرية التميز في العلاقات العامة.

التوصيات:

1. ضرورة مساهمة دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار، حيث بينت النتائج إلى أن عمل العلاقات العامة في هذه المؤسسات يقتصر فقط على إجراء بحوث وجمع المعلومات للإدارة العليا دون المشاركة في اتخاذ القرار.

2. ضرورة تقديم الدعم لدوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية، إذ أظهرت النتائج أن دوائر العلاقات العامة لا تتلقى الدعم المالي والمعنوي اللازم للقيام بمهامها.

3. يتوجب على دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية استخدام النموذج المتماثل ذي اتجاهين وهو النموذج الرابع، فقد أشارت النتائج أن دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية تكتفي فقط باستخدام نموذج وكالة الصحافة أو نموذج الدعاية وهو النموذج الأول، ونموذج الإعلام العام وهو النموذج الثاني.

4. ضرورة تقديم كل ما يلزم لرفع مستوى الخبرة لدى دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية، فقد أظهرت النتائج أن دوائر العلاقات العامة لديهم نقص في خبرتهم بإهمالهم دراسة الجمهور، وعدم قدرتهم على إدارة العلاقة معهم، إضافة إلى عدم مشاركتهم في وضع استراتيجيات لحل المشكلات التي تواجههم.

5. ضرورة تعزيز استخدام النموذج الرابع وهو النموذج المتماثل ذو اتجاهين مع الجماعات الناشطة.

6. ضرورة تفعيل دور ممارسي العلاقات العامة في كل الوظائف، إذ أظهرت النتائج عدم استجابة ممارسي العلاقات العامة للقضايا التي تواجه الجمهور.

7. وتوصي الباحثة الباحثين والأكاديميين بإجراء دراسات مستقبلية حول:

- مدى رضى الجمهور عن أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية.

- دراسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية: تقييم كمي لأدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة، أي نفس مجال الدراسة، ولكن باستخدام المنهج الكيفي من خلال استخدام أداة المقابلة، والملاحظة حتى نحصل على معلومات أكثر دقة.
- دراسة مدى تطبيق دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية لأخلاقيات العلاقات العامة في ممارساتها.

المصادر والمراجع

ولاً: المراجع العربية:

- الكوع، معين؛ أبو عيسى، هند. (2020). دور العلاقات الشخصية لممارسي العلاقات العامة في قطاع المصارف في فلسطين مع وسائل الإعلام في تحقيق أهداف المصارف الإعلامية : دراسة مسحية في ضوء نموذج التأثير الشخصي. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط. 2020(8). ص ص 271-292.
- الجبوري، إبراهيم. (2018). تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، عمان، الأردن.
- جنيد، فاروق. دور مواقع الانترنت في تحقيق الأهداف الاتصالية للمنظمة: دراسة تحليلية للموقع الإلكتروني للجامعات الحكومية والخاصة. المجلة العلمية لبحوث الصحافة. 2018(3). ص ص 97-167.
- دروش، نصيرة؛ ومناصري، ابتسام. (2016). دور العلاقات العامة في صنع القرار داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. دراسة ميدانية بمديرية الكهرباء والغاز بأم البواقي (رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال). جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.
- الكوع، معين؛ درويش، عبد العزيز. (2020). مدى اعتماد الشرطة الفلسطينية على الأسلوب الإقناعي في مضامينها الاتصالية المنشورة من خلال الفيس بوك الهادفة لتعزيز السلم الأهلي ومكافحة الجريمة: دراسة تحليلية في إطار النماذج الأربعة للعلاقات العامة. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط. 2020(8). ص ص 223-246.

- هتيمي، حسين. (2014). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع: نبلاء للنشر والتوزيع.
- الزهري، محمد. *تقييم الإعلاميين للأداء المهني لممارسي العلاقات العامة بالمصالح الحكومية*. المجلة العربية للإعلام والاتصال. 2018 (8). ص ص 87-142.
- حمدي، محمد الفاتح. (2017). *منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال*. عمان. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- حسن، عبد الصادق. *نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية*. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. 2015 (3) ، ص 180-95.
- النجار، آيات. (2020). *مدى اعتماد الوزارات الفلسطينية على دوائر العلاقات العامة في اتخاذ القرار من وجهة نظر العلاقات العامة* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة العربية الأمريكية. جنين. فلسطين.
- عبيدات، ذوقان؛ عبد الحق، كايد؛ عدس، عبد الرحمن. *البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه* (الطبعة الرابعة عشر). عمان. الأردن: دار الفكر ناشرون وموزعون.
- عتوم، أحمد. 2010. *أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في عمل الوزارات الأردنية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا. عمان. الأردن.
- فرجاني، علي. (2018). *العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال*. عمان، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الخالق، يسرا. (2015). *العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية* (الطبعة الأولى). الجيزة، مصر: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.

- خلوف، محمد. (2018). *العلاقات العامة في العصر الرقمي*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع: دار النبلاء ناشرون وموزعون.

- غفور، هه ريم. (2015). *مدى فاعلية إدارة العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات الإعلامية الكردية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة)*. جامعة المنصور، المنصورة، مصر.

المواقع الالكترونية:

- الموقع الالكتروني لدولة فلسطين – مجلس الوزراء. <https://bit.ly/3dxswpU>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Anderson, W. (2020). *"I paid my income tax": How U.S government used public relations to persuade its citizens to accept a mass tax during World War II. Public Relations Review. 46(4), pp. 101-945.*
- Grunig, J., E., & Grunig, L., A. (2008). *Public Relations Research*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Germany, Europe
- Lee, M. J., & Cho, H. (2018). *Uses of social media in government agencies: Content analyses of public relations strategies and message tactics comparison between South Korea and the United States of America in 2011 and 2014. Journal of Public Affairs, 18(2), p.1687.*
- Lee, M., Likeiy, F., & Valin, J. (2017). *Government Public Relations in Canada and the United States*. In T. Watson (ed.), *In North American Perspectives on the Development of Public Relations* (pp. 65-80). London: Palgrave Macmillan.

- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. (2011). ***The Practice of Government Public Relations***. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Mclisky, M & Philips, T. (2011). ***Public Relations in Higher Education Studies***. United Kingdom: Garnet Publishing Ltd.
- Rahmanto, A. (2019). **Communication Patterns of Government Public Relation in the Digital Era: A Content Analysis on Twitter Account of the Directorate General of Taxes** (Unpublished master's thesis). Universitas Sebelas Maret. Indonesia.
- Richardson, T. F. (2016). ***Public Relations in Local Government***. Elsevier
- Tantivejakul, N. (2019). ***The never changing story: Eight decades of the government of Thailand***. *Public Relations Review*, 45(2), 254-266.

الملاحق

ملحق (1): طلب تسهيل مهمة

مثال واحد على طلب تسهيل المهمة لرئيس وحدة العلاقات العامة بوزارة الصحة

An-Najah
National University
Faculty of Graduate Studies

جامعة
النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

التاريخ: 2020-12-15
مستيق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة: د. خير الدين عيسى
إلى السيد/ مدير: د. ...
المحترم: ...
المدينة: رام الله

الموضوع: تسهيل مهمة إجراء بحث أو مقابلة

أرجو إتاحة الفرصة أمام الطالبة: رغدة مردان عيسى لإجراء بحث/ إجراء مقابلة
في مؤسستكم وذلك من أجل إكمال إجتياز مساق: ...
رقم: 11851616
أن تعاونكم معنا لترك في نفوسنا الأثر الطيب، آمين منكم تسهيل مهمة الطالبة المذكور اسمها/ها اعلام

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

مستيق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة
د. عبد الكريم سواد

فلسطين - نابلس، ص ب 707 هاتف: 2345115، 2345114، 2345113، 09، 972 * فاكسيل: 09، 2342907، 972
Nablus, P. O. Box (7) * Tel. 972 9 2345113, 2345114, 2345115
3200 * Facsimile 972 92342907 * www.najah.edu - email fgs@najah.edu

ملحق (2)

قائمة بأسماء السادة المحكمين على الاستبانة:

الاسم	الوظيفة
نشأت الأقطش	أستاذ الإعلام والعلاقات العامة في جامعة بيرزيت
الياس كوكالي	أستاذ العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية
شادي أبو عياش	عميد كلية الإعلام - جامعة القدس المفتوحة
رايا قحطان الحمداني	أستاذة الإعلام والعلاقات العامة - جامعة بغداد

الملحق (3)

الاستبانة النهائية بعد التحكيم

استبانة



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

ماجستير علاقات عامة

دراسة حول العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الفلسطينية: دراسة لأدوار ممارسي العلاقات العامة الحكومية في الضفة الغربية في إطار نماذج العلاقات العامة الأربعة، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، بإشراف الدكتور معين الكوع، خلال الفصل الدراسي الأول (2020-2021).

أرجو الإجابة عن أسئلة الاستبانة بموضوعية وتحري الدقة قدر الإمكان، علماً أن كل ما سيرد في اجاباتكم سيستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، مع الحفاظ على سرية المعلومات كافة.

شاكراً لكم حسن تعاونكم واهتمامكم

الباحثة: رغد مروان امريش

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

الرجاء وضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة:

1. ما موقعك في الدائرة/ الوحدة التي تعمل بها؟

1. مدير الدائرة.
2. نائب مدير الدائرة.
3. موظف إداري.
4. موظف فني.
5. غير ذلك، حدد _____.

2. ما اسم المؤسسة الحكومية التي تعمل بها _____.

3. كم عدد الأشخاص العاملين في قسم العلاقات العامة في مؤسستك؟ _____.

القسم الثاني: الوظائف والأنشطة المختلفة التي قد تشارك فيها دائرة العلاقات العامة.

4. الرجاء تحديد مدى ممارسة العلاقات العامة في كل من الوظائف التالية في مؤسستك:

(ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة المناسبة).

#	الوظيفة	يشارك دائماً	يشارك في الغالب	يشارك أحياناً	نادراً ما يشارك	لم يشارك أبداً
1.	الاستجابة للقضايا الرئيسية في المجتمع					
2.	إجراء المبادرات الرئيسية (مثل التطوير والخدمات والبرامج الجديدة)					
3.	العمليات الروتينية (التواصل مع الموظفين، التواصل مع وسائل					

					(الإعلام)	
					الاستجابة للأزمات الخاصة بالمؤسسة	4.
					اتخاذ القرارات الاستراتيجية	5.

5. الرجاء التقييم مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسستكم في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ

القرار من خلال كل من الأنشطة التالية:

#	النشاط	يشارك دائماً	يشارك غالباً	يشارك أحياناً	يشارك نادراً	لم يشارك أبداً
1.	إجراء البحوث الدورية					
2.	إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة					
3.	جمع المعلومات لاستخدامها من قبل الإدارة العليا في صنع القرار					
4.	يتم إشراك العلاقات العامة في الاجتماعات المهمة في الوزارة					
5.	توظف الإدارة العليا التغذية الراجعة من دائرة العلاقات العامة في الإجراءات التحسينية والتطويرية التي تتخذها					
6.	تساهم دائرة العلاقات العامة في عملية التحليل الرباعي (SWOT Analysis) للوزارة عند وضع الخطط					
7.	تعتبر دائرة العلاقات العامة قريبة من دائرة صنع القرار في الوزارة					
8.	تهتم الإدارة العليا بآراء واقتراحات دائرة					

					العلاقات العامة
					9. تقدم دائرة العلاقات العامة المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالآزمات
					10. تساهم دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للوزارة
					11. تزود العلاقات العامة الإدارة العليا برفع الصدى (التغذية الراجعة) من الجمهور الفلسطيني فيما يخص أنشطة الوزارة

6. مدى دعم المديرين التنفيذيين والإدارة العليا في مؤسستكم للعلاقات العامة. ضع إشارة X

في المكان المحدد الذي يعبر عن مدى موافقتك على كل من العبارات التالية:

#	العبارة	موافق بشدة	أوافق إلى حد ما	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1.	تقدم المؤسسة كل الدعم اللازم لنجاح إدارتنا					
2.	القسم الخاص بي من بين أهم الإدارات في المؤسسة					
3.	تقدم المؤسسة للعلاقات العامة الدعم المالي اللازم للقيام بمهامها على أكمل وجه					
4.	في حال إخفاق العلاقات العامة في أي من الأنشطة فإن الإدارة العليا تقف إلى جانبها وتشجعها على تخطي ذلك					

7. النماذج الاتصالية المستخدمة في مؤسستك ككل، قم بوضع إشارة في X المكان المحدد

الذي يعبر عن مدى موافقتك على كل من العبارات التالية:

#	العبارة	موافق بشدة	أوافق إلى حد ما	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1.	في مؤسستي العلاقات العامة والدعاية تعني الشيء نفسه					
2.	الغرض من العلاقات العامة هو الترويج لمؤسستنا.					
3.	يتم اختيار الدعاية دون الأخذ بعين الاعتبار وجهة نظر الجمهور					
4.	كتابة الأخبار والنشر هي على أولويات دائرة العلاقات العامة					
5.	في العلاقات العامة ننشر معلومات دقيقة ومناسبة للجمهور					
6.	قبل البدء في أي برنامج العلاقات العامة الجديدة نقوم بإجراء بحث لتحديد الموقف العام تجاه منظماتنا وكيف يمكن تغيير هذه المواقف					
7.	بعد الانتهاء من برنامج العلاقات العامة نقوم بإجراء بحث لتحديد مدى فعالية البرنامج في تغيير مواقف الجمهور المستهدف					
8.	في العلاقات العامة هدفنا العام هو إقناع الجمهور بالتصرف كما تريد					

					المؤسسة	
					9. نحدد مدى نجاح حملتنا الإعلامية من خلال عدد الأشخاص الذين يحضرون حدثاً أو يستخدمون خدمة جديدة	
					10. قبل البدء في تنفيذ برنامج العلاقات العامة، ننظر في استطلاعات الرأي للتأكد من أن هذه البرامج تلقي تقبل الجمهور وضمن اهتماماته	
					11. الغرض من العلاقات العامة هو تغيير مواقف وسلوكيات إدارتنا بقدر ما هو تغيير مواقف الجمهور الذي تؤثر عليه.	
					12. قبل البدء في برنامج العلاقات العامة نجري دراسات استقصائية لمعرفة مدى فهم إدارتنا والجمهور لبعضهم البعض	
					13. الغرض من العلاقات العامة هو تحقيق التفاهم المتبادل بين مؤسستنا والجمهور	
					14. تتبنى دائرة العلاقات العامة في الوزارة مواقف تتوافق مع رأي الجمهور	
					15. تعدل الوزارة من سياساتها وفقاً للتغذية الراجعة من الجماهير	

8. مدى مشاركتك في الأعمال التالية، بوضع إشارة X تحت الفئة التي تمثل مشاركتك في كل

نشاط من الأنشطة.

#	العبارة	أشارك دائماً	أشارك في الغالب	أشارك في بعض الأحيان	نادراً ما أشارك	لم أشارك أبداً
1.	أصدر كتيبات ونشرات ومطبوعات أخرى					
2.	أتحمل مسؤولية نجاح أو فشل برامج الاتصال أو العلاقات العامة في مؤسستي					
3.	مسؤول عن إنتاج مواد العلاقات العامة والاتصال					
4.	أقوم ببناء علاقات إعلامية لمؤسستي					
5.	أأخذ قرارات خاصة بسياسة الاتصال والعلاقات العامة الخاصة بمؤسستي					
6.	ألاحظ أن زملائي في مؤسستي يحملونني مسؤولية نجاح أو فشل برامج الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة					
7.	أبقي زملائي في المؤسسة على اطلاع على تقارير وسائل الإعلام حول المؤسسة وأنشطتها					
8.	أقدم لصانعي القرار الاقتراحات					

					والتوصيات والخطط الخاصة بخطط الاتصال الخارجي والداخلي	
					9. أقوم بالتصوير الفوتوغرافي وتغطية الأنشطة	
					10. أنا مسؤول عن نشر التصريحات والبيانات الإخبارية	
					11. أقوم بتحرير أو مراجعة القواعد والإملاء في المواد المكتوبة من قبل الإدارات الأخرى	
					12. يعتبرني زملائي خبير في قضايا الاتصال والعلاقات العامة	
					13. أنا مستشار أول لكبار صانعي القرار عندما يتعلق الأمر بقضايا الاتصال أو العلاقات العامة	

9. من وجهة نظر تنظيمية، قم بتقييم مستوى الخبرة التي يمتلكها قسمك في كل من المجالات

التالية:

#	المجال	خبرة كبيرة	خبرة متوسطة	بعض الخبرة	خبرة محدودة	بدون خبرة
1.	تفاعل الجمهور مع المؤسسة					
2.	التفاوض مع الجماعات الناشطة					
3.	إدارة العلاقة مع الجمهور					

					4. إجراء بحوث التقييم
					5. إنتاج المطبوعات
					6. إقناع مراسل صحفي بالنشر حول المؤسسة أو العلاقة مع الصحفيين
					7. توظيف نظريات حل النزاعات في التعامل مع الجمهور
					8. تصميم إعلان
					9. التصوير الفوتوغرافي
					10. فهم القيم الإخبارية للصحافة
					11. كتابة الخطب
					12. الحد من الدعاية السلبية
					13. وضع أهداف وغايات لقسم العلاقات العامة
					14. إنتاج محتوى صوتياً ومرئياً (رسومات، عروض شرائح، مقاطع فيديو، برامج إذاعية)
					15. إعداد ميزانية الدائرة
					16. توظيف النظرية الموقفية في الحملات
					17. تقسيم الجمهور لفئات للتأثر على دوافعهم
					18. الحصول على أقصى قدر من الدعاية حول حدث ما
					19. إجراء مسح بيئي

					20. كتابة النشرات الإخبارية والمقالات
					21. وضع استراتيجيات لحل مشاكل العلاقات العامة والاتصال
					22. إنتاج محتوى النشرات الإخبارية التي سيستخدمها الصحفيون
					23. إعداد وإدارة مكتب المتحدث باسم حدث ما أو المؤسسة
					24. مساعدة الإدارة على فهم رأي جمهور معين
					25. استخدام البحث لتقسيم الجمهور
					26. إدارة استجابة المنظمة للقضايا
					27. العمل كصحفيين داخل مؤسستك
					28. إقناع الجمهور بأن مؤسستك على حق في قضية ما

10. هذا القسم يتعلق بتجربة مؤسستك مع الجماعات الناشطة، فكر في حالة حديثة أو

نموذجية عندما ضغطت مجموعة ناشطة على مؤسستك، ثم بين مدى موافقتك مع العبارات

التالية والتي تدور حول هذا الموقف:

#	العبارة	موافق بشدة	أوافق الى حد ما	محايد	لا اوافق	لا أوافق بشدة
1.	نجحت المجموعة الناشطة في تحقيق هدفها.					
2.	نجحت مؤسستي في بلوغ هدفها في التعامل معهم					
3.	شاركت المؤسسة بأكملها بما في ذلك الإدارة العليا والموظفين الآخرين في الرد على					

					مجموعة الناشطين.	
					4. تم تطوير برنامج خاص للرد على مجموعة الناشطين.	
					5. تقوم مؤسستي دائماً بتقييم ردها على الجماعات الناشطة.	
					6. استخدمت مؤسستي علاقاتها الواسعة في التأثير على جماعات الضغط.	
					7. يوجد لمؤسستي لجنة دائمة للتعامل مع القضايا التي تثيرها الجماعات الناشطة	
					8. استشعرت مؤسستي بسرعة للقضية الناشئة عن مجموعات الضغط ما وفر لها سرعة الاستجابة	
					9. تتفاوض مؤسستي مع مجموعة الناشطين ولم تهملهم	
					10. لم تتعامل مؤسستي بالمطلق مع الجماعة الضاغطة ولم توليهم اهتماماً	
					11. تأثرت صورة مؤسستي سلباً بسبب نشاط الجماعة الضاغطة	

نشكرك على تخصيص وقتك للمشاركة في هذه الدراسة.

An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**The Role of Governmental Public Relations
Practitioners in the West Bank Within the
Framework of the Four Public Relations Models**

By
Raghad Marwan Imresh

Supervisor
D. Moeen Fathi Koa

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For The Degree of Master of Contemporary Public Relations, Faculty
of Graduate Studies , An-Najah National University, Nablus, Palestine**

2021

The Role of Governmental Public Relations Practitioners in the West Bank Within the Framework of the Four Public Relations Models

Prepared By

Raghad Marwan Imreesh

Supervised

Dr. Moeen Koa

Abstract

This study aims at identifying the role of governmental public relations practitioners in the West Bank within the framework of the four public relations models. In order to answer the main study question, which is what are the public relations models that public relations employees in the Palestinian ministries and governmental bodies rely on in their communication with the public, descriptive method has been used for its suitability to this kind of studies. The researcher used the quantitative approach as it achieves the objectives of the study, and accordingly the researcher used the questionnaire as a main tool for the study, distributed among 30 individuals chosen randomly. The study showed that there is a high degree of response towards the public relations models that public relations employees in Palestinian ministries and government agencies rely on in their communication with the public, high and very high degree of responses on the seven study domains in addition to the existence of a relationship between the most common communicative models in the practice of relations and the success or failure of government institutions to deal with activist pressure and the

most common communication models in the practice of these institutions for public relations in addition to no statistical differences attributed to the variables of position and number of employees.

According to the study results, several recommendations have been suggested such as the need to pay attention to the roles of the public relations practitioners in Palestinian institutions within the framework of the four relationship models and developing them, especially the communication models, the need to employ feedback, providing support to public departments in cases of failure and developing the general objective of public relations related to dealing with and persuade the audience.

Keywords: The four models of public relations, Palestinian governmental institutions, strategic planning, making decision, activist groups, experience, excellence theory.