



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف
نظرية التأيير برسم صورة ذهنية إيجابية عن
فلسطين لدى الزوار الأجانب

إعداد

مها ناهض عمر كايد

إشراف

د. سمر الشنار

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

2023

فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف
نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن
فلسطين لدى الزوار الأجانب

إعداد

مها ناهض عمر كايد

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2023/1/12 م، وأجيزت:

1157

التوقيع
التوقيع
إبراهيم عكة
التوقيع

د. سمر الشنار

المشرف الرئيسي

د. سهى صبح

الممتحن الخارجي

د. إبراهيم العكة

الممتحن الداخلي

الإهداء

إلى التي لم تحرمني من دعائها ودعمها إلى من سهرت الليالي لتتير دربي إلى نبع العطف

والحنان إلى من علمتني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة أُمِّي الغالية

إلى الذي منحني الثقة والقوة إلى الذي لم يبخل علي بأي شيء إلى من سعى لأجل

راحتي ونجاحي إلى من يفتخر بي أينما يكون أُمِّي الغالية

إلى رفيقات النجاح والإبداع أخواتي العزيزات

إلى سندي وعزوتي أخوتي الأعزاء

إلى قدوتي في العلم والتعليم العم راکز کاید

إلى المصريين على نجاحي وإتمامي لرسالة الماجستير طلابي الأعزاء

إلى الذين لم يبخلوا علي بأيّة مساعدة وأي تشجيع وثقة الأستاذ علاء أبو ضهير والأستاذ رافع

ضراغمة

إلى زملائي معتصم وعمر وروان وعبير ورمسيس وداليا وحلا على ما قدموه من مساعدة لي في إرسال

الاستبانة للأجانب

إلى الباحثين والباحثات في العلاقات العامة لكم جميعاً أقدم هذا العمل

الباحثة

الشكر

من لا يشكر الناس لا يشكر الله

أقدم بشكري الجزيل إلى التي وقفت معي منذ البداية والتي لم تبخل على بأية معلومات وملاحظات واستشارات قيمة للخروج بهذه الرسالة..... والتي بقيت ترعاني بتوجيهاتها للوصول لغاية اليوم، والتي بذلت الكثير من الجهد لأتم الرسالة..... التي مهما فعلت لا يمكنني أن أوفيها حقها..... التي تحملتني طيلة السنتين وجزاها الله كل الخير وجعله في ميزان حسناتها..... مشرفتي الغالية الدكتورة سمر الشنار. وكذلك أشكر كل من الدكتور عامر قاسم والدكتور شادي أبو عياش والدكتور إبراهيم العكة والدكتور مروان زهد والدكتور حافظ أبو عياش على تحكيمهم للاستبانة وخروجها بشكل محكم ودقيق

وكذلك أشكر المترجمة فاطمة عبد الحق على ترجمتها للاستبانة، وخروجها بصيغة مناسبة، وكذلك أشكر البروفيسور رازك كايد على تدقيق الاستبانة باللغة الانجليزية

وكذلك أشكر الإحصائي عبد السلام دويكات على مساعدته في التحليل الإحصائي للبيانات

وكل الشكر لأساتذتي الكرام في برنامج العلاقات العامة المعاصرة على ما قدموه لي من معلومات ومعرفة في مجال العلاقات العامة والتي أثرت معرفتي كثيراً وهي سبب فيما وصلت إليه اليوم

وكل الشكر للمدقق اللغوي للرسالة لإخراجها بلغة عربية سليمة..... الأستاذ ناجح عليوي

وكل الشكر للجنة المناقشة على ما قدموه من ملاحظات هامة.. الدكتورة سهى صبوح والدكتور إبراهيم العكة

الباحثة

مها كايد

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف

نظرية التأيير برسم صورة ذهنية إيجابية عن

فلسطين لدى الزوار الأجانب

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما

ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي

لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالب: صها ناوض عمر كايد

التوقيع: 

التاريخ: ١١ / ١٢ / ٢٠٢٣

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ط	فهرس الجداول
ل	فهرس الملاحق
م	الملخص
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
4	أسئلة الدراسة
5	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة
6	الأهمية النظرية
7	الأهمية التطبيقية
7	حدود الدراسة
8	تعريف المصطلحات
10	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
10	نظرية التأطير أو الإطار الإعلامي (Framing Theory)

12	العلاقات العامة
12	مفهوم العلاقات العامة
14	أهمية العلاقات العامة
17	العلاقات العامة الدولية
17	مفهوم العلاقات العامة الدولية
20	الاتصال والعلاقات العامة الدولية
21	الاتصال الفعال في العلاقات العامة الدولية
22	الصورة الذهنية
23	تعريف الصورة الذهنية
29	الدراسات السابقة
29	الدراسات العربية
39	التعقيب على الدراسات السابقة
40	الفصل الثالث: الإطار المنهجي للدراسة
40	منهج الدراسة
40	مجتمع الدراسة وعينتها
43	أداة الدراسة
45	صدق الأداة
47	إجراءات الدراسة: تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:
47	متغيرات الدراسة
47	أ - المتغيرات الديمغرافية:
48	المعالجات الإحصائية

49	الفصل الرابع: عرض النتائج
49	النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة (الاستبانة)
62	النتائج المتعلقة بأسئلة (المقابلة)
67	الفصل الخامس: مناقشة النتائج وأهم التوصيات
67	المقدمة
67	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الاستبانة
74	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة المقابلة
79	التوصيات
80	المصادر والمراجع
85	الملاحق
B	Abstract

فهرس الجداول

- جدول 1: توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة41
- جدول 2: توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيري الجنسية ومكان الإقامة42
- جدول 3: فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها44
- جدول 4: مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي45
- جدول 5: معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha46
- جدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي50
- جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي52
- جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي54

جدول 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي56

جدول 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي ..58

جدول 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي124

جدول 12: توزيع استجابات عينة الدراسة الخاصة بسؤال الدراسة المفتوح (ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل اتباعها لتطويره؟)125

جدول 13: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير النوع الاجتماعي للدرجة الكلية125

جدول 14: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير العمر للدرجة الكلية125

جدول 15: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير العمر للدرجة الكلية126

جدول 16: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المستوى العلمي للدرجة الكلية 126

جدول 17: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في

رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير المستوى العلمي للدرجة الكلية 126

جدول 18: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة

ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير الحالة الزوجية للدرجة الكلية 127

فهرس الملاحق

85.....	ملحق أ: الاستبانة باللغة العربية قبل التحكيم.....
91.....	ملحق ب: الاستبانة باللغة العربية بعد التحكيم.....
99.....	ملحق ج: الاستبانة باللغة الانجليزية.....
109	ملحق د: المقابلة.....
119	ملحق هـ: أسماء المحكمين للاستبانة.....
120	ملحق و: Info- sheet.....
124	ملحق ز: الجداول.....

فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب

إعداد

مها ناهض عمر كايد

إشراف

د. سمر الشنار

الملخص

تهدف هذه الدراسة للتعرف إلى مدى فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الباحثة الاستبانة والمقابلة أدوات للدراسة، حيث أن الاستبانة تتكون من (61) فقرة تتوزع على خمس مجالات. وتمثل مجتمع الدراسة في جميع المشاركين في برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي خلال الفترة الزمنية المتراوحة من عام 2015 ولغاية عام 2019، حيث وزعت الاستبانة إلكترونياً، واستجاب (61) من الزوار الأجانب لبرنامج التبادل الشبابي الدولي زاجل وهي العينة المتيسرة للدراسة، إضافة إلى مقابلة منسق ومؤسس برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في جامعة النجاح. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود درجة استجابة كبيرة فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب. كما أشارت النتائج أيضاً إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a < 0.05$) في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغيرات النوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى التعليمي، والحالة الزوجية. وتقاطعت نتائج المقابلة في وجود استقطاب للزوار الأجانب، ومساهمة للبرنامج في تحسين صورة فلسطين ونقل صورة إيجابية عنها، ووجود أنشطة وفعاليات للبرنامج وتقييم لها بوسائل مختلفة، واقتراح آليات عمل مستقبلية للبرنامج المذكور. وخرجت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها ضرورة العمل على زيادة استقطاب برنامج

زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للمشاركة بأنشطته، زيادة نشر برنامج زاجل إعلانات خاصة به للمشاركة بالبرنامج عبر الواتس آب، وأن يجري الباحثون الآخرون أبحاثاً تتعلق بتحليل مضمون أنشطة البرنامج وصفحته على الفيسبوك.

الكلمات المفتاحية: فاعلية، برنامج التبادل الشبابي الدولي زاجل، نظرية التأطير، الصورة الذهنية، الزوار

الأجانب

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة

تعتبر العلاقات العامة حلقة وصل بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية، وهي التي تسهم بتشكيل صورة طيبة وسمعة جيدة عن المؤسسة. فجهود العلاقات العامة لا تنعكس فقط على صورة المؤسسة وسمعتها، وإنما على الدولة، وذلك من خلال خلق صورة جيدة عنها بوساطة الأنشطة والفعاليات المختلفة. وبما أن وسائل الإعلام الإسرائيلية والدولية تؤدي دوراً مهماً في تكوين صورة نمطية لدى العالم الخارجي عن فلسطين، وذلك من خلال ما تبثه من رسائل إعلامية قادرة على تشويه صورة فلسطين والفلسطينيين. ومن هنا تأتي أهمية العلاقات العامة في بلورة صورة إيجابية عن فلسطين وإظهار الحقيقة للرأي العام العالمي.

إن أهمية العلاقات العامة لا تحتاج إلى تأكيد، وبخاصة بعد التطور الكبير الذي شهدته عبر العصور السابقة، والتطور الذي حققته خلال النصف الثاني من القرن العشرين، حيث أننا نعيش الآن في عصر العلاقات العامة بعد أن أصبحت من أقوى الأساليب الاتصالية لتدعيم السياسات الخارجية، وتحسين صورة الدول، وبخاصة مع تطور فن صناعة المعلومة، وتقدم وسائل الاتصال والثورة المعلوماتية، كونها جوهر الاتصال الفعال، وتواصل العلاقات العامة مع المجتمع الداخلي والخارجي هو ما يجعل العلاقات العامة قادرة على تغيير الإتجاهات والآراء، وقدرتها على قياس الرأي العام. وتكمن أهميتها أيضاً في تكوينها للسمعة الطيبة وللصورة الذهنية الممتازة للرأي العام على أساس توفير الحقائق، التي تمحو الصورة النمطية التي تتكون بسبب عدم معرفة الطرف الآخر، أو الجهل بثقافته، والاعتماد على الأحكام الجاهزة التي تعرقل الاتصال الفعال والتفاهم بين الشعوب (علي، 2016، ص1).

وللصورة الذهنية دوراً مهماً في تكوين الآراء، واتخاذ القرارات، وتشكيل السلوك، وكذلك تشكل مدارك الفرد ومعارفه، فهذا ما يجعل لها تأثيراً واضحاً في سلوك الفرد، وقدراته، وتوقعاته، وردود أفعاله إزاء الكثير من القضايا الملحة، فهذا أدى إلى زيادة الاهتمام بالصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد، أو المنظمة، أو على مستوى الدول. وتؤثر الصورة الذهنية في إدراكنا للتجارب الحاضرة من حولنا، وكذلك تؤثر في توقعاتنا واستنتاجاتنا عن الآخرين وعن التجارب المستقبلية (شعبان، 2019، ص 52-53). " للصورة الذهنية دورٌ بارزٌ في حياة الأفراد، فإنها تؤدي أيضاً دوراً في غاية الأهمية بحياة الدول، والشركات، والمؤسسات، حيث أن الأمر الذي يبرر حرص هذه الأطراف كافة على أن تكون صورتها الذهنية لدى الآخرين إيجابية، وتخدم أهدافها، ومصالحها، والسعي لإزالة أي معالم سلبية موجودة في هذه الصورة أو قد تطرأ عليها" (شعبان، 2019، ص 53).

وبناءً على ذلك تأتي أهمية برامج العلاقات العامة الدولية، والتي تسعى لتغيير الصورة النمطية عن الدول واستبدالها بأخرى إيجابية، فمن هذه البرامج برنامج التبادل الشبابي الدولي (زاجل) المؤسس في دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح، والذي يسعى إلى تغيير الصورة النمطية عن فلسطين والصراع العربي الإسرائيلي، وتحقيق تفاهم مشترك بين الفلسطينيين والعالم، وذلك من خلال العديد من الأنشطة والفعاليات التي ينظمها. ومن أهم هذه الأنشطة المخيمات الدولية، والتي يستضيف بها البرنامج المتطوعين الغربيين لتغيير الصورة النمطية عن فلسطين، واستبدالها بصورة إيجابية وواضحة، ومن ثم نقل هذه الصورة إلى بلدانهم (الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي).

وفي تعليق لإحدى المتطوعات البريطانيات في مخيم من مخيمات برنامج زاجل تقول: كنت قبل وصولي إلى فلسطين كنت أشعر بالعصبية والخوف والحزن مما سأراه، وكان هناك تخوف من والدي وأصدقائي عن سبب رغبتني بالسفر إلى منطقة خطيرة ومعسكرة، وأن مشاعر عدم اليقين تأتي من تفسير الإعلام لفلسطين، والصورة الإعلامية السلبية التي تبث لي. ولكن بعد مشاركتي في مخيم زاجل الدولي أصبح لدي فهم واضح

لما يعيشه الفلسطينيون في حياتهم اليومية. وأن ما تفتقده وسائل الإعلام العالمية هو الضيافة، والحب، والأمل، وآفاق التغيير الموجودة داخل المجتمع الفلسطيني، وأن الحياة في فلسطين، هي أكثر بكثير من الصراع الذي يسمعه البعض (كاربنتر، 2016).

وبناءً على ما سبق اختارت الباحثة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للتعرف إلى مدى فاعليته في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب كموضوع لهذه الدراسة.

تشتمل الدراسة على خمسة فصول، هي: الفصل الأول، ويتضمن المقدمة، ومشكلة الدراسة، وأسئلتها، وأهدافها، وأهميتها، وحدودها، وتعريف المصطلحات. في حين يتناول الفصل الثاني نظرية الدراسة، وأدبيات الدراسة والدراسات السابقة. أما الفصل الثالث فيتضمن المنهجية، ومجتمع الدراسة والعينة، والأدوات وصدقها وثباتها وإجراءات الدراسة ومتغيرات الدراسة والمعالجات الإحصائية. بينما يتضمن الفصل الرابع عرض نتائج الدراسة. والفصل الخامس يحتوي على مناقشة النتائج وأهم التوصيات.

مشكلة الدراسة

تعاني القضية الفلسطينية من التهميش، حيث أنها لم تعد من أولويات الرأي العام العالمي، وأنه لم يتم التوصل إلى حل عادل وشامل للقضية حتى الآن، وأن هناك ازدياداً في وتيرة انتهاكات حقوق الإنسان في فلسطين من جانب الاحتلال الصهيوني، حيث بلغ عدد الشهداء من النكبة وحتى نهاية عام 2020 مائة ألف شهيد، كما بلغ عدد الأسرى المعتقلين الفلسطينيين في سجون الاحتلال في نهاية عام 2021 أربعة الألاف وخمسمائة أسير منهم 37 أسيرة و140 طفلاً والمعتقلين الإداريين 450 معتقلاً (الموقع الإلكتروني لوكالة وفا الإخبارية). وضمن سياسة الاحتلال المنهجية لاقتلاع الفلسطيني من أرضه، حيث أنه ما زالت اعتداءات الاحتلال الإسرائيلي ومستوطنيه من مصادرة الأراضي وهدم المنازل مستمرة، والاعتداءات على المواطنين الفلسطينيين متواصلة في حي الشيخ جراح وقرية برقة وبيتا، وبلغ عدد المباني التي هدمها الاحتلال 975 مبنى في عام 2020، حيث أن 30% في القدس، وكذلك بناء المئات من الوحدات الاستيطانية

ويعيش فيها 700 ألف مستعمر في 151 مستعمرة مقامة على الأراضي الفلسطينية (الموقع الإلكتروني للجهاز المركزي للإحصاء). وبالإضافة لمحاولة الماكنة الإعلامية الصهيونية التأثير في الرأي العام العالمي على حساب القضية الفلسطينية وبخاصة في فترة الانتفاضة وأحداث الحادي عشر من سبتمبر، ما يؤدي إلى خلق صورة غير حقيقية عن الشعب الفلسطيني وقضيته، ويحول دون إيجاد حل عادل وصورة حقيقية عن فلسطين. حيث أن القضية الفلسطينية بحاجة إلى رأي عام مساند وضغط للقضية على صناع القرار. فهناك العديد من البرامج الدولية في الجامعات الفلسطينية، والتي تهتم بمناصرة القضية الفلسطينية، واستقبال الزوار الأجانب، وتعريفهم بما يعانيه الشعب الفلسطيني، رأت الباحثة أهمية دراسة دور هذه البرامج في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب ورسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين وتعزيزها، كون أن الجامعات وبرامجها هي مركز التغيير في المجتمع الداخلي والخارجي. واختارت الباحثة برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي المؤسس في دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح، حيث أنه يهدف إلى تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الأجانب ورسم صورة ذهنية إيجابية عنها.

ومن هنا، تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال المحوري الآتي: ما مدى فاعلية برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأيير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب؟

أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة من خلال استخدام نظرية التأيير للإجابة عن الأسئلة الآتية:

- كيف يستقطب برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي الزوار الأجانب للانضمام بأنشطته؟
- ما مدى مساهمة برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين؟

- ما هي الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين؟
- ما مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟
- ما هي وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة رجوع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين.
- ما مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العام؟
- ما الآليات والتكتيكات المستقبلية، التي على برنامج زاجل اتباعها في العلاقات العامة الدولية، للتأثير في الزوار الأجانب، بما يسهم في تحول الرأي العام العالمي لمناصرة القضية الفلسطينية؟
- هل تختلف اتجاهات الزوار الأجانب نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى العلمي، والحالة الزوجية)؟

أهداف الدراسة

- تسعى الباحثة من خلال استخدام نظرية التأطير لتحقيق أهداف عدة من أبرزها:
- التعرف إلى كيفية استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته.
- استكشاف مدى مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين.

- التعرف إلى الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين.
- التعرف إلى مدى دراسة برنامج زاجل لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين.
- التعرف إلى وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة رجوع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين.
- الاطلاع على مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية.
- الكشف عن الآليات والتكتيكات المستقبلية، التي على برنامج زاجل إتباعها، للتأثير في الزوار الأجانب بما يسهم في تحول الرأي العام العالمي لمناصرة القضية الفلسطينية.
- التعرف إلى اتجاهات الزوار الأجانب نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى العلمي، والحالة الزوجية).

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية

تكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها لفاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب، حيث أن هذه الدراسة الأولى عن برنامج زاجل ورسم الصورة الذهنية الإيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب -على حد علم الباحثة-، وستكون هذه الدراسة إضافة علمية جديدة للمكتبات العربية والعالمية، وكذلك تكمن أهمية الدراسة في استخدامها لنظرية التأطير والتي تبرز كيفية تأطير وسائل الإعلام للرسائل والحقائق.

الأهمية التطبيقية

ستفيد هذه الدراسة برنامج زاجل وجامعة النجاح الوطنية من حيث معرفة مدى فاعلية البرنامج وكيفية تطويره، وكذلك المؤسسات الدولية في الخارج كمؤسسة الخدمة المدنية العالمية الشريكة مع برنامج زاجل من حيث معرفتهم مدى فاعلية البرنامج وكيفية مساعدته في التطور وإرسال المتطوعتين الدوليين للانضمام ببرنامج زاجل وكذلك تطوير استراتيجيات مناسبة للعمل، وغيرها من الشركاء، وستفيد أيضاً الباحثين في هذا المجال، والحكومة الفلسطينية، وكل مهتم بالعلاقات العامة الدولية والقضية الفلسطينية.

حدود الدراسة

الحدود المكانية: بالرغم من أن الكثير من الجامعات الفلسطينية تحتوي على برامج تعنى بتغيير الصورة النمطية عن فلسطين، إلا أن الباحثة اختارت برنامج التبادل الشبابي الدولي (زاجل) - دائرة العلاقات العامة - جامعة النجاح الوطنية - نابلس حداً مكانياً لهذه الدراسة، وكذلك المشاركين في البرنامج من الجمهور الخارجي أي من خارج فلسطين، وذلك لكون الباحثة تطوعت وانغمست في هذا البرنامج، وأيضاً كونه في الجامعة التي تدرس فيها الباحثة.

الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة في الفترة الممتدة من 2015 وحتى 2019، وذلك لانخراط الباحثة في أنشطة البرنامج خلال الفترة المذكورة، وكذلك امتلاكها لقاعدة البيانات المتكاملة عن زوار البرنامج والبرامج التي أعدت لهم، ما يسهل التواصل مع المبحوثين، ويمكنها من تقييم البرنامج بشكل أدق من الفترات السابقة.

الحدود البشرية: بالرغم من أن البرنامج انطلق في عام 2001، إلا أن الدراسة تعنى بالزوار الأجانب الذين زاروا جامعة النجاح منذ عام 2015 حتى 2019 كون الباحثة منخرطة في البرنامج خلال هذه الفترة، وكذلك كان أداء البرنامج منتظماً ومتطوراً خلال هذه السنوات.

تعريف المصطلحات

فاعلية

التعريف الاصطلاحي: " قدرة المنظمة على التأقلم مع ظروفها الداخلية والخارجية، وتقاس فاعلية التنظيم بمدى تحقق الكفاءة والانسجام والتوازن بين العناصر والأبعاد التنظيمية المختلفة" (لبادة، 2021، ص8).

التعريف الإجرائي: قدرة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب.

برنامج التبادل الشبابي الدولي (زاجل): هو برنامج تأسس في دائرة العلاقات العامة بجامعة النجاح الوطنية في عام 2001 وذلك لتطوير الأداء الإعلامي الناطق باللغة الإنجليزية، وأطلق عليه اسم (زاجل) لما تتضمنه هذه الكلمة من دلالات تاريخية وثقافية، وكذلك إيصال الرسالة الإعلامية الفلسطينية إلى الغرب بشتى الوسائل المتاحة وبوساطة أنشطته وفعالياته المختلفة، وهي جوهر المهمة التي أسس من أجلها. حيث تصب هذه الأنشطة جميعها في سبيل إطلاع الغرب على حقيقة الأوضاع التي يمر بها الفلسطينين بعيداً عن التشويه الإعلامي، الذي تقوم به العديد من الوسائل الإعلامية الغربية (الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي). ويقصد بالتشويه الإعلامي كما عرفه الباحث الفرنسي فرانسو جيريه بأنه " مشروع منظم ومخطط يهدف إلى تشويش الأذهان، والتأثير في العقل كما في العواطف والمخيلة، وليس له سوى هدف واحد هو إدخال الشكوك وخلق الاضطراب، وهدم المعنويات، ويعمل على جميع مستويات أصحاب القرار جميعهم حتى المواطنين العاديين، كما يجعل من وسائل الإعلام أداة لنشر الرسالة التضليلية وتعميمها باتجاه الرأي العام" (العطواني، 2018، ص 7).

الصورة الذهنية Image

التعريف الاصطلاحي: هي الخزين المتراكم من الأفكار والانطباعات، والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة، أو غير مباشرة تجاه فرد، أو جماعة، أو منظمة، أو ظاهرة ويشكل

هذا الخزين مصدرًا من مصادر العملية العقلية، والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والأحكام تجاه الأشياء، وعادة ما يكون ذلك الخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحونًا بالعاطفة، بحيث تكون تلك الانطباعات والأحكام إما سلبية أو إيجابية (موسى، 2014، ص 57).

التعريف الإجرائي: التصورات العقلية التي يحملها الزوار الأجانب عن فلسطين، والتي تشكلت لديهم من خلال العديد من المصادر، والأقوال وبخاصة الإعلام.

الصورة النمطية Stereotype

التعريف الاصطلاحي: كما أشار موسى 2014 بأنها " مجموعة من الصور الذهنية التي تحوي تجمعاً من الأنماط، والسمات المستخدمة لتعريف شخص، أو جماعة، أو ظاهرة دون الإشارة إلى فروق أو مزايا، أو سمات خاصة، أو فردية وتبنى هذه الصورة على أساس التجربة المحدودة، والأفكار البسيطة العامة والثابتة والمشوهة، والمتحيزة أو المحايدة في بعض الأحيان، والمستخلصة من مصادر معرفية تاريخية وراهنة، وهي بمجملها تراكمية". (موسى، 2014، ص 62).

التعريف الإجرائي: هي تلك التصورات العقلية المبنية على أساس غير صحيح، أو بناءً على تجارب، وأقاويل محدودة ومزيفة عن بلد ما، أو شخص ما، وغالباً ما تكون هذه التصورات سلبية أو مبنية على أساس خاطئ.

الزوار الأجانب

التعريف الإجرائي: هم الأشخاص الذين يزورون جامعة النجاح الوطنية من مختلف أنحاء العالم، ويشاركون في فعاليات برنامج زاجل منذ نشأته وحتى الوقت الحالي، أما فيما يتعلق بهذه الدراسة فالزوار الأجانب هم الذين زاروا جامعة النجاح من عام 2015 وحتى 2019.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

نظرية التأطير أو الإطار الإعلامي (Framing Theory)

يعرف محمد بسيوني الإطار الإعلامي بأنه " زاوية التناول الإعلامي في إطار يعود إلى ذهن القائم بالاتصال، حيث يقوم منتج الخطاب بتأطيره بما يتناسب مع أفكاره، واتجاهاته وذلك بالتركيز على جوانب دون جوانب أخرى داخل الخطاب الإعلامي، وإبراز عناصر، وتهميش لأخرى لتحقيق أهداف أيديولوجية، أو فكرية خاصة بالقائم بالاتصال، أو بالوسيلة الإعلامية التي أنتج الخطاب من أجلها" (حسونة، 2015، ص 23). كما وتعرفه حسونة بأنه " عملية تفاعلية تتم بين مكونات العملية الاتصالية، بهدف إبراز جوانب محددة من القضية المطروحة وإغفال جوانب أخرى، بما يتناسب مع أيديولوجية القائم بالاتصال، بهدف تفسير الأحداث وتحديد المشكلات، وتشخيص الأسباب، والبحث عن حلول وتأطيرها بما يتوافق والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية" (حسونة، 2015، ص 24).

بلورَ (Erving Goffman) عالم الاجتماع نظرية الأطر الإعلامية في عام 1974، وطور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي، وذلك عن طريق مناقشته لمقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات الذي يحرك مداركهم ويحثهم بناءً على استخدام خبراتهم الشخصية، وذلك بوساطة أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومغزى (حسونة، 2015، ص 24).

تتعلق نظرية الإطار الإعلامي من فكرة مغزاها أن ما تقدمه وسائل الإعلام من وقائع وأحداث، ليس لها معنى محدد، وأنها تكتسب معناها عن طريق وضعها في إطار يحددها، وينظمها، ويعطيها قدراً من الانسجام والاتساق، وذلك عن طريق التركيز على بعض الجوانب للوقائع والأحداث، وتجاهل البعض الآخر (أبو مزيد، 2013، ص 42).

وتفتقر البحوث الخاصة بالأطر الإعلامية فرضاً علمياً، وهو أن وسائل الإعلام تركز في الرسائل التي تقدمها على جوانب معينة في قضية ما، وإهمال الجوانب الأخرى، أي تقوم بتحديد أطر خبرية بعينها، فهذا يؤدي إلى وجود العديد من المعايير التي تستخدمها الجماهير عند التفكير بالقضية المطروحة، وتشكل آراءها بشأنها، ففي هذا الإطار فإن تأثير الأطر الإعلامية في اتجاهات الجمهور السياسية يتم من خلال مستويين: فالمستوى الأول يهتم بقياس المحتوى الكامن لوسائل الإعلام، فهذا الأسلوب يرى أن التأطير يقدم وصفاً للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة، وينظمها وفقاً لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم المحيط. بينما المستوى الثاني يهتم بقياس أطر وسائل الإعلام، وهو الذي يؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية المطروحة، وأن وسائل الإعلام تحدد لنفسها أطراً إعلامية تستطيع التأثير في تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا، وذلك عن طريق تركيزها على جوانب معينة دون غيرها، وهذا الأمر يعكس تحديد آراء الجماهير واتجاهاتها نحو القضايا (حسونة، 2015، ص 24-25).

تطرح النظرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي، لتمثيل الجوانب والسمات البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، أي تحديد أطر التغطية الخبرية للقضايا والأحداث المختلفة، ووضع روبرت انتمان أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية وتتمثل في: تحديد المشكلة أو القضية ومعرفة الأسباب الكامنة وراءها، وتشخيص الأسباب، وتحدد القوى المؤثرة في القضية أو الحدث، وتشير إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث، وتقدم حلولاً للقضية ومحاولة علاجها (أبو مزيد، 2013، ص 22).

تعتبر الأطر أدوات ووسائل عرض، وأنظمة نشطة لإنتاج المعلومات، وكذلك تنظم الواقع اليومي، وتكون جزءاً منه، وأن الأطر وسيلة إدراكية تستخدم في تفسير وتفسير واسترجاع المعلومات، وهي وسائل لها إمكانية الانتقال للآخرين، كما لها علاقة بالقواعد والتقاليد الإعلامية والسياسات التحريرية، كما تعد الأطر مجالاً لاختيار المعنى من أجل تشكيل الواقع، وتساعد الجمهور على القيام بعملية تصنيف واسعة، وأنها تسمح بتصنيف عدد محدود من الأحداث الملموسة (الحاج، 2020، ص 162).

تستخدم الباحثة هذه النظرية وذلك لدراسة مدى فاعلية برنامج زاجل في توظيفها برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب، حيث أن استخدام هذه النظرية يصب في موضوع الدراسة، والذي يرى ما هي الصورة المسبقة لدى الزوار الأجانب عن فلسطين، والتي توصلت إليهم من خلال تأطير الإعلام الإسرائيلي للقضية الفلسطينية، كما أن برنامج زاجل هو الناطق الإعلامي باللغة الإنجليزية، حيث يؤثر الرسائل التي تتعلق بالقضية الفلسطينية بالعديد من الطرق والأساليب، والذي يهدف لتغيير الصورة النمطية المتكونة لدى الزوار الأجانب عن فلسطين، والتي تكونت من خلال الدعاية الإسرائيلية حيث قدمت الفلسطينيين على أنهم إرهابيين، فالبرنامج يسعى لتغيير الصورة النمطية وذلك لتوصيل الحقيقة وكسب الرأي العام العالمي وتأييده للفلسطينيين والقضية الفلسطينية، كما أن هذه الدراسة تبحث في الأساليب والطرق التي يتبعها البرنامج لتغيير الصورة النمطية عن فلسطين والقضية الفلسطينية، وتساعد هذه النظرية الباحثة في تحقيق الأهداف المرجوة وهذا ما سيتم توضيحه في الإطار العملي للدراسة.

العلاقات العامة

مفهوم العلاقات العامة

استخدم المحامي الأمريكي دورمان آيتون مصطلح العلاقات العامة بمعناه الجديد لأول مرة خلال محاضراته القانونية، والتي كان عنوانها: "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية"، وذلك في جامعة ييل (Yale) في كلية الحقوق عام 1882 (القحطاني، 2017، ص 18).

هناك تعريفات عدة لمفهوم العلاقات العامة، حيث عرفها معهد العلاقات العامة البريطاني على أنها "جهود إدارية مرسومة، ومستمرة تهدف إلى إقامة، وتدعيم تفاهم متبادل بين المؤسسة وجمهورها" (زويلف، 2015، ص17). كما وعرفها المفكر الأمريكي "ركس هارلو" بأنها "وظيفة إدارية متميزة تساعد على إقامة وإدامة خطوة اتصالات متبادلة وتفاهم وتقبل وتعاون بين منظمة وبين جماهيرها" (درة، المجالي، 2010، ص 45). في حين عرفها رئيس جمعية العلاقات العامة العربية محمود الجوهري بأنها "مسؤوليات وأنشطة الأجهزة

المختلفة في الدولة، سياسية واقتصادية واجتماعية وعسكرية، للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي والخارجي، وذلك بالأخبار الصادقة والأداء النافع الناجح في مجالات العمل جميعها وفقاً للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشداً، وهادياً، ومميزاً في بناء الوطن، ورسم سياسته في إطار ميثاقها الوطني" (جرادات، الشامي، 2011، ص 18).

وعرفت جمعيات العلاقات العامة الأمريكية بأنها عملية اتصال إستراتيجية وتبني علاقات متبادلة المنفعة بين المنظمات وجمهورها (Health,2013, p.51). أما مجلة العلاقات الأمريكية فقد عرّفها بأنها " وظيفة الإدارة التي تعمل على تحليل، وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور، وربط سياسات، وإجراءات المؤسسة مع الصالح العام، وبتنفيذ برنامج للعمل والإعلام يهدف إلى كسب تفهم الجمهور للمؤسسة وتأييده لها" (جرادات، الشامي، 2011، ص 16). وفي حين استند باسكن على تعريف أطلقه مارستون في كتابه " The Nature of PR" بأن العلاقات العامة هي وظيفة من وظائف الإدارة التي تقوم بتقييم توجهات الجمهور، ومدى توافق إجراءات وسياسات المؤسسة مع الصالح العام، ولكسب تفهم الجمهور للمنظمة وتأييده لها؛ تنفذ برنامج للعمل والإعلام (درة، المجالي، 2010، ص30).

أما قاموس أكسفورد فقد عرّفها بأنها " الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها، مع مراعاة القيم والمعايير والسنن الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع" (المزاهرة، 2015، ص 29). بينما عرفها قاموس ويبستر بأنها " مجموعة من النشاطات التي تقوم بها هيئة، أو اتحاد، أو حكومة، أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه" (القحطاني، 2017، ص 22).

وهناك تعريف حديث آخر للعلاقات العامة حيث أبرز فيه البعد الدولي أو العالمي لذلك الحقل حيث حدد كرتشا ميرثي سريراميش مفهوم العلاقات العامة بأنها " اتصال استراتيجي تستخدمه المنظمات المختلفة لإقامة علاقات حميمية قوية مع جماهيرها ذات العلاقة التي أصبح الكثير منها جماهير متعددة الثقافات " (درة، المجالي، 2010، ص45). بينما عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها " وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف عن طريق المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، والحفاظ على ثقتهم عن طريق تقويم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها" (موسى، 2014، ص14). في حين أن خبير العلاقات العامة "إدوارد بيرنيز" عرّفها على أنها " التوسل بالمعلومات عن طريق الإقناع، والملاءمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها" (جرادات، الشامي، 2011، ص 14).

وبناءً على ما سبق، تعرفها الباحثة بأنها وظيفة من الوظائف الإدارية، والتي تعنى بجعل صورة المؤسسة وسمعتها إيجابيتين أمام جماهيرها، وتقوم هذه الوظيفة على البحث، والتخطيط، والتنظيم، والتقييم، وتعد حلقة وصل بين المؤسسة وجماهيرها، وتعالج الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة، وتشكيل الرأي العام، وكذلك إقناع الجمهور بالمنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة.

أهمية العلاقات العامة

تميز المجتمع الحديث بالعديد من التغيرات في شكله، وتكوينه، وطبيعته من الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ما أدى إلى ظهور الحاجة لتنظيم برامج العلاقات العامة، ومن هذه التغيرات زيادة قوة وتأثير الرأي العام وبخاصة في المجتمعات الديمقراطية، حيث أن هذه القوة في تزايد مستمر، فلذلك حتى تستمر الحكومات في الحكم، عليها أن تحصل على تأييد الرأي العام، وعلى الحكام أن يكونوا على تواصل دائم مع الشعب حتى يضمنوا لأنفسهم البقاء، وعلى المؤسسات الاتصال المستمر مع الجمهور الذي تتعامل معه

وبالمجتمع النشيطة به حتى تتجح في عملها، كبر حجم المؤسسات الصناعية والتجارية، وزيادة التنافس بينها، فأصبح وجود الشركات الضخمة التي تحتوى على تجهيزات آلية كبيرة، وتستخدم الآلاف العاملين، وتتعامل مع الملايين من أنحاء العالم كافة، وإنتاج السلع المتعددة من مظاهر المجتمع الحديث. وكذلك ظهور العديد من القوى المتصارعة، والتي تسعى إلى جذب الرأي العام لها، حيث ظهرت الأحزاب السياسية، والغرف التجارية، والجمعيات التعاونية، والنقابات المهنية، والاتحادات، وكل منها تحاول إثبات دورها ونشاطها لجمهورها، وتطور وسائل الإعلام والنشر وازديادها، وهذا نتيجة كل من التقدم الفكري والتكنولوجي الكبيرين، وتعتبر العلاقات العامة وسيلة فعالة يمكن من خلالها تنمية الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين، وكذلك تحويلهم لجمهور إيجابي متعاون مع الحكومة (المزاهرة، 2015، ص 34-35).

أما عبدة فيرى أنه تبرز أهمية العلاقات العامة على نطاق المؤسسات، وذلك بوساطة عملها في مراجعة قرارات المؤسسة من النواحي الإدارية والتسويقية المختلفة وكذلك التأكد من سلامتها من حيث تأثيرها في العاملين والجمهور والرأي العام بشكل عام، سواء أكان ذلك في المدى القصير أو البعيد، ولفت نظر الإدارة العليا إلى السياسات والإجراءات التي لا تتفق مع مصلحة المؤسسة، ومحاولة جعل سياسة وأهداف المؤسسة تتفق مع تلك الاتجاهات (جرادات، الشامي، 2011، ص 43-44). أما بالنسبة للشامي فيقول: "تزداد أهمية العلاقات العامة في المنظمات التجارية حيث لا يمكن لهذه المنظمات أن تعمل بنجاح دون ضمان التفاهم المتبادل بينها وبين الجمهور، أو بين العاملين الذين يعملون في المنظمة نفسها، فإن التفاهم المتبادل يعد عاملاً أساساً من عوامل النجاح في هذه الحالات كلها" (جرادات، الشامي، 2011، ص 44).

وتساهم العلاقات العامة بشكل فعال في تقوية العلاقات بين المؤسسة وجمهورها، ومساهمتها في رسم صورة مشرقة عن أنشطة المؤسسة وسياساتها أمام الجمهور، وتساعد الجمهور على فهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه (جرادات، الشامي، 2011، ص 45).

أهداف العلاقات العامة

ذكر "بلخيري" في كتابه العلاقات العامة وصناعة الصورة الذهنية للمؤسسة أهم أهداف العلاقات العامة وهي: أن تقوم العلاقات العامة بتجديد وتقديم الرأي، والاتجاهات السائدة تجاه المنظمة، ونصح المنظمة في رسم سياستها وخططها وبرامجها التي تأخذ المصلحة العامة بعين الاعتبار إلى جانب مصلحة المنظمة وتحقيق التوافق والتوازن بينهما، والتوعية بالأهداف العامة للمؤسسة، والتعريف بالخدمات التي تؤديها، كما تهدف إلى الحصول على قبول الرأي العام حتى تتمكن المنظمة من الاستمرار في مزاوله نشاطها، والاهتمام والتأكيد على الاتصال بين المنظمة والمنظمات الأخرى التي تتشابه معها في الإنتاج والخدمات، أو تلك الأخرى التي تختلف عنها في ذلك، وكسب تأييد الجماهير والرفع من مستوى الخدمات وحسن أدائها، وتطوير وتعزيز التعاون مع أجهزة الإعلام المختلفة، ومحاربة الإشاعات الضارة وتحقيق واقع يؤدي بشكل حتمي إلى قيام تلك العلاقات (بلخيري، 2017، ص 115-116).

ومن أهم الأهداف التي نكرها جردادات والشامي، أنها تسعى لزيادة اهتمام الجمهور بالشؤون الخاصة بوطنهم وذلك من خلال شرح الأهداف والاتجاهات العامة للدولة وذلك في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتنمية الشعور القومي لدى الجماهير، وتبصير الجماهير بالأمور والمشكلات العامة المعاصرة، وبالتالي يزداد اهتمامها بها، وتحقق مساهمة تلك الجماهير في إبداء الرأي بصددها، وبهذا يتحقق الاتجاه الديمقراطي للدولة، وتدعيم التعاون الدائم بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى الشريكة معها بالعمل، وتوثق العلاقة مع الأجهزة الإعلامية المركزية والوكالات الإعلانية والمجلات والصحف، وإعداد وإصدار النشرات والكراسات الإعلامية والملصقات الجدارية، وإصدار مجلة دورية، وتنسيق استقبال الوفود وبرامج زيارتهم، وكذلك إظهار المؤسسة بالصورة المشرفة أمام الوفود والزوار، وتحضير متطلبات الضيافة الخاصة بهم، والاهتمام بالأرشيف الإعلامي، وتحضير متطلبات عقد الاتفاقيات وحفظها ومتابعة تنفيذها ضمن جدول

زمني محدد، والإشراف على تنظيم المعارض والمتاحف، والتهيئة والترتيب لمشاركة المؤسسة بالمعارض المحلية والدولية لعرض خدماتها وأنشطتها (جرادات، الشامي، 2011، ص 36-38).

العلاقات العامة الدولية

مفهوم العلاقات العامة الدولية

تنوعت تعريفات مفهوم العلاقات العامة الدولية بين الباحثين والمفكرين والممارسين للعلاقات العامة، حيث أنهم لم يستقروا على إيجاد تعريف موحد لهذا المصطلح، أو على مجال معين له، وعدم إجماعهم على تعريف موحد لعمل وممارسة العلاقات العامة الدولية (المزاهرة، 2015، ص 30). حيث أن منهم من يرى أنه لا يوجد مصطلح يسمى بالعلاقات العامة الدولية، ويرجع البعض ذلك إلى تداخل أنشطتها بين العلاقات العامة الدولية، والتسويق والترويج والدبلوماسية وبناء العلاقات، ومنهم من يمتلك رأياً محدوداً وقاصراً، وهو أنها فقط العلاقات بين الولايات المتحدة، وكندا، ودول الغرب الأوروبي، وأن العلاقات العامة الدولية هي بناء علاقات بوسائل الاتصال، أو دعم العمليات التسويقية في إطار أهداف العلاقات العامة، وأنه في حالات محدودة تقوم الشركات ببناء علاقات عامة دولية كمكون إستراتيجي في الإدارة التنفيذية (المزاهرة، 2015، ص 31).

وعلى الرغم من هذه الخلافات، فالعديد من الباحثين وضعوا لها تعريفات مناسبة. حيث عرفها الباحثون ويلوكس وأولت وأجى أنها " الجهود المخططة والمنظمة لشركة ما، أو مؤسسة ما، أو حكومة ما لتحقيق علاقات تبادلية مع الجماهير من دول أخرى. ويمكن تعريف هؤلاء الجماهير على أنهم مجموعات متعددة من الأشخاص الذين يتأثرون بالعمليات التي تقوم بها هذه الشركات، أو المؤسسات، أو الحكومات ما يمكن أن تؤثر فيها" (محمد، 2020، ص 88). كما وعرفها جرونج أنها " الجهد المخطط والمنظم الذي تقوم به شركة، أو مؤسسة، أو حكومة ما لبناء علاقات مفيدة لها ولجماهيرها التي تتعامل معها في الدول الأخرى" (الجمال، 2009، ص 32). بينما أكد الباحث "كلبرتسون" أن العلاقات العامة الدولية هي " ممارسة العلاقات العامة في محيط دولي، أو عابر للثقافات كجزء من عملية التعاون الدولي، أو العابر للثقافات" وهو يعد من

أكثر التعريفات شمولاً (المزاهرة، 2015، ص33). كما يعرفها ويكيبيديا بأنها " برامج متعددة الجنسية تشمل تنسيقاً مهنيّاً بين الشركة الأم ومكاتب الشركة في الدول المضيفة وبين جماهيرها، ويكون لذلك نتائج مختلفة في أكثر من دولة" (باذيب، 2018، ص 19).

ويرى "رأس المال" أن مفهوم العلاقات العامة الدولية لا بد أن ينحصر في " فهم كيف تمارس المشروعات الاقتصادية عبر الحدود الدولية، وكيف تمارس العلاقات العامة في هذا السياق" وهذا تعريف ركز على ضرورة استيعاب ممارسي العلاقات العامة الدولية لطبيعة العمليات، والأنشطة الاقتصادية الدولية التي تمارس في مختلف الدول والثقافات (باذيب، 2018، ص 19). وعرفها "بلاك" بأنها "الجهود المخططة التي تستهدف إيجاد تفاهم مشترك بين جهة ما وجماهيرها المستهدفة، من خلال تجاوز الفجوات الجغرافية، واللغوية، والثقافية" (الجمال، 2009، ص 32).

وعلى ما سبق تعرفها الباحثة: بأنها الجهود المخططة والمنظمة، وتقوم بتنفيذ الأنشطة والفعاليات على البعد الدولي، كما وتقوم بتحسين الصورة الذهنية عن دولة ما، أو مؤسسة ما لدى العالم الخارجي.

أهمية العلاقات العامة الدولية

تؤدي العلاقات العامة في الوقت الحالي بشقيها الدولي والمحلي دوراً إستراتيجياً في حياة المؤسسات بمختلف أشكالها وأنواعها سواء كانت حكومية، أو خاصة، أو ربحية، أو خدمية، أو نشطة في إحدى المجالات الثقافية، أو السياسية، أو التجارية، حيث تكمن أهميتها في مكانة الفرد في المؤسسة وفي المجتمع، وإضافة إلى أنه أصبح للرأي العام العالمي دوراً محورياً في المجتمع، وهذا يعني ضرورة توفير المعلومة، والاعتماد عليها في اتخاذ القرارات، وكل هذا لن يأتي إلا بدور العلاقات العامة الدولية المهم والفعال (المزاهرة، 2015، ص40).

نتيجة للتغيرات التكنولوجية والسياسية والاقتصادية التي طرأت على العلاقات العامة الدولية تزايدت أهميتها، كما أقرت بقوة الرأي العام فيها. مكنت التطورات التكنولوجية الحديثة بث المعلومات ونشرها بسهولة وسرعة هائلتين، وكذلك أتاحت الفرصة للجماهير الاتصال ببعضهم بعضاً والتأثير في الرأي العام العالمي بشكل

كبير، وهي حلقة الربط بين مؤسسات المجتمع الواحد وبين المجتمعات الأخرى وذلك من خلال تقديم خدمات معينة لها مبنية على الثقة المتبادلة، وذلك ينبع من أهمية الفرد والشرائح الاجتماعية، وقوة تأثير الرأي العام في المجتمعات على مختلف المؤسسات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية (المزاهرة، 2015، ص 40). وفي الدراسة الحالية يبرز دور برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في التأثير في الرأي العام العالمي، وكذلك في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى المجتمع الدولي من خلال نظرية التأطير.

وظائف العلاقات العامة الدولية

تنوعت الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة الدولية حيث أن هناك من يرى أنها تنحصر في ثلاث وظائف رئيسية، وذلك ضمن المحاور الأساسية للتخصصات الوظيفية (المزاهرة، 2015، ص 63):

1. الوظائف الإعلامية: تتمحور في توعية الجماهير المحلية فيما يتعلق بالشركة الدولية، وذلك باستخدام الوسائل المتاحة كافة، وتطور كفاءة الأنشطة الإعلامية التفاعلية مع الجمهور إضافة إلى تقرير إمكانية استخدام وسائل الاتصال المتاحة، والأكثر تأثيراً.
2. وظائف الاستعلام: تتمثل في إجراء البحوث المسحية، وتحليل مواقف الجماهير حول المنتجات أو السلع، أو الخدمات التي تقدمها الشركة الدولية، وتعمل على معالجة السلبى وتفاديه، والعمل على دعم الإيجابي منها وتعزيزه.
3. وظائف التنسيق: تتمثل في ربط خطط برامج العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى التي لها علاقة بالأمور الإدارية والتنسيق معها، وذلك لمنع الإزدواجية والتعارض، وكذلك القيام بالتنسيق، والمتابعة، ومراقبة برنامج العلاقات العامة في مراقبته للبرامج الأخرى.

بينما حصر الكاتبان "الجمال وعباد" أهم وظائف العلاقات العامة الدولية، والتي تنفذها الشركات الدولية التي تعمل في أطر ثقافية متعددة، وهي تقديم النصح والاستشارات فيما يخص السياسات والعلاقات بالجماهير وبوسائل الإعلام وذلك لفهم السلوك الإنساني، وإجراء البحوث التي من خلالها يمكن التعرف إلى اتجاهات

وسلوكيات الجماهير وأسبابها ودوافعها، والعمل على تحليل هذه الاتجاهات وتوقع سلوكيات الجماهير وإجراء بحوث الرأي العام، وإقامة علاقات جيدة ومستمرة مع وسائل الاتصال والإعلام، وذلك لنشر أخبار وتقارير صحفية وإعلانية وترويجها، والاهتمام بالجمهور الداخلي للشركة ومراعاة مصالحه وإطلاعها على كل ما يهمه من سياسات وسلوكيات وإنجازات الشركة، وحثه على الاستمرار في دعمها، والمحافظة على العلاقات مع المجتمع المحلي وذلك عن طريق بناء اتصال متبادل (في اتجاهين) قائم على المعلومات الصادقة والكاملة في إطار التخطيط المستمر، والمشاركة الفعالة لتعزيز وبناء مكانة مميزة وسمعة جيدة للشركة الدولية في الدول المضيفة، وتطوير اهتمام الشركة الدولية وتداخلها في الشؤون العامة للمجتمع، والتنسيق بين المصالح العامة والخاصة، وتوثيق العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية والتنفيذية التي لها علاقة واتصال مباشرين بالشركة الدولية، والتعاطي مع القضايا ذات الأهمية في المجتمع، والعمل على المشاركة في دعم الفهم الديمقراطي، والتركيز على إثارة الاهتمام حول سلعة أو خدمة من خلال الأحداث المركزة التي تنظمها العلاقات العامة، ومع الحذر من الوقوع في أي صراع أو سوء فهم (باذيب، 2018، ص 24-25).

الاتصال والعلاقات العامة الدولية

تلجأ المنظمات والمؤسسات لتقنيات العلاقات العامة كوسيلة اتصالية فعالة، وذلك لضمان تكوين صورة قوية وصادقة وثابتة نسبياً، حيث أن هدفها هو تكوين انطباعات جيدة في أذهان الفئات المستهدفة عن المنظمة وتضييق الفجوة بين الصورة المدركة، والصورة المرغوبة، وذلك من خلال الاستعانة بوسائل الاتصال المباشرة وغير المباشرة، حيث تقوم بتوصيل المعلومات والأخبار الصادقة عن المنظمة أو الشركة وذلك بعيداً عن التزييف كما أكد "جربزويلد" في تعريفه للعلاقات العامة أهمية البحث والتخطيط والاتصال في تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها، ومراعاة مصالح الجمهور فيقول: "إنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتفاهمه" (المزاهرة، 2015، ص 325).

كما ويعد الاتصال النقطة الجوهرية لإدارة العلاقات العامة المحلية والدولية، والجمهور هو مركز البرنامج الاتصالي، فالمنظمة في البداية يجب أن تحدد هدف كل برنامج اتصالي وبعدها تحديد الجمهور المستهدف وما الذي تريده المنظمة من هذا الجمهور، وتقوم المنظمة بتقييم الموارد المالية، والبشرية المتاحة إضافة إلى الوقت اللازم لتحقيق الأهداف، ومن ثم تقييم المنظمة سمعتها وصورتها الذهنية لدى جماهيرها. هذا يعني وجود تكاملية بين أهداف الخطة من ناحية، وأهداف البرنامج الاتصالي من ناحية أخرى (المزاهرة، 2015، ص326).

الاتصال الفعال في العلاقات العامة الدولية

إن نجاح الاتصال في ممارسة العلاقات العامة الدولية مرهون باتباع التعليمات الآتية (المزاهرة، 2015، ص 326-327):

1. البحث عن الجمهور المعني: من المهم أن تعرف المنظمة الجماهير التي تريد أن تؤثر بها، وكيفية الوصول إليها.

2. استخدام الوسيلة المناسبة Right Channels: هناك العديد من وسائل الاتصال، حيث أن لكل وسيلة مزايا ومساوئ، ففي أغلب الأحوال من الضروري استخدام أكثر من وسيلة في الوقت نفسه وذلك لتتسع المساحة المغطاة من الجماهير المعنية، يعتمد اختيار الوسيلة المناسبة على معرفة الجماهير وخصائصهم الثقافية وعاداتهم، وكذلك المعرفة بخصائص وسائل الاتصال نفسها والرسالة التي تود المنظمة إرسالها.

3. استخدام الوقت المناسب Right Time: لتكون الرسالة فعالة لابد أن تصل إلى الجمهور المعني في الوقت المناسب، فإنه لا جدوى منها إذا وصلت في وقت مبكر، أو وقت متأخر. تتطلب معرفة الوقت المناسب معرفة الجماهير وعاداتها وتقاليدها وكذلك كيفية قضاء أوقاتها.

4. استخدام الرسالة المناسبة Right Message: يجب أن تكون الرسالة واقعية، ولها صلة مباشرة بالاهتمامات الشخصية لأفراد الجمهور، وكذلك تحتوي على معلومات مفيدة تساعد على التغلب على

مشكلاتهم اليومية، ويتطلب هذا الأمر معرفة الجماهير واتجاهاتها المعنوية، وطريقة تفكيرهم، وكيفية تفاعلهم مع الآراء الجديدة.

5. معرفة الاختلافات الثقافية واللغوية: استخدام اللغة المناسبة للجماهير أمر لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة نفسها، إضافة إلى معرفة المستوى الثقافي والفكري للجماهير.

وهذا يكمن في هذه الدراسة حيث أن برنامج زاجل يقوم بتحديد الجمهور المستهدف للتأثير عليه، وبواسطة استخدام الوسيلة المناسبة، والوقت المناسب، ويختار الرسالة بعدة أشكال فمنها الرسائل المكتوبة والرسائل الشفهية، وكذلك يراعي الاختلافات الثقافية واللغوية حيث يقوم بتهيئة المتطوعين الأجانب قبل قدومهم إلى فلسطين وذلك لتفادي الاختلافات، ويكمن نجاح البرنامج في الاتصال الفعال مع المتطوعين الدوليين.

الصورة الذهنية

تطور مفهوم رسم الصورة الذهنية

في عام 1960 ظهر مفهوم الصورة الذهنية (image) للمرة الأولى وذلك في أدبيات مهنة العلاقات العامة وذلك على يد الكاتب "لي بريستول" في كتابه تطوير صورة المنشأة، وقد ساعد ذلك على نشر مصطلح الصورة الذهنية للمؤسسة بشكل كبير وتطور المصطلح وتوسعت مجالات استخدامه وذلك في العديد من المهن والمجالات التي تتعلق بالجمهور ولا يمكن فصل وجودها عن جمهورها الداخلي والخارجي. ومما لا شك فيه دائماً بأن المؤسسات، أو الجماعات، أو الأفراد تسعى بكل ما لديها لترسم وتصحح الصورة الذهنية لها لدى جمهورها أو المتعاملين معها، فمثلاً الحكومات مهما كان نظامها تسعى دوماً لتحسين صورتها، وذلك لتكسب المزيد من الثقة والتأييد لها من قبل جمهورها وإقناعه بخطواتها، وكذلك إعطاء تبريرات لهفواتها وأخطائها وذلك من خلال استخدام العديد من وسائل الاتصال المتاحة، والتي تتراوح من اللقاءات الوجيهة من الجماهير إلى أحدث تقنيات الاتصال والإعلام في عالمنا المعاصر (القحطاني، 2017، ص ص153-154).

تعريف الصورة الذهنية

هنالك العديد من التعريفات للصورة الذهنية حيث عُرِفَت في قاموس "ويبستر" بأنها " مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساس نحو شخص معين، أو نظام ما، أو فلسفة، أو قومية ما، أو مؤسسة معينة، أو أي شيء آخر " (القحطاني، 2017، ص 157). بينما عرّفها "موسى" في كتابه الصورة الذهنية في العلاقات العامة بأنها " الخزين المتراكم من الأفكار، والانطباعات، والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان، والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة، أو غير مباشرة تجاه فرد، أو جماعة، أو منظمة، أو ظاهرة، ويشكل هذا الخزين مصدراً من مصادر العملية العقلية (التفكير)، والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والأحكام تجاه الأشياء، وعادة ما يكون ذلك الخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحوناً بالعاطفة بحيث تكون تلك الانطباعات والأحكام إما سلبية أو إيجابية" (موسى، 2014، ص ص 56-57).

كما عرّفها "عجوة" في كتابه الأسس العلمية للعلاقات العامة بأنها " النتاج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد، أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو مهنة معينة، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان" (القحطاني، 2017، ص 160). وتقول المزاهرة كما أشار الخلوف (2018): إن الصورة الذهنية للمؤسسة تتكون من عناصر عدة مثل: اسم المؤسسة وشعارها، وفلسفتها، وسياستها، وقراراتها، وتاريخها، وإنجازاتها ودورها في خدمة المجتمع وإخفاقاتها(الخلوف، 2018، ص 125). وتقول ناجوي(2015) كما أشار الخلوف (2018): " تعبر الصورة الذهنية عن واقع المؤسسة وكل ما يصدر عنها من سياسات، وقرارات، وتصرفات، وعلاقات تتمكن من خلالها المؤسسات من تكوين هذه الصورة على النحو الذي يتمناه، والظهور أمام جماهيرها بأحسن صورة، حيث تلعب هذه الأخيرة دوراً كبيراً في نجاحها أو فشلها" (الخلوف، 2018، ص 125).

وتعرفها الباحثة على أنها مجموعة من التصورات العقلية عن مؤسسة ما، أو شخص ما، أو دولة ما حيث بنيت هذه التصورات بناءً على أقوال أفراد معينين وأصبحت الصورة هي العالقة في أذهانهم سواءً عن مؤسسة، أو شخص، أو دولة.

أنواع الصورة الذهنية

هنالك العديد من التصنيفات للصورة الذهنية فمنهم من قسمها إلى ثلاثة أنواع، ومنهم من قسمها إلى أكثر من ثلاثة أنواع. قسمت الصورة الذهنية إلى ثلاثة أنواع، وهي الصورة الذهنية الذاتية، والصورة الذهنية المرغوبة (المخطط لها)، والصورة الذهنية المدركة. فالأولى تعني إحساس المؤسسة بنفسها، كما يعتقد الباحث "داولنج" أنه لبناء صورة ذهنية ناجحة، فهذا يتطلب من المؤسسة أن تقوم أولاً بتغيير صورتها الذاتية، ويقع على عاتق الموظفين في المؤسسة تغيير الصورة المدركة، وأن الاتصال الذي يقومون به مع الجمهور إما أن يقوم بتقوية الصورة الذهنية لديهم، أو إضعافها. أما الثانية فتتمثل فيما تريد المؤسسة إيصاله عنها إلى الجمهور. أما الثالثة تعني الأحاسيس والتصورات والأفكار التي تؤثر على سلوك الزبون تجاه المؤسسة (الخلوف، 2018، ص 128-129).

كما وذكر بلخيري في كتابه العلاقات العامة وصناعة الصورة الذهنية للمؤسسة بأن هناك أنواعاً متعددة للصورة الذهنية وهي صورة المرآة، والصورة الحالية، والصورة المأمولة، والصورة المتكاملة، والصورة المتعددة الأجزاء، وصورة المنتج أو الخدمة والصورة المثلى. فالأولى تعني انعكاس الصورة في عقول جمهور المؤسسة نفسه وخصوصاً قادتها، حيث تكون هذه بداية الانطباع الذي يأخذه جمهورها الخارجي عنها، وذلك يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند إجراء بحوث الصورة الذهنية، أو الرأي العام. أما الصورة الحالية فتعكس طريقة نظر الجمهور الخارجي للمؤسسة، وتعتمد هذه الصورة على الخبرة، والتجربة، ومدى تدفق المعلومات للجمهور، وما يميز هذه المعلومات من فقر، أو فراغ، أو قدرة على تحقيق الفهم، فالصورة الذهنية الصحيحة تكون نتاجاً للانطباع الصحيح. بينما الصورة المأمولة تعني الصورة التي ترغب المؤسسة في تحقيقها، حيث

ترتبط هذه الصورة بموضوع جديد، ولم يحصل الجمهور الخارجي على معلومات كافية عنه. أما الصورة المتكاملة فيقصد بها صورة المؤسسة الذاتية، وذلك بغض الطرف عما تنتجه سواءً سلع أو خدمات، وتتكون من العديد من العناصر ويشترك في تكوينها (تاريخ المؤسسة، ومكانتها الاقتصادية، وسمعتها الطيبة، وعلاقتها مع الجمهور الداخلي، والخارجي للمؤسسة). والصورة المتعددة الأجزاء تعرف على أنها متعددة العناصر، وتشمل المؤسسة لرموزها المادية والمعنوية. أما صورة المنتج أو الخدمة هي التي تنتج عن الجهود الإعلامية التي تقوم بها المؤسسة، وتركز على الخصائص النوعية للمنتج، أو الخدمة وما تتمتع به من مستوى وجودة. أما تلك الصورة التي تنتج عن التكامل بين ما تقدمه المؤسسة من خدمات ومنتجات وبين المعلومات التي تقدمها لجمهورها في حال تحقق التوافق بين أقوال المؤسسة وأفعالها تدعى الصورة المثلى (بلخيري، 2017، ص ص 220-221).

وبناءً على ما سبق ترى الباحثة أن برنامج زاجل يعمل على تحقيق الصورة الذهنية المرغوبة، أي أنه يخطط لما يود أن يفعله، والهدف الذي يريد أن يصل له، وهو خلق صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين والفلسطينيين، بعيداً عن الصورة التي ينقلها الاحتلال الإسرائيلي للأجانب، ويوضح البرنامج الوضع الحقيقي الذي تعيشه فلسطين والفلسطينيين، وهذا يدل أن برنامج زاجل كونه الناطق الإعلامي أنه له دور في صورة المرآة في عكسه للواقع.

الصورة النمطية

عرف الجبار الصورة النمطية على أنها "نتاج مخزون ثقافي أو عبر وسائل ووسائط الإعلام وليس بالضرورة عن طريق المعاشة اليومية ففي كثير من الأحيان ما يغير الأشخاص والمؤسسات نظرتهم الخاطئة للآخر بسبب المعلومات المتداولة في قوالب جاهزة" (الجبار، 2021، ص 6). وعرفها "خضور" كما أشار باقر (2014) بأنها "مجموعة من الصور الذهنية تحوي تجمعاً من الأنماط والسمات المستخدمة لتعريف شخص أو جماعة أو ظاهرة دون الإشارة إلى فروق أو مزايا أو سمات خاصة أو فردية وتبنى هذه الصورة على أساس التجربة المحدودة والأفكار البسيطة العامة والثابتة والمشوهة والمتحيزة أو المحايدة في بعض الأحيان والمستخلصة من مصادر معرفية تاريخية وراهنة وهي بمجملها تراكمية" (موسى، 2014، ص 62).

تتكون الصورة النمطية من عدة عناصر وهي مجموعة الصفات المعرفية التي يستطيع الإنسان أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية، العنصر الوجداني أو الإدراكي ويرتبط بمدى الميل أو الكره لموضوع معين، مدى الميل أو الكره يحدد أو القبول لسمات المدرك، العنصر السلوكي أو الإجرائي يتمثل في مجموعة الاستجابات للموضوع الذي يراه الشخص مناسباً في ضوء السمات المدركية (عبد الجواد، 2017، ص 25-26).

يقوم برنامج زاجل بتغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الجمهور الخارجي وذلك من خلال دعوة الأجانب للمشاركة في المخيمات التي ينظمها في فلسطين، فهذه المخيمات تتضمن الزيارات الميدانية للمدن والقرى والمخيمات الفلسطينية ليروا فلسطين على أرض الواقع ومقابلة شهود النكبة وكذلك العديد من المحاضرات عن التعليم والبيئة والوضع السياسي في فلسطين، وكذلك حضور المناسبات الاجتماعية، وزيارة بعض الأسر الفلسطينية فجميع ذلك بتغيير الصورة النمطية عن فلسطين والفلسطينيين.

برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي

أسست دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية برنامج التبادل الشبابي الدولي (زاجل) عام 2001؛ لتطوير الأداء الإعلامي الفلسطيني الناطق باللغة الإنجليزية، وسمي ب (زاجل) لما تتضمنه الكلمة من دلالات تاريخية

وثقافية، وكذلك إيصال الرسالة الإعلامية الفلسطينية إلى الغرب بشتى الوسائل المتاحة وهي جوهر المهمة التي أسس من أجلها. ويتم التعرف عليها من خلال أنشطة البرنامج التي تصب جميعها في سبيل إطلاع الغرب على حقيقة الأوضاع التي يعاني منها الشعب الفلسطيني بعيداً عن التشويه الإعلامي الذي تقوم به العديد من الوسائل الإعلامية الغربية (الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي).

وتتمثل أهداف البرنامج في كلمة " زاجل"، فإن البرنامج يعتمد على إنتاج حامي رسائل الحقيقة والسلام إلى المؤسسات الدولية، وتقل تلك الرسائل إلى الرأي العام العالمي رسالة صادقة ومخلصة عن رغبة الشعب الفلسطيني في العيش بسلام واستقرار على أرضه. ويتيح البرنامج فرصة للطلبة الغربيين للمشاركة في فعاليات وأنشطة البرنامج وذلك لتنمية وتطوير وعيهم بقضايا الصراع العربي الإسرائيلي والقضية الفلسطينية، وأن هذه الأنشطة تهدف إلى تقريب وجهات النظر بين الثقافتين الغربية والعربية. ويعمل البرنامج على إزالة التشويه والظلم الذي لحق بصورة الشعب الفلسطيني في الغرب، والتي تشوهت بسبب الجهود الإعلامية التي تبذلها وسائل الإعلام المعادية للقضية الفلسطينية، وكذلك إزالة الأحكام المسبقة والصور القبلية التي ارتبطت بالشعب الفلسطيني وقضيته، تلك الصور التي ارتبطت بـ "الإرهاب" و"القتل"، متجاهلة الصورة الحقيقية للظلم والإرهاب الذي يقوم به الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية (الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي).

ومن أهدافه أيضاً أنه يعمل على تقوية العلاقات بين طلبة جامعة النجاح الوطنية وطلبة الجامعات الخارجية، وكذلك لتبادل الخبرات بينهم. ويعمل البرنامج على استضافة الطلاب الغربيين الراغبين بالتطوع، وينقل المتطوعون الحقائق عن طبيعة الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ويكتبون التقارير الخاصة بانتهاك إسرائيل لحقوق الشعب الفلسطيني، وينشرون المقالات التي تشرح معاناة الشعب الفلسطيني تحت الاحتلال، ويطور المتطوعون الدوليون العلاقات بين مؤسساتهم وجامعة النجاح الوطنية، وذلك لبناء علاقات قوية مع مؤسسات المجتمع المدني في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، خاصة تلك المؤسسات التي تُعنى بالشباب في المناطق المتوترة من العالم (الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي).

برزت أهمية هذا البرنامج الطموح الذي يسعى من خلال هذه المخيمات وغيرها من البرامج الإعلامية المتنوعة إلى تغيير الأحكام المسبقة والصور القبلية المشوهة عن الشعب الفلسطيني وقضيته العادلة ونضاله من أجل التخلص من الاحتلال الجاثم على أرضه، وذلك بعد نجاح الدعاية الإعلامية الإسرائيلية في تحويل قضية نضال الشعب الفلسطيني من قضية عادلة تطمح للحرية والاستقلال إلى قضية "مكافحة الإرهاب"، وكذلك النجاح في إقامة صلات إعلامية وهمية بين الانتفاضة الفلسطينية وأحداث الحادي عشر من سبتمبر (الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي).

ويؤهل البرنامج مجموعات من المثقفين الغربيين ليدافعوا عن القضية الفلسطينية إعلامياً، وذلك بعد الانتهاء من مشاركتهم في فعاليات المخيمات الدولية، حيث أنهم يمتلكون الخبرة الكافية لتفهم ثقافة مجتمعاتهم ولغاتها، فهذا الأمر سهل على زاجل مهمة توجيه الرسالة الإعلامية الفلسطينية، ومخاطبة الرأي العام العالمي بسهولة ويسر، خاصة وأن المتطوعون أنفسهم يتولون مخاطبة أبناء بلدتهم سواءً من خلال المقابلات التلفزيونية، أو الإذاعية، أو كتابة المقالة، أو تقديم المحاضرة في جامعاتهم، أو تنظيم معرض للصور يتحدث عن تجربتهم في الأراضي الفلسطينية المحتلة أثناء مشاركتهم في فعاليات المخيمات المذكورة (الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي).

وبناء على خبرة الباحثة في البرنامج وبعد الاطلاع على موقع زاجل للتبادل الشبابي الدولي فإن البرنامج يقوم بإجراء العديد من المسارات في فلسطين لطلبة جامعة النجاح لتعريفهم أكثر على فلسطين وما تعانيه من الاحتلال الإسرائيلي، وكذلك إقامة العديد من المعارض المختلفة، وإرسال طلبة وخريجين من جامعة النجاح الوطنية للمشاركة في المخيمات الدولية خارج فلسطين وذلك للتعرف على الثقافات الأخرى، والأهم تمثيل فلسطين وإيصال الحقيقة الفلسطينية لجميع أنحاء العالم، وتنظيم زيارات لمختلف دول العالم وهذا يساعد البرنامج في إيصال رسالته للأجانب ورسم الصورة الذهنية الإيجابية عن فلسطين والفلسطينيين للعالم الخارجي. بالإضافة لاستقبال العديد من الوفود الأجنبية، والأهم المخيمات الدولية التي ينظمها البرنامج والتي بنيت الأطروحة عليهم.

الدراسات السابقة

هذا الجزء من الدراسة يناقش الدراسات العربية والأجنبية السابقة القريبة من موضوع الدراسة الحالية ويبين أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية وتم ترتيبها زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وتوظيفها في خدمة أهداف الدراسة الحالية.

الدراسات العربية

دراسة النوافلة (2020) بعنوان " الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة شركة الحكمة الأردنية للأدوية أنموذجاً".

هدفت الدراسة للتعرف إلى مدى فاعلية دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للشركات لدى الجمهور الخارجي الصيادلة، واختار الباحث شركة الحكمة الأردنية أنموذجاً. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدم الباحث الاستبيان للحصول على المعلومات اللازمة. وتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور الخارجي من الصيادلة الذين يعملون في مجال الصيدلة في المؤسسات العامة والخاصة والمنتسبين لنقابة الصيادلة الأردنيين والبالغ عددهم 5500، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة وتكونت من 395 مفردة. وتوصل الباحث إلى أن فعالية الأساليب المستخدمة في بناء الصورة الذهنية عن شركة الحكمة الأردنية للأدوية من وجهة نظر الصيادلة قد حصلت على درجات متوسطة وكان في مقدمتها: أن الشركة قادرة على تلبية حاجات السوق، وتبني الشركة في سياستها في إنجاز العمل بسرعة وإتقان. وأوصت الدراسة بأن تعترف الشركة اعترافاً أكبر بالعلاقات العامة وبفعاليتها في تحسين صورة الشركة.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في استخدام المنهج الوصفي، وكذلك استخدام الاستبانة لجمع البيانات وفي موضوع الصورة الذهنية. بينما تختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسة في الحدود المكانية والزمنية والبشرية، وأفادت هذه الدراسة الباحثة في اختيار منهج الدراسة.

دراسة الزبيدي (2019) بعنوان " فاعلية وظائف العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لرجل الشرطة

- دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الداخلية العراقية في الفترة من 2016-2018".

هدفت الدراسة إلى توطيد أهمية دور وظيفة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية والشرطية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدم الباحث الملاحظة والمقابلة والاستبيان لجمع البيانات. وتمثل مجتمع الدراسة في مديرية العلاقات العامة والإعلام في وزارة الداخلية العراقية وكانت العينة عشوائية وتكونت من رجال الشرطة والعاملين بالأقسام المختلفة في مديرية العلاقات العامة. وتوصلت الدراسة إلى أن العاملين في إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية العراقية يتمتعون بالكفاءة والخبرة والتدريب، وأوضحت الدراسة أن مفهوم الصورة الذهنية واضح ومفهوم بالمؤسسات الشرطية ويتمثل في المرونة والتعامل والاحترام في العلاقة بين رجل الشرطة والجمهور والمظهر الخارجي. أوصت الدراسة بوضع ميزانية كافية للعلاقات العامة، وأن تحسن الإدارة الاستماع لآراء الموظفين والعملاء، وكذلك أن توفر الإدارة عنصر المرونة للوصول لصيغة مشتركة للتعامل مع العملاء.

تتشابه الدراسة مع الدراسة الحالية في دراستها لموضوع العلاقات العامة والصورة الذهنية، ومن حيث استخدام المنهج الوصفي، والاستبانة والمقابلة أدوات للدراسة. كما وتختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسة من حيث تركيزها على فاعلية العلاقات العامة في رسم صورة ذهنية إيجابية عن دولة فلسطين كما وتختلف من ناحية الفترة الزمنية، وأفادت الباحثة باختيار أدوات البحث المناسبة.

دراسة زروال (2019) بعنوان "دور أنشطة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى

جمهورها الخارجي _ دراسة ميدانية بمديرية المجاهدين _ أم البواقي".

هدفت الدراسة للتعرف إلى الدور الذي تؤديه أنشطة العلاقات العامة من أجل بناء الصورة الذهنية وتحسينها لدى الجمهور الخارجي بمديرية المجاهدين في أم البواقي. واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، واستخدمت الباحثة الملاحظة والاستبيان للحصول على المعلومات اللازمة. وتمثل مجتمع الدراسة في

الجمهور الخارجي لمديرية المجاهدين في أم البواقي وتكونت العينة من 28 فرداً وتم اختيارهم بشكل مقصود. وتوصلت الدراسة إلى أن مديرية المجاهدين تمارس أنشطة العلاقات العامة وذلك لأنها تتلاءم مع الفئات كافة وهذا يؤدي إلى جعل المديرية تحظى بانطباع وصورة ذهنية جيدتين لدى جمهورها الخارجي. ولم تضع الباحثة أية توصيات.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة من حيث أن كليهما يبحث عن دور العلاقات العامة في تحسين الصور الذهنية، كما وتشابه باستخدام الاستبيان أحد أدوات الدراسة، وتختلف الدراسة الحالية من حيث تناولها للمستوى الدولي وأن هذه الدراسة تركز على المستوى المحلي، ولكن الدراسة الراهنة تعتمد أيضاً المقابلة أداة مركزية لتعزيز المعلومات وتختلف أيضاً في العينة والحدود الزمانية والمكانية، وأفادت الباحثة في بناء الإطار النظري للدراسة.

دراسة علوان (2018) بعنوان " الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية (دراسة ميدانية) "

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى واقع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث الاستبانة لجمع المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة في جميع ممارسي العلاقات العامة في السفارات العراقية والبالغ عددهم 150 ممارساً، وتكونت العينة من جميع المجتمع وذلك باستخدام المسح الشامل، حيث أن 118 منهم أجابوا على الاستبانة و32 استباناتهم لم تكن صالحة للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات تتمثل بمتابعة ما ينشر من أخبار ومقالات عن السفارات في وسائل الإعلام الإلكتروني. وأوصى الباحث بضرورة العمل على ارتباط أقسام العلاقات العامة وممارسيها بالقائم الرئيسي في أعمال السفارة والسعي كاستشاري مع السفارة.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث استخدام المنهج الوصفي والاستبانة للحصول على المعلومات اللازمة، تختلف الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في الحدود المكانية والزمانية وكذلك في مجتمع وعينة الدراسة، وأفادت الباحثة في بناء الإطار النظري وخصوصاً على المستوى الدولي.

دراسة علي (2016) بعنوان " فاعلية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول: دراسة حالة للإعلام الخارجي بوزارة الإعلام في الفترة 2004 - 2006م".

هدفت الدراسة للتعرف إلى فاعلية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول من خلال التعرف على الأنشطة التي تستخدمها العلاقات العامة بمجلس الإعلام الخارجي، ومدى مساهمتها في بناء الصورة الطيبة للسودان. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج الدراسات المسحية، واستخدمت الاستبيان للحصول على المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة في العاملين في مجلس الإعلام الخارجي وتكونت العينة العمدية من 50 عاملاً. توصلت الدراسة إلى أن المجلس ساهم إلى حد ما في بناء صورة طيبة عن السودان، وأن من معوقات عمل العلاقات العامة في المجلس، وعدم توفر المال الكافي لأنشطة العلاقات العامة. وأوصى الباحث بأن تنشئ الدولة جهازاً خاصاً بالعلاقات العامة يعمل على تقديم السودان للعالم الخارجي بصورة طيبة، وأن يوظف كل وسائل الإعلام لزيادة فعالية الاتصال.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في كونها يدرسان فاعلية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول، كما يتشابهان في استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان أداة للحصول على المعلومات، بينما تختلف عنها من ناحية الفترة الزمنية والمكان حيث أجريت هذه الدراسة على وزارة الإعلام في السودان بينما الدراسة الحالية تطبق على برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في جامعة النجاح الوطنية، وتكمن الإفادة من دراسة علي في التعرف على أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول وخصوصاً السودان.

دراسة البخيت (2015) بعنوان " دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول: دراسة تطبيقية على سفارة المملكة العربية السعودية بالقاهرة".

هدفت الدراسة لمعرفة دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية بالخارج وذلك من خلال ما تستخدمه من وسائل اتصالية، أو من خلال العمل الخيري بوساطة السفارة في القاهرة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الباحثة الملاحظة، والمقابلة والاستبيان لجمع البيانات. وتمثل مجتمع الدراسة من موظفي سفارة المملكة العربية السعودية في جمهورية مصر العربية، وتكونت العينة من 130 موظفاً من موظفي السفارة في الأقسام التي تتعامل مع المصريين، وكذلك المعنيين بتحسين صورة المملكة، والعمل الخيري، وبعض المستفيدين من الجمهور، واستبعدت 10 استبيانات لأسباب مختلفة، وبذلك تم جمع 120 استبياناً. وتوصلت الدراسة إلى أن صورة المملكة السعودية في جمهورية مصر العربية هي إيجابية جداً وممتازة، وهذا يعبر عن أواصر العلاقات الأخوية بين البلدين وذلك على المستويين الرسمي والشعبي. وأوصت الباحثة بضرورة الالتفات لأهمية الصورة الجيدة التي تمتلكها المملكة في جمهورية مصر العربية في الحفاظ على استمرار العلاقات الأخوية بين البلدين على المستويين الرسمي أو الشعبي.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة من أنهما يدرسان دور العلاقات العامة على في تحسين الصورة الذهنية على المستوى الدولي، وباستخدام المنهج الوصفي وباستخدام الأدوات البحثية كالأستبيان والمقابلة، وتختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسة في أنها تطبق على برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في جامعة النجاح، بينما هذه الدراسة طبقت على سفارة المملكة العربية السعودية بالقاهرة وتختلف أيضاً في الفترة الزمنية والعينة، بينما استفادت الباحثة من هذه الدراسة في التعرف إلى دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول وتجربة سفارة المملكة العربية السعودية في القاهرة.

دراسة البرايسة (2015) بعنوان " دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات - شركة الشرق العربي للتأمين أنموذجاً".

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى الاستراتيجيات والجهود التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لتكوين الصورة الذهنية عن المنظمة في شركة الشرق العربي للتأمين. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث الاستبيان أداة للدراسة للحصول على المعلومات اللازمة. وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في شركة الشرق العربي للتأمين، واعتمد الباحث على طريقة العينة العمدية في اختيار أفراد العينة حيث اختار 110، ولكن أجاب عليها 100 من العاملين في شركة الشرق العربي للتأمين في الدوائر المختلفة بالشركة. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن الاستراتيجيات المتبعة من قبل دائرة العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية للشركة حظيت بتقدير مرتفع في حين جاءت الفقرة التي تنص على أن تكون دائرة العلاقات العامة قريبة من صنع القرار بالمنظمة جاء بتقدير متوسط. وأوصى الباحث أن تستوعب الإدارة العليا مفهوم العلاقات العامة الصحيح، لأنه هناك لبس وعدم تفهم العاملين والإدارة لطبيعة عمل العلاقات العامة الصحيحة، ويرجع ذلك إلى رؤية الإدارة العليا أن وظيفة العلاقات العامة هي وظيفة تسهيلات وخدمات.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في الاعتماد على المنهج الوصفي والاستبانة، كما وتختلف في تناولها للمستوى الدولي بينما هذه الدراسة تتناول مستوى شركة وكذلك في الحد المكاني والزمني والعينة، وتكمن الاستفادة من دراسة البرايسة في التعرف إلى كيفية بناء الصورة الذهنية لشركة الشرق العربي للتأمين من قبل العلاقات العامة.

دراسة حمودة (2015) بعنوان "فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات في السودان".

هدفت الدراسة للوقوف على دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لجمهور شركة زين للهاتف السيار في الخرطوم، والوقوف على أهم ملامح الصورة الذهنية لشركة زين، والتعرف إلى أفضل الأساليب والوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة وإسهامها في رسم الصورة الذهنية الطيبة عن الشركة. واعتمدت الدراسة على

المنهج المسحي الوصفي والتحليلي، واستخدم الباحث الاستبيان والملاحظة والمقابلة لجمع المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة في موظفي إدارة العلاقات العامة بشركة زين وعددهم واحد وثلاثون فرداً، وتم الاعتماد على أسلوب الحصر الشامل لمعرفة آرائهم. وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة العلاقات العامة في الشركة تواجه مشكلة عدم فهم الجمهور لطبيعة عمل العلاقات العامة، ومفهوم الصورة الذهنية، وقلة عدد العاملين المختصين في مجال الإعلام. وأوصى الباحث بترسيخ مفهوم الصورة الذهنية للجمهور المتعامل مع الشركة، وتشغيل عناصر في إدارة العلاقات العامة بالشركة متخصصين في مجال الإعلام.

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في موضوع دراسة فاعلية دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية، وفي الاعتماد على المنهج الوصفي واستخدام الاستبيان والمقابلة للحصول على البيانات اللازمة، وتختلف الدراسة الحالية عن هذه في أنها على المستوى الدولي، وأن هذه الدراسة على مستوى مؤسسة وكذلك الفترة الزمنية والعينة والحد المكاني للدراسة، وتكمن الاستفادة منها في التعرف على أهمية وضرورة معرفة الجمهور لوظيفة العلاقات العامة ومفهوم الصورة الذهنية وكيفية تأثيره على فهمهم للمؤسسة.

دراسة الطاهر (2014) بعنوان " دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى العالم الخارجي (دراسة تطبيقية على عينة من البعثات الدبلوماسية المقيمة في السودان ووزارة الخارجية السودانية في الفترة من يناير 2009 - يناير 2013م)".

هدفت الدراسة للكشف عن الأسباب التي تؤثر على الصورة الذهنية للسودان سواءً بشكل سلبي أو إيجابي، وكذلك الوقوف على الصورة الذهنية للسودان في المجتمعين الإقليمي والعالمي، والكشف عن الأسباب والعوامل التي تسبب الصورة الذهنية الإيجابية أو السلبية للسودان في المجتمع الخارجي، وتأثيرها في تحقيق الأهداف الخارجية للدولة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي والتاريخي، واستخدم الباحث الاستبيان لجمع المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة في وزارة الخارجية، والسفارات، والبعثات الأجنبية المقيمة في السودان، وتكونت العينة من العاملين في الإدارات جميعها ذات الصلة بالعلاقات بوزارة الخارجية السودانية

والقائمين على أمر العلاقات العامة في وزارة الخارجية والبالغ عددهم 36 فرداً، وكذلك أخذ عينة من البعثات والسفارات الأجنبية المقيمة في السودان وكان عددهم 72 فرداً. وأظهرت الدراسة أن الصورة الذهنية الممتازة خارجياً للدولة تساهم في جذب السواح، وزيادة عدد المستثمرين، وكذلك تحقيق المقاصد والمصالح القومية للدولة. وأوصى الباحث بأن تقوم الحكومة السودانية ووزارة الخارجية بالاهتمام بالصورة الذهنية الممتازة والمشرفة للسودان في الخارج، وذلك لتحقيق مقاصد ومصالح السودان ككل، والمساعدة في جذب المستثمرين، وزيادة عدد السواح.

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها لموضوع دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول، حيث تناولت هذه الدراسة تحسين صورة السودان، بينما تناولت الدراسة الحالية تحسين صورة فلسطين، وتشابهاً أيضاً في استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان، وتختلف في عينة الدراسة حيث أنها تتمثل في الزوار الأجانب الذين زاروا جامعة النجاح وتطوعوا في برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي وتختلف من حيث الفترة الزمنية، وأفادت دراسة الطاهر الباحثة في التعرف إلى أن الصورة الذهنية الممتازة للدولة في الخارج تعمل على زيادة عدد السواح للدولة وكذلك زيادة أعداد المستثمرين ويحقق المقاصد والمصالح القومية للدولة.

دراسة ناجوي (2015) بعنوان " دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة - دراسة حالة وكالة موبيليس - المسيلة".

هدفت الدراسة إلى محاولة وصف مفهوم الصورة الذهنية وتحليلها وإبراز أهميتها في المؤسسة، وإبراز الدور الذي تؤديه العلاقات العامة بالمؤسسات في تحسين صورتها الذهنية، وإبراز واقع العلاقات العامة بمؤسسة موبيليس. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الباحثة الاستبيان والملاحظة لجمع المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة في زبائن مؤسسة موبيليس وتكونت العينة من 165 زبوناً. وخلصت الدراسة إلى أن المؤسسة تهتم بنشاط العلاقات العامة الذي يعتبر حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع الناشطة

فيه ويساهم نشاط العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس لدى جمهورها الخارجي. وأوصت الباحثة أنه من الضروري توجيه استراتيجية ترويجية بهدف ترسيخ انطباع إيجابي عن المؤسسة وكذلك التركيز على كل ما من شأنه أن يرفع من مكانة المؤسسة في أذهان الزبائن.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في استخدام المنهج الوصفي والاستبيان، وتختلف الدراسة الحالية في كونها تبحث عن فاعلية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لدولة فلسطين لدى الزوار الأجانب، أما هذه الدراسة تناولت فاعلية العلاقات العامة على مستوى مؤسسي كما تختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسة في استخدامها للمقابلة والملاحظة أدوات للدراسة، وكذلك هناك اختلاف من ناحية العينة وفي الحدود المكانية والزمانية، وأفادت دراسة ناجوي الباحثة في بناء الإطار النظري فيما يتعلق بالصورة الذهنية وكذلك التعرف إلى أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

الدراسات الأجنبية

دراسة جيجي (2014) بعنوان " دور العلاقات العامة في تعزيز صورة جمعية كينيا الوطنية".

هدفت الدراسة إلى تحديد دور العلاقات العامة في تحسين صورة جمعية كينيا الوطنية، والتعرف إلى تصور الجمهور عنها، ومعرفة الاستراتيجيات التي يمكن للعلاقات العامة تطبيقها لتحسين صورة الجمعية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الباحثة الاستبيان لجمع المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة في الدبلوماسيين، وشخصيات إعلامية، وأكاديميين، والمسؤولين الحكوميين وقادة الأحزاب السياسية والمواطنين العاديين والمجتمعات المدنية، وتكونت العينة من 70 فرداً تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وخلصت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً في تحسين الثقة مع الجمعية وتحسين فاعلية العلاقات التنظيمية مع التركيز على الأهداف طويلة الأجل للمؤسسة، وتحسين الالتزام والرضا وبناء العلاقات المؤسسية. توصي الدراسة بأنه يجب على الجمعية تحسين مستوى الثقة في المعلومات التي تأتي من البرلمان، وخلق مبادرات سياسية مسؤولة عن الصورة العامة.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في الاعتماد على المنهج الوصفي والاستبيان أداة لجمع المعلومات، وتختلف عن هذه الدراسة في أنها تناولت المستوى الدولي، وبينما هذه الدراسة تناولت المستوى المحلي، وأفادت دراسة جيجي الباحثة في التعرف إلى أهمية العلاقات العامة في تحسين صورة جمعية كينيا ودورها في التركيز على الأهداف طويلة الأجل وتحسن الالتزام والرضا الوظيفي وكذلك بناء العلاقات مع المؤسسات الأخرى.

دراسة كاراني (2012) بعنوان "دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المؤسسة: دراسة تطبيقية على وزارة الأراضي".

هدفت الدراسة للتعرف إلى دور العلاقات العامة في تعزيز صورة المؤسسة وسمعتها في وزارة الأراضي لدى جمهورية كينيا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع المعلومات. وتمثل مجتمع الدراسة في العملاء والموظفين لدى وزارة الأراضي والبالغ عددهم 651، وتكونت العينة من 130 عميلاً وموظفاً، تم اختيارهم باستخدام العينة العشوائية الطبقية. وتوصلت الدراسة إلى أنه من الضروري لأي مؤسسة أن تفهم العلاقات وأهمية الأداء الاقتصادي لتحمل المسؤولية، والحفاظ على الصورة الإيجابية للمؤسسة، وبالتالي يمكنهم كسب المزيد من الإعجاب والثقة من العملاء. وأوصت الدراسة بتعزيز دور إدارة العلاقات العامة في المؤسسات العامة من خلال إعادة تحديد أدوارها بوضوح لحماية العملاء ويجب أن تكون مكاتب العلاقات العامة متاحة للعملاء بطريقة فعالة وذلك من خلال إزالة البروتوكولات الهرمية.

تتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في دراسة موضوع دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية وكذلك استخدام المنهج الوصفي والاستبانة لجمع المعلومات، بينما تختلف الدراسة الحالية في تناولها للمستوى الدولي، وكذلك بالمكان والفترة الزمنية والعينة، وأفادت دراسة كاراني الباحثة بالتعرف إلى أنه عندما يفهم موظفين المؤسسة العلاقات العامة وكذلك أهمية المحافظة على صورة المؤسسة الإيجابية أمام جماهيرها فهذا يؤدي إلى زيادة ثقة العملاء في المؤسسة.

التعقيب على الدراسات السابقة

تناولت الكثير من الدراسات السابقة دور العلاقات العامة في تكوين وتحسين وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات والجمعيات، ولكن هناك دراسات قليلة جداً تناولت الجانب الدولي، لذلك رأت الباحثة ضرورة الاهتمام بالجانب الدولي، حيث تتفق الدراسة الحالية مع دراسة علي 2016 ودراسة البخيت 2015 ودراسة الطاهر 2014 بتناولها الجانب الدولي. وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي واستخدام الاستبيان والمقابلة، ودراسة الصورة الذهنية. وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث تناولها لفاعلية برنامج زلجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب، وبينما الدراسات السابقة التي تتعلق بالمستوى الدولي كانت عن السودان، وبقية الدراسات تدرس الصورة الذهنية للمؤسسات والجمعيات. وتتميز هذه الدراسة بتسليط الضوء على الصورة الذهنية لفلسطين لدى العالم الخارجي وتعتبر الدراسة الأولى في هذا المجال -على حد علم الباحثة.

الفصل الثالث

الإطار المنهجي للدراسة

منهج الدراسة

اتبعت الباحثة المنهج الوصفي لملاءمته لأغراض الدراسة، حيث يعرف هذا المنهج بأنه دراسة ظاهرة أو مشكلة ما دراسة معمقة ومفصلة للوصول إلى نتائج وفهم دقيق عنها وهذا يساعد في وضع الخطوات المستقبلية الخاصة بها (المزاهرة، 2014، ص 309). واعتمدت الباحثة على مصادر المعلومات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وبعدها جمع البيانات من خلال الاستبانة والمقابلة، اللتان تم إعدادهن بناء على الإطار النظري والدراسات السابقة.

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع الزوار الأجانب المشاركين في برنامج التبادل الشبابي الدولي زاجل خلال الفترة الزمنية المتراوحة من عام 2015 وحتى 2019 والبالغ عددهم 167 حسب إطلاع الباحثة على قاعدة البيانات المتوفرة لدى البرنامج، وعينة الدراسة هي العينة المتيسرة والبالغ عددها 61، وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة من الزوار الأجانب المشاركين في برنامج التبادل الشبابي الدولي زاجل حسب متغيراتها الديمغرافية:

جدول 1

توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	22	36.1
	أنثى	39	63.9
العمر	من 20- أقل من 25 عاماً	9	14.8
	من 25- أقل من 35 عاماً	30	49.2
	من 35- أقل من 45 عاماً	8	13.1
	45- أقل من 55 عاماً	7	11.5
	55 عاماً فأكثر	7	11.5
	دبلوم متوسط	3	4.9
المستوى العلمي	بكالوريوس	13	21.3
	دبلوم عالي	6	9.8
	ماجستير	30	49.2
	دكتورة	9	14.8
الحالة الزوجية	أعزب/ أعزباء	45	73.8
	متزوج/ة	16	26.2
	المجموع	61	100.0

يتضح من الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب المتغيرات المستقلة، حيث يظهر

الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى، ونسبته المئوية من النسبة

الكلية للعينة.

جدول 2

توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيري الجنسية ومكان الإقامة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
الجنسية	إسباني	10	16.4
	كندي	2	3.3
	ألماني	4	6.6
	إيرلندي	1	1.6
	فرنسي	7	11.5
	بريطاني	8	13.1
	بلجيكي	4	6.6
	هولندي	1	1.6
	لوكسمبرغ	1	1.6
	برتغالي	3	4.9
	سويسري	2	3.3
	إيطالي	3	4.9
	بولندي	3	4.9
	جزائري	1	1.6
	صيني	4	6.6
	ياباني	2	3.3
	دنماركي	2	3.3
كرواتي	1	1.6	
تشيكوي	1	1.6	
تركي	1	1.6	
مكان الإقامة	إسبانيا	7	11.5
	بلجيكا	2	3.3
	فرنسا	10	16.4
	كندا	3	4.9
	سويسرا	3	4.9
	بريطانيا	13	21.3
	إيرلندا	1	1.6
	برتغال	3	4.9
	ألمانيا	3	4.9
	إيطاليا	2	3.3
	بولندا	3	4.9
	الصين	2	3.3
	اليابان	2	3.3
	تركيا	1	1.6
	سلوفانيا	1	1.6
	إيطاليا	1	1.6
	الدنمارك	1	1.6
سويسرا	1	1.6	
النرويج	1	1.6	
النمسا	1	1.6	
المجموع	61	100.0	

يتبين من الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيري الجنسية ومكان الإقامة، ويظهر الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيري الجنسية ومكان الإقامة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

أداة الدراسة

استخدمت الباحثة الاستبانة بالإضافة للمقابلة أداتين لدراستها حول " فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب"، حيث تضمنت الاستبانة خمس مجالات بالإضافة إلى المعلومات الديمغرافية، وسؤال من النوع المفتوح. والمجالات هي كالتالي: استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته، ومساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين، والأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين، ومدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها، ومدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية، بالإضافة إلى سؤال ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل اتباعها لتطويره؟. أما المقابلة فقد تضمنت المقابلة المعمقة مع الأستاذ علاء أبو ضهير، منسق ومؤسس برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في جامعة النجاح وتكونت من 8 أسئلة، وصممتها الباحثة وطورتها كأداة لجمع المعلومات، وذلك تبعاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري الخاص ببرامج العلاقات العامة الدولية في الجامعات.

2. الاطلاع على الأبحاث والدراسات المتعلقة بالصورة الذهنية الإيجابية.

3. النقاش مع المختصين في مجال الدراسة.

وتكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزأين:

الجزء الأول: ويشمل البيانات الشخصية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة.

الجزء الثاني: واشتمل على (61) فقرة موزعة على خمس مجالات بالإضافة إلى سؤال من نوع الأسئلة

المفتوحة حول (ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل اتباعها لتطويره؟)، كما يبين الجدول 3

جدول 3

فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته	10
2	مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين	14
3	الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين	20
4	مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها	5
5	مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية	12
المجموع		61

أعطيت درجات الفقرات ال 61 بوساطة مقياس ليكرت الخماسي وذلك كما يبين الجدول رقم (4)

جدول 4

مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة					
الدرجة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
	5	4	3	2	1

يظهر الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يوضح الجدول الاستجابة على كل مجال ودرجتها.

صدق الأداة

عرضت أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالات الدراسات الإعلامية وخصوصاً العلاقات العامة والإحصاء وذلك للتحقق من الصدق الظاهري لها. وطلب من المحكمين إبداء رأيهم في فقرات الاستبانة من حيث الصياغة، ومدى ملاءمتها للمجال الذي وُضعت فيه، وذلك إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، رأى المحكمون ضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات، وكذلك الاستفادة من وجهة نظر المشرفة على هذه الأطروحة. وتكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من خمس مجالات و (61) فقرة، ومن خلال ذلك تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (انظر ملحق رقم ب، ص 103).

ثبات الأداة

استخرج معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha والجدول رقم (5) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

جدول 5

معامل ثبات الأداة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته	10	78.2
2	مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين	14	90.9
3	الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين	20	86.1
4	مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها	5	83.4
5	مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية	12	79.2
	الثبات الكلي للأداة	61	92.8

تبين من الجدول رقم (5) أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (78.2 - 90.9) للمجالات

الأول (استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته) والثاني (مساهمة

برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (92.8) وهو معامل ثبات عالٍ ويفي بأغراض البحث العلمي.

إجراءات الدراسة: تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

إعداد أدوات الدراسة بصورتها النهائية.

تحديد أفراد عينة الدراسة.

قامت الباحثة بتوزيع الأداة إلكترونياً، وتم استرجاع (61) استبانة صالحة للتحليل ليشكل العدد (61) عينة الدراسة.

إدخال البيانات إلى جهاز الحاسوب ومن ثم معالجتها إحصائياً وذلك باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

الخروج بالنتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها في ضوء الدراسات السابقة ونظرية الدراسة، ومن ثم اقتراح العديد من التوصيات المناسبة.

متغيرات الدراسة

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ - المتغيرات الديمغرافية:

- النوع الاجتماعي: وله مستويان (ذكر، وأنثى).

- الفئات العمرية: وله خمسة مستويات (من 20- أقل من 25 عاماً، ومن 25- أقل من 35 عاماً، ومن

35- أقل من 45 عاماً، 45- أقل من 55 عاماً، و55 عاماً فأكثر).

- المستوى العلمي: وله خمس مستويات (دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ودبلوم عالي، وماجستير، ودكتوراة).

- الحالة الزوجية: وله مستويان (أعزب/ عزباء، ومتزوج/ة).

ب - المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات المبحوثين من الزوار الأجانب على فقرات أداة الدراسة التي تتعلق بفاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب.

المعالجات الإحصائية

جرى ترميز وإدخال إجابات العينة على أداة الدراسة (الاستبانة) باستخدام الحاسوب وذلك بعد تفرغها، ومن ثم معالجة البيانات إحصائياً وذلك باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ومن

المعالجات الإحصائية المستخدمة:

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

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

3. اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample t test وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغيري النوع الاجتماعي، والحالة الزوجية.

4. اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغيرات الفئات العمرية، والمستوى العلمي.

5. اختبار المقارنات البعدية لمعرفة الفروق بين مستويات المتغيرات التي يوجد بها اختلافات.

الفصل الرابع

عرض النتائج

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأيير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب، ومن أجل تحقيق ذلك استخدمت الباحثة استبانة مؤلفة من خمس مجالات و(61) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (61) من الزوار الأجانب بالإضافة إلى سؤال من نوع الأسئلة المفتوحة حول نفس الموضوع.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة (الاستبانة)

فيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن الأسئلة التي وضعت أساساً للبحث وهي النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس للدراسة الدراسة وهو: ما مدى فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأيير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة؛ إذ حسبت طول المدى وهو (5-1 = 4) ثم قسمته على 5 فترات (5/4 = 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%- 52.0%) درجة قليلة.

المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة قليلة جداً.

والجداول التالية توضح ذلك

جدول 6

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرتبة	رقم المجال	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	3	الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين	4.57	0.33	91.4	كبيرة جداً
2	4	مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها	3.84	0.75	76.8	كبيرة
3	2	مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين	3.61	0.62	72.2	كبيرة
4	5	مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية	3.52	0.54	70.4	كبيرة
5	1	استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته	3.51	0.60	70.2	كبيرة
			3.81	0.41	76.2	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (6) أن مجالات (فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.51) و(4.57) وهما المجالات (استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته) و(الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.81).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول للدراسة، والذي ينص على: كيف يستقطب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي الزوار الأجانب للانضمام بأنشطته؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الأول (استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته)، والجدول رقم (7) يوضح ذلك:

جدول 7

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (استقطاب برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	10	تجارب الآخرين التي أرسلها لي برنامج زجل شجعتني للقدوم إلى فلسطين	4.09	1.15	81.8	كبيرة
2	9	وصلتني نشرة تعريفية عن برنامج زجل وفلسطين قبل قدومي إلى فلسطين يحظى إعلان برنامج زجل بمساحة	3.93	1.10	78.6	كبيرة
3	8	على مواقع المؤسسات الشريكة مثل مؤسسة الخدمة المدنية العالمية (SCI) تشجعت للقدوم إلى فلسطين وذلك	3.88	.98	77.6	كبيرة
4	7	بسبب تجارب المتطوعين السابقين التي أرسلها لي برنامج زجل يضع برنامج زجل الإعلان للانضمام	3.86	1.27	77.2	كبيرة
5	5	للبرنامج على موقعه الإلكتروني الخاص	3.75	1.12	75.0	كبيرة
6	1	وصلتني دعوة للانضمام ببرنامج زجل عبر بريدي الإلكتروني الشخصي	3.45	1.53	69.0	كبيرة
7	3	يعلن برنامج زجل عن ضرورة الانضمام للبرنامج عبر الفيسبوك	3.40	1.03	68.0	متوسطة
8	6	يحتل الإعلان لبرنامج زجل مكاناً بارزاً على موقع جامعة النجاح	3.39	0.97	67.8	متوسطة
9	4	ينشر برنامج زجل إعلانات خاصة به للانضمام للبرنامج عبر لينكد إن	2.78	0.95	55.6	متوسطة
10	2	ينشر برنامج زجل إعلانات خاصة به للانضمام للبرنامج عبر الواتس آب	2.59	.91	51.8	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.51	0.60	70.2	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (7) أن فقرات (استقطاب برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.59) و(4.09) وهما الفقرات (ينشر برنامج زجل إعلانات خاصة به للانضمام للبرنامج

عبر الواتس آب) و(تجارب الآخرين التي أرسلها لي برنامج زاجل شجعتني للقدوم إلى فلسطين)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.21) .

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني للدراسة، والذي ينص على: ما مدى مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثاني (مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين)، والجدول رقم (8) يبين ذلك:

جدول 8

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	14	ساعدني برنامج زاجل في إتمام الإجراءات جميعها للوصول إلى فلسطين	4.39	0.80	87.8	كبيرة جداً
2	7	بقي برنامج زاجل على تواصل دائم معي لإتمام الإجراءات جميعها لغاية وصولي لفلسطين	34.3	0.90	86.6	كبيرة جداً
3	2	أجاب برنامج زاجل عن استفساراتي جميعها	4.32	0.81	86.4	كبيرة جداً
4	13	بقي برنامج زاجل على تواصل معي منذ تقديمي طلب الالتحاق، ولغاية وصولي إلى فلسطين	4.29	0.91	85.8	كبيرة جداً
5	8	زودني برنامج زاجل بجدول الزيارات قبل قدومي إلى فلسطين	3.96	1.13	79.2	كبيرة
6	11	حرص برنامج زاجل على تحديد الورشة التدريبية التي سأقوم بإعطائها	3.90	0.88	78.0	كبيرة
7	9	حرص برنامج زاجل على التعرف إلى مهاراتي قبل القدوم إلى فلسطين	3.86	0.92	77.2	كبيرة
8	10	حرص برنامج زاجل على التعرف إلى خبراتي قبل القدوم إلى فلسطين	3.77	0.90	75.4	كبيرة
9	12	النشرة التعريفية التي أرسلها برنامج زاجل لي أجابت عن الكثير من تساؤلاتي ومخاوفي	3.73	0.92	74.6	كبيرة
10	3	أرسل برنامج زاجل لي عناوين كتب ومقالات لقراءتها للتغلب على مخاوفي قبل القدوم إلى فلسطين	3.01	1.04	60.2	متوسطة
11	1	أجرى برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي معي مقابلة هاتفية لتهيأتي للقدوم إلى فلسطين	2.91	1.28	58.2	متوسطة
12	4	أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع السياسية في فلسطين	2.85	0.99	57.0	متوسطة
13	5	أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الوضع الاقتصادي في فلسطين	2.67	0.92	53.4	متوسطة
14	6	أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع البيئية في فلسطين	2.62	0.87	52.4	متوسطة
						الدرجة الكلية
						3.61
						72.2
						0.62
						كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8) أن فقرات (مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي

بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل

قدومهم إلى فلسطين) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.62) و (4.39) وهما الفقرات (أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع البيئية في فلسطين) و (ساعدني برنامج زاجل في إتمام الإجراءات جميعها للوصول إلى فلسطين)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.61).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث للدراسة، والذي ينص على: ما هي الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثالث (الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين)، والجدول رقم (9) يظهر ذلك:

جدول 9

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة
1	1	استقبلني أعضاء برنامج زجل في وجه بشوش ووَدِّي	4.95	0.21	99.0	كبيرة جداً
2	13	الجولة في مخيمات اللاجئين كونت لدي فهماً واضحاً عن ما يعانيه اللاجئون وعززت إيماني بحق العودة	4.94	0.24	98.8	كبيرة جداً
3	7	تواجد المتطوعون المحليون في برنامج زجل معي طوال الوقت عزز علاقتي بهم، وأعطاني طابع إيجابي عن الشعب الفلسطيني	4.93	0.24	98.6	كبيرة جداً
4	20	انضمامي لبرنامج زجل عزز لدي صورة إيجابية عن الفلسطينيين من ناحية الضيافة والتعاطف والتفاعل الاجتماعي	4.88	0.32	97.6	كبيرة جداً
5	5	تعرفت إلى مكان وجود مكتب زجل بالجامعة	4.83	0.45	96.6	كبيرة جداً
6	9	ساعدتني زيارتي لمدينتي الخليل وبيت لحم بالتعرف إلى حقيقة ما يعانيه الشعب الفلسطيني من الفصل العنصري والتمييز	4.81	0.46	96.2	كبيرة جداً
7	6	يجيب برنامج زجل دائماً على استفساراتي ومتطلباتي كافة أثناء وجودي في فلسطين	4.77	0.49	95.4	كبيرة جداً
8	19	شعرت بالتعاطف تجاه فلسطين والشعب الفلسطيني بعد انتهاء زيارتي	4.75	0.62	95.0	كبيرة جداً
9	18	زيارتي للصحراء والأماكن التاريخية أعطتني صورة إيجابية عن فلسطين	4.74	0.51	94.8	كبيرة جداً
10	2	أمن لي برنامج زجل المسكن الآمن	4.73	0.57	94.6	كبيرة جداً
11	3	قدم برنامج زجل لي الوجبات الصحية التي تتلاءم مع ظروف	4.63	0.57	92.6	كبيرة جداً
12	15	إعطائي للورش التدريبية لطلبة الجامعة عزز علاقتي بهم وفهمهم بشكل أكثر وضوحاً	4.61	0.63	92.2	كبيرة جداً
13	13	الجولة في مخيمات اللاجئين كونت لدي فهماً واضحاً عن ما يعانيه اللاجئون وعززت إيماني بحق العودة	4.60	0.63	92.0	كبيرة جداً
14	8	زيارتي لعائلة فلسطينية وقضاء وقت معهم عززت علاقتي بهم، وبناء صورة إيجابية عنهم، وعن فلسطين	4.54	0.76	90.8	كبيرة جداً
15	4	بقي برنامج زجل على إطلاع ومتابعة لوضعي الصحي	4.34	0.85	86.8	كبيرة جداً
16	11	محاضرة عن القضية الفلسطينية غيرت نظرتي عن فلسطين والصراع الفلسطيني - الإسرائيلي	4.22	0.78	84.4	كبيرة جداً
17	17	اللقاءات المباشرة مع شهود العيان التي مر بها السكان سواء من اللاجئين، والأشخاص المهددة أراضيهم بالمصادرة غيرت أحكامي المسبقة عن فلسطين	4.21	0.96	84.2	كبيرة جداً
18	10	ساعدتني محاضرة التعليم في فلسطين على فهم الوضع بصورة واضحة	4.11	0.81	82.2	كبيرة
19	14	حضورني لعرب فلسطيني أضاف لي شيئاً إيجابياً عن فلسطين	3.98	1.17	79.6	كبيرة
20	12	المحاضرة عن الوضع البيئي في فلسطين غيرت لدي فهم الوضع الذي يعانيه الشعب الفلسطيني	3.95	0.80	79.0	كبيرة
			4.57	0.33	91.4	كبيرة جداً

الدرجة الكلية

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (9) أن فقرات (الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.95) و (4.95) وهما الفقرات (المحاضرة عن الوضع البيئي في فلسطين غيرت لدي فهم الوضع الذي يعانيه الشعب الفلسطيني) و(استقبلي أعضاء برنامج زاجل في وجه بشوش وودّي)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة جداً بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.57).

النتائج المتعلقة بسؤالَي الدراسة الفرعيين الرابع والخامس، واللذان ينصان على: ما مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟ ما هي وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة رجوع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟

وللإجابة عن هذين السؤالين، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الرابع (مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها)، والجدول رقم (10) يبين ذلك:

جدول 10

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة
1	2	كتبت إنطباعي عن تجربتي في فلسطين وذلك بناءً على طلب برنامج زاجل	4.14	0.99	82.8	كبيرة
2	4	طلب برنامج زاجل مني كتابة إنطباعي عن هذه الزيارة كاملة	4.11	1.01	82.2	كبيرة
3	1	طلب مني برنامج زاجل أن أتحدث عن تجربتي في الحفل الختامي	4.11	1.01	82.2	كبيرة
4	3	عبأت نموذجاً تقيماً يتعلق بالتحضيرات قبل القوم وأثناء وبعد	3.52	0.54	70.4	كبيرة
5	5	طلب برنامج زاجل مني أن أتحدث عن تجربتي في فيديو	3.11	1.26	62.2	متوسطة
			3.84	0.75	76.8	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (10) أن فقرات (مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.11) و (4.11) وهما الفقرات (طلب برنامج زاجل مني أن أتحدث عن تجربتي في فيديو) و(كتبت إنطباعي عن تجربتي في فلسطين وذلك بناءً على طلب برنامج زاجل)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.84).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السادس للدراسة، والذي ينص على: ما مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الخامس (مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية)، والجدول رقم (11) يوضح ذلك:

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (11) الموجود في ملحق (ز) أن فقرات (مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية) كانت جميعها بين القليلة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.52) و (4.81) وهما الفقرات (تصلي دعوات للمشاركة في أنشطة البرنامج المستقبلية) و(تحدثت عن تجربتي في فلسطين لعائلي وأصدقائي)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.52).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السابع، والذي ينص على: ما الآليات والتكتيكات المستقبلية، التي على برنامج زاجل إتباعها في العلاقات العامة الدولية، للتأثير في الزوار الأجانب، بما يساهم في تحول الرأي العام العالمي لمناصرة القضية الفلسطينية؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، لسؤال الدراسة المفتوح (ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل إتباعها لتطويره؟)، والجدول رقم (12) يبين ذلك:

يتضح من الجدول رقم (12) الموجود في ملحق (ز) توزيع استجابات عينة الدراسة الخاصة بسؤال الدراسة المفتوح (ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل اتباعها لتطويره؟)، حيث يبين الجدول تكرار كل استجابة ونسبتها المئوية، حيث تبين من النتائج أن أعلى التوصيات كانت (وجود برنامج تواصل واضح وجيد والمحافظة على استمراريته والاستفادة منه) لنسبة مئوية 29.5، تليها (حفظ التواصل بين المنظمة والمتطوعين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والدعاية) بنسبة مئوية 26.2 ثم (زيادة تجربة التعايش في فلسطين ودعمها) بنسبة مئوية (23.0) مع العلم أن 22.3 من عينة الدراسة لم تعطي اقتراحات.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثامن للدراسة، والذي ينص على: هل تختلف اتجاهات الزوار الأجانب نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى العلمي، والحالة الزوجية)؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، واختبار المقارنات البعدية LSD، وكانت النتائج كما في الجداول التالية

أولاً: النتائج المتعلقة بمتغير النوع الاجتماعي

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.114) وهي أكبر من (0.05).

ثانياً: المتعلقة بمتغير العمر

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (العمر)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول رقم (15) الموجود في ملحق (ز).
نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير العمر، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.288) وهي أكبر من (0.05).

ثالثاً: المتعلقة بمتغير المستوى العلمي

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المستوى العلمي)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول رقم (17) الموجود في ملحق (ز).

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير المستوى العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.601) وهي أكبر من (0.05).

رابعاً: النتائج المتعلقة بمتغير الحالة الزوجية

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم

صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير الحالة الزوجية، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.307) وهي أكبر من (0.05).

النتائج المتعلقة بأسئلة (المقابلة)

اعتمدت الدراسة المقابلة المعمقة مع الأستاذ علاء أبو ضهير، منسق ومؤسس برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في جامعة النجاح، وكانت إجاباته عن الأسئلة ذات الصلة على النحو الآتي:

نتائج سؤال الدراسة الأول: كيف يستقطب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي الزوار الأجانب للانضمام بأنشطته؟

برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي يستقطب الزوار الأجانب للقدوم إلى فلسطين للمشاركة بالأنشطة التي ينظمها من خلال تجهيز البيانات اللازمة، وإنشاء قاعدة بيانات تتضمن العديد من معلومات الاتصال الخاصة بالأكاديميين في الجامعات الخارجية، والمراكز والمعاهد. وبعدها إنشاء إعلان يتضمن العديد من التفاصيل الكافية، ليتضح للقراء ماهية القدوم إلى فلسطين والمشاركة، ومن ثم تبدأ عملية الترويج للأنشطة البرنامج عن طريق إرسال الإعلان إلى المؤسسات الدولية الشريكة مع برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي والبالغ عددهم 90 مؤسسة، وإرسال إيميلات إلى الأكاديميين في الجامعات والمراكز والمعاهد وفي حال اقتنع الأكاديمي بالفكرة يرسلها إلى طلابه أو ينشرها على موقع الفيسبوك. وكذلك ينشر الإعلان على موقع مؤسسة ال SCI الإلكتروني الشريكة مع برنامج زاجل، وعلى الموقع الإلكتروني لبرنامج زاجل وموقع جامعة النجاح، وكذلك الإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة ببرنامج زاجل. وبعد أن يرسل الدولي نموذج المشاركة يقوم برنامج زاجل بإرسال كافة التفاصيل الأمنية، واللوجستية، والاجتماعية، والفنية، واللغوية، والمالية، والدينية وجميع الأمور التي يحتاج الدولي معرفتها قبل القدوم إلى فلسطين. ومقابلات هاتفية وفيديو وكتابية. ويتضح أن برنامج زاجل يتواصل إلكترونياً وشفهياً معهم. يقوم برنامج زاجل بجميع ما ذكر سابقاً

ذلك لأن القدوم إلى فلسطين وهي دولة محتلة وصراع وسفك الدماء بشكل يومي هي عملية صعبة وهي تختلف عن أي دولة أخرى بالعالم.

نتائج سؤال الدراسة الثاني: ما مدى مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتدايعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين؟

يدرس برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين من خلال السيرة الذاتية للمتقدم والمقابلة الإلكترونية معه، وكذلك يعمل على تهيئتهم للقدوم إلى فلسطين وتعديل الصورة التي يحملونها من خلال إرسال فيديوهات عن الحياة اليومية في فلسطين والتواصل معهم بشكل دائم بواسطة الإيميل والهاتف للإجابة على كافة استفساراتهم ومخاوفهم وكذلك إرسال تقارير ومقالات ومواقع إلكترونية أجنبية لمؤسسات إعلامية ذات الصلة بالقضية الفلسطينية. وإرسال انطباعات الدوليين الذين أتوا من قبل إلى فلسطين.

نتائج سؤال الدراسة الثالث: ما هي الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين؟

الأنشطة والفعاليات التي يعتمد عليها برنامج زاجل لتغيير الصور النمطية عن فلسطين وبلورة صورة إيجابية أثناء تواجدهم في فلسطين تتمثل في جانبين أساسيين وهما التدريب، وتقصي الحقائق. حيث أن محور التدريب يكون من خلال قيام المتطوعون الدوليين بإعطاء ورش تدريبية في مجالات مختلفة وذلك حسب تخصصاتهم ومهاراتهم كاللغات، وتنمية الكفاءات، والتفريغ النفسي، والمحاسبة وهكذا. أما المحور الثاني فهو تقصي الحقائق، وهذا يتم من خلال الرؤية البصرية والزيارة الميدانية الشخصية. حيث أنهم يزورون الأماكن التي يوجد فيها فصل عنصري ووجود جدار الفصل العنصري والمستوطنين كالخليل وبيت لحم، وليفهموا قصة الحواجز، يجعل المتطوعين يمرون من الطرق الزراعية بعيداً عن الحواجز ليروا معاناة الشعب

الفلسطيني. وكذلك زيارة مخيمات اللاجئين والجلوس مع شهود النكبة. ومن الجوانب التي تعطي صورة أكثر إشراقاً عن الشعب الفلسطيني وهم المتطوعون المحليون حيث أنهم يتعاملون مع الدوليين في الورش التدريبية، وكذلك يستضيفونهم في بيوتهم وعلى موائدهم ويجلسونهم مع أهاليهم ويأخذونهم إلى الأعراس والمناسبات وحفلاتهم الشخصية، وهذا يعزز علاقتهم ببعضهم البعض ويشعرون أنهم في بلادهم الأصلي ويتفاجؤون من الضيافة والكرم اللذان يتمتع بهم الشعب الفلسطيني فمن هنا تتغير الصورة النمطية عن فلسطين والفلسطينيين.

نتائج سؤال الدراسة الرابع: ما مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟

يجري برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي تقييمات لكل مشروع ينظمه على ثلاثة مراحل وهي قبل وأثناء وبعد، وهذه التقييمات تكون كتابية وشفهية. فيما يتعلق بالتقييم القبلي فيتضمن أسئلة عن التحضيرات المتعلقة بالبرنامج قبل القدوم إلى فلسطين وتشمل المطار، المواصلات، أنشطة وفعاليات البرنامج، والورشة التدريبية التي سيعقدها، لرؤية إذا كانت التحضيرات كافية وتجب عن جميع استفساراتهم وهيئتهم للقدوم إلى فلسطين. أما فيما يتعلق بالتقييم أثناء تواجدهم في فلسطين وتكون شاملة لبنود البرنامج كافة مثل الطعام، السكن، المواصلات، الورش التدريبية والجولات الميدانية، وطبيعة الحياة اليومية، بعد ممارسة كل نشاط يجري تقييم لمعرفة إن كان هناك مشاكل وعقبات لحلها وتقاديتها. أما التقييم البعدي يتمثل في كيفية نقل التجربة عندما يعودون إلى بلادهم الأم، بحيث يتضمن أسئلة ومنها ماذا سيفعل بعد عودته إلى بلده؟، وماذا سيتحدث عن هذه التجربة؟ بالإضافة إلى أن المؤسسة الشريكة مع زاجل تقوم بإجراء تقييم مع المتطوع الذي ذهب إلى فلسطين من خلالها وضمان استمرارية الشراكة من خلال ارسال متطوعين آخرين. وأكد منسق البرنامج أن السبب في تطور البرنامج يرجع إلى التقييمات التي أدلى بها المتطوعون الدوليون، حيث أنه يأخذ الملاحظات كافة دون استثناء.

نتائج سؤال الدراسة الخامس: ما هي وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة رجوع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟

وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل، 3 نماذج تقييم مكتوبات لقبل وأثناء وبعد، ويشتملن على كل شيء يتعلق بالمخيمات، ومن خلال التواصل الشفهي معهم أثناء وجودهم وبعد مغادرتهم، وكذلك من خلال كتابة انطباع كامل عن تجربتهم في فلسطين وتصوير فيديوهات بلغاتهم الأم يتحدثون عن تجربتهم وكذلك مقاطع وصور لهم أثناء الزيارة.

نتائج السؤال السادس: ما مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية؟

يلاحظ أن برنامج زاجل يتابع كيفية نقلهم للصورة الإيجابية عن فلسطين من خلال ما ينشرونه على الفيسبوك، وهم يبقون على تواصل مع البرنامج كون أن العلاقة بينهم أصبحت علاقة صداقة وليس علاقة رسمية، حيث أنهم يقولون: أنهم اشتاقوا إلى فلسطين وإلى نابلس وإلى الكنافة والصحراء وأنهم يشعرون بالحنين إلى فلسطين، والبرنامج على تواصل دائم معهم. وهناك مجموعة على الإيميل واسمها "زواجل" فهذه المجموعة تضم جميع الأشخاص الذين أتوا إلى زاجل ومشاركة ما يفعلونه من إنجازات وورش عمل وندوات، فهذا يعزز العلاقات مع المتطوعين الجدد والقدامى، وكذلك يقوم البرنامج بدعوتهم للمشاركة في الأنشطة المستقبلية ومنهم من أتى للمرة الثانية للتطوع في برنامج زاجل.

نتائج السؤال السابع: ما الآليات والتكتيكات المستقبلية، التي على برنامج زاجل إتباعها في العلاقات العامة الدولية، للتأثير في الزوار الأجانب، بما يسهم في تحول الرأي العام العالمي لمناصرة القضية الفلسطينية؟

يتضح من المقابلة أن البرنامج يطمح لتعزيز المزيد من الشراكات مع المؤسسات في الدول التي لم يزورها حتى الآن، حيث أن زاجل هو شريك مع 90 مؤسسة دولية. ليصل زاجل إلى الدول التي لم يصلها، هذا يحتاج إلى تواصل معهم والسفر لتسويق البرنامج، وكل هذا يحتاج إلى وقت وتفرغ، فالبرنامج بحاجة إلى موظفين كون أن البرنامج يترأسه موظف واحد فقط وبدوام جزئي ولإكمال المسيرة لأن البرنامج حقق إنجازات كثيرة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب، واشتملت الدراسة على مجموعة من الأسئلة، وستناقش الباحثة هذه النتائج لإبراز أهمها والتي بناءً عليها ستوضع التوصيات.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الاستبانة

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس، والذي ينص على ما مدى فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب؟

أشارت النتائج أن مجالات (فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب) كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، وهما المجالات (استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته) و(الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

أما بالنسبة للمجالات فقد كان أعلاها المجال الثالث (الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين) وحصل على درجة استجابة كبيرة جداً، ومن ثم المجال الرابع (مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب

قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها) يليه المجال الثاني (مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين)، ثم المجال الخامس (مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية)، وأخيراً المجال الأول (استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته) وجميعها بدرجة استجابة كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي أنشطته هادفة وتسعى إلى رسم صورة إيجابية عن فلسطين، وتغيير الصورة النمطية عن فلسطين والفلسطينيين التي كونها الإعلام عنهم لدى المجتمع الخارجي، وبناءً على إجابات المستجوبين تبين أن برنامج زاجل فعال في رسم الصورة الذهنية الإيجابية كون أن أنشطته متنوعة، وكون أنه برنامج تابع للعلاقات العامة، فهدف العلاقات العامة رسم صورة ذهنية إيجابية عن مؤسسة أو دولة ما، فالبرنامج حقق ذلك.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الزبيدي (2019) التي أظهرت أن مفهوم الصورة الذهنية بالمؤسسات الشرطية واضح ومفهوم، ومع نتيجة دراسة زروال (2019) التي أظهرت أن مديرية المجاهدين تمارس أنشطة العلاقات العامة داخل المديرية، ومع نتيجة دراسة علوان (2018) التي أظهرت أن الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات تتمثل بمتابعة ما ينشر من أخبار ومقالات عن السفارات في وسائل الإعلام الإلكتروني، ومع نتيجة دراسة علي (2016) التي أظهرت أن المجلس ساهم إلى حد ما في بناء صورة طيبة عن السودان، ومع نتيجة دراسة البخيت (2015) التي أظهرت أن صورة المملكة السعودية في جمهورية مصر العربية إيجابية جداً وممتازة، ومع نتيجة دراسة البرايصة (2015) التي أظهرت أن الاستراتيجيات التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية للشركة جاءت بتقدير مرتفع، ومع نتيجة دراسة الطاهر (2014) التي أظهرت أن الهدف من الصورة الذهنية الممتازة

خارجياً للدولة يساهم في جذب السواح، ومع نتيجة دراسة ناجوي (2015) التي أظهرت أن المؤسسة تهتم بنشاط العلاقات العامة الذي يعتبر حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع الناشطة فيه ويساهم بنشاط العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس لدى جمهورها الخارجي. ومع نتيجة دراسة جيبي (2014) التي أظهرت أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً في تحسين الثقة مع الجمعية وتحسين فاعلية العلاقات التنظيمية، ومع نتيجة دراسة كاراني (2012) التي أظهرت أنه من الضروري لأي مؤسسة أن تفهم العلاقات وأهمية الأداء الاقتصادي لتحمل المسؤولية، والحفاظ على الصورة الإيجابية للمؤسسة.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة النوافلة (2020) التي أظهرت أن فعالية الأساليب المستخدمة في بناء الصورة الذهنية عن شركة الحكمة الأردنية للأدوية من وجهة نظر الصيادلة قد حصلت على درجات متوسطة، ومع نتيجة دراسة حمودة (2015) التي أظهرت أن إدارة العلاقات العامة في الشركة تواجه مشكلة عدم فهم الجمهور لوظيفة العلاقات العامة، ومفهوم الصورة الذهنية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تطرحه نظرية التأطير أو الإطار الإعلامي (Framing Theory) والتي تحدد أطر التغطية الخبرية للقضايا والأحداث المختلفة، ووضع روبرت انتمان أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية وتتمثل في: تحديد المشكلة أو القضية والأسباب الكامنة وراءها، وتشخيص الأسباب، وتحديد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث، وتشير إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث، وتقتراح حلولاً للقضية ومحاولة علاجها (أبو مزيد، 2013، ص 22). تعتبر الأطر أدوات ووسائل عرض، وأنظمة نشطة لإنتاج المعلومات، وكذلك تنظم الواقع اليومي، وتكون جزءاً منه، وأن الأطر وسيلة إدراكية تستخدم في تشفير وتفسير واسترجاع المعلومات، وهي وسائل لها إمكانية الانتقال للآخرين، كما لها علاقة بالقواعد والتقاليد الإعلامية والسياسات التحريرية، كما تعد الأطر مجالاً لاختيار المعنى من أجل تشكيل الواقع، وتساعد الجمهور على القيام بعملية تصنيف واسعة، وأنها تسمح بتصنيف عدد محدود من الأحداث الملموسة (الحاج، 2020، ص 162). فبناءً على ما سبق يمكن القول: بأن برنامج زجل للتبادل الشبابي كان قادراً على تحديد

المشكلة والأسباب الكامنة وراءها وقام بتأطير القضية الفلسطينية من المنظور الذي يعكس الصورة الإيجابية عن فلسطين بعكس التي يبثها الإعلام الإسرائيلي لتشويه صورة فلسطين والفلسطينيين.

أما بالنسبة للأسئلة الفرعية ومجالات الدراسة، فقد جاءت نتائجها كالاتي:

1. جاءت نتيجة سؤال (كيف يستقطب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي الزوار الأجانب للانضمام بأنشطته؟) بين المتوسطة والكبيرة وأن أدنى فقراتها (ينشر برنامج زاجل إعلانات خاصة به للانضمام للبرنامج عبر الواتس آب، وينشر برنامج زاجل إعلانات خاصة به للانضمام للبرنامج عبر اليكس إن، ويحتل الإعلان لبرنامج زاجل مكاناً بارزاً على موقع جامعة النجاح، ويعلن برنامج زاجل عن ضرورة الانضمام للبرنامج عبر الفيسبوك) وأعلىها (تجارب الآخرين التي أرسلها لي برنامج زاجل شجعتني للقدوم إلى فلسطين، ووصلتني نشرة تعريفية عن برنامج زاجل وفلسطين قبل قدومي إلى فلسطين، ويحظى إعلان برنامج زاجل بمساحة على مواقع المؤسسات الشريكة مثل مؤسسة الخدمة المدنية العالمية (SCI))، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن تجارب الآخرين هي أكثر تأثيراً من الإعلانات الترويجية؛ لأنها تعكس الواقع، وكذلك الإعلان على موقع المؤسسة الشريكة مع زاجل وأن هذه المؤسسة الشريكة معروفة لدى المجتمع الخارجي فهذا يزيد الثقة، وتعزو الباحثة عدم نشر إعلانات عبر الواتس آب هو عدم وجود قناة خاصة لزاجل على موقع الواتس آب، وكذلك النشر على موقع جامعة النجاح وموقع اليكس إن يرجع إلى عدم متابعة المستجوبين لهذه المواقع.

2. جاءت نتيجة سؤال (ما مدى مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين؟) بين المتوسطة والكبيرة جداً وأن أدنى فقراتها (أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع البيئية في فلسطين، وأرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي

تحدث عن الوضع الاقتصادي في فلسطين، وأرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع السياسية في فلسطين، وأجرى برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي معي مقابلة هاتفية لتهيئتي للقدوم إلى فلسطين)، وأعلاها (ساعدني برنامج زاجل في إتمام الإجراءات جميعها للوصول إلى فلسطين، وبقي برنامج زاجل على تواصل دائم معي لإتمام الإجراءات جميعها لغاية وصولي لفلسطين، وأجاب برنامج زاجل عن استفساراتي جميعها) وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن برنامج زاجل حريص على الأجانب، وكذلك على رسم صورة إيجابية منذ اللحظة الأولى، حيث أنه يساعد الأجانب منذ أن يقدموا طلب الالتحاق بالبرنامج لغاية وصولهم إلى فلسطين، وتفسر الباحثة أن إرسال الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع البيئية والسياسية والاقتصادية حصل على المعارضة أكثر من التأييد؛ وذلك يرجع إلى عدم استفسارهم، وطلب هذه الفيديوهات من البرنامج، كون أن خلال حديث الباحثة مع منسق البرنامج وضح أنه يرسل الفيديوهات بناءً على طلب الأجانب وطبيعة الشيء الذي يريدون أن يفهموه قبل قدومهم إلى فلسطين.

3. جاءت نتيجة سؤال (ما هي الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين؟) بين الكبيرة والكبيرة جداً وأن أدنى فقراتها (المحاضرة عن الوضع البيئي في فلسطين غيرت لدي فهم الوضع الذي يعانیه الشعب الفلسطيني، وحضوري لعرس فلسطيني أضاف لي شيئاً إيجابياً عن فلسطين، وساعدتني محاضرة التعليم في فلسطين على فهم الوضع بصورة واضحة)، وأعلاها (استقبلني أعضاء برنامج زاجل في وجه بشوش وودّي، والجولة في مخيمات اللاجئين كونت لدي فهماً واضحاً عن ما يعانیه اللاجئون وعززت إيماني بحق العودة، وتواجد المتطوعون المحليون في برنامج زاجل معي طوال الوقت عزز علاقتي بهم، وأعطاني طابع إيجابي عن الشعب الفلسطيني)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن أعضاء برنامج زاجل هم لهم أيضاً الدور الرئيس في رسم الصورة الإيجابية عن فلسطين كونهم يقفون لساعات طويلة مع الأجانب، وهذا يتطابق مع ما قاله منسق البرنامج خلال المقابلة: "فالمطوعون المحليون هم سر نجاح المتطوعين الدوليين في إنجاز المهام الخاصة بهم هنا، وهم كانوا أكثر إشراقاً، وجمالاً بتقديم صورة جميلة جداً عن المجتمع الفلسطيني" (انظر ملحق د، ص 129). ويمكن القول: أن الأعضاء نجحوا في ذلك، إضافة إلى الجانب الآخر الذي يساعد في رسم الصورة الإيجابية، وفهم واضح للشعب الفلسطيني، وهو الجولات الميدانية في مخيمات اللاجئين.

4. جاءت نتيجة السؤالين (ما مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟ وما هي وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة رجوع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟) بين المتوسطة والكبيرة وأن أدنى الفقرات (طلب برنامج زاجل مني أن أتحدث عن تجربتي في فيديو، وعبأت نموذجاً تقييمياً يتعلق بالتحضيرات قبل القدوم وأثناء وبعد)، في المقابل كانت أعلى الفقرات (كتبت انطباعي عن تجربتي في فلسطين وذلك بناءً على طلب برنامج زاجل، وطلب برنامج زاجل مني كتابة انطباعي عن هذه الزيارة كاملة). وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن برنامج زاجل حريص على أخذ انطباعات المشاركين، لتكون تشجيعية للآخرين ويساعده في تطوير البرنامج، ويرجع عدم توافق الجميع مع نموذج التقييم الخاص بالتحضيرات قبل القدوم وأثناء وبعد أنه تم أخذ هذه التقييمات شفهيّاً وأول بأول؛ وذلك للعمل على تطوير البرنامج والإفادة من الملاحظات للمخيمات القادمة.

5. جاءت نتيجة سؤال (ما مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية؟) بين القليلة والكبيرة جداً وأن أدنى الفقرات (تصّلني دعوات للمشاركة في أنشطة البرنامج المستقبلية، وأعددت فيديو

عن تجربتي في فلسطين بلغتي الأم وأرسلته إلى أهل بلدي، وتصلني أخبار برنامج زاجل باستمرار) في المقابل كانت أعلى الفقرات (تحدثت عن تجربتي في فلسطين لعائلي وأصدقائي، وزيارتي لفلسطين غيرت لدي الصورة السابقة عن فلسطين والفلسطينيين، وتغيرت الصورة المسبقة لدي عن فلسطين والفلسطينيين من خلال مشاركتي في برنامج زاجل). وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن برنامج زاجل فعال في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين ورسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين وهذا ما تريد الدراسة قياسه، ووصول أخبار البرنامج باستمرار حصلت على نسبة قليلة وترجع الباحثة ذلك بناءً على تجربتها في البرنامج إلى أن البرنامج قائم على موظف واحد فقط، وبالتالي من الصعب أن يقوم بمتابعة كل المهام لوحدة، وسبب آخر يختلف من سنة إلى أخرى، وكون عدم وصول أخبار البرنامج وخصوصاً الذين أتوا إلى فلسطين في عام 2019، لأن البرنامج توقف مؤقتاً نظراً لانتشار فايروس كورونا في عام 2020.

6. جاءت نتيجة سؤال (ما الآليات والتكتيكات المستقبلية، التي على برنامج زاجل إتباعها في العلاقات العامة الدولية، للتأثير في الزوار الأجانب، بما يسهم في تحول الرأي العام العالمي لمناصرة القضية الفلسطينية؟) هي وجود برنامج تواصل واضح وجيد والمحافظة على استمراريته والإفادة منه، وحفظ التواصل بين المنظمة والمتطوعين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والدعاية، وزيادة تجربة التعايش في فلسطين ودعمها.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن البرنامج حقق الهدف المطلوب منه، وأن الأجانب أفادوا منه وطلبوا الاستمرار في العمل، والبقاء على تواصل معهم، وليفهموا الوضع الفلسطيني أكثر، وكذلك خبرتهم في التواصل مع المؤسسات والبرامج الأخرى، فهذا يساعد البرنامج على التقدم أكثر، وهذا يدل أن البرنامج نجح في تحقيق أهدافه.

7. جاءت نتيجة سؤال (هل تختلف اتجاهات الزوار الأجانب نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى العلمي، والحالة الزوجية)؟) بأنه لا توجد فروق دالة إحصائية باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغيرات النوع الاجتماعي، والعمر، والمستوى العلمي، والحالة الزوجية.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الذكور والإناث من الأعمار المختلفة والمستويات العلمية المختلفة، والحالات الزوجية (أعزب/ عزباء، ومتزوج/ة) لديهم إدراك متشابه نحو فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين كونهم من المهتمين بمثل هذه الأنشطة ويفهمونها جيداً.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة المقابلة

مناقشة سؤال الدراسة الأول: كيف يستقطب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي الزوار الأجانب للانضمام بأنشطته؟

يستقطب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي الزوار الأجانب للقدوم إلى فلسطين للمشاركة بالأنشطة التي ينظمها من خلال تجهيز البيانات اللازمة، وإنشاء قاعدة بيانات تتضمن العديد من معلومات الاتصال الخاصة بالأكاديميين في الجامعات الخارجية، والمراكز والمعاهد. ومن ثم إنشاء الإعلان عن التفاصيل الكافية حول البرنامج، ليتضح للجمهور المستهدف ماهية القدوم إلى فلسطين والمشاركة، ومن ثم تبدأ عملية الترويج لأنشطة البرنامج عن طريق إرسال الإعلان إلى المؤسسات الدولية الشريكة مع برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن برنامج زاجل مطلع، ولديه الخبرة في كيفية استقطاب الأجانب لفلسطين للانضمام بأنشطة البرنامج، ولديه خطة منظمة ومرتبته لخطوات الاستقطاب.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الدراسة (الاستبانة) التي أظهرت وجود درجة استجابة كبيرة حول سؤال استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته.

مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثاني: ما مدى مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين؟

يدرس برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي ما يحمله الجمهور المستهدف من الزوار من صورة مسبقة عن فلسطين من خلال السيرة الذاتية للمتقدم والمقابلة الإلكترونية معه، وكذلك يعمل على تحضيرهم للقدوم إلى فلسطين، وتعديل الصورة التي يحملونها.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن البرنامج حريص بمعرفة ما يحملونه الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين ليساعدهم على فهم الصورة الحقيقية، وكذلك اختيار الجوانب التي يركز عليها ضمن أنشطته.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الدراسة (الاستبانة) التي أظهرت وجود درجة استجابة كبيرة حول سؤال مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين.

مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثالث: ما هي الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين؟

تتمثل الأنشطة والفعاليات التي يعتمد عليها برنامج زاجل لتغيير الصور النمطية عن فلسطين وبلورة صورة إيجابية أثناء تواجدهم في فلسطين في جانبين أساسيين وهما التدريب، وتقصي الحقائق. حيث أن محور التدريب، يكون من خلال قيام المتطوعين الدوليين بإعطاء ورش تدريبية في مجالات مختلفة، وذلك حسب

تخصصاتهم ومهاراتهم كاللغات، وتنمية الكفاءات، والتفريغ النفسي، والمحاسبة، وهكذا. أما المحور الثاني فهو تقصي الحقائق وهذا يتم من خلال الرؤية البصرية والزيارة الميدانية الشخصية.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن أهم عنصران لفهم الصورة الحقيقية والإيجابية عن فلسطين هم الفلسطينيون أنفسهم والجولات الميدانية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الدراسة (الاستبانة) التي أظهرت وجود درجة استجابة كبيرة جداً حول سؤال الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين.

مناقشة نتائج سؤالي الدراسة الرابع والخامس: ما مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟ ما هي وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة رجح الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟

يجري برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي عمليات تقييم لكل مشروع يعمل على تنظيمه على ثلاثة مراحل وهي التقييم القبلي والمرحلي والبعدي، من خلال تقييمات كتابية وشفهية. فيما يتعلق بالتقييم القبلي يتضمن أسئلة عن التحضيرات المتعلقة بالبرنامج قبل القدوم إلى فلسطين وتشمل المطار، المواصلات، أنشطة وفعاليات البرنامج، والورشات التدريبية التي سيعقدها، لرؤية إذا كانت التحضيرات كافية وتجب عن جميع استفساراتهم وهيأتهم للقدوم إلى فلسطين. وسائل التقييم التي يتبعها برنامج زاجل، 3 نماذج تقييم مكتوبات لقبل وأثناء وبعد ويشتمل على كل شيء يتعلق بالمخيمات، ومن خلال التواصل الشفهي معهم أثناء وجودهم وبعد مغادرتهم، وكذلك من خلال كتابة انطباع كامل عن تجربتهم في فلسطين وتصوير فيديوهات بلغاتهم الأم يتحدثون عن تجربتهم وكذلك مقاطع وصور لهم أثناء الزيارة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن برنامج زاجل يقوم بإجراء التقييمات المختلفة في شتى المجالات التي تتعلق بأنشطته وذلك لأن التقييم هو الذي يساعده على تطوير البرنامج، حيث أن التقييم يستكشف نقاط الضعف ويعمل على تقويتها ونقاط القوة يعمل على تعزيزها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الدراسة (الاستبانة) التي أظهرت وجود درجة استجابة كبيرة حول سؤال مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها.

مناقشة نتائج السؤال السادس: ما مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية؟

يتابع برنامج زاجل كيفية نقلهم للصورة الإيجابية عن فلسطين من خلال ما ينشرونه على الفيسبوك، حيث يستمرون على تواصل مع البرنامج، كون أن العلاقة بينهم أصبحت علاقة صداقة، وليس علاقة رسمية، حيث أنهم يقولون: أنهم اشتاقوا إلى فلسطين وإلى نابلس.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن استمرار زاجل بالتواصل مع الأجانب بعد مغادرتهم فلسطين يساعد على الاستمرار في نقل الصورة الإيجابية عن فلسطين للأجانب الآخرين.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة أداة الدراسة (الاستبانة) التي أظهرت وجود درجة استجابة كبيرة حول سؤال مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية.

مناقشة نتائج السؤال السابع: ما الآليات والتكتيكات المستقبلية، التي على برنامج زاجل إتباعها في العلاقات العامة الدولية، للتأثير في الزوار الأجانب، بما يسهم في تحول الرأي العام العالمي لمناصرة القضية الفلسطينية؟

يطمح البرنامج لتعزيز المزيد من الشراكات مع المؤسسات في الدول التي لم يزورها حتى الآن، حيث يحتاج برنامج زاجل إلى تواصل معهم والسفر لتسويق البرنامج، وكل هذا يحتاج إلى وقت وتفرغ، فالبرنامج بحاجة إلى موظفين كون أن البرنامج يترأسه موظف واحد فقط وبدوام جزئي ولإكمال المسيرة؛ لأن البرنامج حقق إنجازات كثيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أهمية الاستمرارية في تطوير ونجاح البرنامج، ووصوله لأكبر عدد من دول العالم وذلك ليساعد في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة سؤال الدراسة المفتوح حول الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل إتباعها لتطوير البرنامج التي أظهرت وجود حاجة لبرنامج تواصل واضح وجيد والمحافظة على استمراريته والاستفادة منه، بالإضافة إلى ضرورة حفظ التواصل بين المنظمة والمتطوعين من خلال السوشيال ميديا والدعاية.

التوصيات

بناءً على النتائج ومناقشتها خرجت الدراسة بالعديد من التوصيات:

1. زيادة استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للمشاركة بأنشطته.
2. مضاعفة نشر برنامج زاجل بإعلانات خاصة به للمشاركة بالبرنامج عبر الواتس آب.
3. أن يتمتع برنامج زاجل بالصدارة على موقع جامعة النجاح وأن يعلن ضرورة الانضمام للبرنامج عبر الفيسبوك.
4. أن يرسل برنامج زاجل الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع البيئية والاقتصادية والسياسية في فلسطين.
5. أن يرسل برنامج زاجل عناوين كتب ومقالات لقراءتها للتغلب على مخاوف الزائرين قبل القدوم إلى فلسطين.
6. أن ينظم البرنامج نشاطات للزائرين تتضمن حضورهم إلى مناسبات المجتمع الفلسطيني كحفلات الزفاف وغيرها.
7. الطلب من الزائرين تغذية راجعة حول تجاربهم.
8. قيام البرنامج بتوجيه دعوات لجمهوره للمشاركة في أنشطة البرنامج المستقبلية.
9. عقد دراسات واسعة ومتجددة حول موضوع الصورة الذهنية عن فلسطين.
10. أن يجري الباحثون في المستقبل أبحاث تتعلق بتحليل مضمون أنشطة البرنامج وصفحته على الفيسبوك.
11. أن يتواصل البرنامج بشكل أكبر مع الأجانب بعد مغادرتهم.
12. أن توظف جامعة النجاح أكثر من شخص للقيام بهذا البرنامج والمساعدة في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين.
13. أن تحافظ جامعة النجاح على هذا البرنامج والاستمرار به.
14. أن يكون البرنامج شراكات مع البرامج الشبيهة في الجامعات الفلسطينية الأخرى، وكذلك زيادة الشراكة مع المؤسسات في الخارج.

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

باديب، أبو بكر (2018). العلاقات العامة الدولية المفهوم والممارسة. ط1، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

بلخيري، رضوان (2017). العلاقات العامة وصناعة الصورة الذهنية للمؤسسة. ط1: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

جرادات، عبد الناصر، الشامي، لبنان (2011). مقدمة في العلاقات العامة. ط1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

الجمال، راسم (2009). العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات. ط1، مصر: الدار المصرية اللبنانية.

الحاج، كمال (2020). نظريات الإعلام والاتصال. الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.

حسونة، نسرين (2015). نظريات الإعلام والاتصال. موقع أكاديميا التعليمي <https://bit.ly/2GJsTQz>

خولف، محمود (2018). العلاقات العامة في العصر الرقمي. ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، دار النبلاء ناشرون وموزعون.

درة، عبد الباري، المجالي، نبيل خليف (2010). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي. ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

زويلف، مهدي حسن (2015). العلاقات العامة نظريات وأساليب. ط1، عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

شعبان، عماد (2019) دور الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية:

دراسة حالة للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز (سونالغاز)- بسكرة. رسالة ماجستير،

قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر-بسكرة- قطب شتمة، سكرة.

القحطاني، دشن محمد (2017). العلاقات العامة في الإعلام الجديد. دار المقدم للنشر والتوزيع.

المزاهرة، منال (2014). مناهج البحث الإعلامي. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المزاهرة، منال (2015). إدارة العلاقات العامة وتنظيمها. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المزاهرة منال (2015). العلاقات العامة الدولية. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

موسى، باقر (2014). الصورة الذهنية في العلاقات العامة. ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

ثانياً: الأبحاث والدراسات

أبو مزيد، رجاى يونس (2013). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية دراسة

وصفية. رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.

أحمد، إبراهيم (2020) أنشطة العلاقات العامة الدولية في هيئات الدبلوماسية العامة (دراسة تطبيقية على

مجلس الصداقة الشعبية العالمية) خلال الفترة من يناير 2014 إلى يناير 2018م. بحث

منشور، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي.

البخيت، فاطمة (2015) دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول: دراسة تطبيقية على

سفارة المملكة العربية السعودية بالقاهرة. رسالة دكتوراة، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

البرابسة، إسلام (2015). دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات - شركة الشرق العربي للتأمين أنموذجاً. رسالة ماجستير، جامعة البترا، عمان.

حمودة، المعز حمودة (2015) فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات في السودان _ دراسة تطبيقية على شركة زين للهاتف السيار. رسالة ماجستير، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

الزبيدي، صباح جابر (2019) فاعلية وظائف العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي. رسالة ماجستير، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

زروال، أمينة (2018) دور أنشطة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي _ دراسة ميدانية بمديرية المجاهدين _ أم البواقي. رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، الجزائر.

الطاهر، الحاج فضل (2014) دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى العالم الخارجي _ دراسة تطبيقية على عينة من البعثات الدبلوماسية المقيمة في السودان ووزارة الخارجية السودانية. رسالة دكتوراة، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

عبد الجواد، بشار (2017) المسؤولية المجتمعية التي يتبناها جهاز الأمن الوطني الفلسطيني وأثرها على الصورة النمطية للسلطة الفلسطينية. رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

العتواني، عبد الحسين (2018) التضييل الإعلامي في بث المعلومات. بحث منشور، مجلة الباحث الإعلامي، عدد40.

علوان، إحسان (2018) الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية (دراسة ميدانية). رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة اليرموك، عمان.

علي، علي يوسف (2016) فاعلية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول دراسة حالة للإعلام الخارجي بوزارة الإعلام في الفترة 2004 – 2006م. بحث منشور، مجلة العلوم الإنسانية، مج 17، ع 3.

لبادة، رزان (2021) مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى الجامعات الفلسطينية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وتطويرها: جامعة النجاح الوطنية نموذجاً. رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

محمد، عبد الرحمن يوسف (2020) العلاقات العامة الدولية واستخداماتها للدبلوماسية في تعزيز الصورة الذهنية. بحث منشور، مجلة دراسات إعلامية، ع5.

ناجوي، كريمة (2015) دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة – دراسة حالة وكالة موبيليس – المسيلة. رسالة ماجستير، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

النوافلة، يزن (2020) الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة شركة الحكمة الأردنية للأدوية أنموذجاً. رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

Carpenter, Rabecca (2016). **Challenging Stereotypes and challenging Perspective.** Retrieved from <https://youth.najah.edu/>

Chege, Sabina (2014). **Role of Public Relations in Improving the Image of Kenya's National Assembly.** Master Thesis, University of Nairobi, Nairobi.

Heath, Robert. **Encyclopedia of Public Relations.** University of Houstin.

Karani, Gildine(2012). **The Role of Public Relations in Enhancing Institutional Image: A Case Study of the Ministry of Lands.** Master Thesis, University of Nairobi, Nairobi.

المواقع الإلكترونية

موقع برنامج زاجل: <https://youth.najah.edu/>

موقع وكالة وفا: [/https://www.wafa.ps](https://www.wafa.ps)

موقع الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني: [/https://www.pcbs.gov.ps](https://www.pcbs.gov.ps)

الملاحق

ملحق أ

الاستبانة باللغة العربية قبل التحكيم

استبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيرتي المشاركة/ عزيري المشارك

تحية طيبة وبعد،

تعد الباحثة مها كايد في كلية الدراسات العليا ببرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية بإعداد رسالة الماجستير بعنوان " فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير. فيسرنني أن أضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي تهدف لقياس مدى فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب؛ لذا يرجى من حضراتكم قراءة فقرات الاستبانة بتمعن والإجابة عنها بدقة وموضوعية وذلك لخدمة العلم والبحث العلمي، علماً بأن المعلومات التي ستدلون بها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

فشكراً لمنحنا 15 دقيقة من وقتك

الباحثة: مها كايد

إشراف: د. سمر الشنار

القسم الأول: البيانات الشخصية

يرجى وضع إشارة (x) في المكان المناسب:

1. الجنس: 1- ذكر 2- أنثى
2. العمر: 1- من 20- أقل من 25 عاماً 2- من 25- أقل من 35 عاماً 3- من 35- أقل من 45 عاماً 4- 45- أقل من 55 عاماً 5- 55 عاماً فأكثر
3. المستوى التعليمي: 1- دبلوم متوسط 2- بكالوريوس 3- ماجستير 4- دكتورة
4. الحالة الزوجية: 1- أعزب/ عذباء 2- متزوج/ة 3- مطلق/ة 4- أرمل/ة
- 5- منفصل/ة
5. الجنسية:.....
6. مكان الإقامة:.....

القسم الثاني: فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية

إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب

- الرجاء وضع إشارة × في العمود الأول إذا كنت موافقاً بشدة على محتوى الفقرة، أو × في العمود الثاني إذا كنت موافقاً فحسب، أو × في العمود الثالث إذا كنت متردداً أو لا رأي لديك فيما يخص محتوى الفقرة، أو × في العمود الرابع إذا كنت معارضاً لما جاء في الفقرة، أو × في العمود الخامس إذا كنت معارضاً بشدة لما جاء في الفقرة.

المحور الأول: استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته.					
الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة	معارض
وصلتني دعوة للانضمام ببرنامج زاجل عبر بريدي الإلكتروني الشخصي					
ينشر برنامج زاجل إعلانات خاصة للانضمام للبرنامج عبر الواتس آب					
يعلن برنامج زاجل عن ضرورة الانضمام للبرنامج عبر الفيسبوك					
ينشر برنامج زاجل إعلانات خاصة للانضمام للبرنامج عبر اليانك إن					
يضع برنامج زاجل الإعلان للانضمام للبرنامج على موقعه الإلكتروني الخاص					
يحتل الإعلان لبرنامج زاجل مكاناً على موقع جامعة النجاح					
يحظى إعلان برنامج زاجل بمساحة على مواقع المؤسسات الشريكة ك SCI					
وصلتني نشرة تعريفية عن البرنامج وفلسطين قبل قدومي إلى فلسطين					
تجارب الآخرين التي أرسلها لي البرنامج شجعتني للقدم إلى فلسطين					
المحور الثاني: مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتدايعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين					
الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة	معارض
أجرى برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي معي مقابلة هاتفية لتهيئتي للقدم إلى فلسطين					
أجاب برنامج زاجل عن استفساراتي جميعها					
أرسل برنامج زاجل لي عناوين كتب ومقالات لقراءتها للتغلب على مخاوفي قبل القدم إلى فلسطين					

					أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع السياسية والاقتصادية والبيئية في فلسطين
					زودني زاجل بجدول الزيارات قبل قدومي إلى فلسطين
					حرص برنامج زاجل للتعرف إلى مهاراتي وخبراتي قبل القدوم إلى فلسطين، وتحديد الورشة التدريبية التي سأقوم بإعطائها
					النشرة التعريفية التي أرسلها برنامج زاجل لي أجابت عن الكثير من تساؤلاتي ومخاوفني
					بقي برنامج زاجل على تواصل معي منذ تقديمي طلب الالتحاق، ولغاية وصولي إلى فلسطين
					ساعدني برنامج زاجل في إتمام الإجراءات جميعها للوصول إلى فلسطين
<p>المحور الثالث: الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين</p>					
					الفقرة
					استقبلني أعضاء البرنامج في وجه بشوش وودّي
					أمن لي برنامج زاجل المسكن الآمن
					قدم برنامج زاجل لي الوجبات الصحية التي تتلاءم مع ظروفني
					بقي برنامج زاجل على إطلاع ومتابعة لوضعي الصحي
					تعرفت إلى مكان وجود مكتب زاجل بالجامعة
					يجيب زاجل دائماً على استفساراتي ومتطلباتي كافة أثناء وجودي في فلسطين
					تواجد المتطوعون المحليون معي طوال الوقت عزز علاقتي بهم، وأعطاني طابع إيجابي عن الشعب الفلسطيني
					زيارتي لعائلة فلسطينية وقضاء وقت معهم عززت علاقتي معهم، وبناء صورة إيجابية عنهم، وعن فلسطين

					ساعدتني زيارتي لمدينتي الخليل وبيت لحم بالتعرف إلى حقيقة ما يعانيه الشعب الفلسطيني من الفصل العنصري والتمييز
					ساعدتني محاضرة التعليم في فلسطين بفهم الوضع بصورة واضحة
					محاضرة عن القضية الفلسطينية غيرت نظرتي عن فلسطين والصراع الفلسطيني-الإسرائيلي
					محاضرة عن الوضع البيئي في فلسطين غيرت لدي فهم الوضع الذي يعانيه الشعب الفلسطيني
					جولة في مخيمات اللاجئين كونت لدي فهماً واضحاً عن ما يعانيه اللاجئون وعززت إيماني بحق العودة
					حضورى لعرس فلسطيني أضاف لي شيئاً إيجابياً عن فلسطين
					إعطائي للورش التدريبية لطلبة الجامعة عزز علاقتي بهم وفهمهم بشكل أكثر وضوحاً
					اللقاءات المباشرة مع شهود العيان التي مر بها السكان سواءً من اللاجئين، والأشخاص المهتدة أراضيهم بالمصادرة غيرت أحكامي المسبقة عن فلسطين
					زيارتي للصحراء والأماكن التاريخية أعطتني صورة إيجابية عن فلسطين
					شعرت بالتعاطف تجاه فلسطين والشعب الفلسطيني بعد انتهاء زيارتي
					انضمامي للبرنامج عزز لدي صورة إيجابية عن الفلسطينيين من ناحية الضيافة والثقافة والتفاعل الاجتماعي
المحور الرابع: مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها					
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					طلب مني برنامج زاجل أن أتحدث عن تجربتي في الحفل الختامي

					عبأت نموذجاً تقييماً يتعلق بالتحضيرات قبل القدوم وأثناء وبعد
					طلب برنامج زاجل مني كتابة انطباعي عن هذه الزيارة كاملة
					طلب برنامج زاجل مني أن أتحدث عن تجربتي في فيديو
المحور الخامس: مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية					
					الفقرة
					موافق بشدة
					موافق
					محايد
					معارض
					معارض بشدة
					زيارتي لفلسطين جعلتني أذاع عن فلسطين والفلسطينيين
					تواصل البرنامج معي بعد وصولي إلى بلدي
					تحدثت عن تجربتي في فلسطين لعائلتي وأصدقائي
					نظمت العديد من الحملات التوعوية بالقضية الفلسطينية في مكان إقامتي
					تصليني أخبار البرنامج باستمرار
					تصليني دعوات للمشاركة في أنشطة البرنامج المستقبلية
					يتوافر لدى البرنامج قاعدة بيانات خاصة بالتواصل مع الزوار الأجانب
					كتبت مقالاً عن ما رأيته في فلسطين، ونشرته في الصحف أو مواقع التواصل الاجتماعي
					شاركت بمظاهرات مناصرة للقضية الفلسطينية في بلدي
					أعددت فيديو عن تجربتي في فلسطين بلغتي الأم وأرسلته إلى أهل بلدي
					دعوت أصدقائي وزملائي وشجعتهم للانخراط بالبرنامج

القسم الثالث: ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل اتباعها لتطويره؟

.....

انتهى

شكرا لكم على تعاونكم

ملحق ب

الاستبانة باللغة العربية بعد التحكيم

استبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيزتي المشاركة/ عزيزي المشارك

تحية طيبة وبعد،

تعد الباحثة مها كايد في كلية الدراسات العليا ببرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية رسالة الماجستير بعنوان " فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير . فيسرنى أن أضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي تهدف لقياس مدى فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب ؛ لذا يرجى من حضراتكم قراءة فقرات الإستبانة بتمعن والإجابة عنها بدقة وموضوعية وذلك لخدمة العلم والبحث العلمي، علماً بأن المعلومات التي ستدلون بها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

فشكراً لمنحنا 15 دقيقة من وقتك

الباحثة: مها كايد

إشراف: د. سمر الشنار

القسم الأول: البيانات الشخصية

يرجى وضع إشارة (x) في المكان المناسب:

7. النوع الاجتماعي: 1- ذكر 2- أنثى
8. العمر: 1- من 20- أقل من 25 عاماً 2- من 25- أقل من 35 عاماً 3- من 35- أقل من 45 عاماً 4- من 45- أقل من 55 عاماً 5- أكثر من 55 عاماً
9. المستوى التعليمي: 1- دبلوم متوسط 2- بكالوريوس 3- دبلوم عالي 4- ماجستير 5- دكتوراة
10. الحالة الزوجية: 1- أعزب/ أعزباء 2- متزوج/ة 3- مطلق/ة 4- أرمل/ة 5- منفصل/ة
11. الجنسية:
12. مكان الإقامة:

القسم الثاني: فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في توظيف نظرية التأطير برسم صورة ذهنية

إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب

- الرجاء وضع إشارة x في العمود الأول إذا كنت موافقاً بشدة على محتوى الفقرة، أو x في العمود الثاني إذا كنت موافقاً فحسب، أو x في العمود الثالث إذا كنت متردداً أو لا رأي لديك فيما يخص محتوى الفقرة، أو x في العمود الرابع إذا كنت معارضاً لما جاء في الفقرة، أو x في العمود الخامس إذا كنت معارضاً بشدة لما جاء في الفقرة.

المحور الأول: استقطاب برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي للزوار الأجانب للانضمام بأنشطته.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	وصلتني دعوة للانضمام ببرنامج زاجل عبر بريدي الإلكتروني الشخصي					
2	ينشر برنامج زاجل إعلانات خاصة به للانضمام للبرنامج عبر الواتس آب					
3	يعلن برنامج زاجل عن ضرورة الانضمام للبرنامج عبر الفيسبوك					
4	ينشر برنامج زاجل إعلانات خاصة به للانضمام للبرنامج عبر لينكد إن					
5	يضع برنامج زاجل الإعلان للانضمام للبرنامج على موقعه الإلكتروني الخاص					
6	يحتل الإعلان لبرنامج زاجل مكاناً بارزاً على موقع جامعة النجاح					
7	تشجعت للقدوم إلى فلسطين وذلك بسبب تجارب المتطوعون السابقين التي أرسلها لي برنامج زاجل					
8	يحظى إعلان برنامج زاجل بمساحة على مواقع المؤسسات الشريكة مثل مؤسسة الخدمة المدنية العالمية (SCI)					
9	وصلتني نشرة تعريفية عن برنامج زاجل وفلسطين قبل قدومي إلى فلسطين					
10	تجارب الآخرين التي أرسلها لي برنامج زاجل شجعتني للقدوم إلى فلسطين					

المحور الثاني: مساهمة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي بدراسة ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين وتداعياتها في العلاقات العامة الدولية قبل قدومهم إلى فلسطين

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أجرى برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي معي مقابلة هاتفية لتهيئتي للقدوم إلى فلسطين					
2	أجاب برنامج زاجل عن استفساراتي جميعها					
3	أرسل برنامج زاجل لي عناوين كتب ومقالات لقراءتها للتغلب على مخاوفي قبل القدوم إلى فلسطين					
4	أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع السياسية في فلسطين					
5	أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الوضع الاقتصادي في فلسطين					
6	أرسل لي برنامج زاجل العديد من الفيديوهات الوثائقية التي تتحدث عن الأوضاع البيئية في فلسطين					
7	بقي برنامج زاجل على تواصل دائم معي لإتمام الإجراءات جميعها لغاية وصولي لفلسطين					
8	زودني برنامج زاجل بجدول الزيارات قبل قدومي إلى فلسطين					
9	حرص برنامج زاجل على التعرف إلى مهاراتي قبل القدوم إلى فلسطين					
10	حرص برنامج زاجل على التعرف إلى خبراتي قبل القدوم إلى فلسطين					

					11	حرص برنامج زاجل على تحديد الورشة التدريبية التي سأقوم بإعطائها
					12	النشرة التعريفية التي أرسلها برنامج زاجل لي أجابت عن الكثير من تساؤلاتي ومخاوفي
					13	بقي برنامج زاجل على تواصل معي منذ تقديمي طلب الالتحاق، ولغاية وصولي إلى فلسطين
					14	ساعدني برنامج زاجل في إتمام الإجراءات جميعها للوصول إلى فلسطين
<p>المحور الثالث: الأنشطة والفعاليات التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين</p>						
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الرقم	الفقرة
					1	استقبلني أعضاء برنامج زاجل في وجه بشوش وودّي
					2	أمن لي برنامج زاجل المسكن الآمن
					3	قدم برنامج زاجل لي الوجبات الصحية التي تتلاءم مع ظروفي
					4	بقي برنامج زاجل على إطلاع ومتابعة لوضعي الصحي
					5	تعرفت إلى مكان وجود مكتب زاجل بالجامعة
					6	يجيب برنامج زاجل دائماً على استفساراتي ومتطلباتي كافة أثناء وجودي في فلسطين
					7	تواجد المتطوعون المحليون في برنامج زاجل معي طوال الوقت عزز علاقتي بهم، وأعطاني طابع إيجابي عن الشعب الفلسطيني
					8	زيارتي لعائلة فلسطينية وقضاء وقت معهم عززت علاقتي بهم، وبناء صورة إيجابية عنهم، وعن فلسطين

					9	ساعدتني زيارتي لمدينتي الخليل وبيت لحم بالتعرف إلى حقيقة ما يعانيه الشعب الفلسطيني من الفصل العنصري والتمييز
					10	ساعدتني محاضرة التعليم في فلسطين على فهم الوضع بصورة واضحة
					11	محاضرة عن القضية الفلسطينية غيرت نظرتي عن فلسطين والصراع الفلسطيني - الإسرائيلي
					12	المحاضرة عن الوضع البيئي في فلسطين غيرت لدي فهم الوضع الذي يعانيه الشعب الفلسطيني
					13	الجولة في مخيمات اللاجئين كونت لدي فهماً واضحاً عما يعانيه اللاجئون وعززت إيماني بحق العودة
					14	حضورى لعرس فلسطيني أضاف لي شيئاً إيجابياً عن فلسطين
					15	إعطائي للورش التدريبية لطلبة الجامعة عزز علاقتي بهم وفهمهم بشكل أكثر وضوحاً
					16	عززت مشاركتي في برنامج زاجل صورة إيجابية عن ضيافة وثقافة الفلسطينيين وتفاعلم الاجتماعي
					17	اللقاءات المباشرة مع شهود العيان التي مر بها السكان سواءً من اللاجئين، والأشخاص المهتدة أراضيهم بالمصادرة غيرت أحكامي المسبقة عن فلسطين
					18	زيارتي للصحراء والأماكن التاريخية أعطتني صورة إيجابية عن فلسطين
					19	شعرت بالتعاطف تجاه فلسطين والشعب الفلسطيني بعد انتهاء زيارتي
					20	انضمامي لبرنامج زاجل عزز لدي صورة إيجابية عن الفلسطينيين من ناحية الضيافة والثقافة والتفاعل الاجتماعي
<p>المحور الرابع: مدى إجراء برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لدراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين ووسائل التقييم التي يتبعها</p>						

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	طلب مني برنامج زاجل أن أتحدث عن تجربتي في الحفل الختامي					
2	كتبت انطباعي عن تجربتي في فلسطين وذلك بناءً على طلب برنامج زاجل					
3	عبأت نموذجاً تقييماً يتعلق بالتحضيرات قبل القدوم وأثناء وبعد					
4	طلب برنامج زاجل مني كتابة انطباعي عن هذه الزيارة كاملة					
5	طلب برنامج زاجل مني أن أتحدث عن تجربتي في فيديو					

المحور الخامس: مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	زيارتي لفلسطين غيرت لدي الصورة السابقة عن فلسطين والفلسطينيين					
2	تواصل برنامج زاجل معي بعد وصولي إلى بلدي					
3	تحدثت عن تجربتي في فلسطين لعائلتي وأصدقائي					
4	نظمت العديد من الحملات التوعوية بالقضية الفلسطينية في مكان إقامتي					
5	تصلني أخبار برنامج زاجل باستمرار					

					6	تصلي دعوات للمشاركة في أنشطة البرنامج المستقبلية
					7	يتوافر لدى برنامج زاجل قاعدة بيانات خاصة بالتواصل مع الزوار الأجانب
					8	كتبت مقالاً عن ما رأيته في فلسطين، ونشرته في الصحف أو مواقع التواصل الاجتماعي
					9	تغيرت الصورة المسبقة لدي عن فلسطين والفلسطينيين من خلال مشاركتي في برنامج زاجل
					10	شاركت بمظاهرات مناصرة للقضية الفلسطينية في بلدي
					11	أعددت فيديو عن تجربتي في فلسطين بلغتي الأم وأرسلته إلى أهل بلدي
					12	دعوت أصدقائي وزملائي وشجعتهم للانخراط ببرنامج زاجل

القسم الثالث: ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زاجل اتباعها لتطويره؟

.....

انتهى

شكرا لكم على تعاونكم

ملحق ج

الاستبانة باللغة الانجليزية

Questionnaire

In the name of Allah, the Most Gracious & Merciful

Dear Participants,

After Greeting,

Maha Kayed who is a researcher as well as a master student at the Faculty of Graduate Studies. She is studying Contemporary Public Relations at An-Najah National University, she is preparing a Master' Thesis entitled: "The Effectiveness of Zajel International Youth Exchange Program in Employing the "Framing Theory" by Creating a Positive Image of Palestine with the Foreign Visitors".

We are delighted and grateful for your participation in this questionnaire which aims to measure the magnitude of effectiveness of Zajel Exchange Program in creating a positive image of Palestine among international visitors. We kindly ask you to read each statement and answer it objectively. Noting that the information provided will be used for scientific research purposes only.

Thank you for giving us 15 minutes of your time

Researcher: Maha kayed

Supervisor: Dr. Samar Shunnar

Section One: Personal Information

Please put an (x) in the appropriate place:

1. Gender: 1- Male 2- Female

2. Age: 1. 20 - ≤ 25 2. 25 - ≤ 35 3. 35 - ≤ 45 4. 45 - ≤ 55 5. ≥ 55

3. Educational Level: 1- Intermediate Diploma 2- Bachelor Degree 3- Higher Diploma 4- Master 5- Ph.D

4. Marital Status: 1. Single 2. Married 3. Divorced 4. Widow/er 5. Separated

5. Nationality:

6. Place of residence:

Section Two: The Effectiveness of Zajel International Youth Exchange Program in Employing the" Framing Theory" by Creating a Positive Image of Palestine with the Foreign Visitors

- Please put an X in the first column if you totally agree with the content of the paragraph, an X in the second column if you only agree, an X in the third column if you are hesitant or have no opinion about the content of the statement, or an X in the fourth column if you oppose or disagree with what was stated in the statement, or x in the fifth column if you strongly oppose or totally disagree with what was stated in the statement.

First Theme: Polarizing the International Youth Exchange Program (Zajel) for International Visitors to join its activities.

No	Item	Totally Agree	Agree	Neutral	Disagree	Totally disagree
1	I received an invitation to join Zajel Program via my Email.					
2	Zajel Program advertises its membership via WhatsApp.					
3	Zajel Program announces the necessity of joining the program via Facebook					
4	Zajel program advertises its membership via LinkedIn					
5	Zajel program advertises its membership via its website					
6	Zajel program Advertising occupies a prominent role over An-Najah National University website					
7	Zajel program coverage of former enrolled volunteers' experiences encouraged me to visit Palestine.					
8	Zajel Program occupies the websites of partner Institutions such as the International Civil Service Corporation (SCI).					
9	I received an introductory brochure about Zajel Program and					

	Palestine prior visiting to Palestine					
10	The experiences of participants sent by Zajel Program encouraged me to come to Palestine					
The Second Theme: The contribution of Zajel International Youth Exchange Program in reviewing the preconception of Palestine along with repercussions within the field of International Public Relations by International Visitors prior their visit to Palestine.						
No	Item	Totally Agree	Agree	Neutral	Disagree	Totally disagree
1	Zajel International Youth Exchange Program conducted a phone interview to prepare for my visit to Palestine					
2	Zajel answered my questions					
3	Zajel program sent the titles of books and articles to be read in an attempt to overcome my fears prior coming to Palestine					
4	Zajel program sent many documentary videos that depict the Political status quo in Palestine					
5	Zajel program sent many documentaries that talk about the Economic situation in Palestine					
6	Zajel program sent many documentaries that talk about the Environmental situation in Palestine					
7	Zajel program kept in contact with me to follow up all					

	procedures until arrival to Palestine					
8	Zajel provided me with a schedule of visits before I came to Palestine					
9	Zajel program was keen to identify my skills before coming to Palestine					
10	Zajel program sought to identify my experience prior coming					
11	Zajel Program was keen to determine the training workshop that I will conduct					
12	The newsletter that Zajel sent answered my questions and concerns					
13	Zajel program has been in contact with me since submitting application until arrival					
14	Zajel program aided to follow up the procedures of getting into Palestine					

Third Theme: Zajel International Youth Exchange Program focuses on activities and events that would change the stereotyped image of Palestine among International Visitors, develop and follow up a positive image within the International Public during their stay in Palestine

No	Item	Totally Agree	Agree	Neutral	Disagree	Totally disagree
1	The members of Zajel program welcomed me cheerfully and friendly					
2	Zajel program provided me with safe housing					

3	Zajel program provided me with healthy meals that fit my conditions					
4	Zajel program followed up my health with regarding my health concerns.					
5	I've been introduced with the location of Zajel's office at the University					
6	Zajel program always respond to my inquiries and needs while I am in Palestine					
7	The presence of local volunteers in Zajel program all the time strengthened the relationship with them which gave a positive impression about the Palestinian people					
8	My visit to a Palestinian family to spend time along with them strengthened our relationship while building a positive image of them and Palestine in general					
9	My visit to Hebron and Bethlehem enabled me to recognize the reality of the Palestinians' status quo who suffer from apartheid and discrimination					
10	A lecture entitled as: 'Education in					

	Palestine'' helped me to understand the status quo clearly					
11	A lecture about "the Palestinian Issue" changed my view towards Palestine and the Palestinian-Israeli conflict					
12	" The Environmental Situation in Palestine " lecture changed my understanding of the situation of the Palestinian people					
13	The tour guided within the refugee formed a clear image of the refugees' suffering and strengthened my belief in the right of return					
14	I attended a Palestinian wedding party which depicts Palestine positively					
15	I hold training workshops for undergraduate students that strengthened my relationship with them which enabled me to understand them more clearly					
16	My participation in Zajel program reinforced the image of the Palestinians positively especially their					

	hospitality, culture and social interaction					
17	I changed my prejudices about Palestine thereafter Face to Face Interviews conducted with eyewitnesses out of the residents, either refugees or people whose lands were threatened to be confiscated					
18	My visit to the desert and historical places gave me a positive image about Palestine					
19	I felt sympathized with Palestine and the Palestinian people by the end of visit					
20	Joining Zajel program has strengthened a positive image of the Palestinians in terms of hospitality, culture and social interaction					

Fourth Theme: The extent to which Zajel International Youth Exchange Program conducted an evaluation study to International visitors' feedback before they depart from Palestine along with evaluation methods

No	Item	Totally agree	Agree	Neutral	Disagree	Totally disagree
1	Zajel program called me to talk about my experience in the closing ceremony					
2	I described my impression about the positive experience in					

	Palestine in written upon the request of Zajel Program					
3	I Filled out an assessment form regarding preparations before and after coming					
4	Zajel program asked me to express my full impression about this full visit in writing					
5	Zajel asked me to talk about my experience in a video					

Fifth Theme: The extent to which Zajel International Youth Exchange Program follows up on how international visitors convey a positive image of Palestine when they return to their countries and its impact upon International Public Relations.

No	Item	Totally agree	Agree	Neutral	Disagree	Totally disagree
1	My visit to Palestine changed my previous image about Palestine and the Palestinians as well					
2	Zajel program contacted me after I arrived to my country					
3	I talked to my family and friends about my experience in Palestine					
4	I organized several awareness campaigns on the Palestinian Issue within my place of residence					
5	I always receive Zajel news					
6	I receive invitations to participate in					

	future program activities					
7	Zajel program has a database for communicating with International visitors					
8	I wrote an article about what I faced or noticed in Palestine, then published it in newspapers or on Social Media					
9	My pre-image of Palestine and the Palestinians has been changed via my participation in Zajel program					
10	I participated in pro-demonstrations for the Palestinian Issue in my country					
11	I made a video about my experience in Palestine in my mother tongue and sent it to people in my country					
12	I invited my friends & colleagues and encouraged them to join Zajel program					

Section Three: Which developing mechanisms and tactics should Zajel program follow ?

Almost done

Thank you for your cooperation

ملحق د

المقابلة

اعتمدت الدراسة المقابلة المعمقة مع الأستاذ علاء أبو ضهير، منسق ومؤسس برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في جامعة النجاح وذلك يوم الخميس الموافق 2022-04-21، الساعة 11:45 صباحاً وحتى 12:45 ظهراً، وكانت إجاباته عن الأسئلة ذات الصلة على النحو الآتي:

• ماذا يفعل برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لاستقطاب الزوار الأجانب للانضمام للأنشطته؟

البرنامج منذ تأسيسه في عام 2001 كان هدفه استقطاب أكبر عدد ممكن من الدوليين، للقدوم إلى فلسطين، ومن التحديات التي كان يواجهها البرنامج في الفترة تلك هي الاحتلال، والمطار، وعدم تسهيل الدخول من خلال الفيزا، وهناك فيزا لمدة شهر، ومنها ل3 أشهر، الدخول من الأردن أم من معبر ذهب في طابا في مصر. كان البرنامج يحاول إدخال الدوليين بصفتهم زواراً، وعندما يصلون فلسطين كان لدينا 10 أهداف، ولكن هذه الأهداف جميعها تتلخص في هدف واحد، وهو تغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الدوليين. الثقافة التي نعمل بها هي عملية تطويرية نظراً للطرف الفلسطيني، حيث أن في جميع أنحاء العالم هناك عمل طوعي والعمل الطوعي يعتمد على المتطوعين، هنالك عمل يحتاج إلى متطوعين لإنجازه، ويوجد مؤسسة ترسل المتطوعين.

وكانت الفكرة في مؤسسات العمل الطوعي العالمية أنك تذهب إلى مكان بحاجة إلى جهدك العضلي، وتقدم هذه الخدمة من خلال مؤسسة محلية، وترسلك مؤسسة دولية، لكن نحن هنا يوجد لدينا عمل تطوعي ويرافقه جهد ثقافي أكثر بكثير من الجهد العضلي، وهذا يختلف إذا خدم بدولة أخرى، هذا لا يعني أننا متقنون جداً، ولكن وضعنا يحتاج أن نجيب عن عدد ضخم من الأسئلة.

وفي أي مكان يجتمع خمسون شخصاً من خمسين بلداً، ويكونوا قد أتوا من بلدان مختلفة، وهناك بلدان لا تخرج بأخبار، إلا نادراً، وهناك دول كاملة لا تظهر بالأخبار، ولا يوجد لديها أحداث، ولكن نحن للأسف

الشديد كل خمس دقائق نخرج بأخبار، كل ثانية لدينا أخبار، طوال الوقت يوجد بث مباشر بالأخبار عن القدس، وغزة، وغيرها، حيث أنه لدينا الأخبار بشكل كثيف جداً. وهذا الكلام يثير التساؤل والاهتمام من أي شخص نراه باجتماع دولي، عندما يرى شخصاً فلسطينياً بالاجتماع ويقولون له: حدثنا عن الذي يحدث عندكم. والدوليون الذين يأتون إلى هنا يأتون محملين بالأسئلة علماً أنهم يكونوا محضرين وقارئين عن فلسطين قبل قدومهم إلى هنا، ولكن عندما يأتون إلى هنا تكون هناك حاجة لإفهامهم ما هو نظام الفصل العنصري الموجود هنا، وهم قضاوا عليه قبل 20 سنة، وهل يوجد هنا نظام التمييز الذي قضت عليه أمريكا قبل 40-50 سنة. وكان يوجد في أمريكا حركة الحقوق المدنية، والتي ناضلت في سبيل الحصول على المساواة للمواطنين جميعاً، وكم كان التمييز في أمريكا مجحفاً بحق المواطنين غير البيض سواء كانوا إفريقيين، أو لاتينيين. الدولي الذي كان يدخل فلسطين كان يدخل مليوناً بالأسئلة، ويخرج مشبعاً بالإجابات، فالعمل الطوعي كان وسيلتنا لإيصال رسالتنا، ولم يكن مقصوداً كهدف. لاحقاً طورنا عملنا، لنصل إلى هذا الهدف، نحن نريدك أن تأتي إلى هنا وتفهم رسالتنا، وبالتالي نستطيع أن نجعل العمل فيه مزيجاً من استضافة الزوار من عائلة فلسطينية ومن السياسة، ومن الثقافة، وعلم الاجتماع، واللغات، ونجعل الدوليين يمارسون العمل الطوعي في بناء قدرات الطلبة وتأهيلهم إلى مرحلة بعد التخرج.

آلية إحضارهم إلى هنا هذه المقدمة تقودنا إلى كيفية إحضارهم، وليفهموا هذا المزيج الضخم جداً من التفاصيل، يجب أن يكون لدينا البيانات الكافية، لإقناعهم أن يأتوا إلى هنا، ويتركوا منطقة الراحة الخاصة بهم. أي شخص يريد التطوع في أوروبا لديه الكثير من المؤسسات التي تريد المتطوعين، وألاف المخيمات الدولية يتم تنظيمها على مستوى العالم، وترحب بالمتطوعين الدوليين.

مرحلة استقطاب الدوليين للقدوم إلى فلسطين بلد فيها الصراع وسفك الدماء بشكل يومي، هي عملية صعبة، بالتالي نحن بحاجة لتحضير بيانات كافية، فالإعلان المجرد هو كبقية مؤسسات العالم مثلاً شخص من فرنسا يريد المشاركة في مخيم دولي في سويسرا يقوم بقراءة إعلان مكون من عشرة أسطر، فهذا كافٍ، لكن

نحن نبعث لهم البيانات، وتتراوح من 20-25 صفحة نشرح لهم ماذا يفعلون ليصلون إلى نابلس، نبعث لهم جميع هذه التفاصيل بعدها الأمني، واللوجستي، والاجتماعي، واللغوي، والفني، والمالي، ونجري أكثر من مقابلة معهم، ونتواصل معهم من خلال الهاتف المحمول، ونشرح لهم ماذا يفعلون؟ وكيف يتصرفون؟ وبخاصة أن أي دولي يأتي هنا، فهو آتٍ إلى بلد ما فيها نظام، والنظام، هو انعدام النظام، مثلاً في أوروبا النظام معروف، وهناك نظام للقطارات معروف أنه يمشي بآلية محددة، ويتشابه مع شبكات القطارات في العالم كلها مع الاختلافات باللغة والخرائط، ولكن في نظام. أما هنا صعب أن تُفهم الدولي كيف يأتي من تل أبيب إلى نابلس بالموصلات العامة، فهذه عملية معقدة أنه يريد أن يقطع بلدين ونظامي موصلات: نظام القطار للباصل للفورد كيف سيفهم الفورد؟! وتركب بالحافلة كيف أتصرف معه وأين سينزلني وأنت تقول له: أين ستنزل، وأنت لا تعرف أين أنت، لا يوجد نظام، ولا أرقام للشوارع، ولا المواقع، ولا يوجد عناوين سهلة يصلون لها، فهذه العملية متعبة للمتطوعين الدوليين، وهم ليسوا معتادين على الطقس، ولا الأمور الثقافية. فترسل الدعوات بطريقتين الأولى نبعثها لشركائنا وهم 90 مؤسسة في العالم، وتجمعنا منصة واحدة، ونجتمع سنوياً لترتيب أمور هذه المنصة، والطريقة الثانية نقوم بمخاطبة الأشخاص على أمل أن يصبحوا متطوعين، وهذه الآلية تدعى الترويج، وهي عملية فيها الكثير من الجهد، ولكن ثمارها قليلة حتى نصل إلى 10 أشخاص نرسل الدعوات إلى ما يقارب عشرة آلاف شخص. وكل شخص يعمل إعادة توجيهه للإيميل، فمثلاً نريد أن نصل إلى أحد المتطوعين المهتمين بالتاريخ، فهنا نخاطب كليات الآداب، وأقسام التاريخ في مئات الجامعات في أوروبا، أو مراكز الاستشراق، أو المراكز التي تدرس الصحافة، أو المعاهد التي تعلم تنمية القدرات أو العلوم السياسية، نبعث لهم الدعوة وإذا البروفيسور شعر أن هذه الدعوة تستحق أن يرسلها لطلابه فيرسلها، وعدد قليل منهم يرسلها إلى طلبته، أو النشر على فيسبوك الجامعة الخاصة بهم، وإذا كان هذا العدد الضئيل مهتماً يمكن أن يكون والداهم غير مهتمين، وهناك أهالي قاموا بإلغاء السفر باللحظة الأخيرة، ويقولون له: أنت تريد أن تذهب إلى منطقة صراع، وأراضٍ محتلة إذهب إلى منطقة أخرى غيرها أفضل. فهذا الكلام كان يعرقل عملنا، ويقلل عدد المشاركين، وكانت ذروة الأعداد حتى عام 2012 كان في

المخيم الواحد 40 شخصاً وبعدها أصبحت تقل الأعداد حتى وصلنا إلى 8 أو 10 أشخاص في المخيم الواحد. صحيح كان العدد كبيراً لكنه يصعب إدارته، والعدد الصغير كانت أفضل إدارته من ناحية الجودة، فعندما يكون 40 شخصاً يعني 40 مدرباً يعني أننا سنفتح 40 شعبة تدريبية، ففي عام 2011 فتحنا 32 شعبة، و39 مدرباً ولم تسعنا كلية الهندسة وقتها، فاضطررنا لاستخدام الممرات حتى نكون قريبين من بعضنا بعضاً. فبهذه الطريقة نحن نحضرهم إلى هنا بالتواصل الإلكتروني، والتواصل الشفوي من خلال الاتصالات الهاتفية، وبعدها نستلمهم من خلال سائق البرنامج ويحضرهم إلى نابلس.

• كيف يدرس برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي ما يحمله الزوار الأجانب من صورة مسبقة عن فلسطين قبل قدومهم إلى فلسطين والتعاطي معها؟

الذي ساعدني أكثر بدراسة الصورة المسبقة عن فلسطين لدى الزوار الأجانب، هو أبحاثي التي أجريتها في مرحلة الماجستير، والتي كانت تتمحور حول صورة الفلسطينيين في الغرب، صورة العرب في الكتب المدرسية في فرنسا، صورة المسلمين في إسبانيا، وصورة الخليج في أمريكا من خلال السينما الأمريكية، وصورة الفلسطينيين في الكاركتير الأمريكي وغيرها من الأبحاث فهذه الأبحاث، هي التي جعلتني أعرف كيف يبدو بالإعلام الغربي.

كل متطوع دولي قبل قدومه إلى هنا يرسل لنا سيرته الذاتية وبالمقابلة معه نسأله ماذا يعرف عنا ونجيب عن الأسئلة التي تدور في رؤوسهم. وعندما نزودهم بفيديوهات وصور عن الحياة اليومية في البلد، فكل هذا يعمل على تخفيف الصورة السلبية لديهم عن فلسطين، وهذا يساعدهم في الدخول في بيئة ليست نسبياً بالصورة السلبية الموجودة في مخيلتهم. هذا لا يعني أننا مجتمع خالٍ من السلبيات. لكن التصورات أنه لا يوجد حياة تبدلت من أول يوم عندما رأوا ضيافة الشعب الفلسطيني ورأوا الحياة الأكاديمية كيف تسير، حتى لو كان هناك عنف ومشكلات وأحداث بالمنطقة تتبدد هذه التصورات، وتنتهي مع انتهاء فترة الإقامة هنا. بالتالي آلية دراستي كانت لكل شخص من خلال سيرته الذاتية والمقابلة معه.

- ماذا يفعل برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لتهيئة الزوار الأجانب قبل قدومهم لفلسطين، فأنت ذكرت أنك ترسل لهم الفيديوهات، وتجري مقابلة معهم لتهيئتهم هل هناك طرق أخرى تفعلها؟

كنت أرسل لهم عناوين مقالات، وكتب ليقروها، وليعرفوا عن البلد أكثر، فمثلاً الذين أتوا في الأعوام 2006، 2007، 2008 كان يجب أن يتعرفوا إلى الإنفلات الأمني الذي وجد في فلسطين، وفي الفترة تلك لم تكن تابعة لإسرائيل ولا للسلطة، وكنا نرسل لهم ليروا كيف يساهم الاحتلال بتدمير مؤسسات السلطة الأمنية، وهذا أدى إلى تراجع نفوذ السلطة في السيطرة على الوضع الأمني في البلد، فهذا يعني أن الأمور ستكون تحت السيطرة، وعندما كانوا يقرؤون أكثر عن هذه الأمور كانوا يلمون أكثر، ولا يتفاجئون إذا حصل شيء. فمن خلال المقالات التي نرسلها، ونحن لم نقم بكتابة هذه المقالات، وإنما مؤسسات إعلامية في بلدنا، ونحن ندلهم عليها ويقومون بمتابعتها. وهناك تقارير من مواقع مختلفة وقرؤون عن العنف والاعتداءات التي تحدث فهم يهيئون أنفسهم لما سيرونه هنا.

- ما هي الأنشطة التي يركز عليها برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لتغيير الصورة النمطية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب وبلورة صورة إيجابية ومتابعتها في الجمهور الدولي أثناء تواجدهم في فلسطين؟

الخطة تنقسم لعدد من الأيام التي تتناغم مع الفترة الزمنية الخاصة بإقامتهم، ففي بداية البرنامج كانت الخطة تمتد لـ 30 يوماً وبعدها قللنا حتى وصلنا إلى 15 يوماً تقريباً. والخطة تنقسم إلى محاور: محور من هذه المحاور، هو التدريب، حيث أن المتطوعين الدوليين يجب أن يقدموا خدمة تدريبية، وهذه الخدمة تتباين من مخيم للثاني حسب ساعاتها. والمحور الثاني: هو تقصي الحقائق وهذا يتم من خلال الرؤية البصرية، والزيارة الميدانية الشخصية، ليفهموا قضية الخليل يجب أن يذهبوا للخليل، ويفهموا الفصل العنصري، الذي هناك، والتمييز والاستعمار، والمستوطنين، ولفهم قصة الحدود نجعلهم يعبرون الحدود، ولكي يفهموا موضوع الحواجز نجعلهم يمرون من الطرق الزراعية بعيداً عن الحواجز، ليروا الصعوبات التي يواجهها المواطن الفلسطيني

حين يذهب من قرية إلى قرية، ونأخذهم إلى مخيمات اللاجئين ويجلسون مع شهود النكبة الحافظين قصص النكبة وعاشوها ويؤسفني أن هذا العدد ضئيل جداً الآن، ولكن دائماً نأخذهم عند الشهود، ويخبرونهم قصة الرحيل، وهم يدونون عندهم معلومات، ويصورون ويسجلون، وتم إنتاج مئات الفيديوهات، عندما نزرر بيت لحم والجدار يتم إطلاعهم على كيف يتم إضافة إلحاق أراضي ضخمة بأراضي 48، والقدس وهي ليست 48، وإنما 67. ويتم إنتاج الفيديوهات من المتطوعين بلغاتهم القومية، التي نحن لا نتقنها فهذا الشيء ساعدنا على إيصال رسالتنا بعشرات اللغات منها اليونانية، والصينية، والكورية، والفرنسية، والبرتغالية، والألمانية، والإسبانية وفي أي دولة في العالم ستجد أن متطوعينا الدوليين أنتجوا فيديوهات لأهلهم، وشعوبهم من خلال برنامج زاجل، حتى أيسلندا التي عدد سكانها بمقدار عدد سكان أهل نابلس، أتى منها أشخاص وتطوعوا في زاجل وقاموا بإنتاج مواد، وهناك الكثير منهم يكتبون مقالات وينشرونها في بلادهم.

• ما هو أكثر عنصر في المخيمات الدولية يعطي صورة إيجابية عن فلسطين لدى الزوار الأجانب؟

من العناصر التي تعطي الصورة الأكثر جمالاً ورونقاً عن المجتمع الفلسطيني، هو المتطوعون المحليون أولاد البلد، وهم الطلاب والطالبات، الذين يعيشون بحصار من يوم ولادتهم، حيث أنهم لم يخرجوا من البلد وأكثرهم لم يتجاوزا الجسر، ولا يوجد تواصل بينهم وبين أهل البلاد التي بالخارج، ولا يوجد أي تواصل مع أي ضيف يأتي من الخارج، وذلك بحكم الظروف التي عاشوها، ولا يوجد تواصل مع شخص من أوروبا، وهذا بعكس الطلبة الذين يعيشون في بلاد ثانية، طلابنا متعطشون ليروا شيئاً مختلفاً ينتمي لعرق مختلف عنهم، نحن نحضر المتطوعين الدوليين ويجلسون مع الطلبة من الصباح الباكر، وحتى العاشرة، أو الحادية عشر ليلاً، وطلابنا هم المتطوعون المحليون الذين يساعدون المتطوعين الدوليين بتنفيذ البرنامج، وطلابنا يستضيفون الدوليين في بيوتهم، وعلى طعامهم، ويجلسونهم مع أهاليهم، ويأخذونهم إلى الأعراس، والمناسبات، والحفلات الشخصية. وهذا ما يجعلهم يعيشون بعلاقة ليست رسمية مع برنامجهم أتوا إليه، وهم جاءوا عند أهل. وعندما كتبوا في مقالاتهم welcome home, family، ومنهم من قال: إنه عندما استقبلتهم،

وقلت لهم welcome home، قالو: يبدو أن هذا شخص غير دقيق بهذه الكلمات، وأن هذه البلد ليست بلدي، ولكن بعد ما غادرت تأكدت أن فلسطين هي الوطن، ومنهم من أصبح لديه حنين إلى الماضي، فالمتطوعون المحليون هم سر نجاح المتطوعين الدوليين في إنجاز المهام الخاصة بهم هنا، وهم كانوا أكثر إشراقاً، وجمالاً بتقديم صورة جميلة جداً عن المجتمع الفلسطيني.

• هل تقوم بإجراء دراسة تقييمية لرجع الصدى للزوار الأجانب قبل مغادرتهم فلسطين؟ إذا كانت الإجابة

نعم ماهي الوسائل التي تتبعها؟

بعد إنجاز كل مشروع، أو مخيم دولي يتم إجراء تقييم قبل يوم السفر بليلة، ويوجد نوعان من التقييم: تقييم مكتوب، وآخر تقييم شفوي. حيث أن التقييم المكتوب يتضمن قائمة يوجد بها أسئلة حول المحاور التي تضمنها البرنامج، أسئلة حول الترتيبات قبل القدوم إلى فلسطين، وأثناء، وبعد. فيما يتعلق بما قبل، هي التحضيرات قبل أن يأتي المتطوع إلى فلسطين هل هذه التحضيرات أجابته عن أسئلته؟ هل حلت له مشكلة على المطار؟ هل حلت مشكلة بالمواصلات؟ وهكذا، أما أثناء فيتضمن أسئلة تتعلق بالطعام هل كان جيداً أم لا؟ والسكن؟ والمواصلات، التي أحضرته من المطار إلى هنا؟ كيف كان مستوى البرنامج، وكيف تقييم أداء البرنامج في الفترة التي قضيتها هنا؟ كيف كان تنظيم الورش التدريبية خلال فترة إقامتك هنا؟ وأسئلة تتعلق بتفاصيل البرنامج كافة، وهكذا. أما فيما يتعلق بفترة بعد، ماذا ستفعل بعد عودتك إلى بلدك؟ وماذا ستحدث عن هذه التجربة؟ ومنهم من يقول: إنه سيرجع إلى مكتب المؤسسة التي قامت بإرساله إلى هنا، ويقوم بتعبئة التقييم لديهم، هناك بعض المؤسسات التي تبعث المتطوعين الدوليين إلى فلسطين تقول للمتطوع الدولي: بعد عودتك من فلسطين تأتي إلينا وتملاً التقييم عندنا مقابل 50 يورو، وذلك لتتأكد المؤسسة أن المؤسسة الشريكة معهم قامت بكل شيء على ما يرام، وإذا كان هناك أية ملاحظات، سواءً إيجابية، أو سلبية، وتأخذهم. "والحمد لله دائماً بتقييم الأوروبيين نحن دائماً تقيمينا رائع، وهذا ما يجعلهم متمسكين بنا رغم كل الظروف"، وعلى الرغم أن هذه المؤسسات جاءها عروض من مؤسسات فلسطينية أنهم يستضيفوا

متطوعين دوليين فترفض ويقولون: أننا سنبقى مع زاجل فقط، حيث أنهم قاموا بتجربتنا من خلال المتطوعين الدوليين، الذين عادوا إلى بلادهم وأخذوا 50 يورو. وأيضاً في التقييم بعد، نسأل المتطوع إذا كان شخص من بلدك يريد أن يأتي إلى فلسطين في المخيمات القادمة، هل لديك استعداد بالجلوس معه، والتحدث إليه عن تجربتك؟ والجميع كانت إجابته نعم، لأنه يعتبر نفسه أنه ممثل عن البرنامج وأصبح سفيراً له. وكذلك يكتب بالتقييم أنه مستعد لتهيئة الأشخاص الذين يريدون القدوم إلى فلسطين، وأنه مستعد لعمل عرض تقديمي في جامعتهم ويعرض صوراً عن تجربته، والكثير منهم عملوا معارض وأنتجوا مواد فلمية عن تجربتهم.

أما التقييم الشفوي بليلة السفر نجتمع على العشاء وكل متطوع يتحدث عن تجربته، وما هي الإيجابيات، وما هي السلبيات، ونحن نفضل أن نعرف السلبيات، حيث أن السلبي عندهم، هو شيء رائع بالنقد، وهذا كان مدرسة بالنسبة لنا، كون أسلوبهم بالنقد رائع من ناحية البناء، حيث أنهم يرون برنامجاً ناشئاً ويعمل في البلد، ولا يريدونه أن ينهار، فهم يقولون: إن البرنامج فيه الإمكانيات كذا، وكذا، ولكن يكون أفضل إذا أضفتم كذا أو أغيتم كذا أو كرستم وقتاً أكثر للموضوع الفلاني، وبالتالي كل ما يعملوا هذه التقييمات نطبق ملاحظاتهم بالمخيم الذي يليه وهكذا حالياً وبدون مبالغة من خلال تقييماتهم المكتوبة والشفوية طورنا نظاماً لإدارة المخيمات بطريقة ممتازة. وأنا أقولها وبكل ثقة: إن برنامج زاجل ينافس أي برنامج أوروبي، وذلك لأسباب عدة، وأحد أهم هذه الأسباب، هو أنه نحن ننظم الفعاليات في بلد من أكثر البلاد في العالم من حيث انعدام نظام، والأحوال ليست منضبطة، وليست تحت السيطرة، الأمن من ناحية والثقافة من ناحية أخرى وبالتالي إننا نقوم بعمل شيء جميل جداً في ظروف معقدة، فهذا إنجاز عظيم. تقييمهم الشفوي كان يساهم في كل مرة نضعه بعين الاعتبار، مثلاً تذكرنا ماذا قالوا في المرة الماضية عن الطعام النباتي، فقمنا بتعيين متطوعة محلية متخصصة للإشراف على الطعام، وعندما وضعنا بمأزق يتعلق بالصحة، وضعنا شخصاً يتأكد من صحتهم كل يوم، وإذا مرض أحدهم يجبر على الذهاب لمشفى أو عيادة صحية، ويتم توقيعه على ورقة أنت لست مسؤولاً عن صحتك، بل نحن المسؤولون عن صحتك، وهذه النقطة تعطي صورة إيجابية جداً. وكذلك يوقع على أوراق لعدم التدخل بالشؤون، التي لها علاقة بالمشكلات الأمنية في حال حصلت ممنوع ذهابه

لمشاهدة ما يحدث من مظاهرات وما شابه، أو إذا صار اجتياح، إلا إذا سمحنا له، فمن خلال هذه الطريقة أصبح يشعر أنه بأمان. كما ساعدنا هذا التقييم الشفوي في مؤسسة البرنامج، أي بعد كتابة البرنامج نسلّمه للمتطوعين المحليين، لأن المحليين يتغيرون لتخرجهم ويأتي غيرهم وحين يصلون إلينا نقول لهم: اسمعوا هذه الخطة مطلوب التوقيع عليها، والتي تحتوي مهام لجان المخيم، هذه اللجان كل واحدة تعمل بمعزل عن الأخريات، والقائد يوقع على المهام التنسيقية بينه وبين منسق البرنامج والجامعة، يطبق وفقاً للتقييم السابق وما ينفذ شيئاً جديداً، لا داعي كل يوم أن تطبخ لهم أرز لا يأكلونه كل يوم فيجب عدم تكرار ذلك فخلال فترة إقامتهم هنا 14 يوماً ينبغي أن تبدع وتحضر أفكاراً، وتعمل قوائم بالأكل قبل بداية النشاط، وكذلك الأمر فيما يتعلق بقائمة الأنشطة تكون محددة بيوم معين، لدينا زيارة لمكان معين، وهذا كله يتحدد قبل 3 أشهر من موعد الزيارة، وعندما نريد تنظيم رحلة إلى الداخل المحتل نحدد قبل أكثر من 3-4 أشهر.

• ما مدى متابعة برنامج زاجل كيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون

إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية؟

يتابع البرنامج كيفية نقل الزوار الأجانب للصورة الإيجابية عن فلسطين، من خلال ما ينشرونه على موقع الفيسبوك، مما يقارب الأسبوع " فصدقتي الإنجليزية إسمها شريفة أرسلت لي تسجيلاً صوتياً مع صور أثناء تواجدها هنا وتقول: " إنها كانت هنا في فلسطين في عام 2010 وتقول إنها لا تصدق أن 12 سنة قد مرت، وهي بعيدة عن فلسطين، وتشعر بالحنين لفلسطين، وأنها طيلة ال 12 سنة كانت تعمل أمسيات شعرية، وتلقي فيها أمسيات عن فلسطين". نتبع معهم فخلال عشرة التحميم لا تبقى علاقة برنامج بمتطوعين، فيصبحون أصدقاء، " وفي كل فترة يبعثون لي اشتقنا لفلسطين، وللكنافة وللصحراء، ولنابلس".

ويوجد لدينا مجموعة على الإيميل إسمها زواجل، هذه المجموعة هي عبارة عن قائمة من الإيميلات على جوجل، ومن خلالها نتواصل مع بعضنا بعضاً، ونبعث لبعض ماذا فعلنا إنجازات، وورش عمل، وندوات، وهذا يعزز التواصل بين الذين أتوا في السنة الأولى من إنشاء البرنامج والذين أتوا مثلاً في السنة العشرين

للبرنامج، ويوجد تواصل دائم مع المتطوعين الدوليين. وكذلك ندعوهم للمشاركة في أنشطة زاجل المستقبلية والكثير من المتطوعين الدوليين عادوا مرة أخرى للمشاركة في أنشطة البرنامج.

• ما الآليات والتكتيكات المستقبلية، التي سيتبعها برنامج زاجل في العلاقات العامة الدولية، للتأثير في

الزوار الأجانب بما يسهم في تحول الرأي العام العالمي لمناصرة القضية الفلسطينية؟

يطمح زاجل لتعزيز شراكاته مع عدد أوسع من المؤسسات في أوروبا، فنحن شركاء مع مظلة تحتوي على 90 مؤسسة، أي 90 عضواً أي 90 دولة، ولكن أماننا ما يقارب 90-110 دول ليس لدينا أي شراكة معهم حتى الآن، نحن لدينا شراكات مع حوالي 45% من بلدان العالم، ويجب أن نصل إلى نسبة أعلى، ولنصل يلزمنا تواصل أكثر مع البلدان التي لسنا شركاء معهم وزيارتهم ولتسويق البرنامج وليأتي متطوعون، فهذا كله يحتاج إلى المزيد من التفرغ، والمزيد من الوقت، علماً بأن البرنامج قائم على موظف واحد، ويعمل فيه دوماً جزئياً، وليس دوماً كاملاً فالبرنامج بحاجة لتوظيف أشخاص مؤمنين بهذا البرنامج، وقادرين على إكمال المسيرة، لأن البرنامج حقق إنجازات كثيرة وجيدة فيما يتعلق بتدريب طلبة الجامعة، حيث أن الآلاف من الطلبة تدربوا على أيادي المدربين الدوليين، وكذلك الأمر نتحدث عن 3000 مدرب وزائر، وضيف أوروبي وأسيوي وأمريكي جاءوا إلى جامعة النجاح، وتعززت شبكة أصدقاء الجامعة، واسم الجامعة أصبح جزءاً منهم وذلك لأنهم عاشوا فيها، ودرسوا، ومنهم من وضع تجربته في البرنامج في سيرته الذاتية، ومنهم من حصل على فرصة عمل، ومنهم من حصل على علاوات في العمل، وكل هذا بسبب تجربتهم وكونهم في فلسطين، وهي بلد فيها صراع وجاءوا إليها في فترة الصراع.

ملحق هـ

أسماء المحكمين للاستبانة

اسم المحكم	الرتبة الأكاديمية	البريد الإلكتروني
د. حافظ أبو عياش	أستاذ مساعد	h.abuayyash@najah.edu
د. شادي أبو عياش	أستاذ مساعد	Shadi.AbuAyyash@aaup.edu
د. عامر قاسم	أستاذ مساعد	amer.q@najah.edu
د. مروان زهد	أستاذ مساعد	-----
د. إبراهيم العكة	أستاذ مساعد	Ibrahim.okh@najah.edu

ملحق و

Info- sheet



Dear volunteers,

Salam

We would like to thank you in advance for your interest in our international exchange program and welcome you to Palestine.

These are some points of information to help you during your stay here, some of them you might know or read before, but we put them again just in case:

Guidelines

- Volunteers have to commit themselves to the daily program and should be available on time; they have to wake up early in order to be ready for work on time.
- Fees are an administrative requirement, which means that we don't charge volunteers per night.
- Smoking is only allowed in the smoking areas.
- Alcohol consumption or possession is not acceptable in Nablus City and at the University campus. Anyone breaking this rule will be forced to leave the program.
- Guests should make sure that they keep the kitchen(s), bathroom(s) and other facilities clean at all times in order to maintain hygiene.
- There are enough ATMs in Palestine, but you better have money in cash.

General Recommendations:

- Volunteers are asked not to disturb neighbors in any means; music, radio, TV, parties etc...
- It is not appropriate to have visitors of the opposite sex in your flat.
- The electricity supply is 220 V (similar to most of Europe) and the plug is 2 or 3 round pins. Adapters can readily be found in the stores and markets and are very affordable.

Money

In different sites of the city, there are ATMs where Visa and Visa Electron cards work. With those cards you will automatically withdraw USD, and then you need to change them; however some ATM's will also allow you to extract Israeli Shekels directly. There are numerous places throughout the town where you can change dollars into New Israeli Shekels (NIS). The Program is not liable for stolen possessions.

We suggest that you have enough cash (money) with you for your whole stay. This will help you avoid international banking fees that some institutions charge to their customer. You will need to bring extra if you plan to travel alone or make any special purchases.

Palestinian and Nabuls Norms and Customs

Hospitality is a must as volunteers are our guests; therefore we will make your stay here as beneficial as possible and in doing so, we recognize that some western customs and practices may be out of place here and viewed with scrutiny. In this regard, we suggest that you adopt a perspective of cultural relativism and appropriateness. By doing so, you indicate respectfulness and graciousness that will be received warmly by all. This attitude will be reflected by everyone around you once they learn of your willingness to respect.

Gender and Sexuality

In Palestine, behavior and dress are dictated by longstanding traditions and it is helpful for international guests to be aware of these. Modesty applies to both men and women and is the result of the longstanding regional practices that provide guidelines for behavior. Please be familiar and comfortable with the following social expectations that you find across Palestine. We ask that you present yourself professionally, and mute your

sexual and gender expressions that might make yourself or others awkward in this environment.

Women

Please use discretion in regards to the clothing items that would cause an uncomfortable situation for yourself or those around you. It is customary for women to wear long pants/trousers or skirts and to avoid exposing excessive skin that would also be unacceptable in business and casual attire.

Men

It is very uncommon to see men in sleeveless shirts and most men do not wear shorts in Nablus city once they reach adulthood. Many men visiting from other countries that have pierced ears find that removing these items helps avoid undesired attention. Similarly to women, it is advisable to pack clothes that one would feel comfortable wearing to meet with an academic or business leader in a casual manner.

In case of sickness

All guests of the summer camp program will be covered by emergency health insurance.

Smoking

Smoking is only allowed in smoking areas and not in the sleeping rooms.

The political atmosphere

Volunteers will be informed about developments of the safety situation. You are asked to listen to the instructions which are given to you. These instructions will be given to you not only by your colleagues but also by local friends and neighbors.

Please note that the West Bank is geographically separated from Gaza so the level of security and course of events in both places are different from one another. For example, the war in Gaza took place only in Gaza and did not affect the relative peace in the West Bank on the ground.

Usually, this procedure goes very smoothly, and "Zajel" youth exchange program, which has a 19 years' experience working under such circumstances, will do its best to make the work camp a great success.

Moving between the cities of West Bank during the site seeing tours will also be arranged with the Palestinian Authority and DCO which is the coordinating Committee of Palestinian Authority and Israeli Authority, Zajel's volunteers, who got good experience, will be with the participants, and that makes things go more smoothly.

Regarding the accommodation site, the apartments are university owned ones, located within the city

ملحق ز

الجدول

جدول 11

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (مدى متابعة برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي لكيفية نقل الزوار الأجانب الصورة الإيجابية عن فلسطين عندما يعودون إلى بلدانهم وتأثيره في العلاقات العامة الدولية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة
1	3	تحدثت عن تجربتي في فلسطين لعائتي وأصدقائي	4.81	0.42	96.2	كبيرة جداً
2	1	زيارتي لفلسطين غيرت لدي الصورة السابقة عن فلسطين والفلسطينيين	4.39	0.91	87.8	كبيرة جداً
3	9	تغيرت الصورة المسبقة لدي عن فلسطين والفلسطينيين من خلال مشاركتي في برنامج زاجل	4.32	0.96	86.4	كبيرة جداً
4	12	دعوت أصدقائي وزملائي وشجعتهم للانخراط ببرنامج زاجل	4.16	0.95	83.2	كبيرة
5	10	شاركت بمظاهرات مناصرة للقضية الفلسطينية في بلدي	3.72	1.05	74.4	كبيرة
6	2	تواصل برنامج زاجل معي بعد وصولي إلى بلدي	3.60	1.14	72.0	كبيرة
7	4	نظمت العديد من الحملات التوعوية بالقضية الفلسطينية في مكان إقامتي	3.37	1.09	67.4	متوسطة
8	8	كتبت مقالاً عما رأيته في فلسطين، ونشرته في الصحف أو مواقع التواصل الاجتماعي	3.14	1.45	62.8	متوسطة
9	7	يتوافر لدى برنامج زاجل قاعدة بيانات خاصة بالتواصل مع الزوار الأجانب	2.88	0.93	57.6	متوسطة
10	5	تصلني أخبار برنامج زاجل باستمرار	2.75	1.16	55.0	متوسطة
11	11	أعددت فيديو عن تجربتي في فلسطين بلغتي الأم وأرسلته إلى أهل بلدي	2.60	1.18	52.0	قليلة
12	6	تصلني دعوات للمشاركة في أنشطة البرنامج المستقبلية	2.52	1.10	50.4	قليلة
		الدرجة الكلية	3.52	0.54	70.4	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 12

توزيع استجابات عينة الدراسة الخاصة بسؤال الدراسة المفتوح (ما الآليات والتكتيكات المستقبلية التي على برنامج زجل اتباعها لتطويره؟)

النسبة المئوية %	التكرار	الاستجابة
26.2	16	حفظ التواصل بين المنظمة والمتطوعين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والدعاية
23.0	14	زيادة تجربة التعايش في فلسطين ودعمها
29.5	18	وجود برنامج تواصل واضح وجيد والمحافظة على استمراريته والاستفادة منه
22.3	13	بدون استجابة
100.0	61	الكلي

جدول 13

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير النوع الاجتماعي للدرجة الكلية

الدرجة الكلية	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	22	3.86	0.45	1.605	0.114
	أنثى	39	3.79	0.39		

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

جدول 14

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير العمر للدرجة الكلية

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
من 20- أقل من 25 عاماً	9	3.69	0.53
من 25- أقل من 35 عاماً	30	3.76	0.34
من 35- أقل من 45 عاماً	8	4.06	0.50
45- أقل من 55 عاماً	7	3.94	0.35
55 عاماً فأكثر	7	3.79	0.43
الكلي	61	3.81	0.41

جدول 15

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير العمر للدرجة الكلية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.851	4	0.213	1.281	0.288
داخل المجموعات	9.296	56	0.166		
المجموع	10.146	60			

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

جدول 16

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المستوى العلمي للدرجة الكلية

المستوى العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دبلوم متوسط	3	3.45	0.61
بكالوريوس	13	3.79	0.55
دبلوم عالي	6	3.87	0.38
ماجستير	30	3.85	0.33
دكتورة	9	3.79	0.37
الكلي	61	3.81	0.41

جدول 17

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير المستوى العلمي للدرجة الكلية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.478	4	0.119	0.692	0.601
داخل المجموعات	9.668	56	0.173		
المجموع	10.146	60			

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

جدول 18

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في فاعلية برنامج زاجل للتبادل الشبابي الدولي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن فلسطين حسب متغير الحالة الزوجية للدرجة الكلية

مستوى الدلالة *	قيمة (ت)	الانحراف	المتوسط	العدد	الحالة الزوجية	الدرجة الكلية
0.307	-1.030	0.42	3.78	45	أعزب/ عذباء	
		0.38	3.90	16	متزوج/ة	

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



An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**THE EFFECTIVENESS OF ZAJEL
INTERNATIONAL YOUTH EXCHANGE
PROGRAM IN EMPLOYING THE “FRAMING
THEORY” BY FORMING A POSITIVE
MENTAL IMAGE OF PALESTINE IN THE
FOREIGN VISITORS’ MINDS**

By

Maha Nahed Omar Kayed

Supervisor

Dr. Samar Shunnar

**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.**

2023

THE EFFECTIVENESS OF ZAJEL INTERNATIONAL YOUTH EXCHANGE PROGRAM IN EMPLOYING THE "FRAMING THEORY" BY FORMING A POSITIVE MENTAL IMAGE OF PALESTINE IN THE FOREIGN VISITORS' MINDS

By
Maha Nahed Omar Kayed
Supervisor
Dr. Samar Shunnar

Abstract

This study aims to identify the Effectiveness of Zajel International Youth Exchange Program in Employing the "Framing Theory" by Forming a Positive Mental Image of Palestine in the Foreign Visitors' minds.

The study relied on the descriptive approach, questionnaire and the interview as tools for the study were used and the questionnaire consisted of (61) items divided into five areas. The study population was represented by all participants in the Zajel International Youth Exchange Program during the time period ranging from 2015 to 2019, where the questionnaire was distributed electronically, and (61) foreign visitors responded to the Zajel International Youth Exchange Program, which is the available sample for the study, in addition to an interview with the coordinator and founder of the Zajel International Youth Exchange Program at An-Najah University. The results of the study indicated a high degree of response on the Effectiveness of Zajel International Youth Exchange Program in Employing the "Framing Theory" by Forming a Positive Mental Image of Palestine in the Foreign Visitors' minds.

The results also indicated that there were no statistically significant differences at ($\alpha < 0.05$) level about the effectiveness of international youth exchange program Zajel in forming a positive mental image of Palestine for foreign visitors according to the variables of gender, age, educational level, and Marital Status.

The results of the interview intersected in the presence of a polarization of foreign visitors, and a contribution of the program to improving the image of Palestine and transmitting a positive image of it, and the existence of activities and events for the program and evaluation of them by various means, and proposing future mechanisms for the program. The study came out with many recommendations, the most important of which is the need

to work to increase the attraction of the Zajel program for international youth exchange for foreign visitors to participate in its activities, to increase the publication of the Zajel program for its own advertisements to participate in the program via WhatsApp, and for other researchers to conduct research related to analyzing the content of the program's activities and its page on Facebook.

Keywords: Effectiveness; Foreign Visitors; Framing Theory; Image; International Youth Exchange Program Zajel.