



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني
في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

إعداد

قصي حسان صالح هندي

إشراف

د. إبراهيم العكة

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

2024

دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني
في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

إعداد

قصي حسان صالح هندي

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/12/12م، وأجيزت:



التوقيع

د. إبراهيم العكة

المشرف الرئيسي



التوقيع

د. فرحان العليمان

المشرف الخارجي



التوقيع

د. فراس النصر

المشرف الداخلي

الإهداء

إلى من علمني الثقة بالله ثم بالنفس والعزيمة والإرادة.. إلى من أفتخر به..

إلى والدي رحمه الله

إلى تاج رأسي ومهجة قلبي ونور عيني.. إلى روحي وكل حياتي وأصدق ما فيها. أُمي الغالية

إلى سندي وحظي الجميل من الدنيا.. من أستمد منهم القوة والعزيمة.. إخوتي وأخواتي

إلى رفيقة دربي.. شريكة حياتي وسبب سعادتي.. زوجتي الغالية

مع خالص حبي وتقديري

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي علم بالقلم علم الإنسان ما لم يعلم الحمد لله الذي أنعم علينا بنعم لا تحصى ونشكره على توفيقه، من لا يشكر الناس لا يشكر الله، فالحمد لله حمداً يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه الذي أعانني على إتمام هذه الرسالة،

وإنتني لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى من كان لي معلماً وصديقاً في آن واحد
الدكتور الفاضل

د. إبراهيم العكة

الذي أشرف على هذه الدراسة، فكان خير مرشد، فله مني كامل الاحترام والتقدير.

ولا أنسى تقديم أسمى آيات الشكر لأعضاء لجنة المناقشة الكرام على قبولهم مناقشة هذا العمل، وتقديمهم ملاحظات بناءة ونصائح قيمة كان لها دور في تطوير هذه الدراسة.

الإقرار

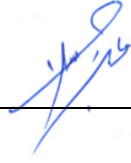
أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

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.

قصي حسان صالح هندي

اسم الطالب:



التوقيع:

2024/12/12

التاريخ:

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ك	فهرس الملاحق
ل	الملخص
1	الفصل الأول: مقدمة الدراسة والإطار النظري
1.1	المقدمة
1.2	الاطار النظري
1.3	مصطلحات الدراسة
1.4	مشكلة الدراسة
1.5	أسئلة الدراسة
1.6	فرضيات الدراسة
1.7	أهمية الدراسة
1.8	أهداف الدراسة
1.9	حدود الدراسة
1.10	الدراسات السابقة
1.11	التعقيب على الدراسات السابقة
1.12	تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
39	الفصل الثاني: الطريقة والإجراءات
39	2.1 المقدمة
39	2.2 منهجية الدراسة

40	2.3 مجتمع الدّراسة
40	2.4 عيّنة الدّراسة
41	2.5 أدوات الدّراسة
46	2.6 خطوات تطبيق وإجراء الدّراسة
47	2.7 المعالجات الإحصائية
48	2.8 متغيّرات الدّراسة
49	الفصل الثالث: نتائج الدّراسة
49	3.1 المقدمة
50	3.2 نتائج التحليل الكمي (أداة الدراسة: الاستبانة)
60	3.3 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة
69	3.4 نتائج التحليل الكيفي (أداة الدراسة المقابلة)
86	الفصل الرابع: مناقشة النتائج وتوصياتها
86	4.1 مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
105	4.2 توصيات الدراسة
106	4.3 مقترحات الدراسة
107	المصادر العلمية
113	الملاحق
b	Abstract

فهرس الجداول

- جدول (1): معاملات ثبات محاور الاستبانة بطريقة كرونباخ ألفا43
- جدول (2): توزيع عينة الدراسة بحسب متغيرات الدراسة الديمغرافية44
- جدول (3): توزيع عينة الدراسة بحسب مدى متابعتها للصفحات الالكترونية التابعة لجهاز الأمن الوقائي على شبكات التوصل الاجتماعي45
- جدول (4): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة والدرجة الكلية51
- جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية الاعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي53
- جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية الحوار من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي55
- جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية بناء الاجماع من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي57
- جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الرابع المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية الاقناع من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي135
- جدول (9): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي61
- جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي62
- جدول (11): نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي63
- جدول (12): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية الاعلام136

- جدول (13): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية الحوار 136
- جدول (14): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية بناء الاجماع 137
- جدول (15): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية الاقتناع 137
- جدول (16): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً للدرجة الكلية .. 138
- جدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن 139
- جدول (18): نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن 140
- جدول (19): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية الاعلام 141
- جدول (20): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية الحوار 141
- جدول (21): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية بناء الاجماع 142
- جدول (22): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية الاقتناع 142
- جدول (23): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً للدرجة الكلية 143
- جدول (24): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر 144
- جدول (25): نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر 145
- جدول (26): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية الاعلام 146
- جدول (27): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية الحوار 146

- جدول (28): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية بناء الاجماع
147.....
- جدول (29): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية الاقناع
147.....
- جدول (30): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً للدرجة الكلية.....
148.....

فهرس الملاحق

- 113..... ملحق (أ): أعضاء لجنة التحكيم
- 114..... ملحق (ب): الاستبيان قبل التعديل
- 117..... ملحق (ج): الاستبيان بعد التعديل
- 121..... ملحق (د): أسئلة المقابلة
- 123..... ملحق (هـ): تعديلات المحكمين على أداة الاستبيان
- 135..... ملحق (و): الجداول

دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

إعداد

قصي حسان صالح هندي

إشراف

د. إبراهيم العكة

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، واستخدمت الدراسة المنهج المختلط بأسلوبه الكمي والنوعي، وفي الأسلوب الكمي استخدم المنهج الوصفي لمعالجة البيانات الكمية المرتبطة بأداة الاستبيان، أما في الجانب النوعي فهو قائم على المقابلات، وتكون مجتمع الدراسة من الجمهور المحلي في محافظات الضفة الغربية، أما فيما يتعلق بأداة الدراسة الثانية (المقابلة) فتمثل مجتمع الدراسة في ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي في الضفة الغربية، حيث تم اختيار عينة متاحة للمجتمع الأول مكونة من (400) من الجمهور المحلي في محافظات الضفة الغربية وتم اختيارهم بطريقة عشوائية، وكذلك عينة مكونة من (6) من ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي في الضفة الغربية لأداة المقابلة.

أظهرت نتائج الدراسة أن دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني يعد ذا أهمية كبيرة في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، وأن درجة استخدام استراتيجيات الاتصال (الاعلام، والحوار، وبناء الإجماع، والإقناع) من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبير، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي)، ووجود فروق تعزى لمتغيرات (المؤهل العلمي، مكان السكن، العمر).

وأوصت الدّراسة بتطوير استراتيجيات لإبراز إنجازات جهاز الأمن الوقائي بشكل أوسع، بما في ذلك تسليط الضوء على المشاريع المجتمعية الناجحة، عبر إطلاق حملات إعلامية تركز على نجاحات الجهاز في المجتمع، بالتوازي مع نشر قصص نجاح وشهادات من المواطنين حول هذه الإنجازات، وبالرغم من أن جهاز الأمن الوقائي يسعى لكسب تأييد المواطنين، إلا أن استخدام استراتيجية بناء الإجماع يمكن أن يكون أكثر فعالية، عبر تعزيز التعاون مع المؤسسات المجتمعية ومنظمات المجتمع المدني لاستطلاع الآراء والاحتياجات الحقيقية للمواطنين.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة؛ جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني؛ استراتيجيات الاتصال؛ المجتمع المحلي.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة والإطار النظري

1.1 المقدمة

تعدّ دوائر العلاقات العامة من أهم الدوائر في المؤسسات سواء العامة أو الخاصة، وحتى في المؤسسات الأمنية فهي تشكل دائرة ذات اهتمام عالي من قبل المسؤولين كونها الرابط ما بين المؤسسة الأمنية والجمهور الخارجي المتمثل في المجتمع الفلسطيني، وهي نقطة الاتصال ما بين الطرفين لتجسير الفجوة بين المؤسسة والمجتمع، من خلال تحقيق الإدماج وخلق حالة من المعرفة والفهم لتوحيد الاتجاهات والقناعات، والتعريف بجهود المؤسسات وخدماتها، عبر تعزيز التواصل لتعريف المجتمع بجهود المؤسسة الأمنية وخدماتها، ودعوة أفراد المجتمع إلى التعاون والتنسيق، وزرع الثقة بين المؤسسات الأمنية والأفراد، من خلال مد جسور التواصل لبناء الثقة بين الجهاز الأمني والأفراد.

فممارسات العلاقات العامة تركز بشكل كبير على إنشاء والحفاظ على علاقات قوية مع الجمهور من خلال عمليات التواصل الفعّال، حيث يتضمن هذا التواصل استراتيجيات إيجابية وبناءية تستهدف الإقناع، وبالتالي يسعى ممارسي العلاقات العامة فقط لإرسال الرسائل، بل أيضاً للحصول على ردود فعل إيجابية من الجمهور، وعليه تلعب ممارسات العلاقات العامة في المؤسسات دوراً مهماً في تعزيز العلاقات مع أفراد المجتمع، من خلال متابعة الاتجاهات الحالية واهتمامات المجتمع، فالتواصل هو المفتاح لزيادة الفهم وتحقيق الأهداف (Al Hadeed, et al., 2024).

حيث يتسم العصر الحالي بتنوع التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية والبيئية، مما يؤثر بشكل مباشر على طبيعة المؤسسات الإدارية، سواء من حيث الأنشطة التي تقوم بها أو الأهداف التي تسعى لتحقيقها، ويؤدي هذا التنوع إلى تغييرات سريعة ومفاجئة، مما يضع المؤسسات في مواقف حرجة، ويشير

إلى وجود اختلالات غير طبيعية، لذا، يتعين على ممارسي العلاقات العامة اعتماد أساليب غير تقليدية لضمان بقاء المؤسسة واستمراريتها، وتقادي الآثار السلبية الناتجة عن الأزمات، ومن هنا، يحتاج العاملون في هذا المجال إلى مجموعة من المهارات التي تتجاوز مجرد فنون الاتصال، لتشمل مهارات إدارية وبحثية، فضلاً عن حس اجتماعي عميق يساعدهم على فهم التغيرات المحيطة بهم، وبالتالي، تمثل العلاقات العامة علماً يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالظروف الاستثنائية، حيث تبرز استراتيجياتها بوضوح عندما تواجه المؤسسة أزمة تهدد قدرتها التنافسية أو حتى وجودها (محمد، 2018).

وبناءً على ذلك، تعد العلاقات العامة وظيفة متخصصة أساسية تعتمد عليها المؤسسات بجميع تشكيلاتها لتحقيق أهدافها، بحيث تتميز العلاقات العامة بكونها نشاطاً اتصالياً متعدد الأهداف والغايات، حيث تربط بين المؤسسات وبين العاملين داخلها بمختلف مستوياتهم، وبين المؤسسة والمحيط الخارجي الذي تتواجد فيه، وعليه يظهر من هنا أن العلاقات العامة تهدف إلى توثيق الصلة بالمجتمع وإبراز الصورة المشرفة للمؤسسة كمؤسسة تخدم المجتمع وتسعى لصيانة مصالحه، فالعلاقات العامة التي تقوم على علاقات وثيقة مع جماهير المؤسسة مثل وسائل الإعلام والرأي العام والجماهير المعنية بالمؤسسة، هي المدخل الصحيح لحماية سمعة وصورة المؤسسة (عبادي، 2017).

في ظل التغيرات السريعة في مجالات التكنولوجيا والتواصل، لم تعد العلاقات العامة مجرد عنصر ثانوي، بل أصبحت من العوامل الأساسية لنجاح المؤسسات، إذ تلعب العلاقات العامة دوراً حيوياً في تعزيز رؤية المؤسسة وتوجيهها لتكون متماشية مع احتياجات العصر، فمن خلال استخدام القنوات المناسبة، تستطيع العلاقات العامة الوصول إلى جميع الأفراد بطرق فعالة وبالسعة المطلوبة، مما يضمن اندماجها مع المتطلبات الحديثة والتطورات المتنوعة (هوساوي، 2023).

جهاز الأمن الوقائي هو إدارة عامة أمنية تتبع قوى الأمن الداخلي والمختصة تحت إشراف الوزارة المعنية، ويتواجد للجهاز مقران مؤقتان في مدينتي رام الله وغزة، ويمكنه إنشاء إدارات فرعية في مدن أخرى، وتتمثل

مهام الأمن الوقائي في حماية الأمن الداخلي الفلسطيني، ومراقبة الجرائم التي تهدد هذا الأمن، والعمل على منع حدوثها. كما يتولى الجهاز مسؤولية الكشف عن الجرائم التي تستهدف الإدارات الحكومية والهيئات العامة والمواطنين العاملين فيها، وذلك وفقاً لقرار بقانون رقم 11 لسنة 2007 بشأن الأمن الوقائي.

وبالتالي تأتي الدراسة الحالية للبحث في دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.

1.2 الاطار النظري

نظرية الدراسة: نظرية إصلاح الصورة الذهنية

نظراً لأن صورة أو سمعة المنظمة تعتبر أهم الأسس التي تسعى المنظمة لاكتسابها، فإنها عندما تشعر بأنها مهددة، تتحفظ لاتخاذ إجراءات لتخفيف هذا القلق، فالصورة مهمة للأفراد وكذلك للمنظمات، فقد تتخذ المنظمات نهجاً وقائياً وترميمياً للتعامل مع مشاكل الصورة، وبالتالي أهمية إدارة القضايا قبل أن تصبح تهديدات للصورة، وفي سبيل إصلاح تلك الصورة قد تفضل المنظمات خيارات مختلفة لإصلاح الصورة عن الأفراد، أو قد تستخدم استراتيجيات بترتيبات مختلفة، إذ قد تمتلك المنظمات موارد أكبر للمساهمة في جهود إصلاح الصورة مقارنة بالأفراد (Benoit, 2003).

تعتمد هذه الدراسة على نظرية إصلاح الصورة الذهنية التي قدمها William Benoit (1995)، إذ تعتبر مسألة إصلاح الصورة تطوراً هاماً في مجال العلاقات العامة بالنسبة للمنظمات. ويُعد مصطلح إصلاح الصورة (Image Repair أو Image Restoration) امتداداً لمفهوم إدارة السمعة (Reputation Management)، فوفقاً لبينويت، تصبح عملية إصلاح الصورة ضرورية عندما يحدث أمر يراه الجمهور مستحقاً للانتقاد أو اللوم، وتكون المنظمة متهمة بالمسؤولية عنه، فالأزمات تهدد سمعة المنظمة لأنها تمنح الجمهور فرصة لتكوين صورة سلبية عنها، وتواجه المنظمة تهديدات، سواء كانت حقيقية أو متصورة، تعرض سمعتها للخطر، وبالتالي تركز نظرية إصلاح الصورة على فرضيتين أساسيتين (عبد الخالق، 2013):

- الحفاظ على صورة ذهنية إيجابية يتطلب اتصالاً هادفاً ومستداماً.
- أحد الأهداف الرئيسية للاتصال هو الحفاظ على صورة إيجابية لدى الجمهور.

استراتيجيات إصلاح الصورة الذهنية

تجمع نظرية استعادة الصورة Benoit (1995) تصنيفاً لاستراتيجيات إصلاح الصورة في نظرية شاملة لفهم خطابات الدفاع عن النفس في مجالات الاتصال، إذ يتكون التصنيف من خمس استراتيجيات:

1. الإنكار.
2. التهرب من المسؤولية.
3. التقليل من شأن الحدث.
4. العمل التصحيحي.
5. الشعور بالندم (التوبة والاعتراف) (Benoit & Drew, 1997):

استراتيجية الإنكار: تحتوي استراتيجية الإنكار على عنصرين: الإنكار البسيط وتحويل اللوم، إذ قد تنكر المنظمات بالقيام بخطأ ما أو ينكرون حدوث الفعل حتى، وهناك خيار آخر هو الاعتراف بارتكاب الفعل ولكن إنكار كونه ضاراً بأي شكل من الأشكال، وبدلاً من ذلك، قد يختار المتهم تحويل اللوم إذا لم يكن هو من ارتكب الفعل المسيء، وعليه تستخدم المنظمة هذه التكتيك الإقرار بحدوث الفعل لكن مع تحميل منظمة أخرى (أو فرد) المسؤولية (Tam & Huang, 2016).

التهرب من المسؤولية: يمكن أن تستخدم المنظمة استراتيجية التهرب من المسؤولية التي تحتوي على أربع تكتيكات محددة، فقد تدعي المنظمة أن الفعل كان استجابة (معقولة) لاستفزاز حدث قبل الفعل المسيء؛ أي أنه كان مدفوعاً بفعل آخر، وخيار آخر هو عدم القدرة على الدفاع، حيث يُستخدم نقص السيطرة أو المعلومات لتبرير الفعل أو تقليل المسؤولية عنه، وهناك أيضاً حجة مفادها أن الفعل المسيء حدث بالصدفة - أي أن

الفعل كان غير مقصود بدلاً من أن يكون متعمداً-، فإذا استطاعت المنظمة إقناع الجمهور بأن الفعل حدث عن غير قصد، فإن ذلك يعني أنه ينبغي تحميل المنظمة مسؤولية أقل، وأخيراً، قد تؤكد المنظمة أنها كانت دائماً تسعى لنوايا حسنة، أي أن شيئاً "سيئاً" حدث بينما كانت المنظمة تحاول القيام بشيء "جيد" - وأن الفعل كان بدون سوء نية (Benoit & Hirson, 2001).

التقليل من شأن الحدث: يمكن للمنظمة أو الفرد اتخاذ خطوات لتقليل تأثير الحدث من خلال مجموعة من الاستراتيجيات، مثل التركيز على الجوانب الإيجابية للمتهم بهدف تعويض المشاعر السلبية المرتبطة بالفعل المسيء، ويأمل هذا النهج في أن تساعد المشاعر الإيجابية أو المواقف المؤيدة تجاه المنظمة في التخفيف من أي انطباعات سلبية ناتجة عن هذا الفعل، ومن ثم التخفيف من خلال تقليل أو تقليص الضرر المدرك للفعل المسيء وتقليل المشاعر السلبية المرتبطة بالمنظمة، وكذلك التمييز بحيث يمكن استخدامه لمقارنة الفعل المسيء بأفعال مشابهة في محاولة لتمييزه كأقل إساءة من الأفعال الأخرى القابلة للمقارنة، في محاولة لوضع الفعل في سياق أكثر إيجابية، وقد تستخدم المنظمة التجاوز لتوجيه الانتباه إلى اعتبار "أعلى"، مثل تبرير الوسائل بالغاية، وقد تختار المنظمة ببساطة الهجوم على المدعي لتقليل مصداقية مصدر الاتهام ولتقليل فعالية الهجوم، وأخيراً، قد تقدم المنظمة تعويضاً للضحايا للمساعدة في تخفيف المشاعر السلبية الناتجة عن الفعل المسيء (Benoit, 1997).

استراتيجية العمل التصحيحي: تعتبر استراتيجية تقوم فيها المنظمة بتحريك الأمور لتصحيح المخالفة أو الفعل المسيء، إذ يمكن أن تأخذ هذه الاستراتيجية شكلين مختلفين: يمكن للمنظمة أن تعد بإعادة الوضع إلى حالته الأصلية (قبل حدوث الفعل المسيء)، أو يمكن أن تعد باتخاذ إجراءات لمنع حدوث فعل مشابه في المستقبل (Compton & Compton, 2014).

استراتيجية التوبة

الاعتراف بالمخالفة (الاعتراف بالذنب)، والتعبير عن الأسف، وطلب المغفرة (Benoit, 1997).

ربط نظرية الدراسة بموضوع الدراسة الحالية

يمكن ربط نظرية إصلاح الصورة الذهنية بموضوع الدراسة الحالية المتعلقة بدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني من خلال الأسئلة الكمية والكيفية التي تم وضعها في الدراسة، إذ يسمح استخدام استراتيجية الإعلام بتقييم فعالية هذه الاستراتيجيات والتصحيحات اللازمة في تعزيز صورة الجهاز وضمان تواصل فعال مع المجتمع، كما يمكن أن يعكس اعتماد الجهاز على أساليب متنوعة للإصلاح والتواصل مع الجمهور، بما في ذلك الاستراتيجيات المختلفة المرتبطة بنظرية إصلاح الصورة الذهنية، مثل تقليل أهمية الحدث أو إجراء التصحيحات اللازمة، وكذلك استراتيجية الحوار تتماشى مع مفهوم التفاعل الفعال مع الجمهور وتعد من ضمن استراتيجيات التخفيف من حدة الإساءة عبر الرد على الأسئلة وتعليقات الجمهور، وفيما يتعلق ببناء الإجماع يتماشى مع استراتيجية تحسين الصورة من خلال تعزيز التواصل وتقديم الفرص للمجتمع للتعبير عن آرائهم، مما يدعم استراتيجية الإصلاح من خلال تعزيز التفاهم والثقة، وكذلك موضع الإقناع فهو جزء من استراتيجية تقليل الإساءة وقد يكون مفيداً في تعزيز الصورة الإيجابية من خلال عرض المشاريع وتعريف المواطنين بالجهود المبذولة.

نموذج الدراسة: نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية

Roller's model of situational communication strategies

قدم رولر نموذجاً للاستراتيجيات الاتصالية، ويعد من أكثر النماذج استخداماً في مجالات العلاقات العامة والاتصال، يعتمد هذا النموذج على فرضية أساسية تفيد بأن من الصعب الاعتماد على استراتيجية واحدة في إدارة الاتصال في العلاقات العامة، إذ لا توجد استراتيجية مثالية تصلح لجميع المواقف، وبدلاً من ذلك، يُمكن اختيار الاستراتيجية الأنسب بناءً على طبيعة كل موقف اتصالي، ففي بعض الحالات، قد يكون المناسب استخدام استراتيجية محددة، بينما قد يستدعي موقف آخر اللجوء إلى مزيج من الاستراتيجيات المختلفة، ويعتمد هذا النموذج على محورين رئيسيين هما: طبيعة عملية الاتصال وطبيعة المحتوى المتداول.

وبناءً على هذين المحورين، يُقسّم النموذج إلى أربع استراتيجيات أساسية في العلاقات العامة، وهي: استراتيجية الإعلام، استراتيجية الإقناع، استراتيجية بناء الإجماع، واستراتيجية الحوار، وأطلق رولر على هذه الاستراتيجيات اسم "شبكة الاتصال" أو "Communication Grid".

ويمكن توضيح تلك الاستراتيجيات الأربع على النحو التالي (عجوة، 2021):

استراتيجية الإعلام (Information): تعتمد هذه الاستراتيجية على التواصل في اتجاه واحد (Asymmetrical)، حيث تعكس الرسائل الاتصالية وجهة نظر المنظمة فقط، وتكون مضامينها ذات معنى واضح ومحدد (Denotative)، فالهدف الأساسي من هذه الاستراتيجية هو توفير المعلومات للجمهور المستهدف لمساعدتهم في تكوين آرائهم واتخاذ قراراتهم بناءً على تلك المعلومات، ومن أمثلة تطبيقاتها البيانات الصحفية والنشرات الرسمية التي تصدرها المنظمة. تستلزم هذه الاستراتيجية وجود سياسات واضحة وأهداف محددة تعكسها الرسائل الاتصالية (الديب، 2021).

استراتيجية الإقناع (Persuasion): تجمع بين التواصل في اتجاه واحد وبين مضامين اتصالية تعكس وجهات نظر كل من المنظمة والجمهور، وتحمل دلالات تعكس تفسيرات مختلفة للطرفين (Connotative)، إذ تُعد هذه الاستراتيجية محورية في مجالات الإعلان والترويج، حيث تهدف المنظمة من خلالها إلى التأثير على معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور المستهدف، خصوصاً الجمهور غير النشط (Inactive) أو الجمهور الكامن (Latent)، وتتطلب هذه الاستراتيجية أهدافاً واضحة ورسائل إقناعية موجهة بدقة لتحقيق التغيير المطلوب (السيد، 2023).

استراتيجية بناء الإجماع (Consensus Building): تعتمد هذه الاستراتيجية على التواصل في اتجاهين (Symmetrical)، حيث تكون الرسائل الاتصالية واضحة ومباشرة، وتعبّر عن وجهة نظر المنظمة (Denotative)، وتُستخدم هذه الاستراتيجية لبناء علاقات استراتيجية مع الجمهور أو داخل المنظمة، خاصة في الحالات التي تتعارض فيها المصالح بين الأطراف، وتتطلب هذه الاستراتيجية وجود نقاط تلاقٍ تضمن

تحقيق مصالح الطرفين، وتُوجه عادة للجمهور النشط (Active) بغرض تطوير سياسات جديدة تتماشى مع أهداف المنظمة (التلاوي، 2022).

استراتيجية الحوار (Dialogue): تستند إلى التواصل في اتجاهين، حيث تعكس الرسائل الاتصالية وجهات نظر كل من المنظمة والجمهور، وتحمل دلالات متعددة تعكس مواقف الطرفين، وتُستخدم هذه الاستراتيجية لتشجيع التفاعل المباشر مع الجمهور، واستشارتهم في صياغة السياسات واتخاذ القرارات، وتُعرف أيضًا باستراتيجية "التيسير" (Facilitating)، حيث تسعى المنظمة إلى تعزيز مشاركة الجمهور في صياغة سياساتها وتطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية، ويتم استخدامها بشكل خاص في المناقشات حول العلاقات العامة، وكذلك في جلسات العصف الذهني المتعلقة بالأزمات المحتملة وطرق التعامل معها (صابر، 2017).

توظيف النموذج في الدراسة

توظيف الباحث للنموذج الموقفي لاستراتيجيات الاتصال يهدف إلى الإجابة عن سؤال جوهري في الدراسة حول الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمدها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني للتواصل مع الجمهور المحلي، إذ ويعتمد الباحث على المحاور التي قدمتها (Ruler) في نموذجها، والتي قسّمت الاستراتيجيات الاتصالية في العلاقات العامة إلى أربع استراتيجيات رئيسية.

فمن خلال استراتيجية الإعلام، يركز الباحث على تحليل الوسائل الاتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لتعزيز قنوات التواصل مع المجتمع المحلي، وذلك من منظور الجمهور الخارجي.

أما استراتيجية الإقناع فتتيح للباحث دراسة كيفية سعي دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي إلى التأثير على الرأي العام وبناء اتجاهات وسلوكيات إيجابية في العلاقة بين الجهاز والمجتمع المحلي الفلسطيني، وكل ذلك من وجهة نظر الجمهور الخارجي.

وبالنسبة إلى استراتيجية بناء الإجماع، يسعى الباحث إلى استكشاف جهود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لتحقيق مصالح مشتركة بين الجهاز والمجتمع المحلي، وبناء علاقة استراتيجية طويلة الأمد معه، استناداً إلى آراء الجمهور الخارجي.

أما من خلال استراتيجية الحوار، يستهدف الباحث تحليل الجهود التي تبذلها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لتشجيع مشاركة المجتمع المحلي في صياغة استراتيجية عمل الجهاز، وذلك عبر الأخذ بآراء واقتراحات أفراد المجتمع، مما يعزز العلاقة التشاركية بين الطرفين.

ربط نظرية الدراسة بنموذج الدراسة

يمكن ربط نظرية إصلاح الصورة الذهنية بنموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية من خلال تحليل كيفية تطبيق الاستراتيجيات المختلفة وفقاً لمكونات النموذج، فالتوبة والتخفيف من حدة الإساءة يمكن ربطها باستراتيجية الإعلام والتي تتضمن تقديم معلومات واضحة وشفافة لجمهور الجهاز لتوضيح الوضع الراهن والتقليل من حدة الضرر الذي قد تسببه القضية، وفي هذا السياق، يمكن استخدام تقليل شأن الحدث لتقليل تأثير المشكلة من خلال تقديم معلومات تهدف إلى تخفيف الضرر المحتمل وتحسين الصورة العامة للجهاز. وكذلك فإن تعزيز الصورة الإيجابية والتأكيد على النوايا الحسنة، يمكن ربطها باستراتيجية الإقناع والتي تركز على إقناع الجمهور بجوانب إيجابية من الجهاز وتقديم حجج تدعم السمعة الجيدة، إذ يمكن استخدام تعزيز الصورة الإيجابية لتسليط الضوء على الإنجازات والجهود المبذولة، وكذلك التأكيد على النوايا الحسنة لتصحيح أي تصور سلبي.

وكذلك من خلال التخفيف من حدة الإساءة والتصحيح يمكن ربط تلك الاستراتيجية باستراتيجية بناء الإجماع إذ يتطلب إشراك الجمهور في عملية التواصل والتأثير على الرأي العام، ويمكن أن تشمل استراتيجيات التخفيف من حدة الإساءة، مثل تقديم تعويضات أو الاعتراف بالمشكلة، بهدف بناء دعم وتقاهم مشترك مع المجتمع المحلي.

ويمكن أيضًا إضافة استراتيجيات التوبة والتخفيف من حدة الإساءة كجزء من الربط مع استراتيجية الحوار في نموذج الاتصال، إذ تعزز هذه الاستراتيجية التواصل المفتوح مع الجمهور، بما في ذلك الرد على تساؤلاتهم وتعليقاتهم، مما يفتح المجال للتفاعل المستمر والشفاف، وفي هذا السياق، يمكن توظيف استراتيجيات التوبة من خلال الاعتراف بالخطأ أو المخالفة والتعبير عن الأسف، وهو ما يسهم في تحقيق مستوى أعلى من الشفافية والفهم المتبادل مع الجمهور، وهذا النوع من التواصل الصريح يعزز الثقة بين الطرفين ويساهم في إعادة بناء الصورة الإيجابية للمؤسسة، مما يضمن استدامة العلاقة الاستراتيجية مع المجتمع وتحسين سمعة جهاز الأمن الوقائي.

العلاقات العامة

تمهيد

تلعب العلاقات العامة دورًا حيويًا داخل الهياكل التنظيمية للمؤسسات والمنظمات، وذلك نظرًا لأهميتها في تعزيز التواصل الفعال مع المجتمع والبيئة المحيطة، مما يسهم في استمرارية عمل المنظمة وتحقيق أهدافها، ورغم تفاوت مستوى الاهتمام بإدارات العلاقات العامة بين مختلف المؤسسات، إلا أن وجودها يظل ضروريًا لتعزيز الصورة الإيجابية لتلك المؤسسات وكسب دعم الجمهور وتأييده للقرارات المتخذة في مختلف المجالات والمستويات (الحجرف، 2021).

وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة على شكل إدارات وأقسام متخصصة داخل المنظمات والمؤسسات؛ لتؤدي مجموعة من الوظائف والمهام المساهمة في تحقيق المصالح والأهداف العامة، حيث أصبح لتلك الإدارات والأقسام أنشطة متخصصة توكل إليها؛ ولم يعد دورها مقتصرًا في التخطيط والبحث والاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، وإنما امتد ليشمل إدارة الصورة الذهنية، وتخطيط الأنشطة وتنفيذها، وبناء علاقات طيبة مع المؤسسات والهيئات والمنظمات الأخرى وغيرها من الوظائف الأخرى (القاسمي، 2016).

مفهوم العلاقات العامة

العلاقات العامة تمثل وظيفة إدارية متواصلة ومخططة تهدف من خلالها المؤسسة إلى كسب دعم الجمهور وتفهمه وتعاطفه، مع الحفاظ على علاقة مستدامة معهم، ويتم ذلك عبر تقديم الرأي العام بصورة مدروسة وتوظيفه لربط سياسات المؤسسة وإجراءاتها بما يعزز التعاون المثمر ويحقق المصلحة العامة بشكل أفضل من خلال نشر معلومات منظمة ومخططة (أيوب، 2016).

وأشار Özer & Çerçi (2018) إلى أن العلاقات العامة شهدت تطوراً كبيراً على جميع الأصعدة، مما جعلها نشاطاً إدارياً مهماً داخل المؤسسات، حيث تعتبر مرآة لقدرة المؤسسة على التأقلم مع التغيرات السريعة في قطاع الأعمال. ورغم تعقيد هذا المفهوم، إلا أنه يظل محوراً أساسياً في الإدارة الحديثة، كما يشير Bektaş (2018) إلى أن العلاقات العامة تعكس قدرة المؤسسة على الاستجابة لمتطلبات السوق المتغيرة، والتكيف مع التطورات المستجدة، مع الحفاظ على سمعتها وصورتها سواء في الظروف العادية أو أثناء الأزمات.

من خلال ما سبق، يشير الباحث إلى العلاقات العامة على أنها: مجال من مجالات الاتصال الاستراتيجي يهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات المتبادلة المفيدة بين المؤسسة وجمهورها المستهدف، سواء كان ذلك الجمهور عبارة عن عملاء حاليين ومحتملين أو موظفين أو شركاء أو وسائل إعلام أو حكومة أو مجتمع.

اهمية العلاقات العامة

تزايدت أهمية العلاقات العامة خلال السنوات القليلة الماضية بسبب التنافس الكبير بين المؤسسات والمنظمات، والسرعة الكبيرة في تطور الخدمات والسلع والمنتجات المقدمة للجمهور، وتطور وسائل الاتصال التي أدت إلى زيادة وعي الجمهور، مما ساهم في إيجاد قسم متخصص في تفسير ونشر المعلومات المتصلة بالمؤسسة أو المنظمة، وبناء صورتها لدى مختلف فئات الجمهور بهدف زيادة فهمه للتغيرات والتحديات التي تجري بداخلها (Wright & Hinson, 2021).

تتجلى أهمية العلاقات العامة في دورها البارز في تهيئة الرأي العام لتقبل السياسات والقرارات والأفكار الجديدة، مما يساهم في بناء جمهور داعم ومساند، وبالتالي تعزيز التفاهم المتبادل بين المؤسسة والجمهور المستهدف، إذ تسعى العلاقات العامة إلى تحليل اتجاهات الرأي العام المتعلقة بالمؤسسة وتحديد احتياجات ورغبات الجمهور، مما يساعد في إجراء التعديلات المناسبة على سياسات المؤسسة وفقاً لتلك الاحتياجات، إضافة إلى ذلك، تسهم العلاقات العامة في تقديم خدمات متنوعة لجمهور المؤسسة الداخلي، خاصة ما يتعلق بالعدالة والرعاية الاجتماعية، مع تعزيز قيم المسؤولية لدى الجمهورين الداخلي والخارجي، الأمر الذي يعزز من قبول السياسات والقرارات ويكسب المؤسسة تأييداً ودعمًا في مواجهة التحديات (عتوم، 2021).

ويلاحظ المتعقب أهمية العلاقات العامة المتزايدة يوماً نظراً لوظيفتها الأساسية في تنفيذ العديد من وظائف المؤسسة، والحفاظ على سلامة علاقة المؤسسة مع جمهورها، مما يساعد المؤسسة على النجاح وتحقيق أهدافها، وهذا يعني أن نجاح إدارة العلاقة مع الجمهور في المؤسسات ذات الأغراض والتوجهات المتنوعة سواء كانت ربحية أو غير ربحية، إنما هو تطبيق عملي للعلاقات العامة وممارسة وظائفها على أرض الواقع (احمد، 2015).

وأوضح مناصري ودرويش (2016) أهمية العلاقات العامة في المؤسسات بأنها تهدف بشكل أساسي إلى بناء علاقات إيجابية مع الجمهور والحفاظ عليها وتطويرها بشكل مستمر، كما تسعى إلى تعزيز صورة المؤسسة لدى الجمهور، مما يساهم في تشكيل سمعة إيجابية لها وزيادة الإقبال على منتجاتها أو خدماتها، بالإضافة إلى ذلك، تشجع العلاقات العامة موظفي المؤسسة على بناء علاقات قوية مع الجمهور وتطويرها على المدى الطويل، علاوة على ذلك تبرز أهمية العلاقات العامة من خلال تركيزها على بناء علاقة ثقة متبادلة مع كل من الجمهور الداخلي والخارجي، من خلال التواصل المستمر وتبادل المعلومات الضرورية لنجاح المؤسسة، وبالتالي تحسين علاقاتها مع المؤسسات المختلفة.

أهداف العلاقات العامة

تسهم العلاقات العامة في زيادة فعالية المؤسسات عبر إعادة ترتيب وصياغة الأهداف، وبما يتلاءم مع حاجات الجمهور وتوقعاته، الأمر الذي من شأنه زيادة قيمة المؤسسة وتحسين صورتها وبناء سمعتها الطيبة، كما تساهم العلاقات العامة في بناء علاقات المؤسسة طويلة الأمد مع جماهيرها ومع المنظمات والمؤسسات الأخرى (Butterick, 2011).

وعليه تسعى العلاقات العامة إلى تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة لدى جمهورها، وتوضيح القوانين والأنظمة والسياسات من خلال وسائل الإعلام المتنوعة، كما تهتم بشؤون الجمهور الداخلي للمؤسسة، بما يراعي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية المحيطة، بهدف تعزيز ثقة العاملين بالإدارة، مما يساهم في تحقيق الاستقرار الوظيفي، بالإضافة إلى ذلك، تعمل العلاقات العامة على فهم التحديات الإدارية التي تواجه الإدارة، وكسب ثقة الجمهور واجتذابه، وتساهم في صياغة سياسات المؤسسة من خلال تقديم الاستشارات، مع مراعاة آراء الجمهور وتوجهاته عند وضع السياسات، الأمر الذي يدعم نجاح السياسة العامة للمؤسسة، كما تساهم في تهيئة الرأي العام لقبول الأفكار والآراء الجديدة، وتلعب دوراً محورياً في مواجهة الأزمات التي قد تواجه المؤسسة والتعامل معها (قاسم، محمد، و محلا، 2019).

وتسعى العلاقات العامة إلى توفير بيئة مناسبة للمؤسسة، حيث تهدف إلى تكوين صورة ذهنية إيجابية وانطباعات ملائمة لدى جميع الأطراف المعنية، سواء كانت داخلية أو خارجية، ومن بين الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة هو إيجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة وجمهورها، مما يساهم في بناء سمعة طيبة تعزز من مكانتها داخل محيطها، كما تعمل العلاقات العامة على تعزيز التواصل المستمر في أوساط العمل، مما يؤدي إلى إقامة علاقات جيدة وزيادة فرص التفاهم والانسجام بين المؤسسة والجهات ذات العلاقة. هذه الجهود تساهم في تشكيل حالة من التوافق المتبادل بين المؤسسة وجمهورها، وتكوين صورة ذهنية لائقة عنها، مما يعزز انطباعات إيجابية تدعم نجاحها (قادري و جلولي، 2016).

من جانب آخر، يُعتبر العلاقات العامة نظامًا تحذيريًا مبكرًا يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة، بحيث تعزز العلاقات العامة ثقة الجمهور بالمؤسسة، مما يُحسن العلاقة بينها وبين المجتمع، كما تسعى إلى زرع الثقة بين الإدارة والمساهمين، مما يُسهم في توثيق العلاقات بينهم، وهذا التركيز على توسيع نطاق الخدمات والأسواق يجعل المؤسسة أكثر قبولاً لدى الجمهور، مما ينعكس إيجابياً على نجاحها (كنعان، 2015).

علاوة على ذلك، تركز العلاقات العامة على تنشيط التعاون بين العاملين، مما يسهم في زيادة كفاءة الإدارة، حيث يشعر كل موظف أو عامل بقيمة العمل الذي يقوم به، مما يعزز من شعور الفخر والاعتزاز بالانتماء للمؤسسة، كما أن العلاقات العامة تساهم في تجنب وإزالة سوء الفهم المحتمل بين العاملين وبعضهم أو بينهم وبين الإدارة العليا، مما يعزز الروح المعنوية للموظفين ويحقق بيئة عمل إيجابية وفعّالة (حسين، 2017).

خصائص العلاقات العامة

تتميز العلاقات العامة بمجموعة من الخصائص التي تبرز أهميتها ودورها الحيوي في المؤسسات، إذ تُعتبر العلاقات العامة فلسفة إدارية أساسية، حيث لا تقتصر على تحقيق الأهداف القانونية فحسب، بل تتضمن أيضاً مراعاة مصالح الجمهور واحتياجاته فيما يتعلق بسلوك المؤسسة، كما أنها ليست نشاطاً ثانوياً، بل تشكل عنصراً أساسياً في الأنشطة المؤسسية، وهو أمر يفرضه واقع المجتمع الحديث واحتياجاته، فعند وضع السياسات، تضع العلاقات العامة الصالح العام في اعتبارها، حيث تسعى إلى تعزيز القيم التي تخدم المجتمع ككل، كما تقوم العلاقات العامة على فهم عميق للطبيعة الاجتماعية للإنسان، إذ أنه من المستحيل أن تعيش أي مؤسسة في عزلة عن المجتمع المحيط بها، بالإضافة إلى ذلك، يتعين على العلاقات العامة الالتزام بمبادئ أخلاقية واضحة وصدق، مما يعزز الثقة بينها وبين الجمهور الخارجي. في نهاية المطاف، الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو كسب رضا الجمهور، سواء كان داخلياً أو خارجياً، مما يتطلب العمل بشفافية ومصداقية تامة في نقل المعلومات والأخبار (مانع، 2017).

الاستراتيجيات الاتصالية

تعرف استراتيجية الاتصال: بأنها مجموعة القرارات التي تحدد اتصال مؤسسة خاصة في التعريف بالأهداف المرتقبة، أهداف الأنواع المختلفة للاتصال والقيود المفروضة على الميزانية من وقت التقويمات للحملات الإعلانية، كما تعرف أيضا بسياسة الاتصال للمؤسسة التي تعتمد على الأنواع الرئيسة للاتصال (الاتصال المؤسسي المالي، الداخلي، والخارجي)، وتعتمد أيضًا على الاتصال التجاري والمنتجات (Balle, 2006).

وهي أيضًا مجموعة من القرارات الهامة حول الأهداف الاتصالية التي يجب الوصول إليها، والوسائل المطبقة من أجل تحقيقها وهي تحتوي على أشكال الاتصال في المؤسسة فكل اتصال يوجه إلى الجمهور رسالة مختلفة لأنه غير متجانس، ويمكن أن يمتد عمر الاستراتيجية الاتصالية من ثلاث سنوات إلى خمس بحيث تدعمها المنظمة أو المؤسسة لتحقيق أهدافها (بن قيط، 2012).

كما تعرف استراتيجية الاتصال بأنها خطوات علمية مدروسة ومنظمة لتحقيق غايات اتصالية متكاملة تخدم التطور المستقبلي للمؤسسة وجمهورها معا (البادي، 2005).

وتعد الاستراتيجيات الاتصال عمليات منظمة من الإشارات والرموز الموجهة توجيهها مدروسا، حيث يتم تنفيذها وفقا لخطط وتكتيكات تتفق مع المراحل التي تمر بها المؤسسة، وتهدف إلى تحقيق أفعال وتصرفات إيجابية في أوساط الجمهور المستهدف خلال فترة محددة، وهي أيضًا عملية التخطيط المسبق للأساليب والإجراءات والطرق والوسائل الاتصالية المختلفة من أجل تحقيق أهداف المنظمة المحددة مسبقا (سعيد، 2017).

انواع الاستراتيجيات الاتصالية

تُعد الاستراتيجيات الاتصالية من أهم عناصر العلاقات العامة، ومن أبرز النماذج المعروفة في هذا المجال نموذج Ruler (2004)، الذي يُعرف بالنموذج الموقفي لاستراتيجيات الاتصال. يعتمد هذا النموذج على

فرضية أساسية مفادها أن استخدام استراتيجية اتصال واحدة في العلاقات العامة ليس كافياً، إذ لا توجد استراتيجية واحدة مثالية، بل يجب اختيار الاستراتيجية المناسبة بناءً على الموقف الاتصالي المحدد. ويتيح هذا النموذج إمكانية استخدام استراتيجية محددة في موقف ما، أو الجمع بين عدة استراتيجيات في مواقف أخرى. يقوم النموذج على محورين رئيسيين هما: طبيعة الاتصال، وطبيعة المحتوى، ومن هنا تنبثق أربع استراتيجيات رئيسية (الجمال و عيد، 2014).

استراتيجية الإعلام: تعتمد هذه الاستراتيجية على نقل رؤى المؤسسة من خلال محتوى ذو معنى موحد. تهدف إلى تقديم المعلومات الضرورية للجماهير المستهدفة لمساعدتهم في تكوين آرائهم واتخاذ القرارات. تستخدم المؤسسة في هذه الاستراتيجية أنشطة اتصالية متعددة ووسائل إعلامية مختلفة لتزويد الجمهور بالمعلومات والخطط المطلوبة، ويتم الاتصال في اتجاه واحد فقط، مع الاعتماد على سياسات واضحة وأهداف محددة تعكسها الرسائل الاتصالية (الدليمي، 2011).

استراتيجية الإقناع: تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد والمحتوى الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المؤسسة والجمهور. تسعى من خلالها المؤسسة إلى إحداث تغييرات مقصودة في اتجاهات وسلوكيات الجماهير باستخدام أساليب وأنماط إقناعية متنوعة حسب الرسالة والجمهور المستهدف. تُعتبر هذه الاستراتيجية هامة في بناء علاقات استراتيجية وتطوير معارف واتجاهات الجمهور غير النشط، وتعتمد على أهداف واضحة ورسائل محددة (الدليمي، 2011).

استراتيجية بناء الإجماع: تقوم هذه الاستراتيجية على الاتصال ثنائي الاتجاه والمحتوى الذي يعكس مصالح المؤسسة والجماهير. تُستخدم لبناء علاقات استراتيجية، خاصة عندما يكون هناك تعارض في المصالح بين الأطراف المختلفة، حيث تسعى المؤسسة إلى إيجاد أرضية مشتركة تحقق مصالح الجميع. تُوجه هذه الاستراتيجية عادةً إلى الجمهور النشط، وتساهم في تطوير سياسات المؤسسة.

استراتيجية الحوار: تعتمد هذه الاستراتيجية على الاتصال ثنائي الاتجاه، مع إشراك الجمهور في عملية صنع القرار. تهدف المؤسسة من خلالها إلى تسهيل مشاركة الجمهور في وضع السياسات، حيث تأخذ آرائهم بعين الاعتبار. يتم استخدام هذه الاستراتيجية في المناقشات المتعلقة بالعلاقات العامة، وأيضاً في النقاشات الفكرية حول الأزمات المحتملة وكيفية الاستجابة لها، وتعتبر جزءاً من برامج المسؤولية الاجتماعية (الجمال و عيد، 2014).

والإتصال الفعّال لا يتوقف عند نشر رسالة محددة ولكن يتطلب التخطيط الاستراتيجي والتكتيكي لحملات إعلامية فعّالة تسعى للتأثير على وعي الجمهور المستهدف من خلال وضع أهداف واقعية وصريحة، فمن الضروري أيضاً تحليل الجمهور المستهدف من حيث الديمغرافيا والاقتصاد والعوامل الثقافية، فهناك مجموعة من المعايير يجب أن تميز الأهداف الفعّالة والعملية للاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة، وهذه المعايير هي (Place, 2019):

- محددة زمنياً: تتضمن الأهداف تحديداً واضحاً للتاريخ النهائي الذي يجب فيه تحقيق أهداف الحملة وأن تكون خالية من الغموض.
- قابلة للقياس: يجب أن تكون الأهداف دقيقة ومعبرة بأرقام من أجل تحديد درجة التغيير المطلوبة، وعدم استخدام عبارات غامضة.
- واضحة: يجب أن تكون الأهداف واضحة ومحددة، ويجب التأكيد على ضرورة المشاركة عند صياغتها، إذ يجب على كل ممارس في العلاقات العامة في المؤسسة الذي شارك في الحملة أن يتفق على فهم مشترك لمكانة الهدف وكيفية تحقيقه من خلال إجراءات حاسمة بدلاً من إجراءات غامضة.
- فردية: يجب على المؤسسات تحديد استجابة واحدة لبرامج الاتصال الاستراتيجية من جمهور واحد.
- قابلة للتحقيق: يجب أن تكون الأهداف واقعية وقابلة للتنفيذ.

- تحدي: يجب أن تكون الأهداف تحفيزية وتلهم الجميع للعمل لتحقيق إمكاناتهم دون أن تكون سهلة أو صعبة جدًا لتحقيقها.
- مقبولة: يجب أن تكون الأهداف مقبولة من قبل جميع الموظفين في المؤسسة لضمان التوافق.
- النتائج المرجوة: يجب أن تكون الأهداف موجهة نحو التأثير الذي يمكنها تحقيقه مع الجماهير، مركزة على الإنجازات المقصودة بدلاً من الأدوات.
- تركز على الجمهور: يجب أن تكون الأهداف مصممة لتتناسب مع الجماهير المستهدفة بناءً على احتياجاتهم ورغباتهم، مع أن تكون أهداف كل جمهور محددة عن أهداف الآخرين.

1.3 مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة

العلاقات العامة كما يذكر Bektaş (2018) هي قدرة المؤسسة على الاستجابة نحو المتطلبات المفروضة من السوق التي يتصف بالتغير والتطور على جميع المستويات، والقدرة على التكيف والتعامل مع المستجدات المرتبطة بالنشاطات التي تؤديها المؤسسة، والعلاقات العامة هي القدرة على بناء سمعة وصورة المؤسسة والمحافظة عليها في الأوقات الطبيعية وفي أوقات الأزمات.

تعريف العلاقات العامة اجرائيا

العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تعد وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر، تهدف المؤسسة من خلالها إلى كسب تأييد وتفاهم وتعاطف الجماهير والمحافظة عليهم، عن طريق تقديم الرأي العام لها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق تعاون مثمر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أفضل من خلال المعلومات المخططة ونشرها، وبالتالي تعتبر العلاقات العامة جزءاً حيوياً من عمل الجهاز الأمني، حيث تساهم في بناء صورته الإيجابية والتواصل الفعال مع المجتمع المحلي، وتعزز الثقة والتفاهم المتبادل

بين الجهاز والمجتمع، وتعمل على تعزيز التعاون والشراكة مع مختلف الجهات لتحقيق الأهداف الاستراتيجية والأمنية للجهاز".

الاستراتيجيات الاتصالية

مجموعة من القرارات الهامة حول الأهداف الاتصالية التي يجب الوصول إليها، والوسائل المطبقة من أجل تحقيقها وهي تحتوي على أشكال الاتصال في المؤسسة فكل اتصال يوجه إلى الجمهور رسالة مختلفة لأنه غير متجانس، ويمكن أن يمتد عمر الاستراتيجية الاتصالية من ثلاث سنوات إلى خمس بحيث تدعمها المنظمة أو المؤسسة لتحقيق أهدافها (بن قيط، 2012).

الاستراتيجيات الاتصالية إجرائياً

الاستراتيجيات الاتصالية في جهاز الأمن الوقائي تشمل الخطط والتكتيكات التي تهدف إلى بناء صورة إيجابية للجهاز وتعزيز التواصل الفعال مع المجتمع المحلي، بحيث تعتمد هذه الاستراتيجيات على تحليل دقيق للمتغيرات الاجتماعية والسياسية والثقافية في المنطقة التي يعمل فيها الجهاز، وتشمل أهدافاً محددة لتحسين الفهم والتفاهم بين الجهاز والمجتمع المحلي، بحيث تعتبر الاستراتيجيات الاتصالية في جهاز الأمن الوقائي جزءاً أساسياً من سياسته العامة، حيث تهدف إلى بناء علاقات إيجابية وثقة متبادلة مع الجمهور المستهدف، وتستخدم وسائل الإعلام والاتصال المتاحة بشكل فعال لتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني

هو جهاز أمني مهامه حماية الأمن الداخلي من التهديدات، وإتخاذ كل سبل الوقاية لحماية الأمن الداخلي وقرارات القيادة السياسية (قانون الأمن الوقائي قرار بقانون رقم 11 لسنة 2007).

المجتمع المحلي: المجتمع المحلي هو وحدة اجتماعية تجمع بين أعضاءها مجموعة من المصالح المشتركة، وتسود بينهم قيم عامة وشعور بالانتماء، بالدرجة التي تمكنهم من المشاركة في الظروف الأساسية لحياة مشتركة (سمية، 2014).

1.4 مشكلة الدراسة

في ظل التحديات الأمنية والسياسية التي تواجه الشعب الفلسطيني، يصبح تعزيز استراتيجيات الاتصال بين المؤسسات الأمنية والمجتمع المحلي ضرورة أساسية لبناء الثقة وتحقيق التعاون المشترك، ويتمثل هذا التحدي بشكل خاص في عمل جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، حيث تؤدي العلاقات العامة دورًا محوريًا في تنفيذ استراتيجيات الاتصال التي تهدف إلى بناء صورة ذهنية إيجابية وتعزيز الشراكة مع المجتمع، ومع ذلك، تبرز تساؤلات حول فعالية دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي في توظيف هذه الاستراتيجيات بشكل يحقق الأهداف المرجوة.

وتشير الدراسات السابقة إلى أن استراتيجيات الاتصال المتنوعة، مثل الإعلام، الحوار، بناء الإجماع، والإقناع، تلعب دورًا مهمًا في تحسين الصورة الذهنية وتعزيز الثقة مع الجمهور، فعلى سبيل المثال، أظهرت دراسة عبد الله (2024) أهمية الأنشطة الإخبارية واستراتيجيات إصلاح الصورة في معالجة الأزمات الأمنية، بينما بينت دراسة ذبيان (2023) أن استراتيجيات الإعلام والإقناع هي الأكثر فعالية في تحسين الصورة الذهنية للأجهزة الأمنية، كما أظهرت دراسة الشبيب (2022) علاقة طردية بين فعالية أنشطة العلاقات العامة وتحسين الصورة الذهنية لعناصر الأمن،

وبالنظر إلى هذه المعطيات، سعت الدراسة إلى تحليل دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، من خلال عدة محاور تمثل استراتيجيات الاتصال، إذ تتمثل استراتيجية الإعلام في تحليل دور دائرة العلاقات العامة بجهاز الأمن الوقائي في نشر الرسائل الإعلامية التي تسهم في تعزيز الثقة والوعي لدى المجتمع، كما يتم التركيز على استراتيجية الحوار

التي تُعنى بدراسة مدى تطبيق الحوار كوسيلة فعّالة لتعزيز التفاعل الإيجابي مع الجمهور وبناء جسور من التفاهم المشترك، وفي إطار استراتيجية بناء الإجماع، يتم تقييم الجهود المبذولة لتحقيق توافق مجتمعي حول القضايا الأمنية التي يتولاها الجهاز، بما يدعم استقرار المجتمع وأمنه، وأخيرًا، تُعد استراتيجية الإقناع محورًا مهمًا لفحص مدى نجاح دائرة العلاقات العامة في التأثير على مواقف الجمهور وسلوكياته، بما ينعكس إيجابًا على دعم الجهاز ودوره الأمني في المجتمع.

ومن هنا جاءت الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيسي: ما دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

1.5 أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما درجة استخدام استراتيجيات الاعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟
2. هل تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني استراتيجية الحوار لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟
3. هل تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني استراتيجية بناء الإجماع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟
4. ما درجة استخدام استراتيجية الإقناع من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، مكان السكن، العمر)؟

1.6 فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة لفحص الفرضيات التالية:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر.

1.7 أهمية الدراسة

الأهمية النظرية: تكتسب الدراسة أهميتها النظرية من خلال تقديم إطار مفاهيمي يرتبط باستراتيجيات الاتصال في مجال العلاقات العامة، مع التركيز على المؤسسة الأمنية الفلسطينية، وخاصة جهاز الأمن الوقائي. تسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة الفلسطينية بتأصيل نظري شامل حول دائرة العلاقات العامة، مما يجعلها إضافة علمية قيمة في مجال استراتيجيات الاتصال. ومن الجدير بالذكر أن الدراسة اعتمدت على نموذج رولر، الذي تم توظيفه واختباره كأداة جديدة في استراتيجيات الاتصال.

الأهمية التطبيقية: أما فيما يتعلق بالأهمية التطبيقية، فتظهر من خلال البحث والتحليل للاستراتيجيات الاتصالية المعتمدة من قبل جهاز الأمن الوقائي لتعزيز التواصل مع المجتمع المحلي. حيث تسلط الدراسة الضوء على أبرز تلك الاستراتيجيات وتوضح أهم وسائل الاتصال التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في الجهاز للتفاعل مع الجمهور المحلي. كما تستعرض الدراسة التحديات الرئيسية التي تواجه دائرة العلاقات العامة في جهودها للتواصل الفعال مع الجمهور المحلي.

1.8 أهداف الدراسة

يبرز الهدف الرئيسي للدراسة من خلال التعرف على دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، ومن ثم تبرز الأهداف الفرعية للدراسة على النحو التالي:

1. التعرف على درجة استخدام استراتيجية الاعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.
2. التعرف على درجة استخدام دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني استراتيجية الحوار لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.

3. التعرف على درجة استخدام دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني استراتيجية بناء الإجماع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.
4. التعرف على درجة استخدام استراتيجية الاقناع من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.
5. فحص مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، مكان السكن، العمر).

1.9 حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة على النحو التالي:

1. **الحدود البشرية للدراسة:** تتحدد الدراسة بشرياً من خلال الجمهور المحلي في محافظات الضفة الغربية (الاستبيان)، وممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي (المقابلة).
2. **الحدود المكانية للدراسة:** تتركز الدراسة مكانياً على المحافظات الفلسطينية في الضفة الغربية.
3. **الحدود الزمانية للدراسة:** تتمثل الحدود الزمانية للدراسة في الفترة الممتدة من السابع من أكتوبر 2023 (وهي بداية الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة وكذلك العدوان الإسرائيلي على الضفة الغربية) إلى منتصف العام 2024، حيث تعد تلك الفترة من الفترات المفصلية في تاريخ الشعب الفلسطيني نظراً للمخططات الإسرائيلية الهادفة لتصفية القضية الفلسطينية، وبالتالي تحتاج لجهود من المؤسسة الأمنية الفلسطينية لزيادة التواصل وتبادل الآراء مع المجتمع المحلي لتعزيز العلاقة بين الطرفين.
4. **الحدود الموضوعية للدراسة:** تتحدد الدراسة موضوعياً في دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.

1.10 الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية:

دراسة عبد الله (2024) بعنوان: **توظيف أجهزة العلاقات العامة الحكومية للأنشطة الاتصالية في التعامل مع الأزمات الأمنية.**

هدفت دراسة عبد الله (2024) إلى التعرف على مدى فاعلية أجهزة العلاقات العامة في الوزارات العراقية (الداخلية والدفاع) في التعامل مع الأزمات الأمنية التي تواجه الدولة العراقية بعد عام 2003، مع التركيز على الأنشطة والبرامج التي تنفذها هذه الأجهزة أثناء التعامل مع الأزمات الأمنية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون لتحليل الأنشطة الاتصالية التي قدمتها الوزارات محل الدراسة عبر صفحاتها الرسمية على موقع "فيسبوك" وصحيفتي "الحارس" و"خيمة العراق" للفترة من 30 يونيو 2023 إلى 31 ديسمبر 2023، وأظهرت النتائج أن استراتيجية "التقليل من شأن الحدث" جاءت في المرتبة الأولى كأبرز الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة، تليها استراتيجية "الأفعال التصحيحية" المرتبطة بنظرية إصلاح الصورة. كما تبين أن الأنشطة الاتصالية اتسمت بالطابع الإخباري من خلال توظيف قوالب إعلامية مثل الأخبار، والتقارير، والبيانات الإعلامية، مقارنة بالقوالب الإعلامية الأخرى.

دراسة فهد (2024) بعنوان: **برامج التربية الإعلامية الرقمية في العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية العراقية.**

هدفت دراسة فهد (2024) إلى الكشف عن برامج التربية الإعلامية الرقمية التي تُستخدم في العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية العراقية، مع التركيز على وزارة الداخلية باعتبارها مؤسسة حيوية في الحفاظ على الأمن المجتمعي والتواصل مع الجمهور الداخلي في مختلف المجالات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، حيث صُممت استمارة بحث شاملة لتعريف المبحوثين بمفهوم التربية الإعلامية الرقمية واستكشاف إمكانية تطبيقها في البرامج الاتصالية والصعوبات التي تواجه ذلك. شملت العينة 73 موظفًا من العاملين في دائرة

العلاقات والإعلام بوزارة الداخلية، بما في ذلك مسؤولي الأقسام والشعب الإدارية، لكونها الفئة الأكثر تحقيقاً لأهداف البحث. توصلت الدراسة إلى أن دائرة العلاقات والإعلام تولي اهتماماً كبيراً بتطبيق برامج التربية الإعلامية الرقمية باعتبارها جزءاً أساسياً من العمل الإعلامي. ومع ذلك، تواجه هذه الجهود تحديات مثل نقص الميزانيات المخصصة وضعف التنسيق مع مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

دراسة ذبيان (2023) دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للأجهزة الأمنية الأردنية:

هدفت دراسة ذبيان (2023) إلى استكشاف دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للأجهزة الأمنية الأردنية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المنهج المسحي. تمثل مجتمع الدراسة في الجمهور الأردني، وبلغ حجم العينة المتاحة 400 فرد. استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات وتحليلها. أظهرت النتائج أن استراتيجية "الإعلام" حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.01)، تليها استراتيجيات "الإقناع" (3.99)، "بناء الإجماع" (3.95)، و"الحوار" (3.84). كما تصدرت الأبعاد الوجدانية الناتجة لدى الجمهور الأردني مقارنة بالأبعاد السلوكية والمعرفية، حيث جاءت في المرتبة الأولى. من بين الوسائل الاتصالية، كان "فيسبوك" الأكثر استخداماً في تحسين الصورة الذهنية للأجهزة الأمنية بمتوسط حسابي (3.93%)، في حين كان "تويتر" الأقل استخداماً بمتوسط حسابي (3.26%). وأوضحت النتائج أن العامل الأكثر تأثيراً على تقييم الصورة الذهنية هو تسهيل العلاقات العامة الرقمية في الأجهزة الأمنية الأردنية للحصول على الخدمات إلكترونياً بمتوسط حسابي (4.17%)، بينما كان تحقيق الاتصال الفاعل في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.85%).

دراسة مصطفى (2023) بعنوان: فاعلية العلاقات العامة للسفارة اليابانية في العراق: دراسة تحليلية

للأنشطة الاتصالية لموقع السفارة اليابانية على الفيس بوك.

تتناول دراسة مصطفى (2023) فاعلية العلاقات العامة للسفارة اليابانية في العراق، حيث تهدف إلى تحليل الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها السفارة عبر موقعها على فيسبوك. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي،

وحددت مجموعة من الأهداف التي تسعى إلى تقديم إجابات علمية دقيقة، مستندة إلى أداة تحليل المضمون، التي تعد الأكثر ملاءمة لفحص هذه الأنشطة، وتضمن مجتمع الدراسة جميع منشورات السفارة اليابانية على فيسبوك، حيث تم اختيار عينة قصدية تتكون من المنشورات خلال الفترة من 1 أكتوبر 2022 إلى 31 ديسمبر 2022. وقد استخدمت الدراسة نظرية ترتيب الأولويات في تحليل هذه المنشورات، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن عدة استنتاجات، من أبرزها: الاستخدام الفعال للموقع الإلكتروني للسفارة من قبل العاملين في مجال العلاقات العامة، مما يعكس تفعيل الأنشطة الاتصالية بشكل عملي. كما تبين أن النص المصور كان الخيار المفضل نظرًا لسهولة نشره وتكاليفه المنخفضة. علاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أهمية استخدام الاستمالات العقلية من خلال استراتيجيات الإعلام للتأثير على الجمهور العراقي.

دراسة محمد (2022) بعنوان: دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة بالجامعات المصرية وعلاقته بتحسين صورتها الذهنية لدى الطلاب الوافدين.

تتناول دراسة محمد (2022) دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة في الجامعات المصرية، وكيفية تأثيرها على تحسين الصورة الذهنية لهذه الجامعات لدى الطلاب الوافدين. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة تتكون من (325) طالبًا وافدًا يدرسون في الجامعات المصرية، وأظهرت نتائج الدراسة أن أحد أبرز أسباب اختيار الطلاب الوافدين للدراسة في مصر هو حصولهم على "منحة من بلدي"، حيث احتل هذا السبب المرتبة الأولى، إذ مثل حوالي (49.5%) من إجمالي العينة. وفي المرتبة الثانية، جاء عنصر "توافر نوع الدراسة التي أرغب فيها في مصر"، بنسبة (41.8%)، أما بالنسبة للمصادر التي يعتمد عليها الطلاب الوافدون للحصول على معلومات كافية بشأن الدراسة في الجامعات المصرية، فقد تصدرت "مواقع الإنترنت" القائمة، محققة نسبة (41.5%). بينما جاء عنصر "أقارب درسوا في مصر" في المرتبة الثانية بنسبة (39.7%).

دراسة ازريقات (2022) بعنوان: الأدوات الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والإعلام بالشرطة ودورها في تعزيز العلاقة مع الإعلام.

هدفت الدراسة للتعرف على الأدوات الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والإعلام بالشرطة ودورها في تعزيز العلاقة مع الإعلام، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي، عبر أداة المقابلة، ونظرية بيرسون للحوار في العلاقات العامة، واختار الباحث عينة ممثلة لمجتمع الدراسة من خلال اختيار خمسة صحفيين من خمس محافظات فلسطينية، وتشير النتائج إلى أن إدارة العلاقات العامة والإعلام في الشرطة تستخدم أدوات اتصالية متنوعة، منها التقليدي ومنها الحديث، وإن أكثر الأدوات استخداماً هو تطبيق الواتس آب، وله اهتمام كبير في استخدام أدوات الاتصال المتنوعة، فلكل منها جمهوره ومتابعيه، كذلك سعي الإدارة بشكل مستمر إلى تطوير هذه الأدوات، مع عدم إهمال الأدوات التقليدية. وأظهرت النتائج أن عدم وجود لقاءات دورية وبرامج مرئية لإدارة العلاقات العامة في الشرطة تبتث عبر أكثر من محطة تلفازية؛ لتوضيح الأحداث التي تهم الرأي العام، وتتسبب في إثارة الجدل، وانتشار الشائعات حول هذه القضايا، مما يزيد العبء على الجهات الإعلامية الأخرى، ومواجهة إدارة العلاقات العامة والإعلام صعوبات في تجاوز المعوقات المتعلقة بالاحتلال الإسرائيلي، والتوزيع الجغرافي الذي فرضه الاحتلال، سواء على صعيد استعمال وتطوير المعدات والأدوات الاتصالية المستخدمة من قبل إدارة العلاقات، أو على صعيد سهولة وسرعة التحرك لتغطية بعض المناطق المصنفة "ج".

دراسة الزبيدي (2022) بعنوان: دور الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحقيق معايير التميز المؤسسي: دراسة تطبيقية.

تناولت دراسة الزبيدي (2022) دور الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحقيق معايير التميز المؤسسي. وتم تطبيق الدراسة على عينة من العاملين في وزارة الخارجية، بلغت 275 مبحوثاً، باستخدام أداة الاستبيان. وقد توصلت الدراسة إلى أن الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في

الوزارة تتمتع بنقاط قوة واضحة، تتمثل في الخضوع لعمليات ضبط وتحسين مستمرين. ومع ذلك، تم تحديد نقاط ضعف تتمثل في انخفاض مشاركة جميع دوائر الوزارة في تخطيط الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، كما أظهرت النتائج تأكيد توافر معايير القيادة والإدارة، والعلاقات والشراكات، والسياسات والإجراءات في وزارة الخارجية العراقية بدرجة متوسطة. وفيما يتعلق بمعيار التميز المؤسسي، المتعلق بالتميز القيادي وجودة تقديم الخدمة، فقد جاء بدرجة جيدة.

دراسة الزعبي (2022) بعنوان: دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية.

تناولت دراسة الزعبي (2022) دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية، حيث هدفت إلى استكشاف اتجاهات الجمهور نحو استخدام تقنيات الاتصال في هذه المؤسسات وقياس مدى قبولهم لها. اعتمدت الدراسة على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT) كإطار نظري، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث تم توزيعها إلكترونياً على عينة عشوائية تتكون من (415) فرداً. وكشفت النتائج أن الجمهور الأردني يميل إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة في المؤسسات الحكومية، ويرجع ذلك إلى سهولة استخدام هذه الوسائل. كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية معنوية بين اتجاه المستخدمين نحو التفاعل الإلكتروني مع وسائل الاتصال الحديثة وسهولة استخدامها. وفيما يتعلق بالمؤسسات التي يتفاعل معها الجمهور، فقد تصدرت النتائج ديوان الخدمة المدنية بنسبة (65.7%)، تلاه دائرة الأحوال المدنية والجوازات بنسبة (62.2%)، ثم المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي بنسبة (55.9%). بالإضافة إلى ذلك، أشارت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين بعض المتغيرات المرتبطة بصعوبة استخدام وسائل الاتصال الحديثة الخاصة بالمؤسسات الحكومية الأردنية من جهة، والسمات التي توفرها هذه الوسائل من جهة أخرى.

دراسة المعموري (2022) بعنوان: الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالسفارات الأجنبية: موقع السفارة الأمريكية بالعراق نموذجاً: دراسة تحليلية.

تتناول دراسة المعموري (2022) الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في السفارات الأجنبية، مع التركيز على السفارة الأمريكية في العراق كنموذج تحليلي. بالإضافة إلى رصد أهم الشخصيات الأمريكية المؤثرة التي تظهر على صفحة السفارة "U.S Embassy Baghdad" وخصائصها ودورها في هذا السياق، واعتمد الباحث على منهج المسح التحليلي، حيث قام بتحليل الأنشطة الاتصالية المتعلقة بالشأن العراقي على موقع السفارة الأمريكية على فيسبوك، وذلك خلال الفترة من 1 يونيو 2019 إلى 30 نوفمبر 2019. وقد بلغ مجموع الأنشطة الاتصالية الخاصة بالشأن العراقي (590) نشاطاً، وتشير نتائج الدراسة إلى أن القضايا السياسية تصدرت أجندة المواضيع الرئيسية التي تناولتها الأنشطة الاتصالية للسفارة الأمريكية في العراق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف تكوين صورة ذهنية إيجابية. كما أظهرت النتائج أن تحقيق صورة إيجابية عن السفارة كان الهدف الأساسي للأنشطة الاتصالية في هذا السياق.

دراسة كساسبة (2022) بعنوان: درجة تحقيق إدارة العلاقات العامة والإعلام في مديرية الأمن العام لأهداف التوعية الأمنية من وجهة نظر الشباب الجامعة الأردني.

تسعى دراسة كساسبة (2022) إلى التعرف على درجة تحقيق إدارة العلاقات العامة والإعلام في مديرية الأمن العام لأهداف التوعية الأمنية من منظور الشباب الجامعي الأردني. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث قام الباحثان بتطوير استبانة لقياس مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة والإعلام لأهداف التوعية الأمنية. وقد شمل مجتمع الدراسة جميع طلبة الجامعة الأردنية وجامعة اليرموك، بينما تكونت عينة الدراسة من (822) طالباً وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وأظهرت نتائج الدراسة أن درجة تحقيق إدارة العلاقات العامة والإعلام في مديرية الأمن العام لأهداف التوعية الأمنية جاءت مرتفعة من وجهة نظر الشباب الجامعي الأردني. كما كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة

تحقيق الأهداف المذكورة تعزى لمتغير الجنس، حيث كانت النتائج لصالح الإناث. في المقابل، لم تظهر النتائج فروقاً ذات دلالة إحصائية مرتبطة بمتغيري نوع الجامعة والسنة الدراسية.

دراسة الشهيب (2022) بعنوان: دور العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية في بناء الصورة الذهنية الإيجابية لعناصر الأمن لدى الجمهور السعودي: دراسة ميدانية.

تتناول دراسة الشهيب (2022) دور العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية السعودية في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية لعناصر الأمن لدى الجمهور السعودي، مع التركيز على منطقة مكة المكرمة ومحافظاتها. تهدف الدراسة إلى استكشاف الأنشطة والآليات ووسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة لتحسين هذه الصورة. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين أنشطة التطبيق ووسائل الاتصال ضمن برامج العلاقات العامة والصورة الذهنية الإيجابية لرجل الأمن. وهذا يعني أنه كلما كانت الأنشطة التي تقدمها إدارة العلاقات العامة أكثر فعالية، كانت الصورة الذهنية لرجل الأمن أكثر إيجابية، والعكس صحيح. كما أظهرت الدراسة أن تنظيم وظائف العلاقات العامة يقتصر على الوسائل الرقمية، مع التركيز الأكبر على تطبيقات مثل WhatsApp و Facebook، في حين كان التفاعل مع الجمهور عبر صفحات الإنترنت للمقرات الأمنية أقل. ومن ناحية أخرى، تبين عدم وجود برامج تدريبية مخصصة لأفراد الأمن تهدف إلى معالجة الصورة الذهنية السلبية. وقد كان التركيز في الأنشطة الموجهة للعلاقات العامة على القضايا الأمنية بشكل كبير. ومن خلال النتائج الميدانية، اتضح أن الصورة الذهنية لرجال الأمن كانت إيجابية لدى الجمهور في منطقة مكة المكرمة ومحافظاتها.

دراسة قطب (2021) بعنوان: أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية وعلاقتها بتعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين.

هدفت دراسة قطب (2021) إلى التعرف على دور أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية (وزارتي الدفاع والداخلية) في تعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين، بالإضافة إلى استكشاف أسباب استخدام المراهقين

لأنشطة العلاقات العامة وتفضيلاتهم لأدواتها ووسائلها والإقناعات الأكثر تأثيرًا لديهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح الوصفي وأداة استبيان، حيث تم تطبيقها على عينة مكونة من (400) مراهق ومراهقة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في الفئة العمرية (18-21 عامًا)، وأظهرت النتائج أن (54.8%) من العينة تتابع أنشطة العلاقات العامة للمؤسسات الأمنية بانتظام، بينما (43.8%) يتابعونها أحيانًا، و(1.4%) لا يتابعونها. فضل المشاركون وسائل مثل "الراديو" و"الصحف" بنسب متفاوتة بين وزارتي الدفاع والداخلية. كما أظهرت النتائج اهتمامًا كبيرًا من إدارات العلاقات العامة في الوزارتين بتدريب العاملين وتخصيص ميزانيات للتطوير المهني، وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية بين أنشطة العلاقات العامة في الوزارتين وتعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين.

دراسة الحاج (2021) بعنوان: مدى فعالية استخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف المؤسسة الأمنية الفلسطينية: صفحة جهاز الضابطة الجمركية عبر الفيسبوك نموذجًا.

تناولت دراسة الحاج (2021) فعالية أدوات العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف جهاز الضابطة الجمركية الفلسطينية من خلال تحليل صفحة الفيسبوك الخاصة بالجهاز. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم اختيار فترة الدراسة خلال شهر رمضان من عام 2020، وتم تحليل جميع المنشورات التي بلغت (75) منشورًا.

وأظهرت النتائج أن أدوات العلاقات العامة الرقمية كانت لها دور مهم في تغطية الأنشطة اليومية للجهاز، بالإضافة إلى تقديم محتوى توعوي للجمهور. فقد شكلت نسبة المنشورات الإخبارية (73%) من إجمالي المنشورات، بينما بلغت نسبة المنشورات التوعوية (18.6%). كما أن الاستمالات العاطفية شكلت (20%) من إجمالي المنشورات، في حين بلغت نسبة الاستمالات العقلية (6%). وقد أظهرت النتائج أيضًا أن (13.3%) من المنشورات كانت تحتوي على استمالات عاطفية وعقلية معًا. ومع ذلك، كان استخدام

الاستمالات العاطفية والعقلية في المنشورات ضعيفاً، حيث أن (52%) من المنشورات لم تتضمن أي نوع من الاستمالات.

دراسة جابر (2021) بعنوان: العلاقات العامة التسويقية للأحزاب السياسية الجديدة: دراسة تحليلية للأنشطة الاتصالية للأحزاب العراقية الجديدة في موقع فيس بوك:

استهدف الباحث التعرف على واقع عمل العلاقات العامة التسويقية في الأحزاب السياسية العراقية الجديدة بالإضافة إلى معرفة الأنشطة الاتصالية التي وظفتها في صفحاتها بموقع (الفيس بوك) لإيصال رسالة الحزب والتعريف بسياسته وبرامجه الانتخابية، من خلال استخدام المنهج الوصفي، عبر أداة تحليل المضمون، وكشفت نتائج البحث اهتمام القائمين على صفحات الأحزاب السياسية بالعناصر التعريفية لشكل الصفحة، إن صفحات التواصل الاجتماعي للأحزاب السياسية استطاعت أن توظف الأساليب الإقناعية بطريقة عشوائية دون علمها بآليات عمل تلك الأساليب وفعاليتها، إن الأحزاب السياسية وظفت موقع (الفيس بوك) بشكل رئيسي لإيصال أنشطتها وبرامجها ورؤيتها وتوجهاتها دون الالتفات إلى توظيف المواقع الإلكترونية الأخرى.

دراسة عاشور (2020) بعنوان: الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن.

استهدفت دراسة عاشور (2020) استكشاف طبيعة الأنشطة الاتصالية وأساليب العمل وفعالية البرامج والتحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في المنظمات الدولية التي تعمل في الأردن. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أدوات الاستبانة والمقابلة لجمع البيانات، حيث تم توزيع الاستبانة على جميع ممارسي العلاقات العامة في (15) منظمة دولية. وأظهرت النتائج أن هناك توافقاً بين العاملين في العلاقات العامة حول أساليب ممارسة الأنشطة في هذه المنظمات. وكشفت الدراسة أن الهاتف يُعتبر الوسيلة الأكثر تأثيراً في التواصل مع الجمهور، تليه الملصقات، ثم المجلات والإنترنت والصحف. بينما جاءت

وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة في المرتبة الأخيرة. كما أظهرت النتائج ارتفاع مستوى الاتفاق بين العاملين على أساليب ممارسة الأنشطة الاتصالية في المنظمات الدولية العاملة في الأردن.

دراسة الجنابي (2020) بعنوان: **توظيف العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية للفيسبوك في تغطية أنشطتها الاتصالية لمواجهة الشائعات: دراسة تحليلية.**

هدفت الدراسة إلى بيان توظيف العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية للفيسبوك في تغطية أنشطتها الاتصالية لمواجهة الشائعات دراسة تحليلية. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وتمثلت أداة الدراسة في استمارة تحليل المضمون، لتحليل مضمون (141) منشوراً من منشورات الصفحات الرسمية على الفيس بوك لقسم مكافحة الشائعات التابع لمديرية العلاقات والإعلام بوزارة الداخلية العراقية، وذلك في الفترة من (1-10-2019) إلى (31-3-2020). وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة قد استهدفت جمهوراً نوعياً بالدرجة الأولى، وتوزعت فئاته بين طلبة المدارس ثم منتسبو الأجهزة الأمنية، فالطلبة الجامعيين، وأخيراً الموظفون المدنيون بالمؤسسات والوزارات المختلفة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

دراسة Abdulsadek (2020) بعنوان:

The effectiveness of training programs on modern technology use in developing The performance of public relations practitioners in Egyptian and Bahraini government Egyptian.

تناولت الدراسة تحديد اتجاهات ممارسي العلاقات العامة تجاه فعالية برامج التدريب المتعلقة بتقنيات الاتصال الحديثة، بهدف تطوير أداء هؤلاء الممارسين في المؤسسات الحكومية في كل من مصر والبحرين. اعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبانة، حيث تم تطبيقها على عينة مكونة من (210) ممارسين للعلاقات العامة في هذه المؤسسات. وأسفرت النتائج عن أن التدريب على التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الحكومية

في مصر والبحرين أظهر العديد من الفوائد التي ساهمت في تنمية مهارات الممارسين. وأكدت الدراسة على اهتمام المؤسسات حالياً بفهم اتجاهات ممارسي العلاقات العامة تجاه المدربين، ومستوى رضاهم عن البرامج التدريبية المقدمة. كما أوضحت أهمية رفع المهارات التكنولوجية لدى ممارسي العلاقات العامة من خلال تقديم دورات تدريبية متخصصة في هذا المجال.

دراسة Zeqiri (2020) بعنوان:

Access and its contribution to achieving trust and satisfaction in inter-ethnic relationships

تناولت الدراسة أهمية دور استراتيجية الوصول في تعزيز العلاقات الإيجابية بين الحكومة والجمهور، وهي علاقات تستند إلى الثقة والرضا المتبادل. استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة، معتمدةً على إجراء مقابلات متعمقة. وأظهرت النتائج أن المواطنين الذين يفتقرون إلى الوصول الكافي إلى الحكومة ومؤسساتها يعانون من انعدام الثقة في الحكومة، ويعبرون عن عدم رضاهم تجاهها. بالإضافة إلى ذلك، أكدت النتائج على أن تبني استراتيجية الوصول يعد أمراً حيوياً لبناء علاقات مجتمعية إيجابية بين الحكومة والمواطنين، تستند إلى الثقة والرضا المتبادلين.

دراسة Bahtiar (2019) بعنوان:

The dimensionality of corporate communication management (CCM) A qualitative study from practitioners' perspectives in Malaysia.

وضعت الدراسة وضع تصور لإدارة الاتصالات المؤسسية وأبعادها من وجهة نظر الممارسين ، واستخدمت الدراسة المقابلات المتعمقة مع ممارسي واستشاريين في مجال الاتصالات المؤسسية كأداة لجمع البيانات ، وأشارت النتائج أن العلاقات العامة والعلاقات الإعلامية تخضع لإشراف مدير اتصالات بالمنظمة. كما أكدت النتائج على ارتباط وظيفة الإدارة باتصالات المؤسسة، وأن التواصل مع مجموعات المصالح الداخلية والخارجية هو مفهوم رئيسي في أنشطة الاتصال المؤسسي. كما تساهم إدارة الاتصالات المؤسسية بشكل

مباشر وغير مباشر في الارتقاء بالأداء التنظيمي، لذلك ينظر للاتصال المؤسسي كعنصرًا ذا قيمة كأداة إدارة استراتيجية للمؤسسة. (Karolin , 2019)

دراسة Karolin (2019) بعنوان:

Communicating the corporate strategy: An international benchmark study in the UK, the USA, and Germany.

استهدفت الدراسة فهم كيفية إيصال استراتيجيات المنظمة إلى مجموعات المصالح الداخلية والخارجية، وتحديد معايير الجودة للاتصال الاستراتيجي، بالإضافة إلى دعم الممارسين في تحسين أنشطتهم والمساهمة في تحقيق الأهداف التنظيمية. لتحقيق ذلك، تم إجراء تحليل شامل لمحتوى مواقع الويب الخاصة بعينة تضم أكبر (20) شركة مدرجة في كل من المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا. وأظهرت النتائج مجموعة من معايير جودة المحتوى التي تميز الاستراتيجية الاتصالية الفعالة، وهي: (تقديم المزيد من التفاصيل حول عناصر الاستراتيجية الاتصالية، ربط الأهداف الاستراتيجية بمؤشرات الأداء الرئيسية، تحديد إطار زمني لتحقيق الأهداف، اشتقاق الاستراتيجية من بيئة الأعمال، واستخدام نهج يراعي مجموعات المصالح المختلفة). وأكدت النتائج أن هذه المعايير توفر للممارسين قائمة مرجعية تعزز من قدرتهم على التواصل المهني الاستراتيجي، مما يساعدهم في مراجعة وتحسين أنشطتهم والمساهمة في تحقيق الأهداف التنظيمية في تواصلهم مع الجماهير.

1.11 التعقيب على الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع المبحوث، فيمكن تناول أهداف تلك الدراسات من خلال مجالات محددة وفي إطار مؤسستي محدد، فعلى سبيل المثال نجد دراسة مصطفى (2023) تركز على تحليل فعالية العلاقات العامة للسفارة اليابانية في العراق عبر صفحتها على فيس بوك. اما دراسة محمد (2022) فتبحث في دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة في الجامعات المصرية في

تحسين صورتها لدى الطلاب الوافدين، في حين تطرقت دراسة ازريقات (2022) الى استخدام الأدوات الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والإعلام بالشرطة لتعزيز العلاقة مع الإعلام، وتناولت دراسة الزبيدي (2022) دور الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحقيق التميز المؤسسي، أما دراسة الزعبي (2022) فبحثت في دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية، وجاءت دراسة المعموري (2022) لتستهدف أنشطة العلاقات العامة بالسفارات الأجنبية، مثال سفارة الولايات المتحدة في العراق، وكذلك دراسة كساسبة (2022) أوضحت فعالية العلاقات العامة والإعلام في مديرية الأمن العام الأردني في التوعية الأمنية للشباب الجامعي، في حين استهدفت دراسة الشهيب (2022) دور العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية في بناء الصورة الإيجابية لعناصر الأمن لدى الجمهور السعودي، وهدفت دراسة جابر (2021) الى التعرف على العلاقات العامة التسويقية للأحزاب السياسية الجديدة، مثال الأحزاب العراقية الجديدة على فيس بوك.

1.12 تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تركز الدراسة الحالية على دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، وهذا يمثل مجالاً جديداً لم يتم دراسته بشكل واضح في البحوث السابقة، ونرى كذلك بان تركيز الدراسات السابقة على مؤسسات وجهات مختلفة مثل السفارات، الجامعات، الشرطة، والأحزاب السياسية في مناطق مختلفة مثل مصر، الأردن، العراق، بينما في الدراسة الحالية يتم تطبيقها على مؤسسة أمنية في الأراضي الفلسطينية (الضفة الغربية)، وتتنوع الجماهير المستهدفة في الدراسات السابقة بين الطلاب الوافدين، والشباب الجامعي، والجمهور السعودي، والجمهور العراقي، بينما يتمحور جمهور الدراسة الحالية حول منتسبي جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في الضفة الغربية، وبالتالي تسعى الدراسة الحالية إلى توفير إضافة علمية من خلال تحليل دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، مما قد يسهم في تطوير استراتيجيات الاتصال العامة في المؤسسات الأمنية والحكومية الأخرى، وعليه تقدم الدراسات السابقة إسهامات في مجالات مختلفة من العلاقات العامة والاتصالات، مما يعكس تنوع البحوث في هذا المجال، من هنا تتميز الدراسة الحالية في

تقديمها إسهامًا جديدًا وفريدًا في مجال العلاقات العامة من خلال تركيزها على جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني وتحليل استراتيجياته في التواصل مع المجتمع المحلي، مما يميزها عن الدراسات السابقة التي تركزت على مجالات وجهات مختلفة.

الفصل الثاني

الطريقة والإجراءات

2.1 المقدمة

يتناول هذا الفصل المنهجية التي اعتمدها الباحث في هذه الدراسة، حيث تشمل هذه المنهجية مجتمع الدراسة وعينتها، بالإضافة إلى وصف الأدوات والإجراءات المستخدمة في تنفيذ الدراسة، فضلاً عن المعالجات الإحصائية الضرورية لتحليل البيانات.

2.2 منهجية الدراسة

استند الباحث في إعداد هذه الدراسة إلى المنهج المختلط (الكمي والنوعي)، فمن خلال المنهج الكمي تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف متغيرات الدراسة ويعتمد هذا المنهج على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين، سواء بطريقة كمية أو نوعية، خلال فترة زمنية محددة أو على مدى عدة فترات، بهدف التعرف على هذه الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، ويسعى هذا النوع من البحوث إلى الوصول إلى نتائج وتعميمات تسهم في فهم الواقع وتطويره، حيث يهدف إلى التعرف على الظواهر وزيادة هذا الفهم وتعميقه، بالإضافة إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة وكشف جوانبها وأبعادها المختلفة، ويعتمد المنهج التحليلي على تفكيك المتغيرات الأساسية للظاهرة موضع الدراسة، ومن ثم دراستها بأسلوب متعمق يجري من خلاله استنباط أسس أو معايير، أو أحكام، أو قواعد يمكن عن طريقها الوصول إلى تعميمات تساعد في حل المشكلات، ويتطلب ذلك من الباحث استخدام المعلومات والحقائق لتقديم رؤى نقدية تعالج الموضوع في إطار متعمق مع الأخذ في الاعتبار أن العلاقة بين الوصفية والتحليلية هي تكاملية (الراجي، 2023)، وذلك باستخدام مقاييس كمية من خلال أداة الدراسة الأولى (الاستبانة)، بالإضافة إلى ذلك استخدم الباحث أداة الدراسة الثانية (المقابلات) بهدف التعبير النوعي عن متغيرات الدراسة والإجابة عن أسئلتها وفرضياتها استناداً على آراء شريحة من الأشخاص ذو الصلة والعلاقة بموضوع الدراسة، ثم ستحلل

هذه المقابلات لبيان دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي من خلال الاعتماد على معايير تحليل آراء العينة التي شملتها المقابلات، وهذا ما يلائم أغراض الدراسة الحالية من خلال استخدام أدوات الدراسة الاستبانة والمقابلة.

2.3 مجتمع الدراسة

المجتمع في الدراسة الحالية ينقسم إلى قسمين: ففي القسم الأول (الاستبانة) تكون من الجمهور المحلي في محافظات الضفة الغربية، اما فيما يتعلق بأداة الدراسة الثانية (المقابلة) فتمثل مجتمع الدراسة في ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي في الضفة الغربية.

2.4 عينة الدراسة

أولاً: العينة القصدية: وتعتمد على نوع من الاختيار المقصود حيث يعتمد الباحث أن تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، ومن الملاحظ أن العينة القصدية هي أكثر العينات استخداماً نظراً لسهولة الوصول للمفردات، بالإضافة إلى اعتقاد الباحث بأن هذه المفردات تحديداً هي الأقدر على تزويده بالبيانات التي يحتاجها في دراسته (القحطاني، 2020). وفي الدراسة الحالية تكون العينة القصدية هي للمقابلات مع ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي، إذ تم اختيار عينة مكونة من (6) من ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي في الضفة الغربية.

ثانياً: العينة المتاحة: وهي عينة يتم استخدامها عندما يكون المجتمع كبير وفي مكان جغرافي واسع وبالتالي من الصعب الوصول للمجتمع أو احصاءه بشكل صحيح، وبالتالي سيستخدم تلك العينة مع الجمهور الخارجي كونه ممتد على كافة أراضي الضفة الغربية، إذ تم اختيار عينة مكونة من (400) فرداً من الجمهور المحلي في محافظات الضفة الغربية، وهي عينة متاحة نظراً لكون المجتمع يتوزع على مناطق ومدن عديدة وبالتالي من الصعب جدا الحصول على معلومات كاملة وواقعية عنه، وتكونت العينة من (400) استبانة صالحة

للتحليل، بما يعني ان نسبة الاستجابة كانت (100%) من مجموع الاستبانات التي تم تعبئتها، بعد ان تم التأكد من صحتها وتعبئتها بالشكل الصحيح.

وتم تحديد حجم العينة اللازمة لإجراء الدراسة الميدانية عليها، والتي بلغت (400) مفردة، وفق المعادلة الإحصائية الخاصة بالمجتمع المعلوم الآتية:

$$n = \frac{N * p(1 - p)}{[(N - 1) (d^2 / z^2) + p(1 - p)]} \dots\dots\dots (1)$$

مصدر المعادلة: (Steven, 2012, p59).

حيث:

n: حجم العينة

N: حجم المجتمع

Z: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.05، ومستوى الثقة 0.95 = 1.96

d: نسبة الخطأ = 0.05

P: القيمة الاحتمالية = 0.50

2.5 أدوات الدراسة

أولاً: الاستبانة:

استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة، حيث تعتبر هذه الأداة فعّالة لجمع المعلومات بدون تدخل مباشر من الباحث. تتكون الاستبانة من مجموعة من الأسئلة أو الفقرات التي تم صياغتها وفق أسس منهجية، مما يتيح إمكانية تحليلها واستخراج النتائج اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة، وكان الهدف الرئيسي من استخدام الاستبانة هو التعرف على دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني

في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، ولإعداد هذه الاستبانة، استند الباحث إلى الأدب النظري واستعرض متغيرات الدراسة، مما أدى إلى صياغة فقرات الاستبانة التي تتكون من قسمين رئيسيين: **القسم الأول:** يتضمن معلومات أولية عن أفراد عينة الدراسة، حيث يحتوي على بيانات ديمغرافية مثل (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، مكان السكن، العمر).

القسم الثاني: يتكون من أسئلة متنوعة تهدف إلى جمع المعلومات المتعلقة بدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، وذلك من خلال عدة محاور تتعلق بفرضيات وأسئلة الدراسة. يستخدم هذا القسم مقياس ليكرت الخماسي، الذي يبدأ بتصنيف الإجابات كالتالي:

- (غير موافق بشدة) تعطي درجة واحدة (1).

- (غير موافق) تعطي درجتين (2).

- (محايد) تعطي ثلاث درجات (3).

- (موافق) تعطي أربع درجات (4).

- (موافق بشدة) تعطي خمس درجات (5).

يتألف هذا القسم من أربعة محاور رئيسية هي:

المحور الأول: استراتيجية الإعلام، والذي يحتوي على (8) فقرات مختلفة.

المحور الثاني: استراتيجية الحوار، والذي يحتوي على (10) فقرات مختلفة.

المحور الثالث: استراتيجية بناء الإجماع، والذي يحتوي على (9) فقرات مختلفة.

المحور الرابع: استراتيجية الإقناع، والذي يحتوي على (12) فقرة مختلفة.

صدق الاستبانة:

لجأ الباحث إلى استخدام صدق المحكّمين، المعروف أيضًا بالصدق المنطقي، من خلال عرض المقياس على (4) محكمين متخصصين ملحق (أ)، وكان الهدف من ذلك التأكد من ملاءمة المقياس للأهداف التي أُعدّ من أجلها، وكذلك للتأكد من دقة صياغة الفقرات، كما تم طلب آراء المحكّمين بشأن فقرات الدراسة، مما استدعى إجراء تعديلات، وإلغاء بعض الفقرات، وحذفها ملحق (ب)، بناءً على ملاحظاتهم، تم تعديل أداة الدراسة لتصبح بصيغتها النهائية، والتي تم توزيعها بعد ذلك على أفراد العينة، وأجمع جميع المحكّمين على صلاحية الفقرات، مع القيام ببعض التعديلات اللغوية، لتظهر في صورتها النهائية ملحق (ج).

ثبات الاستبانة:

استخدم الباحث أسلوب الاتساق الداخلي من خلال تطبيق معادلة كرونباخ ألفا، حيث أظهر معامل ثبات الاتساق الداخلي للاستبانة ككل قيمة بلغت (0.979). تشير هذه النتيجة إلى صلاحية الأداة المستخدمة في الدراسة، ومن المهم الإشارة إلى أن معاملات الثبات لمجالات الدراسة المختلفة تراوحت بين (0.944) و(0.950)، والجدول الآتي يوضح النتائج الخاصة بذلك.

جدول (1)

معاملات ثبات محاور الاستبانة بطريقة كرونباخ ألفا

المحاور	معامل ثبات كرونباخ ألفا
المحور الأول: استراتيجية الاعلام	0.945
المحور الثاني: استراتيجية الحوار	0.947
المحور الثالث: استراتيجية بناء الإجماع	0.944
المحور الرابع: استراتيجية الإقناع	0.950
الأداة ككل	0.979

وفيما يأتي وصف لخصائص عينة الدراسة حسب متغيراتها الديمغرافية وهي كما يلي:

جدول (2)

توزيع عينة الدراسة بحسب متغيرات الدراسة الديمغرافية

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	242	60.5
	انثى	158	39.5
المجموع		400	100
المؤهل العلمي	ثانوية فأقل	18	4.5
	دبلوم	33	8.3
	بكالوريوس	215	53.8
	دراسات عليا	134	33.5
	المجموع	400	100
مكان السكن	مدينة	139	34.8
	قرية	193	48.3
	بلدة	52	13.0
	مخيم	16	4.0
المجموع		400	100
العمر	22 سنة فأقل	69	17.3
	من 23- أقل من 30 سنة	198	49.5
	من 30- أقل من 40 سنة	96	24.0
	40 سنة فأكثر	37	9.3
المجموع		400	100

توضح النتائج الواردة في الجدول السابق الأمور التالية:

- أظهرت البيانات أن نسبة الذكور كانت أعلى من نسبة الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور (60.5%)، في حين وصلت نسبة الإناث إلى (39.5%) من إجمالي العينة التي شملتها الدراسة.
- بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي، كانت النسبة الأكبر من المشاركين في الدراسة تحمل مؤهل (بكالوريوس)، حيث بلغت نسبتهم (53.8%) من العينة. تلتهم الفئة الحاصلة على (دراسات عليا)

بنسبة (33.5%)، ثم (دبلوم) بنسبة (8.3%)، وأدنى نسبة كانت للمؤهل (ثانوية فأقل) والتي بلغت (4.5%).

• فيما يتعلق بمتغير مكان السكن، كانت النسبة الأكبر من العينة من سكان (القرية)، حيث بلغت نسبتهم (48.3%). تلاهم سكان (المدينة) بنسبة (34.8%)، ثم سكان (البلدة) بنسبة (13%)، في حين كانت أقل نسبة لسكان (المخيم) والتي بلغت (4%).

• بالنسبة لمتغير العمر، كانت النسبة الأكبر من العينة في الفئة العمرية (من 23- أقل من 30 سنة)، حيث بلغت نسبتهم (49.5%). تلتهم الفئة العمرية (من 30- أقل من 40 سنة) بنسبة (24%)، ثم الفئة (22 سنة فأقل) بنسبة (17.3%)، وأدنى نسبة كانت للفئة العمرية (40 سنة فأكثر) والتي بلغت (9.3%) من العينة.

اما فيما يتعلق بمدى متابعة عينة الدراسة للصفحات الالكترونية التابعة لجهاز الأمن الوقائي على شبكات التوصل الاجتماعي فالجدول التالي يوضح النتائج:

جدول (3)

توزيع عينة الدراسة بحسب مدى متابعتها للصفحات الالكترونية التابعة لجهاز الأمن الوقائي على شبكات التوصل الاجتماعي

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية %
أتابع		252	63.0
مدى متابعتك للصفحات الالكترونية التابعة لجهاز الأمن الوقائي على شبكات التوصل الاجتماعي	لا أتابع	55	13.8
	أتابع أحياناً	93	23.3
	المجموع	400	100

توضح النتائج في الجدول السابق بأن (63%) من المبحوثين ضمن عينة الدراسة كانوا يتابعون الصفحات الالكترونية التابعة لجهاز الأمن الوقائي، بينما بلغ نسبة من يتابعونها أحياناً (23.3%) من عينة الدراسة، وأقلها كانت للمبحوثين الذين لا يتابعون الصفحات بنسبة (13.8%) من العينة التي شملتها الدراسة.

ثانياً: المقابلة:

من اجل تدعيم نتائج البحث والتعمق في الإجابة عن تساؤلاته رأى الباحث بضرورة استطلاع آراء طرفي العلاقة في موضوع البحث، فمن خلال اداة الاستبيان تم استطلاع آراء الجمهور الخارجي (المجتمع المحلي)، وبالتالي كان لا بد من استطلاع آراء الجمهور الداخلي (ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي) لاستطلاع آرائهم حول موضوع الدراسة وربط نتائج الطرفين خلال الدراسة، وبالتالي عمد الباحث إلى إجراء مقابلات مع ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي، حيث تم اختيار عينة مكونة من (6) من ممارسي العلاقات العامة في الجهاز.

2.6 خطوات تطبيق وإجراء الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة وفق تسلسل محدد يتضمن الخطوات التالية:

- تم تحديد موضوعات الدراسة وأهدافها بشكل دقيق.
- تمت مراجعة الأدب التربوي والدراسات السابقة ذات الصلة لتكوين قاعدة معرفية شاملة.
- تم اختيار المناهج البحثية المناسبة التي تضمن تحقيق أغراض الدراسة.
- تم تعريف مجتمع الدراسة بشكل واضح لتحديد الفئة المستهدفة.
- تم تحديد حجم العينة وطريقة اختيارها بدقة لضمان تمثيل العينة.
- تم التواصل مع الجهات ذات الصلة للحصول على الموافقات اللازمة لتطبيق الدراسة وجمع البيانات.
- تم تطوير أدوات الدراسة، مثل الاستبانة، مع التأكد من صدقها وثباتها، وتوزيعها بصورتها النهائية على الجمهور المحلي في محافظات الضفة الغربية. كما تم إعداد أداة المقابلة وتنفيذها مع ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي.

- تم جمع البيانات الكمية وتفرغها باستخدام برنامج (SPSS) لتحليلها، في حين تم تحليل البيانات النوعية والإجابة عن أسئلة الدراسة.

- تم التعليق على النتائج ومناقشتها، والخروج بالتوصيات بناءً على ما تم التوصل إليه من استنتاجات.

2.7 المعالجات الإحصائية

للإجابة عن تساؤلات الدراسة، استخدم الباحث برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتم تطبيق المعالجات الإحصائية التالية:

1. التكرارات والنسب المئوية: تم حساب التكرارات والنسب المئوية، بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

2. حساب صدق الاستبانة: تم تقييم صدق الاستبانة من خلال صدق المحكمين والصدق العاملي الاستكشافي.

3. حساب ثبات الاستبانة: تم استخدام معادلة "كرونباخ ألفا" (Cronbach's Alpha) لحساب ثبات الاستبانة.

4. اختبار العينة الواحدة: تم تطبيق اختبار (One Sample t-test) لفحص الفروق في استجابات عينة الدراسة تجاه دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، وذلك في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.

5. اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين: استخدم الباحث اختبار (Independent Samples t-test) لاختبار الفرضيات المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية ذات المستويين، مثل النوع الاجتماعي.

6. تحليل التباين الأحادي: تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لفحص الفرضيات المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية التي تشمل أكثر من مستويين، مثل المؤهل العلمي، ومكان السكن، والعمر.

7. اختبار (LSD) للمقارنات البعدية: تم استخدام اختبار (LSD) لإجراء المقارنات البعدية بين المجموعات.

2.8 متغيرات الدراسة

أ. المتغيرات الديمغرافية:

- النوع الاجتماعي وله مستويان هما: (ذكر وأنثى).
- المؤهل العلمي وله اربع مستويات وهي: (ثانوية فأقل، دبلوم، بكالوريوس، دراسات عليا).
- مكان السكن وله اربع مستويات وهي: (مدينة، قرية، بلدة، مخيم).
- العمر وله اربع مستويات وهي: (22 سنة فأقل، من 23 سنة- اقل من 30 سنة، من 30- اقل من 40 سنة، 40 سنة فأكثر).

ب. المتغير المستقل: وتتمثل في دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني.

ت. المتغير التابع: وتتمثل في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة

3.1 المقدمة

تناولت في هذا الفصل مجموعة من الموضوعات المهمة المتعلقة بدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني. حيث تم استعراض نتائج التحليل الكمي الذي تم من خلاله استخدام أداة الدراسة وهي الاستبانة، وقد تناول أسئلة الدراسة الرئيسية بشكل منظم، إذ تم بداية الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيسي على: "ما دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟"، وقد تم تناول النتائج المتعلقة بالسؤال الأول الذي يتناول درجة استخدام استراتيجية الإعلام من قبل دائرة العلاقات العامة لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، كما تم تحليل النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني، والذي يتناول ما إذا كانت دائرة العلاقات العامة تطبق استراتيجية الحوار لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.

إضافة إلى ذلك، تم استعراض النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث الذي يستفسر عن استخدام دائرة العلاقات العامة لاستراتيجية بناء الإجماع، وكذلك النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع حول درجة استخدام استراتيجية الإقناع من قبل دائرة العلاقات العامة لتعزيز الاتصال مع المجتمع المحلي، كما تم تناول الفروق ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات الباحثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال، والتي تعزى لمتغيرات مثل النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، مكان السكن، والعمر.

وعلاوة على ذلك، تم تناول نتائج التحليل الكمي من خلال أداة الدراسة الأخرى وهي المقابلة. حيث تم تقسيم المحاور إلى عدة جوانب تتعلق بدور دائرة العلاقات العامة في التواصل والاتصال مع المجتمع المحلي. ففي المحور الأول، تم التركيز على دور دائرة العلاقات العامة في هذا السياق، بينما تناول المحور الثاني

استراتيجية دائرة العلاقات العامة الإعلامية لتعزيز العلاقة مع الجمهور الفلسطيني، كما تم استعراض استراتيجية الحوار التي تتبعها دائرة العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الفلسطيني، والتي تم تناولها في المحور الثالث. وفي المحور الرابع، تم التركيز على استراتيجية العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لبناء إجماع ودعم من المواطنين.

أما المحور الخامس، فقد تناول استراتيجية دائرة العلاقات العامة لبناء علاقات ثقة وتفاهم وحوار جاد مع المجتمع المحلي، فيما يتعلق بالقضايا التي تهم المواطنين والأزمات والتحديات التي تواجههم. كما تم استعراض جهود دائرة العلاقات العامة في تطبيق استراتيجية الإقناع في المحور السادس، وبالإنتقال إلى المحور السابع، تم تناول الصورة الذهنية عن الجهاز لدى الجمهور، بالإضافة إلى المحور الثامن الذي احتوى على مقترحات وتوصيات لتطوير دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، بهدف تحسين استراتيجياتها الاتصالية مع الجمهور والمواطنين.

3.2 نتائج التحليل الكمي (أداة الدراسة: الاستبانة)

أولاً: النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

في إطار الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيسي والأسئلة الفرعية المرتبطة به، تم استخراج النتائج المتعلقة بمحاور أداة الدراسة (الاستبانة) استناداً إلى إجابات عينة الدراسة المختارة. وقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفترات المحاور. ولتحديد الفترات التي تفصل بين الدرجات المرتفعة والمنخفضة، قام الباحث بحساب طول المدى كالتالي: $(5 - 1 = 4)$ ثم قسّم هذا الطول على خمس فترات، مما أدى إلى نتيجة $(5/4 = 0.8)$. وبالتالي، أصبح طول الفترة (0.8) . بناءً على ذلك، اعتمد الباحث التصنيف التالي لتحديد درجات الأداء، كما هو موضح أدناه:

- المتوسط الحسابي (21.4 فأكثر، ما يعادل 84.2% فأعلى): درجة كبيرة جداً.

- المتوسط الحسابي (41.3 - 20.4، ما يعادل 68.2% - 84.0%): درجة كبيرة.

- المتوسط الحسابي (61.2 - 40.3، ما يعادل 52.2% - 68.0%): درجة متوسطة.

- المتوسط الحسابي (81.1 - 60.2، ما يعادل 36.2% - 52.0%): درجة قليلة.

- المتوسط الحسابي (أقل من 81.1): درجة قليلة جدًا.

أما الأساس الذي تم الاعتماد عليه في توزيع هذه الفئات، فهو الوصف الإحصائي الذي يستند إلى توزيع المتوسطات بين فئات التدرج وفق مقياس ليكرت الخماسي. يبدأ هذا المقياس بالدرجة (أوافق بشدة) التي تعادل 5 درجات، تليها (أوافق) وتعادل 4 درجات، ثم (لا رأي) وتعادل 3 درجات، يليها (أعارض) وتعادل درجتين، وينتهي بـ (أعارض بشدة) التي تعادل درجة واحدة فقط، بشكل متساوٍ.

نصّ سؤال الدراسة الرئيسي على: "ما دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟"

لتحقيق الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيسي والوصول إلى النتائج الشاملة المتعلقة بدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، تم إجراء حسابات للتكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجات الموافقة المرتبطة بإجابات العينة المختارة، يوضح الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب الخاصة بمحاور الدراسة بشكل كامل.

جدول (4)

يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة والدرجة الكلية

رقم البعد	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	المستوى
1	استراتيجية الاعلام	3.92	0.798	78.4	كبيرة
2	استراتيجية الحوار	3.91	0.733	78.2	كبيرة
3	استراتيجية بناء الإجماع	3.91	0.825	78.2	كبيرة
4	استراتيجية الإقناع	3.96	0.703	79.2	كبيرة
	الدرجة الكلية	3.93	0.729	78.6	كبيرة

تظهر نتائج الجدول (4) أن محور استراتيجية الإقناع احتل المرتبة الأولى، حيث بلغ متوسطه الحسابي (3.96) ونسبته المئوية (78.6%)، مما يشير إلى درجة موافقة كبيرة. في المرتبة الثانية، جاء محور استراتيجية الإعلام بمتوسط حسابي قدره (3.92) ونسبة مئوية (78.4%)، مع الإشارة إلى درجة موافقة كبيرة أيضاً. بينما احتل المحوران استراتيجيتي الحوار واستراتيجية بناء الإجماع المرتبة الثالثة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.91) ونسبة مئوية (78.2%).

أما بالنسبة للإجابة عن السؤال الرئيسي المتمثل في "ما دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟"، فقد بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.93) ونسبته المئوية (78.6%)، مما يدل على وجود دور كبير للعلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي.

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما درجة استخدام استراتيجية الاعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم تصميم المحور الأول من الدراسة ليشمل (8) فقرات متنوعة تهدف إلى قياس مدى استخدام استراتيجية الإعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، وقد تم ذلك من منظور عينة الدراسة. وتم حساب التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجات الموافقة على إجابات العينة، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية الاعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	المستوى
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بنشر الوعي بين المواطنين حول القضايا التي تهمهم.	4.08	0.966	81.6	كبيرة
2	أشعر أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تسعى لتشكيل آراء الجمهور حول القضايا المطروحة.	3.90	0.890	78	كبيرة
3	تسهل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي حصول الجمهور على البيانات والمعلومات.	3.81	0.974	76.2	كبيرة
4	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي شبكات التواصل الاجتماعي كاستراتيجية في التواصل مع الجمهور.	4.10	0.880	82	كبيرة
5	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإبراز إنجازات الجهاز وجهوده في خدمة المجتمع.	4.11	0.883	82.2	كبيرة
6	تضع دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي روابط الكترونية لصفحات الجهاز الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي.	3.92	0.907	78.4	كبيرة
7	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المقابلات الإذاعية للتواصل مع المواطنين.	3.74	1.020	74.8	كبيرة
8	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المقابلات التلفزيونية للتواصل مع المواطنين.	3.73	0.991	74.6	كبيرة
	الدرجة الكلية لمحور استراتيجية الاعلام	3.92	0.798	78.4	كبيرة

يتبين من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محور استراتيجية الإعلام تراوحت بين (3.73-4.11)، حيث اشتملت على (8) فقرات حصلت جميعها على مستوى عالٍ من الموافقة.

جاءت الفقرة التي تقول "تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإبراز إنجازات الجهاز وجهوده في خدمة المجتمع" في المرتبة الأولى، حيث سجلت متوسطاً حسابياً قدره (4.11) ونسبة مئوية (82.2%)،

مما يدل على درجة موافقة كبيرة. تلتها الفقرة "تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي شبكات التواصل الاجتماعي كاستراتيجية في التواصل مع الجمهور"، التي جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.10) ونسبة مئوية (82%)، مع مستوى عالٍ من الموافقة أيضًا.

أما الفقرة "تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بنشر الوعي بين المواطنين حول القضايا التي تهمهم"، فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.08) ونسبة مئوية (81.6%)، مما يعكس أيضًا درجة موافقة كبيرة. فيما جاءت الفقرة "تضع دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي روابط إلكترونية لصفحات الجهاز الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.92) ونسبة مئوية (78.4%)، محققة مستوى عالٍ من الموافقة. أما الفقرة الأخيرة "تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المقابلات التلفزيونية للتواصل مع المواطنين"، فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.73) ونسبة مئوية (74.6%)، مع درجة موافقة كبيرة.

بشكل عام، بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور استراتيجية الإعلام (3.92) وبنسبة مئوية (78.4%)، مما يدل على أن درجة استخدام استراتيجية الإعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبيرة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: هل تطبق دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني

استراتيجية الحوار لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

للإجابة عن السؤال الثاني من الدراسة، تم تصميم المحور الثاني ليشمل (10) فقرات متنوعة تهدف إلى قياس مستوى تطبيق دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لاستراتيجية الحوار، وذلك لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي وفقًا لوجهة نظر العينة المختارة. وقد تم حساب التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجات الموافقة على إجابات العينة، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية الحوار من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالرد على أسئلة وتعليقات الجمهور.	3.66	0.927	73.2	كبيرة
2	توفر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي وسائل للاتصال بالجهاز.	3.88	0.827	77.6	كبيرة
3	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الندوات كوسيلة اتصال مع الجمهور.	3.95	0.879	79	كبيرة
4	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المؤتمرات كوسيلة اتصال مع الجمهور.	3.90	0.914	78	كبيرة
5	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي برامج المسؤولية المجتمعية (الاجتماعية والاقتصادية والبيئية) لتعزيز الحوار مع المجتمع المحلي.	3.98	0.830	79.6	كبيرة
6	تشارك دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين في عملية صنع القرار من خلال أخذ آرائهم حول الخطط المستقبلية.	3.81	0.902	76.2	كبيرة
7	تستجيب دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لشكاوى المواطنين مباشرة.	3.97	0.887	79.4	كبيرة
8	تعمل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على حل مشكلات المواطنين التي يبلغون عنها.	3.99	0.968	79.8	كبيرة
9	تهتم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بأراء المواطنين وتأخذ بملاحظاتهم.	3.94	0.898	78.8	كبيرة
10	تعزز دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي من التواصل اليومي مع المواطنين عبر مختلف الوسائل الاتصالية المتوفرة (المؤتمرات والندوات والمعارض.. الخ).	3.98	0.874	79.6	كبيرة
الدرجة الكلية لمحور استراتيجية الحوار		3.91	0.733	78.2	كبيرة

يتضح من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة على محور استراتيجية الحوار تتراوح

بين (3.66-3.99)، حيث تضمنت (10) فقرات حصلت جميعها على مستوى عالٍ من الموافقة.

احتلت الفقرة "تعمل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على حل مشكلات المواطنين التي يبلغون عنها" المرتبة الأولى، حيث سجلت متوسطاً حسابياً قدره (3.99) ونسبة مئوية (79.8%)، مما يدل على درجة موافقة كبيرة. تلتها الفقرات "تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي برامج المسؤولية المجتمعية (الاجتماعية والاقتصادية والبيئية) لتعزيز الحوار مع المجتمع المحلي" و"تعزز دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي التواصل اليومي مع المواطنين عبر مختلف الوسائل الاتصالية المتوفرة (المؤتمرات والندوات والمعارض وغيرها)"، حيث جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.98) ونسبة مئوية (79.6%)، مع مستوى عالٍ من الموافقة أيضاً.

أما الفقرة "تستجيب دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لشكاوى المواطنين مباشرة"، فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (3.79) ونسبة مئوية (79.4%)، مما يعكس درجة موافقة كبيرة. تلاها الفقرة "تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الندوات كوسيلة اتصال مع الجمهور"، حيث سجلت متوسطاً حسابياً (3.95) ونسبة مئوية (79%)، مما يدل على موافقة كبيرة أيضاً. أما الفقرة الأخيرة "تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالرد على أسئلة وتعليقات الجمهور"، فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.66) ونسبة مئوية (73.2%)، مع درجة موافقة كبيرة.

بشكل عام، بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور استراتيجية الحوار (3.91) وبنسبة مئوية (78.2%)، مما يدل على أن درجة تطبيق دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لاستراتيجية الحوار لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبيرة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: هل تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني

استراتيجية بناء الإجماع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

للإجابة عن السؤال الثالث من الدراسة، تناول المحور الثالث (9) فقرات متنوعة تهدف إلى قياس مدى استخدام دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لاستراتيجية بناء الإجماع، وذلك لتعزيز

استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، من وجهة نظر العينة التي تم اختيارها للدراسة. تم حساب التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة المتعلقة بإجابات أفراد العينة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية بناء الاجماع من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين.	4.04	0.943	80.8	كبيرة
2	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقضايا معينة تواجه الجهاز.	3.92	0.927	78.4	كبيرة
3	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقوانين معينة يسعى الجهاز لتطبيقها.	3.96	0.957	79.2	كبيرة
4	تتيح دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفرصة للمواطنين لتقديم مقترحاتهم وآرائهم حول القضايا المجتمعية	3.86	1.006	77.2	كبيرة
5	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإجراء دراسات استطلاعية للتعرف على احتياجات المواطنين والتحديات التي تواجههم.	3.90	1.019	78	كبيرة
6	تترود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين بمعلومات حول النشاطات التي يقوم بها الجهاز في خدمتهم.	4.05	0.946	81	كبيرة
7	تحت دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين على التبليغ عن التصرفات السلبية - إن وجدت - من قبل أي فرد من أفراد الجهاز.	3.87	1.032	77.4	كبيرة
8	تقوم دائرة العلاقات العامة ببناء علاقات استراتيجية بين جهاز الأمن الوقائي والجمهور الخارجي من خلال التركيز على القضايا التي تحظى بإجماع الجمهور كالحفاظ على أمن المواطنين.	3.81	1.036	76.2	كبيرة
9	أشعر أن هناك أرضية مشتركة في الحوار بيننا كجمهور وبين جهاز الأمن الوقائي في العديد من القضايا.	3.83	1.047	76.6	كبيرة
الدرجة الكلية لمحور استراتيجية بناء الاجماع		3.91	0.825	78.2	كبيرة

يتضح من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة المتعلقة بمحور استراتيجية بناء الإجماع تراوحت بين (4.04) و(3.81)، حيث تضمنت (8) فقرات، وقد أظهرت جميعها مستوى مرتفعاً من الموافقة.

في المرتبة الأولى، جاءت فقرة "تزود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين بمعلومات حول النشاطات التي يقوم بها الجهاز في خدمتهم" بمتوسط حسابي قدره (4.05) وبنسبة مئوية بلغت (81%)، مما يشير إلى درجة موافقة كبيرة. تلتها فقرة "تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين" في المرتبة الثانية، حيث سجلت متوسطاً حسابياً قدره (4.04) وبنسبة مئوية (80.8%)، وبدرجة موافقة كبيرة أيضاً.

أما الفقرة "تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقوانين معينة يسعى الجهاز لتطبيقها" فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.96) وبنسبة مئوية (79.2%)، تلتها فقرة "تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقضايا معينة تواجه الجهاز" بمتوسط حسابي قدره (3.92) وبنسبة مئوية (78.4%)، مع الحفاظ على درجة موافقة كبيرة.

بينما جاءت فقرة "تقوم دائرة العلاقات العامة ببناء علاقات استراتيجية بين جهاز الأمن الوقائي والجمهور الخارجي من خلال التركيز على القضايا التي تحظى بإجماع الجمهور كالحفاظ على أمن المواطنين" في المرتبة الأخيرة، حيث سجلت متوسطاً حسابياً قدره (3.81) وبنسبة مئوية (76.2%)، مع درجة موافقة كبيرة. وبذلك، بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور استراتيجية بناء الإجماع (3.91) وبنسبة مئوية (78.2%)، مما يدل على أن درجة استخدام دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لاستراتيجية بناء الإجماع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبيرة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما درجة استخدام استراتيجية الإقناع من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

للإجابة على السؤال الرابع من الدراسة، تناول المحور الرابع (12) فقرة متنوعة تهدف إلى قياس درجة استخدام دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لاستراتيجية الإقناع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، وذلك من منظور العينة التي شملتها الدراسة. وقد تم حساب التكرارات والمتوسطات الحسابية بالإضافة إلى درجات الموافقة المتعلقة بإجابات المشاركين، وكانت النتائج كم هي مبين في الجدول (8) ملحق (و).

يتبين من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بمحور استراتيجية الإقناع تراوحت بين (3.78-4.12)، حيث شملت (12) فقرة وقد أظهرت جميعها مستوى عالٍ من الموافقة.

فقد احتلت الفقرتان "تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بعرض صور ومعلومات موثقة لمشروعات ومبادرات الجهاز الحالية" و"أرى أن ما يقوم به جهاز الأمن الوقائي من أنشطة لحفظ الأمن ومكافحة الجريمة يستحق الاحترام" المرتبة الأولى، حيث سجلتا متوسطاً حسابياً قدره (4.12) ونسبة مئوية بلغت (82.4%)، مما يشير إلى درجة موافقة كبيرة. تلاهما في المرتبة الثانية فقرة "أشعر أن المعلومات التي ينشرها جهاز الأمن الوقائي حول أنشطته مقنعة"، حيث حصلت على متوسط حسابي قدره (4.04) ونسبة مئوية بلغت (80.8%)، مع تأكيد كبير على موافقة الأفراد.

أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب فقرة "تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي استراتيجية شخصية المتحدث لكسب آراء الجمهور"، التي حققت متوسطاً حسابياً قدره (4.03) ونسبة مئوية وصلت إلى (80.6%)، بينما جاءت فقرة "تعرف دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين بجهود الجهاز في مواجهة الجرائم في المجتمع" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.98) ونسبة مئوية بلغت

(79.6%)، وبدرجة موافقة كبيرة. وأخيراً، حصلت فقرة "تأخذ دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بآراء المواطنين وتقوم بالاعتماد عليها وليس فقط تقديمها" على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.78) ونسبة مئوية (75.6%) مع درجة موافقة كبيرة.

بالمجمل، بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور استراتيجية الإقناع (3.96) بنسبة مئوية (79.2%)، مما يدل على أن درجة استخدام دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لاستراتيجية الإقناع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كانت كبيرة.

3.3 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، مكان السكن، العمر).

وتجيب هذه الفرضية الرئيسية عن سؤال الدراسة الخامس والذي نص على:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، مكان السكن، العمر)؟.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

ومن أجل الإجابة عن الفرضية الفرعية الأولى، وتحديد الفروق تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (9) تبين ذلك:

جدول (9)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

المحور	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
استراتيجية الاعلام	ذكر	242	3.94	0.779	0.073	0.788
	أنثى	158	3.89	0.829		
استراتيجية الحوار	ذكر	242	3.92	0.709	0.326	0.568
	أنثى	158	3.88	0.771		
استراتيجية بناء الإجماع	ذكر	242	3.93	0.761	1.156	0.283
	أنثى	158	3.88	0.915		
استراتيجية الإقناع	ذكر	242	3.98	0.660	0.526	0.469
	أنثى	158	3.93	0.766		
الدرجة الكلية	ذكر	242	3.94	0.686	0.191	0.662
	أنثى	158	3.90	0.791		

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

يتضح من الجدول (9) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة للدور الذي تلعبه العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، من حيث متغير النوع الاجتماعي، كانت أكبر من القيمة المحددة لمستوى الدلالة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت (0.191). وبناءً على ذلك، يتم قبول الفرضية الصفرية، مما يعني أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المشاركين بشأن دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي المرتبطة بالنوع الاجتماعي".

وعلاوة على ذلك، تشير النتائج المعروضة في الجدول إلى عدم وجود فروق إحصائية في محاور الدراسة، وهي: استراتيجية الإعلام، استراتيجية الحوار، استراتيجية بناء الإجماع، واستراتيجية الإقناع. حيث بلغت قيم مستوى الدلالة لهذه المحاور على التوالي (0.788)، (0.568)، (0.283)، و(0.469).

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات الباحثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

للإجابة عن الفرضية الفرعية الثانية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، بعد ذلك، تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق المتعلقة بمستوى المؤهل العلمي. وتوضح الجدولان (10) و(11) النتائج المتعلقة بذلك:

جدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المحور	المستوى	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
استراتيجية الاعلام	ثانوية فأقل	18	4.17	.214
	دبلوم	33	4.73	.150
	بكالوريوس	215	3.74	.880
	دراسات عليا	134	3.99	.652
	المجموع	400	3.92	.798
استراتيجية الحوار	ثانوية فأقل	18	4.18	.205
	دبلوم	33	4.45	.160
	بكالوريوس	215	3.79	.793
	دراسات عليا	134	3.92	.696
	المجموع	400	3.91	.733
استراتيجية بناء الاجماع	ثانوية فأقل	18	3.84	.102
	دبلوم	33	4.57	.224
	بكالوريوس	215	3.80	.925
	دراسات عليا	134	3.95	.719
	المجموع	400	3.91	.825
استراتيجية الاقناع	ثانوية فأقل	18	4.06	.173
	دبلوم	33	4.50	.208
	بكالوريوس	215	3.87	.784
	دراسات عليا	134	3.95	.628
	المجموع	400	3.96	.703
الدرجة الكلية	ثانوية فأقل	18	4.06	.139
	دبلوم	33	4.56	.146
	بكالوريوس	215	3.80	.804
	دراسات عليا	134	3.95	.644
	المجموع	400	3.93	.729

جدول (11)

نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
استراتيجية الاعلام	بين المجموعات	30.509	3	10.170	17.994	0.000
	داخل المجموعات	223.814	396	0.565		
	المجموع	254.324	399			
استراتيجية الحوار	بين المجموعات	13.971	3	4.657	9.202	0.000
	داخل المجموعات	200.412	396	0.506		
	المجموع	214.383	399			
استراتيجية بناء الاجماع	بين المجموعات	17.495	3	5.832	9.099	0.000
	داخل المجموعات	253.793	396	0.641		
	المجموع	271.288	399			
استراتيجية الاقناع	بين المجموعات	11.393	3	3.798	8.083	0.000
	داخل المجموعات	186.052	396	0.470		
	المجموع	197.444	399			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	17.224	3	5.741	11.682	0.000
	داخل المجموعات	194.621	396	0.491		
	المجموع	211.846	399			

يتبين من الجدول (11) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، والمتعلقة بمؤهل الأفراد، كانت أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت (0.00). بناءً على ذلك، يتم رفض الفرضية الصفرية، ويتم قبول الفرضية البديلة:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي".

بالإضافة إلى ذلك، أشارت النتائج الموضحة في الجدول إلى وجود فروق إحصائية في جميع محاور الدراسة (استراتيجية الإعلام، استراتيجية الحوار، استراتيجية بناء الإجماع، واستراتيجية الإقناع)، حيث كان مستوى الدلالة فيها جميعاً (0.00). ولمعرفة هذه الفروق توضح الجداول التالية النتائج المتعلقة بها:

محور استراتيجية الاعلام:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية الاعلام) كانت هذه الفروق بين فئتي (ثانوية فأقل ودبلوم) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، وبين فئتي (ثانوية فأقل وبكالوريوس) كانت لصالح فئة (ثانوية فأقل)، بين فئتي (دبلوم وبكالوريوس) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، بين فئتي (دبلوم ودراسات عليا) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، وبين فئتي (بكالوريوس ودراسات عليا) والتي كانت لصالح فئة (دراسات عليا)، انظر جدول (12) ملحق (و).

محور استراتيجية الحوار:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية الحوار) كانت هذه الفروق بين فئتي (ثانوية فأقل وبكالوريوس) والتي كانت لصالح فئة (ثانوية عامة)، وبين فئتي (دبلوم وبكالوريوس) كانت لصالح فئة (دبلوم)، بين فئتي (دبلوم ودراسات عليا) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، انظر جدول (13) ملحق (و).

محور استراتيجية بناء الاجماع:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية بناء الاجماع) كانت هذه الفروق بين فئتي (ثانوية فأقل ودبلوم) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، وبين فئتي (دبلوم وبكالوريوس) كانت لصالح فئة (دبلوم)، بين فئتي (دبلوم ودراسات عليا) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، انظر جدول (14) ملحق (و).

محور استراتيجية الاقناع:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية بناء الاجماع) كانت هذه الفروق بين فئتي (ثانوية فأقل ودبلوم) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، وبين فئتي (دبلوم وبكالوريوس) كانت لصالح فئة (دبلوم)، بين فئتي (دبلوم ودراسات عليا) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، انظر جدول (15) ملحق (و).

الدرجة الكلية تبعاً لمتغير المؤهل العلمي:

وفيما يتعلق (بالدرجة الكلية) كانت هذه الفروق بين فئتي (ثانوية فأقل ودبلوم) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، وبين فئتي (دبلوم وبكالوريوس) كانت لصالح فئة (دبلوم)، بين فئتي (دبلوم ودراسات عليا) والتي كانت لصالح فئة (دبلوم)، انظر جدول (16) ملحق (و).

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن.

ومن أجل الإجابة عن الفرضية الفرعية الثالثة، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير مكان السكن، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً لمتغير مكان السكن. والجدولان (17) و(18) ملحق (و) يبينان ذلك.

يتبين من الجدول (18) ملحق (و) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، المرتبطة بمكان السكن، كانت أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت (0.005). وبناءً على ذلك، يتم رفض الفرضية الصفرية، وبالتالي قبول الفرضية البديلة:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، تعزى لمتغير مكان السكن".

علاوة على ذلك، أظهرت النتائج المدرجة في الجدول وجود فروق إحصائية في محاور الدراسة (استراتيجية الإعلام، استراتيجية الحوار، استراتيجية بناء الإجماع، واستراتيجية الإقناع)؛ حيث بلغت مستويات الدلالة (0.03)، (0.003)، (0.017)، و(0.00) على التوالي، ولمزيد من التفاصيل حول هذه الفروق، توضح الجداول التالية النتائج المتعلقة بها:

محور استراتيجية الاعلام:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية الاعلام) كانت هذه الفروق بين فئتي (مدينة وقرية) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، انظر جدول (19) ملحق (و).

محور استراتيجية الحوار:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية الحوار) كانت هذه الفروق بين فئتي (مدينة وقرية) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (مدينة وبلدة) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (مدينة ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (قرية ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (قرية)، انظر جدول (20) ملحق (و).

محور استراتيجية بناء الاجماع:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية بناء الاجماع) كانت هذه الفروق بين فئتي (مدينة وقرية) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (مدينة ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (قرية ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (قرية)، وبين فئتي (بلدة ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (بلدة)، انظر جدول (21) ملحق (و).

محور استراتيجية الإقناع:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية بناء الأجماع) كانت هذه الفروق بين فئتي (مدينة وقرية) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (مدينة وبلدة) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (مدينة ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (قرية وبلدة) والتي كانت لصالح فئة (قرية)، وبين فئتي (قرية ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (قرية)، انظر جدول (22) ملحق (و).

الدرجة الكلية تبعا لمتغير مكان السكن:

وفيما يتعلق (بالدرجة الكلية) كانت هذه الفروق بين فئتي (مدينة وقرية) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (مدينة وبلدة) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، وبين فئتي (مدينة ومخيم) والتي كانت لصالح فئة (مدينة)، انظر جدول (23) ملحق (و).

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر.

ومن أجل الإجابة عن الفرضية الفرعية الرابعة، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير العمر، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً لمتغير العمر. والجدولان (24) و(25) ملحق (و) يبينان ذلك.

يتضح من الجدول (25) ملحق (و) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، المرتبطة بمتغير العمر، كانت أقل من المستوى المحدد للدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت (0.00). بناءً على ذلك، يتم رفض الفرضية الصفرية، وبالتالي قبول الفرضية البديلة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر".

إضافة إلى ذلك، تشير النتائج الواردة في الجدول إلى وجود فروق إحصائية في جميع محاور الدراسة، والتي تشمل (استراتيجية الإعلام، استراتيجية الحوار، استراتيجية بناء الإجماع، واستراتيجية الإقناع)، حيث بلغ مستوى الدلالة في جميع الحالات (0.00). ولتفصيل هذه الفروق، توضح الجداول التالية النتائج المتعلقة بها:

محور استراتيجية الاعلام:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية الاعلام) كانت هذه الفروق بين فئتي (22 سنة فأقل و 23 سنة- اقل من 30 سنة) والتي كانت لصالح فئة (23 سنة- اقل من 30 سنة)، وبين فئتي (22 سنة فأقل و 40 سنة فأكثر) كانت لصالح فئة (40 سنة فأكثر)، وبين فئتي (30 سنة- اقل من 40 سنة و 40 سنة فأكثر) والتي كانت لصالح فئة (40 سنة فأكثر)، انظر جدول (26) ملحق (و).

محور استراتيجية الحوار:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية الحوار) كانت هذه الفروق بين فئتي (22 سنة فأقل و 23 سنة- اقل من 30 سنة) والتي كانت لصالح فئة (23 سنة- اقل من 30 سنة)، وبين فئتي (22 سنة فأقل و 40 سنة فأكثر) كانت لصالح فئة (40 سنة فأكثر)، وبين فئتي (23- اقل من 30 سنة و 30 سنة- اقل من 40 سنة) والتي كانت لصالح فئة (23- اقل من 30 سنة)، وبين فئتي (30 سنة- اقل من 40 سنة و 40 سنة فأكثر) والتي كانت لصالح فئة (40 سنة فأكثر)، انظر جدول (27) ملحق (و).

محور استراتيجية بناء الاجماع:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية بناء الاجماع) كانت هذه الفروق بين فئتي (22 سنة فأقل و23 سنة- اقل من 30 سنة) والتي كانت لصالح فئة (23 سنة- اقل من 30 سنة)، وبين فئتي (22 سنة فأقل و30 سنة- اقل من 40 سنة) كانت لصالح فئة (30- اقل من 40 سنة)، وبين فئتي (22 سنة فأقل و40 سنة فأكثر) كانت لصالح فئة (40 سنة فأكثر)، انظر جدول (28) ملحق (و).

محور استراتيجية الاقناع:

وفيما يتعلق بمحور (استراتيجية الاقناع) كانت هذه الفروق بين فئتي (22 سنة فأقل و23 سنة- اقل من 30 سنة) والتي كانت لصالح فئة (23 سنة- اقل من 30 سنة)، وبين فئتي (22 سنة فأقل و30 سنة- اقل من 40 سنة) كانت لصالح فئة (30- اقل من 40 سنة)، وبين فئتي (22 سنة فأقل و40 سنة فأكثر) كانت لصالح فئة (40 سنة فأكثر)، وبين فئتي (23- اقل من 30 سنة و 30- اقل من 40 سنة) كانت لصالح فئة (23- اقل من 30 سنة)، انظر جدول (29) ملحق (و).

الدرجة الكلية تبعا لمتغير العمر:

وفيما يتعلق (بالدرجة الكلية) كانت هذه الفروق بين فئتي (22 سنة فأقل و23 سنة- اقل من 30 سنة) والتي كانت لصالح فئة (23 سنة- اقل من 30 سنة)، وبين فئتي (22 سنة فأقل و40 سنة فأكثر) كانت لصالح فئة (40 سنة فأكثر)، وبين فئتي (23- اقل من 30 سنة و 30- اقل من 40 سنة) كانت لصالح فئة (23- اقل من 30 سنة)، انظر جدول (30) ملحق (و).

3.4 نتائج التحليل الكيفي (اداة الدراسة المقابلة)

لتعزيز نتائج البحث والتعمق في الإجابة عن تساؤلاته، رأى الباحث ضرورة استطلاع آراء الجمهور الداخلي (ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي) لمعرفة آرائهم حول موضوع الدراسة، لذلك، أجرى الباحث

مقابلات معمقة مع ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي، حيث تم اختيار عينة مكونة من ستة (6) من ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي، وجاءت الإجابات على النحو الآتي:

المحور الأول: دور دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في التواصل والاتصال مع المجتمع المحلي.

تحليل إجابات ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني يكشف عن رؤية شاملة ومتكاملة حول دور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال مع المجتمع المحلي، ففي الإجابة الأولى، تم التركيز على أهمية تطوير قدرات ومواهب العاملين في دائرة العلاقات العامة، بهدف تعزيز التواصل مع الجمهور وكسر الحاجز الذي قد يكون موجوداً بين الجهاز والمجتمع، كما أظهرت النتائج أن الدائرة تحتاج إلى دعم مالي ومعنوي يمكنها من أداء مهامها بكفاءة أكبر، خاصة في ظل العقبات التي تضعها قوات الاحتلال لتثويته صورة الجهاز، بالإضافة إلى ذلك، تم التأكيد على الحاجة إلى زيادة عدد العاملين المؤهلين في الدائرة مع تأكيد ضرورة وجود ميثاق أخلاقي ينعكس على العمل ويسهم في تحسين أداء الجهاز.

إذ يتضح من خلال نتائج المقابلات الدور الحيوي للعلاقات العامة بوصفها حلقة الوصل بين الجهاز والمجتمع، وأهمية التواصل مع الجمهور لإيصال الرسالة وتحقيق الأهداف من خلال المعلومات الدقيقة التي تسهم في تكوين رأي عام إيجابي تجاه الجهاز، فإدارة العلاقات العامة تسهم في تحسين أداء الجهاز وتعزيز رضا الجمهور من خلال التنسيق المتواصل بين الإدارة والجمهور الداخلي والخارجي.

ولوحظ أيضاً من خلال بعض نتائج المقابلات نقد لدور العلاقات العامة، حيث تم وصف الإعلام بأنه ضعيف ومحدود في نشاطاته، وهذا النقد يتناول غياب خطة واضحة للتواصل مع الجمهور ويشير إلى أن نشاطات العلاقات العامة تقتصر غالباً على القضايا الاجتماعية، ما يعكس نقصاً في العمل الإعلامي التوعوي والدوري.

ومع ذلك تُظهر نتائج المقابلات دور العلاقات العامة في نشر الوعي وتغطية نشاطات الجهاز، حيث يتم الإشادة بدورها في تقديم المعلومات والتفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتعتبر هذه الجهود جزءاً مهماً من بناء الثقة بين الجهاز والمجتمع المحلي، كما تم التأكيد على أن العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً في توعية الجمهور بالدور الأمني للجهاز، وأن التفاعل الإيجابي من قبل الجمهور هو دليل على النجاح في هذه المهمة، حيث تم الإشادة بالتطور النوعي الذي شهدته دائرة العلاقات العامة في السنوات الأخيرة في مجال التفاعل مع الجمهور.

من خلال تحليل الإجابات، يتضح أن هناك إجماعاً بين ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني على أن العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً في تعزيز التواصل مع المجتمع المحلي، إلا أن هناك اختلافات في الرؤية حول مدى نجاح هذا الدور، فالبعض يرى أن الدائرة تحتاج إلى مزيد من الدعم والتطوير لتتمكن من أداء مهامها بكفاءة أكبر، خاصة في ظل التحديات التي تواجهها من الاحتلال، بينما يرى البعض الآخر أن الدائرة قد حققت تقدماً كبيراً في السنوات الأخيرة في مجال التواصل مع الجمهور، وهو ما يُحسب لها، كما أن النقد الموجه لضعف الإعلام وغياب خطة واضحة يعكس الحاجة إلى تطوير استراتيجيات إعلامية أكثر فاعلية ومتكاملة.

وعليه تشير الإجابات إلى أن العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لها دور أساسي في بناء الثقة مع الجمهور، إلا أن تحقيق نجاح أكبر يتطلب تجاوز العقبات القائمة وتطوير المزيد من الأدوات والإمكانيات التي تساعد في تحسين الأداء الإعلامي والتواصل.

المحور الثاني: استراتيجية دائرة العلاقات العامة الإعلامية لتعزيز العلاقة مع الجمهور الفلسطيني:

تحليل الإجابات يعكس تنوع وجهات النظر لدى ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني حول استراتيجية تعزيز الاتصال والعلاقة مع الجمهور إعلامياً، فمن خلال إجاباتهم، يمكن ملاحظة تباين

في تقييم فعالية هذه الاستراتيجية، إلا أن هناك اتفاقاً عاماً على دور دائرة العلاقات العامة في تحقيق تأثير ملموس في العلاقة بين جهاز الأمن والجمهور الفلسطيني.

بدايةً، يظهر من تحليل المقابلات أن هناك تقديراً إيجابياً لدور دائرة العلاقات العامة، خاصة في تأثيرها على الرأي العام ونشر المعلومات، وهذا الرأي يعكس رضاً نسبياً عن الجهود التي تبذلها الدائرة في التواصل مع الجمهور، وفي نفس السياق فإن الاستراتيجية تتسم بالشفافية والمصداقية، وهو ما يعزز من تشكيل آراء الجمهور ويضمن حصوله على المعلومات اللازمة، وهذا التصور يعكس وعياً بأهمية التواصل المستمر والموثوق مع الجمهور، وهو جزء أساسي من العلاقات العامة الناجحة.

ويتضح من خلال نتائج المقابلات وجود تفاعل واضح بين الجمهور وإنجازات جهاز الأمن الوقائي، مشيداً بدور المنشورات في إبراز دور الجهاز والتواصل مع الجمهور، وهذا يعكس فهماً للدور الإعلامي الذي تلعبه دائرة العلاقات العامة في توطيد العلاقة بين الجهاز والمجتمع المحلي، ومع ذلك، يتضح وجود بعض النقد في عملية الاتصال وتطوير العلاقة كونها تقتصر على فئات معينة، وهذا النقد يبرز نقصاً في الجهود التواصلية من جانب الدائرة، ويشير إلى ضرورة تعزيز نطاق التواصل ليشمل فئات أوسع من المجتمع الفلسطيني.

فنتائج المقابلات تشير أن الاستراتيجية الحالية تركز على تعزيز العلاقة مع الجمهور عبر وسائل الإعلام الإلكترونية والمشاركة المجتمعية، مما يشير إلى رؤية إيجابية لدور العلاقات العامة في نشر الوعي والمعلومات الهامة، وهذا يعكس تقديراً لجهود الدائرة في استخدام التقنيات الحديثة والوسائل المتاحة لتحقيق أهدافها.

وتُبرز نتائج المقابلات مدى تأثير الاستراتيجية الاتصالية في خلق بيئة اجتماعية متماسكة، والحد من المشاكل، وزيادة الإنتاجية، وهذا يعكس نجاح الاستراتيجية في تعزيز التواصل بين الجهاز والمجتمع الفلسطيني وتحقيق تفاعل إيجابي مع الجمهور.

من خلال هذه الإجابات، يمكن القول إن استراتيجية دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لها تأثيرات متنوعة لتعزيز العلاقة مع الجمهور، فالتقييمات الإيجابية تشير إلى أن الدائرة نجحت في بناء علاقة قوية مع الجمهور عبر نشر الوعي، الشفافية، والمشاركة المجتمعية، ومن ناحية أخرى، تبرز بعض الانتقادات التي تشير إلى وجود فجوات في الاتصال مع فئات معينة من الجمهور، مما يتطلب إعادة نظر في طرق التواصل وتوسيع نطاق المشاركة، وبالتالي يبدو أن دائرة العلاقات العامة تعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام الإلكترونية والمنشورات لتوصيل رسائلها، وهو ما يظهر نجاحاً نسبياً في إبراز إنجازات الجهاز، إلا أن هناك مجالاً لتحسين الاتصال مع شرائح أوسع من الجمهور بما يعزز من حضور الجهاز في المجتمع بشكل أوسع.

المحور الثالث: استراتيجية الحوار التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لجهاز الأمن الوقائي في التواصل مع الجمهور الفلسطيني:

تحليل الإجابات حول استراتيجية الحوار التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لجهاز الأمن الوقائي في التواصل مع الجمهور الفلسطيني يُظهر تنوعاً في الآراء وتبايناً في التقييمات، فمن خلال استعراض هذه الآراء، يمكن ملاحظة أن هناك إجماعاً عاماً على أهمية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الدائرة، إلا أن هناك اختلافات حول مدى فاعليتها ونجاحها في الوصول إلى الجمهور المحلي.

فنتائج المقابلات تؤكد على أهمية المؤتمرات والندوات كأدوات اتصال أساسية، فالدائرة تقوم بعمل جيد جداً في هذا المجال، وهذا التقييم يعكس رضا عن النشاطات العامة التي يتم تنظيمها من قبل دائرة العلاقات العامة ودورها في التواصل مع المجتمع المحلي، وفي نفس الإطار تسلط النتائج الضوء على أهمية سرعة الردود والدقة في الاستجابة لاستفسارات الجمهور، بالإضافة إلى التعامل الجاد مع الشكاوى، وهو ما يُعتبر جزءاً من استراتيجية شاملة للحوار، وهذا الرأي يعكس أهمية الشفافية في بناء الثقة بين الجهاز والجمهور الفلسطيني، مما يعزز من فعالية الاتصال.

ويتضح من نتائج المقابلات الدور الواضح لدائرة العلاقات العامة في المدارس والجامعات والمؤسسات، ويعتبر أن هذه النشاطات ساهمت في تعزيز صورة الجهاز لدى الجمهور، بحيث زاد الطموح لدى العديد للالتحاق بجهاز الأمن الوقائي، وهذا يدل على أن التواصل عبر الندوات والاجتماعات مع شرائح متعددة من المجتمع قد أسهم في بناء صورة إيجابية عن الجهاز وتعزيز دوره الأمني في المجتمع.

من ناحية أخرى، تظهر نتائج المقابلات أن هناك حاجة لتفعيل دور الإعلام في تعزيز التواصل مع الجمهور، من خلال تطوير خطة شاملة لتغطية إنجازات الجهاز عبر وسائل الإعلام، ما يعكس انتقاداً لعدم استغلال كامل الإمكانيات المتاحة في تعزيز التواصل مع المجتمع، وهذا النقد يُبرز أهمية توسيع استخدام الإعلام ليشمل كافة إنجازات الجهاز، وليس فقط التركيز على جوانب معينة.

وتتناول نتائج المقابلات استراتيجية الحوار والمناقشة التي تعتمد على استشارة الجمهور وإشراكه في عملية صنع القرار، إذ يُعتبر هذا توجهاً مهماً لتعزيز الثقة بين الجهاز والجمهور، ويعكس محاولة جادة من الجهاز لدمج الجمهور في السياسات العامة والتفاعل مع آرائهم عبر الورشات والندوات والبرامج المجتمعية، وهذا يبرز الجهود المبذولة لتعزيز المشاركة المجتمعية وزيادة الشفافية في التعامل مع الجمهور.

أخيراً، تسلط نتائج المقابلات الضوء على إيجابيات وسلبيات استراتيجية الحوار المتبعة من قبل الجهاز، فالجهاز يعمل باستمرار على تحسين أدائه وتطوير قدراته في الرد على استفسارات الجمهور عبر مختلف المنصات، بما في ذلك الندوات والمؤتمرات، وهذا يشير إلى أن الجهاز يدرك وجود بعض التحديات في استراتيجيات الاتصال الحالية، إلا أنه يسعى بشكل دائم لتحسينها وتطويرها.

من خلال هذه الإجابات، يمكن ملاحظة أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تعزز استراتيجية الحوار والتي تعتمد على مجموعة من الأدوات الاتصالية مثل المؤتمرات، الندوات، والورشات المجتمعية للتواصل مع الجمهور المحلي، وهناك اتفاق على أن هذه الوسائل تلعب دوراً في تعزيز العلاقة بين الجهاز والمجتمع، إلا أن هناك بعض الانتقادات التي تشير إلى وجود فجوات في استراتيجية الحوار الحالية، فبعض

الآراء تُشيد بالشفافية وسرعة الردود، بينما تنتقد آراء أخرى ضعف التغطية الإعلامية أو عدم وجود خطة شاملة تعزز من إبراز إنجازات الجهاز بشكل كافٍ، وفي المجمل، تُظهر الإجابات أن دائرة العلاقات العامة تلعب دوراً فعالاً في التواصل مع الجمهور، لكنها بحاجة إلى تطوير استراتيجياتها الإعلامية والاستفادة بشكل أكبر من وسائل الاتصال المتاحة لتعزيز حضورها وتأثيرها على الجمهور المحلي.

المحور الرابع: استراتيجية العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لبناء إجماع ودعم من المواطنين:

تحليل الإجابات المتعلقة بتقييم استراتيجية بناء إجماع التي تتبعها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني يُظهر تنوعاً في وجهات النظر حول فاعلية التواصل مع الجمهور المحلي، وبشكل عام، هناك اتفاق على أن الدائرة تبذل جهوداً ملحوظة في هذا المجال، لكن يوجد تباين في الآراء حول مدى نجاحها واحتياجها للتطوير.

أظهرت نتائج المقابلات أن دائرة العلاقات العامة تعمل بشكل إيجابي في التواصل مع الجمهور، ولكن هناك حاجة إلى تركيز أكبر على هذه الجهود، وهذا الرأي يعكس وجهة نظر أن الاستراتيجية الحالية رغم أنها تُظهر نتائج إيجابية، إلا أنها بحاجة إلى المزيد من التحسين والتركيز لتكون أكثر فاعلية في تحقيق أهدافها، فمثل هذا التقييم يشير إلى ضرورة تحسين آليات التواصل وزيادة الفاعلية في الرد على استفسارات الجمهور.

وتُبرز نتائج المقابلات أهمية اتباع استراتيجية شاملة وتفاعلية لتعزيز دعم وثقة الجمهور بالجهاز، إذ أن نجاح دائرة العلاقات العامة يعتمد بشكل كبير على قدرتها على بناء إجماع ودعم شعبي، وهذا يعكس أهمية التواصل الشفاف والتفاعل المستمر مع المجتمع المحلي لتعزيز الثقة المتبادلة، فإذا نجحت الدائرة في تطبيق هذه الاستراتيجية بشكل فعال، فإن ذلك سيكون خطوة مهمة نحو بناء علاقة قوية ومستدامة مع المواطنين.

وتسلط نتائج المقابلات الضوء على أهمية استماع دائرة العلاقات العامة إلى مقترحات وآراء الجمهور، سواء كانت إيجابية أو سلبية، فالدائرة تستجيب بشكل دوري لتعليقات الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي

وتعمل على معالجة الانتقادات، مما يعزز من قدرتها على التفاعل مع المجتمع المحلي، وهذه الاستراتيجية تعكس مرونة الدائرة في التعامل مع النقد وتعتبر استجابة سريعة وفعالة للآراء العامة جزءاً أساسياً من بناء الثقة وتعزيز التواصل الإيجابي مع الجمهور.

وفي المقابل يتضح من خلال نتائج المقابلات وجود بعض النقد للاستراتيجية الحالية والتي أظهرت وجود فجوات في التواصل بين الجهاز والجمهور، وبالتالي ضرورة خلق فرص أقوى للتواصل مع المجتمع المحلي، وهو انتقاد يعكس الحاجة لتوسيع نطاق الاستراتيجية الاتصالية لتشمل مزيداً من الاستماع إلى آراء المواطنين بشكل أكثر انفتاحاً، وهذه الملاحظة تسلط الضوء على ضرورة تمكين الجمهور من المشاركة في الحوار مع الجهاز بطرق أكثر فاعلية.

وتركز إجابات المقابلات على بناء الثقة بين الجهاز والجمهور عبر استراتيجية اتصالية واضحة تتضمن شراكات مجتمعية ومشاركة الجمهور في عملية صنع القرار، ويعكس هذا الرأي أهمية إشراك المجتمع المحلي في السياسات والتواصل المستمر لفهم احتياجاتهم وتقديم الدعم المناسب، وبالتالي يتضح دور الجهاز في تشجيع الجمهور على التبليغ عن التصرفات السلبية والجرائم، مما يُظهر أن الدائرة تسعى لتحقيق علاقة تعاونية مع المجتمع لتحقيق أهداف مشتركة.

وتؤكد إجابات المقابلات على أن الثقة هي الأساس لنجاح أي استراتيجية حوار، فالثقة المجتمعية لا تتحقق إلا عبر التواصل المستمر والصادق الذي يخدم المصلحة المشتركة بين الجهاز والمجتمع، كما أن هذا التواصل يُعتبر جزءاً من الهدف الأكبر الذي يسعى إليه الشعب الفلسطيني، وهو الحرية وإقامة الدولة الفلسطينية، ويعكس هذا الرأي أهمية الاستمرار في بناء الثقة والتواصل على المدى الطويل لتحقيق الأهداف الوطنية.

من خلال تحليل هذه الإجابات، المتعلقة بتقييم استراتيجية بناء الإجماع التي تتبعها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، يمكن تفسير هذه النتائج على أنها تعكس جهداً إيجابياً من قبل الدائرة

في التواصل مع الجمهور، ولكنها في الوقت ذاته تكشف عن بعض الفجوات التي تستدعي التطوير، فمن الواضح أن الاستراتيجية الحالية تقوم على مبادئ التواصل الفعال والسعي لكسب تأييد المواطنين من خلال الشفافية وتقديم المعلومات، ومع ذلك، تتطلب هذه الجهود تعزيزًا وتطويرًا لمواكبة تطلعات الجمهور المحلي، حيث أن بناء الثقة المستدامة مع المجتمع يتطلب اعتماد نهج أكثر تفاعلية واستجابة سريعة لاحتياجات المواطنين، فنتائج المقابلات تُظهر أن الجمهور يُثني على جهود الدائرة في تحسين علاقتها مع المجتمع، لكنه يرى أيضًا أن هناك مجالًا أكبر للتحسين، خاصة في ما يتعلق بالاستماع لآراء المواطنين ومقترحاتهم، فهذه الفجوات في التواصل تُبرز الحاجة لتوسيع نطاق المشاركة المجتمعية في صنع القرار وتعزيز الشراكات المجتمعية من أجل تحقيق علاقة أكثر تفاعلية وشمولية، إضافة إلى ذلك، يتضح أن تحقيق الثقة الحقيقية بين الجهاز والجمهور يعتمد على الشفافية المستمرة والتواصل الصادق، وهو ما يعزز من قدرة الدائرة على تحقيق أهدافها على المستوى الوطني والمجتمعي.

المحور الخامس: استراتيجية دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لبناء علاقات ثقة وتفاهم وحوار جاد مع المجتمع المحلي تجاه القضايا التي تهم المواطنين والأزمات والتحديات التي تواجههم:

تُظهر المقابلات أن استراتيجية العلاقات العامة تعتمد بشكل كبير على بناء علاقات ثقة وتفاهم مع المجتمع المحلي، وهي عنصر حيوي لتعزيز صورة الجهاز وزيادة الثقة المتبادلة بينه وبين المواطنين، فمن خلال هذه العلاقات، تسعى دائرة العلاقات العامة إلى تأكيد دور الجهاز كجهة حامية للوطن والمواطنين، مع السعي لتحسين التواصل مع المجتمع المحلي من خلال أنشطة متنوعة، وهذا يشمل تقديم دعم لمؤسسات حقوق الإنسان، وبيوت المسنين، والمشاركة في فعاليات اجتماعية أخرى، مما يعزز الصورة الإيجابية للجهاز في الشارع الفلسطيني، تلك الأنشطة تعكس الاهتمام بالعلاقات المجتمعية وتأكيد الجهاز على كونه جزءاً من نسيج المجتمع.

رغم هذه الجهود، أظهرت المقابلات أن هناك تحديات تعترض طريق تطوير استراتيجية العلاقات العامة بالشكل الأمثل، فالصعوبات التي تواجهها الدائرة تتعلق بالظروف السياسية والأمنية، خصوصاً بسبب الاحتلال، فهذه المعوقات تعرقل أحياناً القدرة على توسيع نطاق التواصل وبناء علاقات مستدامة مع فئات المجتمع المختلفة، ومع ذلك، تشير المقابلات إلى أن العلاقات التي تم بناؤها حتى الآن تُعتبر جيدة جداً وتلقى تقديراً إيجابياً من قبل المجتمع، ما يدل على نجاح نسبي للاستراتيجية الحالية رغم المعوقات.

في سياق آخر، يتضح أن دائرة العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً في نشر الوعي حول مهام وإنجازات الجهاز، خاصة من خلال زيارات المدارس بهدف تعزيز فهم المواطنين لدور الجهاز في حماية الوطن، ومع ذلك، يشير بعض المشاركين في المقابلات إلى أن هذا الجهد لا يزال محدوداً، حيث تقتصر الأنشطة التوعوية غالباً على زيارات المدارس دون وجود استراتيجية شاملة لتعريف المجتمع بشكل دوري بمفاهيم وإنجازات الجهاز.

من خلال ما ورد في المقابلات، يتبين أن دائرة العلاقات العامة تعتمد على العلاقات العامة كوسيلة لتعزيز القيم والثقافة المؤسسية للجهاز، مما يسهم في توجيه جميع الجهود نحو تحقيق أهدافه ورسالة الأمن الوقائي، إذ تلعب العلاقات العامة دوراً محورياً أيضاً في إدارة الأزمات، حيث تعمل بشكل فعال ومحترف للحفاظ على سمعة الجهاز والتعامل مع المواقف الصعبة التي قد تهدد هذه السمعة، وأن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تسعى بجدية لبناء حوار مع المجتمع المحلي، وأن هناك تقديراً للجهود المبذولة في هذا المجال، فالأنشطة الاجتماعية والتواصل المستمر تلعب دوراً مهماً في بناء الثقة مع الجمهور، لكن بعض المجيبين يرون أن هذه الجهود بحاجة إلى تحسينات إضافية، لا سيما في مجال توسيع نطاق تعريف المجتمع بدور الجهاز ومهامه، ومن الواضح أن دائرة العلاقات العامة تواجه تحديات خارجية وداخلية تؤثر على قدرتها على تحقيق إجماع ودعم كامل من المواطنين، لكن التوجه العام إيجابي، مع وجود مساحة للتحسين، خاصة في مواجهة الصعوبات والمعوقات التي تواجهها.

المحور السادس: جهود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لتطبيق استراتيجية الإقناع:

تحليل الإجابات حول جهود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتطبيق استراتيجية الإقناع مع المجتمع المحلي يظهر شبه إجماع حول نجاح تلك الاستراتيجية، وعلى الرغم من وجود تقدير للجهود المبذولة، وجد الباحث بأن هناك تباين في تقييم فعالية هذه الاستراتيجيات ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها.

فقد أظهرت المقابلات أن دائرة العلاقات العامة تعمل بجد، ولكنها ما زالت بحاجة إلى تحسين استراتيجياتها للوصول إلى مستوى التأثير الكامل على الجمهور، إذ تم الثناء على العمل المستمر في هذا المجال وتقدير الجهود المبذولة، لكن دائرة العلاقات العامة لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب من الإقناع والتأثير في المجتمع، وهذا التقييم يُظهر أن هناك تقديرًا للجهود المبذولة، ولكن في الوقت ذاته يوجد إدراك بأن هناك مساحة كبيرة للتحسين، خاصة في ما يتعلق بتعزيز الثقة والتأثير في الجمهور.

ويتضح كذلك أن جهود دائرة العلاقات العامة فعالة بشكل ممتاز، فالدائرة تلتزم بالشفافية وتواصل فعال ومستمر مع المجتمع المحلي، وهذا يعكس ثقة كبيرة في دور العلاقات العامة في بناء علاقات جيدة مع المجتمع المحلي، وتؤكد على أهمية الشفافية كعامل رئيسي في بناء الثقة مع الجمهور، فمن خلال هذا التقييم، يبدو أن الشفافية والانفتاح على المجتمع المحلي ساهمتا في تعزيز سمعة الجهاز وبناء قاعدة قوية من الثقة المتبادلة.

وتسلط الإجابات الضوء على الجانب الإيجابي لأداء دائرة العلاقات العامة في نشر إنجازات جهاز الأمن الوقائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتوعية الجمهور بمخاطر غياب الأمن والفلتان، فهذا الأداء ساهم بشكل كبير في تحسين صورة الجهاز وخلق سمعة طيبة، خاصة بين الأجيال الشابة، ومن هذا التحليل، يمكن استنتاج أن جهود التواصل الرقمي لعبت دورًا مهمًا في تعزيز الوعي العام والتفاعل الإيجابي مع الجهاز، مما ساهم في تحسين سمعته وتعزيز الثقة مع فئة الشباب في المجتمع.

ويتضح كذلك من المقابلات وجود نقد لبعض جوانب تلك القضية، فجهود العلاقات العامة ليست بالمستوى المطلوب، إذ أن صفحة الإعلام التابعة للدائرة تركز بشكل كبير على النواحي الاجتماعية فقط ولا تنشر الإنجازات المهمة للجهاز في اكتشاف الجرائم ومكافحتها، وهذا الرأي يعكس الحرص على تطوير الاستراتيجية الإعلامية الحالية، وتقليل الفجوة المتعلقة بالتواصل ما بين الدائرة والجمهور فيما يتعلق بتسليط الضوء على الإنجازات الأمنية، لتعزيز جهود بناء الثقة والوعي العام بدور الجهاز.

وتُفسر نتائج المقابلات استراتيجية العلاقات العامة من منظور استراتيجي، فالجهاز يستخدم هذه الاستراتيجية لبناء علاقات استراتيجية مع الجماهير المستهدفة، ويعمل على إقناع المواطنين بجهوده في مكافحة الجريمة وتحقيق الأمان للمواطنين، وهذا التحليل يُظهر فهمًا أعمق لدور العلاقات العامة كأداة لبناء التحالفات مع المجتمع وتحقيق أهداف الجهاز في تعزيز الأمن العام، ويُشير هذا الرأي إلى أن العلاقات العامة لا تعمل فقط كوسيلة للتواصل، بل تُستخدم أيضًا كأداة لإقناع المجتمع بجدوى وفعالية جهود الجهاز الأمنية.

ويظهر كذلك من خلال المقابلات التأكيد على مهنية الجهاز والتزامه بالعمل الميداني المستمر، فالمجتمع يتفاعل بشكل أفضل مع العمل الميداني، وأن الاستطلاعات تظهر نتائج إيجابية تعزز الثقة بالجهاز، وأن العمل الميداني هو أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في بناء الثقة مع المجتمع، فالجهاز قادر على تجاوز التحديات والمعوقات من خلال الالتزام المستمر والتواصل الفعال مع الجمهور.

يتضح من تحليل الإجابات أن جهود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتطبيق استراتيجية الإقناع مع المجتمع المحلي تواجه تباينًا في الآراء، في حين يُثني البعض على الشفافية والالتزام المستمر بالتواصل مع المجتمع، يرى آخرون أن هذه الجهود بحاجة إلى تعزيز وتطوير، خصوصًا فيما يتعلق بتسليط الضوء على إنجازات الجهاز عبر وسائل الإعلام المختلفة، فالشفافية والمهنية تُعتبران من العوامل الأساسية في تعزيز الثقة مع الجمهور، ولكن هناك حاجة ملحة لزيادة فعالية التواصل الإعلامي وإبراز الإنجازات الأمنية بشكل أفضل.

المحور السابع: الصورة الذهنية لدى المواطنين في الضفة الغربية عن جهاز الأمن الوقائي:

تحليل الإجابات حول تقييم الصورة الذهنية للجهاز من خلال عرض مشروعات الجهاز، وتعريف المواطنين بجهوده في مواجهة الجرائم، يبرز عدة نقاط جوهرية تعكس تباين الآراء حول فعالية هذه الجهود ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها.

النتائج تشير إلى أن دائرة العلاقات العامة ما زالت تواجه تحديات كبيرة في ترسيخ صورة ذهنية إيجابية عن جهاز الأمن الوقائي بين الجمهور، وعلى الرغم من التقدير للعمل المستمر الذي تقوم به الدائرة، يبدو أن هناك إدراكًا بأن الجهود الحالية غير كافية لتحقيق تأثير ملموس في تحسين صورة الجهاز أمام الجمهور، وتُظهر الحاجة إلى مزيد من العمل على تعزيز التواصل والإقناع من خلال تبني استراتيجيات أكثر فعالية في الوصول إلى الجمهور.

ويتضح كذلك من المقابلات أهمية التفاعل المستمر مع الجمهور عبر وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، فالصراحة والشفافية في تقديم المعلومات الدقيقة حول إنجازات الجهاز يمكن أن تسهم في بناء الثقة مع المواطنين، وأهمية إدراج ملاحظات الجمهور في عملية تحسين الأداء، مما يشير إلى أن بناء الثقة يحتاج إلى تفاعل حقيقي ومستمر مع الجمهور بالإضافة إلى تقديم معلومات واضحة وشفافة حول أنشطة الجهاز.

وبالتالي يظهر من خلال نتائج المقابلات أن هناك تقييم إيجابي لصورة جهاز الأمن الوقائي بين الجمهور، فالجهاز يتمتع بكفاءة عالية في اكتشاف الجرائم ومعالجة القضايا العامة، ويبرز هذا الرأي أهمية جهود الجهاز في توفير الأمن والأمان للمواطنين، ويشير إلى دور العلاقات العامة في تسليط الضوء على تلك الجهود، فهذا التحليل يُظهر أن الصورة الذهنية الإيجابية تعتمد بشكل كبير على النجاح الميداني للجهاز في التعامل مع القضايا الأمنية، وهو ما يعزز الثقة مع الجمهور ويُحسن صورة الجهاز.

وتُقدم المقابلات تفسيرًا لدور العلاقات العامة كوسيط بين الجهاز والجمهور، فالعلاقات العامة تسعى إلى كسب ثقة الرأي العام وتحسين الصورة الذهنية للجهاز، ويُبرز هذا الرأي أهمية العلاقات العامة في تقديم أهداف الجهاز وبرامجه بطريقة تُفنع الجمهور وتبني صورة إيجابية عنه، مع الاعتراف بأن الصورة السلبية التي قد تكون تشكلت لدى البعض تحتاج إلى جهد إضافي لتحسينها، وهنا نرى أن العلاقات العامة تُعتبر أداة حيوية في تشكيل الرأي العام وتحقيق دعم المجتمع لسياسات الجهاز.

وتركز إجابات المقابلات على الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية لجهاز الأمن الوقائي، حيث يظهر أن وسائل الإعلام تؤدي دورًا حاسمًا في تقديم صورة الجهاز إلى الجماهير، وعلى الرغم من أن التجارب المباشرة تلعب دورًا مهمًا في تشكيل الآراء، إلا أن الاعتماد على وسائل الإعلام يظل ضروريًا، خاصة في ظل الأزمات والأوضاع الاستثنائية، وهذا التحليل يُظهر أن العلاقات العامة يجب أن تولي اهتمامًا أكبر لوسائل الإعلام باعتبارها نافذة رئيسية يمكن من خلالها تحسين صورة الجهاز وتعزيز ثقة الجمهور به.

من خلال تحليل الإجابات، يمكن استنتاج أن جهود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتحقيق صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور عالية وكبيرة، وتُقدّر الجهود المبذولة، وعلى الرغم من تلك الجهود إلا أن هناك حاجة واضحة لتحسين الشفافية والتفاعل مع الجمهور عبر وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، وتلعب وسائل الإعلام دورًا رئيسيًا في تشكيل آراء المواطنين، خاصة في ظل الأوضاع السياسية والاجتماعية الصعبة، ويجب على الجهاز تعزيز استراتيجياته الإعلامية لمواجهة التحديات والانتقادات التي توجه إليه من بعض الفئات، وبالتالي فإن تعزيز الصورة الذهنية للجهاز يتطلب مزيدًا من الانفتاح على المجتمع، تقديم المعلومات الدقيقة حول جهود الجهاز، والاستفادة من وسائل الإعلام لتحسين الصورة الذهنية وتعزيز الثقة بالمؤسسة.

المحور الثامن: مقترحات وتوصيات لتطوير دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني استراتيجياتها الاتصالية مع الجمهور والمواطنين:

تحليل الإجابات المتعلقة بتطوير دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني يكشف عن مجموعة من المقترحات والتوصيات التي تتفق في مجملها على ضرورة تعزيز التواصل بين الجهاز والجمهور، وتحسين استراتيجيات الاتصال بما يتناسب مع التحديات الحالية.

فنتائج المقابلات تركز على أهمية توثيق إنجازات الدائرة بشكل فعال ونشرها من خلال وسائل الإعلام والندوات والمؤتمرات، مع الإشارة إلى ضرورة تسليط الضوء على جهود الجهاز في الحفاظ على أمن وأمان المواطنين، ويظهر هذا الرأي أن العلاقات العامة يجب أن تركز على تقديم صورة إيجابية واضحة وموثقة للجمهور حول دور الجهاز، وتوثيق الإنجازات والنشاطات الخيرية يُعد جزءاً من استراتيجية شاملة لتعزيز الثقة العامة، مما يساهم في تحسين الصورة الذهنية للجهاز.

وتُبرز نتائج المقابلات عدة عناصر أساسية لتطوير العلاقات العامة، مثل تعزيز الشفافية، توسيع قنوات التواصل، الاستجابة السريعة، تسليط الضوء على الإنجازات، وتشجيع المشاركة المجتمعية، وبالتالي تقدم نهجاً شاملاً يركز على التواصل المفتوح والمباشر مع الجمهور من خلال تعزيز الشفافية وتقديم معلومات دقيقة وفي وقتها، وهي عناصر ضرورية لبناء الثقة مع المجتمع وتحقيق الفعالية في التواصل.

وتسلط نتائج المقابلات الضوء على الفجوة بين مستوى العلاقات العامة في رام الله وبعض المحافظات الأخرى، مثل نابلس وطوباس، وهذا التفاوت في الأداء بين المحافظات يشير إلى الحاجة إلى توزيع الجهود بشكل متساوٍ بين المناطق المختلفة، مما يُظهر أن تعزيز الاستراتيجيات الاتصالية لا يجب أن يكون مركزياً فقط، بل يجب أن يشمل جميع المحافظات لضمان وصول الرسالة إلى كل الفئات المجتمعية.

وتقترح نتائج المقابلات تفعيل دور دائرة العلاقات العامة من خلال نشر الإجراءات البطولية للجهاز ضد الخارجين عن القانون، بالإضافة إلى تنظيم زيارات للفئات المختلفة في المجتمع الفلسطيني وتقديم ورش عمل توعوية حول مواضيع حساسة مثل الجرائم الإلكترونية والمخدرات، وهذه النتيجة تعكس أهمية التوعية المجتمعية ودور العلاقات العامة في التواصل المباشر مع الفئات الشبابية، وهو ما يعزز حضور الجهاز ويُظهره كعنصر حيوي في حماية المجتمع من التحديات الأمنية والاجتماعية.

وتُركز نتائج المقابلات على أهمية التخطيط المسبق وبناء استراتيجية اتصالية تعتمد على أسس علمية، مع ضرورة تدريب المتخصصين في الاتصال الاستراتيجي وتوفير الدعم المادي والتكنولوجي، إذ يُظهر هذا التحليل أن تطوير الاستراتيجيات الاتصالية يتطلب نهجاً علمياً وشاملاً يأخذ بعين الاعتبار جميع العناصر المطلوبة لإنجاح التواصل مع الجمهور، بما في ذلك تدريب الكوادر وتقديم الدعم المادي والتكنولوجي، بالإضافة إلى ذلك، تبرز أهمية دور العلاقات العامة في زيادة وعي الجمهور بالقضايا العامة.

وتقدم نتائج المقابلات مقترحات تتعلق بإصدار كتيبات ونشرات دورية، تنظيم الأنشطة الاجتماعية والرياضية، بالإضافة إلى متابعة ما يُنشر عن الجهاز في وسائل الإعلام وتحليل الرأي العام، وهذه المقترحات تُبرز أهمية الاستمرار في تعزيز العلاقة بين الجهاز والجمهور من خلال النشاطات المجتمعية والرياضية، وأيضاً من خلال مراقبة الرأي العام والرد على أي استفسارات أو انتقادات تُنشر في وسائل الإعلام.

تحليل الإجابات يشير إلى أن هناك حاجة واضحة لتطوير دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني من خلال توثيق الإنجازات، تعزيز الشفافية، وتوسيع قنوات التواصل مع الجمهور. كما أن التركيز على المناطق المختلفة في الوطن وتوزيع الجهود بشكل عادل يشير إلى أهمية مراعاة التفاوتات الجغرافية في فعالية الاستراتيجيات الاتصالية. بالإضافة إلى ذلك، يتضح أن العلاقات العامة بحاجة إلى استراتيجيات تعتمد على أسس علمية وتخطيط مسبق، مع ضرورة تقديم التدريب المناسب للكادر المسؤول وتوفير الموارد المادية والتكنولوجية اللازمة.

كما أن الاقتراحات التي تركز على نشر الأنشطة البطولية للجهاز وتنظيم الفعاليات المجتمعية والرياضية تُظهر أهمية الدور الاجتماعي للعلاقات العامة في تعزيز التواصل مع الجمهور وزيادة الوعي بالقضايا الأمنية والاجتماعية. وأخيراً، تُبرز الإجابات ضرورة متابعة وسائل الإعلام ومراقبة الرأي العام، وهو أمر أساسي في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الجهاز والاستجابة السريعة لأي انتقادات قد تُوجه إليه.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج وتوصياتها

تناول الباحث من خلال هذا الفصل أسئلة الدراسة وفرضياتها، عبر توضيح نتيجة كل سؤال ومناقشته وتوضيح الرأي الشخصي وربطه بالدراسات السابقة وكذلك ربطه بنتائج المقابلات، ومن ثم مناقشة نتائج الفرضيات، وأخيراً تقديم التوصيات والمقترحات المستقبلية للدراسة:

4.1 مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي للدراسة: ما دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

تشير النتائج إلى أن دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني يعد ذا أهمية كبيرة في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي. حيث أظهر المتوسط الحسابي الكلي (3.93) مما يعكس نسبة مئوية بلغت (78.6%)، وذلك يدل على درجة موافقة مرتفعة، وعند النظر إلى المحاور المختلفة، نجد أن محور "استراتيجية الإقناع" احتل المرتبة الأولى، حيث بلغ متوسطه الحسابي (3.96) مع نسبة مئوية قدرها (78.6%)، مما يدل على درجة موافقة كبيرة. بينما جاء محور "استراتيجية الإعلام" في المرتبة الثانية، مسجلاً متوسط حسابي قدره (3.92) ونسبة مئوية (78.4%)، مما يشير إلى توافق إيجابي أيضاً.

وفي المقابل، احتل كل من محور "استراتيجية الحوار" و"استراتيجية بناء الإجماع" المرتبة الثالثة والأخيرة، حيث سجل كل منهما متوسطاً حسابياً قدره (3.91) ونسبة مئوية بلغت (78.2%). وبالتالي، يتضح أن العلاقات العامة تلعب دوراً فعالاً في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي من خلال هذه المحاور المتعددة.

تشير نتائج الدراسة بوضوح إلى أن العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني تلعب دورًا كبيرًا في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، وهو ما يتضح من ارتفاع المتوسطات الحسابية للعديد من المحاور التي تم قياسها، فمن خلال تحليل هذه النتائج، يمكن استخلاص أن استراتيجية الإقناع كانت الأكثر تأثيرًا بين استراتيجيات الاتصال، حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي ونسبة مئوية مقارنة ببقية المحاور، وهذا يشير إلى أن الجمهور المستهدف يتجاوب بشكل إيجابي مع الرسائل التي يستخدم فيها جهاز الأمن الوقائي أساليب الإقناع لتوصيل المعلومات أو تغيير المفاهيم أو كسب دعم المجتمع المحلي، وقد يكون هذا الارتفاع ناتجًا عن إدراك المجتمع لدور الأمن الوقائي في حماية المجتمع وارتباطه بقضايا ذات أهمية مثل الأمن والاستقرار، ما يعزز قبول الرسائل المقنعة التي تقدمها العلاقات العامة.

في المرتبة الثانية، جاءت استراتيجية الإعلام بمتوسط حسابي قريب جدًا من استراتيجية الإقناع، مما يعكس مدى أهمية الإعلام كأداة فعالة لنقل المعلومات وتشكيل الرأي العام، ويمكن تفسير هذا النجاح في استراتيجية الإعلام بكونه يعتمد على توفير معلومات موثوقة وشفافة، مما يعزز من مستوى الثقة بين جهاز الأمن الوقائي والمجتمع المحلي، ففي سياق العلاقات العامة، الإعلام يُعتبر أحد الأدوات الرئيسية للوصول إلى الجمهور الواسع ونشر الرسائل بشكل فعال، ولذلك من المنطقي أن تحظى هذه الاستراتيجية بدرجة موافقة كبيرة.

أما بالنسبة لاستراتيجية الحوار واستراتيجية بناء الإجماع، فقد جاءت في المرتبة الثالثة، وعلى الرغم من ذلك، لم يكن هناك فارق كبير في المتوسط الحسابي بينهما وبين الاستراتيجيات الأخرى، ويُمكن تفسير هذا التقارب في النتائج على أن الحوار وبناء الإجماع هما أيضًا أداتين مهمتين لتعزيز الاتصال بين جهاز الأمن الوقائي والمجتمع المحلي، ولكنهما قد يكونان أقل تأثيرًا بشكل نسبي مقارنة بالإعلام والإقناع بسبب طبيعة التواصل المباشر في هذه الاستراتيجيات، وقد تتطلب هذه الاستراتيجيات جهدًا أكبر وتواصلًا أكثر تفاعلية مع الجمهور، وهو ما قد يكون تحديًا في بعض الأحيان.

بصورة عامة، يمكن القول إن جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني قد نجح إلى حد كبير في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي من خلال توظيف أدوات متعددة للتواصل، بدءًا من الإعلام والإقناع وصولًا إلى الحوار وبناء الإجماع، وبهذا الشكل، يُظهر المتوسط الحسابي الكلي أن دور العلاقات العامة في هذا السياق كان ذا تأثير كبير، مما يعكس فهم الجهاز لأهمية التواصل المستمر والفعال مع المجتمع لضمان الدعم والتعاون.

وتتفق النتيجة أعلاه مع نتائج المقابلات والتي يتضح من خلالها أن هناك إجماعًا بين ممارسي العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني على أن العلاقات العامة تلعب دورًا محوريًا في تعزيز التواصل مع المجتمع المحلي، على الرغم من وجود اختلافات في الرؤية حول مدى نجاح هذا الدور، فالبعض يرى أن الدائرة تحتاج إلى مزيد من الدعم والتطوير لتتمكن من أداء مهامها بكفاءة أكبر، خاصة في ظل التحديات التي تواجهها من الاحتلال، بينما يرى البعض الآخر أن الدائرة قد حققت تقدمًا كبيرًا في السنوات الأخيرة في مجال التواصل مع الجمهور، وهو ما يُحسب لها.

وتتفق هذه النتائج كذلك مع عدد من الدراسات السابقة كدراسة مصطفى (2023) التي بحثت فاعلية العلاقات العامة للسفارة اليابانية في العراق، حيث أظهرت أن استخدام وسائل الإعلام واستراتيجيات الاتصال كان له تأثير كبير في تعزيز التواصل مع الجمهور، وكذلك، تشير دراسة محمد (2022) إلى أهمية الأنشطة الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية لدى الطلاب الوافدين في الجامعات المصرية، مما يبرز دور العلاقات العامة في تكوين الانطباعات الإيجابية عن المؤسسات.

علاوة على ذلك، تتشابه نتائج الدراسة مع نتائج دراسة ازريقات (2022) التي أكدت على أهمية استخدام الأدوات الاتصالية المتنوعة لتعزيز العلاقة مع الإعلام، مما يعكس أهمية استراتيجيات الحوار في الدراسة الحالية، حيث كانت ضمن المحاور المعتمدة في تعزيز الاتصال مع المجتمع المحلي، وكذلك تتفق مع نتائج دراسة الزبيدي (2022) حول دور الأنشطة الاتصالية في تحقيق معايير التميز المؤسسي.

ربط نتيجة السؤال الرئيسي مع نظرية الدراسة: نظرية إصلاح الصورة الذهنية

وتشير نتائج الدراسة إلى الدور الفعّال للعلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي، خاصة استراتيجية الإقناع التي حصلت على أعلى تقييم، هذا يتسق بشكل كبير مع نظرية إصلاح الصورة الذهنية التي تؤكد على أن الحفاظ على صورة إيجابية للمنظمة يتطلب اتصالاً مستداماً وهادفاً مع الجمهور، واستراتيجيات إصلاح الصورة مثل الإنكار، العمل التصحيحي، والشعور بالندم تعكس أهمية استخدام أدوات التواصل المتنوعة لتصحيح الصورة الذهنية وتعزيز الثقة مع المجتمع.

ربط نتيجة السؤال الرئيسي مع نموذج الدراسة: نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية

ويتضح كذلك من نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني تعتمد على استراتيجيات متنوعة تتناسب مع طبيعة الموقف والجمهور، وهو ما يتوافق مع نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية. على سبيل المثال، تبرز استراتيجية الإعلام كوسيلة أساسية لتقديم المعلومات الواضحة للجمهور، في حين تهدف استراتيجية الإقناع إلى التأثير على سلوكيات الجمهور غير النشط. كما يظهر اعتماد استراتيجيات الحوار وبناء الإجماع، التي تركز على التواصل في اتجاهين لتعزيز الثقة وتحقيق التفاهم المتبادل مع الجمهور النشط. هذا التنوع في الاستراتيجيات يعكس جوهر نموذج رولر الذي يؤكد على أهمية اختيار الاستراتيجية الأنسب لكل موقف، مما يدعم قدرة العلاقات العامة على التفاعل مع التحديات المختلفة بفعالية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما درجة استخدام استراتيجية الاعلام من قبل دائرة العلاقات العامة

في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور استراتيجية الاعلام بلغ (3.92) وبنسبة مئوية (78.4%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن درجة استخدام استراتيجية الاعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبير

يفسر الباحث هذه النتيجة بأن دائرة العلاقات العامة تسعى لتحقيق تواصل شامل وفعال مع المجتمع، وذلك من خلال استخدام مجموعة متنوعة من أدوات الإعلام، فعلى سبيل المثال، يعكس الاهتمام بإبراز إنجازات الجهاز ونشر الوعي حول القضايا التي تهتم المواطنين أن الجهاز يضع الشفافية وتوضيح دوره المجتمعي في مقدمة استراتيجياته، وهذا يساعد على بناء الثقة بين الجهاز والمواطنين، حيث يشعر الجمهور بأن الجهاز ليس فقط مهتمًا بحفظ الأمن بل أيضًا بتقديم المعلومات وتوضيح جهوده في خدمة المجتمع.

وعليه فإن استخدام وسائل الإعلام الحديثة مثل شبكات التواصل الاجتماعي، التي احتلت مرتبة متقدمة في الاستبيان، يوضح أن الجهاز يدرك أهمية استخدام التكنولوجيا والوسائل الحديثة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المواطنين، فهذه الوسائل تتيح تواصلًا مباشرًا وفوريًا مع الجمهور، مما يسهم في تعزيز الانخراط المجتمعي ويخلق مساحة للتفاعل المستمر مع القضايا المطروحة، وعليه فمن خلال استخدام هذه الوسائل، يكون الجهاز قادرًا على الوصول إلى فئات عمرية مختلفة وجعل تواصله أكثر شمولية وتأثيرًا.

إلى جانب ذلك، يوضح الاستخدام المكثف للإعلام التقليدي، مثل المقابلات الإذاعية والتلفزيونية، أن الجهاز يحاول تغطية مختلف جوانب الإعلام والتواصل مع شرائح المجتمع المتنوعة، وقد يفضل بعض المواطنين الوسائل الإعلامية التقليدية، مما يجعل استمرار استخدام هذه القنوات أمرًا حيويًا لضمان تغطية جميع الفئات.

بالتالي، يمكن تفسير هذه النتائج بأن استراتيجية الإعلام التي تعتمدها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تهدف إلى تحقيق التواصل الشامل والفعال مع الجمهور، مستفيدة من مجموعة متنوعة من الأدوات والوسائل الإعلامية، وهذا النهج لا يقتصر على نقل المعلومات فحسب، بل يتضمن أيضًا إبراز جهود الجهاز، وتوعية المجتمع بالقضايا الهامة، وتشكيل الرأي العام بطريقة تخدم الصالح العام. في النهاية، يعكس هذا الدور النشط للعلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي مدى التزام الجهاز بتعزيز الشفافية والثقة والتواصل المستمر مع المجتمع المحلي.

وتتفق النتيجة أعلاه مع ما جاء في نتائج المقابلات المعمقة، فهناك اتفاقاً عاماً على دور دائرة العلاقات العامة في تحقيق تأثير ملموس في العلاقة بين جهاز الأمن والجمهور الفلسطيني عبر استراتيجية الإعلام المتبعة من الجهاز، وهناك تقديراً إيجابياً لدور دائرة العلاقات العامة، خاصة في تأثيرها على الرأي العام ونشر المعلومات، وهذا الرأي يعكس رضياً نسبياً عن الجهود التي تبذلها الدائرة في التواصل مع الجمهور، وفي نفس السياق فإن الاستراتيجية تتسم بالشفافية والمصداقية، وهو ما يعزز من تشكيل آراء الجمهور ويضمن حصوله على المعلومات اللازمة، وهذا التصور يعكس وعياً بأهمية التواصل المستمر والموثوق مع الجمهور، وهو جزء أساسي من العلاقات العامة الناجحة.

وتتفق النتيجة أعلاه مع نتائج دراسة مصطفى (2023) والتي تشير إلى فعالية العلاقات العامة حيث أظهرت الدراسة استخدام الموقع الإلكتروني بشكل عملي لتعزيز أنشطة العلاقات العامة، مما يعكس أهمية استراتيجيات الإعلام في تشكيل آراء الجمهور. علاوة على ذلك، تتقارب نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة ازريقات (2022) التي تناولت الأدوات الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والإعلام بالشرطة، حيث أظهرت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة تستخدم أدوات متنوعة، مما يعكس أهمية التواصل الفعال مع الجمهور لتعزيز العلاقة مع الإعلام.

ربط نتائج السؤال الأول مع نظرية إصلاح الصورة الذهنية

تتماشى نتائج السؤال مع نظرية إصلاح الصورة الذهنية بشكل واضح، حيث أظهرت النتائج أن درجة استخدام استراتيجية الإعلام من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي هي درجة كبيرة (78.4%)، مما يشير إلى أن الجهاز يسعى لتحقيق تواصل شامل وفعال مع الجمهور، فوفقاً لنظرية إصلاح الصورة الذهنية، فإن الحفاظ على صورة إيجابية يتطلب اتصالاً مستمراً وهادفاً، ويعكس استخدام الإعلام بشكل مكثف، سواء كان عبر وسائل الإعلام الحديثة مثل شبكات التواصل الاجتماعي أو الإعلام التقليدي، سعي الجهاز لإصلاح وتعزيز صورته لدى الجمهور.

ربط نتائج السؤال الأول مع نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية

تتوافق نتائج السؤال أيضًا مع نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية، حيث يوضح أن جهاز الأمن الوقائي يعتمد على استراتيجية إعلامية متعددة الأدوات التي تهدف إلى توصيل المعلومات بفعالية إلى الجمهور المستهدف، فوفقًا لهذا النموذج، يمكن تصنيف استراتيجية الإعلام التي اعتمدها دائرة العلاقات العامة ضمن استراتيجية "الإعلام" (Information) التي تركز على التواصل في اتجاه واحد مع الجمهور لتقديم معلومات ذات معنى واضح ومحدد، وهذا يتماشى مع نتائج الدراسة التي أظهرت استخدام الجهاز لوسائل الإعلام المختلفة بهدف توعية المجتمع بالقضايا الهامة، مما يسهم في تعزيز صورة الجهاز في نظر المجتمع المحلي.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: هل تطبق دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني

استراتيجية الحوار لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور استراتيجية الحوار بلغ (3.91) وبنسبة مئوية (78.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن درجة تطبيق دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني استراتيجية الحوار لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبير.

يمكن تفسير هذه النتائج على أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تدرك أن التفاعل المباشر مع المجتمع، بما في ذلك الاستماع إلى الآراء والشكاوى وحل المشكلات، يشكل جزءًا حيويًا من بناء علاقة إيجابية ومستدامة مع المواطنين، فعلى سبيل المثال، الفقرة التي حصلت على أعلى نسبة موافقة وهي "تعمل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على حل مشكلات المواطنين التي يبلغون عنها" تشير إلى أن الجهاز لا يقتصر على جمع الملاحظات والشكاوى، بل يتجاوز ذلك إلى اتخاذ إجراءات لحل تلك المشكلات، وهذا يدل على وجود تفاعل عملي وفعال، يعزز ثقة المواطنين بالجهاز ويؤكد على أهمية الحوار البناء.

علاوة على ذلك، فاستخدام برامج المسؤولية المجتمعية، سواء في الجوانب الاجتماعية أو الاقتصادية أو البيئية، يعزز دور الجهاز ليس فقط كجهة أمنية ولكن أيضًا كجزء فاعل من المجتمع المحلي، فبرامج المسؤولية المجتمعية تُظهر التزام الجهاز بتقديم ما هو أبعد من الخدمات الأمنية التقليدية، وتفتح بابًا للحوار المستمر مع المجتمع عبر قنوات متعددة، مما يساعد في تعزيز الروابط بين الجهاز والمواطنين.

بالإضافة إلى ذلك، اعتماد الجهاز على وسائل الاتصال التقليدية مثل الندوات والمؤتمرات يعكس وعيه بأهمية الحوار وجهًا لوجه، وهو ما يعزز من قوة التواصل، فالتفاعل اليومي مع المواطنين عبر هذه الوسائل يعزز من فرص التواصل المستمر ويزيد من فعالية الحوار، حيث يمكن للجهاز معالجة القضايا بسرعة أكبر وبأسلوب أكثر شمولية.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج توجُّهًا إيجابيًا نحو تطبيق استراتيجية الحوار في التواصل مع المجتمع المحلي، فالحوار بين الجهاز والمواطنين يعدّ عنصرًا أساسيًا في تعزيز الثقة المتبادلة، حيث يتجاوز الجهاز دوره الأمني ليصبح جزءًا من النسيج المجتمعي، وهذا النوع من التواصل يُمكن المواطنين من المشاركة في صنع القرار ويعزز من شعورهم بأن أصواتهم مسموعة.

فهذه النتائج تبرهن على أن الجهاز ينظر إلى الحوار كاستراتيجية رئيسية لتطوير العلاقة بينه وبين المجتمع المحلي، وهي استراتيجية تُظهر فعالية عالية في تعزيز التواصل وتدعيم الشعور بالانتماء والثقة المتبادلة، وتعزيز هذا النوع من الحوار يساهم بشكل كبير في تحسين صورة الجهاز في عيون المواطنين ويعزز من دوره كجزء أساسي من المجتمع الذي يخدمه.

وتتفق النتيجة أعلاه مع ما جاء في نتائج المقابلات إذ يمكن ملاحظة أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تعزز استراتيجية الحوار والتي تعتمد على مجموعة من الأدوات الاتصالية مثل المؤتمرات، الندوات، والورشات المجتمعية للتواصل مع الجمهور المحلي، وهناك اتفاق على أن هذه الوسائل تلعب دوراً في تعزيز العلاقة بين الجهاز والمجتمع، وعليه تُظهر الإجابات أن دائرة العلاقات العامة تلعب دوراً فعالاً

في التواصل مع الجمهور، لكنها بحاجة إلى تطوير استراتيجياتها الإعلامية والاستفادة بشكل أكبر من وسائل الاتصال المتاحة لتعزيز حضورها وتأثيرها على الجمهور المحلي.

وتتشابه النتيجة أعلاه مع نتائج بعض الدراسات السابقة، حيث تتوافق مع ما توصلت إليه نتائج دراسة مصطفى (2023) والتي تشير إلى أن العلاقات العامة تستخدم أدوات التواصل بشكل فعال، مما يعزز تفاعلها مع الجمهور من خلال منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يتشابه مع نتائج الدراسة الحالية، حيث أظهرت دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي اهتمامًا كبيرًا بالتواصل مع المواطنين والاستجابة لملاحظاتهم وشكاواهم.

كما تتشابه ونتائج دراسة ازريقات (2022) التي أكدت على أهمية استخدام أدوات الاتصال المتنوعة لتعزيز العلاقة مع الإعلام، مشيرةً إلى أن التواصل الجيد يعزز من فهم الجمهور لعمل المؤسسات.

ربط نتائج السؤال الثاني مع نظرية إصلاح الصورة الذهنية

تشير النتائج المتعلقة بتطبيق دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لاستراتيجية الحوار إلى درجة كبيرة من الموافقة، مما يبرز أهمية هذه الاستراتيجية في تعزيز الاتصال مع المجتمع المحلي، فوفقاً لنظرية إصلاح الصورة الذهنية، يعد الحوار أداة جوهرية لتحسين الصورة الذهنية للمنظمة، حيث يساهم في بناء علاقة مستدامة تقوم على الثقة والتفاعل الإيجابي مع الجمهور.

ربط نتائج السؤال الثاني مع نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية

وفقاً لنموذج رولر، تعد استراتيجية الحوار من أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمد على التواصل في اتجاهين لتعزيز التفاعل بين المنظمة والجمهور، ويشير المتوسط المرتفع لمحور استراتيجية الحوار في الدراسة إلى أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تستخدم هذه الاستراتيجية بشكل كبير لتعزيز العلاقة مع المجتمع المحلي، وهذا التوجه يتوافق مع نموذج رولر، الذي يركز على أن استراتيجية الحوار

تُستخدم بشكل خاص في الحالات التي تتطلب مشاركة فعالة للجمهور، مما يساهم في بناء علاقات مستدامة وتحقيق التفاهم المتبادل.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: هل تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي

القطري استراتيجياً بناء الإجماع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

أشارت نتائج الدراسة المتوسطة الحسابي الكلي لمحور استراتيجية بناء الإجماع بلغ (3.91) وبنسبة مئوية (78.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن درجة استخدام دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي القطري استراتيجية بناء الإجماع لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبير.

يتضح من البيانات أن دائرة العلاقات العامة تُولي أهمية بالغة لكسب تأييد المواطنين عبر توفير معلومات شاملة حول النشاطات التي يقوم بها الجهاز، وهذا يشير إلى وعي عالٍ لدى الجهاز بأهمية الشفافية والاتصال الفعّال مع المواطنين، مما يعكس أن الجهاز يسعى لتعزيز الثقة وبناء علاقات قوية من خلال إظهار دورهم في خدمة المجتمع، وفي هذا السياق، يمكن القول إن توفير المعلومات يساهم في بناء صورة إيجابية لدى الجمهور ويعزز من تفاعلهم مع المؤسسة، خاصة عندما يتعلق الأمر بخدمات ذات صلة مباشرة بحياتهم اليومية.

بالإضافة إلى ذلك، فالجهاز لا يعتمد فقط على نقل المعلومات، بل يُعزز المشاركة الفعلية للمواطنين في قضايا جوهرية، وهذا يشير إلى استراتيجية متقدمة تهدف إلى بناء التأييد على مستوى أوسع يشمل التأثير في الرأي العام وتحقيق توافق مجتمعي حول المبادرات والسياسات التي يتبناها الجهاز، وأن هناك جهداً واضحاً من قبل دائرة العلاقات العامة لشرح القوانين وتوضيح أهدافها، فهذه الاستراتيجية تُعدّ ضرورية لبناء توافق اجتماعي بشأن الأطر القانونية التي يُطبقها الجهاز، إذ يساعد التواصل الشفاف حول القوانين في تقليل النزاعات وسوء الفهم.

ويضيف الباحث هنا بأن هناك اهتمامًا بالاستماع إلى الأصوات المجتمعية وفهم أولوياتها، وهنا، يظهر الدور الهام الذي تلعبه دائرة العلاقات العامة في تحسين استراتيجياتها بناءً على تقييم مستمر للتغذية الراجعة من الجمهور، وعليه تتعزز فكرة أن الدائرة تعتمد على توجيه استراتيجياتها نحو تحقيق إجماع حول قضايا الأمن المجتمعي، وهذا يُعبر عن رغبة الجهاز في بناء قنوات اتصال قوية ودائمة تستند إلى اهتمامات مشتركة مع الجمهور، مثل الحفاظ على الأمن العام، وأن دائرة العلاقات العامة تعمل بجدية على إشراك المواطنين في القضايا المجتمعية، وبالتالي قدرة الجهاز على تكوين رأي عام إيجابي وداعم من خلال تعزيز الاتصال المستمر والمشاركة الفعّالة في صنع القرار، وهو ما يتماشى مع الأهداف العامة لتطوير العلاقة بين المؤسسات الأمنية والمجتمع المحلي في فلسطين.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج المقابلات المعمقة فمن خلال تحليل هذه الإجابات، المتعلقة بتقييم استراتيجية بناء الإجماع التي تتبعها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، يمكن تفسير هذه النتائج على أنها تعكس جهدًا إيجابيًا من قبل الدائرة في التواصل مع الجمهور، ولكنها في الوقت ذاته تكشف عن بعض الفجوات التي تستدعي التطوير، فمن الواضح أن الاستراتيجية الحالية تقوم على مبادئ التواصل الفعّال والسعي لكسب تأييد المواطنين من خلال الشفافية وتقديم المعلومات، ومع ذلك، تتطلب هذه الجهود تعزيزًا وتطويرًا لمواكبة تطلعات الجمهور المحلي، حيث أن بناء الثقة المستدامة مع المجتمع يتطلب اعتماد نهج أكثر تفاعلية واستجابة سريعة لاحتياجات المواطنين، فنتائج المقابلات تُظهر أن الجمهور يُثني على جهود الدائرة في تحسين علاقتها مع المجتمع، لكنه يرى أيضًا أن هناك مجالًا أكبر للتحسين، خاصة في ما يتعلق بالاستماع لآراء المواطنين ومقترحاتهم.

وتتفق النتيجة أعلاه مع بعض نتائج الدراسات السابقة، فعلى سبيل المثال، تشير دراسة مصطفى (2023) إلى استخدام العلاقات العامة الفعّالة حيث تم التركيز على بناء تأييد الجمهور من خلال أنشطة التواصل المتنوعة، مما يعكس أهمية الاستراتيجيات التي تعزز العلاقات الإيجابية مع المجتمع، وبالمثل، توصلت

دراسة محمد (2022) إلى أن الأنشطة الاتصالية ساهمت في تحسين الصورة الذهنية، مما يشير إلى دور الاتصال الفعال في تشكيل الانطباعات الإيجابية وبناء علاقة قائمة على الثقة، تجتمع هذه النتائج لتؤكد أن استخدام استراتيجيات مثل بناء الإجماع لا يسهم فقط في كسب تأييد المجتمع، بل يعزز أيضاً من فعالية المؤسسات في تحقيق أهدافها وتنمية علاقاتها مع الجمهور.

ربط نتائج السؤال الثالث مع نظرية إصلاح الصورة الذهنية

استراتيجية بناء الإجماع التي تعتمد على دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني تُعد تطبيقاً عملياً لنظرية إصلاح الصورة الذهنية، حيث تهدف إلى تعزيز الثقة والولاء بين الجمهور والمؤسسة من خلال التفاعل الشفاف والشامل، فوفقاً للنظرية، بناء الصورة الذهنية الإيجابية يتطلب التواصل مع الجمهور بما يعكس الاهتمام بمصالحه واحتياجاته، وهو ما يظهر جلياً في جهود الجهاز لتقديم معلومات دقيقة وشاملة حول أنشطته ومبادراته، علاوة على ذلك، فإن إشراك المواطنين في القضايا الجوهرية يُظهر رغبة الجهاز في بناء علاقات قائمة على التفاعل المتبادل والفهم المشترك، وهو جوهر نظرية إصلاح الصورة الذهنية.

ربط نتائج السؤال الثالث مع نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية

بحسب نموذج رولر، تُعتبر استراتيجية بناء الإجماع استراتيجية موقفية تُستخدم لتحقيق توافق مجتمعي حول القضايا التي تتطلب مشاركة وتأييداً واسعاً، والنتائج التي أظهرت مستوى عالٍ من تطبيق هذه الاستراتيجية في جهاز الأمن الوقائي تعكس فهماً متقدماً لأهمية بناء قاعدة مشتركة مع الجمهور لتحقيق الأهداف المؤسسية، فوفقاً للنموذج، تُعد استراتيجية بناء الإجماع ضرورية في الحالات التي تتطلب توضيح السياسات وإشراك الجمهور في صنع القرار، وهو ما يتجلى في جهود الجهاز لشرح القوانين وتوضيح أهدافها، وهذه الجهود لا تهدف فقط إلى نقل المعلومات، بل إلى تعزيز فهم الجمهور ودعمه من خلال الحوار والمشاركة الفعالة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما درجة استخدام استراتيجية الإقناع من قبل دائرة العلاقات العامة

في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي؟

أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور استراتيجية الإقناع بلغ (3.96) ونسبة مئوية

(79.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن درجة استخدام استراتيجية الإقناع من قبل دائرة العلاقات

العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي كبير.

من خلال تحليل النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع، يتبين فاعلية الجهود المبذولة من قبل الدائرة في تعزيز

التواصل مع الجمهور باستخدام مجموعة متنوعة من أساليب الإقناع، سواء من خلال تقديم معلومات موثقة

حول مشاريع ومبادرات الجهاز أو من خلال الاستراتيجيات الشخصية والعاطفية التي تساهم في كسب

تأييد الجمهور.

فمن الواضح أن عرض الصور والمعلومات الموثقة عن أنشطة ومبادرات جهاز الأمن الوقائي هو من بين

أكثر العوامل التي تلعب دوراً كبيراً في إقناع الجمهور، وهذا يعكس فعالية استخدام الوسائل المرئية والمعلومات

الموثقة في تعزيز ثقة الجمهور بالجهاز وإقناعه بأن أنشطته تعود بالنفع على المجتمع، كذلك، يُظهر هذا

أن الجمهور يقدر الشفافية والإيضاح الذي تقدمه الدائرة في عرض نشاطاتها، مما يساعد على تعزيز الثقة

المتبادلة بين الجهاز والمجتمع.

بالإضافة إلى ذلك، نجد أن الجمهور ينظر بشكل إيجابي إلى الأنشطة التي يقوم بها جهاز الأمن الوقائي

لحفظ الأمن ومكافحة الجريمة، وهذا يعكس تأثير استراتيجية الإقناع في خلق صورة إيجابية للجهاز كجهة

فاعلة ومؤثرة في الحفاظ على استقرار وأمن المجتمع، مما يُعزز الاحترام والاعتراف بدور الجهاز،

فالاستراتيجية الشخصية التي تعتمد على متحدثين يمثلون الجهاز بفعالية تلعب أيضاً دوراً مهماً في إقناع

الجمهور، حيث أن الشخصيات التي تمثل الجهاز تضيف مصداقية وقرباً عاطفياً بين الجهاز والمجتمع،

مما يساهم في تعزيز التأثير الإقناعي.

ومن هنا تشير النتائج إلى أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تعتمد بشكل كبير على أساليب الإقناع، سواء باستخدام الأدلة المنطقية أو الاستراتيجيات العاطفية والشخصية، فالجهاز يسعى جاهداً لتعزيز العلاقة مع المجتمع من خلال تقديم صورة موثوقة وشفافة لأنشطته، ويعتمد في ذلك على مزيج من الاستراتيجيات المقنعة التي تلامس العقول والقلوب، ومع ذلك، فإن التحسين المستمر لهذه الاستراتيجيات وزيادة مشاركة الجمهور في عملية التواصل وصنع القرار قد يُسهم في تعزيز هذه العلاقة بشكل أكبر وتحقيق مستوى أعلى من الثقة والتعاون بين الجهاز والمجتمع.

وتتفق هذه النتيجة مع النتائج التي خرجت بها المقابلات، فهناك شبه إجماع على نجاحه استراتيجية الإقناع في الجهاز ولكن مع الحاجة للتحسين، فقد تم التثاء على الجهود المبذولة والشفافية في التواصل المستمر مع المجتمع، وهو ما ساهم في بناء قاعدة قوية من الثقة، خاصة بين الشباب بفضل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومع ذلك، أظهرت المقابلات أن هناك فجوة في تسليط الضوء على الإنجازات الأمنية الهامة مثل مكافحة الجريمة، حيث ركزت الصفحة الإعلامية للدائرة على النواحي الاجتماعية أكثر من الضرورية لتعزيز الثقة العامة، وفي حين أن التواصل الرقمي نجح في تحسين صورة الجهاز، فإن الحاجة واضحة لتحسين استراتيجية العلاقات العامة لتكون أكثر شمولية وفاعلية، مع ضرورة توازن أكبر بين الجوانب الاجتماعية والأمنية، بالإضافة إلى ذلك، الإشادة بالعمل الميداني المستمر للجهاز باعتباره عنصراً رئيسياً في تعزيز الثقة، إذ يساهم التواصل المباشر مع المجتمع في تجاوز التحديات وبناء علاقة أكثر تأثيراً وإقناعاً بجهود الجهاز الأمنية.

وتتشابه هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة، فعلى سبيل المثال، تتوافق نتائج دراسات الشهاب (2022) والحاج (2021) مع نتائج الدراسة الحالية، حيث توصلت دراسة الشهاب إلى وجود علاقة إيجابية بين أنشطة العلاقات العامة والصورة الذهنية الإيجابية للأمن لدى الجمهور، مما يدل على فعالية استراتيجيات الاتصال المعتمدة في تعزيز العلاقة بين الأمن والمجتمع، كما أظهرت دراسة الحاج (2021) فعالية أدوات

العلاقات العامة الرقمية في تحقيق الأهداف الأمنية، ما يؤكد أهمية استخدام استراتيجيات إقناع قوية ومؤثرة في تواصل الأجهزة الأمنية مع المواطنين.

ربط نتائج السؤال الرابع مع نظرية إصلاح الصورة الذهنية

استراتيجية الإقناع التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني تُعد تطبيقاً بارزاً لنظرية إصلاح الصورة الذهنية، حيث تهدف إلى بناء ثقة الجمهور وتعزيز العلاقة بين الجهاز والمجتمع المحلي، فوفقاً للنظرية، تُعتبر الشفافية وتقديم المعلومات الموثقة من أسس إصلاح الصورة الذهنية، وهذا ما يتضح من استخدام الجهاز للصور والبيانات الموثقة في عرض أنشطته ومبادراته، وتُبرز النتائج أيضاً أن أساليب الإقناع الشخصية والعاطفية تُسهم في بناء روابط قوية مع الجمهور، وهو عنصر جوهري في إصلاح الصورة الذهنية، فالاستراتيجيات التي تعتمد على الشخصيات التمثيلية للجهاز تضيف بُعداً إنسانياً يُعزز من تأثير الرسائل الإقناعية، مما يجعل الجمهور يشعر بقرب الجهاز واهتمامه الحقيقي بمصالحهم.

ربط نتائج السؤال الرابع مع نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية

بحسب نموذج رولر، تُعتبر استراتيجية الإقناع واحدة من الاستراتيجيات الموقفية التي يتم تبنيها لتعزيز التواصل الفعال مع الجمهور في المواقف التي تتطلب تغيير الأفكار أو بناء التأييد، والنتائج التي أظهرت مستوى مرتفعاً من استخدام هذه الاستراتيجية تعكس وعي دائرة العلاقات العامة بأهمية الإقناع كوسيلة لتعزيز الدعم العام لأنشطتها، فوفقاً للنموذج، فإن تقديم الأدلة المنطقية والمعلومات الموثقة يُعدّ من العناصر الرئيسية للإقناع، وهو ما يظهر جلياً في استخدام الجهاز للصور والبيانات لإثبات مصداقية نشاطاته، كما أن التفاعل العاطفي والشخصي مع الجمهور يُبرز أهمية الجانب الإنساني في استراتيجيات الاتصال الموقفية، حيث تُسهم هذه العناصر في خلق استجابات إيجابية وداعمة من قبل الجمهور.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في

تعزير استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، مكان السكن، العمر)؟

أولاً: فرضية النوع الاجتماعي: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزير استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي".

أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزير استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

ويفسر الباحث هذه النتيجة التي تظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزير استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي إلى أن الذكور والإناث لديهم تصور متقارب حول فعالية العلاقات العامة للجهاز، بحيث يمكن تفسير هذه النتيجة بأن العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تعتمد على معايير وأسس موضوعية وثابتة في التواصل مع المجتمع، دون تمييز بين الجنسين، ما يؤدي إلى تشابهه في تجربة واستجابة الأفراد من كلا الجنسين، وقد يعود هذا إلى أن قضايا الأمن والاتصال المجتمعي تهم الجميع بشكل متساوٍ بغض النظر عن النوع الاجتماعي، وبالتالي، فإن كلا الجنسين يقيم أداء العلاقات العامة بناءً على تأثيره وفعالته في المجتمع بشكل عام، كما أن هذا التساوي في التصورات قد يعكس تحولاً إيجابياً نحو تقليص الفجوة الجندرية في المؤسسات الأمنية، حيث يتم التعامل مع أفراد المجتمع بصورة متساوية ومتوازنة في حملات الاتصال والإقناع..

ثانياً: فرضية المؤهل العلمي: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي".

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير المؤهل العلمي في جميع المجالات والدرجة الكلية.

تفسير وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي يعود إلى تأثير متغير المؤهل العلمي، يُحتمل أن الأفراد ذوي المؤهلات العلمية الأعلى يمتلكون معرفة أعمق بالمفاهيم والنظريات المتعلقة بالعلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، مما يمكنهم من تقييم الدور الذي تلعبه العلاقات العامة بشكل أكثر دقة، كما أن هؤلاء الأفراد غالباً ما يمتلكون خبرات عملية أوسع في هذا المجال، مما يعزز قدرتهم على تحليل استراتيجيات الاتصال وتقدير فعاليتها.

علاوة على ذلك، قد يؤثر المؤهل العلمي على المواقف والتوجهات نحو أهمية العلاقات العامة، حيث يُظهر الأفراد الأكثر تعليماً تقديراً أكبر لدورها كأداة لتعزيز التواصل وبناء الثقة مع المجتمع المحلي، بالإضافة إلى ذلك، قد يكون ذوو المؤهلات العليا أكثر تميزاً في مهارات الاتصال، مما يعزز فهمهم وتحليلهم للاستراتيجيات المختلفة، كما يمكن أن تؤثر السياقات الاجتماعية والثقافية على كيفية إدراك الأفراد لدور العلاقات العامة، إذ قد تتباين القيم والمعايير بين الأفراد ذوي المؤهلات العلمية المختلفة، وبالتالي، تعكس هذه الفروق تأثير المؤهل العلمي على قدرة الأفراد على فهم وتقييم دور العلاقات العامة في تعزيز استراتيجيات الاتصال، مما يساهم في تحقيق نتائج ذات دلالة إحصائية.

ثالثاً: فرضية مكان السكن: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن".

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن في جميع المجالات والدرجة الكلية.

يعزو الباحث تلك النتيجة إلى مدى أهمية تأثير مكان السكن على آراء المبحوثين، حيث يساهم هذا المتغير في تشكيل وجهات نظرهم حول استراتيجيات الاتصال المختلفة، ويمكن تفسير هذه الفروق من خلال اختلاف الظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي يعيش فيها الأفراد بحسب مناطق سكنهم، فمن المحتمل أن تؤثر العوامل مثل المستوى التعليمي، التجارب الشخصية، والمستوى الاقتصادي على كيفية استيعاب الأفراد لدور العلاقات العامة في المجتمع، فعلى سبيل المثال، قد يكون للأفراد الذين يعيشون في مناطق حضرية وجهات نظر مختلفة مقارنة بالأفراد في المناطق الريفية بسبب توافر المعلومات والموارد المختلفة، بالإضافة إلى ذلك، قد تؤدي التفاعلات الاجتماعية والتواصل المباشر مع موظفي العلاقات العامة في مجتمعاتهم إلى تشكيل آراء أكثر إيجابية أو سلبية تجاه تلك الاستراتيجيات، وبناءً على النتائج، يتضح أن مكان السكن يلعب دوراً محورياً في تحديد استجابة الأفراد لدور العلاقات العامة، مما يعزز أهمية مراعاة هذا المتغير عند تصميم استراتيجيات الاتصال التي تستهدف المجتمع المحلي.

رابعاً: فرضية متغير العمر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر.

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر في جميع المجالات والدرجة الكلية.

يفسر الباحث تلك النتيجة أن الأعمار المختلفة تؤثر بشكل كبير على وجهات نظر الأفراد تجاه استراتيجيات الاتصال المختلفة التي يتبناها الجهاز، مما يعني أن الخبرات الحياتية والمعرفة والوعي التي يمتلكها الأفراد تختلف باختلاف أعمارهم، فعلى سبيل المثال، من المحتمل أن يكون الأفراد الأصغر سناً، والذين تتراوح أعمارهم بين 22 عاماً وأقل من 30 عاماً، قد نشأوا في بيئات تكنولوجيا معلومات متقدمة وأكثر تفاعلاً، مما يمكن أن يُثري رؤيتهم تجاه استراتيجيات الإعلام والحوار مقارنة بالذين هم في الفئات العمرية الأكبر، في المقابل، قد يكون للأفراد الأكبر سناً تقدير مختلف للاستراتيجيات، بناءً على خبراتهم السابقة وتفاعلاتهم مع جهاز الأمن الوقائي، كما أن الفروق في الاستجابات تعكس تباين فهم الأفراد لدور العلاقات العامة في تعزيز الاتصال، حيث أن الأجيال المختلفة قد تكون لها أولويات ورؤى مختلفة حول كيفية تواصل المؤسسة مع المجتمع المحلي، مما يعزز الحاجة إلى استراتيجيات أكثر شمولية تأخذ في الاعتبار التوجهات العمرية المتنوعة عند تصميم الحملات والعلاقات العامة.

4.2 توصيات الدراسة

بناءً على ما خرجت به الدراسة من نتائج، يوصي الباحث بما يلي:

1. تطوير استراتيجيات لإبراز إنجازات جهاز الأمن الوقائي بشكل أوسع، بما في ذلك تسليط الضوء على المشاريع المجتمعية الناجحة، عبر إطلاق حملات إعلامية تركز على نجاحات الجهاز في المجتمع، بالتوازي مع نشر قصص نجاح وشهادات من المواطنين حول هذه الإنجازات.
2. دعم استخدام المقابلات الإذاعية والتلفزيونية لتوضيح مواقف الجهاز ومبادراته، من خلال تنظيم برامج حوارية دورية يتم خلالها استضافة قادة الجهاز لمناقشة القضايا الأمنية والإنجازات التي تمت، مع دعوة الصحفيين والمواطنين للمشاركة في هذه الحوارات.
3. على الرغم من استجابة دائرة العلاقات العامة للشكاوى بشكل جيد، إلا أن نسبة المشاركة قد تكون محدودة، مما يتطلب تحسين الإجراءات وتبسيطها، من خلال تأسيس نظام إلكتروني متكامل لاستقبال الشكاوى من المواطنين، مع ضمان رد سريع وواضح على كل شكوى.
4. على الرغم من استخدام الندوات والمؤتمرات كوسيلة للتواصل، إلا أن النتائج تشير إلى أن بعض الوسائل قد لا تكون فعالة بشكل كامل، وعليه يجب تكثيف تنظيم ندوات ومؤتمرات تفاعلية تضم ممثلين عن المجتمع المحلي، حيث يمكن خلالها طرح الأسئلة مباشرة على مسؤولي جهاز الأمن الوقائي، مما يعزز العلاقة التفاعلية مع الجمهور.
5. بالرغم من أن جهاز الأمن الوقائي يسعى لكسب تأييد المواطنين، إلا أن استخدام استراتيجية بناء الإجماع يمكن أن يكون أكثر فعالية، عبر تعزيز التعاون مع المؤسسات المجتمعية ومنظمات المجتمع المدني لاستطلاع الآراء والاحتياجات الحقيقية للمواطنين، من خلال تنظيم ورش عمل وحوارات مفتوحة حول القضايا المجتمعية التي تؤثر على الأمن.
6. على الرغم من استخدام استراتيجيات الإقناع بنجاح، إلا أن هناك حاجة لتعزيز استراتيجيات تقديم المعلومات بطريقة أكثر إقناعًا ووضوحًا، عبر توفير محتوى مرئي وكتابي موثوق ودقيق يشمل معلومات

عن الأزمات وحلولها من خلال استخدام تقنيات مثل الرسوم البيانية والفيديوهات التوضيحية لشرح الإجراءات المتخذة.

7. تخصيص ورش عمل تدريبية مستمرة لموظفي دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي، مع التركيز على تطوير مهارات الاتصال والتفاعل مع الجمهور، عبر تنظيم دورات تدريبية متخصصة في فنون الحوار والإقناع، مع محاكاة مواقف حوارية تفاعلية بين الجهاز والمجتمع المحلي.

4.3 مقترحات الدراسة

يقترح الباحث ما يلي:

1. يقترح الباحث دراسة كيفية تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية على استراتيجيات العلاقات العامة لجهاز الأمن الوقائي الفلسطيني، مع التركيز على فعالية هذه الوسائل في تعزيز التفاعل مع المجتمع.
2. إجراء دراسة لاستكشاف العلاقة بين ممارسات العلاقات العامة والثقة التي يتمتع بها جهاز الأمن الوقائي في المجتمع المحلي، وكيف تؤثر هذه الثقة على التعاون والمشاركة من قبل المواطنين.
3. دراسة كيفية استجابة جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني خلال الأزمات (مثل الأزمات الأمنية) من خلال استراتيجيات العلاقات العامة، وتقييم فعالية هذه الاستراتيجيات في تحسين صورة الجهاز وتعزيز التواصل مع الجمهور.

المصادر العلمية

المراجع العربية

- احمد، شاذلي عوض. (2015). فاعلية العلاقات العامة في تطوير المؤسسات الحكومية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- ازريقات، لؤي. (2022). الأدوات الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والإعلام بالشرطة ودورها في تعزيز العلاقة مع الإعلام. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة العربية الأمريكية، فلسطين.
- أيوب، انعام. (2016). العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية. دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، شفا بدران.
- البادي، محمد. (2005). التخطيط الاستراتيجي للاتصال. ط1، دار المهندس للطباعة، دمياط الجديدة.
- بن قيط، الجودي. (2012). استراتيجية الاتصال للإدارة الاستشفائية الجزائرية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر.
- التلاوي، حسام. (2022). المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر 2030-دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإعلامية، 61(3)، 1241-1434.
- جابر، ليث. (2021). العلاقات العامة التسويقية للأحزاب السياسية الجديدة: دراسة تحليلية للأنشطة الاتصالية للأحزاب العراقية الجديدة في موقع فيس بوك. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، ع40، 841-866.
- الجمال، راسم، و عيد، خيرت. (2014). إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- الجناي، حردان. (2020). توظيف العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية للفيسبوك في تغطية أنشطتها الاتصالية لمواجهة الشائعات: دراسة تحليلية. مجلة بحوث الاتصال، 4(8)، 84-107.
- الحاج، مجد. (2021). مدى فعالية استخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية في تحقيق أهداف المؤسسة الأمنية الفلسطينية: صفحة جهاز الضابطة الجمركية عبر الفيسبوك نموذجا. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة العربية الأمريكية، فلسطين.

- الحجرف، سعود. (2021). مدى توظيف ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية لشبكات التواصل الاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك-كلية الاعلام.
- حسين، ايمان. (2017). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال: دراسة وصفية تحليلية على عينة من ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السودانية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- الدليمي، عبد الرزاق. (2011). المدخل الى العلاقات العامة. دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- الديب، توفيق. (2021). الاستراتيجيات الاتصالية للحكومة المصرية ودورها في إدارة العلاقات مع الجمهور. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 2021(21)، 465-493.
- ذبيان، سجي. (2023). دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للأجهزة الأمنية الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.
- الراجي، محمد. (2023). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال: المشكلات النظرية والتطبيقية. مركز الجزيرة للدراسات، قطر.
- الزبيدي، عباس. (2022). دور الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحقيق معايير التميز المؤسسي: دراسة تطبيقية. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية، 35(35)، 799-852.
- الزعبي، وسام. (2022). دور العلاقات العامة الرقمية في تطوير الوظيفة الاتصالية للمؤسسات الحكومية الأردنية. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع8، 117-156.
- سعيد، حليلة. (2017). تطوير العمل المؤسسي من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص. المؤتمر الدولي حول الادارة العامة تحت الضغط-الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 5(7)، رام الله-فلسطين.
- سمية، هادفي. (2014). سوسيولوجيا المدينة وأنماط التنظيم الاجتماعي الحضري. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع17، 169-184.
- السيد، عبد الفتاح. (2023). فاعلية الحملات الإعلامية الرقمية لتسويق الاستراتيجيات البيئية للحكومة المصرية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، 2023(26)، 315-351.

الشهيب، خالد. (2022). دور العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية في بناء الصورة الذهنية الإيجابية لعناصر الأمن لدى الجمهور السعودي: دراسة ميدانية. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع24، 103-61.

صابر، شيماء. (2017). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية للمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية على شركتي مصر للطيران والإماراتية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ع17، 244-203.

عاشور، هيا. (2020). الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن. *مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية*، (2)28، 249-223.

عبادي، ايمان. (2017). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسة. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، (2)11، 155-138.

عبد الخالق، حسني. (2013). استراتيجيات إصلاح الصورة الذهنية لمؤسسة الرئاسة المصرية أثناء الأزمات: دراسة تحليلية، *المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط*، 15(48)، 89-41.

عبد الله، عمر. (2024). توظيف أجهزة العلاقات العامة الحكومية للأنشطة الاتصالية في التعامل مع الأزمات الأمنية. *مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية*، (2)43، 279-316.

عتوم، احمد. (2021). اهمية الانشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في الوزارات الاردنية. *رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط، الاردن*.

عجوة، نرمين. (2021). استراتيجيات الاتصال الحكومي المستخدمة في التسويق للمشروعات القومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارف واتجاهات الجمهور المصري. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، (3)20، 626-577.

فهد، مجيد. (2024). برامج التربية الإعلامية الرقمية في العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية العراقية. *مجلة الجامعة العراقية*، (1)67، 523-508.

قادري، حسين، و جلولي، مختار. (2016). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة. *المجلة الجزائرية للامن الانساني*، (1)، ص37-54.

قاسم، سامر، محمد، رامي، و محلا، براءة. (2019). دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل أنشطة العلاقات العامة. *مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية*، (5)41.

- القاسمي، سلطان. (2016). مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط.
- القحطاني، راوية. (2020). النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، ع20، 437-451.
- قطب، زينب. (2021). أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية وعلاقتها بتعزيز الهوية المصرية لدى المراهقين. مجلة دراسات الطفولة، 24(93)، 41-47.
- كساسبة، أحمد. (2022). درجة تحقيق إدارة العلاقات العامة والإعلام في مديرية الأمن العام لأهداف التوعية الأمنية من وجهة نظر الشباب الجامعة الأردني، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - سلسلة العلوم الانسانية، 32(2)، 1-13.
- كنعان، علي. (2015). مدخل الى الصحافة والاعلام. دار الايام للنشر والتوزيع، عمان-الاردن.
- مانع، دنيا. (2017). دور العلاقات العامة في تحسين صورة الجامعة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحي، الجزائر.
- محمد، كاظم. (2018). فاعلية العلاقات العامة في إدارة الأزمات: دراسة وصفية. مجلة الآداب، 12(126)، 504-531.
- محمد، ياسر. (2022). دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة بالجامعات المصرية وعلاقته بتحسين صورتها الذهنية لدى الطلاب الوافدين. مجلة دراسات الطفولة، 25(95)، 115-123.
- مصطفى، سندس. (2023). فاعلية العلاقات العامة للسفارة اليابانية في العراق: دراسة تحليلية للأنشطة الاتصالية لموقع السفارة اليابانية على الفيس بوك. مجلة آداب الفراهيدي، 15(54)، 124-142.
- المعموري، حيدر. (2022). الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالسفارات الأجنبية: موقع السفارة الأمريكية بالعراق نموذجا: دراسة تحليلية. مجلة حوليات آداب عين شمس، ع50، 287-304.
- مناصري، ابتسام، و درويش، نصيرة. (2016). دور العلاقات العامة في صنع القرار داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة ميدانية بمديرية الكهرباء والغاز بأم البواقي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدين الجزائر.

هوساوي، أحمد. (2023). اتجاهات القيادات الإدارية نحو دور العلاقات العامة في إدارة السمعة للمؤسسات التعليمية (جامعة أم القرى نموذجاً). *مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال*، 2023، (10)، 205-245.

المراجع الأجنبية:

- Abdulsadek, H. (2020). The effectiveness of training programs on modern technology use in developing The performance of public relations practitioners in Egyptian and Bahraini government Egyptian". *Journal for Mass Communication Research*, 17(2020) PP.1-51.
- Al Hadeed, A. Y., Maysari, I., Aldroubi, M. M., Attar, R. W., Al Olaimat, F., & Habes, M. (2024). Role of public relations practices in content management: the mediating role of new media platforms. *Frontiers in Sociology*, 8, 1273371.
- Bahtiar, M. (2019). The dimensionality of corporate communication management (CCM) A qualitative study from practitioners' perspectives in Malaysia. *The Bottom Line*, Vol. 32, No. 1, pp. 71-97.
- Balle, R. (2006). *Lexiqued' information communication*. edition Dalloz, 1st ed, Franc.
- Bektaş , M. (2018). The importance of social responsibility projects in reputation management: The role of public relations. *Global Media Journal*, 8(16), 230-242.
- Benoit, W. L. (1995). *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Benoit, W. L. (1997). Hugh Grant's image restoration discourse: An actor apologizes. *Communication Quarterly*, 45: 251-267.
- Benoit, W. L. (2003). *Image restoration discourse and crisis communication*. In *Responding to Crisis* (pp. 263-280). Routledge.
- Benoit, W. L., & Drew, S. (1997). Appropriateness and Effectiveness of Image Repair Strategies. *Communication Reports*, 10 (2): 153-163.
- Benoit, W. L., & Hirson, D. (2001). Doonesbury versus the Tobacco Institute: The Smoke Starters' Coupon. *Communication Quarterly*, 49: 279-294.
- Butterick, K. (2011). *Introducing Public Relations Theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Compton, L., & Compton, J. L. (2014). College Sports, Losing Seasons, and Image Repair Through Open Letters to Fans. *Communication & Sport*, 2 (4): 345-362.

- Karolin , K. (2019). Communicating the corporate strategy: An international benchmark study in the UK, the USA, and Germany. *Journal of Communication Management*, Vol. 23, No. 4. pp. 348-374.
- Özer, D., & Çerçi, Ü. (2018). Perceived image of public relations job advertisements by employers and a critical approach. *Global Media Journal*, 8(16), 287-304.
- Tam, L., & Huang, P. (2016). Organizational Crises in the Media: Crisis Response Strategies and News Coverage. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 17 (1): 79-90.
- Wright, D. K., & Hinson, M. D. (2021). An analysis of new communications media use in public relations: Results of a five-year trend study. *Public Relations Journal*, 4(2), 1-27.
- Zeqiri, M. (2020). Access and its contribution to achieving trust and satisfaction in inter-ethnic relationships. *Corporate Communications: An International Journal*.

الملاحق

ملحق (أ)

أعضاء لجنة التحكيم

الجامعة	الدكتور	الرقم
جامعة بوليتكنك فلسطين	د. ابراهيم حروب	1
جامعة النجاح الوطنية	د. حافظ أبو عياش	2
جامعة النجاح الوطنية	أ. فراس الصيفي	3
جامعة النجاح الوطنية	د. فريد أبو ظهير	4

ملحق (ب)

الاستبيان قبل التعديل

الاستبيان

الأخوة والأخوات.. السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يقوم الباحث قصي هندي بإجراء دراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

يرجى من حضراتكم التكرم الإجابة على أسئلة هذه الإستبانة لما لها من أهمية لإنجاز هذه الرسالة, علماً بأن البيانات التي ستقدمونها سوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

مع جزيل الشكر والاحترام لتعاونكم

الباحث: قصي هندي

إشراف الدكتور: إبراهيم العكة

1- النوع الاجتماعي : ذكر () أنثى ()

2- المؤهل العلمي: ثانوية فأقل () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا ()

3 مكان السكن: مدينة () قرية () مخيم ()

القسم الثاني: يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق ورأيك، وذلك أمام كل فقرة من الفقرات الآتية:

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
المحور الأول: استراتيجية الاعلام						
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإمداد الجمهور بالمعلومات حول أي ازمة أو حدث ما.					
2	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لتشكيل آراء الجمهور حول القضايا المطروحة.					
3	تسهل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي حصول الجمهور على البيانات والمعلومات.					
4	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الندوات كاستراتيجية في التواصل مع الجمهور.					
5	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإبراز انجازات الجهاز وجهوده في خدمة المجتمع.					
6	تضع دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي روابط الكترونية لصفحات الجهاز الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي.					
المحور الثاني: استراتيجية الحوار						
7	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالرد على أسئلة وتعليقات الجمهور.					
8	توفر تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي وسائل للاتصال بالجهاز.					
9	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالتعرف على آراء الجمهور من خلال استطلاعات الرأي التي تقوم بإجرائها.					
10	تستجيب دائرة العلاقات العامة في الجهاز لشكاوي المواطنين مباشرة.					
11	تعمل دائرة العلاقات العامة في الجهاز على حل مشكلات المواطنين التي يقومون بالإبلاغ عنها للجهاز.					
12	تهتم دائرة العلاقات العامة في الجهاز بآراء المواطنين وتأخذ بملاحظاتهم.					
13	تعزز دائرة العلاقات العامة في الجهاز من التواصل اليومي مع المواطنين عبر مختلف الوسائل الاتصالية المتوفرة.					
المحور الثالث: استراتيجية بناء الإجماع						
14	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقرار معين يصدر عن الجهاز.					

					15	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لفضية معينة تواجه الجهاز .
					16	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقانون معين يسعى الجهاز لتطبيقه.
					17	تتيح دائرة العلاقات العامة في الجهاز الفرصة للمواطنين بتقديم مقترحاتهم وآرائهم حول القضايا المجتمعية
					18	تقوم دائرة العلاقات العامة في الجهاز بدراسات استطلاعية لدى المواطنين للتعرف على احتياجاتهم والتحديات التي تواجههم.
					19	تزود دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين بالنشاطات التي يقوم بها الجهاز في خدمة المواطنين.
					20	تحت دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين على التبليغ عن التصرفات السلبية - إن وجدت - من قبل أي فرد من أفراد الجهاز .
					21	تقوم دائرة العلاقات العامة ببناء علاقات استراتيجية بين الجهاز والجمهور الخارجي.
المحور الرابع: استراتيجية الإقناع						
					22	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بعرض صور من واقع الاحداث لمشروعات ومبادرات يقوم بها الجهاز .
					23	تعرف دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين بإنجازات الجهاز في مواجهة الجرائم في المجتمع.
					24	تحلل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الوضع القائم وتطلع الجمهور على تفاصيله.
					25	تتيح دائرة العلاقات العامة في الجهاز الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائه حول الخدمات التي يقدمها الجهاز للمواطنين.
					26	تحرص دائرة العلاقات العامة في الجهاز بتزويد الجمهور بالمعلومات باستمرار فيما يتعلق بأي أزمة او قضية.
					27	تفسر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي موقف الجهاز من أي قضية أو أزمة قائمة.

ملحق (ج)

الاستبيان بعد التعديل

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

الأخوة والأخوات.. السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يقوم الباحث قصي هندي بإجراء دراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

يرجى من حضراتكم التكرم الإجابة على أسئلة هذه الإستبانة لما لها من أهمية لإنجاز هذه الرسالة, علماً بأن البيانات التي ستقدمونها سوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

مع جزيل الشكر والاحترام لتعاونكم

الباحث: قصي هندي

إشراف الدكتور: إبراهيم العكة

القسم الاول: المعلومات الشخصية:

- 1- النوع الاجتماعي : ذكر () أنثى ()
- 2- المؤهل العلمي: ثانوية فأقل () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا ()
- 3- مكان السكن: مدينة () قرية () بلدة () مخيم ()
- 4- العمر: 22 سنة فأقل () من 23 سنة - أقل من 30 سنة () من 30 سنة - أقل من 40 سنة ()
40 سنة فأكثر ()

القسم الثاني: مدى متابعة المبحوث للصفحات الالكترونية التابعة لجهاز الأمن الوقائي على شبكات

التوصل الاجتماعي (في حال كانت الإجابة لا أتابع يرجى عدم إكمال الاستبيان):

أتابع () لا أتابع () أتابع احيانا ()

القسم الثالث: يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق ورأيك، وذلك أمام كل فقرة من الفقرات

الآتية:

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
المحور الأول: استراتيجية الاعلام						
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بنشر الوعي بين المواطنين حول القضايا التي تهمهم.					
2	أشعر أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تسعى لتشكيل آراء الجمهور حول القضايا المطروحة.					
3	تسهل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي حصول الجمهور على البيانات والمعلومات.					
4	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي شبكات التواصل الاجتماعي كاستراتيجية في التواصل مع الجمهور.					
5	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإبراز انجازات الجهاز وجهوده في خدمة المجتمع.					
6	تضع دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي روابط الكترونية لصفحات الجهاز الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي.					
7	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المقابلات الإذاعية للتواصل مع المواطنين.					
8	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المقابلات التلفزيونية للتواصل مع المواطنين.					
المحور الثاني: استراتيجية الحوار						
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالرد على أسئلة وتعليقات الجمهور.					

					توفر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي وسائل للاتصال بالجهاز .	2
					تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الندوات كوسيلة اتصال مع الجمهور .	3
					تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المؤتمرات كوسيلة اتصال مع الجمهور .	4
					تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي برامج المسؤولية المجتمعية (الاجتماعية والاقتصادية والبيئية) لتعزيز الحوار مع المجتمع المحلي	5
					تشارك دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين في عملية صنع القرار من خلال أخذ آرائهم حول الخطط المستقبلية.	6
					تستجيب دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لشكاوى المواطنين مباشرة.	7
					تعمل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على حل مشكلات المواطنين التي يبلغون عنها.	8
					تهتم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بآراء المواطنين وتأخذ بملاحظاتهم.	9
					تعزز دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي من التواصل اليومي مع المواطنين عبر مختلف الوسائل الاتصالية المتوفرة (المؤتمرات والندوات والمعارض .. الخ).	10
المحور الثالث: استراتيجية بناء الإجماع						
					تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين.	1
					تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقضايا معينة تواجه الجهاز.	2
					تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقوانين معينة يسعى الجهاز لتطبيقها.	3
					تتيح دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفرصة للمواطنين لتقديم مقترحاتهم وآرائهم حول القضايا المجتمعية	4
					تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإجراء دراسات استطلاعية للتعرف على احتياجات المواطنين والتحديات التي تواجههم.	5
					تزود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين بمعلومات حول النشاطات التي يقوم بها الجهاز في خدمتهم.	6
					تحت دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين على التبليغ عن التصرفات السلبية - إن وجدت - من قبل أي فرد من أفراد الجهاز.	7

					تقوم دائرة العلاقات العامة ببناء علاقات استراتيجية بين جهاز الأمن الوقائي والجمهور الخارجي من خلال التركيز على القضايا التي تحظى بإجماع الجمهور كالحفاظ على أمن المواطنين.	8
					أشعر أن هناك أرضية مشتركة في الحوار بيننا كجمهور وبين جهاز الأمن الوقائي في العديد من القضايا	9
المحور الرابع: استراتيجية الإقناع						
					تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بعرض صور ومعلومات موثقة لمشروعات ومبادرات الجهاز الحالية.	1
					تعرف دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين بجهود الجهاز في مواجهة الجرائم في المجتمع.	2
					تحلل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الوضع الحالي وتوضح التفاصيل للجمهور.	3
					تتيح دائرة العلاقات العامة في جهاز الامن الوقائي الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائهم حول الخدمات التي يقدمها الجهاز.	4
					تحرص دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على تزويد الجمهور بالمعلومات المستمرة حول أي أزمة أو قضية.	5
					تفسر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي موقف الجهاز من أي قضية أو أزمة قائمة.	6
					أشعر أن المعلومات التي ينشرها جهاز الأمن الوقائي حول أنشطته مقنعة.	7
					أرى أن ما يقوم به جهاز الأمن الوقائي من أنشطة لحفظ الأمن ومكافحة الجريمة يستحق الاحترام.	8
					تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الاستراتيجية العاطفية لكسب آراء الجمهور.	9
					تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الاستراتيجية المنطقية لكسب آراء الجمهور.	10
					تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي استراتيجية شخصية المتحدث لكسب آراء الجمهور.	11
					تأخذ دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بآراء المواطنين وتقوم بالاعتماد عليها وليس فقط تقديمها.	12

شكرا لدعمكم ومشاركاتكم

ملحق (د)

أسئلة المقابلة

الأخوة والأخوات:

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحث بدراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

يرجى من حضرتكم الإجابة على أسئلة المقابلة لما لها من أهمية لإنجاز هذه الرسالة، علماً بأن البيانات التي ستقدمونها سوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

مع جزيل الشكر والاحترام لتعاونكم

الباحث: قصي الهندي

إشراف: د. إبراهيم العكة

السؤال الأول: برأيك كيف ترى دور دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في التواصل والاتصال مع المجتمع المحلي من خلال ترويض الناس بالمعلومات، وتغطية أخبار الجهاز، وتغطية أخبار الفعاليات والأنشطة، ونشر الخدمات التي يقدمها الجهاز، ونشر المعلومات المحدثة حول أي تطورات وإجراءات وقوانين وتعليمات تصدر من السلطة حول الجهاز، أو من الجهاز للجمهور، وكذلك النشر على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تفاعل الجمهور؟.

السؤال الثاني: من وجهة نظرك، كيف تقيّم استراتيجية دائرة العلاقات العامة لتعزيز العلاقة مع الجمهور الفلسطيني من حيث نشر الوعي بين الجمهور وتشكيل آراء الجمهور، وحصول الجمهور على البيانات والمعلومات، وإبراز إنجازات الجهاز وجهوده في خدمة المجتمع؟

السؤال الثالث: كيف تقيّم استراتيجية الحوار التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لجهاز الأمن الوقائي في التواصل مع الجمهور الفلسطيني، بما في ذلك الرد على أسئلتهم وتعليقاتهم، والاستماع لشكاويهم، واستخدام وسائل مثل الندوات والمؤتمرات، وبرامج المسؤولية المجتمعية؟

السؤال الرابع: هل ترى أن دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي تسعى لبناء إجماع ودعم من المواطنين من خلال إتاحة الفرصة لتقديم مقترحاتهم وآرائهم، ودراسة احتياجاتهم، وحثهم على التبليغ عن التصرفات السلبية داخل الجهاز؟

السؤال الخامس: ما تقييمك لجهود دائرة العلاقات العامة في الجهاز لبناء علاقات ثقة ونفاهم وحوار جاد مع المجتمع المحلي تجاه القضايا التي تهم المواطنين والأزمات والتحديات التي تواجههم؟

السؤال السادس: كيف تقيّم جهود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لتطبيق استراتيجية الإقناع من خلال عرض مشروعات الجهاز، تعريف المواطنين بجهوده في مواجهة الجرائم، وإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن آرائهم حول الخدمات المقدمة؟

السؤال السابع: ما تقييمك للصورة الذهنية عن الجهاز لدى الجمهور، وكيف يتم معالجة أي صورة سلبية لدى الجمهور عن الجهاز - في حال وُجدت - ؟

السؤال الثامن: ما مقترحاتك وتوصياتك لتطوير دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني استراتيجياتها الاتصالية مع الجمهور والمواطنين؟

أشكرك على حسن تعاونك

ملحق (هـ)

تعديلات المحكمين على أداة الاستبيان

د. ابراهيم حروب:

2024/7/2

حضرة الباحث: قصي هندي

تحية طيبة وبعد:

بعد الاطلاع على استبانة الدراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي" وبعد دراسة معلومات ومتغيرات الدراسة بالإضافة الى التحقق من محاور الاستبيان ومدى توافقها مع أهداف الدراسة، فإنني لم أجد أخطاء منهجية أو أخطاء تتعلق بالمضمون وأوصي بإجراء الدراسة على العينة المستهدفة في بحثكم بعد إجراء بعض التعديلات الآتية:

أولاً: العبارة رقم 18 مكررة من حيث المعنى عن العبارة رقم 9، لذلك أقترح حذف العبارة 18.

ثانياً: فيما يتعلق بالمحور الأول استراتيجية الاعلام، أقترح بتقسيم هذا المحور إلى محورين اثنين، محور يتضمن عبارات عن استراتيجية الإعلام التقليدية للجهاز في مخاطبة الجمهور بما يشمل (الندوات، ووسائل الإعلام الرسمية، والمقابلات في الإذاعة والتلفاز والصحف وغيرها)، ومحور آخر يتضمن عبارات تركز على استراتيجية الجهاز على منصات الإعلام الجديد (منصات التواصل الاجتماعي)، بما يشمل الأفكار المطروحة في العبارات (التعامل مع الأزمات، مخاطبة الجمهور، إبراز الإنجازات ... الخ).

مع تمنياتي لكم بالتوفيق

د. ابراهيم حروب



Dr. Ibrahim Hroub

Phd In Communications And Media Management

Tel: +970 (0)2-274-1241 Ext:

Fax: +970 (0)2-274-4440

Web: www.bethlehem.edu



د. حافظ أبو عياش

القسم الثاني: يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق ورأيك، وذلك أمام كل فقرة من الفقرات الآتية:

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض
المحور الأول: استراتيجية الاعلام						
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإمداد الجمهور بالمعلومات حول أي ازمة أو حدث ما (حذف) .					
2	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لتشكيل آراء الجمهور حول القضايا المطروحة.					
3	تسهل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي حصول الجمهور على البيانات والمعلومات.					
4	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الندوات كاستراتيجية في التواصل (حذف) للتواصل مع الجمهور.					
5	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإبراز انجازات الجهاز وجهوده في خدمة المجتمع.					
6	تضع دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي روابط الكترونية لصفحات الجهاز الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي.					
المحور الثاني: استراتيجية الحوار						
7	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالرد على أسئلة وتعليقات الجمهور.					
8	توفر تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي وسائل للاتصال بالجهاز. توفر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي وسائل للاتصال بالجهاز					
9	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالتعرف على آراء الجمهور من خلال استطلاعات الرأي التي تقوم بإجرائها (حذف). التي تُجرىها					

التعليق [Ma1]: بداية كل محور يبدأ التقييم بالرقم 1

				10	تستجيب دائرة العلاقات العامة في الجهاز لشكاوي المواطنين مباشرة.
				11	تعمل دائرة العلاقات العامة في الجهاز على حل مشكلات المواطنين التي يقومون بالإبلاغ عنها للجهاز . تعمل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على حل مشكلات المواطنين التي يبلغون عنها.
				12	تهتم دائرة العلاقات العامة في الجهاز بآراء المواطنين وتأخذ بملاحظاتهم. تهتم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بآراء المواطنين وتأخذ بملاحظاتهم
				13	تعزز دائرة العلاقات العامة في الجهاز (حذف) جهاز الأمن الوقائي من التواصل اليومي مع المواطنين عبر مختلف الوسائل الاتصالية المتوفرة.
المحور الثالث: استراتيجية بناء الإجماع					
				14	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقرار معين يصدر عن الجهاز (حذف). لقرارات معينة تصدر عن الجهاز
				15	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقضية لقضايا معينة تواجه الجهاز .
				16	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقانون معين يسعى الجهاز لتطبيقه. لقوانين معينة يسعى الجهاز لتطبيقها.
				17	تتيح دائرة العلاقات العامة في الجهاز الفرصة للمواطنين بتقديم مقترحاتهم وآرائهم حول القضايا المجتمعية تتيح دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفرصة للمواطنين لتقديم مقترحاتهم وآرائهم حول القضايا المجتمعية.
				18	تقوم دائرة العلاقات العامة في الجهاز بدراسات استطلاعية لدى المواطنين للتعرف على احتياجاتهم والتحديات التي

					تواجههم. تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإجراء دراسات استطلاعية للتعرف على احتياجات المواطنين والتحديات التي تواجههم
				19	تزود دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين بالنشاطات التي يقوم بها الجهاز في خدمة المواطنين. تزود دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين بمعلومات حول النشاطات التي يقوم بها الجهاز في خدمتهم.
				20	تحدث دائرة العلاقات العامة في الجهاز جهاز الأمن الوقائي المواطنين على التبليغ عن التصرفات السلبية - إن وجدت - من قبل أي فرد من أفراد الجهاز.
				21	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي ببناء علاقات استراتيجية بين الجهاز والجمهور الخارجي.
المحور الرابع: استراتيجية الإنعاع					
				22	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بعرض صور من واقع الاحداث لمشروعات ومبادرات يقوم بها الجهاز. تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بعرض صور لمشروعات ومبادرات الجهاز الحالية.
				23	تعرف دائرة العلاقات العامة في الجهاز جهاز الأمن الوقائي المواطنين بإنجازات على إنجازات الجهاز في مواجهة الجرائم في المجتمع.
				24	تحلل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الوضع القائم وتطلع الجمهور على تفاصيله. تحلل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الوضع الحالي وتوضح التفاصيل للجمهور.

				<p>25</p> <p>تتيح دائرة العلاقات العامة في الجهاز الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائه حول الخدمات التي يقدمها الجهاز للمواطنين.</p> <p>تتيح دائرة العلاقات العامة في جهاز الامن الوقائي الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائهم حول الخدمات التي يقدمها الجهاز.</p>
				<p>26</p> <p>تحرص دائرة العلاقات العامة في الجهاز بتزويد الجمهور بالمعلومات باستمرار فيما يتعلق بأي أزمة أو قضية.</p> <p>تحرص دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على تزويد الجمهور بالمعلومات المستمرة حول أي أزمة أو قضية.</p>
				<p>27</p> <p>تفسر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي موقف الجهاز من أي قضية أو أزمة قائمة.</p>

شكرا لدعمكم ومشاركتكم

أ. فراس الصيفي



الاستبيان

جامعة النجاح الوطنية كلية الدراسات العليا

الأخوة والأخوات.. السلام عليكم ورحمة الله وبركاته
يقوم الباحث قصي هندي بإجراء دراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.
يرجى من حضراتكم التكرم الإجابة على أسئلة هذه الإستبانة لما لها من أهمية لإتجاز هذه الرسالة، علماً بأن البيانات التي ستقدمونها سوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

مع جزيل الشكر والاحترام لتعاونكم

الباحث: قصي هندي

إشراف الدكتور: إبراهيم العدة

1- النوع الاجتماعي : ذكر () أنثى ()

التعليق [FAAS2]: كيف يمكن ترقية
المتعلم تكنولوجيا عامة من غير المتعلم

2- المؤهل العلمي: () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا ()
ثأورية فأقل ()

التعليق [FAAS3]: بلدة

3- مكان السكن: مدينة () قرية () مخيم ()

					المواطنين التي يقومون بالإبلاغ عنها للجهاز .
				12	تهتم دائرة العلاقات العامة في الجهاز بأراء المواطنين وتأخذ بملاحظاتهم.
				13	تعزز دائرة العلاقات العامة في الجهاز من التواصل اليومي مع المواطنين عبر مختلف الوسائل الاتصالية المتوفرة.
				المحور الثالث: استراتيجية بناء الإجماع	
				14	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقرار معين يصدر عن الجهاز .
				15	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقضية معينة تواجه الجهاز .
				16	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي لكسب تأييد المواطنين لقانون معين يسنه الجهاز لتطبيقه.
				17	تتيح دائرة العلاقات العامة في الجهاز الفرصة للمواطنين بتقديم مقترحاتهم وأرائهم حول القضايا المجتمعية
				18	تقوم دائرة العلاقات العامة في الجهاز بدراسات استطلاعية لدى المواطنين للتعرف على احتياجاتهم والتحديات التي تواجههم.
				19	تزود دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين بالنشاطات التي يقوم بها الجهاز في خدمة المواطنين.
				20	تحت دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين على التبليغ عن التصرفات السلبية - إن وجدت - من قبل أي فرد من أفراد الجهاز .
				21	يقوم دائرة العلاقات العامة ببناء علاقات استراتيجية بين الجهاز والجمهور الخارجي.
				المحور الرابع: استراتيجية الإقناع	
				22	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بعرض صور من واقع الاحداث لمشروعات ومبادرات يقوم بها الجهاز .

المصطلح [FAASB]: يجب أن يكون هناك فترة حول ما إذا كانت الدائرة تأخذ بأراء المواطنين وأنها تقوم بالاعتماد عليها وليس فقط تنفيذها

المصطلح [FAAS9]: إضافة فترة (تسهر إن هناك أروحية مشاركة في الحوار بينا كجمهور ومن جهاز الأمن الوقائي في الحيد من القضايا)

المصطلح [FAAS10]: يرجى مراجعة الاستعلامات الإقناعية لأرسطو وتضمنها في الفقرات وهي (الماتعة، المنطق، وشخصية السمات) أو غيرها من الاستعلامات (تقريباً، تقرحها، تقرحها ... الخ)

					23	تعرف دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين بإنجازات الجهاز في مواجهة الجرائم في المجتمع.
					24	تحلل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الوضع القائم وتطلع الجمهور على تفاصيله.
					25	تتيح دائرة العلاقات العامة في الجهاز الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائه حول الخدمات التي يقدمها الجهاز للمواطنين.
					26	تحرص دائرة العلاقات العامة في الجهاز بتزويد الجمهور بالمعلومات باستمرار فيما يتعلق بأي أزمة أو قضية.
					27	تفسر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي موقف الجهاز من أي قضية أو أزمة قائمة.

يمكن إضافة سؤال حول التوصيات ويكون هناك خيارات متعددة في التأثير من حيث الاستراتيجيات

د. فريد أبو ظهير



الاستبيان

جامعة النجاح الوطنية كلية الدراسات العليا

الأخوة والأخوات... السلام عليكم ورحمة الله وبركاته
يقوم الباحث قصي هندي بإجراء دراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برامج العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.
يرجى من حضراتكم التكرم الإجابة على أسئلة هذه الإستبانة لما لها من أهمية لإتجاز هذه الرسالة، علماً بأن البيانات التي ستقومون بها سوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

مع جزيل الشكر والاحترام لتعاونكم

الباحث: قصي هندي

إشراف الدكتور: إبراهيم العكة

1- النوع الاجتماعي : ذكر () أنثى ()

2- المؤهل العلمي:
ثانوية فأقل () دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا ()

3- مكان السكن: مدينة () قرية () مخيم ()

المصطلح [h2] فكر معي قصي، هل يتزوج
مجال العمل؟
مستوى الدخل؟
الوظيفة الحكومية خاصة، عمل مستقل.
من ٢٢٢
السن؟
القرار هو للباحث إذا كان يعتقد أن هناك
علاقة بين هذه المتغيرات وموقفه من القضية
المطروحة في البحث.

القسم الثاني: يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق ورأيك، وذلك أمام كل فقرة من الفقرات الآتية:

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض بشدة
المحور الأول: استراتيجية لإعلام						
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإعداد الجمهور بالمعلومات حول أي أزمة أو حدث ما.					
2	تسعى دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بتشكيل آراء الجمهور حول القضايا المطروحة.					
3	تسهل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي حصول الجمهور على البيانات والمعلومات.					
4	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الندوات كاستراتيجية في التواصل مع الجمهور.					
5	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بإبراز إنجازات الجهاز وجهوده في خدمة المجتمع.					
6	تضع دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي روابط الكترونية لصفحات الجهاز الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي.					
المحور الثاني: استراتيجية الحوار						
7	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالرد على أسئلة وتعليقات الجمهور.					
8	توفر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي رسائل للاتصال بالجهاز.					
9	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بالتعرف على آراء الجمهور من خلال استطلاعات الرأي التي تقوم بإجرائها.					
10	تستجيب دائرة العلاقات العامة في الجهاز شكاوي المواطنين مباشرة.					
11	تعمل دائرة العلاقات العامة في الجهاز على حل مشكلات					

التعليق [h3]: هنا الإيتم تعني informing صح؟؟ وليس media

التعليق [h4]: عبارة "تشر الوعي" أو "رفع مستوى الوعي"؟؟
تشكيل الرأي يكون باتجاه معين، صح؟؟
بعض بشكل رأياً مؤبداً مثلاً.

التعليق [h5]: الندوات تدخل في إطار مصطلح الاتصال، وهو أوسع من الإعلام الإيتم عادة يشار إليه على أنه الوسائل الجماهيرية، وتحديدًا الراديو والتلفزيون والصحف والمواقع الإلكترونية. أما الندوة والمعرض والمؤتمر... الخ فهي وسائل تصفية محدودة. وكذلك هي وسائل اتصال

التعليق [h6]: برأيي في هذا الحوار نتاح إلى معرفة مدى وصول الأمن الوقائي إلى الجماهير من خلال العمليات الإصطفائية والإعلامية. هو أن اللجنة التي ستجيب على الاستشارة يجب أن تكون متلمعة لما يشتره الجهاز. والأهم من ذلك أن نعر عن الواقع وهذا أهم شرط لأخبار اللجنة. مثل الأحوال الأمر بسحق أن يكون هناك سؤال أو أكثر عن الأدوات التي يستخدمها الجمهور لتأدية ما يشتره الجهاز، خاصة المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. ومعرفة مدى متابعة الجمهور لها فإذا كان غير متابع، فالطبع لا يجوز أن يعبى على الأسئلة بعد ذلك وهذا يعني ضرورة عدم إعطاء الاستشارة لمن لا يتابع

التعليق [h7]: ربما هذا السؤال يساعدنا في حل المشكلة التي ذكرتها لك في الملاحظة السابقة.
بمعنى أنه قد يكون من المناسب توزيع الاستشارة على الأشخاص الذي يطوفون أو يشاركون أو يتفاعلون مع منشورات الجهاز على مواقع التواصل الاجتماعي. وبهذا نضمن أن اللجنة هي من المتابعين. وبالطبع بشرط واحد: هو أن لا تكون اللجنة كلها من المعارضين، أو كلها من المؤيدين للجهاز والمشقة.
إذا بنيت نكتي بموضوع اللجنة، فلا مانع لدي. وإذا كنت قد تكلمت مع المشرف على اللجنة، فليبدأ لا مانع لدي من تقديم وجهة نظري بالموضوع

التعليق [h8]: برأيي من المهم التمسيل بهذه الوسائل، كما ذكرنا أعلاه.

التعليق [h9]: جمع شكوى، شكوى وليس شكوي

					23	تعرف دائرة العلاقات العامة في الجهاز المواطنين بإنجازات الجهاز في مواجهة الجرائم في المجتمع.
					24	تحلل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الوضع القائم وتطلع الجمهور على تفاصيله.
					25	تتيح دائرة العلاقات العامة في الجهاز الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائه حول الخدمات التي يقدمها الجهاز للمواطنين.
					26	تحرص دائرة العلاقات العامة في الجهاز بتزويد الجمهور بالمعلومات باستمرار فيما يتعلق بأي أزمة أو قضية.
					27	تسر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي موقف الجهاز من أي قضية أو أزمة قائمة.

المعلق [h14]: يمكن أعراف الإنجازات (نقطة 23) لكن كيف سأعرف أنها تمثل (نقطة 24)؟ يعني ضروري إعادة صياغة العبارة لكي أقول للمصنف أن الجهاز ينشر تحقيقاته الوضع.

المعلق [h15]: برأيي في النهاية، وفي هذا المحور بالذات، يستحق الأمر أن نعرف مدى اقتناع المواطن بما ينشره الجهاز، ومدى ثقته بالجهاز. مثلاً: أتمنى أن المعلومات التي ينشرها الجهاز حول أنشطته مطعنة. وهكذا.

ملحق (و)

الجدول

جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الرابع المتعلقة بدرجة استخدام استراتيجية الإقناع من قبل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني لتعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	تقوم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بعرض صور ومعلومات موثقة لمشروعات ومبادرات الجهاز الحالية.	4.12	0.840	82.4	كبيرة
2	تعرف دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي المواطنين بجهود الجهاز في مواجهة الجرائم في المجتمع.	3.98	0.816	79.6	كبيرة
3	تحلل دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الوضع الحالي وتوضح التفاصيل للجمهور.	3.92	0.843	78.4	كبيرة
4	تتيح دائرة العلاقات العامة في جهاز الامن الوقائي الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائهم حول الخدمات التي يقدمها الجهاز.	3.91	0.864	78.2	كبيرة
5	تحرص دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي على تزويد الجمهور بالمعلومات المستمرة حول أي أزمة أو قضية.	3.92	0.958	78.4	كبيرة
6	تفسر دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي موقف الجهاز من أي قضية أو أزمة قائمة.	3.86	0.870	77.2	كبيرة
7	أشعر أن المعلومات التي ينشرها جهاز الأمن الوقائي حول أنشطته مقنعة.	4.04	0.859	80.8	كبيرة
8	أرى أن ما يقوم به جهاز الأمن الوقائي من أنشطة لحفظ الأمن ومكافحة الجريمة يستحق الاحترام.	4.12	0.869	82.4	كبيرة
9	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الاستراتيجية العاطفية لكسب آراء الجمهور.	3.88	0.941	77.6	كبيرة
10	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الاستراتيجية المنطقية لكسب آراء الجمهور.	3.94	0.842	78.8	كبيرة
11	تستخدم دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي استراتيجية شخصية المتحدث لكسب آراء الجمهور.	4.03	0.850	80.6	كبيرة
12	تأخذ دائرة العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي بآراء المواطنين وتقوم بالاعتماد عليها وليس فقط تقديمها.	3.78	0.949	75.6	كبيرة
	الدرجة الكلية لمحور استراتيجية الإقناع	3.96	0.703	79.2	كبيرة

جدول (12)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية الاعلام

المؤهل العلمي (I)	المؤهل العلمي (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
ثانوية فأقل	دبلوم	-.564*	.220	.011
	بكالوريوس	.428*	.184	.021
	دراسات عليا	.179	.189	.344
دبلوم	ثانوية فأقل	.564*	.220	.011
	بكالوريوس	.993*	.141	.000
	دراسات عليا	.743*	.146	.000
بكالوريوس	ثانوية فأقل	-.428*	.184	.021
	دبلوم	-.993*	.141	.000
	دراسات عليا	-.250*	.083	.003
دراسات عليا	ثانوية فأقل	-.179	.189	.344
	دبلوم	-.743*	.146	.000
	بكالوريوس	.250*	.083	.003

جدول (13)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية الحوار

المؤهل العلمي (I)	المؤهل العلمي (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
ثانوية فأقل	دبلوم	-.277	.208	.185
	بكالوريوس	.384*	.175	.028
	دراسات عليا	.262	.179	.143
دبلوم	ثانوية فأقل	.277	.208	.185
	بكالوريوس	.661*	.133	.000
	دراسات عليا	.539*	.138	.000
بكالوريوس	ثانوية فأقل	-.384*	.175	.028
	دبلوم	-.661*	.133	.000
	دراسات عليا	-.122	.078	.121
دراسات عليا	ثانوية فأقل	-.262	.179	.143
	دبلوم	-.539*	.138	.000
	بكالوريوس	.122	.078	.121

جدول (14)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية بناء الاجماع

المؤهل العلمي (I)	المؤهل العلمي (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
ثانوية فأقل	دبلوم	-.733*	.235	.002
	بكالوريوس	.042	.196	.830
	دراسات عليا	-.110	.201	.585
دبلوم	ثانوية فأقل	.733*	.235	.002
	بكالوريوس	.775*	.150	.000
	دراسات عليا	.623*	.156	.000
بكالوريوس	ثانوية فأقل	-.042	.196	.830
	دبلوم	-.775*	.150	.000
	دراسات عليا	-.152	.088	.085
دراسات عليا	ثانوية فأقل	.110	.201	.585
	دبلوم	-.623*	.156	.000
	بكالوريوس	.152	.088	.085

جدول (15)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور استراتيجية الافناع

المؤهل العلمي (I)	المؤهل العلمي (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
ثانوية فأقل	دبلوم	-.433*	.201	.032
	بكالوريوس	.192	.168	.253
	دراسات عليا	.116	.172	.501
دبلوم	ثانوية فأقل	.433*	.201	.032
	بكالوريوس	.625*	.128	.000
	دراسات عليا	.548*	.133	.000
بكالوريوس	ثانوية فأقل	-.192	.168	.253
	دبلوم	-.625*	.128	.000
	دراسات عليا	-.077	.075	.311
دراسات عليا	ثانوية فأقل	-.116	.172	.501
	دبلوم	-.548*	.133	.000
	بكالوريوس	.077	.075	.311

جدول (16)

نتائج اختيار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً للدرجة الكلية

المؤهل العلمي (I)	المؤهل العلمي (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
ثانوية فأقل	دبلوم	-.502*	.205	.015
	بكالوريوس	.262	.172	.129
	دراسات عليا	.112	.176	.526
دبلوم	ثانوية فأقل	.502*	.205	.015
	بكالوريوس	.763*	.131	.000
	دراسات عليا	.613*	.136	.000
بكالوريوس	ثانوية فأقل	-.262	.172	.129
	دبلوم	-.763*	.131	.000
	دراسات عليا	-.150	.077	.053
دراسات عليا	ثانوية فأقل	-.112	.176	.526
	دبلوم	-.613*	.136	.000
	بكالوريوس	.150	.077	.053

جدول (17)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المحور
.593	4.08	139	مدينة	استراتيجية الاعلام
.884	3.83	193	قرية	
.977	3.83	52	بلدة	
.290	4.03	16	مخيم	
.798	3.92	400	المجموع	
.636	4.06	139	مدينة	استراتيجية الحوار
.725	3.87	193	قرية	
.952	3.80	52	بلدة	
.501	3.44	16	مخيم	
.733	3.91	400	المجموع	
.638	4.05	139	مدينة	استراتيجية بناء الاجماع
.885	3.86	193	قرية	
1.028	3.90	52	بلدة	
.500	3.43	16	مخيم	
.825	3.91	400	المجموع	
.531	4.15	139	مدينة	استراتيجية الاقناع
.725	3.95	193	قرية	
.887	3.64	52	بلدة	
.404	3.43	16	مخيم	
.703	3.96	400	المجموع	
.563	4.08	139	مدينة	الدرجة الكلية
.771	3.87	193	قرية	
.943	3.79	52	بلدة	
.339	3.58	16	مخيم	
.729	3.93	400	المجموع	

جدول (18)

نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير مكان السكن

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
استراتيجية الاعلام	بين المجموعات	5.685	3	1.895	3.018	.030
	داخل المجموعات	248.638	396	.628		
	المجموع	254.324	399			
استراتيجية الحوار	بين المجموعات	7.551	3	2.517	4.819	.003
	داخل المجموعات	206.832	396	.522		
	المجموع	214.383	399			
استراتيجية بناء الاجماع	بين المجموعات	6.905	3	2.302	3.447	.017
	داخل المجموعات	264.383	396	.668		
	المجموع	271.288	399			
استراتيجية الاقتناع	بين المجموعات	15.017	3	5.006	10.866	.000
	داخل المجموعات	182.427	396	.461		
	المجموع	197.444	399			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	6.797	3	2.266	4.375	.005
	داخل المجموعات	205.049	396	.518		
	المجموع	211.846	399			

جدول (19)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية الاعلام

مكان السكن (I)	مكان السكن (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
مدينة	قرية	.250*	.088	.005
	بلدة	.243	.129	.060
	مخيم	.046	.209	.826
قرية	مدينة	-.250*	.088	.005
	بلدة	-.007	.124	.955
	مخيم	-.204	.206	.323
بلدة	مدينة	-.243	.129	.060
	قرية	.007	.124	.955
	مخيم	-.197	.227	.385
مخيم	مدينة	-.046	.209	.826
	قرية	.204	.206	.323
	بلدة	.197	.227	.385

جدول (20)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية الحوار

مكان السكن (I)	مكان السكن (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
مدينة	قرية	.192*	.080	.018
	بلدة	.261*	.117	.027
	مخيم	.614*	.191	.001
قرية	مدينة	-.192*	.080	.018
	بلدة	.070	.113	.538
	مخيم	.422*	.188	.025
بلدة	مدينة	-.261*	.117	.027
	قرية	-.070	.113	.538
	مخيم	.352	.207	.089
مخيم	مدينة	-.614*	.191	.001
	قرية	-.422*	.188	.025
	بلدة	-.352	.207	.089

جدول (21)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية بناء الاجماع

مكان السكن (I)	مكان السكن (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
مدينة	قرية	.191*	.091	.036
	بلدة	.149	.133	.264
	مخيم	.620*	.216	.004
قرية	مدينة	-.191*	.091	.036
	بلدة	-.042	.128	.741
	مخيم	.429*	.213	.044
بلدة	مدينة	-.149	.133	.264
	قرية	.042	.128	.741
	مخيم	.471*	.234	.044
مخيم	مدينة	-.620*	.216	.004
	قرية	-.429*	.213	.044
	بلدة	-.471*	.234	.044

جدول (22)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً لمحور استراتيجية الاقناع

مكان السكن (I)	مكان السكن (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
مدينة	قرية	.207*	.076	.006
	بلدة	.511*	.110	.000
	مخيم	.726*	.179	.000
قرية	مدينة	-.207*	.076	.006
	بلدة	.304*	.106	.004
	مخيم	.520*	.177	.003
بلدة	مدينة	-.511*	.110	.000
	قرية	-.304*	.106	.004
	مخيم	.216	.194	.267
مخيم	مدينة	-.726*	.179	.000
	قرية	-.520*	.177	.003
	بلدة	-.216	.194	.267

جدول (23)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير مكان السكن تبعاً للدرجة الكلية

مستوى الدلالة	نسبة الخطأ	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	مكان السكن (J)	مكان السكن (I)
.009	.080	.210*	قرية	مدينة
.013	.117	.291*	بلدة	
.009	.190	.502*	مخيم	
.009	.080	-.210*	مدينة	قرية
.471	.112	.081	بلدة	
.120	.187	.292	مخيم	
.013	.117	-.291*	مدينة	بلدة
.471	.112	-.081	قرية	
.307	.206	.210	مخيم	
.009	.190	-.502*	مدينة	مخيم
.120	.187	-.292	قرية	
.307	.206	-.210	بلدة	

جدول (24)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر

المحور	المستوى	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
استراتيجية الاعلام	22 سنة فأقل	69	3.61	1.198
	23- اقل من 30 سنة	198	4.01	.558
	30- اقل من 40 سنة	96	3.83	.865
	40 سنة فأكثر	37	4.27	.554
	المجموع	400	3.92	.798
استراتيجية الحوار	22 سنة فأقل	69	3.64	1.090
	23- اقل من 30 سنة	198	4.03	.451
	30- اقل من 40 سنة	96	3.79	.826
	40 سنة فأكثر	37	4.08	.715
	المجموع	400	3.91	.733
استراتيجية بناء الاجماع	22 سنة فأقل	69	3.63	1.328
	23- اقل من 30 سنة	198	4.01	.501
	30- اقل من 40 سنة	96	3.89	.918
	40 سنة فأكثر	37	3.98	.625
	المجموع	400	3.91	.825
استراتيجية الاقتناع	22 سنة فأقل	69	3.65	1.095
	23- اقل من 30 سنة	198	4.07	.482
	30- اقل من 40 سنة	96	3.90	.732
	40 سنة فأكثر	37	4.10	.501
	المجموع	400	3.96	.703
الدرجة الكلية	22 سنة فأقل	69	3.63	1.148
	23- اقل من 30 سنة	198	4.03	.446
	30- اقل من 40 سنة	96	3.85	.800
	40 سنة فأكثر	37	4.11	.591
	المجموع	400	3.93	.729

جدول (25)

نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في جهاز الأمن الوقائي الفلسطيني في تعزيز استراتيجيات الاتصال مع المجتمع المحلي تعزى لمتغير العمر

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
استراتيجية الاعلام	بين المجموعات	13.477	3	4.492	7.386	.000
	داخل المجموعات	240.847	396	.608		
	المجموع	254.324	399			
استراتيجية الحوار	بين المجموعات	10.285	3	3.428	6.652	.000
	داخل المجموعات	204.098	396	.515		
	المجموع	214.383	399			
استراتيجية بناء الاجماع	بين المجموعات	7.714	3	2.571	3.863	.010
	داخل المجموعات	263.573	396	.666		
	المجموع	271.288	399			
استراتيجية الاقتناع	بين المجموعات	10.219	3	3.406	7.205	.000
	داخل المجموعات	187.225	396	.473		
	المجموع	197.444	399			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	9.840	3	3.280	6.430	.000
	داخل المجموعات	202.006	396	.510		
	المجموع	211.846	399			

جدول (26)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية الاعلام

مستوى الدلالة	نسبة الخطأ	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	العمر (J)	العمر (I)
.000	.109	-.398*	23- اقل من 30 سنة	22 سنة فأقل
.083	.123	-.214	30- اقل من 40 سنة	
.000	.159	-.656*	40 سنة فأكثر	
.000	.109	.398*	22 سنة فأقل	23- اقل من 30 سنة
.059	.097	.184	30- اقل من 40 سنة	30 سنة
.065	.140	-.258	40 سنة فأكثر	
.083	.123	.214	22 سنة فأقل	30- اقل من 40 سنة
.059	.097	-.184	23- اقل من 30 سنة	40 سنة
.004	.151	-.442*	40 سنة فأكثر	
.000	.159	.656*	22 سنة فأقل	40 سنة فأكثر
.065	.140	.258	23- اقل من 30 سنة	
.004	.151	.442*	30- اقل من 40 سنة	

جدول (27)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية الحوار

مستوى الدلالة	نسبة الخطأ	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	العمر (J)	العمر (I)
.000	.100	-.390*	23- اقل من 30 سنة	22 سنة فأقل
.180	.113	-.152	30- اقل من 40 سنة	
.003	.146	-.442*	40 سنة فأكثر	
.000	.100	.390*	22 سنة فأقل	23- اقل من 30 سنة
.008	.089	.237*	30- اقل من 40 سنة	
.683	.129	-.053	40 سنة فأكثر	
.180	.113	.152	22 سنة فأقل	30- اقل من 40 سنة
.008	.089	-.237*	23- اقل من 30 سنة	
.038	.139	-.290*	40 سنة فأكثر	
.003	.146	.442*	22 سنة فأقل	40 سنة فأكثر
.683	.129	.053	23- اقل من 30 سنة	
.038	.139	.290*	30- اقل من 40 سنة	

جدول (28)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية بناء الاجماع

مستوى الدلالة	نسبة الخطأ	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	العمر (J)	العمر (I)
.001	.114	-.384*	23- اقل من 30 سنة	22 سنة فأقل
.039	.129	-.267*	30- اقل من 40 سنة	
.037	.166	-.348*	40 سنة فأكثر	
.001	.114	.384*	22 سنة فأقل	23- اقل من 30 سنة
.249	.101	.117	30- اقل من 40 سنة	سنة
.807	.146	.036	40 سنة فأكثر	
.039	.129	.267*	22 سنة فأقل	30- اقل من 40 سنة
.249	.101	-.117	23- اقل من 30 سنة	سنة
.607	.158	-.081	40 سنة فأكثر	
.037	.166	.348*	22 سنة فأقل	40 سنة فأكثر
.807	.146	-.036	23- اقل من 30 سنة	
.607	.158	.081	30- اقل من 40 سنة	

جدول (29)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً لمحور استراتيجية الافناع

مستوى الدلالة	نسبة الخطأ	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	العمر (J)	العمر (I)
.000	.096	-.423*	23- اقل من 30 سنة	22 سنة فأقل
.022	.109	-.250*	30- اقل من 40 سنة	
.001	.140	-.450*	40 سنة فأكثر	
.000	.096	.423*	22 سنة فأقل	23- اقل من 30 سنة
.044	.086	.173*	30- اقل من 40 سنة	
.829	.123	-.027	40 سنة فأكثر	
.022	.109	.250*	22 سنة فأقل	30- اقل من 40 سنة
.044	.086	-.173*	23- اقل من 30 سنة	
.135	.133	-.199	40 سنة فأكثر	
.001	.140	.450*	22 سنة فأقل	40 سنة فأكثر
.829	.123	.027	23- اقل من 30 سنة	
.135	.133	.199	30- اقل من 40 سنة	

جدول (30)

نتائج اختيار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير العمر تبعاً للدرجة الكلية

مستوى الدلالة	نسبة الخطأ	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	العمر (J)	العمر (I)
.000	.100	-.399*	23- اقل من 30 سنة	22 سنة فأقل
.051	.113	-.221	30- اقل من 40 سنة	
.001	.146	-.474*	40 سنة فأكثر	
.000	.100	.399*	22 سنة فأقل	23- اقل من 30 سنة
.046	.089	.178*	30- اقل من 40 سنة	
.556	.128	-.075	40 سنة فأكثر	
.051	.113	.221	22 سنة فأقل	30- اقل من 40 سنة
.046	.089	-.178*	23- اقل من 30 سنة	
.068	.138	-.253	40 سنة فأكثر	
.001	.146	.474*	22 سنة فأقل	40 سنة فأكثر
.556	.128	.075	23- اقل من 30 سنة	
.068	.138	.253	30- اقل من 40 سنة	



**An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies**

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN
PALESTINIAN PREVENTIVE SECURITY:
ENHANCING COMMUNICATION STRATEGIES
WITH THE LOCAL COMMUNITY**

**By
Qusai Hassan Saleh Hindi**

**Supervisor
Dr. Ibrahim Al-Akka**

**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.**

2024

THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN PALESTINIAN PREVENTIVE SECURITY: ENHANCING COMMUNICATION STRATEGIES WITH THE LOCAL COMMUNITY

By
Qusai Hassan Saleh Hindi
Supervisor
Dr. Ibrahim Al-Akka

Abstract

This study aimed to investigate the role of public relations within the Palestinian Preventive Security in enhancing communication strategies with the local community. A mixed-methods approach was employed, integrating both quantitative and qualitative methodologies. The quantitative component utilized a descriptive approach to analyze data collected via a survey, while the qualitative component involved conducting interviews. The study's population comprised members of the local community in the West Bank governorates, whereas the interviews targeted public relations practitioners within the Palestinian Preventive Security in the West Bank. A random sample of 400 individuals from the local community was selected, in addition to a sample of six public relations practitioners for the interview component.

The findings of the study indicate that public relations play a crucial role in the efforts of the Palestinian Preventive Security to enhance communication strategies with the local community. The extent to which the Public Relations Department of the Palestinian Preventive Security employs various communication strategies—such as media engagement, dialogue, consensus building, and persuasion—to strengthen its communication with the local community is notably high. Furthermore, the analysis revealed no statistically significant differences at the $\alpha \leq 0.05$ significance level in the respondents' perceptions regarding the role of public relations in the communication strategies of the Palestinian Preventive Security, as influenced by gender. However, significant differences were observed based on educational qualifications, place of residence, and age.

The study advocates for the formulation of strategies aimed at more prominently showcasing the accomplishments of the Preventive Security Service. This includes the promotion of successful community initiatives through the implementation of media campaigns that highlight the service's positive impact within the community.

Concurrently, it is essential to disseminate success stories and testimonials from citizens regarding these achievements. While the Preventive Security Service seeks to garner public support, the adoption of a consensus-building approach may prove to be more effective. This could be achieved by fostering collaboration with community institutions and civil society organizations to better understand and address the genuine opinions and needs of citizens.

Keywords: Public relations; preventive security; communication strategies; local community engagement; media campaigns, consensus building; community institutions; civil society organizations