



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في
ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022

إعداد

ميناس حسام محمود فشافشة

إشراف

د. أمجد شحادة

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

2025

دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في
ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022

إعداد

ميناس حسام محمود فشافشة

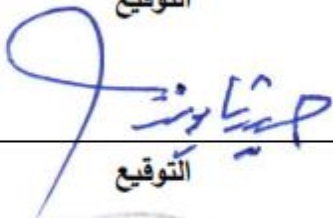
نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2025/02/18م، وأجيزت:



التوقيع

د. امجد شحادة

المشرف الرئيسي



التوقيع

د. أحمد حمودة

المشرف الخارجي



التوقيع

د. فريد أبو ضهير

المشرف الداخلي

الإهداء

إلى الجبل الشامخ إلى أمني وأماني إلى من زرع في ثنايا روحي الإصرار والمثابرة والجد والاجتهاد إلى
الأسطورة الكونية التي أستند إليها فيوحي إلي بالنهوض والاستمرار إلى والدي العزيز حفظه الله
إلى الشمعة التي احترقت لتتير لنا ظلمة الليالي إلى رفيقتي وشقية روحي إلى ملاذي الأمن إلى من
أسلنتي مرارة الأيام ومسحت عن جبيني مشقة الأزمان إلى أُمي الحبيبة
إلى من يسري دمهم في عروقي إلى من كانوا لي سندا إلى من بوجودهم تزهو الأيام وتحلو اللحظات إلى
عائلي أختي فراس وعائلته وفارس وعائلته و النقيب حمادة وساكنة روحي ونصفي الآخر أختي الدكتورة
حلا والغالية على قلبي الدكتورة إيمان.

إلى أستاذي الفاضل الدكتور أمجد حفظه الله الذي كان وما يزال مثالي وقوتي

ميناس فشافشة

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم: "يرفع الله الذين آمنوا والذين أوتوا العلم درجات"

الحمد لله رب العالمين، العليم الخبير الذي علم الإنسان ما لم يعلم والصلاة والسلام على أشرف الخلق

والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم. أما بعد،

بادئ ذي بدء فإنني أتوجه بالشكر والثناء لله عز وجل الذي أعانني على تخطي الصعاب وسدد خطاي

إلى أن استوت هذه الأطروحة على سوقها.

وأتوجه بالشكر والتقدير للدكتور الفاضل "أمجد" الذي تفضل بالإشراف على هذه الأطروحة، وأوحى إلي

بفكرتها، وزودني بعلمه الوفير، ورفدني بالنصح والإرشاد والتوجيهات السديدة، وأحفني بعناية علمية في

مراحل الأطروحة جميعها، ووسع صدره لأسئلتني، وتابعتني خطوة بخطوة حفظه الله وجعله ملاذا للمتعلمين

والباحثين.

كما أتقدم بالشكر للمناقشين الكريمين اللذين تفضلا بمناقشة هذه الأطروحة، واللذان أثرياها بآرائهما

وتوجيهاتهما السديدة، وأتقدم بالشكر الجزيل لكل الذين أجريت معهم مقابلات واستقبلوني برحابة، وأتقدم

بالشكر الجزيل لعائلتي الكريمة التي شجعتني وشدت من أزري، وشاطرتني الجهد، وكما أتقدم بالشكر

الجزيل إلى كل من ساعدني في إتمام هذه الأطروحة.

الإقرار

أنا الموقعة أدناه مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة اليه 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.

ميناس حسام محمود فشافشة

اسم الطالبة:

ميناس فشافشة

التوقيع:

2025/02/18

التاريخ:

فهرس المحتويات

الإهداء	ج
الشكر والتقدير	د
الإقرار	هـ
فهرس المحتويات	و
فهرس الجداول	ط
فهرس الصور	ي
فهرس الملاحق	ك
الملخص	ل
الفصل الأول: خلفية الدراسة والاطار النظري	1
مقدمة	1
مشكلة الدراسة	1
أسئلة الدراسة	3
فرضيات الدراسة	4
أهمية الدراسة	5
أهداف الدراسة	6
نموذج الدراسة	7
حدود الدراسة	7
المفاهيم والمصطلحات	7
الإطار النظري	8
المبحث الأول: مقدمة عن محافظة جنين	9
المبحث الثاني: العلاقات العامة	11
المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة	11
المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة ووظائفها	13

16	المطلب الثالث: الاتصال والعلاقات العامة
23	المبحث الثالث: العلاقات العامة في القطاع العام
23	المطلب الأول: واقع العلاقات العامة في القطاع العام والخاص
24	المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة في القطاع الحكومي
25	المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة في القطاع العام
28	المبحث الرابع: الاتصال الفعال للعلاقات العامة وتحسين الصورة الذهنية
29	المطلب الأول: عوامل الاتصال الفعال
36	الدراسات السابقة
43	التعقيب على الدراسات السابقة
45	الفصل الثاني: الطريقة والإجراءات
45	مجتمع الدراسة
45	عينة الدراسة
46	أداة الدراسة
47	صدق الأداة
48	ثبات أداة الدراسة
48	إجراءات الدراسة
49	منهج الدراسة
49	المعالجات الإحصائية
50	الفصل الثالث: نتائج الدراسة
50	المقدمة
50	نتائج سؤال الدراسة الرئيسي
51	المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ
53	المحور الثاني: التواصل مع الجمهور
54	المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه
56	ملخص النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي

56	النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة
63	الفصل الرابع: الاستنتاجات والتوصيات
63	الاستنتاجات
66	التوصيات
68	المصادر العلمية
72	الملاحق
b	Abstract

فهرس الجداول

- جدول (1): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات الدراسة 46
- جدول (2): معامل الثبات 48
- جدول (3): مفتاح المتوسطات الحسابية لسلم الإجابة 51
- جدول (4): المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة في محور إدارة البلدية و الطوارئ 51
- جدول (5): المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة في محور التواصل مع الجمهور 53
- جدول (6): المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة في محور مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه 54
- جدول (7): المتوسطات الحسابية والنسب المئوية الكلية للسؤال الرئيسي 56
- جدول (8): نتائج اختبار (ت) (t-test) للعينات المستقلة لفحص الفرضية المتعلقة بمتغير الجنس..... 57
- جدول (9): نتائج اختبار (ت) (t-test) للعينات المستقلة لفحص الفرضية المتعلقة بمتغير نوع السكن . 58
- جدول (10): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) حسب متغير مكان السكن 60
- جدول (11): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) حسب متغير نوع اشتراك المياه. 77
- جدول (12): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) حسب متغير قيمة كوب الماء .. 78

فهرس الصور

- صورة (1): تدمير البنية التحتية ونظام المياه من قبل الاحتلال الإسرائيلي في شهر تموز 2023..... 2
- صورة (2): خارطة المحافظات الفلسطينية 10
- صورة (3): عدد السكان في فلسطين حسب المحافظة، نهاية عام 2023 11

فهرس الملاحق

72	ملحق (أ): الاستبانة
76	ملحق (ب): قائمة المحكمين
77	ملحق (ج): الجداول

دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022

إعداد

ميناس حسام محمود فشافشة

إشراف

د. أمجد شحادة

الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي لمدينة جنين منذ العام 2022. ولتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة باستخدام أسلوب المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الظاهرة، وقد استخدمت الإستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع المواطنين لجمهور بلدية جنين المشتركين في خدمة المياه في البلدية، وبناء على ذلك تم تحديد عينة الدراسة المكونة من (300) مشترك في خدمة المياه، وتم اختيار حجم العينة بطريقة العينة المتاحة. وخلصت الدراسة إلى عدم رضى جمهور البلدية المشتركين في خدمة المياه عن إدارة البلدية لأزمة انقطاع المياه المتكررة، وعدم رضى الجمهور عن درجة التواصل مع البلدية بالنسبة لأزمة انقطاع المياه المتكررة، وعدم رضى الجمهور عن أداء قسم المياه في بلدية جنين للأزمة في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر منذ العام 2022.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الاحتلال الإسرائيلي، بلدية جنين، أزمة المياه.

الفصل الأول

خلفية الدراسة والاطار النظري

مقدمة

تشكل العلاقات العامة دورًا أساسيًا في إدارة الأزمات من خلال التخطيط المسبق، والتواصل الفعال، والحفاظ على السمعة المؤسسية. فهي تساعد المؤسسات على مواجهة الأزمات بفعالية، من خلال تقديم رسائل واضحة تقلل من الشائعات وتعيد بناء ثقة الجمهور بعد تجاوز الأزمة. وتؤكد الدراسات أن التواصل الشفاف والإستجابة السريعة هما مفتاحا النجاح في إدارة الأزمات.

مشكلة الدراسة

برزت مشكلة كبيرة في وجه مخططات البلدية تتمثل في تعمد الاحتلال الإسرائيلي في حربه ضد شعبنا الفلسطيني استخدام سياسة الأرض المحروقة، حيث يقوم الاحتلال باستخدام آليات ثقيلة مثل جرافات (D9) لتدمير خطوط المياه وشبكات الصرف الصحي والمياه والشوارع وخطوط الكهرباء، مما تسبب بانقطاع وتدمير نسبة كبيرة منها، وهذا بدوره سبب، وقوع كوارث جزئية في كثير من البيوت مثل انقطاع المياه عن حارات كاملة خاصة حي الزهراء و مخيم جنين وحي الجابريات وحي الداخلية وحي شهاب الدين، وأدت عمليات التدمير أيضا إلى انسياب مياه الأمطار من الشوارع إلى منازل عدد من المواطنين وعدد من المحال التجارية (إبراهيم، 2023).

صورة (1)

تدمير البنية التحتية ونظام المياه من قبل الاحتلال الإسرائيلي في شهر تموز 2023



المصدر: وكالة الانباء والمعلومات الفلسطينية- وفا (2023/11/21).

تحمل البلدية والطواقم المختصة على كاهلها أعباء إضافية في مواجهة الصعوبات التي يخلقها الاحتلال من إزالة ركام الشوارع المدمرة، وإعادة تصليحها، وتضرر شبكات الصرف الصحي بشكل كبير، فكل هذه الصعوبات تأخذ وقتاً كبيراً وتحتاج ميزانيات ضخمة، ناهيك عن استمرار الإقتحامات الإسرائيلية التي تعتمد في كل مرة تجريف الشوارع وتخريبها من جديد حتى بعد محاولة ترميمها.

وهنا يبرز دور دائرة العلاقات العامة في بلدية جنين تقديم تقارير ونشرها للجمهور بشكل سنوي ونصف سنوي وهي تقارير مفصلة عن نشاطات البلدية وأعمالها وخططها السنوية أو خططها الخمسية، كما تقوم دائرة العلاقات العامة بتلقي الشكاوى والتواصل الشخصي مع أفراد الجمهور الساخطين أو الذين لديهم مشاكل تقدموا لها بشكاوى، وأصبحت دائرة العلاقات العامة تعتمد بشكل كبير وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك لكي تكون أكثر قرباً وأسرع في التواصل مع الناس.

وفي هذه الدراسة سوف نستعرض كيفية تعامل بلدية مدينة جنين مع الأزمات التي تواجهها باستخدام مفاهيم العلاقات العامة، وبخاصة مشكلة أزمة المياه التي تعتبر أزمة خانقة وجدية في هذه الفترة فترة إعداد هذه الرسالة.

أسئلة الدراسة

لقد أثبتت مفاهيم العلاقات العامة عبر العصور أن وجودها ضمن الأعمال الإدارية مهم، وهو يعد حلقة الوصل التي تربط دائر المياه في بلدية جنين بالمستفيدين من الخدمات المذكورة. فهي الإطار الذي تطل من خلاله العلاقات العامة على جماهيرها الداخلية والخارجية لتزويدهم بمخططاتهم من الأنشطة والبرامج بواسطة وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي توطيد علاقات إيجابية لبلدية جنين وتكوين صورة مثالية لها، وبناء على ذلك تبرز مشكلة هذه الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟

وتندرج تحته أسئلة فرعية هي:

- ما هو مستوى رضى الجمهور عن إدارة البلدية والطوارئ لأزمة انقطاع المياه المتكرره في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر؟
- ما هو مستوى رضى الجمهور عن آليات وأساليب ومستوى التواصل أزمة انقطاع المياه في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر؟
- ما هو مستوى رضى الجمهور عن دائرة المياه أزمة انقطاع المياه في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر؟

فرضيات الدراسة

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير الجنس.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير نوع السكن (جبلي، سهلي).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير مكان السكن (مخيم جنين، وسط المدينة، منطقة الإسكان، الحارة الشرقية، شارع نابلس، حي البساتين، الجابريات).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير نوع الاشتراك (منزلي، تجاري، زراعي، صناعي).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير سعر كوب الماء.

أهمية الدراسة

الأهمية العملية:

تكمن أهمية هذا البحث من كونه يتناول بشكل موضوعي مشكلة المياه ، فالبلديات لها دور مركزي في حياة الناس وهي من أهم المؤسسات الخدماتية التي تعنى برعاية المواطنين وتوفير الحياة الجيدة لهم، ويقدر نجاح البلديات و العمل الإداري فيها تكون المدينة ناجحة من الناحية السكنية والتجارية وحتى الصناعية، كما أن موقف الجمهور من البلديات يعتبر أهم المواقف التي تعبر عن رغبات الجمهور وحاجاته وتطلعاته لتلبية احتياج المواطنين بأفضل طريقة ممكنة، ومن هنا ظهرت أهمية البحث في دراسة قدرة بلدية جنين على تحسين صورتها في ظل وجود أزمة خانقة على المياه وكثرت الشكاوى و المشاكل الناتجة عن هذه الأزمة، ودراسة قدرة دائرة العلاقات العامة في بلدية جنين على معالجة هذه الأزمة و المحافظة على الصورة الذهنية لبلدية جنين كمؤسسة خدماتية ناجحة تحوز على رضا المواطنين.

كما تنظر بلدية جنين والمواطنون في مدينة جنين على أن موضوع الخدمات وخاصة المياه جزء من أعمال مقاومة الإحتلال الإسرائيلي، كونه يعتمد تخريب البنية التحتية في مدينة جنين؛ مما أوجد رأي عام في المدينة وحتى لدى بلدية جنين أن القدرة في المحافظة على استمرار الخدمات بأفضل طريقة، هي شكل من أشكال مقاومة الاحتلال و الصمود، مما يجعل لهذه الدراسة أهمية على مستوى الحس الوطني وكشف وفضح سياسات الاحتلال الإسرائيلي، واستخدامه سياسيات الأرض المحروقة في محاولة لكسر صمود شعبنا.

الأهمية العلمية:

تعد دراسة دور البلديات ذات أهمية علمية، إذ تسهم في فهم آليات الحكم المحلي وتبيان مدى فاعلية البلديات كأداة أساسية في تنفيذ السياسات العامة على المستوى المحلي.

كما تمكن من تحليل مساهمة البلديات في تحقيق التنمية المستدامة من خلال إدارة الشؤون الحضرية وتقديم الخدمات الأساسية للمواطنين. ومن خلال هذا النوع من الدراسات، يمكن تسليط الضوء على العلاقة بين

المواطن والدولة عبر تعزيز مبدأ المشاركة المجتمعية، بالإضافة إلى دراسة مدى التزام البلديات بالشفافية والمساءلة. وتساعد هذه الدراسة أيضًا في تشخيص التحديات التي تواجه البلديات، سواء من حيث التمويل، أو الكفاءات الإدارية، أو القيود المركزية، مما يمكن من اقتراح حلول واقعية تستند إلى تحليل علمي ومعرفي. علاوة على ذلك، تسهم هذه الأبحاث في إثراء الحقل الأكاديمي لعلوم الإدارة والتخطيط والسياسات العامة، وتوفّر مرجعية مهمة لصناع القرار والباحثين وكل من يهتم بتطوير العمل المحلي وتعزيز اللامركزية الإدارية

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى إبراز دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 ، ويمكن تلخيص هذه الأهداف كالتالي:

- التعرف على مستوى رضى الجمهور عن إدارة البلدية والطوارئ لأزمة انقطاع المياه في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر.
- التعرف على مستوى رضى الجمهور عن آليات وأساليب ومستوى التواصل لحل أزمة انقطاع المياه في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر.
- التعرف على مستوى رضى الجمهور عن دائرة المياه لحل أزمة انقطاع المياه في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر.
- التعرف على أثر كل من الجنس، نوع السكن، مكان السكن، نوع الإشتراك، و سعر كوب الماء على دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022.

نموذج الدراسة

تستند الباحثة في دراستها إلى نموذج الاتصال ثنائي الإتجاه، وذلك لملاءمته لطبيعة الدراسة والمؤسسة المستهدفة في البحث. حيث يعد هذا النموذج أحد أحدث النماذج في مجال العلاقات العامة، وقد اقترحه جرونج، حيث يهدف إلى تحقيق التفاهم المتبادل والمتكافئ بين المنظمة وجمهورها.

يتميز هذا النموذج بالسعي إلى تغيير مواقف إدارة المنظمة وسلوكها بنفس القدر الذي يسعى فيه إلى تغيير سلوك الجمهور ومواقفه. ويعكس هذا النهج التزامًا بتعزيز الحوار والتفاعل المتوازن بين الطرفين، مما يجعل العلاقات العامة أداة فعالة لبناء الثقة وتحقيق الأهداف المشتركة (المدفير، 2019، صفحة 42).

حدود الدراسة

حدود مكانية: مدينة جنين

حدود زمانية: الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2024/2023

حدود موضوعية: نشاطات دائرة العلاقات العامة في بلدية جنين

المفاهيم والمصطلحات

وتتضمن هذه الدراسة مجموعة من المصطلحات التي توجب تحديدها وهي:

الدور: هو مجموعة من التصرفات المكتسبة التي يقوم بها الفرد في موقف تفاعلي اجتماعي معين، كما ويعرفه عبد الحميد عبد العالي هو: " توجيه أو تفهم عضو معين بالجزء الذي ينبغي أن يلعبه التنظيم" (القمرى، 1976، صفحة 50).

العلاقات العامة: هي الجهود التي تبذلها أي مؤسسة من المؤسسات، بهدف توطيد الثقة والتفاهم والتبادل بين هذه المؤسسات والجمهور الذي تتعامل معه بمختلف فئاته (سلمان، 1981، صفحة 31).

الصورة الذهنية : هي نسخة مستخدمة من المستند الأصلي، تم إعدادها في الوقت ذاته الذي أعد فيه المستند الأصلي أو في وقت آخر، وقد يكون المستند منسوخ باليد، أو بطرق النسخ الأخرى (العبدالله، 2014، صفحة 192). وتكون الصورة طبقاً للأصل إذا كانت تكتب مفصلة لكل الخصائص المادية الأصلية للمستند الأم وتحاكيه تماماً (الفار، 2014، صفحة 210).

الإطار النظري

تبوّأت العلاقات العامة مكانة مميزة داخل الهياكل التنظيمية في إدارة العديد من المؤسسات والمنظمات الحديثة في القطاعات المختلفة، بالرغم من الإهتمام المتباين بها داخل المنظمات، فقد أصبح من المسلم به أن الحاجة إلى العلاقات العامة حاجة مهمة، وأن الإنفاق على أنشطتها وتنفيذ برامجها لا يعد أمراً ثانوياً، بل له مبرراته الموضوعية.

ونظراً للوعي المتزايد لأهمية العلاقات العامة في الإدارات المتخصصة في الهيئات والمنظمات، والتي تقوم بأداء أدوار العلاقات العامة، وهذا بدوره انعكس على دور العلاقات العامة اليوم فأصبحت تمد يد المساعدة والعون للعديد من المؤسسات في المجتمع: كالإدارات الحكومية، والجامعات والمدارس، ورجال الأعمال، والاتحادات التجارية، والمشافي والهيئات الدينية، والمؤسسات التطوعية، وغيرها.

وللعلاقات العامة اليوم أهمية كبرى لمعظم المؤسسات الحكومية والأهلية والمحلية، مثل: البلديات والمجالس المحلية ومؤسسات الضابطة الجمركية والضريبة، بهدف تحقيق التكيف والتوافق بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها، لتوفير مناخ نفسي أكثر ملائمة لتطوره تطوراً بناءً ومستقراً، بينما يتوفر للجماهير المتعاملة معها بيئة مناسبة تحقق رضاهم وتحقق مصلحة الرأي العام، وكل هذا من شأنه توفير اتصال ذي اتجاهين. ولتحقيق اتصال ناجح ذي اتجاهين مع الجماهير المستهدفة، لا بد من السعي الجاد لكسب تأييد الجماهير وودها، وأولى الخطوات في هذا الاتجاه: هي البحوث والدراسات التي لا يتحقق مفهوم الاتصال ذي الاتجاهين

بدونها، الذي يوجد له اتجاهان للاتصال: اتجاه يفسر ويحلل ويشرح مرتكزا في ذلك على الحقيقة، واتجاه يقيم قنوات تتدفق من خلالها آراء الجمهور واستجاباته وردود أفعاله.

ينبغي على المؤسسة في عملية الاتصال مع الجماهير الذين ترتبطهم بها رباط المصلحة أن تأخذ بالحسبان الإختلاف بينهم ، فلا يوجد جمهور يتطابق أو يتشابه مع غيره في ملامح كالذكاء والتعليم والخبرة، وهذه جميعا تبدي تأثيرا عميقا في قدرة الجمهور على فهم الرسالة، للحصول على الحد الأقصى من تأثير الاتصال والإقناع، لذا يجب أن تكون هناك دراسة خاصة ومعاملة خاصة لكل جمهور.

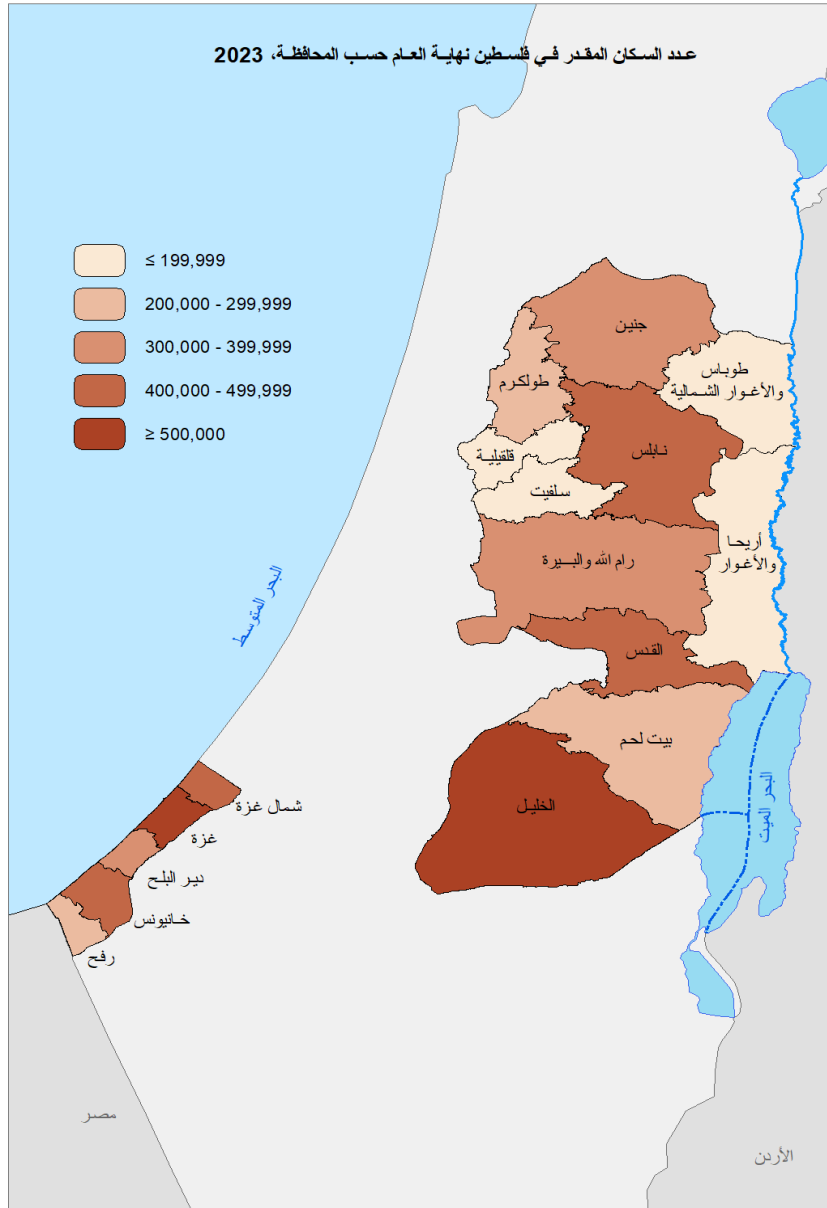
ونظرا لأهمية العلاقات العامة ومكانتها في الفكر الإداري الحديث، تعتبر إحدى وظائف الإدارة، فمن غير الممكن أن تخلف المنظمات المعاصرة عن هذا الاتجاه، لذا أصبح من الضرورة عليها أن تمتلك جهازا للعلاقات العامة يؤدي هذه الوظيفة من وظائف الإدارة.

المبحث الاول: مقدمة عن محافظة جنين

محافظة جنين هي إحدى المدن الفلسطينية الهامة وتقع في شمال الضفة الغربية كما توضحها الخارطة في الصورة رقم (2) في الأسفل.

صورة (2)

خارطة المحافظات الفلسطينية

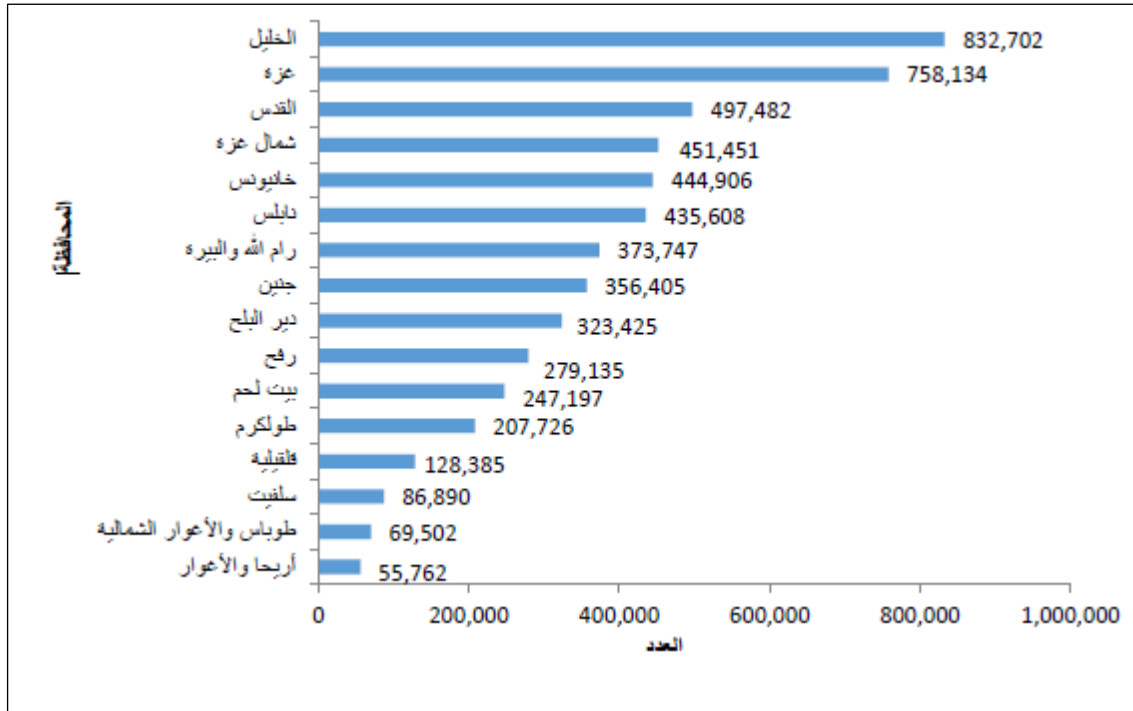


المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2023).

على الرغم من مساحة محافظة جنين المتوسط إلا أنها تشكل ثقلاً اقتصادياً أكبر بكثير من حجمها السكاني. البالغ حوالي 356,000 نسمة كما هو موضح في الشكل البياني في الصورة رقم (2) في الأسفل، وتبلغ من المساحة (583) كم² مشكلة ما نسبته (9,7%) من مساحة الضفة الغربية الإجمالية (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2023).

صورة (3)

عدد السكان في فلسطين حسب المحافظة، نهاية عام 2023



المصدر: (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2023).

وتجدر الإشارة إلى أن مساحة مدينة جنين وحدها تصل إلى حوالي (21,000) دونم، فهي تأتي في المرتبة الثالثة من حيث المساحة في الضفة الغربية بعد مدينتي الخليل ونابلس، كما ورد في تقرير صادر عن بلدية جنين (بلدية جنين، 2023). ويبلغ عدد سكان مدينة جنين حوالي (57,000) نسمة، ولمدينة جنين مخيم واحد يقع في الجهة الغربية ويقطنه حوالي (12,000) لاجئ (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2023).

المبحث الثاني: العلاقات العامة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

يعرف قاموس إكسفورد العلاقات العامة بأنها "الأنشطة التي تهدف إلى بناء وتعزيز صورة جيدة وتنمية العلاقات مع الجمهور العام، باستخدام وسائل الإتصال المختلفة" (قحف، 2011، صفحة 52).

ويعرفه معهد العلاقات العامة في بريطانيا أنه: التخصص الذي يهتم بالتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها، بهدف اكتساب الدعم والتأثير على السلوك والرأي باعتبارها الجهد المخطط والمستدام لإنشاء والحفاظ على علاقات طيبة مبنية على حسن النية (درة و المجالي، 2010، صفحة 22).

وعرفت الجمعية العلاقات العامة الفرنسية بأنها: مجموعة الفعاليات والأنشطة التي تسعى إلى تعزيز وبناء العلاقة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها المستهدف، وذلك باستخدام وسائل التواصل المختلفة للتأثير على الرأي العام والمساهمة في تحسين صورة المؤسسة (درة و المجالي، 2010، صفحة 25).

وبحسب ما أوردها (W. Long and Vicent Hazelton) من المنظور الحديث بأنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات الجيدة بين الأفراد أو المنظمات والجمهور. هذه الأنشطة تتضمن تطوير صورة إيجابية للمؤسسة أو الفرد، تحسين التواصل مع وسائل الإعلام والجمهور، والإجابة على استفسارات وسائل الإعلام والرد على الأزمات أو المشكلات التي قد تؤثر على سمعة الجهة المعنية (Wilcox & Cameron, 2009).

والعلاقات العامة كما يعرفها (Harold burson) أنها علاقة ثنائية تقوم على الاتصال بين المؤسسة وجمهورها بغرض ضمان نجاح هذه العلاقة، لضمان حل مشاكل جمهورها، وتقديم المساعدة والأخذ بآرائهم والعمل على خدمتهم بشكل فعال باستخدام البحث والاتصال والتخطيط (الشمري، 2011، صفحة 29).

وبناء على التعريفات السابقة يمكن استنتاج ما يلي:

العلاقات العامة هي نتاج علم الاتصال وتعتمد عليه. ومن هنا جاءت الحاجة إلى معرفة علم الاتصال ونظرياته وأساليبه ووسائله. وترتكز هذه المبادئ على أسس وطبيعة تنظيم الاتصال المتبادل بين المؤسسة وجمهورها.

وهو أحد الركائز الأساسية لأي مؤسسة، وهو المسؤول عن التخطيط وتنظيم الأنشطة. وخاصة الأنشطة ذات الصلة بجمهور المؤسسة الداخلي والخارجي، وكذلك الأنشطة المستمرة التي تهدف إلى توجيه سياساتها وخدماتها وأعمالها وكسب ثقة الأفراد والجماعات الذين يتعاملون مع المؤسسة.

إرساء التقاهم المتبادل بين المنظمة والجمهور، وتوضيح الانطباعات الإيجابية، وتقليل الانطباعات السلبية، وكسب الثقة والدعم لصالح الأطراف المشاركة في أنشطة العلاقات العامة. ونحن نهدف إلى القيام بذلك.

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة ووظائفها

هناك من يفرق بين أهداف العلاقات العامة ووظائفها المختلفة، ورغم أن المستويين متداخلين إلى حد كبير فإنه يمكن التأكيد أن أهداف العلاقات العامة حسبما أورده جبين (2009) تتركز على:

1. زيادة قدرة المؤسسة وتفعيل القيم المضافة التي تعمل من أجلها سواء كانت خدمة غير ربحية أو ربحية (جبين، 2009، صفحة 14).
2. ترسيخ صلات التواصل بين الأطراف المعنية بالمؤسسة، الإدارة، المساهمين، الجمهور الداخلي، الجمهور الخارجي.
3. تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أمام الجمهور الداخلي (العاملين داخل المؤسسة) وأمام الجمهور العام.

أما بخصوص وظائف العلاقات العامة فهناك خمس وظائف أساسية، وهي:

1. البحث:

أو يمكننا تسميتها (البحث عن الحقائق) تبذل العلاقات العامة جهودا كبيرة في عمليات البحث والجمع والتحليل ودراسة اتجاهات الراي المنبثقة من جماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم، للحصول على حقائق صحيحة، فعلى سبيل المثال الجامعة، حيث يمكن معرفة اتجاهات الآراء المختلفة بين الأساتذة والطلبة وأولياء الامور. وفي مثال آخر ميدان الجيش، يمكن معرفة الراي بين الجنود والضباط وغيرهم من

الفنيين، في الأمور المتعلقة بهم. وفي الشركات والوزارات تعمم اتجاهات الرأي العام بين الموظفين والعمال، وبالإضافة إلى ذلك يتم قياس اتجاهات الرأي المختلفة بين الجماهير الخارجية كالتجار والمساهمين والمستهلكين (السيد، 2006، صفحة 30).

وقد تطورت مراحل العلاقات العامة من تغلب الطابع الارتجالي لمعرفة اتجاهات الجمهور إلى مرحلة علمية ذات أسس نتيجة التقدم العلمي والتكنولوجي، أصبحت هناك أساليب علمية في دراسات توجهات الجماهير، وجمع المعلومات المختلفة لدراسة مشكلة معينة (الدليمي، مدخل الى العلاقات العامة، 2011، صفحة 42).
تبحث العلاقات العامة عن التطورات المستمرة التي تحصل في الأوضاع السياسية والإقتصادية والاجتماعية، وتقوم كذلك بدراسة وتحليل جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا، وتتضمن الأبحاث والمبادئ الفنية للعلاقات العامة، وتقوم بتحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وتقيس مدى نجاح الحملات الإعلامية التي تقدمها، وتحدد الوسائل الإعلامية أكثر نجاحا، بالإضافة إلى ذلك البحوث التي تعرض التطور الذي يحدث على العلاقات العامة، وتفسر كذلك آراء واتجاهات قادة الرأي في المناهج، كالمعلمين ورؤساء النقابات ورجال الأعمال وغيرهم (السيد، 2006، صفحة 71).

2. التخطيط:

يجب أن يكون المدير قادرا على بناء أسلوب يمكن أن يقود المنظمة إلى الأمام من خلال الفرص المتاحة والتحديات القائمة التي حددت من قبل عملية الرصد، والهدف هنا تحقيق نتائج قابلة للقياس، والتي تصل إلى الاحتياجات التي حددت في عملية الرصد (معلا، 1991، صفحة 48).

3. الاتصال:

العملية التي يتم بواسطتها نقل المعلومات ومن الممكن أن تكون رسالة شفوية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة معبرة، والاتصالات تسير في اتجاهين وليست ذات اتجاه واحد (أبو أصبع، 2009، صفحة 8).

الاتصال يعني القيام بتنفيذ الخطط المعدة مسبقاً، والتواصل مع الجماهير المستهدفة، واختيار الوسائل الاعلامية الملائمة لكل فئة من الجمهور، وعقد المؤتمرات، وإنتاج الأفلام السينمائية والصور، وإنشاء مكتبة تحوي البيانات التاريخية، وتنظيم الندوات والمحاضرات والحوارات، والمناظرات، وإعداد المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة.

ولدائرة العلاقات العامة وظيفة إدارية مهمة، فهي تقدم الخدمات لجميع الإدارات ومساعدتها على القيام بوظائفها المرتبطة بالجمهور، ومثال على ذلك مساعدة إدارة شؤون العاملين في إختيار وتدريب الموظفين والعمال، والبحث عن أساليب مناسبة لتشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم، وتوفير العناية اللازمة لصحتهم ورياضتهم وثقافتهم (البادي، 1991، صفحة 10).

وتسعى العلاقات العامة إلى بناء علاقات وطيدة مع أصحاب الراي في المجتمع بتزويدهم بالحقائق، كما تعمل على إقامة علاقات وثيقة مع معاهد التدريب، حتى تتمكن من تدريب موظفيها وعمالها في هذه المعاهد، والسماح لطلاب المعاهد بزيارة المنظمة (البادي، 1991، صفحة 15).

وترى الباحثة أن العلاقات العامة تساعد الجمهور على تشكيل رأيه، وذلك بمده بالمعلومات كافة ليشكل رأيه على أساس من الحقائق الصحيحة، كما تساهم في إحداث تغييرات مقصودة في اتجاهات الرأي العام وكسبه لصالح المؤسسة، وهي تمد المنشأة أيضا بجميع التطورات التي تحصل في الرأي العام.

4. التنسيق:

تعد العلاقات العامة حلقة وصل مهمة في التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، وهي أداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة، وبين المؤسسات الدنيا والمستويات العليا، كما تنسق بين إدارة المشتريات والموردين والمؤسسة، و بين إدارة التسويق والمستهلكين (المزاهرة، 2015، صفحة 33).

وترى الباحثة أنه يتعين على المدير أن يستخدم الموارد المالية، والأفراد العاملين داخل المنظمة، وتشمل الموارد المتاحة أيضا والفرص المتاحة للاشتراك والتنسيق مع المنظمات الأخرى التي يمكن أن تساعد في بلوغ نتائج ذات منفعة متبادلة، والهدف من ذلك هو التطبيق الفعال لإستراتيجية الاتصال التي وضعت في مرحلة التخطيط (المزاهرة، 2015، صفحة 35).

5. التقييم:

ويمثل التقييم المرحلة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة، كما أن هناك علاقة مترابطة بين المرحلة وكافة المراحل الأخرى، اذ سيقدم لنا جدوى المعلومات التي أفرزتها عملية البحث عن الحقائق (الدليمي ، 2005).

يمكن تقسيم عمليات التقييم، حسب ما أورده الدليمي (2005) إلى ثلاثة أنواع، وهي:

- أولاً: التقييم (السابق) للتنفيذ.

- ثانياً: التقييم (المتزامن) مع التنفيذ.

- ثالثاً: التقييم (اللاحق) للتنفيذ.

المطلب الثالث: الاتصال والعلاقات العامة

يعد الاتصال جوهر عمل العلاقات العامة، والاتصال هو العملية التي يتم فيها تبادل المعلومات أو الأفكار أو الآراء بين طرفين أو أكثر، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وباستخدام وسائل أو أشكال اتصال متعدد (الجمالي، 2017، صفحة 187).

ويُعرف الاتصال في نطاق العلاقات العامة بانها عملية تهدف إلى إيصال الأفكار والمعلومات والحقائق والمعرفة إلى الجمهور أو الرأي العام، بغرض التأثير عليه بطريقة تضمن دعمه وتفهمه لأهداف المنظمة. ولتحقيق اتصال فعال، يجب أن يتم التواصل بشكل ثنائي الإتجاه، بحيث يكون هناك تبادل مستمر بين المنظمة والجمهور (العلاق، 2009، صفحة 27).

وتعتمد العلاقات العامة على الاتصالات التفاعلية من جانب كل من المنظمة وجمهورها، فالإتصال ذو اتجاهين وليس اتجاه واحد (العلاق، 2009، صفحة 16).

وتتعلق معظم تعريفات العلاقات العامة من حقيقة مهمة، هي أن كل فعل تمارسه المؤسسات، وكل قول يصدر عنها ما هو إلا شكل من أشكال الإتصال (الجمالي، 2017، صفحة 181).

وتعد وظيفة التقديم الجيد للمنشأة للجمهور، وتحسين سمعتها، أو صورتها الذهنية، وشرح سياساتها، من أبرز الاهداف التي تسعى لتحقيقها العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي بالاستعانة بوسائل الإتصال (ابو قحف، 2013، صفحة 29).

ولذلك تعد وسائل الإتصال العصب الرئيسي للعلاقات العامة؛ لأنه من خلالها تحقق المؤسسة التفاهم المشترك بين أفرادها وإدارتها، كما تحقق التفاهم بين المنظمة وجمهورها الخارجي، وتكون النتيجة متمين الثقة المتبادلة، والحوار الصريح والدائم ما بين المنشأة(المؤسسة) وجمهورها الداخلي والخارجي (العلاق، 2009، صفحة 21).

ومن هنا يُعرف جيفكنز العلاقات العامة بأنها تتكون من جميع أشكال الاتصالات المخططة تجاه الداخل والخارج بين المنظمة وجمهورها؛ بغرض تحقيق أهداف محددة تتعلق بالفهم المشترك (الجمالي، 2017، صفحة 181).

ولتحقيق الفهم المتبادل، تقوم العلاقات العامة بتوفير تيار متدفق من المعلومات لجمهورها؛ للمساهمة في تغيير المفاهيم، وإن كانت لا تستطيع التغيير الكامل للأداء، والاتجاهات، فالمعلومات جزء من الإتصال. كما أن العلاقات العامة تقوم بوظيفة مساعدة الجمهور على تكوين رأيه، من خلال تزويده بالمعلومات كافة التي يحتاجها ليكون رأيه ينطلق من الواقع والحقيقة (العلاق، 2009، صفحة 18).

وهنا تبرز أهمية أن تكون القاعدة الأولى التي تقوم عليها العلاقات العامة هي الإخبار الصادق بالاستناد إلى الحقائق، كما تبرز أهمية القاعدة الأخرى التي تنطلق منها العلاقات العامة، والمتمثلة بتعدد وسائل الاتصال الممكن استخدامها وتنوعها (ابو قحف، 2013، صفحة 28).

وفيما يلي نستعرض أهم التغيرات والتطورات التي حصلت في مجال الاتصال:

أولاً: التكنولوجيا وتطوير أنظمة العمل:

لقد شهد العالم تقدماً هائلاً في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والتي بدورها أسهمت بشكل كبير في تطوير نظم العمل والإنتاج، وتحقيق تقدم المنظمات ونموها، وكذلك التأثير في أدائها، كما أسهمت التكنولوجيا في تحفيز العاملين، وزيادة خبراتهم، وفي تعزيز الأداء المؤسسي للمنظمات المختلفة (خيرت و فاروق، 2017، صفحة 80).

كما عزز التقدم التكنولوجي من احتدام المنافسة بين المؤسسات، والمنظمات، والشركات، وسبب نوعاً من التغيير في الوظائف وعلاقات العمل داخل المنشأة (المؤسسة) وخارجها، كما ساهم في تعزيز القدرة على الإبداع، والابتكار، وتحسين الأداء، وكذلك تعزيز العلاقة بين المؤسسة والعاملين فيها؛ نظراً لقدرتهم - في ضوء التطورات الحديثة - على معرفة الكثير من المعلومات التي تهمهم، كما تعززت مشاركتهم في صناعة القرار، وإحداث التغيير المأمول (Hiebert, 2005, pp. 2-4).

ونتيجة لهذه التطورات، ونظراً لسرعة الخدمات الإعلامية، وتدفق المعلومات بسرعة، وانهيار مفهوم الزمان والمكان، أصبح التركيز في مختلف الأنشطة الاتصالية المختلفة منصباً على ما يحدث وما سيحدث أكثر من صيغة ماذا حدث (الحمداني، 2012، صفحة 30).

والعلاقات العامة من أكثر الدوائر تدخلاً في هذا الأمر، وقد أشارت العديد من الدراسات العلمية أن وظيفة العلاقات العامة من أبرز الوظائف الإدارية التي تأثرت بالإنترنت كوسيلة للتواصل (خيرت و فاروق، 2017، صفحة 22).

مع تطور وسائل الإعلام والتواصل وزيادة هيمنة الإنترنت على مختلف المجالات والقطاعات، أصبحت العلاقات العامة الرقمية أكثر تنوعاً وشمولية. وهذا يتيح لمسؤولي العلاقات العامة والاتصال فرصاً كبيرة لإيصال رسائلهم إلى الجمهور المستهدف بفعالية أكبر (جمال الدين، 2017، صفحة 59).

لا تقتصر هذه الإستراتيجية على تحسين صورة المؤسسة من خلال إتقان مهارات التحدث والخطابة فحسب، بل تمتد إلى جمع وتحليل المعرفة، ومواكبة متطلبات العصر، مع التركيز على تقديم القيمة، والسرعة، والإبداع، بالاعتماد على التقنيات الحديثة (جمال الدين، 2017، صفحة 53).

ثانياً: التغييرات في مسار مخاطبة الجمهور:

أدى التطور الكبير في التكنولوجيا والاتصالات إلى تغييرات جذرية في أساليب مخاطبة الجمهور، مع تركيز متزايد على وسائل اتصال محددة. هذه التحولات أحدثت نقلة نوعية في مجال التواصل والعلاقات العامة، حيث لم تعد مقتصرة على تطوير العلاقات الإعلامية وإرسال البيانات الصحفية كما كان الحال في العقد الماضي (جمال الدين، 2017، صفحة 63).

دفعت ثورة الاتصالات الحديثة باتجاه توطيد العلاقة بين الإعلام، والمكاتب، والمعلومات، حيث إن سعى المواقع الإخبارية لتوفيره حالياً هو استجابة لرغبات المتصفحين، وهو الأكثر اتصالاً بالأرشفة والاسترجاع، ما يتطلب من موظفي العلاقات العامة والمشرفين على المواقع الإلكترونية التابعة للمؤسسات والمنشآت المختلفة لتأخذ الأمر بالحسبان.

وتحتاج العلاقات العامة- كسائر أوجه الاتصال وفروع الصحافة والإعلام- للتكيف مع الوضع الذي تفرضه ثورة الاتصالات، إذ تزداد أهمية الوسيلة بمقدار تمكنها من التكيف مع التطورات التكنولوجية الجديدة، من خلال اللحاق بهذه التطورات عن طريق الارتباطات والاستخدامات التي توفرها الأقمار الاصطناعية، وشبكة الانترنت (الحمداني، 2012، صفحة 35).

ولا شك أن أساليب الأداء الاتصالي في مجال العلاقات العامة قد شهدت تحولاً جذرياً مع ظهور الإعلام الجديد، مما أسهم في تعزيز مكانة العلاقات العامة كعملية تشاركية وديناميكية. (مخلوفي، 2017، صفحة 350).

ثالثاً: ثقافة جديدة:

أدت الشبكات الاجتماعية والمنصات الإلكترونية الأخرى إلى نشوء ثقافة جديدة كلياً، حيث لم تعد العلاقات العامة تقتصر على توجيه الرسائل إلى الجمهور فقط، بل أصبحت مطالبة بالانفتاح والتفاعل المباشر مع المتلقي. وهذا يستدعي من مديري العلاقات العامة التكيف مع هذه التحولات ومراعاتها في ممارساتهم (مخلوفي، 2017، صفحة 352).

تشهد ممارسة العلاقات العامة تطوراً مستمراً مع تطور وسائل الاتصال وتغير احتياجات العملاء، في حين يؤدي تنوع وسائل الإعلام والمطبوعات إلى إعادة تشكيل نماذج الإيرادات، مع تزايد قنوات الاتصال الجديدة وتنوعها (جمال الدين، 2017).

في الواقع، تحولت العلاقات العامة في هذا السياق إلى ما يُعرف بـ "العلاقات العامة الإلكترونية" أو (PR2.0)، حيث بات من الضروري استثمار الشبكات الاجتماعية، واستخدام القوائم البريدية، وتوظيف التطبيقات التكنولوجية، إلى جانب الاستعانة بالإنفوجرافيك لتقديم المحتوى الإعلامي الخاص بالمؤسسات بشكل أكثر جذباً وفعالية (مخلوفي، 2017، صفحة 351).

رابعاً: تأثير العلاقات العامة الإلكترونية والجيل الافتراضي الثاني:

يمكن القول إن العلاقات العامة (2.0) هي امتداد للعلاقات العامة الإلكترونية، التي تعد انعكاساً لمفهوم (Web 2.0) وهو الجيل الثاني من المجتمعات الافتراضية والخدمات المستضافة عبر الإنترنت.

كانت شبكة الإنترنت التقليدية قائمة على نموذج اتصال يعتمد على العلاقة (واحد إلى متعدد) أو ما يُعرف بـ(One-to-Many Relationship) ، حيث يتمثل ذلك في وجود موقع إلكتروني واحد يخدم عددًا كبيراً من المستخدمين (شفيق، 2011، صفحة 188).

أما (Web 2.0) فيسعى إلى تقديم مفهوم جديد يقوم على علاقة (متعدد إلى متعدد) أو (Many-to-Many Relationship) ، حيث تركز بنيته على إنشاء شبكة إنترنت أكثر إنسانية وتفاعلية مقارنة بالجيل السابق (شفيق، 2011، صفحة 189).

في الختام، ظهر مصطلح "العلاقات العامة 2.0" أواخر تسعينيات القرن الماضي، حيث استخدمه لأول مرة برايان سوليس (Brian Solis) ، الذي تنبأ بانتقال العلاقات العامة من أساليبها التقليدية إلى نمط تفاعلي جديد، مستفيداً من التطبيقات الحديثة المرتبطة بالويب. ورغم هذا التطور، تظل أهدافها متوافقة مع أهداف العلاقات العامة التقليدية، التي تهدف إلى الترويج للمؤسسة، والتعريف بخدماتها، وتعزيز صورتها الإيجابية لدى الجمهور داخل المؤسسة وخارجها.

شهد مصطلح "العلاقات العامة 2.0" انتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة، ليغطي جميع الممارسات الاتصالية الإلكترونية التي تربط مسؤول العلاقات العامة بجمهوره. ويشمل ذلك بناء استراتيجيات الاتصال، واختيار أساليب الترويج المناسبة، وتحديد الأدوات الإلكترونية الملائمة، بالإضافة إلى تبني نماذج الحوار الإلكتروني للتواصل الفعّال مع الجماهير المستهدفة (بخيت، 2016).

ومما هو مطلوب حالياً من القائمين على أجهزة العلاقات العامة، تحسين الأداء، واستثمار الإمكانيات التكنولوجية والاتصالية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية، وحتى وسائل الإعلام التقليدية، مع أهمية الحرص على أن تكون رسائلها عميقة، ومباشرة، وصادقة، وتحترم عقول المتلقين.

هذا يعني أن أي شركة أو مؤسسة، أو حتى أي فرد يسعى للنجاح في عصرنا الرقمي، يجب عليه الالتزام بمبادئ العلاقات العامة. وتُعرّف العلاقات العامة الرقمية بأنها فن الجمع بين أساليب العلاقات العامة التقليدية، والمحتوى التسويقي، ووسائل الإعلام الاجتماعي لتحقيق التميز والتفاعل الفعّال (جمال الدين، 2017، صفحة 55).

في الواقع، أسهمت أدوات الإعلام الجديد، مثل الشبكات الاجتماعية، والمدونات، والمواقع الإلكترونية للمؤسسات، في إضفاء مرونة وديناميكية غير مسبوقة على أقسام العلاقات العامة. وقد مكّن ذلك المؤسسات من الوصول إلى جماهيرها بفاعلية وفي الوقت نفسه، بغض النظر عن التباعد الجغرافي أو التنوع الثقافي واللغوي (مخلوفي، 2017، صفحة 10).

أصبحت العلاقات العامة الإلكترونية قادرة على الوصول إلى الجماهير الموزعة وغير المتجانسة والتواصل معهم بفعالية عبر مجموعة متنوعة من الوسائط. تشمل هذه الوسائط الرسائل الإخبارية الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، لينكد إن، وماي سببيس، بالإضافة إلى البريد الإلكتروني، والمجموعات الإخبارية، ومنتديات العلاقات العامة. كما تتضمن تصميم الفعاليات عبر الإنترنت (Online Events) واستغلال التطبيقات السحابية التي تقدمها منصات مثل iCloud، Gmail، وDropbox، بهدف تسهيل الخدمات للعملاء من خلال توفير المعلومات وتعزيز قنوات التواصل (عبد الحميد، 2007، ص174).

المبحث الثالث: العلاقات العامة في القطاع العام

المطلب الأول: واقع العلاقات العامة في القطاع العام والخاص

في العصور القديمة، كان دور الدولة يقتصر على المهام التقليدية مثل الحفاظ على الأمن الداخلي، وحماية ممتلكات المواطنين، وتأمين الحدود. أما في العصر الحديث، فقد توسع دور الدولة ليشمل مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية، حيث أصبحت تقدم خدمات متنوعة تشمل الأمن، والدفاع الوطني والمدني، والقضاء، والبرامج الاجتماعية. ومع هذا التوسع، ازدادت التحديات التنفيذية التي تواجهها الدولة، وتوسعت الوزارات، وازداد عدد العاملين، مما استلزم إنشاء وحدات متخصصة في العلاقات العامة لتنظيم العلاقة مع الجماهير وتعزيز الثقة بين المؤسسات الحكومية وجمهورها (ابو قحف، 2013).

أصبح من الضروري وجود قنوات اتصال متعددة تربط الحكومة بالمواطنين، خاصة مع تحول الحكومة الحديثة إلى كيان إداري معقد تتداخل فيه أدوار متعددة تتطلب توضيحاً مستمراً لضمان التواصل الفعال مع المواطنين. فنجاح الإدارة الحكومية مرتبط بقربها من الناس وفهمها لمشاكلهم، حيث أظهرت التجارب أن استقرار الدول وتقدمها يعتمد بشكل كبير على نوعية العلاقة بين الحكومة والشعب (العلاق، 2009).

حين يسود التفاعل الإيجابي بين الحكومة والمواطنين، تنتقل الفجوة بينهما ويسود التفاهم والثقة، أما غياب قنوات التواصل فيؤدي إلى اتساع هذه الفجوة وظهور الأزمات، مما يهدد الاستقرار الاجتماعي والسياسي. ولا يقتصر الأمر على العلاقة الداخلية فقط، بل يمتد إلى التفاعل مع المجتمع الدولي، إذ تؤثر صورة الدولة دولياً بشكل مباشر على مكانتها ومصالحها السياسية والاقتصادية والثقافية، ولهذا تخصص الدول موارد كبيرة للحفاظ على صورة إيجابية عبر ممارسات العلاقات العامة التي تعزز التأييد السياسي وتحسن أوضاعها الاقتصادية وتزيد من تفاعلها الثقافي مع العالم (الجمالي، 2017).

شهدت العلاقات العامة في العقد الأخيرين تطوراً بارزاً في المجال السياسي، حيث أصبحت أداة اتصال إقناعية يعتمد عليها السياسيون للتأثير على توجهات وسلوكيات الجمهور (العلاق، 2009). وأصبحت تلعب

دورًا أساسيًا في تعزيز التواصل بين الحكومة والمواطنين، وكذلك بين المرشحين السياسيين والجمهور، لا سيما في الحملات الانتخابية التي تهدف إلى توجيه الرأي العام وتشكيل توجهاته.

تُعتبر العلاقات العامة عاملاً مؤثرًا يدعم القوة السياسية على مستوى الحكومات والمرشحين، حيث أصبحت قوة فاعلة في اختيار القادة، إذ بينما ينفذ السياسيون البرامج السياسية، يكون خبراء العلاقات العامة هم القادرون على إقناع الجمهور بجدوى هذه البرامج ونقلها بشكل فعال، ما يسهم في كسب تأييدهم ودعمهم (خيرت و فاروق، 2017).

المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة في القطاع الحكومي

العلاقات العامة تشكل عنصراً أساسياً في إدارة المنظمات الحكومية والتجارية، تهدف إلى كسب ثقة الجمهور وبناء علاقات تعاون مع الجمهور الداخلي والخارجي من خلال سياسات مدروسة وإعلام شفاف (خيرت و فاروق، 2017، صفحة 32). تزداد أهميتها في المنظمات الحكومية بسبب حجم المسؤوليات الملقاة عليها، إذ تسهم في توضيح أهداف وسياسات المنظمة، وتعزيز الشفافية، ورفع وعي الجمهور بالتشريعات والقرارات (مخلوفي، 2017، صفحة 351).

تعتمد الحكومات على الرأي العام في صياغة السياسات والتشريعات، لذلك من الضروري توفير قنوات اتصال ثنائية الاتجاه مع الجمهور باستخدام وسائل مثل الاستبيانات، الإعلام، وجلسات الاستماع لتعزيز التفاعل والثقة (مخلوفي، 2017، صفحة 352). يبرز دور بحوث الرأي العام والتخطيط الدقيق لبرامج العلاقات العامة لضمان فاعلية التواصل مع الجمهور وتلبية احتياجاته، حيث أن غياب التفاعل يؤدي إلى ضعف الثقة وانتقاد السياسات (خيرت و فاروق، 2017، صفحة 45).

لذلك، يعد التخطيط الدقيق وتوفير معلومات شفافة الأساس لبناء الثقة وتحقيق دعم الجمهور لسياسات وإنجازات المنظمة الحكومية.

المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة في القطاع العام

1. الوظيفة الإعلامية للمعلوماتية:

تتمثل هذه الوظيفة في إبلاغ المواطنين بالقوانين والأنظمة الحكومية، والمشاريع الحالية والمستقبلية، والنشاطات الروتينية التي يقوم بها المسؤولون الحكوميون، بالإضافة إلى قرارات الحكومة في مختلف المجالات. ومن ناحية أخرى، تهدف أيضًا إلى تزويد صانعي السياسات والقرارات بمعلومات دقيقة حول ردود الأفعال الفورية للرأي العام، مع التركيز على وسائل الاتصال التي تغطي نشاطات الحكومة وسياساتها ومشاريعها.

تركز هذه الوظيفة بشكل كبير على متابعة الأخبار، وجمع المعلومات الأولية حول الأحداث اليومية والنشاطات الروتينية. كما تتضمن إجراء استطلاعات رأي سريعة لتحديد توجهات الجمهور بشأن القضايا المختلفة، إلى جانب متابعة ما يتم نشره أو تداوله عبر وسائل الاتصال المختلفة، مما يسهم في تحسين التفاعل بين الحكومة والجمهور وتعزيز الشفافية (صباح، 2017، صفحة 36).

2. الوظيفة التفسيرية:

تتجاوز هذه الوظيفة حدود الإخبار وجمع المعلومات لتشمل تقديم تفسير شامل للسياسات والقرارات المختلفة. يتمثل هذا التفسير في توضيح رؤية الحكومة ومبرراتها لانتهاج سياسة معينة أو اتخاذ قرار محدد، مع التركيز على تحليل الأسباب التي أدت إلى تلك الخيارات، واستعراض النتائج المتوقعة لها.

لا يقتصر نطاق هذه الوظيفة على السياسات والقرارات الوطنية فحسب، بل يشمل أيضًا تلك المتعلقة بالصعيد الدولي، مما يعزز فهم الجمهور للتوجهات الحكومية ويبرر استراتيجياتها بشكل يدعم الثقة والتأييد (صباح، 2017، صفحة 37).

3. الوظيفة الإقناعية:

تهدف هذه الوظيفة إلى كسب تأييد الرأي العام لإجراءات أو سياسات محددة، أو قرارات ذات طبيعة خاصة. عندما تتبنى الحكومة سياسات أو قرارات مصيرية، تسعى إلى إقناع المواطنين بأهميتها من خلال توضيح موقفها، وتقديم الأدلة والبراهين التي تدعم الحاجة الملحة لهذه الخطوات.

يدرك صانعو القرار أن المواطنين يميلون إلى رفض القرارات المفاجئة، خاصة إذا كان لها تأثير مباشر على حياتهم ومعيشتهم اليومية. لذا، فإن التمهيد لهذه القرارات من خلال توضيح أسبابها وأهدافها يلعب دورًا أساسيًا في تقليل عنصر الصدمة، ويساهم في تجنب حالات الاضطراب أو الفوضى التي قد تتجم عن سوء الفهم أو عدم تقبل الجمهور لهذه السياسات (الجوهر، 2013، صفحة 206).

4. الوظيفة التقييمية

تشمل هذه الوظيفة مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى إعداد تقارير مرجعية دقيقة، وإجراء تحليلات ودراسات معمقة حول نتائج السياسات والخطط الحكومية الحالية. كما تتناول الظواهر السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية داخل المجتمع، مع التركيز على قياس اتجاهات الرأي العام بشأنها.

تسهم هذه الأنشطة في توفير قاعدة معرفية تُساعد على فهم تأثير السياسات والخطط الحكومية، وتحديد النقاط التي تحتاج إلى تحسين أو تعديل. كما تُعد هذه الدراسات أداة مهمة لدعم اتخاذ القرارات المستقبلية وتعزيز استجابة الحكومة لاحتياجات وتطلعات الجمهور (خيرت و فاروق، 2017، صفحة 49).

تُعد هذه الوظيفة واحدة من أبرز وظائف العلاقات العامة لما لها من أهمية كبيرة بالنسبة للمخططين في مجال السياسات العامة. فهي تُزودهم بمعرفة دقيقة ومسبقة حول احتياجات المواطنين وتطلعاتهم، مما يُساهم في وضع خطط وسياسات أكثر توافقًا مع الرأي العام.

تعتمد هذه الوظيفة بشكل كبير على دراسات وبحوث الرأي العام السريعة التي تهدف إلى تقديم معلومات مفيدة عن الاتجاهات العامة للرأي العام. بالإضافة إلى ذلك، تركز دراسات الرأي العام المتعمقة على تحليل تلك الاتجاهات من حيث عمقها، واتساعها، وشدتها، مع استكشاف الأسباب والدوافع التي تُساهم في تشكيلها. يُتيح هذا النهج فهماً أعمق لاتجاهات الجمهور، مما يُعزز من قدرة الجهات الحكومية على اتخاذ قرارات مدروسة ومبنية على بيانات دقيقة (الصيفي، 2016، صفحة 166).

5. الوظيفة التوثيقية:

تتضمن هذه الوظيفة إدارة وحفظ وتصنيف الوثائق الرسمية المتعلقة بمختلف أنشطة الحكومة. وتشمل هذه الوثائق القوانين والقرارات الحكومية، والخطب الرسمية، والتصريحات المرتبطة بمواقف الحكومة على الصعيدين المحلي والدولي، بالإضافة إلى مواقفها من الاتفاقيات الدولية. كما تشمل القوانين المرتبطة بمجال الاتصال، وقوائم المؤسسات الإعلامية والصحفية وأسماء العاملين فيها.

يعتمد دور أجهزة العلاقات العامة في التوثيق على نطاق الخدمة التي تقدمها ومستواها. فعلى المستوى الوطني، تُعنى هذه الأجهزة بخدمة الحكومة ومؤسساتها كافة، بينما تركز الأجهزة المؤسسية على خدمة القطاع المحدد الذي تعمل ضمنه. يُعتبر هذا الجانب التوثيقي أداة أساسية لضمان الاحتفاظ بسجلات دقيقة تُساهم في تعزيز الشفافية، وتسهيل الوصول إلى المعلومات، ودعم العمليات الاتصالية الحكومية (الصيفي، 2016، صفحة 167).

6. الوظيفة التشريعية:

تعتمد هذه الوظيفة على تقديم وتنظيم الخدمات المختلفة لضمان سير العمليات بسلاسة وكفاءة. تشمل هذه الخدمات استقبال الوفود الرسمية، ومرافقتها، وتيسير إجراءات إقامتها داخل البلد، بالإضافة إلى تقديم الدعم اللازم للصحفيين والإعلاميين من خلال تسهيل مهامهم وتوفير المعلومات التي يحتاجونها.

كما تتضمن تنظيم الاجتماعات، الندوات، والمؤتمرات، وتهيئة الأجواء المناسبة لضمان نجاحها. وتشمل هذه الأنشطة أيضًا تنسيق لقاءات الصحفيين والإعلاميين مع المسؤولين الحكوميين لتعزيز التواصل الفعال، فضلاً عن دعم الإدارة داخل المؤسسة التي يتبعها جهاز العلاقات العامة. تُعد هذه الجهود جزءًا لا يتجزأ من دور العلاقات العامة في تعزيز العلاقات الداخلية والخارجية وضمان تقديم صورة إيجابية عن المؤسسة أو الحكومة (خيرت و فاروق، 2017، صفحة 48).

المبحث الرابع: الاتصال الفعال للعلاقات العامة وتحسين الصورة الذهنية

يمكن القول إن نجاح عملية الاتصال يعتمد بشكل أساسي على تحديد الجمهور المستهدف بدقة. لذا، من الضروري معرفة الجماهير التي نسعى للتأثير فيها وكيفية الوصول إليها بفعالية. وعندما يطرح خبير العلاقات العامة على نفسه السؤال: "من هم الجمهور الذين ينبغي أن يصلهم إعلامنا لتحقيق أهدافنا؟"، فإن الإجابة الواضحة، المصحوبة بفهم دقيق للأهداف والتخطيط للبرامج المناسبة، ستمكنه بلا شك من الوصول إلى جمهوره المستهدف وتحقيق الأهداف المرجوة (مسيلي، 2009، صفحة 148).

اكتمال عناصر عملية الاتصال، مثل المرسل، الرسالة، ورجع الصدى، لا يضمن وحده نجاح الاتصال. فذلك يعتمد على عوامل متعددة، من أبرزها اختيار الوقت والمكان الملائمين، القدرة على جذب انتباه الجمهور، وضمان وجود "لغة مشتركة" بين المرسل والمستقبل لتجنب سوء الفهم. كما يتطلب نجاح الاتصال إيصال الرسالة بنفس درجة التأثير والحماسة التي انطلقت بها من المرسل، مما يعزز استيعاب المستقبل للرسالة ويزيد من فعاليتها (عليان و الدبس، 2005، صفحة 144). ويأتي تفصيل هذه العوامل على النحو الآتي:

المطلب الاول: عوامل الاتصال الفعال

اولا: استخدام الوسيلة المناسبة (Right Channels):

تتنوع وسائل الاتصال وتختلف في مميزاتها وعيوبها، مما يجعل من الضروري اختيار الوسيلة الأنسب لتحقيق الأهداف المرجوة. وفي كثير من الحالات، يكون الجمع بين أكثر من وسيلة في نفس الوقت خياراً فعالاً لتوسيع نطاق الوصول إلى الجمهور المستهدف. يعتمد اختيار الوسيلة المثلى على فهم دقيق لخصائص الجمهور المستهدف وسلوكياتهم، بالإضافة إلى معرفة خصائص الوسائل المتاحة ومدى ملاءمتها لطبيعة الرسالة المراد إيصالها. هذا التوازن يضمن تحقيق تأثير أكبر وفعالية أعلى في عملية الاتصال (مسيلي، 2009، صفحة 149).

ثانيا: استخدام الوقت المناسب (Right Time):

لضمان فعالية الرسالة، يجب أن تُوجَّه إلى الجمهور المستهدف في التوقيت الملائم. إذا وصلت الرسالة في وقت مبكر جداً، قد لا يكون الجمهور مستعداً لاستيعابها أو التفاعل معها. وفي المقابل، إذا تأخرت، قد يكون الاهتمام بالموضوع قد تلاشى، مما يقلل من تأثيرها. لذا، فإن تحديد التوقيت المثالي يعتمد على فهم عميق لعادات الجمهور، وثقافته، وأنماط قضاء أوقاته، مما يُمكن من إيصال الرسالة في اللحظة التي تكون فيها أكثر تأثيراً وقبولاً (عليان و الدبس، 2005، صفحة 145).

ثالثا: استخدام الرسالة المناسبة (Right Message):

ينبغي أن تتميز الرسالة بالواقعية وأن تتصل بشكل مباشر باهتمامات الجمهور الفردية، مع تقديم معلومات مفيدة تسهم في حل مشكلاتهم اليومية. لتحقيق ذلك، يجب فهم اتجاهات الجمهور المستهدف، وطريقة تفكيرهم، وأساليب تفاعلهم مع الأفكار الجديدة. كما أن استخدام لغة تناسب مستوى الجماهير الثقافي والفكري يُعدّ عنصراً أساسياً لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة. اختيار اللغة الملائمة يتطلب دراسة دقيقة للمستوى الفكري والثقافي للجماهير لضمان وصول الرسالة وتأثيرها بشكل فعال (الباز، 1991، صفحة 95).

انعكاس التخطيط الجيد على العلاقات العامة:

يسهم التخطيط الجيد في اختيار الموارد والطاقات المتاحة بالشكل الأمثل لتحقيق أهداف محددة ضمن فترة زمنية معينة. ويتضح من ذلك أن هناك ثلاثة متغيرات أساسية تحكم عملية التخطيط، وهي:

- الأهداف المطلوب تحقيقها،
- الموارد والإمكانات المتاحة،
- والوقت المحدد للتنفيذ.

ومع تطور مفهوم التخطيط، أصبح يُنظر إلى الاستراتيجية على أنها تتجاوز التصور النظري لتصبح خطة عملية أو مجموعة من القرارات التنفيذية. وقد عرّفها البعض على أنها خطة متجانسة ومتكاملة تشمل أهداف المؤسسة وسياساتها، وتتضمن تصورات وقرارات وإجراءات تهدف إلى ما يلي كما أوردها المثاني (2016):

- تحديد الغايات العامة والأهداف،
- اختيار الوسائل المناسبة لتحقيق هذه الغايات،
- تقييم الأداء ومراقبة التنفيذ لضمان تحقيق النتائج المرجوة.

وتهدف الاستراتيجية إلى الاستخدام الأمثل لجميع الإمكانيات والوسائل المتوفرة، كما أننا نحكم على مدى نجاح الاستراتيجية المستخدمة من قبل العلاقات العامة، أو أية جهة لها علاقة في قدرتها على تحقيق التوافق والتلاؤم بين الوسيلة والهدف، وفي قدرتها على الوصول إلى النتيجة الحاسمة التي تريدها إدارة المؤسسة.

استراتيجيات تثري نشاطات العلاقات العامة:

تعني الاستراتيجية اختيار أفضل البدائل لتحقيق أهداف أو غايات تلبى احتياجات محددة للمجتمع. ويتم اشتقاق هذه الأهداف العامة إلى أهداف مرحلية محددة، والتي بدورها تُستخلص منها مهام تعبر عن برامج

أو أجزاء من برامج ، هذا المفهوم يعكس نهجًا عمليًا ومتسلسلاً يبدأ بتحديد الاحتياجات الأساسية، ثم يترجمها إلى غايات عامة تتفرع إلى أهداف جزئية، ليتم تنفيذها من خلال برامج وخطط عمل واضحة ومحددة (المثنائي، 2016، صفحة 230).

عرّف "دروكير" الاستراتيجية بأنها "الأفق التصوري" الذي يساعد المؤسسة على الإجابة عن مجموعة من التساؤلات الجوهرية، مثل: ما هي مؤسستنا؟ وما هي مهمة المؤسسة؟ وما الذي يجب أن يُعتبر أهدافًا للمؤسسة، وذلك في سياق مقارنة هذه الأهداف بالسوق، وبالموارد المتاحة، والقدرات الإبداعية، والأرباح، وتطوير الأفراد، والمسؤولية الاجتماعية.

هذا التعريف يركز على النظرة الشمولية والتكاملية للمؤسسة، والتي تشمل الجوانب الداخلية والخارجية، مما يجعل الاستراتيجية أداة توجيهية لتحقيق التوازن بين الأهداف المتعددة والتحديات التي تواجه المؤسسة (المثنائي، 2016، صفحة 231).

وفي سياق الحديث عن دور العلاقات العامة في إنجاح الخطط التسويقية، والمساهمة المباشرة بتعزيز الثقة والتواصل مع الجمهور الخارجي (متلقي الخدمات)، نذكر بأنه يمكن بشكل عام تصنيف الاستراتيجيات المرتبطة بالمؤسسات، والمنظمات، وعلاقتها بالاتصال والتواصل مع الجمهور، والراغبين بالحصول على خدماتها، أو شراء سلعتها من خلال زوايا خاصة على النحو الآتي:

1- زاوية الاتصال بالجمهور، وتشمل مجموعة من الاستراتيجيات هي:

- استراتيجية تقوم على المبادرة: وتأتي المبادرة من المستخدمين من خدمات المؤسسة، وقد تأتي من قبل المنشأة ذاتها في صورة تبين أنه ثمة حاجة للاتصال بالزبائن.

- استراتيجية تقوم على مبدأ تكثيف الخدمة: ويقصد بذلك تكثيف الجهد الاتصالي، والترويجي، والإعلاني؛ لخدمة عملائها وزبائنهم، ولتحقيق المنفعة المشتركة.

- استراتيجية تقوم على مبدأ تجميع الخبرة: ويقصد بها الاستفادة من خدمات الخبراء والمتخصصين، كما يحصل في مكاتب التأهيل، وجمعيات تقدم خدمات تأهيلية للمجتمع.

- استراتيجية تقوم على مبدأ التغطية القصوي: ويقصد بذلك مقدرة المنظمة أو المؤسسة على تغطية أكبر عدد ممكن من عملائها.

وهنا تبرز أهمية الحملات الإعلانية، والاعتماد على أكثر من وسيلة اتصالية سواء وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية، أو مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، وتقنيات الهاتف الخليوي.

2- زاوية تقديم الخدمة، وتشمل الاستراتيجيات الآتية:

- استراتيجية تهدف إلى المحافظة على الوضع القائم، وتقوم على فرضية أساسية وهي أن النظام الحالي للمنظمة، والذي يخص تقديم الخدمات والسلع هو أفضل ما يمكن القيام به.

ومن هنا فإن جهد المؤسسة أو المنشأة يتركز - أساساً - على الزيادة في كفاءة البرامج القائمة، وتوسيع نطاقها.

- استراتيجية المواجهة، فعندما تعمل المؤسسة في بيئة تقوم على المنافسة تقتضي الضرورة - أحياناً - أن تتبنى المؤسسة برامج وسياسات جديدة؛ بقصد تغيير الصورة الذهنية لدى الجمهور اعتباراً لما يلاحظه الفريق المشرف على العلاقات العامة، أو قيادة المؤسسة من نتائج غير مرضية بما يستوجب تدخلاً ومواجهة.

- استراتيجية التنمية، وتستهدف إحداث تغيير لتنمية الموارد والإمكانات في المؤسسة، كما تهدف إلى التوسع، واستقطاب شرائح جديدة من الزبائن.

3- زاوية الموقف الاجتماعي، ويكون هذا من خلال الاستراتيجيات الآتية:

- استراتيجية الضغط التي تفترض أن الجماعات المختلفة في الرأي لا يمكن أن تتفق وتغير آراءها إلا إذا تحققت من أن هذا التغيير سيكون في صالحها، حيث إن الإنسان في قبوله لأوجه التغيير لا يقبل على إجراء التغيير إلا إذا ضمن تحقيق مكاسب إضافية (نظرية وليبر شرام في علاقة الإعلام بالتنمية).

- استراتيجية الإقناع: تفترض أنه بالإمكان تسهيل تحقيق اتفاق في الرأي عند جماعات مختلفة؛ نظراً لوجود قيم مشتركة تجمع بين الأفراد التي تتألف منها.

وتفترض استراتيجية الإقناع- أيضاً- أن الإنسان يمكن أن يغير رأيه وحتى معتقداته حين يقتنع أن هذا التغيير لا يتعارض مع مصلحته الشخصية والمصلحة العليا ثانياً.

مزايا يحققها التخطيط السليم للعلاقات العامة:

استكمالاً لما سبق، من المهم الإشارة إلى أن التخطيط الصحيح للعلاقات العامة يحقق العديد من الأهداف يمكن إجمالها فيما يأتي حسب ما أورده مسيلي (2009):

- تطبيق برامج شاملة تُنسّق فيها كافة الجهود المتاحة لتحقيق الأهداف المحددة بفعالية.
- ضمان دعم الإدارة العليا لهذه الأنشطة، وتعزيز مستوى مشاركتها فيها.
- التركيز على الجوانب الإيجابية والوقائية بدلاً من تبني موقف دفاعي في أنشطة العلاقات العامة.
- اختيار الموضوعات بدقة مع مراعاة التوقيت الأنسب، واعتماد الأساليب الأكثر فعالية في التنفيذ لتحقيق أقصى تأثير.

وجاء في كتاب "العلاقات العامة- المبادئ والتطبيق" للدكتور محمد فريد الصحن التخطيط يعني تحقيق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام المتاحة للوصول إلى الجمهور المستهدف بفعالية وكفاءة. يتطلب ذلك

دراسة دقيقة لخصائص وسائل الإعلام المختلفة، ومعرفة طبيعة الجمهور المستهدف، واحتياجاته، واهتماماته، لضمان اختيار الوسائل الأكثر تأثيراً والأكثر ملاءمة لتحقيق الأهداف المحددة.

أما التخطيط في مجال العلاقات العامة، فهو عملية ذهنية تعتمد على التفكير المنهجي والقدرات التحليلية، مستندة إلى الخبرات العلمية والتجارب العملية. يتمثل هدفها الأساسي في التعامل مع الحقائق والمعطيات لتوقع الاحتياجات والطلبات المستقبلية، وتقدير حجم العمليات والموارد اللازمة لتحقيق الأهداف المحددة، سواء لفترات زمنية طويلة أو قصيرة المدى (حجاب، 2007، صفحة 221).

ويُعتبر التخطيط كذلك نشاطاً هادفاً ومستداماً يركز على استخدام الطاقات البشرية، والفنية، والمادية المتاحة بكفاءة. يتم ذلك ضمن إطار من الأساليب والإجراءات المدروسة، مع تحقيق أعلى درجات التنسيق بين الجهات المعنية. ويهدف التخطيط إلى تحقيق أهداف المنشأة وحمايتها من التهديدات أو المخاطر الحالية أو المتوقعة، بما يضمن استمرارية عملها بنجاح في مختلف الظروف (حجاب، 2007، صفحة 224).

شروط التخطيط الجيد للعلاقات العامة:

توجد تصورات متنوعة للمبادئ أو الشروط اللازمة لجعل التخطيط في العلاقات العامة فعالاً ويحقق الغرض الذي يُمارس من أجله ويوضح خبير العلاقات العامة الأمريكي "جورج هاموند" أن التخطيط للعلاقات العامة يتطلب ما يلي حسب ما أورده مسيلي (2009):

نظرة متعمقة إلى الخلف؛ لتحديد العوامل المؤدية إلى الموقف المطروح للدراسة:

1. **فحص داخلي دقيق:** لفهم الحقائق والآراء التي يجب مراعاتها بما يتماشى مع أهداف المؤسسة.
2. **رؤية شاملة للبيئة المحيطة:** لدراسة الظروف المشابهة في المؤسسات الأخرى العاملة في المجال نفسه، وتحليل المؤثرات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية في مناطق نشاط المؤسسة وجمهورها المستهدف.

3. **تخطيط استراتيجي مستقبلي:** لوضع أهداف المؤسسة بوضوح وتحديد البرامج والآليات المناسبة لتحقيق هذه الأهداف.

واشارت "سالتى إيفرستون" الى القواعد السبع لنجاح التخطيط في العلاقات العامة وتتمثل فيما يأتي كما ذكره مسيلي (2009):

الترويج للمؤسسة وأهدافها: يجب أن تكون الغاية الأساسية هي تقديم المؤسسة، ونشاطاتها، وسياساتها للجمهور بشكل واضح.

تجزئة الخطة إلى مراحل: ينبغي تقسيم الخطة إلى خطوات متسلسلة وفقاً لأهميتها، مع تحديد الإطار الزمني المناسب لكل مرحلة.

تحديد الجمهور المستهدف: يجب معرفة فئات الجمهور المستهدفة بالخطة منذ البداية لضمان كفاءة التنفيذ. الاعتماد على التواصل المباشر: تنفيذ الخطة يجب أن يعتمد على وسائل الاتصال المباشر لضمان الوصول الفعال للجمهور.

تحديد المسؤوليات: يجب تعيين فرد أو فريق مسؤول عن كل مرحلة من مراحل الخطة لضمان تنفيذها بكفاءة.

تحديد جدول زمني: ينبغي وضع مواعيد نهائية واضحة لكل مرحلة من مراحل الخطة لتحقيق أهدافها في الوقت المناسب.

الالتزام بالموارد المتاحة: يجب أن يتم التخطيط وفقاً للإمكانات المادية المتوفرة لدى المؤسسة، مع السعي لتوفير الموارد المطلوبة من قبل إدارة العلاقات العامة

تدوين الخطة واعتمادها: من الضروري توثيق الخطة بشكل واضح ومكتوب، مع عرضها على الإدارة العليا للحصول على الموافقة الرسمية

تقييم الأداء: يجب متابعة وتقييم أنشطة العلاقات العامة باستمرار، من خلال قياس مدى تحقيق الأهداف المحددة في الخطة لضمان تحسين الأداء وتعزيز النتائج (حجاب، 2007، صفحة 242).

الدراسات السابقة

دراسة بعبارة (2023) بعنوان: أهمية العلاقات العامة في تعزيز سمعة بلدية كفرنجة الجديدة عند المجتمع المحلي والخدمات التي تقدمها العلاقات العامة.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أدوار العلاقات العامة في البلديات، وتم استخدام المنهج الوصفي لتحقيق أهداف الدراسة. وتوصلت النتائج إلى أن أهمية العلاقات العامة في البلديات تنبع من دورها في تحسين صورة البلدية وأقسامها، وزيادة قبول خدماتها لدى المجتمع المحلي. كما تبرز أهمية العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي، مثل نشر إعلانات التوظيف بشكل منتظم، وتعزيز العلاقة بين البلدية والمجتمع المحلي. كما أوضحت الدراسة أن مجالات عمل العلاقات العامة في البلديات تشمل: المسؤولية المجتمعية، الإعلام، التنمية المحلية، تعزيز مستوى الخدمات، استقبال الشكاوى والمقترحات، والتوعية العامة.

وأشارت إلى أن من أبرز الأدوار التي يجب أن تضطلع بها العلاقات العامة في بلدية كفرنجة: تنفيذ البرامج التي تركز على رضا المواطنين بما يتوافق مع قرارات المجلس البلدي، الحرص على تقديم خدمات تحظى بثقة واحترام المجتمع، تعزيز التواصل باستخدام كافة الوسائل الإعلامية المتاحة، المساهمة في معالجة المشكلات التي تواجه البلدية، وإعداد نشرات توعوية تتناول القضايا التي تهم المواطنين والخدمات المقدمة من البلدية.

وقد أوصت الباحثة بضرورة اهتمام البلدية بوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها بالشكل الأمثل لتعزيز السمعة المؤسسية، مع ضرورة التحري والدقة في اختيار المحتوى المنشور نظراً لأثره الكبير. كما شددت على أهمية توظيف متخصصين مؤهلين في العلاقات العامة لضمان مستوى عالٍ من المهنية والكفاءة في الأداء (بعاة، 2023).

دراسة سرحان وعلان (2021) بعنوان: مدى فعالية دوائر العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلي.

اتخذ الباحثان بلدية طولكرم نموذجاً (دراسة حالة) في دراستهما، حيث تمحورت مشكلة الدراسة حول غياب دوائر العلاقات العامة في بعض الهيئات المحلية، وفي حال وجودها - خاصة في البلديات الكبرى - فإنها تعاني من ضعف داخلي ناجم عن غياب الموظفين المتخصصين في مجال العلاقات العامة، إضافة إلى عدم منح هذه الدوائر الصلاحيات الإدارية اللازمة لأداء مهامها بفعالية.

وقد صاغ الباحثان مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما مدى فعالية دوائر العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلية؟

لاستقصاء ذلك، استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدا على الاستبانة كأداة لجمع البيانات. كما تم استخدام العينة القصدية غير الاحتمالية، التي شملت 32 موظفاً من بلدية طولكرم خلال الفترة الممتدة بين شهري كانون الثاني ونيسان من عام 2021.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن دوائر العلاقات العامة تلعب دوراً كبيراً في تعزيز سمعة الهيئات المحلية، من خلال تحسين صورتها أمام الجمهور وإبرازها بشكل إيجابي.

وفي ضوء هذه النتائج، أوصى الباحثان بضرورة أن تقوم وزارة الحكم المحلي الفلسطينية بوضع تشريعات تلزم جميع الهيئات المحلية، سواء البلديات أو المجالس القروية، بإنشاء دوائر متخصصة للعلاقات العامة (سرحان و علان، 2021).

دراسة المعاينة (2023) بعنوان: دور إدارة العلاقات العامة في تعزيز عناصر التواصل بين البلدية والمجتمع المحلي.

تناولت هذه الدراسة أهمية إدارة العلاقات العامة في تنظيم العلاقة بين بلدية المدينة والمجتمع المحلي، وأبرزت الأدوار والأهداف التي تضطلع بها هذه الإدارة بصفتها الجهة المسؤولة عن تنسيق العلاقات الرسمية بين البلدية والجهات المتعاونة، سواء كانت مؤسسات حكومية أو أفراد المجتمع المحلي. وقد أُشير إلى أن إدارة العلاقات العامة تُعد بمثابة المرآة التي تعكس صورة البلدية وخدماتها وسمعتها أمام مختلف الأطراف ذات العلاقة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يُستخدم في تحليل الظواهر والمشكلات بأسلوب علمي، من خلال وصفها وتحليل أبعادها الاجتماعية والإدارية، للوصول إلى تفسيرات منطقية مدعومة بالأدلة والبراهين. وقد مكّن هذا المنهج الباحث من دراسة دور إدارة العلاقات العامة في تعزيز قنوات التواصل بين البلدية والمجتمع المحلي.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات، كان أبرزها التأكيد على الدور الفاعل لإدارة العلاقات العامة في تنظيم العمل بين البلدية والجهات المختلفة، وفي تقديم صورة إيجابية ومشرفة عن أداء البلدية وتنظيمها الإداري.

دراسة العتوم (2023) بعنوان: دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدي.

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم توصيات تسهم في تطوير الخدمات التي تقدمها بلدية جرش الكبرى، من خلال التركيز على دور مديرية الإعلام فيها. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم إعداد استبانة مكونة من إحدى عشرة فقرة، وُزعت على عينة عشوائية بسيطة شملت 200 من مراجعي بلدية جرش. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأنسب لهذا النوع من الدراسات. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن لمديرية الإعلام دورًا كبيرًا في تعزيز رضا المواطنين عن أداء البلدية، حيث جاء تقييم هذا الدور بدرجة مرتفعة. وأوصى الباحث بضرورة تطوير مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى والاهتمام بها، لما لها من أثر إيجابي في تحسين صورة البلدية لدى المواطنين. كما شدد على أهمية منح المديرية استقلالية تامة، بحيث تتبع مباشرة لرئيس البلدية، إلى جانب ضرورة توفير الإمكانيات الفنية والكوادر البشرية المؤهلة لدعم وتحسين أدائها.

دراسة حمدان (2022) بعنوان: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للقضاء الفلسطيني لدى جمهور مجلس القضاء الأعلى - محافظة رام الله نموذجًا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للقضاء الفلسطيني لدى جمهور مجلس القضاء الأعلى في محافظة رام الله، إضافة إلى بحث وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في وجهات نظر المشاركين تُعزى إلى متغيرات مثل الجنس، العمر، مكان العمل، سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، واستُهدف جمهور مجلس القضاء الأعلى في محافظة رام الله، حيث تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 288 موظفًا، وأدخلت البيانات إلى الحاسوب وتم تحليلها إحصائيًا باستخدام برنامج SPSS. استخدمت الدراسة أدوات تحليل متعددة شملت المتوسطات الحسابية، النسب المئوية، اختبار (T)، وتحليل التباين الأحادي (ANOVA)، واشتملت الاستبانة على 36 فقرة.

أظهرت نتائج الدراسة أن استجابات المشاركين على مختلف المحاور كانت بدرجة متوسطة، بنسبة بلغت 67.97%. كما أشارت التحليلات الإحصائية إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للقضاء تعزى لمتغيري الجنس وسنوات الخبرة، في حين وُجدت فروق ذات دلالة تعزى لمتغيرات العمر، مكان العمل، والمسمى الوظيفي.

واختتمت الدراسة بجملة من التوصيات، من أبرزها ضرورة وضع استراتيجيات واضحة تساعد المؤسسة القضائية في بناء صورتها الذهنية، إلى جانب توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة لتعزيز مصداقية دائرة العلاقات العامة لدى الجمهور.

دراسة بزرل (2019) بعنوان: الدور الذي يمكن أن يؤديه نشاط العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لأحدى المؤسسات العمومية الجزائرية والمتمثلة في الجامعة.

عالجت هذه الدراسة مجموعة من المتغيرات المرتبطة بإشكالياتها، بدءًا من توضيح مفهومي العلاقات العامة والصورة الذهنية، وصولاً إلى إبراز الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للجمهور الداخلي تجاه الجامعة، وذلك من خلال تأثير البرامج والأنشطة التي تنفذها على الانطباعات المتكوّنة لدى هذا الجمهور. وانتقلت الدراسة بعد ذلك إلى مرحلة التقييم، حيث تم تطبيق هذه المفاهيم على إحدى الجامعات الجزائرية كنموذج تطبيقي.

وقد تبين أن الجامعة الجزائرية، في ظل ما تواجهه من تحديات وتغيرات، تحتاج بشكل ملحّ إلى تبني أنشطة العلاقات العامة ومنحها المكانة التي تستحقها ضمن بنيتها التنظيمية. فالعلاقات العامة تُعد وظيفة أساسية في الإدارة الحديثة، وتمكن المؤسسة من التواصل الفعّال مع مختلف جماهيرها، كما تساهم في تعريفهم بسياساتها وأهدافها، مما يجعلها حلقة وصل مهمة بين الجامعة وجمهورها، ووسيلة لإنشاء قنوات اتصال قائمة على التفاعل والتبادل.

تسهم العلاقات العامة في تحقيق التكيف بين الجامعة والمجتمع المحيط بها، وهو أمر ضروري لتحقيق الانسجام داخل المؤسسة وخارجها. ولضمان التفاهم والتناغم، لا بد أن يكون الجمهور على دراية تامة بأنشطة المؤسسة وسياساتها، بما يساعد على مواءمتها مع تطلعاتهم وتقادي أي تأثيرات سلبية محتملة. وبناءً على ذلك، تُعد العلاقات العامة من العوامل الحاسمة في ضمان استمرارية المؤسسة. وقد تم تناول العلاقات العامة في هذه الدراسة كمتغير مستقل، بينما اعتُبرت الصورة الذهنية متغيراً تابعاً، نظراً لكونها تمثل أحد الأهداف الاستراتيجية الأساسية التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها. فالصورة الذهنية تُعد نتيجة مباشرة لجميع أنشطة الاتصال التي تنفذها العلاقات العامة، ويترتب عليها تشكيل الانطباعات لدى الجماهير المختلفة.

لذلك، من الضروري أن تُحسن الجامعة إدارة أنشطة الاتصال بالشكل الذي يخدم صورتها الذهنية، حيث تستهدف العلاقات العامة الجمهور الداخلي ببرامج اتصالية مدروسة، تهدف إلى تكوين صورة ذهنية إيجابية، وتقويم الصور الحالية والعمل على تحسينها والحفاظ عليها بمرور الوقت.

دراسة عوادة وصالح وعرفات (2018) بعنوان: دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية في المؤسسات الفلسطينية الخاصة.

اعتمد فريق البحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي، نظراً لملاءمته لأهداف الدراسة، واستخدم أدوات البحث المتمثلة في المقابلة والاستبيان، وذلك بهدف التعرف على دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية لشركة "سبيتاني" من وجهة نظر جمهورها الداخلي والخارجي. وقد تم توزيع 120 استبياناً على عينة من جمهور الشركة في فرعي نابلس ورام الله، كما أجرى الفريق مقابلة مع مدير العلاقات العامة في الشركة، الأستاذ عمر مشعل، بهدف الاطلاع على مهام وخطط الدائرة في تحسين الصورة الذهنية للشركة.

أظهرت نتائج الدراسة عددًا من النقاط البارزة، من أهمها اعتماد شركة سبيتاني بشكل كبير على برامج المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يسهم بوضوح في تعزيز صورتها الذهنية. كما تبين أن اهتمام دائرة العلاقات العامة بموظفي الشركة يعزز من انتمائهم الوظيفي، مما يجعلهم جمهورًا داخليًا داعمًا وفعالًا في تمثيل المؤسسة. وأشارت النتائج كذلك إلى أن إشراك الموظفين في أنشطة المسؤولية الاجتماعية له أثر إيجابي على الصورة العامة للمؤسسة.

وأوضحت الدراسة أن شركة سبيتاني معروفة حتى لدى غير المتعاملين معها، بفضل الأساليب الإعلامية المتنوعة التي تعتمدها في التواصل مع الجمهور. كما تبين أن العلاقات العامة تعقد شراكات واتفاقيات مع جهات مختلفة لتسهيل تفاعل الجمهور مع الشركة، مما يدعم صورتها الإيجابية. وأظهرت النتائج أيضًا حرص الشركة على تنويع معارضها في مختلف المناطق، بما يتلاءم مع الأوضاع الاقتصادية لجمهورها المستهدف.

بناءً على هذه النتائج، قدّم فريق البحث مجموعة من التوصيات، من أبرزها: ضرورة منح دوائر العلاقات العامة في الشركات الفلسطينية الخاصة الصلاحيات الكافية التي تمكنها من تنفيذ المشاريع وتعزيز صورة المؤسسة. كما أوصى بدمج الموظفين من مختلف المستويات الوظيفية في أنشطة العلاقات العامة الموجهة للجمهور الخارجي، بهدف زيادة المصداقية وإبراز دعم الجمهور الداخلي لما تقوم به الشركة.

وشددت الدراسة على أهمية بذل جهود حقيقية من قبل العلاقات العامة تجاه الموظفين، إذ إن الالتزام بالاهتمام بهم يساهم في بناء علاقة ثقة متبادلة، ويحفزهم لتمثيل الشركة بصورة إيجابية. وأوصت أيضًا بتكثيف البرامج والأنشطة التدريبية الخاصة بالموظفين لتعزيز مهاراتهم وولائهم. وأخيرًا، أكدت الدراسة على ضرورة تعزيز اهتمام الشركات الفلسطينية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، من خلال تخصيص قسم وبرامج واضحة تُعنى بهذا الجانب، لما له من أثر ملموس على الصورة الذهنية الإيجابية للشركة.

دراسة روانة وبوبعة (2018): بعنوان: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي.

ركزت الدراسة على دور العلاقات العامة في تحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الداخلي، واستهدفت معرفة الوسائل الاتصالية والمهارات والأنشطة التي تؤثر في ذلك. استخدم الباحثون منهج دراسة الحالة مع أدوات مثل الملاحظة والمقابلة والاستبيان والوثائق، وطبقت الدراسة على 56 موظفًا. بينت النتائج أن الوسائل المكتوبة تعد الأكثر فاعلية، وأن مهارة إدارة الحوار هي من أهم مهارات العلاقات العامة، كما أن إقامة المعارض والأيام المفتوحة تساهم في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة. وأكدت الدراسة أهمية أنشطة العلاقات العامة في تحسين السمعة وبناء ثقة الجمهور الداخلي، وأوصت بضرورة إنشاء قسم خاص للعلاقات العامة في كل مؤسسة بغض النظر عن حجمها.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، تبين للباحثة أن الدراسات ركزت على ممارسة العلاقات العامة وتبني التقنيات التكنولوجية الحديثة في العديد من الدول المتقدمة والتي أشارت إلى أن الإنترنت عموماً، وشبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً، تستخدمها العلاقات العامة بشكل عام، إلا أن الباحثة وجدت نقصاً واضحاً فيما يخص هذا النوع من الدراسات فيما يتعلق بدائرة معينة أو مشكلة معينة في بلدية جنين بينما كانت دراستنا محددة في بلدية جنين وبالتحديد قسم المياه منها وتعامله مع المشكلات الناتجة عن الاجتياحات الإسرائيلية.

وتناولت الدراسات السابقة متغيرات ديموغرافية وإلكترونية بينما تميزت دراستنا باعتماد متغيرات أكثر قرباً وتأثيراً على موضوع الدراسة وهي (الجنس، مكان السكن، نوع السكن، نوع اشتراك المياه، وانتخاب رئيس البلدية الحالي، وسعر كوب الماء) وهي التي لها علاقة بفحوى البحث.

أما فيما يخص أسلوب البحث وأداته، فقد تشابهت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات باستخدام أداة البحث (الاستبانة) وأضافت لها أداة فرعية مساعدة وهي (المقابلة).

وأما فيما يخص عينة المبحوثين، فقد توافقت الدراسة الحالية عن سابقتها باعتمادها أسلوب العينات العشوائية المنظمة المختلفة.

بخصوص الدراسات السابقة المتشابهة مع دراستي، في أداة البحث والمنهج وبعض المتغيرات الديمغرافية، من هذه الدراسات: "دراسة بعاة بعنوان: "أهمية العلاقات العامة بتعزيز سمعة بلدية كفرنجة الجديدة عند المجتمع المحلي والخدمات التي تقدمها العلاقات العامة" ودراسة العتوم بعنوان: "دور مديرية الإعلام في بلدية جرش الكبرى في تعزيز رضى المواطنين عن أداء البلدية" ، وكذلك دراسة حمدان بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للقضاء الفلسطيني لدى جكهور مجلس القضاء الأعلى ا محافظة رام الله نموذجاً"، ودراسة روانة وبوبعة بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي".

أما الدراسات السابقة الأخرى التي اختلفت عن دراستي فيمكن الاختلاف في استخدام التقنيات التكنولوجية، إضافة إلى أنها لم تتخصص في دائرة معينة. والدراسات هي: دراسة بعاة بعنوان: "أهمية العلاقات العامة بتعزيز سمعة بلدية كفرنجة الجديدة عند المجتمع المحلي والخدمات التي تقدمها العلاقات العامة"، ودراسة سرحان وعلان بعنوان: "مدى فعالية دائرة العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلية، دراسة المعايطه بعنوان: "دور إدارة العلاقات العامة في تعزيز عناصر التواصل بين البلدية والمجتمع المحلي"، وكذلك دراسة بزرل بعنوان: "الدور الذي يمكن أن يؤديه نشاط العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لإحدى المؤسسات العمومية الجزائرية والمتمثلة في الجامعة"، دراسة عوادة وصالح عرفات بعنوان: "دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية في المؤسسات الفلسطينية الخاصة".

الفصل الثاني

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل الوصف التفصيلي للطرق والإجراءات التي اتبعتها الباحثة في الدراسة من خلال تحديد مجتمع الدراسة والعينة، وبناء أداة الدراسة، والتحقق من صدق وثبات الأداة، وتصميم الدراسة ومتغيراتها، بالإضافة إلى شرح أنواع الإختبارات الإحصائية المستخدمة.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المواطنين من جمهور بلدية جنين المستفيدين من خدمات المياه.

عينة الدراسة

بلغ حجم عينة الدراسة (300) مواطن ومواطنه، وقد راعت الباحثة عند اختيار العينة التوزيع حسب الجنس، ومكان السكن، ونوع السكن، ونوع اشتراك المياه، وسعر كوب الماء، وقد وقع اختيار الباحثة للعينة بطريقة العينة المتاحة من مجتمع الدراسة السابق ذكره، وقد تم اختيارها لتعكس أيضا المناطق الأكثر تضرراً من الاجتياحات الإسرائيلية، والجدول (1) يصف عينة الدراسة بناء على متغيراتها.

جدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	82.3
	أنثى	17.7
مكان السكن	وسط المدينة	20.7
	الإسكان	5.7
	الحارة الشرقية	18.3
	حي البساتين	12.3
	الجابريات	13.3
	مخيم جنين	29.7
	نوع السكن	جبلي
سهلي	39.3	
نوع اشتراك المياه	منزلي	78.7
	صناعي	14.0
	تجاري	7.3
سعر كوب الماء	منخفض	33.0
	متوسط	59.0
	عالي	8.0
المجموع الكلي	300	100%

أداة الدراسة

قامت الباحثة بتطوير استبانة خاصة من أجل معرفة دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022، وقد احتوت أداة الدراسة على جزأين أساسيين هما:

أولاً: البيانات الشخصية المتعلقة بالجنس، ومكان السكن، ونوع السكن، نوع اشتراك المياه، وسعر كوب الماء.

ثانياً: احتوى هذا الجزء من جميع فقرات الاستبانة وعددها (31) فقرة موزعة على ثلاثة محاور رئيسية هي:

- المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ (14 فقرة).

- المحور الثاني: التواصل مع الجمهور (10 فقرات).

- المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه (7 فقرات).

صدق الأداة

للتأكد من صدق أداة الدراسة، قامت الباحثة بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال البحث. تم اختيار هؤلاء المحكمين من ذوي الخبرة والكفاءة في مجالات العلاقات العامة، والبحث العلمي.

قّم المحكمون ملاحظاتهم واقتراحاتهم حول وضوح الفقرات، مدى ارتباطها بمحاور الدراسة، ومدى شموليتها لأهداف البحث. بناء على ذلك، قامت الباحثة بإجراء التعديلات اللازمة على الاستبانة لضمان توافقها مع المعايير العلمية وتحقيقها للأهداف المرجوة من الدراسة. وهذه الخطوة تؤكد على موثوقية الأداة وصلاحيتها لقياس الظاهرة قيد الدراسة بدقة.

وقد طلبت الباحثة منهم تحكيم الاستبانة بناء على عدة معايير، تشمل ما يلي:

- مدى وضوح الفقرات: التأكد من أن الفقرات مكتوبة بلغة واضحة وسهلة الفهم.

- مدى انتماء الفقرة لموضوع الاستبانة: التحقق من مدى ارتباط كل فقرة بموضوع الدراسة ومدى ملاءمتها للمحور الذي تنتمي إليه.

- الدقة في الصياغة اللغوية: ضمان خلو الفقرات من الأخطاء اللغوية والنحوية.

- تقديم التعديلات أو الاقتراحات الأخرى: استقبال ملاحظات المحكمين بشأن تحسين صياغة أو تنظيم الفقرات.

وبناءً على ملاحظات المحكمين، أجرت الباحثة التعديلات اللازمة على الاستبانة، واعتمدت النسخة النهائية المرفقة بعد التأكد من تحقيقها للمعايير المطلوبة.

ثبات أداة الدراسة

للتحقق من ثبات الاستبانة قامت الباحثة بإيجاد معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي للفقرات، وذلك باستخدام معادلة كرونباخ ألفا للدرجة الكلية على الاستبانة كما هو موضح في الجدول (2):

جدول (2)

معامل الثبات

عدد الفقرات	كرونباخ الفا
31	0.856

حيث كان معامل الثبات باستخدام معادلة كرونباخ الفا 85.6% وهو معامل ثباتي عالي نسبيا وهو ملائم لأغراض الدراسة والتحليل الإحصائي.

إجراءات الدراسة

قامت الباحثة بالإجراءات الآتية:

1. تأهيل الاستبانة بصورتها النهائية.
2. تحديد أفراد عينة الدراسة.
3. توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة وبعد ذلك جمع الاستبانات الموزعة تم تفرغها في جداول خاصة من أجل معالجتها.
4. إدخال بيانات الاستبانة إلى برنامج SPSS.
5. استخراج المتوسطات الحسابية و التكرارات و النسب المئوية.
6. إجراء اختبارات T-test و ONE-way-anova وكرونباخ ألفا.

منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، الذي يُعد أحد أشكال التحليل العلمي المنظم، حيث يهدف هذا المنهج إلى وصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها بدقة كما هي، وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بهذه الظاهرة أو المشكلة، ثم تصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة، للوصول إلى فهم شامل وعميق لها (عبد المؤمن، 2008، صفحة 287).

المعالجات الإحصائية

وتمثلت في الإجابة على فقرات الاستبانة من أجل معالجة البيانات تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) وذلك باستخدام المعالجات التالية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار (ت) للعينات المستقلة.
- اختبار تحليل التباين الأحادي.
- معادلة كرونباخ الفا لاستخراج معامل الثبات.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة

المقدمة

تهدف الدراسة للتعرف على دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022، إضافة الى تحدد أثر متغيرات كل من (الجنس، نوع السكن، مكان السكن، نوع اشتراك المياه، الانتخابات البلدية، سعر كوب الماء)، وبعد الإنتهاء من عملية جمع البيانات، تم معالجتها إحصائيًا باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) ، حيث ساهم هذا البرنامج في تحليل البيانات بشكل منهجي ودقيق، حيث تم تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لتحقيق أهداف الدراسة وفحص الفرضيات المطروحة، وفيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة:

نتائج سؤال الدراسة الرئيسي

قبل البدء بالتحليل الإحصائي، نريد الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة، وهو: " ما دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟" ولتحديد ذلك استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية، والنسب المئوية لكل فقرة ولكل محور وللدرجة الكلية، ونتائج الجداول (4)، (5)، (6) تبين ذلك. بينما تبين نتائج الجدول (7) خلاصة النتائج والدرجة الكلية. ومن اجل تفسير النتائج اعتمدت النسب المئوية الاتية كما في الجدول (3) في الاسفل:

جدول (3)

مفتاح المتوسطات الحسابية لسلم الإجابة

المستوى	درجة الاستجابة
من 1-1.80	معارض بشدة
أكثر من 1.81-2.60	معارض
أكثر من 2.61-3.40	أحيانا
أكثر من 3.41-4.20	موافق
أكثر من 4.21 - 5	موافق بشدة

المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ

جدول (4)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة في محور إدارة البلدية و الطوارئ

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	درجة الإجابة
1.	أقسام البلدية سريعة الاستجابة لحالات الطوارئ	3.1467	1.30544	أحيانا
2.	أشاهد أقسام الصيانة تقوم بعمل جولة تفقدية بعد اجتياح الاحتلال للمدينة والمخيم	2.6667	1.35215	أحيانا
3.	أرى أن البلدية تبدأ بمعالجة الخراب خلف الاحتلال فورا بدون تأخير	2.0133	1.16232	معارض
4.	تنتبه البلدية للمشاكل والأعطال بدون حاجة التواصل معها	2.4333	1.23178	معارض
5.	لدى البلدية خط تواصل سريع للحالات الطارئة	2.2400	1.17772	معارض
6.	أعاني من مشكلة عدم إمكانية التواصل مع الموظفين المسؤولين في فترات الطوارئ	2.5100	1.24703	معارض
7.	أحصل على إجابة (لا تتوفر المعدات المناسبة) عندما أطلب حل مشكلة طارئة	3.1233	1.01566	أحيانا
8.	البلدية تتعذر بعدم وجود قطع التبدل والصيانة كثيرا	2.1433	1.10765	معارض
9.	أعاني من عدم وجود تنسيق بين البلدية ووزارة الأشغال العامة مما يعطل أعمال الصيانة	2.8933	1.07974	أحيانا
10.	أحتاج للذهاب للبلدية بنفسني وإجراء معاملات طويلة	3.4667	1.18331	موافق
11.	يقوم موظفو البلدية بتحويلني إلى موظفين آخرين بشكل دائم لإتمام معاملتي	3.5600	1.14781	موافق
12.	أنتظر فترات طويلة بالأسابيع قبل إتمام عمليات الصيانة	3.1233	1.29630	أحيانا
13.	يقوم الموظفون في البلدية بتحويل الجمهور لدائرة العلاقات العامة في حالات الطوارئ	2.0500	1.24606	معارض
14.	أحصل على تبريرات مقنعة من موظف الصيانة في حالة التأخير	4.2933	0.95060	موافق بشدة
المحور الأول: إدارة البلدية و الطوارئ		2.8331	0.69913	معارض

نلاحظ من الجدول (4) السابق أن المتوسط الحسابي لمحور إدارة البلدية والطوارئ بلغ (2.8331) ودرجته (معارض).

بينما كانت الفقرات التي حصلت على أعلى متوسطات حسابية:

الفقرة الرابعة عشرة التي تنص على: أحصل على تبريرات مقنعة من موظف الصيانة في حالة التأخير، ومتوسطها 4.2933، ودرجتها موافق بشدة.

ثم الفقرة الحادية عشرة التي تنص على: يقوم موظفو البلدية بتحويلني إلى موظفين آخرين بشكل دائم لإتمام معاملتي، ومتوسطها 3.5600، ودرجتها موافق.

أما الفقرات التي حصلت على أدنى متوسطات حسابية فكانت:

الفقرة الثالثة التي تنص على: أرى أن البلدية تبدأ بمعالجة الخراب خلف الاحتلال فوراً بدون تأخير، ومتوسطها 2.0133، ودرجتها معارض.

ثم الفقرة الخامسة التي تنص على: لدى البلدية خط تواصل سريع للحالات الطارئة، ومتوسطها 2.2400، ودرجتها معارض.

وهذا يشير إلى درجة عدم رضى الجمهور في مدينة جنين عن إدارة البلدية والطوارئ، وأكثر ما ينتقده الجمهور هو صعوبة التواصل مع البلدية في حالات الطوارئ، وعدم قيام البلدية بالاستجابة بسرعة والتحرك بعد اجتياحات العدو الإسرائيلي.

ولعل السبب في ذلك يعود إلى كثرة الحالات الطارئة وتعطيل الجانب الإسرائيلي لوصول المعدات المناسبة وغياب الدعم الكافي، وهو السبب في ضعف تجاوز البلدية رغم الجهود التي تبذلها الطواقم.

المحور الثاني: التواصل مع الجمهور

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة في محور التواصل مع الجمهور

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	درجة الإجابة
1.	أجد سهولة في التواصل مع الموظف المسؤول عبر وسائل التواصل الاجتماعي	3.9167	1.16084	موافق
2.	هواتف أقسام البلدية تستجيب دون تأخير	3.8100	1.17124	موافق
3.	هناك مواقع تواصل للبلدية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	4.1133	.95754	موافق
4.	يقوم موظفو الصيانة بالتواصل مع أهل الحي بعد خروج الاحتلال	3.7700	1.09900	موافق
5.	هناك تطبيق للجوال يسهل التواصل مع البلدية وأقسام الصيانة	1.6467	1.18596	معارض بشدة
6.	يتجاوب موظفو البلدية مع المشكلة من أول اتصال	3.8867	1.03152	موافق
7.	تقوم البلدية بدعوتنا للقاءات سنوية لبحث مشاكل الحي	3.8533	1.10570	موافق
8.	هناك موظف متخصص للتواصل مع كل حي لمعرفة مشاكله	3.7300	1.20079	موافق
9.	تنظم دائرة العلاقات العامة ورش عمل بين الموظفين والجمهور لتبادل الأفكار وسماع المشكلات	1.7867	1.12752	معارض بشدة
10.	الخط المباشر للبلدية سريع الإجابة	3.7867	1.18286	موافق
المحور الثاني: التواصل مع الجمهور		3.43001	.69379	معارض

نلاحظ من الجدول (5) السابق ان المتوسط الكلي لمحور التواصل مع الجمهور بلغ (3.43001) ودرجتها (معارض).

والفقرات التي حصلت على أعلى متوسطات حسابية هي:

الفقرة الثالثة التي تنص على: هناك مواقع تواصل للبلدية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومتوسطها 4.1133، ودرجتها موافق.

ثم الفقرة السادسة التي تنص على: يتجاوب موظفو البلدية مع المشكلة من أول اتصال ، ومتوسطها 3.8867، ودرجتها موافق.

اما الفقرات التي حصلت على أدنى متوسطات حسابية فهي:

الفقرة الخامسة التي تنص على: هناك تطبيق للجوال يسهل التواصل مع البلدية وأقسام الصيانة، ومتوسطها 1.6467 ودرجتها معارض بشدة.

ثم الفقرة التاسعة التي تنص على: تنظم دائرة العلاقات العامة ورش عمل بين الموظفين و الجمهور لتبادل الأفكار و سماع المشكلات، ومتوسطها 1.7867، ودرجتها معارض بشدة.

وهذا يشير إلى عدم رضى الجمهور عن درجة التواصل مع البلدية وأكثر ما ينتقده الجمهور هو عدم مواكبة البلدية لوسائل التواصل الحديثة وينتقدون أيضا عدم شفافية البلدية في تعاملها مع المشاكل وعدم اطلاع الجمهور أو مشاركته في اتخاذ القرار واطلاعه عليها، كما أنهم ينتقدون البلدية من ناحية كفاءة التواصل فبالرغم من أن نسبة جيدة من الجمهور ترى أن موظفي البلدية يجيبون على الاتصال من أول مكالمة ولكن دون الحصول على حلول للمشاكل مما يجعل الاجابة على تواصل الجمهور غير مجدية.

المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه

جدول (6)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة في محور مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	درجة الإجابة
1.	موظفو الصيانة جاهزون دائما للتعامل مع الحالات الطارئة	3.0800	1.25653	أحيانا
2.	خط التواصل مع قسم المياه متوفر بسهولة	2.6667	1.35462	أحيانا
3.	يقوم الفنيون بفحص دوري لخطوط الماء والصرف الصحي	2.0433	1.23553	معارض
4.	يملك الموظفون معدات حديثة لحل المشكلات الطارئة	2.4500	1.25675	معارض
5.	لا أجد مشكلة في نشاط الموظفين في فصل الشتاء	2.2367	1.19110	معارض
6.	يقوم الموظفون بشرح الأمور الفنية للجمهور بشكل ملائم	2.4833	1.21710	معارض
7.	يقوم الموظفون بالتواصل معنا بعد الاجتياحات الإسرائيلية	3.8800	1.00780	موافق
المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه		2.6914	0.76179	معارض

نلاحظ من الجدول (6) السابق أن متوسط محور مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه بلغ (2.6914) ودرجته (معارض).

أما الفقرات التي حصلت على أعلى متوسطات حسابية فكانت:

الفقرة السابعة التي تنص على: يقوم الموظفون بالتواصل معنا بعد الاجتياحات الإسرائيلية، ومتوسطها 3.8800، ودرجتها موافق.

ثم الفقرة الأولى التي تنص على: موظفو الصيانة جاهزون دائما للتعامل مع الحالات الطارئة، ومتوسطها 3.0800، ودرجتها أحيانا.

أما الفقرات التي حصلت على أدنى متوسط حسابي فهي:

الفقرة الثالثة التي تنص على: يقوم الفنيون بفحص دوري لخطوط الماء والصرف الصحي، ومتوسطها 2.0433، ودرجتها معارض.

الفقرة الخامسة التي تنص على: لا أجد مشكلة في نشاط الموظفين في فصل الشتاء، ومتوسطها 2.2367، ودرجتها معارض.

وهذا يشير إلى عدم رضى الجمهور عن أداء قسم المياه في بلدية جنين وأكثر ما ينتقده الجمهور بالنسبة لقسم المياه هو نشاط قسم المياه في فصل الشتاء، وينتقدون عدم قيام موظفي الصيانة بفحص دوري لخطوط المياه.

بالرغم من أنه من خلال المقابلة الشخصية فإن قسم العلاقات العامة افاد إلى أن قسم المياه يعمل بجهود مضاعفة ومستمرة ولكن ضعف الامكانيات والدعم وكثرة المشاكل و التخريبات الاسرائيلية تجعل من الصعب على قسم المياه تغطية كامل الأعطال بشكل سريع ومرضي للجمهور.

ملخص النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي

الجدول (7) يبين المتوسطات الحسابية والنسب المؤية للمحاور والدرجات الكلية لدور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟"

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والنسب المؤية الكلية للسؤال الرئيسي

الترتيب	المحاور	المتوسط الحسابي	النسبة المؤية	درجة الإجابة
2	إدارة البلدية والطوارئ	2.8331	0.69913	معارض
3	التواصل مع الجمهور	3.43001	0.69379	معارض
1	مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه	2.6914	0.76179	معارض
	الدرجة الكلية للسؤال	2.9848	0.71824	معارض

بتضح من الجدول (7) أن الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في مدينة جنين في ظل الاجتياح الإسرائيلي المتكرر كانت معارض، حيث وصلت النسبة المؤية للاستجابة للدرجة الكلية (71.8%).

النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

فحص الفرضية الأولى والتي تنص على:

(لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟" تعزى لمتغير الجنس).

ولفحص الفرضية تم إجراء اختبار (T-test) والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (8)

نتائج اختبار (ت) (*t-test*) للعينات المستقلة لفحص الفرضية المتعلقة بمتغير الجنس

المحور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ	ذكر	2.4861	0.64871	298	-6.794-	0.000
	أنثى	3.1563	0.665370			
المحور الثاني: التواصل مع الجمهور	ذكر	3.8138	0.67467	298	-1.271-	0.205
	أنثى	3.9472	0.77425			
المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه	ذكر	3.6183	0.57609	298	-0.764-	445
	أنثى	3.6873	0.68630			
الدرجة الكلية	ذكر	3.3061	0.46425	298	-4.053-	0.000
	أنثى	3.5969	0.51812			

يتضح من خلال الجدول (8) السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، عند المحور الأول: إدارة البلدية و الطوارئ، و الدرجة الكلية، حيث ترفض الفرضية الصفرية عند هذين المجالين.

ويتضح أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، عند المحور الثاني: التواصل مع الجمهور ، حيث بلغ المتوسط عنده (0.205) و المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه، حيث بلغ المتوسط عندها (445)، حيث تقبل الفرضية الصفرية عند هذه المجالات.

وربما يعود السبب في ذلك إلى أن الجمهور بشكل عام يواجه نفس المشاكل سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً من ناحية رضاهم عن دائرة المياه، ومن ناحية طريقة تواصلهم ونتيجة تواصلهم مع البلدية وأقسامها، لذلك لم نجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس عند هذين المحورين.

بينما كانت الفروق كبيرة بشكل عام فيما يتعلق عن رضى الجمهور عن إدارة البلدية والطوارئ، وربما يكون السبب هو أن الرجال هم الذين يتحركون غالبا في حالات الطوارئ أكثر من النساء لما تقتضيه ظروف ما بعد الاجتياح من حالة أمنية تجعل تحرك النساء غير آمنة ويتقدم الرجال في هذه الحالة.

فحص الفرضية الثانية والتي تنص على:

(لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟" تعزى لمتغير نوع السكن).

ولفحص الفرضية تم اجراء اختبار (T-test) والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (9)

نتائج اختبار (ت) (*t-test*) للعينات المستقلة لفحص الفرضية المتعلقة بمتغير نوع السكن

المحور	نوع السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ	جبلي	2.3685	0.46584	298	-7.987-	00
	سهلي	2.9685	0.83255			
المحور الثاني: التواصل مع الجمهور	جبلي	3.7176	0.64783	298	-3.795-	00
	سهلي	4.0220	0.72397			
المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه	جبلي	3.5377	0.55733	298	-3.406-	0.001
	سهلي	3.7736	0.62795			
الدرجة الكلية	جبلي	3.2079	0.39271	298	-7.148-	00
	سهلي	3.5881	0.52635			

يتضح من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، عند جميع محاور الدراسة و الدرجة الكلية حيث ترفض الفرضية الصفرية.

وربما يرجع السبب في ذلك إلى أنه على الرغم من التنوع الجغرافي لمكان السكن في مدينة جنين فالمباني السكنية تنتشر بين المناطق الجبلية و السهلية وبالرغم أن جميع المناطق يتم التعامل معها من خلال نفس القسم في بلدية جنين ومن خلال نفس الموظفين، وبالتالي فإن مكان السكن وجدنا أن له تأثير واضح على استجابات أفراد عينة الدراسة، بالرغم ما أن سكان جنين بشكل عام بغض النظر عن جغرافية مكان سكنهم يعانون من نفس المشاكل سواء فيما يتعلق بالاجتياح الاسرائيلي أو فيما يتعلق بمشاكل المياه إلا أن سكان المناطق السهلية بسبب بعدهم عن مركز المدينة يعانون أكثر من سكان المناطق الجبلية التي تعتبر وسط مدينة جنين وأكثر الاحياء التي تهتم بها البلدية على حساب المناطق السهلية إضافة إلى أن تمديدات المياه في المناطق السهلية ليست مكتملة في أغلب المناطق السهلية وليست محفورة في الأرض، وقد أفادت مقابلاتان الشخصية في بلدية جنين إلى أن هناك مشاريع جديدة للمناطق السهلية لاستكمال عمليات تمديد المرافق الصحية و المياه ولكنها غير مكتملة حالياً.

فحص الفرضية الثالثة والتي تنص على:

(لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟" تعزى لمتغير مكان السكن).

وللقيام بفحص الفرضية تم إجراء اختبار (One-way-anova) والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (10)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) حسب متغير مكان السكن

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ	بين المجموعات	66.808	5	13.362	49.514	0.000
	خلال المجموعات	79.338	294	0.270		
	المجموع	146.146	299			
المحور الثاني: التواصل مع الجمهور	بين المجموعات	12.444	5	2.489	5.565	0.000
	خلال المجموعات	131.478	294	0.447		
	المجموع	143.922	299			
المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه	بين المجموعات	10.570	5	2.114	6.490	0.000
	خلال المجموعات	95.772	294	0.326		
	المجموع	106.342	299			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	16.456	5	0.205	0.606	0.000
	خلال المجموعات	54.215	294	0.338		
	المجموع	70.671	299			

* دال إحصائياً عند مستوى (0.05).

يتضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، عند محاور الدراسة كافة والدرجة الكلية، ترفض الفرضية الصفرية، وربما يرجع السبب في ذلك إلى الاجتياحات الإسرائيلية التي تركز على عمليات التخريب في مخيم جنين أكثر من بقية المناطق السكنية مما يجعل بلدية جنين تضع اصلاحات الأعطال في مخيم جنين نتيجة ظروفه السكنية السيئة في مقدمة اهتماماتها.

فحص الفرضية الرابعة والتي تنص على:

(لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟" تعزى لمتغير نوع اشتراك المياه).

ولفحص الفرضية تم إجراء اختبار (One-way-anova) والجدول (11) ملحق (ج) يوضح ذلك.

يظهر الجدول (11) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، عند كافة محاور الدراسة و الدرجة الكلية حيث ترفض الفرضية الصفرية، ومن الممكن أن يعود السبب في ذلك إلى التخريبات الإسرائيلية في عمليات الاجتياح التي تركز على تخريب المناطق السكنية بشكل رئيسي وتخريب المناطق التجارية والزراعية وحتى الصناعية يعتبر قليل نسبيا وهذا يجعل الاشتراكات المنزلية هي المستهدف الأساسي من التخريب و التعطيل حيث أن المنطقة الصناعية و المناطق الزراعية تقريبا لم تصلها آثار الاجتياحات الإسرائيلية وحتى المناطق التجارية لم يتم فيها تجريف كبير، مما يجعل الاشتراكات المنزلية هي المتضرر الأساسي وهذا سبب وجود فروق في استجابة أفراد عينة الدراسة بالنسبة لنوع الاشتراك.

فحص الفرضية الخامسة والتي تنص على:

(لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياح المتكرر للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022؟" تعزى لمتغير قيمة كوب الماء).

ولفحص الفرضية تم إجراء اختبار (One-way-anova) والجدول (12) ملحق (ج) يبين ذلك.

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، عند المحور الأول: إدارة البلدية و الطوارئ، حيث بلغ المتوسط (0.485).

ويتضح أيضا من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، عند بقية محاور الدراسة والدرجة الكلية، حيث ترفض الفرضية الصفرية.

ويمكن أن يعود السبب إلى أن الزاوية التي ينظر منها بعض أفراد العينة يرون أنه سعر كوب المياه مناسب وذلك نسبة وتناسب بالقياس مع المدن الأخرى والبلديات الأخرى وبعضهم يرى أنه غير مناسب نسبة وتناسب

مع الحالة المادية والأزمة المالية التي يعيشها الناس، ولذلك وجدنا فروق في استجابات أفراد عينة الدراسة
تبعاً للزاوية التي يقيسون عليها سعر كوب الماء.

الفصل الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

بعد إتمام هذه الدراسة التي يعتبر موضوعها هاماً ونتائجها هامة لبلدية جنين من جهة ولمؤسسات الدولة من جهة أخرى، فقد توصلت الباحثة في ضوء نتائج البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات وهي:

1. تشير نتائج الدراسة إلى درجة عدم رضى الجمهور في مدينة جنين عن إدارة البلدية والطوارئ، حيث بلغ المتوسط الحسابي لمحور إدارة البلدية والطوارئ (2.8331) وكانت درجته (معارض). وأكثر ما ينتقده الجمهور هو صعوبة التواصل مع البلدية في حالات الطوارئ، وعدم قيام البلدية بالإستجابة بسرعة والتحرك بعد اجتياحات العدو الإسرائيلي.

وتعزو الباحثة كثرة الحالات الطارئة وتعطيل الجانب الإسرائيلي لوصول المعدات المناسبة وغياب الدعم الكافي هو السبب في ضعف تجاوب البلدية.

2. كما تشير النتائج إلى عدم رضى الجمهور عن درجة التواصل مع البلدية، حيث المتوسط الكلي لمحور التواصل مع الجمهور بلغ (3.43001) ودرجتها (معارض أحياناً). وكان أكثر ما ينتقده الجمهور هو عدم مواكبة البلدية لوسائل التواصل الحديثة. وينتقدون أيضاً عدم شفافية البلدية في تعاملها مع المشاكل وعدم إطلاع الجمهور أو مشاركته في إتخاذ القرار وإطلاعه عليها، كما أنهم ينتقدون البلدية من ناحية كفاءة التواصل.

وترى الباحثة أن نسبة جيدة من الجمهور ترى أن موظفي البلدية يجيبون على الاتصال من أول مكالمة ولكن دون الحصول على حلول للمشاكل مما يجعل الإجابة على تواصل الجمهور غير مجدية.

3. كما تشير النتائج أيضاً إلى عدم رضى الجمهور عن أداء قسم المياه في بلدية جنين، حيث كان المتوسط الحسابي لمحور رضا الجمهور عن دائرة المياه (2.6914) ودرجته كانت (معارض).

وأكثر ما ينتقده الجمهور بالنسبة لقسم المياه هو نشاط قسم المياه في فصل الشتاء، وينتقدون عدم قيام موظفي الصيانة بفحص دوري لخطوط المياه.

4. أظهرت نتائج البحث أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياحات المتكررة للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير الجنس، عند المحور الثاني (التواصل مع الجمهور) و عند المحور الثالث (مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه)، بينما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المحور الأول (إدارة البلدية والطوارئ) والدرجة الكلية.

وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى أن الجمهور بشكل عام يواجه نفس المشاكل سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً من ناحية رضاهم عن دائرة المياه، ومن ناحية طريقة تواصلهم ونتيجة تواصلهم مع البلدية وأقسامها، لذلك لم نجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس عند هذين المحورين. بينما كانت الفروق كبيرة بشكل عام فيما يتعلق عن رضى الجمهور عن إدارة البلدية والطوارئ، وربما يكون السبب هو أن الرجال هم الذين يتحركون غالباً في حالات الطوارئ أكثر من النساء لما تقتضيه ظروف ما بعد الإجتياح من حالة أمنية تجعل تحرك النساء غير آمناً ويتقدم الرجال في هذه الحالة.

5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياحات المتكررة للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير نوع السكن، نتيجة لبعث المساكن المقامة في المناطق السهلية عن مركز المدينة.

وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى أنه بالرغم من التنوع الجغرافي لمكان السكن في مدينة جنين فالمباني السكنية تنتشر بين المناطق الجبلية والسهلية وبالرغم أن جميع المناطق يتم التعامل معها من خلال نفس القسم في بلدية جنين ومن خلال نفس الموظفين، وبالتالي فإن مكان السكن وجدنا أن له تأثير واضح على استجابات أفراد عينة الدراسة، بالرغم ما أن سكان جنين بشكل عام بغض النظر عن

جغرافية مكان سكنهم يعانون من نفس المشاكل سواء فيما يتعلق بالاجتياح الإسرائيلي أو فيما يتعلق بمشاكل المياه إلا أن سكان المناطق السهلية بسبب بعدهم عن مركز المدينة يعانون أكثر من سكان المناطق الجبلية التي تعتبر وسط مدينة جنين وأكثر الأحياء التي تهتم بها البلدية على حساب المناطق السهلية إضافة إلى أن تمديدات المياه في المناطق السهلية ليست مكتملة في أغلب المناطق السهلية وليست محفورة في الأرض، وقد أفادت مقابلي الشخصية في بلدية جنين إلى أن هناك مشاريع جديدة للمناطق السهلية لاستكمال عمليات تمديد المرافق الصحية و المياه ولكنها غير مكتملة حالياً.

6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لدور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياحات المتكررة للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير مكان السكن.

وربما يعود السبب في ذلك إلى الاجتياحات الإسرائيلية التي تركز في عمليات التخريب على مخيم جنين أكثر من بقية المناطق السكنية مما يجعل بلدية جنين تضع إصلاحات الأعطال في مخيم جنين نتيجة ظروفه السكنية السيئة في مقدمة اهتماماتها.

7. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في دور العلاقات العامة في حل أزمة المياه في بلدية جنين في ظل الاجتياحات المتكررة للاحتلال الإسرائيلي منذ العام 2022 تعزى لمتغير نوع اشتراك المياه، فالإشترابات المنزلية هي الأكثر استهدافاً من عمليات التخريب الإسرائيلية بعكس الإشرابات الصناعية والزراعية التي لم تتعرض لكثير من عمليات التخريب.

وتعزو الباحثة السبب في ذلك إلى التخريبات الإسرائيلية في عمليات الإجتياح تركز على تخريب المناطق السكنية بشكل رئيسي وتخريب المناطق التجارية والزراعية وحتى الصناعية يعتبر قليل نسبياً وهذا يجعل الإشرابات المنزلية هي المستهدف الأساسي من التخريب والتعطيل فالمنطقة الصناعية و المناطق الزراعية تقريبا لم تصلها آثار الاجتياحات الإسرائيلية وحتى المناطق التجارية لم يتم فيها تجريف كبير، مما يجعل الإشرابات المنزلية هي المتضرر الأساسي وهذا سبب وجود فروق في

استجابة أفراد عينة الدراسة بالنسبة لنوع الإشتراك.

8. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، تعزى لمتغير سعر كوب الماء عند المحور الأول (إدارة البلدية والطوارئ)، حيث بلغ المتوسط (0.485)، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) عند بقية محاور الدراسة و الدرجة الكلية حيث ترفض الفرضية الصفرية.

من الممكن أن يكون الجدل حول سعر كوب الماء بحسب الزاوية التي ينظر منها فبعض افراد العينة يرون أن السعر مناسب فهو نسبة وتناسب بالقياس مع المدن والبلديات الأخرى، وبعضهم يرى أنه غير مناسب نسبة وتناسب مع الحالة المادية و الأزمة المالية التي يعيشها الناس، ولذلك وجدنا فروق في استجابات أفراد عينة الدراسة تبعا للزاوية التي يقيسون عليها سعر كوب الماء.

التوصيات

وبناء على نتائج هذه الدراسة قدمت الباحثة مجموعة من التوصيات لبلدية جنين ولصانعي القرار، وأخرى لجمهور البلدية والأطراف ذات العلاقة كما يلي:

أولاً: توصيات خاصة بإدارة البلدية والطوارئ:

1. تفعيل دور وأنشطة العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور بالوسائل الفعالة المختلفة مثل النشرات والانفوجرافيك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الأسرع انتشاراً هذه الأيام، فبتعريف الجمهور المتواصل على حجم المشكلات التي تواجهها البلدية في التعامل مع هذه الظروف الصعبة التي يفرضها الاحتلال الإسرائيلي والذي يتطلب تقديم معلومات وتغذية راجعة إلى الجهات المختصة في البلدية يمكن للبلدية أن تحل من هذه الأزمات نتيجة زيادة وعي الجمهور لأهمية التعاون.
2. أن تقوم أقسام الصيانة في البلدية بالتحرك الفوري بعد خروج الآليات الإسرائيلية وعدم انتظار تواصل شكاوى الجمهور للتحرك.

3. أن تؤسس البلدية خط تواصل سريع للحالات الطارئة يكون فعالا وأكثر جودة.
4. أن تقوم دائرة العلاقات العامة بتنظيم ورش عمل بين الموظفين والجمهور لتبادل الأفكار وسماع المشكلات.
5. تأسيس تطبيق للجوال يسهل التواصل مع البلدية وأقسام الصيانة.
6. أن يقوم الفنيون بفحص دوري لخطوط الماء والصرف الصحي حتى بدون ورود شكاوي من الجمهور.
7. أن تضع أقسام البلدية خطط عمل ذات كفاءة عالية للتعامل مع مشاكل المياه في فصل الشتاء، وبالذات قسم العلاقات العامة لما له من دور فعال في تحسين صورة البلدية في ذهن الجمهور.

ثانيا: توصيات خاصة بالجمهور:

1. توصي الباحثة جمهور بلدية جنين بضرورة التواصل المستمر والوثيق مع البلدية من خلال الورشات والندوات التي تعلن عنها البلدية، وإتباع الإرشادات التي تنشرها العلاقات العامة فيما يخص بالشكاوي وتقديم المعلومات المفيدة للبلدية لكي تقوم بتقديم الخدمات بشكل سلس في ظل هذه الظروف.
2. أوصي جمهور بلدية جنين بتقدير الحالة الأمنية التي تعيشها المدينة والتي تؤثر بشكل مباشر على كفاءة عمل البلدية وأقسامها.
3. أن يراعي جمهور البلدية ضعف الدعم الذي تحصل عليه البلدية ويتعاون إيجابيا مع طواقم الصيانة قدر الإمكان.

ثالثا: توصيات خاصة بأبحاث مستقبلية:

توصي الباحثة بضرورة إجراء المزيد من الأبحاث والدراسات الخاصة بالعلاقات العامة وأدائها في المؤسسات المحلية والحكومية وخاصة البلديات، لما لها من دور كبير في تحسين الخدمات نتيجة اتصالها بشكل مباشر في معيشة الجمهور ورفاهيتهم بل وصحتهم.

المصادر العلمية

المراجع العربية:

- إبراهيم، فاطمة. (21 11، 2023). مخيم جنين... بنية تحتية مدمرة ومنازل تغزوها المياه. تم الاسترداد من وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا <https://www.wafa.ps/pages/details/84874>.
- أبو أصبع، صالح. (2009). *العلاقات العامة والاتصال الانساني* (الإصدار ط2). عمان: دار الشروق.
- ابو قحف، عبدالسلام. (2011). *محاضرات في العلاقات العامة*. الاسكندرية: المكتب العربي الحديث.
- ابو قحف، عبدالسلام. (2013). *هندسة الاعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها*. بيروت: جامعة بيروت.
- البادي، محمد. (1991). *المشكلات المهنية في العلاقات العامة* (الإصدار ط1). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- الباز، علي. (1991). *العلاقات العامة والانسانية والرأي العام*. الاسكندرية: دار الجامعات المصرية.
- بخيت، السيد. (24 نوفمبر، 2016). *العلاقات العامة الالكترونية*. تم الاسترداد من الاعلام الجديد : <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-25-18-40-36/110-2012-04-19-15-16->
- بعارة، شادية محمد. (2023). أهمية العلاقات العامة في البلديات في المملكة الاردنية الهاشمية في تعزيز سمعة البلدية: دراسة حالة بلدية كفرنجة الجديدة. *مجلة العلوم الانسانية والطبيعية*.
- جبين، عبدالوهاب. (2009). *تقييم الاداء في الادارات الصحية بمديرية الشؤون الصحية بمحافظة الطائف*. سوريا: جامعة سانت كليمنتس العالمية.
- جمال الدين، تمارا. (30 اذار، 2017). ما أحدث اتجاهات "العلاقات العامة" في عصرنا الرقمي. *جريدة الشرق الاوسط* (14002)، صفحة المنوعات.
- الجمالي، خضر مصطفى. (2017). *دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في قطاع الاتصالات الفلسطينية*، (رسالة دكتوراه غير منشورة). القاهرة - معهد البحوث والدراسات العربية.
- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2023). *كتاب فلسطين الاحصائي السنوي*. رام الله-فلسطين.

- الجوهر، محمد ناجي. (2013). *المواد الاعلامية التقليدية والالكترونية في العلاقات العامة*. صنعاء: دار الكتاب الجامعي.
- حجاب، محمد منير. (2007). *العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحمداني، بشرى حسين. (2012). *انعكاسات التكنولوجيا الحديثة على الصحافة*. مجلة الدراسات التاريخية والحضارية (شباط).
- خيرت، عياد، و فاروق، احمد. (2017). *العلاقات العامة والاتصال المؤسسي*. القاهرة: المكتبة الاعلامية في الدار المصرية اللبنانية.
- درة، عبدالباري ابراهيم، و المجالي، نبيل خلف. (2010). *العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي*. دار وائل للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد. (2005). *العلاقات العامة والعولمة*. عمان: دار جرير للنشر.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد. (2011). *مدخل الى العلاقات العامة*. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- سرحان، عبد الكريم، و علان، منجي. (2021). *فعالية دوائر العلاقات العامة في تعزيز سمعة الهيئات المحلية: بلدية طولكرم نموذجا*. مجلة جامعة ابن رشد في هولندا.
- سلمان، فكري. (1981). *العلاقات العامة*. جامعة الموصل، العراق: دار الكتاب والطباعة للنشر.
- السيد، السعيد. (2006). *استراتيجية ادارة الازمات والكوارث: دور العلاقات العامة (الإصدار ط1)*. القاهرة: دار العلوم.
- شفيق، حسنين. (2011). *الاعلام الجديد، الاعلام البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية*. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- الشمري، علي جبار. (2011). *الاساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة*. العربي للنشر والتوزيع.
- صباح، أنور محمد. (2017). *استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية: دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة*. مجلة الباحث العلمي، 37.
- الصيفي، حسن نيازي. (2016). *تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية*. المجلة العربية للإعلام والاتصال (العدد الخامس عشر).
- عبد المؤمن، علي معمر. (2008). *مناهج البحث في العلوم الاجتماعية*. ليبيا: دار الكتب الوطنية.

العبدالله، مي. (2014). معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (الإصدار 1). بيروت: دار النهضة العربية.

العلاق، بشير. (2009). العلاقات العامة في الازمات. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

عليان، ربحي مصطفى ، و عبد الدبس، محمد. (2005). وسائل الاتصال وتكنولوجيا الاتصال. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

الفار، محمد جمال. (2014). معجم المصطلحات الاعلامية. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

القمرى، ابراهيم. (1976). السلوك الانساني والعلاقات العامة. الاسكندرية: دار الجامعات المصرية.

المثناني رضا محمود. (2016). مدخل الى استراتيجيات الاتصال - الاستراتيجية مفهومها وخصائها واهدافها: دراسة مفاهيمية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، الخامس عشر.

مخلوفي، يامين بودان. (جوان، 2017). التطبيقات الحديثة في مجال العلاقات العامة ودورها في ترقية الاداء الاتصالي للمؤسسة. مجلة العلوم الاجتماعية، (24).

المدفير، عماد. (2019). دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الايجابية عن المؤسسة الامنية. مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، 3.

المزاهرة، منال هلال. (2015). ادارة العلاقات العامة وتنظيمها (الإصدار ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

مسيلي، ياسين. (2009). العلاقات العامة في المؤسسات الصحية الجزائرية: دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس (قسنطينة) (الإصدار رسالة ماجستير غير منشورة). قسنطينة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.

المصري، مازن. (2013). المواطنة الفلسطينية في إسرائيل أقلية غير مرغوب فيها تؤكد سرديتها وهويتها. الموسوعة التفاعلية للقضية الفلسطينية.

معلا، ناجي. (1991). العلاقات العامة ودورها في المصارف الحديثة. عمان-الأردن: البنك العربي.

المراجع الاجنبية:

Hiebert, R. (2005). Commentary: New Technologies, Public Relations, and Democracy. *Public Relations Review*, 31, 2-4.

Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2009). *Public Relations: Strategies and Tactics* (9th Edition ed.).

الملاحق

ملحق (أ)

الاستبانة



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

الأخ الكريم، الأخت الكريمة

تحية طيبة وبعد،

تهدف الدراسة للتعرف إلى " دور العلاقات العامة في تحسين صورة بلدية جنين إثر إنقطاع المياه في ظل

الإجتياحات المتكررة منذ العام 2022"

The role of public relations in improving the image of the municipality of Jenin following the water shortage crisis in light of the repeated invasions since 2022

وذلك استكمالاً لأحد متطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص علاقات عامة بكلية الدراسات

العليا في جامعة النجاح الوطنية، وأرجو من حضرتكم الإجابة على فقراتها بدقة وموضوعية علماً بأن هذه

المعلومات ستكون لأغراض البحث العلمي فقط .

شاكرة جهودكم وحسن تعاونكم

إعداد الطالبة : مينا حسان فشافشة

إشراف : الدكتور أمجد شحادة

الجزء الأول : البيانات الشخصية (المتغيرات المستقلة):

فيما يلي مجموعة من الفقرات التي تقيس " دور العلاقات العامة في تحسين صورته بلدية جنين إثر إنقطاع المياه في ظل الإجتياحات المتكررة منذ العام 2022" وذلك بهدف تحليل النتائج التي سيحصل عليها هذا الاستبيان، لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على الأسئلة التالية وذلك بوضع علامة (x) في المكان المناسب للإجابة.

يرجى التكرم بوضع (x) في المربع المناسب لوضعك:

الجنس: ذكر أنثى

مكان السكن: وسط المدينة الإسكان الحارة الشرقية شارع نابلس

البساتين الجابريات مخيم جنين

نوع السكن: جبلي سهلي

نوع اشتراك المياه: منزلي صناعي تجاري زراعي

هل انتخبت رئيس البلدية الحالي: نعم لا لم أشرك في الانتخابات

سعر كوب الماء: منخفض متوسط عالي عالٍ جداً

محاو الاستبانة:

فيما يلي مجموعة من الفقرات التي تقيس "دور العلاقات العامة في تحسين صوره بلدية جنين إثر إنقطاع المياه في ظل الإجتياحات المتكررة منذ العام 2022" " وعليه يرجى تحديد درجة الموافقة أو عدم الموافقة على العبارات التالية وذلك بوضع علامة (x) في المكان المناسب لاختيارك.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
المحور الأول: إدارة البلدية و الطوارئ						
1.	أقسام البلدية سريعة الاستجابة لحالات الطوارئ					
2.	أشاهد أقسام الصيانة تقوم بعمل جولة تقيدية بعد اجتياح الاحتلال للمدينة و المخيم					
3.	أرى أن البلدية تبدأ بمعالجة الخراب خلف الاحتلال فوراً بدون تأخير					
4.	تنتبه البلدية للمشاكل و الأعطال بدون حاجة التواصل معها					
5.	لدى البلدية خط تواصل سريع للحالات الطارئة					
6.	أعاني من مشكلة عدم إمكانية التواصل مع الموظفين المسؤولين في فترات الطوارئ					
7.	أحصل على إجابة (لا تتوفر المعدات المناسبة) عندما أطلب حل مشكلة طارئة					
8.	البلدية تتعذر بعدم وجود قطع التبديل و الصيانة كثيراً					
9.	أعاني من عدم وجود تنسيق بين البلدية ووزارة الأشغال العامة مما يعطل أعمال الصيانة					
10.	أحتاج للذهاب للبلدية بنفسني وإجراء معاملات طويلة					
11.	يقوم موظفو البلدية بتحويلني إلى موظفين آخرين بشكل دائم لإتمام معاملي					
12.	أنتظر فترات طويلة بالأسابيع قبل إتمام عمليات الصيانة					
13.	يقوم الموظفون في البلدية بتحويل الجمهور لدائرة العلاقات العامة في حالات الطوارئ					
14.	أحصل على تبريرات مقنعة من موظف الصيانة في حالة التأخير					
المحور الثاني: التواصل مع الجمهور						
1.	أجد سهولة في التواصل مع الموظف المسؤول عبر وسائل التواصل الاجتماعي					
2.	هواتف أقسام البلدية تستجيب دون تأخير					
3.	هناك مواقع تواصل للبلدية عبر وسائل التواصل الاجتماعي					

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
4.	يقوم موظفو الصيانة بالتواصل مع أهل الحي بعد خروج الاحتلال					
5.	هناك تطبيق للجوال يسهل التواصل مع البلدية وأقسام الصيانة					
6.	يتجاوب موظفو البلدية مع المشكلة من أول اتصال					
7.	تقوم البلدية بدعوتنا للقاءات سنوية لبحث مشاكل الحي					
8.	هناك موظف متخصص للتواصل مع كل حي لمعرفة مشاكله					
9.	تنظم دائرة العلاقات العامة ورش عمل بين الموظفين و الجمهور لتبادل الأفكار و سماع المشكلات					
10.	الخط المباشر للبلدية سريع الاجابة					
المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه						
1.	موظفو الصيانة جاهزون دائما للتعامل مع الحالات الطارئة					
2.	خط التواصل مع قسم المياه متوفر بسهولة					
3.	يقوم الفنيون بفحص دوري لخطوط الماء و الصرف الصحي					
4.	يملك الموظفون معدات حديثة لحل المشكلات الطارئة					
5.	لا أجد مشكلة في نشاط الموظفين في فصل الشتاء					
6.	يقوم الموظفون بشرح الأمور الفنية للجمهور بشكل ملائم					
7.	يقوم الموظفون بالتواصل معنا بعد الاجتياحات الإسرائيلية					

ملحق (ب)

قائمة المحكمين

- د. فريد أبوضهير محاضر في جامعة النجاح الوطنية/ علاقات عامة معاصرة.
- د. شادي رضوان أبو عياش محاضر في الجامعة العربية الأمريكية/ الإعلام والاتصال.
- د. إبراهيم العكة محاضر في جامعة النجاح الوطنية/ علاقات عامة معاصرة.

ملحق (ج)

الجدول

جدول (11)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) حسب متغير نوع اشتراك المياه

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجالات
0.000	13.348	6.026	2	12.053	بين المجموعات	المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ
		0.451	297	134.093	خلال المجموعات	
			299	146.146	المجموع	
0.252	1.386	0.665	2	1.331	بين المجموعات	المحور الثاني: التواصل مع الجمهور
		0.480	297	142.591	خلال المجموعات	
			299	143.922	المجموع	
0.008	4.939	1.711	2	3.423	بين المجموعات	المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه
		0.347	297	102.919	خلال المجموعات	
			299	106.342	المجموع	
0.003	6.077	1.389	2	2.778	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.229	297	67.893	خلال المجموعات	
			299	70.671	المجموع	

* دال إحصائياً عند مستوى (0.05).

جدول (12)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) حسب متغير قيمة كوب الماء

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجالات
0.485	0.724	0.355	2	0.709	بين المجموعات	المحور الأول: إدارة البلدية والطوارئ
		0.490	297	145.436	خلال المجموعات	
			299	146.146	المجموع	
0.001	7.528	3.472	2	6.944	بين المجموعات	المحور الثاني: التواصل مع الجمهور
		0.461	297	136.978	خلال المجموعات	
			299	143.922	المجموع	
0.000	10.972	3.658	2	7.316	بين المجموعات	المحور الثالث: مستوى رضا الجمهور عن دائرة المياه
		0.333	297	99.025	خلال المجموعات	
			299	106.342	المجموع	
0.002	6.120	1.399	2	2.797	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.229	297	67.874	خلال المجموعات	
			299	70.671	المجموع	

* دال إحصائياً عند مستوى (0.05).



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

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN
SOLVING THE FREQUENT WATER SUPPLY
CRISES IN JENIN CITY IN LIGHT OF THE
RECURRING INVASION SINCE 2022**

**By
Minas Hossam Mahmoud Fashafsha**

**Supervisor
Dr. Amjad Shehadeh**

**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**

2025

THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN SOLVING THE FREQUENT WATER SUPPLY CRISES IN JENIN CITY IN LIGHT OF THE RECURRING INVASION SINCE 2022

By
Minas Hossam Mahmoud Fashafsha
Supervisor
Dr. Amjad Shehadeh

Abstract

This study aims at identify the role of public relations in solving the frequent water supply crises in Jenin city in light of the recurring invasion since 2022. To achieve this goal, the researcher used the descriptive analytical method to study this issue, the researcher then developed a special questionnaire in order to gather primary data needed for this study. The study population consisted of all citizens from the Jenin Municipality who benefit from water services, the size of the study sample was set to be (300) subscribers. The researcher chose the sample using the available sample method from the aforementioned study community. The study concluded that the public of the municipality (water service subscribers) in the city of Jenin are dissatisfied with the municipality and emergency management, with the degree of communication with the municipality, and with the performance of the water department in the Jenin municipality in solving the frequent water supply crisis in light of the recurring invasion since 2022.

Keywords: Public Relations, Israeli Occupation, Jenin Municipality, water Crises