

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية
وفقاً لنظرية التميز
(دراسة مقارنة)

إعداد

حليمة إيهاب أحمد أبو صالحية

إشراف

د. معين فتحي الكوع

قُدمت هذه الأطروحة إستكمالاً لِمُتطلباتِ الحصولِ على دَرَجَةِ الماجستيرِ في العلاقاتِ العامةِ
المُعاصرة، في كُليَةِ الدراساتِ العلياِ في جامعَةِ النجاحِ الوطنيةِ في نابلس، فلسطين

2020

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز
دراسة مقارنة

إعداد

حليمة إيهاب أحمد أبو صالحية

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 29 / 6 / 2020، وأجازتها اللجنة.

التوقيع

أعضاء اللجنة المناقشة

- د. معين الكوع / مشرفاً رئيساً -
- د. عبد الكريم سرحان / ممتحناً داخلياً -
- د. حاتم عاطف / ممتحناً خارجياً -

الإهداء

إلى قدوتي الأولى ونبراسي الذي ينير دربي... والدي.

إلى من كان دعاؤها نوراً يضيء كل شيء... والدتي.

إلى من هم أقرب إلي من روحي وقلبي... إخواني.

إلى روح جدتي وجدتي رحمهما الله.

إلى كل من علمني حرفاً.

إلى كل من يفكر ويبحث للارتقاء بالعلم في كل مكان، أهدي هذا الجهد المتواضع.

الشكر والتقدير

بدايةً، أشكر الله العليّ التقدير أن وفقني إلى إتمام هذا البحث، وأتمنى أن يكون مساهمة متواضعة في البحث العلمي، في مجال العلاقات العامة المعاصرة.

ولمّا كان إرجاع الفضل لأهله حقاً ينبغي لأهل هذا الفضل؛ فإنني أتوجه بالشكر، والتقدير والعرفان، لكل من له فضل عليّ، في إخراج هذا البحث إلى حيز الوجود.

وأخص بالذكر أستاذي المشرف الدكتور معين الكوع، المحاضر في كلية الدراسات العليا، ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية، على ما قدمه لي من علم نافع وعطاء متميز وإرشاد مستمر، وعلى ما بذله من جهد متواصل ونصح وتوجيه من بداية مرحلة البحث حتى إتمام هذه الرسالة، ومهما كتبت من عبارات وجمل فإن كلمات الشناء لا توفيه حقه، فجزاه الله عني خير الجزاء وجعل ذلك في ميزان حسناته.

ويسرني أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأبي وأمي، فهما من أعظم النعم التي منّ الله عليّ بها في هذه الدنيا، فلولا وجودهم لما كنت هنا ولولا رعايتهم وتضحياتهم لما وصلت لما أنا به الآن.

شكراً لهم جميعاً، وجزاهم الله عني خير الجزاء.

الباحثة حليلة أبو صالحية

الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز

(دراسة مقارنة)

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

Declaration

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

Student's Name:

اسم الطالبة: حليلة إيهاب أحمد أبو صالحية

Signature:

التوقيع:

Date:

التاريخ: 2020/6/29

فهرس المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
	الإهداء	ج
	شكر وتقدير	د
	إقرار	هـ
	فهرس المحتويات	و
	فهرس الجداول	ح
	فهرس الملاحق	ك
	الملخص	ل
	الفصل الأول	1
	المقدمة	1
	مشكلة الدراسة	2
	أسئلة الدراسة وفرضياتها	2
	أهداف الدراسة	3
	أهمية الدراسة	3
	حدود الدراسة	4
	مصطلحات الدراسة	4
	الفصل الثاني: الإطار النظري	7
	نظرية الدراسة	7
	مفهوم العلاقات العامة	12
	أهداف العلاقات العامة	14
	وظائف العلاقات العامة	15
	مبادئ العلاقات العامة	18
	أهمية ومكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة	20
	العلاقات العامة في الجامعات	21
	وظائف دوائر العلاقات العامة وأهدافها في الجامعات	21
	جمهور العلاقات العامة في الجامعات	23
	الفصل الثالث: الدراسات السابقة	26

26	الدراسات العربية	
34	الدراسات الأجنبية	
42	خلاصة التعقيب على الدراسات العربية والأجنبية	
44	الفصل الرابع: المنهج والإجراءات	
44	نوع البحث ومنهجه	
44	مجتمع الدراسة وعينته	
46	أداة الدراسة	
48	صدق الأداة	
48	ثبات الأداة	
49	إجراءات الدراسة	
50	متغيرات الدراسة	
51	المعالجات الإحصائية	
52	الفصل الخامس: عرض النتائج	
52	النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة	
67	النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة	
82	الفصل السادس: مناقشة النتائج وأهم التوصيات	
82	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة	
87	مناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة	
89	التوصيات	
92	المصادر والمراجع	
92	المراجع العربية	أولاً
95	المراجع الأجنبية	ثانياً
97	الملاحق	
B	Abstract	

فهرس الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	نماذج الاتصال	10
2	توزيع مجتمع الدراسة حسب المتغيرات المستقلة	45
3	توزيع فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها	48
4	معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها	49
5	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز	53
6	مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز دراسة بين جامعتي النجاح الوطنية وجامعة فلسطين التقنية خضوري	54
7	توزيع استجابات عينة الدراسة حسب طريقة نقل التقارير، وموقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة	55
8	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات)	55
9	توزيع استجابات عينة الدراسة حسب الجهة المخولة باتخاذ القرارات في الجامعة	57
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا)	58
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (نظام متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة)	58
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (نظام متماثل للاتصال الداخلي)	62
13	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار)	62

64	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السادس (العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى)	14
65	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السابع (أخلاقيات العلاقات العامة)	15
67	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير الجامعة	16
69	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير الجنس	17
71	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير المؤهل العلمي	18
71	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير المؤهل العلمي	19
73	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير التخصص	20
74	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير التخصص	21
76	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير الموقع الوظيفي	22
77	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير الموقع الوظيفي	23
79	نتائج تحليل المقارنات البعدية (LSD) لدلالة الفروق حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير الموقع الوظيفي	24

25	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة	80
26	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة	80

فهرس الملاحق

الصفحة	الملحق	الرقم
97	طلب تسهيل مهمة (جامعة النجاح الوطنية)	1
98	طلب تسهيل مهمة (جامعة فلسطين التقنية "خضوري")	2
99	قائمة بأسماء السادة المحكمين	3
100	الاستبانة	4

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز: دراسة مقارنة

إعداد

حليمة إيهاب أحمد أبو صالحية

إشراف

د. معين فتحي الكوع

الملخص

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة مدى تميز دوائر العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، وجامعة فلسطين التقنية "خضوري"، والمقارنة بين دوائر العلاقات العامة لكل من الجامعتين بهدف قياس مدى تميز كل منها في ممارسة العلاقات العامة فيها وفقاً لنظرية التميز، والمساهمة في تطوير مفهوم العلاقات العامة علماً وممارسة، وإبراز أهميتها في الجامعات الفلسطينية وتعزيز دورها في خدمة المؤسسة وجماهيرها. ولتحقيق هذا الهدف، وللإجابة على السؤال الرئيس، وهو: "ما مدى تميز عمل دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز؟"

استخدمت هذه الدراسة البحث الوصفي، وضمن هذا النوع استُخدم المنهج الكمي باعتباره يحقق أهداف الدراسة، وعليه فقد استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، وقد تم تطبيق هذه الأداة لجميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري" والبالغ عددهم (30) من مدراء وموظفين، موزعين كالاتي: (19) موظف وموظفة في دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، و(11) في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" المقر الرئيس في طولكرم. تم اختيار المسح الشامل وذلك لضمان تمثيل جميع الجمهور نظراً لصغره. وقد بينت الدراسة وجود درجة استجابة كبيرة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز، كذلك على جميع مجالاتها السبعة بالإضافة إلى تميز جامعة النجاح الوطنية في بعض المجالات، وتميز وجامعة فلسطين التقنية "خضوري" في بعضها الآخر. وقد أشارت النتائج أيضاً إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تُعزى لمتغيرات الجنس، والمؤهل العلمي، والتخصص، والجامعة، والمركز الوظيفي، وسنوات الخدمة. وفي ضوء نتائج الدراسة أوصت الباحثة بجملة

توصيات من أبرزها، إتاحة الفرصة لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، للمشاركة في الإدارة الاستراتيجية والتخطيط وصنع القرار، بالإضافة إلى زيادة عدد العاملين في العلاقات العامة من ذوي الخبرة والاختصاص وتأهيلهم مهنيًا من خلال التدريب، وضرورة أن يكون لكل جامعة ميثاق أخلاقي يعكس ثقافة المنظمة مع الحرص على تطبيقه من قبل أعضائها.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، نظرية التميز، الجامعات الفلسطينية، الإدارة الاستراتيجية، الإئتلاف المهيم.

الفصل الأول

المقدمة

تعد دائرة العلاقات العامة في أي مؤسسة، ومنها المؤسسات التعليمية، خاصة الجامعات، حلقة الوصل التي تربطها ب جماهيرها، فهي من الدوائر الفاعلة والمؤثرة بشكل مباشر في الأداء المؤسسي، وتبرز أهميتها في المحافظة على نمط اتصال مستمر ومتفاعل مع الجمهور، فمن خلال بناء علاقات عامة تستطيع الجامعات تحقيق أهدافها الإتصالية، وإطلاع جماهيرها على أنشطتها وبرامجها، من خلال استخدام وسائل الاعلام المتعددة، بهدف كسب ثقة جماهيرها وتحقيق التفاهم المشترك، وبناء سمعة طيبة للجامعة.

ومن منطلق هذه الأهمية جاءت هذه الدراسة لتقيس مدى تميز دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري" وفقاً لنظرية التميز التي تفترض الحاجة إلى اتجاهين متوازنين في الاتصال، بحيث تسعى اتصالات العلاقات العامة للمنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها، كما تقوم النظرية على مجموعة من المبادئ التي من المفترض أن تتمتع بها جميع المنظمات والمؤسسات لتصل إلى درجة التميز في عمل العلاقات العامة. ومن هذه المبادئ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الإستراتيجية، بحيث يكون لممارسي العلاقات العامة علاقة ارتباط وظيفي مباشر بالإدارة العليا، وأن تكون العلاقات العامة إدارة مستقلة تماماً عن الوظائف والإدارات الأخرى، ترأسها شخصية قيادية إدارية وليست فنية، والسماح بالتنوع والكفاءة الوظيفية وضرورة الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة (المديفر، 2019).

يمثل الفهم الصحيح للعلاقات العامة بعداً استراتيجياً في الأداء الفعال والجيد والصحيح لهذه المهنة في أرض الواقع، وفي عملية التفاعل الصحي بين المنظمة وجماهيرها، وإذا كان القائم والمشرف على هذه المهنة يتمتع بدرجة عالية من الاحترافية والمهنية، وإذا كانت خلفيته التعليمية والمهنية متميزة، فإن ذلك ينعكس بالإيجاب على الممارسة اليومية للعلاقات العامة (حسين، 2012، ص.81). أما إذا كان الممارس يعاني من نقص في التأهيل والتكوين ويعاني من ظروف عمل

صعبة، ومن تهميش وسوء فهم لماهية العلاقات العامة فكل هذه العوامل تتعكس سلباً على الأداء الجيد والفعال للعلاقات العامة.

مشكلة الدراسة

تتلخص مشكلة الدراسة في غياب معرفة وقياس مدى فاعلية وتميز دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وبخاصة كل من جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري". وتمثل هاتان الجامعتان نموذجاً للجامعات الفلسطينية، حيث تعد جامعة النجاح الوطنية جامعة أهلية، أما فلسطين التقنية فتمثل الجامعات الحكومية.

وعليه تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال البحثي الرئيس الآتي:

• ما مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز؟

وللإجابة على هذا السؤال، تفترض الدراسة الفرضيات الستة الآتية:

فرضيات الدراسة:

1. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الجامعة.
2. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الجنس.
3. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير التخصص.
5. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الموقع الوظيفي.
6. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة مدى تميز دوائر العلاقات العامة في الجامعات العامة، والحكومية في فلسطين، وإلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:-
- العمل على تطوير مفهوم العلاقات العامة علماً وممارسة، وإبراز أهميتها في الجامعات الفلسطينية وتعزيز دورها في خدمة المؤسسة وجماهيرها.
 - التعرف على المهام والصلاحيات الموكلة لدائرة العلاقات العامة لهذه الجامعات.
 - التعرف على الصفات الأخلاقية والمهنية لموظفي العلاقات العامة لهذه الجامعات.
 - تقديم النصائح المناسبة لهذه الجامعات لتقاضي مواطن القصور وفقاً لنظرية التميز.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تبحث وتدرس وتستقصي واقع ومدى تميز ممارسة العلاقات العامة في كبرى الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز، وتضيف هذه الدراسة إضافة نوعية جديدة إلى دراسات العلاقات العامة باعتبار أن العلاقات العامة ميدان واسع ومتجدد وسريع التطور. وعلى الصعيد العملي تتجلى الأهمية التطبيقية للدراسة الحالية أنها تسعى إلى تعزيز ودعم دوائر العلاقات

العامّة في الجامعات الفلسطينية، وتطوير إدارتها وأقسامها والعاملين فيها، وسبل تعاملها مع جماهيرها الداخلية والخارجية سعياً لتحقيق أهدافها وكسب الرأي العام المؤيد لها بإتباع نشاط اتصالي ذي اتجاهين بين المؤسسة وجماهيرها، إضافة إلى أنها تقدم مجموعة من النصائح والتوصيات لدوائر العلاقات العامّة في الجامعات الفلسطينية بغية معالجة نقاط الضعف الكامنة لديها، واستثمار نقاط القوة وتعزيزها لتصل بها إلى درجة التميز.

حدود الدراسة:

- الحد البشري: جميع العاملين في دوائر العلاقات العامّة في جامعة النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري" من مدراء وموظفين، تطبيق المسح الشامل.
- الحد المكاني: جامعة النجاح الوطنية، وجامعة فلسطين التقنية "خضوري" المقر المركزي.
- الحد الزمني: الفصل الدراسي الثاني للعام 2019-2020م، تم توزيع أداة الدراسة الاستبانة على مجتمع الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من تاريخ 2020/2/23 - 2020/3/8.

مصطلحات الدراسة:

دائرة العلاقات العامّة:

تُعرف إجرائياً على أنها إحدى الركائز الأساسية في هيكلية المؤسسة التعليمية، وهي التي يقع على عاتقها مهمة البحث والتخطيط والتنسيق والاتصال والتقويم للأنشطة والبرامج والفعاليات المتعلقة بجمهور المؤسسة الداخلي والخارجي المرتبط بها، وذلك بغية إقامة علاقة طيبة معهم وكسب تأييدهم وثقتهم، وخلق صورة ذهنية إيجابية للجامعة في أذهان جماهيرها. والمقصود في هذه الدراسة دائرة العلاقات العامّة لجامعة النجاح الوطنية، و دائرة العلاقات العامّة في جامعة فلسطين التقنية "خضوري".

الفاعلية:

يُقصد بالفاعلية لغةً: قوة التأثير، أما الاصطلاح فيقصد بها: التأثير الفعال، وغالباً ما يكون مرغوب فيه (جابر، 1990، ص.108)، يقصد بها أيضاً: تحقيق النتيجة المعهودة تحقيقاً كاملاً إلى أعلى حد ممكن وبأقل جهد ووقت ممكن (مصطفى، 1989، ص.695).

أما التعريف الإجرائي للفاعلية وفق هذه الدراسة فهو: مدى تطبيق دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مبادئ التميز التي حددتها نظرية التميز Excellence theory.

الجامعات العامة والأهلية:

تعرف إجرائياً على أنها مؤسسات التعليم العالي والتي أنشئت بطلب مجموعة من المؤسسات والجمعيات الأهلية والشركات، وهي غير هادفة للربح، ذاتية الحكم ومستقلة في هيئتها وإدارتها، بعيدة تماماً عن الملكية لشخص معين أو تبعية الدولة، مثل جامعة القدس، وجامعة النجاح الوطنية، وتمثلها في هذه الدراسة جامعة النجاح الوطنية.

الجامعات الحكومية:

تعرف إجرائياً على أنها مؤسسات التعليم العالي التي تتبع الجهاز الإداري للدولة، وتعمل تحت إشراف ورقابة مباشرة من الحكومة مثل جامعة القدس المفتوحة وجامعة فلسطين التقنية، وجامعة الاستقلال، وتمثلها في هذه الدراسة جامعة فلسطين التقنية "خضوري".

التميز (Excellence):

بالرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة، يمكن تقديم التعريفات الآتية للتميز، فهي: "تلك الجهود التنظيمية المخططة التي تهدف إلى تحقيق الميزات التنافسية الدائمة للمنظمة." (زايد، 2005، ص.6)، أو كما عرفها النموذج الأوروبي لعام (2003) بأنها: "تلك الممارسة المتأصلة في إدارة المنظمة وتحقيق النتائج، التي تركز على مجموعة من المعايير الجوهرية." (Egan, 2003, P8).

الائتلاف المهيم:

تعرف إجرائياً على أنها الجهة التي تهيمن على اتخاذ القرار، قد تكون إدارة عليا، نقابات عمال، أصحاب رؤوس الأموال، وفي الدراسة الحالية المقصود بهم ممثلو النخبة ذو الصلاحية والسلطة في اتخاذ القرار في الإدارة العليا في الجامعة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

نظرية الدراسة:

بُني الإطار النظري لهذه الدراسة على نظرية التميز (Excellence theory).

نظرية التميز:

هي نظرية وضعها جيمس جرونج وفقاً لدراسة، امتدت مدة (15) عاماً شملت حوالي (327) منظمة، وتحدد المبادئ التي يجب أن تتمتع فيها دوائر العلاقات العامة حتى تكون متميزة في أداء عملها متمثلة في المبادئ العشرة الآتية:

- (1) إشراك العلاقات العامة في الإدارة الإستراتيجية.
- (2) تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا.
- (3) وظيفة العلاقات العامة المتكاملة.
- (4) العلاقات العامة هي وظيفة إدارية منفصلة عن الوظائف الأخرى.
- (5) وحدة العلاقات العامة برئاسة مدير وليس فني.
- (6) نموذج متماثل ذو اتجاهين للعلاقات العامة.
- (7) نظام متماثل للاتصال الداخلي.
- (8) إمكانات المعرفة لدور إداري وعلاقات عامة متماثلة.
- (9) التنوع المتجسد في جميع الأدوار.
- (10) الأخلاق والنزاهة (Grunig, 2008, P1-2).

واقترحت نظرية التميز الناتجة عن الدراسة أن المنظمات تكون فعالة عندما تتمكن من تحديد وتحقيق الأهداف المهمة لمصالحها الذاتية، وكذلك مصالح الجماهير التي لديها القدرة على التأثير على مهام المنظمة وأهدافها أو التي تتأثر بها (Grunig, 2000, p.303).

ركزت هذه الدراسة على المبادئ الآتية، حيث تشكل هذه المبادئ العمود الفقري لنظرية التميز، وفيما يلي عرض لهذه المبادئ وأهميتها، وكيف سوف يتم تضمينها في هذه الدراسة:

إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية

إن مشاركة العلاقات العامة في وظيفة الإدارة الاستراتيجية تسمح باتخاذ قرارات أكثر شمولاً، وسياسة تنظيمية أفضل من منظور الجماهير وقرارات أكثر دواماً ومستويات أعلى من الرضا، ولا بد من تمكين وظيفة العلاقات العامة من تقديم تقرير مباشر إلى الرئيس التنفيذي من أجل تقديم المشورة بشأن الأمور التي تشتمل على الجماهير، والقيم، وصنع القرار الأخلاقي.

تعتمد المنظمات الفعالة عادة على التخطيط الاستراتيجي طويل الأجل الذي يمكنها من وضع مهمة ووضع أهداف مناسبة للبيئة، وأن إشراك العلاقات العامة في عملية التخطيط الاستراتيجي هذه، تساعد المنظمات على التعرف على أجزاء البيئة التي تؤثر على مهمة المؤسسة وأهدافها، ويمكن أن تُسمى الأجزاء ذات الصلة من البيئة: أصحاب المصلحة أو الجماهير الاستراتيجية، ولذلك فإن المنظمات التي تمارس العلاقات العامة استراتيجياً تقوم بتطوير برامج للتواصل مع الجمهور الاستراتيجي، الخارجي والداخلي على حد سواء، تسعى إلى إقامة علاقات جيدة مع جماهيرها، وإن بناء علاقات جيدة مع الجماهير الاستراتيجية يزيد إلى أقصى حد من استقلالية المنظمات لتحقيق أهدافها، وهو أمر مهم؛ لأن المؤلفات تظهر أن التنظيم الفعال هو الذي يختار الأهداف المناسبة ثم يحققها. عندما تساعد العلاقات العامة المنظمة على بناء العلاقات فإنها توفر أموال المنظمة من خلال خفض تكاليف التفاوض، أو التنظيم، أو التشريع، أو حملات الضغط، أو المقاطعة التي تنتج عن العلاقات السيئة مع الجماهير. الجماهير التي تصبح مجموعات ناشطة عندما تكون العلاقات سيئة، كما يساعد المنظمة في جمع المال من خلال رعاية العلاقات مع الجهات المانحة، والمستهلكين، والمساهمين، والمشرعين. وفي هذا الاستنتاج توصلنا إلى تفسير لكيفية إسهام العلاقات العامة في تحقيق الأهداف النهائية (Verčič, Grunig, Grunig, 1996, P.37).

تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا

يجب أن تكون الإدارة الاستراتيجية للعلاقات العامة جزءاً لا يتجزأ من الإدارة الاستراتيجية للمنظمة ككل، ولكي يحدث ذلك يجب أن يكون المسؤول التنفيذي الأول للعلاقات العامة عضواً في الائتلاف المهيم للمنظمة، وأن يكون لكبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة علاقة إبلاغ مباشرة مع كبار المديرين الذين يشكلون جزءاً من الائتلاف المهيم، الذين يتخذون قرارات استراتيجية للمنظمة. إنَّ العلاقات العامة لن يكون لها سلطة التأثير على القرارات التنظيمية الرئيسية ما لم يكن كبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة جزءاً من مجموعة كبار المديرين الذين يتمتعون بأكبر سلطة في المنظمة أو تتاح لهم إمكانية الوصول إليه، فإن المنظمات الفعالة تضع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بحيث يكون كبير موظفي العلاقات العامة جزءاً من هذه المجموعة (Grunig, Grunig, Dozier, 2002, P.13).

العلاقات العامة كوظيفة متكاملة إدارية منفصلة عن الوظائف الأخرى

وينبغي أن تكون إدارات العلاقات العامة الممتازة مستقلة عن وظائف التسويق أو الموارد البشرية أو التمويل أو غيرها من الوظائف التنظيمية، ولا يمكن للعلاقات العامة أن تحدد جميع أصحاب المصلحة الرئيسيين وأن تطور أنشطة العلاقات العامة استراتيجياً إلا إذا كانت مستقلة وظيفياً (Yue, 2016, P.14).

نموذج تماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة ونظام تماثل للاتصال الداخلي

يبين الجدول الآتي نماذج الاتصال التي تستخدمها المنظمات في التواصل مع جماهيرها وخصائص هذه النماذج.

الجدول (1): أربعة نماذج للاتصال (Kenny, 2016, P.79):

الخصائص	نوع الاتصال	النموذج
يستخدم التلاعب للتأثير على الجماهير للتصرف كما ترغب المنظمة.	اتصال أحادي الاتجاه	نموذج الوكالة الصحفية أو الدعاية Press agency or (publicity)
يستخدم النشرات الصحفية وغيرها من تقنيات الاتصال ذات الاتجاه الواحد لتوزيع المعلومات التنظيمية. وكثيراً ما يشار إلى ممارس العلاقات العامة بالصحفي الداخلي.	اتصال أحادي الاتجاه	نموذج المعلومات العامة (Public information model)
يستخدم الاقناع والتلاعب للتأثير على الجماهير للتصرف كما ترغب المنظمة.	اتصال ثنائي الاتجاه (متوازن)	نموذج غير متوازن ثنائي الاتجاه (Two-way asymmetrical model)
يستخدم الاتصال للتفاوض مع الجمهور وحل النزاعات وتعزيز التفاهم والاحترام المتبادلين بين المؤسسة وأصحاب المصلحة فيها.	اتصال ثنائي الاتجاه	نموذج متوازن ثنائي الإتجاه (Two-way symmetrical communication)

يبين الجدول رقم (1) أربعة نماذج للاتصال قدمها (Grung & Hunt)، إلا أنه من المهم لإدارة علاقات عامة ممتازة أن تستخدم نموذج العلاقات العامة المتماثل ثنائي الاتجاه؛ لأن النهج القائم على الحوار قد أظهر فعالية أكبر من أي نهج آخر في حل الصراعات ومنع المشاكل وبناء العلاقات مع الجماهير الاستراتيجية والحفاظ عليها. إن إدارة العلاقات العامة الممتازة لديها المعرفة اللازمة

إدارة العلاقات العامة على نحو متناسق من حيث أنها قادرة على إجراء أبحاث متطورة لفهم الجماهير، كما تستطيع المشاركة في المفاوضات وحل المشاكل على نحو تعاوني. وتعد أنظمة الاتصالات الداخلية القائمة على الحوار مهمة لبناء العمل الجماعي، وزيادة معنويات الموظفين، ورضاهم الوظيفي (Gillis, 2011, P.9) وكثيراً ما تجمع إدارة العلاقات العامة الممتازة بين عناصر النموذج غير المتوازن ذي اتجاهين، والنموذج المتوازن ذي اتجاهين في نموذج مختلط الدوافع (Verčič, Grunig, Grunig, 1996, P.38).

نموذج الاتصال الشخصي

هو اتصال يتم بين مرسل ومستقبل وجهاً لوجه دون استخدام وسائط الاتصال الجماهيري، يتوفر الاتصال الشخصي على جميع عناصر الاتصال وخاصة رجوع الصدى، وهذا من شأنه أن يتيح فرصة التغلب على مخاطر عدم الفهم أو الفهم الخاطئ الذي يكون في المستقبل، حيث أن هذا النوع من الاتصال يتيح للمرسل فرصة التغلب على مدى وصول الرسالة للمستقبل ومدى إدراك المستقبل لمضمونها، وبالتالي يتبين للمرسل الفهم الخاطئ ومنه يمكن تبديل هذا الفهم، فتأثير الاتصال الشخصي الذي يحدثه المرسل في المستقبل يتميز بالعمق لأنه غالباً ما يكون ناتجاً عن الإقناع والعمق في التأثير (فاطمة، حبيبة، 2019، ص.17).

إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، ووحدة العلاقات العامة برئاسة مدير وليس فني

إن أقسام العلاقات العامة الممتازة تحتوي على مهنيين لديهم معرفة إدارية ومهارات بحث، فإن المعرفة البحثية مطلوبة لتقسيم الجمهور وإجراء التقييم، ولا بد أن يتولى إدارة وحدة العلاقات العامة دوماً مدير علاقات عامة محترف، وليس مجرد شخص بارع في المهارة الفنية للكتابة، يملك المديرون المعرفة البحثية اللازمة لجمع المعلومات، وتسهيل حل النزاعات، والمشاركة في إدارة القضايا، ووضع الميزانيات، وحل المعضلات الأخلاقية، وإدارة موظفي إدارة العلاقات العامة، وإدارة وظيفة الاتصال

من الناحية الاستراتيجية كما تعمل الإمكانيات المعرفية التي يتمتع بها الممارسون على زيادة فرصتهم في القبول من قِبَل التحالف المهيمن في المنظمة (Culbertson, Chen, 2013, P.39).

التنوع المتجسد في جميع الأدوار

وتشمل إدارات العلاقات العامة الممتازة، الرجال والنساء على حد سواء، والمجموعات العرقية المختلفة في جميع الأدوار (Grunig, 2008, P1-2).

الأخلاق والنزاهة

وقد أضاف الباحثون المتميزون الأخلاق والنزاهة كاعتبارات هامة بعد 4 سنوات من نشر دراسة التميز، مع إعادة تحديد أهمية الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة، والشعور بالمسؤولية الاجتماعية بدرجة كافية لتكون مبدأً مستقلاً من مبادئ التميز (Verčič, Grunig, Grunig,) (1996, P.58)

بناءً على النظرية، تفحص هذه الدراسة مدى تميز دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية وفلسطين التقنية "خضوري"، وفقاً لمبادئ نظرية التميز سالفة الذكر. إن نظرية التميز لا تتكرر وجود أشكال مختلفة من الممارسة، ولكنها تؤكد أنها لن تكون فعالة إلا إذا كانت تشترك في أوجه التشابه الأساسية مع مبادئ الامتياز العامة (Grammer, 2005, P.33).

مفهوم العلاقات العامة

تعد العلاقات العامة بمفهومها الحديث من الوظائف الإدارية الحديثة، أملت تطوراً العصر في العلم والتكنولوجيا... وغيرها، ولا يزال باب الاجتهاد النظري والتطبيقي مفتوحاً أمام المزيد من تطوير أساليب الممارسة وطرائقها، وصقل المفاهيم النظرية للعلاقات العامة في ضوء الممارسة. (السعيد، 2013، ص.14)، لذلك فقد وجدت تعريفات متعددة للعلاقات العامة منها:

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة والتي عرفتها بأنها: وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحاول المنظمات العامة والخاصة من خلالها تحقيق التفاهم والتأييد وكسب ثقة أولئك الذين تتعامل معهم أو يمكن أن تتعامل معهم والحفاظ على هذه الثقة، ويتم ذلك من خلال تقييم الرأي العام المتعلق بها، والعمل على التكيف في سياساتها وتصرفاتها مع اتجاهات الجماهير المختلفة، للوصول إلى تطبيق برامج الإعلام الشامل وتكوين تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المتبادلة (رحال، 2015، ص.23).

ويعرفها معهد العلاقات العامة البريطانية بأنها: الجهود المقصودة والمخطط لها والمستمرة لإيجاد تفاهم متبادل بين المنظمة وجمهورها، والمحافظة على هذا التفاهم (عيواج، 2018، ص.20). وتعرفها جمعية العلاقات العامة الأمريكية على أنها: نشاط أي صناعة، أو اتحاد، أو هيئة، أو مهنة، أو حكومة، أو أي منشأة أخرى، في بناء وتدعيم علاقات سليمة، منتجة بينها وبين فئة من الجمهور، كالعلاء، والموظفين، والمساهمين والجمهور بوجه عام، لكي تحرر من سياستها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسات للمجتمع (رحال، 2015، ص.21).

كما عرفها إبراهيم إمام بأنها: عملية نشر المعلومات، والأفكار، والحقائق مخرجة مفسرة لجماهير المؤسسة، وذلك بغية الوصول إلى الانسجام، أو التكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجماهير (الحري، 2016، ص.17).

ويعرف الدكتور عادل حسن العلاقات العامة بأنها: وظيفة من وظائف الإدارة تهدف إلى تقدير أهمية الرأي العام، وترمي إلى تخطيط وتنظيم الجمهور؛ لتوضيح معالم سياستها وحقيقة أهدافها للأفراد العاملين بها والجماهير التي تتعامل معها والمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه لغرض إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهم (شرباتي، 2011، ص.14).

وتعرف أيضاً العلاقات العامة بأنها: نشاط إداري واتصالي يستخدمه مهنيون في العلاقات العامة في بناء سمعة طيبة لمساعدتها على النجاح من خلال البرامج البنائية "الوقائية"، ولتصحيح ما يطرأ على هذه السمعة من أوضاع خاطئة من خلال البرامج العلاجية "التصحيحية"، المستخدمة في ذلك عملياتها المتمثلة في البحث والتخطيط والتنفيذ والمتابعة ملتزمة بقيم الجمال والأخلاق (شرباتي، 2011، ص.14-15).

بعد الاطلاع على التعاريف سابقة الذكر تبين أنه لا يمكن حصر العلاقات العامة في تعريف واحد، ومن وجهة نظري كباحثة فإنني أعتبر تعريف المعهد البريطاني هو التعريف الأمثل للعلاقات العامة، لأنه يتضمن الهدف الأسمى لها وهو تحقيق التفاهم المشترك فالعلاقات العامة جهود إدارية مخطط لها بشكل مستمر تسعى المنظمات من خلالها إلى إيجاد التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها، وكسب ثقة وتأييد الجماهير لها، وتحسين صورة المؤسسة في أذهان جماهيرها.

أهداف العلاقات العامة

تعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الأهداف، فكل نشاط من أنشطتها ينبغي أن يرتكز على سلسلة متكاملة من الأهداف والأغراض تحدد مسبقاً، فيتحقق هدف وراء هدف في سلسلة مرتبة والنتيجة العامة هي تحقيق الأهداف المرجوة جميعاً، وإن لم يتم تحديد الأهداف مسبقاً ستكون النتيجة ضياع الوقت والجهد والمال، وبالتالي الفشل الذريع، ومن المفترض أن تكون تلك الأهداف واقعية قابلة للتحقيق، مقاسة ومحددة ضمن إطار زمني، ومعقولة من حيث الجهد والمال والموظفين الذين يسعون إلى تحقيقها (كافي، 2019، ص.32).

ومن هذه الأهداف ما يأتي (كنعان، 2017، ص.9-10):

- دعم سياسة المؤسسة وتقبل الجمهور لها.
- إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم المشترك، والتوافق والانسجام بين المنظمة والجماهير.
- تعزيز ثقة الجمهور بالمنظمة وتدعيم صورتها الذهنية، وبالتالي يتحقق لها البقاء والنمو والاستمرار.
- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.
- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.
- تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الإدارية التنفيذية وبالعكس.
- معالجة الأزمات التي تواجه المنظمة (الداخلية والخارجية)، وحمايتها من أي هجوم قد تتعرض له.

- توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور أوسع، فهي تسعى إلى زيادة شعبية اسم الشركة أو سلعتها وتفضيلها على غيرها، وذلك بالمساعدة على بناء سمعة الشركة التي تقف وراء السلعة أو الخدمة وترويج بيع منتجاتها أو خدماتها.

وظائف العلاقات العامة

يذهب العديد من الكتاب إلى أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة وهي: البحث، والتخطيط، والاتصال، والتنسيق، والتقويم.

أولاً: البحث

هو التفكير العلمي الموضوعي الذي يتناول ظاهرة معينة أو مشكلة لدراستها وتحليلها وفق أسس علمية للوصول إلى نتائج تخدم الظاهرة (جودة، 2011، ص.12)، إذ تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم حتى تتمكن من الحصول على حقائق صحيحة، فبالنسبة للجامعة مثلاً يمكن معرفة اتجاهات الرأي بين الأساتذة والطلبة وأولياء الأمور، وتدرس العلاقات العامة أيضاً التطورات المستمرة التي تحدث في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع الوسائل التي تهتم الإدارة العليا ورفعها إليها، ونتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي أصبحت هناك طرق وأساليب في دراسة اتجاهات الجمهور وجمع المعلومات المختلفة لدراسة المشكلة، وكما أن الأبحاث تقوم بتحليل البرامج الإعلامية وتقييم مدى فاعليتها ونجاحها في الوصول إلى الجماهير والتأثير فيها وفق مقاييس إحصائية (كافي، 2019، ص.38).

ثانياً: التخطيط

وتشمل عملية رسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخططها في ضوء البحوث والدراسات العلمية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة، وذلك بتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة، وتصميم البرامج الإعلامية، من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً، هذا بدوره يساهم في إدخال تعديلات على السياسة العامة

للمؤسسة، إضافة إلى ذلك فهي تقوم بشرح سياسات المنشأة للجمهور، أو أي تعديل أو تغيير بغية قبوله إياها، والتعاون معها (بابكر، 2014، ص.62).

ثالثاً: الاتصال

يعد الاتصال جوهر أي برنامج للعلاقات العامة، وهي تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات، وقد تكون رسالة شفوية أو مكتوبة، أو صورة أو حتى إشارة معبرة، بين طرفي الاتصال داخل المنظمة وخارجها (السعيد، 2013، ص.20)، وضح العلق الاتصال بأنه القيام بتنفيذ الخطط المختلفة والاتصال بال جماهير المستهدفة وتحديد وسائل الإعلام المختلفة والمناسبة لكل جمهور، والاتصال بالهيئات والأفراد في الخارج وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة (العلق، 2014، ص.10). وتوسى العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة مع قادة الرأي بوضع الحقائق أمامهم، وتساعد العلاقات العامة الجمهور على تكوين رأيه، وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنياً على أساس من الحقائق الصحيحة، كما تعمل على إحداث تغيير مقصود في اتجاهات الرأي العام وتحويله إلى صالح المؤسسة، وهي تمد المنشأة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام (كافي، 2019، ص.40).

رابعاً: التنسيق

تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث تقوم إدارة العلاقات العامة بالتنسيق بين أقسامها وبين الإدارات الأخرى في المنشأة وذلك فيما يختص بالأنشطة التي تقوم بها وترتبط بهذه الإدارات بحيث تؤدي في النهاية إلى فعالية القيام بالانشاط (العلق، 2014، ص.10).

خامساً: التقييم

يمثل التقييم المرحلة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة، ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها (كافي، 2019، ص.40)، والتقييم عملية مستمرة تتزامن مع عمليات التقييم الثلاث وهي: التقييم السابق على التنفيذ، والتقييم المتزامن مع التنفيذ، والتقييم اللاحق للتنفيذ (جودة، 2011، ص.13).

وهناك رأي آخر يرى أن العلاقات العامة تقوم بمجموعة من الوظائف يمكن معالجتها من خلال ثلاث محاور أساسية وهي:

أولاً: وظائفها بالنسبة للجمهور بصفة عامة:

- تعريف الجمهور بالمنظمة وإنتاجها أو خدماتها بلغة سهلة وواضحة بهدف الحصول على تأييد الجماهير للمنظمة وأنشطتها.
- شرح سياسة المنظمة للجمهور وإبلاغه بالتعديلات أو التغييرات التي تطرأ عليها بهدف قبوله إياها والتعاون معها.
- مساعدة الجمهور على تكوين رأي سليم وذلك من خلال مده بكافة المعلومات الصحيحة والصادقة؛ ليكون رأيه مبنياً على أساس من الواقع والحقيقة، والتأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور سليمة وصحيحة.
- تهيئة جو صالح بين المنظمة وجماهيرها (الصحف، 2004، ص.45).

ثانياً: وظائفها بالنسبة للمنظمة ككل:

- تزويد المنظمة بكافة البيانات والمعلومات التي تعبر عن اتجاهات الرأي العام نحوها وكذلك التطورات والتغيرات التي تحدث على الرأي العام.
- حماية المنظمة من أي هجوم تتعرض له وذلك بسبب نشر أخبار كاذبة عنها وترويج شائعات تؤثر في سمعتها.
- التأكد من أن سياسة المنظمة وأهدافها وأنشطتها تجد الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة (محمد، 2006، ص. 59)

ثالثاً: وظائفها بالنسبة لإدارة المنظمة:

- إخبار الإدارة العليا للمنظمة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة.
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.
- مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا والعكس.
- تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنظمة؛ لتحقيق الانسجام بين هذه الإدارات من ناحية، وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى.

- تعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع مديري الإدارة العليا للمنظمة، وإسداء النصح للمسؤولين عن إصدار القرارات وتعديل السياسات (العلاق، 2014، ص.11).

يحدد كل باحث ومفكر وظائف العلاقات العامة حسب ثقافته وفلسفته وحسب طبيعة المؤسسة، فحجاب يرى أن وظائف العلاقات العامة تتمثل في (حجاب، 2007، ص. 13):

- تقديم الاستشارات والنصائح للإدارة العليا في المؤسسة.
- طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات.
- مواجهة الأزمات الداخلية والخارجية التي تطرأ على المؤسسة ومحاربة الشائعات الضارة.
- بحث شكاوي العاملين بالمنظمة والمتعاملين معها ومحولة إزالة أسبابها.
- إقامة علاقات جيدة ومستمرة مع وسائل الإعلام والمنظمات.
- تنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.
- تجهيز وتنفيذ المعارض المحلية والإقليمية، والقيام بمختلف الأنشطة في المؤسسة.
- إعداد التقارير السنوية عن أهم إنجازات العلاقات العامة، وعن نتائج أعمال المؤسسة ومركزها المالي في نهاية كل سنة.

ترى الباحثة أن كل ما أورده الباحثون حول أهداف العلاقات العامة ووظائفها صحيح ولا شك فيه، ومن وجهة نظري فأني أرى أن الوظائف الأساسية الخمس للعلاقات العامة هي الوظائف الأشمل حيث أنها تتضمن الوظائف الإدارية والفنية والتمثلية في عمليات البحث، والتخطيط، والاتصال، والتنسيق، والتقويم. وأن الهدف الأسمى للعلاقات العامة هو تحقيق التفاهم المشترك ما بين المنظمة وجماهيرها.

مبادئ العلاقات العامة

نظراً للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الإعلام على الرأي العام الجماهير، فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة، والتي تعكس الإطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة، ومن أهم هذه المبادئ:

1. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إن المؤسسة تعتبر جزءاً من البيئة الاجتماعية المحيطة بها، فهي تستمد من تلك البيئة عناصر الحياة، والبقاء، والاستمرار، لذلك تقع عليها مسؤولية المساهمة في رفاهية ذلك المجتمع، وتنهض المؤسسة بمسؤوليتها هذه بجعل خدمة المجتمع هدفاً أساسياً لها، وتقديم المصلحة العامة وهو توفير سلعة، أو خدمة بأفضل مستوى ممكن. وهدف العلاقات العامة لا يخرج عن ذلك، حيث أنها تهدف إلى التأثير في اتجاهات، وأفكار الجماهير من خلال برامج مقصودة، تعتمد على الحقائق، والصدق، والأمانة، كما أنها تهدف إلى إحداث تغييرات في هذه المؤسسات حتى تصبح ملائمة لما تحتاجه الجماهير. والعلاقات العامة تتعامل مع الجمهور، وتدرس الجماهير للتعرف على احتياجاتها، واتجاهاتها وتحليل، وقياس الرأي العام، فالعلاقات العامة أداة للتنمية في المجتمع في تحقق مصالح اجتماعية ذات أمد بعيد، وتتفاعل اجتماعياً بشكل شبة دائم (عبد الفتاح، 1990، ص.171).

2. احترام رأي الفرد والإيمان بقوة الرأي العام

الإيمان بقوة الرأي العام وأهمية التعامل معه يعتبر الدعامة الأساسية لكافة برامج العلاقات العامة وينبغي على المؤسسات استخدام الأساليب العلمية الحديثة للبحث عما يدور في الرأي العام وأن تبني برامجها على ضوء ما يتجمع إليها من تيارات الرأي العام وما يقره من تقاليد وعادات وما يعبر عنه من طموحات ورغبات وتوقعات عن تلك المؤسسة (الحريري، 2016، ص.21)، كما أن فلسفة العلاقات العامة يجب أن تركز على الإيمان بقيمة الفرد واحترامه وضمان حقوقه وامتيازاته وإعطائه الحرية في التعبير عن آراءه وأفكاره (اللوزي، 2010، ص.55).

3. عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور

إن نظام إخفاء المعلومات عن الجمهور تثير الشك، وتفسح المجال للشائعات المغرضة، وتؤدي إلى وجود شرخ في الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها، وبالتالي فإن على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور، مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل، والتي قد تضر بمصالح المنظمة أمام المنافسين (عيواج، 2018، ص.38).

4. الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة

تسعى العلاقات العامة إلى إعطاء المؤسسة (شخصية) وذلك بتثبيت صفات إنسانية لها في أذهان جمهورها، حيث تتطلب أخلاقيات العمل في مجال العلاقات العامة ضرورة مراعاة الصدق والأمانة والموضوعية وتقديم صور الحقائق كما هي. يترتب على الالتزام بهذه المضامين كسب ثقة الجمهور والحصول على دعمه، فالعلاقات العامة هي سلوك وإعلام، فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق، أما الجانب الإعلامي يتمثل باستخدام كافة وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة ورد فعل الجمهور نحوها (الحريري، 2016، ص.21).

5. اتباع الأساليب العلمية في البحوث

إن عملية إجراء البحوث، وقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة تعتبر من أهم وظائف العلاقات العامة، مما يتطلب من موظفي العلاقات العامة، اتباع الأساليب العلمية في البحث، والابتعاد عن التحيز الشخصي، ولكي يتسنى لهم الوصول إلى النتائج الدقيقة، عليهم أن يتصفوا بالموضوعية في عملية إجراء البحث (عيواج، 2018، ص.39).

6. العلاقات العامة تبدأ من البيئة الداخلية

إن نجاح العلاقات العامة يعتمد على كفاءة وفاعلية الموارد البشرية العاملة داخل المنظمات، فتحقيق المنظمة لأهدافها يتعلق بمعرفة الموظفين بأهداف المنظمة، وبالدور المطلوب منهم في هذا المجال، فالمنظمة تؤدي عملها بشكل أفضل، إذا كان موظفيها يلومون بكل ما يحدث من إنجازات، ومشاكل. فالعلاقات العامة يتجه مسارها من الداخل إلى الخارج، أي إلى الجماهير الخارجية، وهذا ما يستدعي الاهتمام بالموظفين، وتوثيق الصلات معهم، والحصول على تعزيزهم، وتأييدهم لإدارة المنظمة وسياساتها (اللوزي، 2010، ص.56).

أهمية ومكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة

برزت أهمية العلاقات العامة كمهنة متخصصة في ظل تطور الحياة الاقتصادية والصناعية، تقدم خبراتها واستشاراتها لمؤسسات الأعمال وترسم الخطط لحملاتها الإعلامية (الموسوري، آل عبد الله، 2016، ص.41)، وكما تسهم إدارة العلاقات العامة في إنجاح خطط المؤسسات وتطوير أدائها

وتسويق أنشطتها وتعزيز مكانتها، تتحدد مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة من أهمية الأدوار التي تقوم بها، والمسؤوليات التي تتحملها في تحقيق أهداف المؤسسة. إن قرب إدارة العلاقات العامة من مركز الدعم وصنع القرار وإشراكها في الإدارة الإستراتيجية ، أي أن تقع في مستويات الإدارة العليا في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، يسهم في تفعيل أدوارها الوظيفية المتعلقة بكسب ثقة الجمهور وتأييده للمؤسسة، فإذا ما تم تجاهل دور العلاقات العامة وتخلت المؤسسة عن دعمها ومساندتها؛ فستفش إدارة العلاقات في تنفيذ وظائفها وتؤدي أدوارها بنجاح وسينعكس الفشل على أداء المؤسسة بصفة عامة (الطائي، 2017، ص.46).

العلاقات العامة في الجامعات

إن الجامعات كمؤسسات علمية عليها أن تلتزم في إدارة شؤونها، وتطبيق المبادئ العلمية الصحيحة لعلوم الإدارة والاتصال والعلاقات العامة؛ من أجل تحقيق أهدافها على أساس علمي رصين وفعال، ومع التقدم العلمي والكم الهائل من التكنولوجيا الحديثة، فُرض على الجامعات إيجاد نوع من صيغ العلاقة الحميمة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، مما أدى إلى بروز العلاقات العامة كوظيفة اتصالية فعالة ومهمة في هذا المجال (الحديد، 2010، ص.30).

ويبين عجوة أن الهدف الأساسي من العلاقات العامة في المؤسسات (مهما اختلف عملها وجمهورها) يقوم على بناء الصورة الجيدة لها، وبناء السمعة الطيبة التي هي ليست وليدة اليوم أو الأمس، وإنما تعتمد على التأثير المتراكم لأنشطة المؤسسة وبرامجها، وهي تحتاج لتضافر الجهود كافة في الجامعة، وهي التي تجعل طالباً أو أستاذاً يفضل جامعة دون أخرى، وهي التي تجعلها أيضاً تتلقى دعم المؤسسات لها (عجوة، 2001، ص.176).

وظائف دوائر العلاقات العامة وأهدافها في الجامعات

تلعب دوائر العلاقات العامة في الجامعات دوراً مهماً، حيث يقع على عاتقها بناء الصورة الذهنية المشرقة، والسمعة الطيبة للجامعات في أذهان جماهيرها والمحافظة عليها، من خلال القيام بالمهام الأساسية المنوطة بعمل الدائرة، متمثلة في الآتي (كنعان، 2017، ص.123-127):

- عرض الانجازات المتميزة للجامعة والتواصل الدؤوب مع جماهيرها الداخلية والخارجية، وتعريفهم بالجامعة وأهدافها، وسياساتها، وفلسفتها، وبرامجها، ومميزاتها، باستخدام كافة الوسائل الإعلامية المتاحة.
- التواصل والتنسيق والتشبيك مع جمهور الجامعة وتلبية احتياجاته ورغباته قدر المستطاع.
- تنظيم الفعاليات والأنشطة، ووضع الترتيبات الخاصة بالمؤتمرات والمحاضرات وورش العمل والمعارض العلمية وعروض الأفلام الوثائقية والاحتفالات الخاصة (تكريم، تأبين، تخريج) التي تقيمها الجامعة، والإشراف عليها.
- الاهتمام بالطلبة ومشكلاتهم الأكاديمية، والعمل على تسهيل إجراءات التحاقهم بالجامعة وتوجيههم، والذي بدوره يعزز ثقة الطلبة بالجامعة، ويسرع من تكيفهم مع فلسفتها والمشاركة في أنشطتها.
- تعزيز أواصر العلاقات الاجتماعية الداخلية لموظفي الجامعي، وذلك من خلال مشاركتهم في مناسباتهم المختلفة، والوقوف على المشاكل العامة التي تخص جمهور الجامعة الداخلي، وهذا بدوره يسهم في تمتين العلاقات وتقوية الشعور بالانتماء إلى الجامعة.
- حماية الجامعة من أي هجوم أو أزمة تتعرض لها.
- نشر الأخبار والتقارير الإعلامية المتصلة بالجامعة، وإمداد مختلف وسائل الإعلام بما ترغب الجماهير بمعرفته عن أخبار الجامعة.
- إعداد وصياغة ومراجعة كافة المواد النصية للمطبوعات والنشرات الصادرة عن دائرة العلاقات العامة للجامعة.
- الإشراف على موقع الجامعة الالكتروني ووضع كافة التصاميم اللازمة، ومراعاة التحديث الدائم له.
- استقبال الوفود وزوار الجامعة، ووضع ترتيبات بروتوكولية معينة لاستقبالهم وفق جدول أعمال الزيارة، والاهتمام بحسن ضيافتهم، ورسم صورة طيبة عن الجامعة لديهم.

- العمل على توثيق علاقات الجامعة مع إدارات العلاقات العامة في الجامعات والمؤسسات الفلسطينية، بما يهتم في خدمة أغراض الجامعة، وبلورة صيغ تفاهم وتعاون وتبادل قد ترتقي لمستوى عقد اتفاقيات ذات مصالح مشتركة.

جمهور العلاقات العامة في الجامعات:

يمثل الجمهور أهمية بالغة في العلاقات العامة، فمن أجلهم تقوم المؤسسة بأنشطتها وبرامجها المختلفة، ساعية إلى رضاهم وكسب ثقتهم، فليس بإمكانها أن تعمل بمعزل عن رغبات وطموح الجماهير، وتكمن الأسباب الرئيسية لمعرفة الجمهور في (عيواج، 2018، ص.160):

أولاً: تحديد كافة الفئات من الجمهور المتعلق ببرامج العلاقات العامة.

ثانياً: تحديد الأولويات عند إعداد الميزانية اللازمة لبرامج العلاقات العامة.

ثالثاً: صياغة الرسالة إلى الجمهور المستهدف بشكل مناسب وبأسلوب فعال مقنع يؤثر به، واختيار الوسيلة المناسبة لإيصالها.

وجمهور الجامعات يتكون من قسمين:

أ. الجمهور الداخلي المتمثل في الفئات الآتية:

1. جمهور الطلبة:

يقصد بهم الطلاب على مقاعد الدراسة، وهم أكبر فئات الجمهور الداخلي عدداً في الجامعة، ويعتبر جمهور الطلبة من أهم الجماهير التي يجب على العلاقات العامة أن تهتم بها؛ فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع الفئات في المجتمع، فهم أفضل موظفي العلاقات العامة دون مقابل، وهم سفراء الجامعة في المجتمع، وهؤلاء الطلبة يمثلون الهدف الرئيس لنشاط العلاقات العامة من خلال العناية بهم والتعرف على مشاكلهم، وإيجاد الحلول لها وكذلك مساعدتهم من خلال تهيئة الأجواء المناسبة للدراسة (الحديد، 2010، ص.31) نقلاً عن (الدليمي، 2005).

2. الموظفون والأساتذة:

يعتبر أعضاء الهيئة التدريسية والموظفون بمختلف المستويات الإدارية جمهوراً مهماً بالنسبة للعلاقات العامة، من خلال ما يمثله كفريق متكامل لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة، كما أن عضو هيئة التدريس يلعب دوراً مهماً في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمي الذي يبذله، والنصائح التي يقدمها لطلابه، والبحوث التي ينجزها للجامعة، إضافة إلى أن الموظفين يساهمون في تكوين هذه الصورة عن طريق المعاملة الطيبة والحسنة التي تتسم بروح الود والصدقة. وقد أظهرت الدراسات أن الروح المعنوية للعاملين لا تتعلق بالدخل المادي فقط، ولكن لها مداخل نفسية أخرى، منها إحساس الموظف بالتقدير، وإحساسه بالانتماء إلى جماعة يفخر بأنه جزء منها، وعليه فالعلاقات الطيبة التي يقتضي تأمينها بين الأساتذة والموظفين وبين الإدارة، تشكل سبباً رئيساً من أسباب نجاح الجامعة، وعاملاً فعالاً يحمل الموظفين والأساتذة على تقبل عملهم كواجب، وبالتالي ينعكس الرضا الوظيفي لموظفي الجامعة على الجمهور الخارجي، فيحسنون معاملته وسرعة أداء الخدمة له، وعليه تكتسب الإدارة الجامعية سمعة طيبة وثقة مؤكدة (عيواج، 2018، ص.162).

الجمهور الخارجي متمثلاً بالفئات الآتية:

1. المجتمع المحلي:

من الضروري أن تتضمن برامج العلاقات العامة اهتماماً خاصاً ب جماهير المجتمع المحلي، الذي ينبغي الاتصال به ومحاولة التأثير فيه لكسب ثقته والتعرف على مشاكله، والمساهمة في تحقيق الرفاهية والازدهار له. من جهة أخرى، إذا أتاحت الفرصة لأفراد المجتمع المحلي للتعبير عن آرائهم في سياسات الجامعة التي تهمهم بشكل مباشر، فإنّ هذا يمكنهم من مد يد العون للجامعة (الحديد، 2010، ص.32) نقلاً عن (الدليمي، 2005).

2. الخريجون:

يعتبر جمهور الخريجين من أهم الجماهير الخارجية للجامعة بما يمكن أن يقدمه لها من ذكر حسن في كل مكان، فإن وضعه كجمهور من جماهير الجامعة هو ضمان ولانهم

بالشعور بالانتماء للكلية أو الجامعة التي تخرج منها؛ لما له من دور فعال في زيادة الدعم والتأييد للجامعة (عيواج، 2018، ص.163).

3. أولياء الطلبة:

تشكل عوائل الطلاب نواة طبيعية لتأييد الجامعة، حيث أن اتصال العلاقات العامة بهم وتزويدهم بالمعلومات الكافية عن انجازات الجامعة وخططها المستقبلية، مع الأخذ بعين الاعتبار آرائهم في السياسات الحالية أو في التخطيط لمشاريع المستقبل يترتب عليه جدوى كبيرة للجامعة، بالإضافة إلى ضرورة إقامة بعض الأنشطة الترفيهية في مختلف المناسبات والاحتفالات التي تقيمها الجامعة، ويشارك فيها الطلبة وأولياتهم والأساتذة والإداريون، مثل حفلات التخرج (عيواج، 2018، ص.164).

4. المؤسسات المهنية والهيئات الحكومية والشركات الخاصة:

تهتم كل مؤسسة مهنية أو هيئة حكومية أو شركة خاصة بالتطور الذي يحصل في الجامعة في مجال تخصصها، من حيث المناهج أو أعداد الخريجين ومستواهم العلمي ومن حيث مستويات البحوث ونتائجها وتوصياتها، وذلك للتطبيق المباشر لها فيصبح التعاون ممكناً بين الجامعة وتلك المؤسسات في مجال التدريب وتشغيل الخريجين، وعلى أساس المنفعة المتبادلة ولاسيما المنفعة المادية والمعنوية للجامعة (الحديد، 2010، ص.32) نقلاً عن (الدليمي، 2005).

5. وسائل الإعلام:

تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تكوين الرأي العام وتشكيل مختلف الاتجاهات تجاه المؤسسات، وبما أن الجامعة من أهم المؤسسات التي تشغل الرأي العام، فمن الضروري أن تسعى إدارات العلاقات العامة إلى التواصل الدائم مع المؤسسات الإعلامية بغية تنمية العلاقات الجيدة والمتينة وتوطيد الروابط معهم، والحرص على إمدادهم بالبيانات الصحفية، والإجابة عن تساؤلاتهم تجاه مختلف القضايا التي تهم الجامعة، وضرورة إشراكهم في مختلف النشاطات العلمية والثقافية التي تنظمها الجامعة، مثل: (الندوات، المؤتمرات، ...الخ)، وكافة الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في الجامعة، حتى تعكس صورة ايجابية عن الجامعة في أذهان الجماهير والسعي لكسب الثقة والتأييد (عيواج، 2018، ص.164-165).

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية،

التعقيب على الدراسات العربية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية،

التعقيب على الدراسات الأجنبية.

ثالثاً: خلاصة التعقيب على الدراسات العربية والأجنبية.

أولاً: الدراسات العربية

هدفت دراسة جودة (2011) بشكل رئيسي إلى اقتراح نموذج لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء الفلسطيني، وهدفت بشكل فرعي إلى التعرف على واقع دائرة العلاقات العامة الحالية في الأمانة العامة. وكان من أهم العوامل وراء القيام بهذه الدراسة: عدم تفعيل دائرة العلاقات العامة رغم وجودها على الهيكل التنظيمي كمسمى وظيفي دون أن يشغلها كادر وظيفي، وبالإضافة إلى ذلك عدم اهتمام الإدارات العليا بموضوع العلاقات العامة.

استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتم الاستعانة بالاستبانة، والمقابلات لتعزيز نتائج الاستبيان، بأخذ عينة قصدية ممثلة من رؤساء وحدات شؤون مجلس الوزراء في: وزارة التربية والتعليم، ووزارة الاقتصاد، ووزارة الحكم المحلي، وديوان الرقابة المالية والإدارية، والإحصاء، وسلطة جودة البيئة. وعينة قصدية أخرى من مدراء عامين في العلاقات العامة في: جهاز الإحصاء، ووزارة الاقتصاد، ووزارة الأشغال، ووزارة الثقافة، ووزارة الحكم المحلي.

لم تستند الدراسة إلى نظرية، وتوصلت إلى أن هناك قصوراً في عمل العلاقات العامة، وعدم الاهتمام بالعلاقات العامة في المؤسسة وخارجها.

وتشابهت مع دراسة **المجالي (2009)** التي هدفت إلى بناء نموذج للعلاقات العامة في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة، في ضوء الواقع والاتجاهات الإدارية المعاصرة، و إلى معرفة مستوى أداء العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة، من وجهة نظر المسؤولين الأكاديميين، والإداريين في هذه الجامعات، معرفة الأولويات التي يراها مديرو أو مسؤولو العلاقات العامة في هذه الجامعات. كما هدفت إلى معرفة درجة توافر هياكل تنظيمية للعلاقات العامة فيها، وتسمياتها الوظيفية، وأعداد موظفيها، واعتمدت الباحثة الاستبانة كأداة، وتكوّن مجتمع الدراسة من جميع المسؤولين الأكاديميين والإداريين في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة في (25) جامعة، منها: (10) جامعات رسمية و(15) جامعة خاصة، الذين بلغ مجموعهم (1457) فرداً. واختيرت عينة عشوائية بلغ عدد أفرادها (315) فرداً وُرعت عليهم الاستبانة، وتمثلت أبعاد الدراسة في: "بعد توافر تنظيم مستقل وكوادر إدارية وفنية"، "وبعد فصل العلاقات العامة عن التسويق" "وبعد تطبيق أنموذج للاتصال في اتجاهين مع الجماهير"، "وبعد تأييد الإدارة العليا والعلاقة المباشرة معها"، "وبعد تبني الإدارة الاستراتيجية"، "وبعد اعتماد مبدأ الفاعلية"، "وبعد العلاقات مع الإدارات الأخرى". وبعد تحليل النتائج تبين أن واقع أداء العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة كان منخفضاً في جميع أبعاد الدراسة السبعة، وبناءً على نتائج الدراسة أوصى الباحث بتوفير تنظيم مستقل وكوادر إدارية وفنية مؤهلة للعلاقات العامة في الجامعات، وتوفير الدعم والتأييد من قبل إدارات الجامعات الرسمية والخاصة للعلاقات العامة فيها، وإيلاء المزيد من الاهتمام في إقرار هياكل تنظيمية للعلاقات العامة تتماشى مع الاتجاهات الإدارية المعاصرة، وتبني إدارة الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة للأنموذج المقترح للعلاقات العامة في الجامعات. واستندت الدراسة على نظرية النظم، ووفقاً لنظرية النظم، يتمثل دور العلاقات العامة في موازنة القوى الداخلية، والخارجية لمصلحة المنظمة. وتتمتع العلاقات العامة بموقع فريد لاكتشاف آراء الجمهور وفهمها وتحليلها، حيث يمثل ممارسو العلاقات العامة مفاتيح الربط بين المنظمة وبيئتها، حيث يقومون بجمع المعلومات من الجمهور في بيئة المنظمة الداخلية والخارجية، واستخدام تلك المعلومات في اتخاذ القرارات التنظيمية.

ترى الباحثة أنه كان من الأفضل في هذه الدراسة استخدام نظرية التميز وذلك لأن أبعادها المقاسة اشتملت على بعض مبادئ وأبعاد نظرية التميز.

أما دراسة **حسين (2012)** هدفت إلى دراسة واقع العلاقات العامة في الوطن العربي، وتحديد مكانة العلاقات العامة في واقع الممارسة عند مسؤولي وموظفي أقسام العلاقات العامة وعند المشرفين والمسيرين في مؤسسات الوطن العربي، ووضع العلاقات العامة في مجتمعنا، كما تطرقت الدراسة إلى العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسات وكذلك مهام ووظائف العلاقات العامة، وتكمن أهمية الدراسة كذلك في التعرف على علاقة العلاقات العامة بالمحيط الداخلي والخارجي، كذلك تبحث دور العلاقات العامة وقت الأزمات، ودراسة الآراء والمقترحات للنهوض بأقسام العلاقات العامة، دراسة حسين لم تستند إلى نظرية، إنما اعتمدت على استنتاجات الدراسة التي أسسها (جرونج وهانت) والتي استنتجت أربعة نماذج رئيسية، وهي: نموذج النشر والتنسيق مع وسائل الإعلام، ونموذج الإعلام العام، ونموذج الاتصال غير المتناسق، ونموذج الاتصال المتناسق باتجاهين. واعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة ومنهج المسح، حيث استعمل الباحث استبياناً من (30) سؤال وُزِعَ على ممارسي العلاقات العامة والمسؤولين في المؤسسات الخاصة والعامة بعدد من الدول العربية: مصر، والسودان، وعمان، والكويت، والسعودية، والإمارات العربية المتحدة، حيث تم توزيع 500 استبانة.

وأكدت نتائج الدراسة أن موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي غير واضح، وفي معظم الأحيان يكون قسم العلاقات العامة والمشرف عليه تابعاً لإدارات أخرى، كما أوضحت الدراسة أن عدد الموظفين في أقسام العلاقات العامة قليل جداً وغير كافٍ للقيام بالمهام المسندة للعلاقات العامة، أضف إلى ذلك النقص الكبير في المعدات والأجهزة والإمكانات المادية.

وفي نفس السياق هدفت دراسة **أبو سليم (2006)** إلى التعرف إلى مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية في محافظات غزة، وعلى الفروق في دراسة مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة وفقاً لمتغير: الجنس، والمؤهل العلمي، ومجال العمل، وسنوات الخبرة، والكلية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم الاستعانة بالاستبانة، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية

مقدارها (143) موظفاً من العاملين في ثلاث كليات تقنية، وهي: كلية العلوم والتكنولوجيا، وكلية فلسطين التقنية، وكلية مجتمع العلوم المهنية والتطبيقية. ولم تستند دراسة أبو سليم على نظرية، وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها: إدارة العلاقات العامة تعمل على تعزيز انتماء العاملين في الكلية بدرجة متوسطة، وأنّ هناك عجزاً في مؤهلات رجل العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين، وأنّ إدارة العلاقات العامة في الكليات التقنية ذات جهات الإشراف العام والخاص متقدمة بشكل أفضل عنها في الكليات التقنية ذات الإشراف الحكومي.

وهدفنا دراسة دراغمة (2011) إلى إيضاح الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث (جامعة النجاح الوطنية، وجامعة بيرزيت، والجامعة الإسلامية) تجاه جماهير الطلبة، وإيضاح الطريقة المناسبة التي تتأكد فيها دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث من نجاح برامجها، ووصول رسالتها إلى جمهور الطلبة، والوصول إلى نتائج تقييمية واضحة للدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه جماهير الطلبة، والتعرف إلى الفروقات ذات الدلالة الإحصائية للأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة، والتعرف إلى مدى إلمام جماهير الطلبة بالدور الذي تقوم به العلاقات العامة والتعرف إلى مدى رضاهم عن الدور الذي تقوم به العلاقات العامة تجاهه وبيان مهام العلاقات العامة ووظائفها في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه جماهير الطلبة. استخدم الباحث الاستبانة كأداة الدراسة حيث وزع (211) في جامعة النجاح الوطنية، و (201) في جامعة بيرزيت، و (236) في الجامعة الإسلامية، واعتمد المنهج الوصفي التحليلي لمناسبه أغراض الدراسة. بُني الإطار النظري لهذه الدراسة على نظرية (أيفي لي) التي تقول: "لا بد من إعلام الجمهور" (Public be informed)، وتوصلت الدراسة إلى أن دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تقتصر دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة في المواضيع الآتية: التلفاز لنشر الإعلانات الخاصة بطلبة الثانوية العامة، وزيارة طلبة الثانوية العامة في مدارسهم، وتنظيم زيارات لهم في الجامعة، وتوزيع أقراص مرنة عليهم؛ لفاعليتها في القيام بالدور المطلوب منها في تشجيع طلبة الثانوية العامة واستقطابهم للجامعة، والعمل على مشاركة طلبة الجامعة في الأنشطة الجامعية، وتحفيزهم على العمل التطوعي. وعليه أوصى الباحث بضرورة استخدام وسائل الإعلام المختلفة، وضرورة قياس الرأي العام الداخلي

لأهميته، والعمل على نقل آراء الطلبة ومقترحاتهم لإدارة الجامعة، ونقل صورة الجامعة الحقيقية لهم، وضرورة توافر قاعدة بيانات خاصة بالطلبة الخريجين في دوائر العلاقات العامة؛ بهدف التواصل معهم ودعوتهم للمشاركة في الأنشطة الجامعية.

بينما هدفت دراسة الحديد (2010) إلى التعرف على واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها، وذلك بالتعرف على تقييم النشاطات والخدمات التي تقدمها الدائرة لهم وكذلك التعرف على مدى إشراك الطلبة بنشاطاتها وخدماتها. تكوّن مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الأردنية المسجلين في العام الجامعي (2010/2009)، البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، والبالغ عددهم (36569) طالب وطالبة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة وُزعت على (1097) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية. ومن حيث المنهج، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستندت على نظرية ترتيب الأولويات وذلك؛ لافتراض أن وسائل الإعلام هي من تقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق وإهمال قضايا أخرى. وفي هذه الدراسة تبين دور دائرة العلاقات العامة في ترتيب أولويات اهتمام الطلبة بسبب اعتمادهم على وسائل الاتصال المتاحة في الجامعة، حيث تشكل هذه الوسائل تأثيراً في تشكيل أفكار وآراء الطلبة وبالتالي تؤثر في تحديد أولوياتهم، وقد توصلت الدراسة إلى ما يأتي: أن تقييم أداء دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة بشكل عام قد جاء بدرجة منخفضة، وأن الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة بشكل عام قد جاءت بدرجة منخفضة، وأن مدى اشتراك الطلبة في مهام ونشاطات دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية جاء بدرجة متوسطة، وأن التقييمات قد تراوحت بين المتوسط والمنخفض. وتشابهت هذه الدراسة مع دراسة دراغمة في أنها أوصت بضرورة توجيه وتركيز الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة إلى الطلبة، وضرورة إشراك الطلبة في نشاطات ومهام دائرة العلاقات العامة في الجامعة؛ ليكونوا داعماً في تكوين الصورة الذهنية الطيبة عن الجامعة.

أما دراسة الجنابي (2016) فهدف إلى التعرف إلى دور العلاقات العامة بأبعادها المتمثلة بكل من: البعد المهني، والبعد الشخصي، والبعد المجتمعي، في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات

الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبتراء أنموذجاً، وقد قام الباحث بتوظيف النظرية الوظيفية؛ كونها تعد مدخلاً لدراسة وظيفة العلاقات العامة وما يرتبط بها من جوانب إيجابية في تحقيق الصورة الطيبة للعلاقات العامة، وبالتالي خلق الدافع والسبب لاستقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي من خلال قيامه بمراجعة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة، كما قام الباحث بمسح ميداني من خلال تصميم استبانات وتحكيمها وتوزيعها على عينة مكونة من (570) من كلا الأساتذة والطلبة الجامعيين، في كلا الجامعتين وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

التفاوت في طبيعة عمل كل من دائرتي العلاقات العامة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبتراء، بقيامها بوظيفتيهما في استقطاب الأساتذة والطلبة تبعاً لأبعادها الوظيفية من وجهة نظر كل من الأساتذة والطلبة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في إسهام دائرتي العلاقات العامة في ابتكار سياسات ناجحة وتقديم العروض والحوافز في استقطاب وتعيين الأساتذة في كل من الجامعتين، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في كيفية تحقيق العلاقات العامة للسياسات التسويقية الناجحة تساهم في استقطاب الطلبة في كلا الجامعتين، وفي متابعة قسم العلاقات العامة للقضايا الاجتماعية للطلبة وزرع روح الولاء والانتماء في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبتراء. وعليه أوصى الباحث بضرورة الاهتمام بالبعد المجتمعي للأساتذة الجامعيين من دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الخاصة، وتعزيز دور دائرة العلاقات العامة في الجوانب المتعلقة بمتابعة القضايا الاجتماعية للطلبة، وتوسيع نطاق الصلاحيات لدائرة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الخاصة وتوفير الدعم المالي لهم من قبل إدارة الجامعة، وضرورة تعزيز دور التكنولوجيا والتقنيات واستخدامها في القيام بوظائف العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الخاصة، ورسم الخطط التنافسية واتباع دائرة العلاقات العامة سياسات تسويقية ناجحة تهدف لاستقطاب الفئات المختلفة من الطلبة.

وركزت دراسة العلاطي (2011) على المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة، حيث هدفت إلى التعرف على المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث: التأهيل، والتدريب، والخبرات، ورضا الممارسين وتقييمهم للظروف الوظيفية التي يعملون بها. ولم تستند دراسة العلاطي على نظرية، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (250) مفردة

تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة، وتم تحليل (235) استبانة كانت صالحة للتحليل الإحصائي، وكان من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن نسبة ممارسي العلاقات العامة غير المتخصصين في الإعلام والعلاقات العامة بلغت 80.8%، وأن من أبرز جوانب النقص التي يعاني منها ممارسو العلاقات العامة النقص في الدورات التدريبية والتخطيط وعدد الموظفين.

في ضوء النتائج أوصت الباحثة بضرورة زيادة عدد العاملين في العلاقات العامة من حملة الشهادات العليا، وتوفير المزيد من الدورات المهنية في المجالات التي يحتاجها ممارسو العلاقات العامة، والعمل على توفير أقسام أو دوائر للعلاقات العامة بمستوياتها الإدارية الثلاث: العليا، المتوسطة، التنفيذية، وضرورة القيام بحملات إعلامية مخططة من أجل زيادة تفهم الناس والجمهور الداخلي أيضاً لأهمية العلاقات العامة في الوزارات والدوائر الحكومية.

أما دراسة الجعبري (2009) فتهدف بشكل عام إلى التعرف على مدى فاعلية إدارة التميز، ومساهمتها في إحداث تطوير لأداء مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية، حيث تتمحور مشكلة الدراسة على استقصاء واقع تطبيق إدارة التميز في مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية، ومدى علاقتها بتطوير الأداء المؤسسي وذلك من خلال التعرف إلى التطبيقات الفرعية لكل عنصر من عناصر إدارة التميز الآتية: القيادة بالإبداع، والسياسات (الاستراتيجيات)، وإدارة الموارد البشرية، وإدارة العمليات، والعلاقات والموارد، والتركيز على الطلبة والبحث العلمي، وانعكاس ذلك على نتائج الأعمال. لم تُبنى دراسة الجعبري على نظرية، وقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. أما جمع البيانات بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة فقد تم من خلال إعداد استبانة تم توزيعها على جميع أفراد مجتمع الدراسة المتمثل في: الإدارة العليا، ورؤساء ونواب ومسؤولي وحدات الجودة أو التخطيط والتطوير في مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج إيجابية نوعاً ما فيما يتعلق بامتلاك مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية لعناصر إدارة التميز، كما بينت النتائج أن مستوى الأداء لمؤسسات التعليم العالي متوسط، ويوجد تفاوت بين تلك المؤسسات فيما يتعلق بمدى امتلاكها وممارستها لعناصر إدارة التميز وفي نتائج الأعمال وآلية التقييم الذاتي المرتبطة بها، كما قدمت الدراسة ترتيباً لهذه المؤسسات حسب الدرجات التي تم تحقيقها بناءً على تحليل

البيانات، وأوصت الدراسة بضرورة تبني نموذج إدارة التميز المقترح بحيث يتم تطبيقه على مؤسسات التعليم العالي وإجراء تقييم دوري بناء عليه، ومنح جوائز مادية ومعنوية للمؤسسات المتميزة. لم تنطرق هذه الدراسة إلى دائرة العلاقات العامة، إلا أنها تشابهت مع الدراسة الحالية في تركيزها على عناصر إدارة التميز ومدى فاعليتها في إحداث تطوير لأداء مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية.

التعقيب على الدراسات العربية:

لاحظت الباحثة في ضوء الدراسات سابقة الذكر، أنه للوصول إلى نموذج متطور لأداء دائرة العلاقات العامة والنهوض به، لا بد من الاهتمام بأقسام العلاقات العامة من الناحية التنظيمية - الهيكل التنظيمي-، وضرورة ربط دائرة العلاقات برأس الهرم الإداري، وكذلك فيما يتعلق بالميزانية والمعدات والأجهزة وكذلك توفير كوادر بشرية مؤهلة ومتخصصة في مجال العلاقات العامة وضرورة تكثيف الدورات التدريبية للأفراد العاملين في إدارة العلاقات العامة، وتوظيف ممارسين أكفاء يتمتعون بمهارات اتصالية وإدارية وبخبرة معتبرة في العلاقات الإنسانية وقدرة كبيرة على إجراء البحوث ودراسة الرأي العام واستعماله في اتخاذ القرارات الرشيدة التي تؤدي إلى التفاهم التام بين المنظمة ومحيطها الداخلي والخارجي، وضرورة تعزيز دور التكنولوجيا والتقنيات واستخدامها في القيام بوظائف العلاقات العامة، ورسم الخطط التنافسية واتباع دوائر العلاقات العامة سياسات تسويقية ناجحة تستهدف استقطاب الجماهير المستهدفة، ولكي ننهض بدوائر العلاقات العامة فإنه لا بد أيضاً من التركيز على عنصر الأخلاق.

إنّ ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات سالفة الذكر أنها الدراسة الأولى في فلسطين التي تبحث في نظرية التميز على حد علم الباحثة، حيث استندت دراسة المجالي (2009) على نظرية النظم، ووفقاً لنظرية النظم، يتمثل دور العلاقات العامة في موازنة القوى الداخلية والخارجية لمصلحة المنظمة. وتتمتع العلاقات العامة بموقع فريد لاكتشاف آراء الجمهور وفهمها وتحليلها، حيث يمثل ممارسو العلاقات العامة مفاتيح الربط بين المنظمة وبيئتها، وترى الباحثة أنه من الأفضل في دراسة المجالي أن تستند إلى نظرية التميز وذلك؛ لأن أبعادها المقاسة اشتملت على بعض مبادئ وأبعاد

نظرية التميز. واعتمدت دراسة الحديد (2010) على نظرية ترتيب الأولويات، وبنيت دراسة الجنابي (2016) على نظرية الوظيفية، واستندت دراسة دراغمة (2011) على نظرية (أيفي لي) التي تقول: "لا بد من إعلام الجمهور"، وفق ما ورد في البحث، إلا أن هذه ليست نظرية حقيقة، إنما مقولة، وبناءً دراسة على شعارٍ وأقوالٍ يضعفُ الدراسة. أما دراسة حسين (2012) فلم تستند إلى نظرية لكنها اعتمدت على استنتاجات النماذج الأربعة لـ(جرونج وهانت)، وتبين أن دراسة كل من (جودة، 2011؛ أبو سليم، 2006؛ العلاطي، 2011) لم تستند إلى نظرية؛ أما دراسة الجعبري (2009) لم تستند إلى نظرية، إلا أنها تشابهت مع الدراسة الحالية في تركيزها على عناصر إدارة التميز ومدى فاعليتها في إحداث تطوير لأداء مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية. أما بالنسبة لنوع البحث ومنهجه، فتشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات سابقة الذكر في اعتمادها البحث الوصفي، والمنهج الكمي والاستعانة بالاستبانة كأداة للتوصل إلى النتائج.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

استندت دراسة (Anumatratchakit - 2002) على النموذج غير المتناسق باتجاهين، وعلى النظرية التبادلية، وهدفت إلى التعرف على مسؤوليات موظف العلاقات العامة ومهامه، والمهارات التي يجب أن تتوفر فيه من وجهة نظر كل من رؤساء الجامعات وموظفي العلاقات العامة، وقد استخدم الباحث فيها المنهج الوصفي التحليلي، وصمم استبانته لأربعين رئيس جامعة وأربعين موظفاً في العلاقات عامة في الجامعات الخاصة في (تايلاند) لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها: وجود فروقات ذات دلالات إحصائية بين مفاهيم رؤساء الجامعات ومفاهيم موظفي العلاقات العامة في الموضوعات الآتية: علاقة المؤسسة بالمجتمع وبالصحافة، وتقديم النصح لإدارة الجامعة وموظفيها، والمشاركة في إدارة الأزمات وفي تطوير خطتها. وتوقع رؤساء الجامعات أن تقدم العلاقات العامة أنشطة مهمة أكثر من الذي تقوم به، ولكنها لا تفعل. واتفق الفريقان على أهمية المهارة لموظف العلاقات العامة في المجالات الفنية والإدارية والمهارات المهنية، وتوقع رؤساء الجامعات من العلاقات العامة أن تقوم بدور أكبر في مجال الخريجين، وبينت الدراسة أن أكثر أنشطة العلاقات العامة في الجامعات تتركز على

المنشورات ومتابعة بعض الأنشطة والصحافة الإلكترونية. وعليه أوصى الباحث بوضع تصور لوصف وظيفي لموظفي العلاقات العامة بناء على مفاهيم رؤساء الجامعات، وموظفي العلاقات العامة - يبين المسؤوليات والمهارات والأنشطة التي يؤدي تنفيذها إلى علاقات عامة فاعلة.

أما دراسة (Yang - 2010) أجريت على نطاق البلد؛ لتحديد العوامل التنظيمية والفردية التي لها تأثير كبير على أداء ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في (تايوان). وطبقاً لوزارة التعليم في (تايوان)، فقد تضاعف عدد مؤسسات التعليم العالي في هذا البلد من عام (1992) إلى عام (2007) إلى ثلاثة أمثاله، من خمسين إلى (164) مؤسسة، وخلال الفترة نفسها، شهدت (تايوان) انخفاضاً مطرداً في معدل المواليد، وقد أدى هذان العاملان إلى منافسة شديدة بين مؤسسات التعليم العالي في (تايوان)، وهنا سلطت الضوء على أهمية العلاقات العامة التعليمية في بناء صور جذابة لهذه المؤسسات؛ بهدف تعزيز قدرتها التنافسية بعد الاعتراف بأهمية العلاقات العامة التعليمية. وعليه أنشأت بعض الجامعات والكليات في (تايوان) وحدات إدارية، ووظف فيها موظفون خصيصاً للعلاقات العامة من أجل تعزيز الميزة التنافسية للجامعات والكليات، ومن ثم فإن الغرض من هذه الدراسة هو تحديد العوامل التي لها آثار كبيرة على أداء ممارسة العلاقات العامة من حيث وظائف العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في (تايوان). لم تستند الدراسة إلى نظرية، واعتمد الباحث المنهج الكمي، واستخدم الاستبانة كأداة، وأخذ عينة من (600) موظف إداري كانت وظائفهم تتعلق بالعلاقات العامة الجامعية، من جميع الجامعات والكليات البالغ عددها (164) في (تايوان)، وقد شمل هؤلاء الممارسون في مجال العلاقات العامة الموظفين في مكاتب العلاقات العامة، ومكاتب الشؤون العامة، والمكاتب الصحفية، ومكاتب الأمانة وتم تعيين (301) استبياناً فعالاً، مما أسفر عن نسبة 50% صحيحة. وفي هذه الدراسة تبين أن هناك أربعة عوامل تنظيمية مؤثرة، هي:

- 1) مستوى التسلسل الهرمي للعاملين في العلاقات العامة في الجامعات والكليات.
- 2) القيمة والدعم الذي يقدمه رئيس الجامعة للعلاقات العامة.
- 3) محاولة الكلية للحصول على تصديق كجامعة.
- 4) استقرار الجامعة أو الكلية.

وبين الباحث أن هناك خمسة عوامل فردية تؤثر على ممارسة العلاقات العامة التعليمية التي تم استكشافها في دراسة (يانغ) النوعية (2005): "عصر ممارس العلاقات العامة؛" و"الخصائص الشخصية؛" و"خبرة العمل السابقة في العلاقات العامة والاتصالات؛" و"الخلفية التعليمية في العلاقات العامة والاتصالات؛" و"النوع". ولكن في هذه الدراسة، لم يتم فحص سوى "الخلفية التعليمية" للعوامل الخمسة الفردية التي ترتبط بشكل كبير بأداء ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في تايوان.

واستناداً إلى تصور المشاركين للعلاقات العامة التعليمية، فإن الاستنتاج من هذه الدراسة هو أن ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في (تايوان) لا تزال تحتاج إلى المزيد من التطوير. وأن أحد العقبات الرئيسية التي تحول دون تطوير العلاقات العامة المدرسية، هو أن المؤسسات التعليمية نادراً ما توظف مهنيين في هذا المجال بشكل عام. لا يملك الممارسون المسؤولون عن العلاقات العامة التعليمية خلفيات تعليمية، ولا خبرة عمل ذات صلة في العلاقات العامة أو الاتصالات. بالإضافة إلى ذلك، تم اكتشاف العوامل التنظيمية بأنها ذات تأثير أكبر من العوامل الفردية على أداء العلاقات العامة التعليمية في هذه الدراسة. ولذلك، يقترح الباحث تعزيز أداء العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا، وذلك بإيلاء الاهتمام إلى الجوانب التنظيمية الأربعة سالفة الذكر. وذلك بضرورة أن يتمتع ممارسو العلاقات العامة في الجامعات أو الكليات بالقدر الكافي من السلطة لإدارة شؤون العلاقات العامة، والإذن بالانضمام إلى فريق الإدارة. ومن المهم أن يكون لدى رؤساء الجامعات والكليات في (تايوان) فهم ودعم مناسبين للعلاقات العامة؛ لتطوير العلاقات العامة في هذا المجال. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن جامعة أو كلية أقل استقراراً، واقترح الباحث أن بإمكانها تعزيز استقرارها من خلال تحسين نوعية المشورة في مجال العلاقات العامة، وعلاقات الموظفين، والتدريب في مجال العلاقات العامة، إضافة إلى ضرورة توظيف ممارسي العلاقات العامة الذين لديهم خلفية تعليمية في العلاقات العامة أو الاتصالات (بما في ذلك الصحافة) لشغل مناصب العلاقات العامة في الجامعات أو الكليات.

بينما هدفت دراسة (Grier - 2001) إلى التعرف على أخلاقيات و اتجاهات موظفي العلاقات العامة في ثلاث جامعات عامة في ولاية (Minnesota) وأنشطتهم، ولم تستند الدراسة الى نظرية،

واستخدم الباحث المنهج النوعي، واعتمد المقابلات المفتوحة وأسلوب الملاحظة، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج الخاصة بالعلاقات العامة الداخلية في التعليم العالي، من أهمها: أن تكون الإدارة جديرة بالثقة ومخلصة في عملها القيادي لصالح المؤسسة في المجتمع، وأن يمثل المسؤول ثقافة المؤسسة التعليمية التي تشجع الموظفين على التعاون في العمل على كل المستويات بطريقة ودودة وذات معنى، ويجب على المؤسسة أن تشجع ثقافة التحفيز والتشجيع لمكافأة الموظف النشط بطريقة عادلة، وعلى كل مؤسسة أن يكون لديها ميثاق أخلاقي يعكس ثقافة المؤسسة مع الحرص على تطبيقه من قبل أعضائها، وأوصت كذلك بضرورة الالتقاء ما بين الإدارة العليا ومديري العلاقات العامة لمتابعة الاهتمام بقضايا أخلاقيات موظفي العلاقات العامة.

وهدفت دراسة (Elshobaki - 2017) إلى التعرف على التميز التنظيمي، والمؤسسي في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، من وجهة نظر الإدارة العليا، حيث أجريت الدراسة في الجامعة الإسلامية، والأزهر، وجامعة الأقصى في عام (2016).

لم تُبنى هذه الدراسة على نظرية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتوزيع الاستبيانات على الإدارة العليا في الجامعات الفلسطينية، حيث بلغ حجم العينة (344) موظفاً في الإدارة العليا في الجامعات الفلسطينية، وقام باختيار عينة عشوائية طبقية من العاملين في الجامعات الفلسطينية تتكون من (182) موظفاً، واستخدم برنامج التحليل الإحصائي لمعالجة البيانات.

توصلت دراسة الشوبكي إلى نتائج من أهمها: توافق الإدارة العليا إلى حد كبير على أهمية محور التميز في القيادة و قطاعات خدمة التميز، كما توافق بشكل معتدل على أهمية محور التميز المعرفي، وأهمية التفوق التنظيمي، وأظهرت الدراسة وجود ضعف في توظيف البحث العلمي لخدمة المجتمع، كما أن هناك ضعف في متابعة إدارة الجامعات لأداء خريجها في المؤسسات التي يعملون فيها. وأوصت دراسة الشوبكي بضرورة تطوير مبادئ ومعايير عادلة؛ لاختيار أفضل المرشحين لقيادة الجامعات على أساس التخصص، والكفاءة، والخبرة، والمهارات، والنزاهة، وليس على أساس المحسوبية، وإنشاء حاضنات تقنية في الجامعات؛ لتبني مشاريع بحثية جامعية متميزة وحمايتها، ودعمها، وتسويقها، وإنشاء مراكز التميز للبحث العلمي في الجامعة، مع مراعاة تخصصات الأقسام

في الكليات المختلفة، وتقديم خدمات البحث والمعرفة للباحثين وواضعي السياسات والمجتمع والمؤسسات المختلفة.

كما تناولت دراسة (Alkhouli - 2012) تطور ممارسة العلاقات العامة في التعليم العالي في فلسطين، في الفترة الواقعة ما بين (1994 - 2012)، وهدفت الدراسة إلى توفير أساس علمي من الأدلة التجريبية على هيكل وممارسة ودور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وتصورات حول هذه الجوانب من المشاركين في ذلك كالقادة والممارسين للعلاقات العامة، والأكاديميين، والموظفين الآخرين في هذه الجامعات الذين يتأثرون بشكل مباشر أو غير مباشر بأنشطة العلاقات العامة.

ركزت الدراسة على الوضع التنظيمي والقوى العاملة والأنشطة والوظائف والأهداف في الجامعات الفلسطينية، واكتشاف ما إذا كانت هناك اختلافات كبيرة بين الجامعات فيما يتعلق بوجود قسم علاقات عامة في الجامعة، وموقف مديري العلاقات العامة والممارسين تجاه مفاهيم وأنشطة العلاقات العامة، والعديد من الأهداف الأخرى.

ولتحقيق هذه الغاية استخدم الباحث المنهج المقارن، والمنهج الوصفي التحليلي كذلك، وقام بإجراء مسح بحثي لمديري وممارسي العلاقات العامة في أربع جامعات فلسطينية، وهي جامعة النجاح الوطنية، وجامعة بيرزيت، وجامعة الأزهر، والجامعة الإسلامية في غزة، وبلغ معدل الاستجابة (83%)، إضافة إلى العينة العشوائية بسيطة للموظفين الآخرين في هذه الجامعات، وبدأت الدراسة في عام (2009).

لم تستند الدراسة إلى نظرية، و توصلت إلى أن العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تُمارس بطريقة شبه غربية، كما أن هناك محاولات لتوسيع الأقسام من خلال الأنشطة والبرامج التي أدت إلى زيادة في عدد الممارسين للعلاقات العامة، ورغم ذلك لا يزال هناك بعض الالتباس حول ماهية العلاقات العامة بالضبط، وربطها بالدعاية.

وبينت الدراسة أهم العقبات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، ومن أهمها، قلة التمويل وعدم توفر الوصف الوظيفي، والافتقار إلى فهم حقيقي للعلاقات العامة من قبل الموظفين. وأوصت الدراسة بتطوير العلاقات العامة داخل الجامعات الفلسطينية، من خلال البحث، وتوظيف

حملة شهادات العلاقات العامة فيها، وتنظيم برنامج تدريبي لهم لتحسين مهاراتهم الشخصية، وإقامة تنسيق بين مؤسسات التعليم العالي وإدارات المنظمات الحكومية، وخاصة مع وزارة التعليم والتعليم العالي التي ستوافق على أنواع مختلفة من برامج العلاقات العامة.

دراسات اعتمدت نظرية التميز

هدفت دراسة (Bashir-2019) إلى دراسة مدى تطبيق مبادئ التميز في دولة الكويت، وتكوين رؤى حول العوامل التي تؤثر على الممارسة الاستراتيجية وإدارة العلاقات العامة عبر الشركات والمنظمات الحكومية وغير الربحية، واعتمدت الدراسة على المقابلة المعمقة كأداة حيث أجريت مقابلات متعمقة مع 21 من ممارسي العلاقات العامة الكويتيين وشملت العينة عشرة من الممارسين الحكوميين (شركتان للبتروكيماويات، وثلاث وزارات، ومؤسسة بحثية علمية، وحكومة، ومؤسسة تعليمية، وسلطة بيئة، ومنظمة للخدمات المدنية)، وتسعة ممارسين في مجال الشركات (شركتان للاتصالات، ثلاثة بنوك، فندق خمس نجوم، شركة عقارية، وشركة استثمار، وخدمات مالية، وجامعة خاصة) وممارسين من منظمات غير ربحية (مؤسسة خيرية، ومنظمة خدمات اجتماعية). استندت الدراسة على نظرية التميز واقتصر الباحث دراسته على المبادئ الأربعة المرتبطة مباشرة بالمفهوم الأساسي للإدارة الاستراتيجية في نظرية التميز، والمتمثلة في الآتي: مبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن، واتباع نموذج تماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة، وإمكانية المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة. وقد كشفت النتائج أن العلاقات العامة في الكويت لا تتم بشكل عام "بامتياز" حيث أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من الذين تمت مقابلتهم يعتقدون أن الإدارة العليا تنظر إلى العلاقات العامة على أنها أقل أهمية من الإدارات الأخرى، وتبين أن ممارسو العلاقات العامة أقل مشاركة في الإدارة الاستراتيجية، وأقل قدرة على المشاركة في التحالف المهيمن، ولقد قدم الممارسون العديد من العوائق بما في ذلك انعدام العلاقات العامة لدى الإدارة العليا، وتعيين موظفين غير مؤهلين لشغل مناصب العلاقات العامة، مما خلق تفاوت في فهم التواصل المتوازن للعلاقات العامة، كما أن ثقافة الشركات، وقطاع التنظيم ونظام العمالة قد أسهم

في تدني مستوى أداء العلاقات العامة. وعليه أوصت الدراسة الممارسين والأكاديميين على ضرورة العمل من أجل تغيير ممارسة العلاقات العامة وكيفية التعامل معها في الكويت، وذلك من خلال تحسين المناهج الدراسية، وإقناع الإدارة العليا بأهمية العلاقات العامة فهي لا تقتصر فقط على الدعاية والتخطيط للأحداث، فهي تضفي قيمة للمنظمات، وتدير الاتصالات والعلاقات بين المنظمة وجماهيرها وعليه يتوجب إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وأن تكون أكثر قوة، وأن تكون متماثلة، وأن تدار من قبل ممارسين على قدر كبير من المعرفة والخبرة في مجال العلاقات العامة.

واستندت دراسة (Oldenbanning - 2013) إلى نظرية التمييز في شرحها لمفهوم احتراف العلاقات العامة، حيث ركزت على الصفات والأبعاد المهمة لممارسة الاحترافية للعلاقات العامة، التي تؤدي دوراً مهماً في المساعدة في فهم عمليات اتصالات العلاقات العامة، وطبقت الدراسة إطار عمل (Gruning) نموذج الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه.

حاولت هذه الدراسة تضيق الفجوة بين ممارسي العلاقات العامة الأقل خبرة والأكثر خبرة، وذلك بجعل الفروقات بين ممارسي العلاقات العامة الأقل خبرة والأكثر خبرة أكثر وضوحاً، وهدفت الدراسة إلى تقديم توصيات، أو مراجعات مفيدة لجمهور العلاقات العامة (الذي يتألف من المعلمين والمهنيين والطلاب) لتحسين مجال القيادة في العلاقات العامة.

أجريت هذه الدراسة على مرحلتين، الأولى توضح الاختلافات بين ممارسين للعلاقات العامة من خلال مسح إلكتروني لبيانات جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA) والثانية من خلال إجراء مقابلات متعمقة من خلال (37) من كبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة والمهنيين.

توصلت الدراسة إلى أن القدرة الإستراتيجية على اتخاذ القرارات، والقدرة على حل المشكلات، ومعرفة وخبرات التواصل تشكل أهم ثلاث سمات للقيادة الاحترافية، علاوة على ذلك، صنف المجيبون أن التدريب على مهارات الاتصال، والمبادرة الفردية، والرغبة، والخبرات أثناء العمل تؤدي إلى ممارسة احترافية للعلاقات العامة.

كما أشار حوالي نصف المجيبين إلى أن قيادة العلاقات العامة تختلف في ثلاث طرق عن القيادة في المجالات الأخرى، ويشمل ذلك القدرة على بناء الرسائل بشكل استراتيجي، وامتلاك رؤية شاملة

لكيفية التواصل مع جمهورها في النظام الاجتماعي الأوسع، والإيمان بأهمية الاتصالات والإجراءات المنظمة الصادقة والأخلاقية.

كما انطلقت دراسة (Yue - 2016) من نظرية التميز في تحليلها لاستراتيجيات إدارة العلاقات العامة في الصين، وهدفت الدراسة إلى توسيع نطاق المعرفة في العلاقات العامة العالمية من خلال دراسة ما إذا كانت العلاقات العامة تدار بشكل استراتيجي في الصين، وما إذا كانت تسهم في صنع السياسة التنظيمية، وإجراء تحليل مفصلٍ للحالة الراهنة لإدارة العلاقات العامة الاستراتيجية في الصين.

ولتحقيق هذه الغاية استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث وجّه استبياناً إلى عينة تبلغ (92) شخصاً، كما قابل (20) ممارساً للعلاقات العامة في الصين.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة نادراً ما تدار بطريقة إستراتيجية في الصين، على وجه الخصوص، حيث بينت الدراسة إن العلاقات العامة تتخبط في الدور الفني وليس في صنع السياسة التنظيمية، وبينت النتائج أن العلاقات العامة لم تكن عضواً في الائتلافات المهيمنة، كما أن نموذج الصحافة كان الأكثر استخداماً في الصين في حين أن الاتصالات المتماثلة ثنائية الاتجاه لم تمارس كثيراً، وأكدت الدراسة أن الممارسة الحالية للعلاقات العامة غير كافية، وتواجه تحديات في توظيف المهارات المؤهلة في العلاقات العامة، وبناء العلاقات الجيدة مع الوكالات، واستخدام وسائل الإعلام الرقمية بشكل أفضل. وأوضحت النتائج أنه لم يظهر كبار مديري المؤسسات اهتماماً كبيراً بالارتقاء بمكانة العلاقات العامة، ولم يتم تقييم العلاقات العامة بدرجة كافية من قبلهم لتمكينها من الانضمام إلى أعلى هيئة لصنع القرار - الائتلاف المهيمن.

وفسرت الدراسة الافتقار إلى المهارات الإدارية في العلاقات العامة أنه يُعزى إلى عدم حصول الممارسين على أدوار إدارية أو ممارسة التواصل في اتجاهين، وأوصت الدراسة بضرورة قيام ممارسي العلاقات العامة الصينيين بتدعيم معارفهم الإدارية من أجل ممارسة التواصل المتماثل ثنائي الاتجاه بشكل أفضل، واستخدام الوسائط الرقمية للتواصل بدلاً من التعامل معها كتهديد.

التعقيب على الدراسات الأجنبية:

تناولت الدراسات الأجنبية سالفه الذكر الحديث عن مسؤوليات موظف العلاقات العامة ومهامه، والعوامل التنظيمية والفردية التي لها تأثير كبير على أداء ممارسة العلاقات العامة، وركزت على الأبعاد والصفات المهمة لممارسة الاحترافية للعلاقات العامة والتميز التنظيمي، وتشابهت دراسة (Anumatratchakit, 2002; Yang, 2010; Elshobaki, 2017; Yue, 2016) من حيث المنهج، حيث اعتمدت المنهج الكمي، وتشابهت مع الدراسة الحالية في اعتمادها أداة الاستبانة للوصول إلى النتائج واعتمدت دراسة (Anumatratchakit - 2002) على النموذج غير المتناسق باتجاهين، وعلى النظرية التبادلية، أما عن دراسة (Alkhouli - 2012) فقد تشابهت مع الدراسة الحالية في اعتمادها البحث الوصفي المقارن إلا أنها لم تستند إلى نظرية. أما دراسة (Elshobaki - 2017) فقد درست التميز التنظيمي في الجامعات الفلسطينية، إلا أنها لم تستند أيضاً إلى نظرية، أما دراسة (Oldenbanning - 2013) ودراسة (Yue - 2016) ودراسة (Bashir - 2019)، تتشابه مع الدراسة الحالية في استنادها إلى نظرية التميز. إن ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات الأجنبية التي اعتمدت على نظرية التميز أنها تدرس كافة أبعاد التميز.

ثالثاً: خلاصة التعقيب على الدراسات العربية والأجنبية:

استعرضت الباحثة خلال هذا الفصل العديد من الدراسات ذات المساس المباشر بموضوع الدراسة، وذلك بقصد التعريف بالآراء والتوجهات العلمية حول المشكلة البحثية، والمساهمة في إثراء الجانب النظري للبحث. حيث اتفقت الدراسات سابقة الذكر مع الدراسة الحالية في اهتمامها بالعلاقات العامة وأنشطتها ودورها الفعال في تحقيق أهدافها المرجوة منها، حيث أكدت الدراسات على ضرورة ربط دائرة العلاقات العامة برأس الهرم الإداري، ودعم الإدارة العليا لإدارة العلاقات العامة في تنفيذ برامجها وأنشطتها وتوفير الدعم المالي لها، وضرورة توظيف ممارسين أكفاء في مجال العلاقات العامة يتمتعون بمهارات اتصالية وإدارية، وخبرة في العلاقات الإنسانية، وقدرة على دراسة الرأي العام واستعماله في اتخاذ القرارات الرشيدة التي تؤدي إلى التفاهم بين المنظمة ومحيطها الداخلي والخارجي، إضافة إلى العمل على عدم التضارب في الصلاحيات مع دوائر وإدارات أخرى في

المؤسسة، وكما أكدت على ضرورة أن يكون لكل مؤسسة ميثاق أخلاقي يعكس ثقافة المؤسسة مع الحرص على تطبيقه من قبل أعضائها وأكدت كذلك على ضرورة الالتقاء ما بين الإدارة العليا ومديري العلاقات العامة؛ لمتابعة الاهتمام بقضايا وأخلاقيات موظفي العلاقات العامة، وضرورة تعزيز دور التكنولوجيا والتقنيات واستخدامها في القيام بوظائف العلاقات العامة في المؤسسات، ورسم الخطط التنافسية، واتباع دائرة العلاقات العامة سياسات تسويقية ناجحة تهدف لاستقطاب الفئات المستهدفة، وممارسة نموذج الاتصال المتوازن المتمثل ثنائي الاتجاه.

وترى الباحثة أن ما يميز الدراسة الحالية عن غيرها أنها، وفق علمها، فريدة في مجالها وبخاصة في الجامعات الفلسطينية، وذلك تبين في الدراسات سابقة الذكر أن الدراسة الحالية هي الأولى في فلسطين، والتي تبحث في نظرية التميز. حيث تكمن أهميتها كونها تبحث وتدرس وتستقصي واقع تميز ممارسة العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وفلسطين التقنية "خضوري" وفقاً لنظرية التميز، والعمل على تطوير مفهوم العلاقات العامة علماً وممارسة وإبراز أهميتها في خدمة المؤسسة وجماهيرها.

الفصل الرابع

المنهج والإجراءات

نوع البحث ومنهجه:

استخدمت هذه الدراسة البحث الوصفي، والذي يُعرّف بأنه: "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم؛ لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميّاً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة" (الزويني، 2013، ص.15). وضمن هذا النوع استخدمت الدراسة المنهج الكمي باعتباره يحقق أهداف الدراسة، والذي يُعرّف بأنه: المنهج الذي يقوم الباحث فيه بعمل القياسات الضرورية للمتغيرات ذات العلاقة بمشكلة دراسته، ويستخدم الأرقام لتفسير نتائجها (الحيزان، 2004، ص.17). واعتمد البحث أسلوب المقارنة، حيث أن هذه الدراسة تسعى إلى وصف مدى تميز دوائر العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، وجامعة فلسطين التقنية "خضوري"، والمقارنة بين دوائر العلاقات العامة لكل من الجامعتين بهدف قياس مدى تميز العلاقات العامة فيها وفقاً لنظرية التميز.

مجتمع الدراسة وعينته:

استتدت الدراسة على المسح الشامل لجميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري" والبالغ عددهم (30) من مدراء وموظفين، موزعين كالاتي: (19) موظفاً وموظفة في دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، و(11) في جامعة فلسطين التقنية "خضوري"، المقر الرئيس في طولكرم، وقد تم اختيارهم لأنهم هم من يقومون بتأدية المهام الموكلة إليهم والإشراف، فهم الأقدر على وصف مشكلة الدراسة وصفاً دقيقاً والإجابة على تساؤلاتها بشكل علمي دقيق، وتم اختيار المسح الشامل وذلك لضمان تمثّل جميع الجمهور نظراً لصغره.

وفيما يلي وصف لخصائص مجتمع الدراسة حسب متغيراته:

جدول (2): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغيراته المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	18	60.0
	أنثى	12	40.0
	المجموع	30	100.0
المؤهل العلمي	دبلوم	6	20.0
	بكالوريوس	19	63.3
	ماجستير	5	16.7
	دكتوراة	0	0
	المجموع	30	100.0
التخصص الأكاديمي	تكنولوجيا المعلومات والحاسوب	9	30.0
	اللغة الإنجليزية وآدابها	5	16.7
	العلاقات العامة والإعلام	12	40.0
	العلوم السياسية	2	6.7
	إدارة الأعمال	2	6.7
	المجموع	30	100.0
الجامعة	جامعة النجاح الوطنية	19	63.3
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	36.7
	المجموع	30	100.0
الموقع الوظيفي	مدير دائرة	4	13.3
	نائب مدير الدائرة	3	10.0
	موظف إداري	19	63.3
	موظف فني	2	6.7
	غير ذلك	2	6.7

100.0	30	المجموع	
13.3	4	أقل من عام	فترة العمل في الوظيفة
6.7	2	من 1- وأقل من عامين	
40.0	12	من عامين وأقل من 6 أعوام	
23.3	7	من 6 أعوام وأقل من 10 أعوام	
16.7	5	10 أعوام فأعلى	
100.0	30	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (2) توزيع مجتمع الدراسة حسب متغيراته المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

أداة الدراسة:

استخدمت الباحثة الاستبانة، وهي صيغة محددة من الفقرات والأسئلة، تهدف إلى جمع البيانات من أفراد الدراسة، حيث يطلب منهم الإجابة عنها بكل حرية (دياب، 2003، ص.52). استندت استبانة الدراسة على استبانة أعدها (Grammer) عام (2005) في بحثه حول استكشاف المبادئ العامة للتميز في العلاقات العامة في (أستراليا) و(إيطاليا) و(موريشيوس) و(أوغندا)، والذي استند على استبانة أعدها (Rhee's) عام (1999) في بحثه بعنوان: الثقافة الكونفوشيوسية والعلاقات العامة الممتازة: دراسة للمبادئ العامة والتطبيقات المحددة في ممارسة العلاقات العامة الكورية الجنوبية، والذي استند في بحثه على عناصر استبانة أعدتها رابطة (IABC) لدراسة التميز، إلا أنه تم التعديل على فقرات الاستبانة وذلك بحذف فقرات وإضافة فقرات جديدة بما يتناسب مع الظروف والبيئة المحيطة في الجامعات الفلسطينية، وتوصيات المشرف والمحكمين. وتم توزيع الاستبانات على مدراء وموظفي دوائر العلاقات العامة في كل من الجامعتين قيد الدراسة، وتضمنت الاستبانة سبعة مجالات بالإضافة إلى المعلومات الديمغرافية، وفقاً لنظرية التميز، وهي: (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو

علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا، ونموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة، ونظام متماثل للاتصال الداخلي، و إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار، والعلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى، وأخلاقيات العلاقات العامة). وقد قامت الباحثة بتصميمها وتطويرها كأداة لجمع المعلومات، وذلك وفقاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري.

2. مراجعة الأبحاث والدراسات والكتب التي بحثت في نظرية التميز في العلاقات العامة.

3. المناقشات والأفكار مع المشرف والمحكمين والمتخصصين في مجال الدراسة.

وقد تكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزأين:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة، والتي تم توضيحها سابقاً في جدول رقم (2) في بداية هذا الفصل.

الجزء الثاني: واشتمل على (71) فقرة موزعة على الاستبانة، تضمنت سبعة أبعاد لقياس مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز كما هو موضح في الجدول رقم (3)، وقد أعطيت درجات الفقرات الـ (71) من خلال مقياس ليكرت الخماسي، يبدأ بالدرجة (موافق بشدة) وتُعطى (5) درجات، ثم (موافق) وتعطى (4) درجات، ثم (لست متأكداً) وتعطى (3) درجات، ثم (معارض) وتعطى درجتين، و(معارض بشدة) وتعطى درجة واحدة لمجالات إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكين دائرة العلاقات العامة في الجامعة، ونماذج العلاقات العامة التي تستخدمها العلاقات العامة والاتصال، ونظام متماثل للاتصال الداخلي، والعلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى، وأخلاقيات العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية.

جدول (3): فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	اشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.	14
2	تمكين العلاقات العامة في الإتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا.	2
3	نموذج متماثل ثنائي الإتجاه للعلاقات العامة.	23
4	نظام متماثل للاتصال الداخلي.	1
5	امكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار.	21
6	العلاقات العامة كوظيفة ادارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى.	2
7	الأخلاق.	6
	المجموع	71

صدق الأداة:

تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في شؤون الدراسات الإعلامية والتخصصات الأخرى، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى المحكمون بضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات. وقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من سبعة مجالات و (71) فقرة وبذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (ملحق رقم 3).

ثبات الأداة:

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha) والجدول رقم (4) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

جدول رقم (4): معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha)

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	اشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.	14	96.9
2	تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا.	2	77.7
3	نموذج متماثل ثنائي الإتجاه للعلاقات العامة.	23	91.7
4	نظام متماثل للاتصال الداخلي.	1	91.0
5	امكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار.	21	92.9
6	العلاقات العامة كوظيفة ادارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى.	2	77.2
7	الأخلاق.	6	73.1
	الثبات الكلي للأداة	71	97.3

يتضح من الجدول رقم (4) أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (73.1 - 96.9)، في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (97.3) وهو معامل ثبات عالٍ ويفي بأغراض البحث العلمي.

إجراءات الدراسة:

- تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:
- إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد مجتمع الدراسة.
- الحصول على موافقة الجهات ذات الاختصاص. (ملحق رقم 1،2)
- قامت الباحثة بتوزيع الأداة، إذ تم استرجاع (30) استبانة صالحة للتحليل ليشكل العدد (30) وهم جميع العاملين في دائرة العلاقات العامة في كلا الجامعتين.

- إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

متغيرات الدراسة:

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ - المتغيرات المستقلة:

- 1- الجنس، وله مستويان: ذكر، وأُنثى.
- 2- المؤهل العلمي، وله أربع مستويات: دبلوم، وبكالوريوس، وماجستير، ودكتوراة.
- 3- التخصص الأكاديمي، وله خمسة مستويات هي: تكنولوجيا المعلومات والحاسوب، واللغة الإنجليزية وآدابها، و العلاقات العامة والإعلام، والعلوم السياسية، وإدارة الأعمال.
- 4- الجامعة، وله مستويان: جامعة النجاح الوطنية، وجامعة فلسطين التقنية "خضوري".
- 5- الموقع الوظيفي، وله خمسة مستويات هي: مدير دائرة، ونائب مدير دائرة، وموظف إداري، وموظف فني، وغير ذلك... .
- 6- سنوات الخدمة، وله خمسة مستويات هي: أقل من عام، ومن عام وأقل من عامين، ومن عامين وأقل من 6 أعوام، ومن 6 أعوام وأقل من 10 أعوام، و10 أعوام فأعلى.

ب - المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات المبحوثين من موظفي العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، على فقرات أداة الدراسة التي تتعلق بمدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز.

المعالجات الإحصائية:

بعد تفرغ إجابات أفراد المجتمع على أداة الدراسة (الاستبانة)، جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب، ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية؛ لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.
2. تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)؛ لفحص الفرضيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة المستقلة وفرضياتها وهي: المؤهل العلمي، والتخصص الأكاديمي، والموقع الوظيفي، وسنوات الخدمة.
3. اختبار العينيتين المستقلتين (Independent Sample t- test)؛ لفحص الفرضيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة المستقلة وفرضياتها وهي: الجنس، والجامعة.
4. اختبار (LSD) للمقارنات البعدية؛ لدلالة الفروقات بين مستويات المتغيرات المستقلة للفرضيات التي يتم رفضها.
5. معادلة (كروناخ ألفا Alpha-Cronbach)؛ لقياس ثبات الاختبار.

الفصل الخامس

عرض النتائج

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز: دراسة مقارنة بين دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية وجامعة فلسطين التقنية "خضوري". ومن أجل تحقيق ذلك استخدمت الباحثة استبانة مؤلفة من سبعة مجالات للتمييز و (71) فقرة تم توزيعها على جميع العاملين في دوائر العلاقات العامة لكلا الجامعتين والبالغ عدد هم (30) من مدرء وموظفين، حيث استندت الدراسة على المسح الشامل.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

فيما يلي عرضٌ لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساساً للبحث وهي النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس، والذي ينص على:

ما مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة المتمثلة في: إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات، و مدى تمكين دائرة العلاقات العامة في الجامعة، ونماذج العلاقات العامة التي تستخدمها العلاقات العامة والاتصال، وإمكانات ومهارات العاملين في العلاقات العامة، والعلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى، وأخلاقيات العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية؛ إذ تم احتساب طول المدى وهو (4 = 1-5) ثم قسمته على خمس فترات (4 = 5/4 = 0.8) وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمدت الباحثة التقدير الآتي للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يأتي:

* المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى): درجة كبيرة جداً.

* المتوسط الحسابي (3.41 - 4.20 ويعادل 68.2% - 84.0): درجة كبيرة.

* المتوسط الحسابي (2.61 - 3.40 ويعادل 52.2% - 68.0%): درجة متوسطة.

* المتوسط الحسابي (1.81-2.60 ويعادل 36.2% - 52.0%): درجة قليلة.

* المتوسط الحسابي (أقل من 1.81): درجة قليلة جداً.

والجداول الآتية توضح ذلك:

جدول رقم (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز مرتبة

ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	الترتيب	رقم المجال
كبيرة	83.8	0.49	4.19	نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة	3	1
كبيرة	81.6	0.82	4.08	العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى	6	2
كبيرة	80.6	0.99	4.03	نظام متماثل للاتصال الداخلي	4	3
كبيرة	78.2	0.55	3.91	الأخلاق	7	4
كبيرة	75.8	0.76	3.79	إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار.	5	5
كبيرة	73.6	0.74	3.68	تمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	2	6
كبيرة	73.4	0.91	3.67	إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	1	7
كبيرة	78.2	0.51	3.91	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (5) أن درجة مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز عليها، كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.67) و(4.19) وهما المجالات: (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية) و(نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.91).

جدول رقم (6): مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز

دراسة بين جامعتي النجاح الوطنية وجامعة فلسطين التقنية "خضوري"

الانحراف	متوسط الدرجة الكلية	الانحراف	المتوسط	الجامعة	المجال
0.91	3.67	0.75	3.83	جامعة النجاح الوطنية	إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.
		1.13	3.38	جامعة فلسطين التقنية خضوري	
0.74	3.68	0.58	3.71	جامعة النجاح الوطنية	تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا
		1.00	3.63	جامعة فلسطين التقنية خضوري	
0.49	4.19	0.37	4.32	جامعة النجاح الوطنية	نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة
		0.60	3.97	جامعة فلسطين التقنية خضوري	
0.99	4.03	0.78	4.21	جامعة النجاح الوطنية	نظام متماثل للاتصال الداخلي
		1.27	3.72	جامعة فلسطين التقنية خضوري	
0.76	3.79	0.67	3.89	جامعة النجاح الوطنية	إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتوع المتجسد في جميع الأدوار
		0.92	3.61	جامعة فلسطين التقنية خضوري	
0.82	4.08	0.85	4.07	جامعة النجاح الوطنية	العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى
		0.80	4.09	جامعة فلسطين التقنية خضوري	
0.55	3.91	0.56	3.84	جامعة النجاح الوطنية	الأخلاق
		0.54	4.03	جامعة فلسطين التقنية خضوري	
0.51	3.91	0.44	3.98	جامعة النجاح الوطنية	الدرجة الكلية
		0.76	3.78	جامعة فلسطين التقنية خضوري	

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (6)، أن درجة مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز عليها، في جامعتي النجاح وفلسطين التقنية كانت أكبر لجامعة النجاح في المجالات: (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا، ونموذج متماثل ثنائي

الاتجاه للعلاقات العامة، ونظام متماثل للاتصال الداخلي، وإمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة)، وفي الدرجة الكلية. بينما كانت أكبر لجامعة فلسطين التقنية خضوري في مجالَي: (العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى، والأخلاق).

أما بالنسبة لفقرات مجالات أداة الدراسة الخاصة بالتميز، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

جدول رقم (7): توزيع استجابات عينة الدراسة حسب طريقة نقل التقارير وموقع دائرة العلاقات

العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة	اتصال مباشر	30	100.0
	المجموع	30	100.0
موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة	تحت الإدارة العليا مباشرة	30	100.0
	المجموع	30	100.0

يتبين من الجدول السابق أن طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة جميعها تتم بالاتصال المباشر، وأن موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة تحت الإدارة العليا مباشرة.

جدول رقم (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات) مرتبة ترتيباً تنازلياً

حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة	4.16	0.91	83.2	كبيرة
2	11	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات	4.10	0.99	82.0	كبيرة
3	3	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تطوير الرؤية المستقبلية للجامعة	4.03	1.03	80.6	كبيرة

كبيرة	80.6	0.99	4.03	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التواصل مع الاشخاص ذوي الخبرة والدراية خارج الجامعة	14	4
كبيرة	74.6	1.11	3.73	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في إجراء أنشطة بحثية منتظمة وروتينية	5	5
كبيرة	73.2	1.06	3.66	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للجامعة	1	6
كبيرة	72.6	0.96	3.63	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تحديد وتنفيذ خطط العمل (Action Plans) المنبثقة عن الأهداف الاستراتيجية للجامعة	8	7
كبيرة	72.6	1.18	3.63	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرار وفق نهج رسمي يستند إلى البحث	12	8
كبيرة	71.2	1.16	3.56	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للجامعة	4	9
كبيرة	68.6	1.19	3.43	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وفق نهج غير رسمي يستند إلى التقدير والحكم القائم على الخبرة	13	10
متوسطة	68.0	1.22	3.40	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في متابعة ورصد مؤشرات الأداء (KPIs).	10	11
متوسطة	68.0	1.10	3.40	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في اجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة	6	12
متوسطة	66.6	1.29	3.33	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التحليل الرباعي (SOWT Analysis) للدائرة والجامعة	9	13
متوسطة	65.2	1.20	3.26	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة	7	14
كبيرة	73.4	0.91	3.67	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8) أن فقرات (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات) كمجال من مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز عليها، كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.26) و(4.16) وهما الفقرات: (مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة) و(مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.67).

جدول رقم (9) : توزيع استجابات عينة الدراسة حسب الجهة المخولة باتخاذ القرارات في الجامعة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
الجهة المخولة باتخاذ القرارات في الجامعة	رئيس مجلس الأمناء	7	23.3
	نائب رئيس مجلس الأمناء	5	16.7
	رئيس الجامعة	13	43.3
	مساعد الرئيس للشؤون الإدارية	5	16.7
	المجموع	30	100.0

يتبين من الجدول السابق أن الجهة المخولة باتخاذ القرارات في الجامعة هي رئيس الجامعة بنسبة 43.3% ومن ثم رئيس مجلس الأمناء بنسبة 23.3%، يليها نائب رئيس مجلس الأمناء و مساعد الرئيس للشؤون الإدارية بنسبة 16.7% لكل منهما.

جدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (تمكين العلاقات العامة في الإلتاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا)

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	مدى دعم الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة	3.96	0.88	79.2	كبيرة
2	2	الميزانية المخصصة لدائرة العلاقات العامة في الجامعة تمكنها من القيام بعملها بكفاءة	3.40	1.03	68.0	متوسطة
الدرجة الكلية						
			3.68	0.74	73.6	كبيرة

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (10) أن مدى دعم الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة كانت كبيرة، بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.96). وأن الميزانية المخصصة لدائرة العلاقات العامة في الجامعة التي تمكنها من القيام بعملها بكفاءة - كانت متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.40)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.68).

جدول رقم (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (نموذج تماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة	المحور
1	14	تنظم دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأحداث، والفعاليات، والرحلات	4.76	0.43	95.2	كبيرة جداً	نموذج المعلومات العامة

نموذج المعلومات العامة	كبيرة جداً	94.0	0.46	4.70	تعقد دائرة العلاقات العامة في الجامعة مؤتمرات صحفية.	15	2
نموذج المعلومات العامة	كبيرة جداً	92.6	0.49	4.63	تلقي دائرة العلاقات العامة في الجامعة الخطابات والكلمات.	17	3
نموذج المعلومات العامة	كبيرة جداً	91.2	0.56	4.56	تعد دائرة العلاقات العامة قصصاً إخبارية	11	4
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة جداً	90.0	0.57	4.50	تعديل الجامعة من سياساتها وفقاً للتغذية الراجعة من الجماهير.	6	5
نموذج المعلومات العامة	كبيرة جداً	89.2	0.86	4.46	الإعلان عن خدمات الجامعة وبرامجها هو هدف أساسي لدائرة العلاقات العامة في الجامعة	9	6
نموذج المعلومات العامة	كبيرة جداً	89.2	0.62	4.46	توزع دائرة العلاقات العامة في الجامعة النشرات، الكتيبات، مجلات، أو أي مواد مطبوعة تمثل الجامعة	13	7
نموذج الوكالة الصحفية أو الدعاية	كبيرة جداً	88.6	0.67	4.43	تنشئ دائرة العلاقات العامة علاقات مع الصحفيين	18	8
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة جداً	87.2	0.66	4.36	تستمع دائرة العلاقات العامة في الجامعة إلى آراء الجماهير	5	9

نموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة جداً	87.2	0.76	4.36	توفر ادارة العلاقات العامة في الجامعة المعلومات التي من شأنها مساعدة الجمهور على فهم رؤية الجامعة بشكل أكثر إيجابية.	7	10
نموذج المعلومات العامة	كبيرة جداً	85.2	0.82	4.26	تستخدم دائرة العلاقات العامة في الجامعة الاعلام لتوضيح موقف الجامعة	12	11
نموذج المعلومات العامة	كبيرة جداً	84.6	1.13	4.23	تقدم دائرة العلاقات العامة في الجامعة معلومات وإحاطات إخبارية	16	12
نموذج الاتصال الشخصي	كبيرة	84.0	0.76	4.20	توفر دائرة العلاقات العامة في الجامعة هدايا قيمة	22	13
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة	83.2	0.83	4.16	توفر دائرة العلاقات العامة الوساطة بين الإدارة والجمهور في حالات النزاع	4	14
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة	80.6	0.96	4.03	تقيس دائرة العلاقات العامة مواقف الجمهور باستمرار حول مختلف القضايا	3	15
نموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة	78.6	1.01	3.93	تستخدم دائرة العلاقات العامة في الجامعة البرامج أو المشاريع لإقناع الجماهير بوجهة نظرها	8	16
نموذج الاتصال الشخصي	كبيرة	78.6	0.90	3.93	تقيم دائرة العلاقات العامة في الجامعة الولائم	21	17

نموذج متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة	77.2	0.97	3.86	تتبنى دائرة العلاقات العامة في الجامعة مواقف تتوافق مع رأي الجمهور	2	18
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه	كبيرة	77.2	0.93	3.86	تقيس دائرة العلاقات العامة في الجامعة مدى نجاح حملاتها من حيث وصولها ووعي وإدراك الجمهور لمحتوى الرسالة	1	19
نموذج المعلومات العامة	كبيرة	76.6	1.08	3.83	تنشر دائرة العلاقات العامة في الجامعة معلومات عن جميع أنشطتها وبرامجها لجماهيرها	10	20
نموذج الاتصال الشخصي	كبيرة	76.0	1.12	3.80	تستخدم دائرة العلاقات العامة في الجامعة التواصل الوجيه face to face.	19	21
نموذج الاتصال الشخصي	كبيرة	74.0	1.14	3.70	تحضر دائرة العلاقات العامة في الجامعة الاجتماعات المختلفة في الجامعة وخارجها	23	22
نموذج الاتصال الشخصي	كبيرة	68.6	1.13	3.43	تستخدم دائرة العلاقات العامة التواصل غير الرسمي مع الجمهور (التواصل المبني على العلاقات الشخصية)	20	23
	كبيرة	83.8	0.49	4.19	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

ينتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (11) أن فقرات (نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة) كمجال من مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً

لنظرية التميز عليها، كانت جميعها بين الكبيرة والكبيرة جداً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية عليها بين (3.86) و(4.50) وهما الفقرات: (تقيس دائرة العلاقات العامة في الجامعة مدى نجاح حملاتها من حيث وصولها، ووعي وإدراك الجمهور لمحتوى الرسالة) و(تعديل الجامعة من سياساتها وفقاً للتغذية الراجعة من الجماهير)، وكانت الاستجابة على فقرات نموذج المعلومات العامة، ونموذج الدعاية، ونموذج غير متماثل ثنائي الاتجاه ونموذج الاتصال الشخصي، جميعها أيضاً بين الكبيرة والكبيرة جداً حيث تراوحت المتوسطات الحسابية عليها بين (3.43) و(4.76)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.19).

جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (نظام متماثل للاتصال الداخلي) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة الموافقة
1	1	ما مدى رضاك عن عملك في دائرة العلاقات العامة في جامعتك.	4.03	0.99	80.6	كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

ينتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (12) أن مدى الرضا عن العمل في دائرة العلاقات العامة في الجامعة كانت كبيرة، بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.03).

جدول رقم (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة الموافقة	المحور
1	10	التنبؤ بالأزمات القائم على البحث	4.40	0.96	88.0	كبيرة جداً	الأدوار الإدارية
2	5	محاوية الشائعات بشكل مهني	4.40	1.00	88.0	كبيرة جداً	الأدوار الإدارية

الأدوار الإدارية	كبيرة جداً	87.2	0.76	4.36	التقييم البعدي وقياس الأثر للمشاريع والبرامج	11	3
الأدوار الإدارية	كبيرة جداً	85.2	1.11	4.26	استخدام نظريات حل النزاعات	4	4
الأدوار الإدارية	كبيرة	84.0	1.18	4.20	تطوير الاستراتيجيات الاتصالية	8	5
الأدوار الإدارية	كبيرة	83.2	1.08	4.16	كتابة الميزانيات للدائرة	6	6
الأدوار الإدارية	كبيرة	83.2	1.36	4.16	اعداد خطط عمل العلاقات العامة	9	7
الأدوار الإدارية	كبيرة	80.0	1.11	4.00	مهارات التفاوض الفعال والاقناع	2	8
الأدوار الإدارية	كبيرة	79.2	1.21	3.96	التخطيط الاستراتيجي	1	9
الأدوار الفنية	كبيرة	78.6	1.17	3.93	كتابة التصريح الصحفي	16	10
الأدوار الفنية	كبيرة	77.2	1.19	3.86	كتابة الإعلانات بشكل مهني واحترافي	17	11
الأدوار الفنية	كبيرة	76.0	1.32	3.80	كتابة القصص الصحفية	19	12
الأدوار الفنية	كبيرة	74.0	1.08	3.70	التقاط الصور	18	13
الأدوار الفنية	كبيرة	73.2	1.39	3.66	تحرير النشرات والمواد الاعلامية	15	14
الأدوار الفنية	كبيرة	69.2	1.43	3.46	تنسيق المؤتمرات الصحفية	12	15
الأدوار الإدارية	متوسطة	68.0	1.27	3.40	إجراء المسوح الميدانية	7	16
نموذج غير متماثل	متوسطة	66.6	1.29	3.33	التلاعب بالجمهور بشكل علمي	20	17
نموذج متماثل	متوسطة	65.2	1.28	3.26	مساعدة الادارة على فهم رأي جمهور معين	21	18
الأدوار الإدارية	متوسطة	64.6	1.30	3.23	إجراء البحوث اللازمة لعمل العلاقات العامة	3	19
الأدوار الفنية	متوسطة	62.0	1.44	3.10	كتابة الخطابات والكلمات	13	20

الأدوار الفنية	متوسطة	60.6	1.56	3.03	إخراج وتصميم النشرات والمواد الإعلامية	14	21
	كبيرة	75.8	0.76	3.79	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (13) أن فقرات (إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثل، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار) كجمال من مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز عليها، كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.03) و(4.40) وهما الفقرات: (إخراج وتصميم النشرات والمواد الإعلامية) من محور (الأدوار الفنية) و(التنبؤ بالأزمات القائم على البحث) من محور (الإدارية)، وتبين أن هناك تنوع متجسد في الأدوار الفنية والإدارية؛ فدرجة الموافقة كانت تتراوح بين الكبيرة جداً والكبيرة والمتوسطة، أما بالنسبة لممارسة الجامعة لنموذج متماثل للعلاقات العامة فقد كانت درجة الموافقة متوسطة بمتوسط حسابي قيمته (3.26)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.79).

جدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السادس (العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى) مرتبة

ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة	
1	1	تمتلك العلاقات العامة وحدة مستقلة ضمن الهيكل الإداري	4.20	0.92	84.0	كبيرة	
2	2	تتمتع دائرة العلاقات العامة باستقلالية في أداء مهامها وأنشطتها عن الوظائف التنظيمية الأخرى كالإعلام والموارد البشرية.	3.96	1.18	79.2	كبيرة	
		الدرجة الكلية			0.82	81.6	كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (13) أن فقرات (العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى) كمجال من مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز عليها، كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.96) و (4.20) وهما الفقرات: (تتمتع دائرة العلاقات العامة باستقلالية في أداء مهامها وأنشطتها عن الوظائف التنظيمية الأخرى كالإعلام والموارد البشرية) و(تمتلك العلاقات العامة وحدة مستقلة ضمن الهيكل الإداري)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.08).

جدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السابع (أخلاقيات العلاقات العامة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

رقم الفقرات	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	المعلومات التي تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعة بتزويدها للجمهور واقعية	4.40	0.49	88.0	كبيرة جداً
2	6	يعمل ممارسو العلاقات العامة في الجامعة بروح الفريق لتنفيذ الأعمال المشتركة	4.23	1.16	84.6	كبيرة جداً
3	2	تأخذ دائرة العلاقات العامة في الجامعة بعين الاعتبار اهتمامات الجمهور بمقدار اهتمامات الجامعة	4.20	0.61	84.0	كبيرة
4	3	تعتقد دائرة العلاقات العامة أنه يجب نشر المعلومات المواتية (الإيجابية)، أما بالنسبة لتلك للمعلومات غير المواتية (السلبية) يجب أن تبقى بعيدة عن الجمهور	3.80	1.09	76.0	كبيرة
5	4	تعتقد دائرة العلاقات العامة في الجامعة أن دور العلاقات العامة هو تعزيز اهتمامات الجامعة حتى لو كانت سلبية على الجمهور	3.50	1.00	70.0	كبيرة

متوسطة	66.6	1.06	3.33	تجنب دائرة العلاقات العامة في الجامعة الحوار مع الجمهور عندما تصدر الجامعة قراراً حول قضية ما	5	6
كبيرة	78.2	0.55	3.91	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات.

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (15) أن فقرات (أخلاقيات العلاقات العامة) كمجال من مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز عليها، كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.33) و(4.40) وهما الفقرات: (تجنب دائرة العلاقات العامة في الجامعة الحوار مع الجمهور عندما تصدر الجامعة قرار حول قضية معينة)، وهذه تعتبر ممارسة غير أخلاقية. و(المعلومات التي تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعة بتزويدها للجمهور واقعية)، وهذه ممارسة أخلاقية، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.91).

النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:

أولاً: نتائج الفرضية المتعلقة بمتغير الجامعة، والتي تنص على:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الجامعة.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير الجامعة، فقد استخدم اختبار (ت) للعينات

المستقلة ونتائج الجدول الآتي توضح ذلك:

جدول رقم (16): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروقات حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الجامعة

إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	الجامعة	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	جامعة النجاح الوطنية	19	3.83	0.75	1.297	0.205
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	3.38	1.13		
تمكين العلاقات العامة في الإلتاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	جامعة النجاح الوطنية	19	3.71	0.58	0.257	0.799
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	3.63	1.00		
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة	جامعة النجاح الوطنية	19	4.32	0.37	1.948	0.61
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	3.97	0.60		
نظام متماثل للاتصال الداخلي	جامعة النجاح الوطنية	19	4.21	78	1.291	0.207
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	3.72	1.27		
إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار	جامعة النجاح الوطنية	19	3.89	0.67	0.961	0.345
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	3.61	0.92		
العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى	جامعة النجاح الوطنية	19	4.07	0.85	-0.038	0.970
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	4.09	0.80		

الأخلاق	الجامعة	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة*
	جامعة النجاح الوطنية	19	3.84	0.56	-0.892	0.380
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	4.03	0.54		
الدرجة الكلية	الجامعة	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة*
	جامعة النجاح الوطنية	19	3.98	0.44	0.929	0.361
	جامعة فلسطين التقنية خضوري	11	3.78	0.76		

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

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق، أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الجامعة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.361) وهذه القيمة أكبر من (0.05) وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير الجامعة.

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فقد أشارت النتائج أن درجة مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، في جامعتي النجاح وفلسطين التقنية كانت أكبر لجامعة النجاح في المجالات: (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية) بدلالة المتوسط الحسابي (3.83) بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي (3.38)، و(تمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا) بدلالة المتوسط الحسابي (3.71)، بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي (3.63)، و(نموذج تماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة) بدلالة المتوسط الحسابي (4.32)، بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي (3.97)، و (نظام تماثل للاتصال الداخلي) بدلالة المتوسط الحسابي (4.21)، بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي (3.72)، و(إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة) بدلالة المتوسط الحسابي (3.89)، بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي (3.61)، وفي (الدرجة الكلية) بدلالة المتوسط الحسابي (3.98)، بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي

(3.78)، بينما كانت أكبر لجامعة فلسطين التقنية خضوري في مجال (العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى) بدلالة المتوسط الحسابي (4.07)، بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي (4.09)، وفي مجال (الأخلاق) بدلالة المتوسط الحسابي (3.98)، بينما جامعة خضوري بلغ المتوسط الحسابي (4.03).

ثانياً: نتائج الفرضية المتعلقة بمتغير الجنس، والتي تنص على:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تُعزى لمتغير الجنس.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير الجنس، فقد استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة ونتائج الجدول التالي توضح ذلك:

جدول رقم (17): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروقات حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الجنس

إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	18	3.74	0.90	0.540	0.594
	أنثى	12	3.55	0.96		
تمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	18	3.69	0.76	0.098	0.923
أنثى	12	3.66	0.74			
نموذج تماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	18	4.28	0.51	1.167	0.253
أنثى	12	4.06	0.45			
نظام تماثل للاتصال الداخلي	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	18	4.22	1.00	1.282	0.210
أنثى	12	3.75	0.96			
	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *

0.080	1.816	0.69	3.99	18	ذكر	إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار
		0.80	3.49	12	أنثى	
مستوى الدلالة *	قيمة (ت)	الانحراف	المتوسط	العدد	الجنس	العلاقات العامة
0.373	0.905	0.80	4.19	18	ذكر	كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى
		0.84	3.91	12	أنثى	
مستوى الدلالة *	قيمة (ت)	الانحراف	المتوسط	العدد	الجنس	الأخلاق
0.009*	2.816	0.56	4.12	18	ذكر	
		0.36	3.59	12	أنثى	
مستوى الدلالة *	قيمة (ت)	الانحراف	المتوسط	العدد	الجنس	الدرجة الكلية
0.148	1.486	0.56	4.03	18	ذكر	
		0.57	3.72	12	أنثى	

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

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الجنس، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.148)، وهذه القيمة أكبر من (0.05)، وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير الجنس.

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه لا توجد فروقات في المجالات الأولى والثاني والثالث والرابع والخامس والسادس، بينما توجد فروقات في المجال السابع (أخلاقيات العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية) ولصالح مستوى (ذكر)، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.12)، بينما بلغ متوسط مستوى (أنثى) الحسابي (3.59).

ثالثاً: نتائج الفرضية المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي، والتي تنص على:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي، فقد استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) ونتائج الجداول الآتية توضح ذلك:

جدول رقم (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	الدرجة الكلية
0.47	4.03	6	دبلوم	
0.65	3.80	19	بكالوريوس	
0.26	4.15	5	ماجستير	
0	0	0	دكتوراة	
0.57	3.91	30	الكلية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروقات في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المؤهل العلمي) للدرجة الكلية ومجالات الدراسة، ولمعرفة درجة انطباق هذه النتائج على مجتمع الدراسة تم فحص الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي والموضحة في الجدول (18).

جدول رقم (19): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروقات في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	بين المجموعات	2.096	2	1.048	1.272	0.297
	داخل المجموعات	22.247	27	0.824		

			29	24.343	المجموع	
0.396	0.959	0.538	2	1.077	بين المجموعات	تمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيمين أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا
		0.562	27	15.165	داخل المجموعات	
			29	16.242	المجموع	
0.343	1.115	0.271	2	0.541	بين المجموعات	نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة
		0.243	27	6.554	داخل المجموعات	
			29	7.095	المجموع	
0.834	0.182	0.193	2	0.386	بين المجموعات	نظام متماثل للاتصال الداخلي
		1.059	27	28.581	داخل المجموعات	
			29	28.967	المجموع	
0.670	0.407	0.252	2	0.503	بين المجموعات	إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار
		0.618	27	16.676	داخل المجموعات	
			29	17.179	المجموع	
0.366	1.043	0.701	2	1.402	بين المجموعات	العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى
		0.672	27	18.140	داخل المجموعات	
			29	19.542	المجموع	
0.783	0.247	0.080	2	0.160	بين المجموعات	الأخلاق
		0.325	27	8.769	داخل المجموعات	
			29	8.930	المجموع	
0.424	0.885	0.300	2	0.600	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.339	27	9.147	داخل المجموعات	
			29	9.746	المجموع	

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

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير المؤهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.424) وهذه القيمة أكبر من (0.05)؛ وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي.

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

رابعاً: نتائج الفرضية المتعلقة بمتغير التخصص، والتي تنص على:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير التخصص.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير التخصص، فقد استُخدم تحليل التباين الأحادي

(One Way ANOVA) ونتائج الجداول الآتية توضح ذلك:

جدول رقم (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير التخصص للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص	الدرجة الكلية
0.44	3.95	9	تكنولوجيا المعلومات والحاسوب	
0.71	3.58	5	اللغة الإنجليزية وآدابها	
0.68	3.99	12	العلاقات العامة والإعلام	
0.40	3.98	2	العلوم السياسية	
0.40	3.91	2	إدارة الأعمال	
0.57	3.91	30	الكلية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروقات في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (التخصص) للدرجة الكلية ومجالات الدراسة، ولمعرفة درجة انطباق هذه النتائج على مجتمع الدراسة تم فحص الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير التخصص والموضحة في الجدول (20).

جدول رقم (21): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروقات في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير التخصص

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	بين المجموعات	1.330	4	0.332	0.361	0.834
	داخل المجموعات	23.013	25	0.921		
	المجموع	24.343	29			
تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	بين المجموعات	0.950	4	0.238	0.388	0.815
	داخل المجموعات	15.292	25	0.612		
	المجموع	16.242	29			
نموذج تماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة	بين المجموعات	1.395	4	0.349	1.530	0.224
	داخل المجموعات	5.700	25	0.228		
	المجموع	7.095	29			
نظام تماثل للاتصال الداخلي	بين المجموعات	1.600	4	0.400	.365	0.831
	داخل المجموعات	27.367	25	1.095		
	المجموع	28.967	29			
	بين المجموعات	2.640	4	0.660	1.135	0.363

		0.582	25	14.539	داخل المجموعات	إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار
			29	17.179	المجموع	
0.828	0.370	0.273	4	1.092	بين المجموعات	العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى
		0.738	25	18.450	داخل المجموعات	
			29	19.542	المجموع	
0.842	0.350	0.118	4	0.473	بين المجموعات	الأخلاق
		0.338	25	8.457	داخل المجموعات	
			29	8.930	المجموع	
0.773	0.447	0.163	4	0.651	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.364	25	9.095	داخل المجموعات	
			29	9.746	المجموع	

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

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير التخصص، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.773) وهذه القيمة أكبر من (0.05)؛ وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير التخصص.

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

خامساً: نتائج الفرضية المتعلقة بمتغير الموقع الوظيفي، والتي تنص على:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الموقع الوظيفي.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير الموقع الوظيفي، فقد استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) ونتائج الجداول الآتية توضح ذلك:

جدول رقم (22): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الموقع الوظيفي للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الموقع الوظيفي	الدرجة الكلية
0.40	4.21	4	مدير دائرة	
0.28	3.88	3	نائب مدير الدائرة	
0.52	3.94	19	موظف إداري	
0.59	3.76	2	موظف فني	
.06	3.18	2	غير ذلك	
0.50	3.91	30	الكلية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروقات في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (الموقع الوظيفي) للدرجة الكلية ومجالات الدراسة، ولمعرفة درجة انطباق هذه النتائج على مجتمع الدراسة تم فحص الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير الموقع الوظيفي والموضحة في الجدول (23).

جدول رقم (23): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الموقع الوظيفي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	بين المجموعات	6.040	4	1.510	2.063	0.116
	داخل المجموعات	18.303	25	0.732		
	المجموع	24.343	29			
تمكين العلاقات العامة في الإلتاف المهيمين أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	بين المجموعات	3.782	4	0.946	1.897	0.142
	داخل المجموعات	12.459	25	0.489		
	المجموع	16.242	29			
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة	بين المجموعات	2.353	4	1.588	3.100	*0.033
	داخل المجموعات	4.743	25	1.190		
	المجموع	7.095	29			
نظام متماثل للاتصال الداخلي	بين المجموعات	3.677	4	1.919	1.909	1.474
	داخل المجموعات	25.289	25	1.012		
	المجموع	28.967	29			
إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار	بين المجموعات	3.410	4	0.853	1.548	0.219
	داخل المجموعات	13.769	25	0.551		
	المجموع	17.179	29			
العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى	بين المجموعات	1.229	4	0.307	0.420	0.793
	داخل المجموعات	18.313	25	0.733		
	المجموع	19.542	29			

0.674	0.589	0.192	4	0.769	بين المجموعات	الأخلاق
		0.326	25	8.160	داخل المجموعات	
			29	8.930	المجموع	
0.183	1.693	0.519	4	2.077	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.307	25	7.669	داخل المجموعات	
			29	9.746	المجموع	

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

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الموقع الوظيفي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.183) وهذه القيمة أكبر من (0.05)؛ وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير الموقع الوظيفي.

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه لا توجد فروقات في المجالات الأولى والثاني والرابع والخامس والسادس والسابع، بينما توجد فروق في المجال الثالث (نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة).

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية (LSD)، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (24): نتائج تحليل المقارنات البعدية (LSD) لدلالة الفروق حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير الموقع الوظيفي للمجال الثالث (نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة)

المجال	المستوى	مدير دائرة	نائب مدير الدائرة	موظف إداري	موظف فني	غير ذلك
نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة	مدير دائرة	_____	0.27174	0.21682	0.77174	*1.14130
	نائب مدير الدائرة	_____	_____	-0.05492	0.50000	*0.86957
	موظف إداري	_____	_____	_____	0.55492	*0.92449
	موظف فني	_____	_____	_____	_____	0.36957
	غير ذلك	_____	_____	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروقات بين مستوى (غير ذلك) ومستويات: (مدير دائرة، و نائب مدير الدائرة، و موظف إداري) ولصالح مستويات: (مدير دائرة، و نائب مدير الدائرة، و موظف إداري).

سادساً: نتائج الفرضية المتعلقة بمتغير فترة العمل في الوظيفة، والتي تنص على:

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة.

ومن أجل فحص صحة الفرضية المتعلقة بمتغير فترة العمل في الوظيفة، فقد استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) ونتائج الجداول الآتية توضح ذلك:

جدول رقم (25): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة الدراسة حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فترة العمل في الوظيفة	الدرجة الكلية
0.25	4.10	4	أقل من عام	
0.54	3.29	2	من 1- وأقل من عامين	
0.68	3.82	12	من عامين وأقل من 6 أعوام	
0.44	3.96	7	من 6 أعوام وأقل من 10 أعوام	
0.65	4.13	5	10 أعوام فأعلى	
0.57	3.91	30	الكلي	

يتضح من الجدول السابق وجود فروقات في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (فترة العمل في الوظيفة) للدرجة الكلية ومجالات الدراسة، ولمعرفة درجة انطباق هذه النتائج على مجتمع الدراسة تم فحص الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير فترة العمل في الوظيفة والموضحة في الجدول (26).

جدول رقم (26): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروقات في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز تعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.609	0.685	0.601	4	2.403	بين المجموعات	إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية
		0.878	25	21.940	داخل المجموعات	
			29	24.343	المجموع	
0.419	1.014	0.567	4	2.268	بين المجموعات	تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا
		0.559	25	13.974	داخل المجموعات	
			29	16.242	المجموع	

0.202	1.612	0.364	4	1.455	بين المجموعات	نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة
		0.226	25	5.640	داخل المجموعات	
			29	7.095	المجموع	
0.174	1.732	1.571	4	6.286	بين المجموعات	نظام متماثل للاتصال الداخلي
		0.907	25	22.681	داخل المجموعات	
			29	28.967	المجموع	
0.656	0.614	0.384	4	1.537	بين المجموعات	إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، والتنوع المتجسد في جميع الأدوار
		0.626	25	15.641	داخل المجموعات	
			29	17.179	المجموع	
0.350	1.166	0.768	4	3.071	بين المجموعات	العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى
		0.659	25	16.470	داخل المجموعات	
			29	19.542	المجموع	
0.871	0.306	0.104	4	.417	بين المجموعات	الأخلاق
		0.341	25	8.513	داخل المجموعات	
			29	8.930	المجموع	
0.459	0.936	0.317	4	1.269	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.339	25	8.477	داخل المجموعات	
			29	9.746	المجموع	

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

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.459)، وهذه القيمة أكبر من (0.05)؛ وتعني هذه النتيجة إلى قبول الفرضية الصفرية المتعلقة بمتغير فترة العمل في الوظيفة.

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

الفصل السادس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز: دراسة مقارنة بين دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية وجامعة فلسطين التقنية "خضوري"، وكذلك التعرف إلى دور بعض المتغيرات (الديموغرافية) في موضوع الدراسة.

وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من التساؤلات والفرضيات، وستحاول الباحثة مناقشة هذه النتائج؛ لإبراز أهم النتائج والتي ستبنى عليها التوصيات المختلفة.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس، والذي ينص على:

"ما مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز؟"

1. أشارت النتائج إلى أن درجة مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.67) و(4.19)، وهما المجالات: (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية)، و(نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.91).

كذلك أشارت النتائج أن درجة مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، في جامعتي النجاح وفلسطين التقنية، كانت أكبر لجامعة النجاح في المجالات: (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية)، و(تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا)، و(نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة)، و(نظام متماثل للاتصال الداخلي)، و(إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري) و(العلاقات العامة المتماثلة)، وفي الدرجة الكلية، بينما كانت أكبر لجامعة فلسطين التقنية خضوري في مجال (العلاقات العامة

كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى)، أما في مجال (الأخلاق) فتبين أن كلا الجامعتين لديها ممارسات أخلاقية تراوحت درجتها بين الكبيرة والكبيرة جداً، ولديها ممارسات غير أخلاقية، وتبين أن جامعة النجاح تمارس عملها بأخلاقية أكثر من جامعة خضوري؛ وذلك وفق النتائج التي أظهرتها الدراسة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى سعي الجامعات الفلسطينية، شأنها شأن بقية المؤسسات، وباعتبارها من المؤسسات الرائدة في العمل الأكاديمي، ومن طليعة تلك المؤسسات نحو التميز والوصول إلى كفاءة عالية ملموسة في هذا المجال. كذلك يمكن أن تكون النتائج الكبيرة عبارة عن نتاج للكفاءات التي تتمتع بها تلك الكوادر في مجال العلاقات العامة، أما بالنسبة للدرجات الأكبر التي حصلت عليها جامعة النجاح في بعض مجالات التميز فيمكن أن يعود سببها إلى كون الجامعة على قدر كبير من الإطلاع على التميز، أو أنّ لديها سعي حثيث أكبر من مثيلاتها في هذا المجال. وتتفق هذه النتائج مع نتيجة دراسة الجعبري (2009)، التي أظهرت نتائج إيجابية نوعاً ما فيما يتعلق بامتلاك مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية لعناصر إدارة التميز، ومع نتائج دراسة (Elshobaki - 2017) التي أظهرت توافق الإدارة العليا إلى حد كبير على أهمية محور التميز في الجامعة الإسلامية، والأزهر، وجامعة الأقصى في عام (2016).

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة جودة (2011) التي توصلت إلى أن هناك قصور في عمل العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء الفلسطيني، وعدم الاهتمام بالعلاقات العامة في المؤسسة وخارجها، واختلفت نتائج الدراسة أيضاً مع دراسة المجالي (2009) التي أظهرت أن واقع أداء العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة منخفض المستوى، ومع نتيجة دراسة الحديد (2010) التي كشفت عن أن تقييم أداء دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة بشكل عام قد جاء بدرجة منخفضة، ومع نتائج دراسة (Alkhouli - 2012) التي أظهرت أن العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تُمارس بطريقة شبه غربية، حيث بينت الدراسة أهم العقبات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، من أهمها: قلة التمويل، وعدم توفير الوصف الوظيفي، والافتقار إلى فهم حقيقي للعلاقات العامة من قبل الموظفين، وأن هناك بعض الالتباس حول ماهية العلاقات العامة، وربطها بالدعاية، واختلفت أيضاً مع نتائج دراسة (Yang - 2010)

التي توصلت إلى أن ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في (تايوان) لا تزال تحتاج إلى المزيد من التطوير، وأن أحد العقبات الرئيسية التي تحول دون تطوير العلاقات العامة المدرسية هو أن المؤسسات التعليمية نادراً ما توظف مهنين في هذا المجال بشكل عام، إذ لا يملك الممارسون المسؤولون عن العلاقات العامة التعليمية خلفيات تعليمية، ولا خبرة عمل ذات صلة في العلاقات العامة أو الاتصالات.

2. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لُبُعد إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لكلا الجامعتين بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى مساهمتها في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة، وتقديم المشورة والنصح للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات، إضافة إلى مساهمة الجامعات في تحديد وتنفيذ خطط العمل المنبثقة عن الأهداف الاستراتيجية، ومساهمتها في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرارات وفق نهج رسمي يستند إلى البحث، ومساهمتها في تحليل وإجراء المسوح وقياس ومتابعة ورصد مؤشرات الأداء.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Oldenbanning - 2013) التي توصلت إلى أن القدرة الاستراتيجية على اتخاذ القرارات، والقدرة على حل المشكلات، ومعرفة وخبرات التواصل تشكل أهم ثلاث سمات للقيادة الاحترافية، كما أشار حوالي نصف المجيبين إلى أن قيادة العلاقات العامة تختلف في ثلاث طرق عن القيادة في المجالات الأخرى، ويشمل ذلك القدرة على بناء الرسائل بشكل استراتيجي، وامتلاك رؤية شاملة لكيفية التواصل مع جمهورها، والإيمان بأهمية الاتصالات والإجراءات المنظمة الصادقة والأخلاقية، وأكدت الدراسة على أهمية إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات للوصول إلى التميز والاحتراف، وتختلف مع دراسة Bashir (2019) التي كشفت نتائجها أن العلاقات العامة في الكويت لا تتم بشكل عام "بامتياز" حيث تبين أن الغالبية العظمى من الذين تمت مقابلتهم يعتقدون أن الإدارة العليا تنتظر إلى العلاقات العامة على أنها أقل أهمية من الإدارات الأخرى، وتبين أن ممارسو العلاقات العامة أقل مشاركة في الإدارة الاستراتيجية، وأقل قدرة على المشاركة في التحالف المهيمن.

3. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لبعد تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا لكلا الجامعتين بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن العلاقات العامة في كلا الجامعتين تقع تحت الإدارة العليا وأن نقل التقارير والمعلومات تتم عن طريق اتصال دائرة العلاقات العامة بشكل مباشر مع الإدارة العليا، إضافة إلى الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة لدوائر العلاقات العامة في كلا الجامعتين؛ لتمارس عملها بكفاءة.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Yue - 2016) التي أشارت إلى أن العلاقات العامة نادراً ما تدار بطريقة استراتيجية في الصين، على وجه الخصوص، حيث بينت الدراسة أن العلاقات العامة تتخبط في الدور الفني وليس في صنع السياسة التنظيمية، وبينت أن العلاقات العامة لم تكن عضواً في الائتلافات المهيمنة وأوضحت النتائج أنه لم يظهر كبار مديري المؤسسات اهتماماً كبيراً بالارتقاء بمكانة العلاقات العامة، ولم يتم تقييم العلاقات العامة بدرجة كافية من قبلهم لتمكينها من الانضمام إلى أعلى هيئة لصنع القرار - الائتلاف المهيمن.

4. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لُبعد نموذج (متماثل ثنائي الاتجاه) لكلا الجامعتين بين الكبيرة والكبيرة جداً، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى كونها تستمع لآراء جماهيرها، وتعديل الجامعة من سياستها وفقاً للتغذية الراجعة من الجماهير، إضافة إلى توفير دوائر العلاقات العامة الوساطة بين الإدارة والجمهور في حالات النزاع، وقياس مواقف الجمهور باستمرار حول مختلف القضايا، وتبنيها مواقف تتوافق مع رأي الجمهور.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Yue - 2016)، التي بينت أن الاتصالات المتماثلة ثنائية الاتجاه لم تمارس كثيراً في الصين، وأن نموذج الوكالة الصحفية كان الأكثر استخداماً.

5. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لُبعد (نظام متماثل للاتصال الداخلي) لكلا الجامعتين كبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى الرضا الوظيفي حيث أن توفير نظام متماثل للاتصال الداخلي في الجامعة، وتوفير نظام قائم على الحوار يساهم في تحقيق الرضا الوظيفي لممارسي العلاقات العامة في كلا الجامعتين.

6. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لُبعد (إمكانات المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة)، و(التنوع المتجسد في جميع الأدوار) لكلا الجامعتين بين المتوسطة والكبيرة جداً، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى قدرة وإمكانات ممارسي العلاقات العامة في كلا الجامعتين على ممارسة الأدوار الإدارية متمثلة في القدرة على التنبؤ بالأزمات القائم على البحث، واستخدام نظريات حل النزاعات، ومحاربة الشائعات بشكل مهني، والقدرة على التخطيط الاستراتيجي وتطوير الاستراتيجيات الاتصالية، وإجراء البحوث والمسوح الميدانية، وإعداد خطط عمل العلاقات العامة، وكتابة الميزانية، والتقييم وقياس الأثر للمشاريع والبرامج، وكذلك قدرتهم على ممارسة الأدوار الفنية مما ساهم في تحقيق التنوع المتجسد في جميع الأدوار.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سليم (2006) التي أظهرت أن هناك عجز في مؤهلات رجل العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين، وتختلف أيضاً مع دراسة (Yue - 2016) ، التي أكدت على أن الممارسة الحالية للعلاقات العامة غير كافية، وتواجه تحديات في توظيف المهارات المؤهلة في العلاقات العامة، وبينت نتائج الدراسة الافتقار إلى المهارات الإدارية في العلاقات العامة، بسبب عدم حصول الممارسين على أدوار إدارية، أن العلاقات العامة تتخرب في الأدوار الفنية أكثر، وبينت نتائج دراسة العلاطي (2011) التي هدفت إلى التعرف على المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث التأهيل والتدريب والخبرات - أن نسبة ممارسي العلاقات العامة غير المتخصصين في الإعلام والعلاقات العامة بلغت 80.8%، وأن من أبرز جوانب النقص التي يعاني منها ممارسو العلاقات العامة النقص في الدورات التدريبية والتخطيط وعدد الموظفين.

7. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لُبعد (العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى) لكلا الجامعتين كبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى امتلاك العلاقات العامة في كلا الجامعتين وحدة مستقلة ضمن الهيكل الإداري، وتمتعها باستقلالية في أداء مهامها وأنشطتها عن الوظائف التنظيمية الأخرى. وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة حسين (2012) التي أظهرت أن موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي غير واضح، وفي معظم الأحيان يكون قسم العلاقات العامة والمشرف عليه تابعاً لإدارات أخرى، كما أوضحت الدراسة أن عدد الموظفين في أقسام العلاقات العامة قليل جداً وغير كاف للقيام بالمهام المسندة للعلاقات العامة، أضف إلى ذلك النقص الكبير في المعدات والأجهزة والإمكانات المادية.

8. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لُبعد (أخلاقيات العلاقات العامة) لكلا الجامعتين بين الكبيرة والكبيرة جداً بالنسبة لممارسة الأخلاقية، وكانت الاستجابة بين المتوسطة والكبيرة بالنسبة للممارسات غير الأخلاقية، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى كون الجامعات تزود الجمهور بمعلومات واقعية، وتأخذ بعين الاعتبار اهتمامات جمهورها بمقدار اهتمامات الجامعة، إضافة إلى عمل ممارسي العلاقات العامة بروح الفريق لتنفيذ الأعمال المشتركة هذه بالنسبة للممارسات الأخلاقية للجامعة، فيما تبين أيضاً ممارسات غير أخلاقية؛ لكونها تعتقد أنه يجب نشر المعلومات المواتية (الإيجابية)، أما بالنسبة لتلك للمعلومات غير المواتية (السلبية) يجب أن تبقى بعيدة عن الجمهور، وتعتقد دائرة العلاقات العامة في الجامعة أن دور العلاقات العامة هو تعزيز اهتمامات الجامعة حتى لو كانت سلبية على الجمهور، وتجنب الحوار مع الجمهور عندما تصدر الجامعة قرار حول قضية معينة.

مناقشة النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:

1. عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الجامعة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الجامعات تتبع سياسات مشتركة، لذلك فإن وجهات نظر أصحابها لا تختلف نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، باختلاف الجامعة التي يعملون بها.

2. عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الجنس.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى تشابه ظروف العمل في دوائر العلاقات العامة في الجامعات والتي يقع ضمنها الموظفين الذكور والإناث على حد سواء، ولذلك تتشابه استجاباتهم نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية.

3. عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن التفاوت في المؤهلات العملية بين موظفي دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، لا يؤثر على استجاباتهم نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز.

4. عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير التخصص.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن التخصصات المختلفة تمكن أصحابها من حمل اتجاهات إيجابية لا تتفاوت بينهم، فيما يتعلق بموضوع مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز.

5. عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة، نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير الموقع الوظيفي.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن موظفي العلاقات العامة لديهم سياسات واضحة ومشاركة نحو آليات عمل العلاقات العامة، وبالتالي لا تختلف وجهات نظرهم نحو فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، باختلاف مركزهم الوظيفي.

6. عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات وجهات نظر موظفي دائرة العلاقات العامة/ نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، تعزى لمتغير فترة العمل في الوظيفة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الاختلاف في فترة العمل في الوظيفة لدى موظفي العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، لا تؤثر على استجاباتهم نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة، وفقاً لنظرية التميز، كونهم على درجة وعي بأعمالهم .

التوصيات

في ضوء ما تقدم من نتائج، خرجت الباحثة بعدة توصيات، أهمها:

- إتاحة الفرصة لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، للمشاركة في الإدارة الاستراتيجية وصنع القرار، وذلك من خلال إشراكها في عمليات التخطيط الاستراتيجي، وتحديد الأهداف الاستراتيجية فيما يتعلق بالجمهور، وإجراء البحوث والمسوح الميدانية، وقياس ومتابعة ورصد مؤشرات الأداء وتقديم النصح والمشورة للإدارة العليا وفقاً لذلك، حيث أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن هناك فروقات في بعض عناصر الإدارة الاستراتيجية أظهرتها فقرات الاستبانة بين كلا الجامعتين، منها عمليات البحث والتقييم والقياس حيث جاءت بدرجة متوسطة، وتبين أيضاً أن إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لدى جامعة فلسطين التقنية "خضوري" جاء بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 67.6%.
- ضرورة زيادة الموازنات المخصصة لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية لتمكينها من القيام بواجباتها المنوط بها بشكل أكبر، حيث بينت النتائج أن الميزانية المخصصة لدوائر العلاقات العامة والتي تمكنها من تنفيذ برامجها وأنشطتها للقيام بعملها بكفاءة كانت متوسطة بلغت نسبتها 68.0%.

- زيادة عدد العاملين في دوائر العلاقات العامة من ذوي الخبرة والإختصاص، وتوفير المزيد من الدورات المهنية في المجالات التي يحتاجها ممارسو العلاقات العامة، وذلك لتمكينهم في ممارسة الأدوار الادارية والفنية، حيث تبين أن إمكانيات ومهارات العاملين في إجراء البحوث، والمسوح الميدانية كأحد الأدوار الإدارية لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية جاءت بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 64.6%، وكذلك في إخراج وتصميم النشرات والمواد الإعلامية، وكتابة الخطابات والكلمات كأحد الأدوار الفنية، حيث بلغت نسبتها 60.6%.
- الحفاظ على ممارسة العلاقات العامة وفق نموذج متماثل ثنائي الاتجاه قائم على الحوار، بهدف تعزيز التفاهم والاحترام المتبادل بين المنظمة وجماهيرها، وضرورة الاهتمام بقياس اتجاهات الرأي العام لمعرفة آرائه ووجهات نظره تجاه خدمات الجامعة، بهدف النهوض بواقع مستوى الجامعة نحو المستوى الأفضل والتميز في عمل العلاقات العامة، حيث أثبتت النتائج أنه على الرغم من ممارسة دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، لنموذج متوازن ثنائي الإتجاه قائم على الحوار بدرجة كبيرة، إلا أنه تبين أنها تتلاعب بالجماهير بشكل علمي وذلك بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 66.6%، وهذا بدوره يبين أنها تمارس أيضاً العلاقات العامة غير المتماثلة، ذات الإتجاه الواحد، التي تسعى لتحقيق المصالح الذاتية.
- ضرورة أن يكون لكل جامعة ميثاق أخلاقي يعكس ثقافة المنظمة مع الحرص على تطبيقه من قبل أعضاؤها، حيث أظهرت النتائج أنه على الرغم من الممارسات الأخلاقية لكلا الجامعتين التي جاءت بدرجات كبيرة وكبيرة جداً، إلا أن هناك أيضاً ممارسات غير أخلاقية حيث تبين أن دوائر العلاقات العامة لكلا الجامعتين تعتقد أنه يجب نشر المعلومات المواتية (الإيجابية)، أما بالنسبة لتلك المعلومات غير المواتية (السلبية) ترى أنها يجب أن تبقى بعيدة عن الجمهور وكان ذلك بدرجة كبيرة بلغت نسبتها 76.0%، وأن دور العلاقات العامة هو تعزيز اهتمامات الجامعة حتى لو كانت سلبية على الجمهور وجاء ذلك بدرجة كبيرة بلغت نسبتها 70.0%.
- وتوصي الباحثة الباحثين والأكاديميين بإجراء دراسات مستقبلية حول:

- مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز (دراسة مقارنة بين كل من جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري")، أي نفس مجال الدراسة، ولكن باستخدام المنهج الكيفي وذلك باستخدام أداة المقابلة المعمقة، وأداة الملاحظة كونها تعطي معلومات ونتائج أكثر دقة، ففي حالة الاستبيان فقد يدعي المبحوثون أحياناً عكس الواقع الموجود من خلال اظهارهم لمؤسساتهم بمظهر الكمال.
- أثر إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية على أداء المنظمات.
- مدى تطبيق دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية لأخلاقيات العلاقات العامة في ممارساتها.
- مدى رضا الجمهور الخارجي عن أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أبو سليم، شذى. (2006). *مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين*. غزة، فلسطين: الجامعة الإسلامية.
- بابكر، محمد. (2014). *التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة*. السودان، الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- جابر، جابر. (1990). *معجم علم النفس والطب النفسي*. مصر، القاهرة: دار النهضة.
- الجعبري، تغريد. (2009). *دور إدارة التميز في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية*. الخليل، فلسطين: قسم إدارة الأعمال جامعة الخليل.
- الجنابي، عاصم. (2016). *دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة خاصة جامعتي الشرق الأوسط والبترا أنموذجاً*. عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- جودة، نبيلة. (2011). *نموذج مقترح لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء*. القدس، فلسطين: جامعة القدس.
- حجاب، وهبي. (2007). *العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة*. مصر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحديد، علي. (2010). *واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة*. عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- الحريري، محمد. (2016). *إدارة العلاقات العامة*. عمان، الأردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
- الحيزان، محمد. (2004). *البحوث الإعلامية*. السعودية، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- حسين، هشام. (2012). *العلاقات العامة بين القناعة والتهميش في الوطن العربي*. بريطانيا: الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي.
- دراغمة، رافع. (2011). *دور دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة دراسة مسحية مقارنة*. هولندا: جامعة لاهاي.

- الدليمي، عبد الرزاق. (2005). *العلاقات العامة في التطبيق*. عمان، الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع.
- دياب، سهيل. (2003). *مناهج البحث العلمي*. غزة، فلسطين: دار اليازوري العلمية.
- رحال، منال. (2015). *العلاقات العامة من منطلق نظري وعملي*. عمان، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- زايد، محمد. (2005). *الأداء التنظيمي المتميز الطريق الى منظمة المستقبل*. مصر، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- الزويني، ابتسام. (2013). *مناهج البحث التربوي*. بغداد، العراق: جامعة بابل.
- السعيد، يوسف. (2013). *دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي "الرأي" والكويت "تايمز" الكويتيتين*. عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- شرباتي، ورود. (2011). *واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة الغربية في الضفة*. الخليل، فلسطين: جامعة الخليل.
- الصحن، محمد. (2004). *العلاقات العامة المبادئ والتطبيق*. الإسكندرية: الدار الجامعية الإسكندرية.
- مصطفى، إبراهيم. (1989). *المعجم الوسيط*. اسطنبول، تركيا: دار العودة للطباعة والنشر.
- الطائي، مصطفى. (2017). *الإدارة وأنشطة الاتصال في العلاقات العامة*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الفتاح، محمد. (1990). *العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية: أسس نظرية ونماذج تطبيقية*. مصر، القاهرة: مكتبة المعارف الحديثة.
- عوجة، علي. (2001). *العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق*. مصر، القاهرة: مكتبة عالم الكتب.
- العلاطي، محمد. (2011). *المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية*. عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- العلاق، بشير. (2014). *تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة*. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- عيواج، عذراء. (2018). *العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بين النظرية والتطبيق*. الجزائر: ألفا للوثائق.
- كافي، مصطفى. (2019). *العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- كنعان، علي. (2017). *العلاقات العامة في الصحافة والإعلام*. عمان، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- اللوزي، موسى. (2010). *أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس*. عمان، الأردن: زمزم ناشرون وموزعون.
- المجالي، نبيل. (2009). *أنموذج مقترح للعلاقات العامة في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة في ضوء الواقع والاتجاهات الإدارية المعاصرة*. عمان، الأردن: جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- محمد، محمد. (2006). *العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية*. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- المديفر، عماد. (2019). *بناء نظرية "الامتياز" في العلاقات العامة الدولية*. السعودية، الرياض: الجزيرة .
- المسوري، محمد، آل عبد الله، عبد اللطيف. (2016). *إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية*. عمان، الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.

- Adebajo, D. (2008). *Business Excellence*. Crawford: Neil McKenna Kevin.
- Alkhouli, M. (2012). *Public Relations practice in Palestinian universities,1994-2012*. England: University of Exeter..
- Anumatratchakit, P. (2002). *Perceptions of the University Presidents and Public Relations Officers of University Public Relations Officer in Private University in Thailand*. Thailand: University of Pittsburgh.
- Bashir, M. (2019). Toward excellence in public relations: identifying practices and barriers in Kuwaiti corporate, governmental and non-profit organizations. *Journal of Public Relations Research*, 31(3-4), 118-132.
- Culbertson, H., Chen, N. (2013). *International Public Relations: A Comparative Analysis*. Mahawa: ohio university,university of Toledo.
- Egan, S. (2003). *Embracing Excellence in Education*. England: Sheffield Hallam University.
- Elshobaki, N. (2017). *Organizational Excellence in Palestinian Universities of Gaza Strip*. Gaza: Al-Azhar university.
- Eric, G. (2005) *AN EXPLORATION OF THE GENERIC* . Washington: University of Maryland, College Park.
- Gillis, T. (2011). *The IABC Hand Book of Organizational Communication*. USA: Jossey-Bass.
- Grammer, E. (2005). *AN EXPLORATION OF THE GENERIC*.USA: University of Maryland, College Park.
- Grier, T. (2001). *University Public Relations and Employee Morale: Perceptions and Practices*. Minneapolis: University of Minnesota.

- Gruing,L., Gruing ,J.&Dozier,D. (2002). *Excellent public relations and effective organizations : a study of communication*. New York&London: University of Maryland.
- Gruing, J. (2008). *Excellence Theory in Public Relations*.USA: University of Maryland.
- Gruing, L., & Gruing, J. (2000). *Public Relations in Strategic Management and Strategic Management of Public Relations: Theory and Evidence from the IABC Excellence Project*. USA:University of Maryland, College Park.
- Kenny, J. (2016). *Excellence Theory and its Critics: A literature review critiquing Grunig’s strategic management of*. Australia: University of Sydney.
- Oldenbanning, R. (2013). *Excellent leadership in Public Relations:A question of experience and the PR Practitioner*. Tampa: University of south Florida.
- Yang, M. (2010). *A countrywide study on factors influencing the public relations practice in higher education in Taiwan*. Korea: Seoul National University.
- Yue, C. (2016). *Strategic public relations management in China*. West Lafayette, Indiana: Purdue University.

الملاحق

ملحق (1): طلب تسهيل مهمة (جامعة النجاح الوطنية)

An-Najah
National University
Faculty of Graduate Studies

جامعة
النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

التاريخ: ٢٠٢٠/٢/٢٠

منسق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة: د. عبد الكريم سرحان
إلى السيد/مدير: د. محمد أبو عيسى، مدير العلاقات العامة، جامعة النجاح الوطنية
المتينة: نابلس

الموضوع: تسهيل مهمة إجراء بحث أو مقابلة

أرجو إتاحة الفرصة أمام الطالبة: د. سحر العبدون، لاجراء بحث/ اجراء مقابلة
في مؤسستكم وذلك من أجل استكمال اجتياز مساق: د. محمد أبو عيسى، رقم: ٢٠٢٠.٧.٥.٩.٩

أن تعاونكم معنا ليقدم في نفوسنا الأثر الطيب، أملين منكم تسهيل مهمة الطالبة/ة المذكور اسمها/ها اعلاه

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

منسق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة
د. عبد الكريم سرحان

فلسطين نابلس عن ب 7-707 هاتف: 2345115، 2345114، 2345113، 09، 972 * فاكس: 09، 2342907، 972
3200 (5) Nablus, P. O. Box (7) * Tel: 972 9 2345113, 2345114, 2345115
* Facsimile 972 92342907 * www.najah.edu - email: fax@najah.edu

الملحق (2): طلب تسهيل مهمة (جامعة فلسطين التقنية "خضوري")

An-Najah
National University
Faculty of Graduate Studies



جامعة
النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

التاريخ: ١٤/١٠/٢٠١٧
منسق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة: د. عبد الكريم سرخول
إلى السيد/مدير: برنامج الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، جامعة فلسطين التقنية (خضوري)
المدينة: نابلس

الموضوع: تسهيل مهمة إجراء بحث أو مقابلة

أرجو إتاحة الفرصة أمام الطالبة: د. رانيا أبو بكر لإجراء بحث/ إجراء مقابلة
في مؤسستكم وذلك من أجل إكمال اجتياز مساق: العلاقات العامة المعاصرة رقم: ٤.٥.١.١.١
أن تعاونكم معنا ليترك في نفوسنا الأثر الطيب، أمين منكم تسهيل مهمة الطالب/ة المذكور اسمه/ها اعلاه.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

منسق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة
د. عبد الكريم سرخول



فلسطين، نابلس، ص ب 7-707 هاتف: 2345115، 2345114، 2345113، 2345113 (972)، فاكسيل: 972 (972) 09 2342907
3200 (5) Nablus, P. O. Box (7) *Tel. 972 9 2345113, 2345114, 2345115
* Facsimile 972 92342907 *www.najah.edu - email fgs@najah.edu

الملحق (3): قائمة بأسماء السادة المحكمين على الاستبانة:

الاسم	الوظيفة
د. نشأت الأقطش	أستاذ الإعلام في جامعة بيرزيت.
د. فريد أبو ضهير	محاضر في قسم الصحافة في جامعة النجاح الوطنية.
د. محمود السعدي	محاضر سابق في قسم العلاقات العامة والاتصال في جامعة النجاح الوطنية.
د. محمد داود	رئيس قسم علم الحاسوب في الجامعة الأميركية- مادبا.
د. سام الفقهاء	رئيس قسم التسويق في جامعة النجاح الوطنية.

الملحق (4): الاستبانة:



استبانة

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

ماجستير العلاقات العامة المعاصرة

أنا الباحثة حليلة أبو صالحية، أعد بحثاً دراسياً حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز: دراسة مقارنة بين دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري". وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، بإشراف د. معين الكوع، خلال الفصل الدراسي الثاني (2019-2020).

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

شاكراً لكم حسن تعاونكم واهتمامكم

الباحثة: حليلة أبو صالحية

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية:

الرجاء وضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة:

1. الجنس:

1. ذكر.

2. أنثى.

2. المؤهل العلمي:

1. دبلوم.

2. بكالوريوس.

3. ماجستير.

4. دكتوراة.

3. ما هو تخصصك الأكاديمي؟ _____

4. اسم الجامعة التي تعمل بها؟

1. جامعة النجاح الوطنية.

2. جامعة فلسطين التقنية (خضوري).

5. ما موقعك الوظيفي في الدائرة؟

1. مدير دائرة.

2. نائب مدير الدائرة.

3. موظف إداري.

4. موظف فني.

5. غير ذلك، حدد _____.

6. ما الفترة الزمنية التي عملت بها في وظيفتك الحالية؟

1. أقل من عام.

2. من 1- دون 2 عام .

3. من 2- دون 6 أعوام.

4. 6 أعوام - دون 10 أعوام.

5. 10 أعوام فأعلى.

القسم الثاني: حول إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات:

7. ما هي طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة؟

1. اتصال مباشر.

2. عن طريق دائرة وسيطة.

3. غير ذلك، حدد _____.

8. أين تقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة؟

1. تحت الإدارة العليا مباشرة.

2. تحت دائرة التسويق.

3. تحت دائرة الموارد البشرية.

4. غير ذلك، حدد _____.

❖ تدور المجموعة الآتية من الفقرات حول الوظائف والأنشطة المختلفة التي قد تكون دائرة العلاقات العامة

مشاركة بها.

9. حدّد مدى مساهمة العلاقات العامة في جامعتك بالانشطات الآتية: (ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة

المناسبة).

#	النشاطات	تساهم إلى حد كبير جداً	تساهم إلى حد كبير	تساهم بدرجة متوسطة	تساهم بالحد الأدنى فقط	لا تساهم بتاتاً
1.	مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للجامعة					

					2. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة
					3. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تطوير الرؤية المستقبلية للجامعة
					4. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للجامعة
					5. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في إجراء أنشطة بحثية منتظمة وروتينية
					6. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة
	لا تساهم بتاتاً	تساهم بالحد الأدنى فقط	تساهم بدرجة متوسطة	تساهم إلى حد كبير	تساهم إلى حد كبير جداً
					7. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة
					8. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تحديد وتنفيذ خطط العمل (Action Plans) المنبثقة عن الأهداف الاستراتيجية للجامعة
					9. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التحليل الرباعي (SOWT Analysis) للدائرة والجامعة
					10. مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في متابعة ورصد مؤشرات الأداء (KPIs)

					مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات	.11
					مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرار وفق نهج رسمي يستند إلى البحث	.12
					مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة التخطيط الاستراتيجي وفق نهج غير رسمي يستند إلى التقدير والحكم القائم على الخبرة	.13
					مدى مساهمة دائرة العلاقات العامة في التواصل مع الأشخاص ذوي الخبرة والدراية خارج الجامعة	.14

القسم الثالث: مدى تمكين دائرة العلاقات العامة في الجامعة:

الرجاء وضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة:

10. من هي الجهة المخولة باتخاذ القرار في جامعتكم؟ (بإمكانك تحديد أكثر من خيار).

1. رئيس مجلس الأمناء .
2. نائب رئيس مجلس الأمناء .
3. رئيس الجامعة .
4. مساعد الرئيس للشؤون الإدارية .
5. المدير المالي .
6. مدير العلاقات العامة والاتصال .
7. جهة أخرى، حدد _____ .

11. حدد إلى أي مدى تدعم الجهة المخولة باتخاذ القرار في جامعتكم، والتي أشرت إليها بالسؤال السابق، عمل

العلاقات العامة في جامعتك: (ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة المناسبة).

لا تدعم	دعم متدني	دعم متوسط	دعم مرتفع	دعم مرتفع جداً

12. إلى أي حد تتفق أو لا تتفق مع العبارة الآتية؟ (ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة المناسبة).

#	الفقرة	موافق بشدة	موافق	لست متأكداً	معارض	معارض بشدة
1.	الميزانية المخصصة لدائرة العلاقات العامة في الجامعة تمكنها من القيام بعملها بكفاءة					

القسم الرابع: حول نماذج العلاقات العامة والاتصال، ونظام متماثل للاتصال الداخلي:

13. إلى أي حد تتفق أو لا تتفق مع كل من العبارات الآتية؟ (الرجاء وضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة

(المناسبة).

#	الفقرة	موافق بشدة	موافق	لست متأكدًا	معارض	معارض بشدة
1.	تقيس دائرة العلاقات العامة في الجامعة مدى نجاح حملاتها من حيث وصولها ووعي وإدراك الجمهور لمحتوى الرسالة					
2.	تتبنى دائرة العلاقات العامة في الجامعة مواقف تتوافق مع رأي الجمهور					
3.	تقيس دائرة العلاقات العامة مواقف الجمهور باستمرار حول مختلف القضايا					
4.	توفر دائرة العلاقات العامة الوساطة بين الإدارة والجمهور في حالات النزاع					
5.	تستمع دائرة العلاقات العامة في الجامعة إلى آراء الجماهير					
6.	تعديل الجامعة من سياساتها وفقاً للتغذية الراجعة من الجماهير					
7.	توفر إدارة العلاقات العامة في الجامعة المعلومات التي من شأنها مساعدة الجمهور على فهم رؤية الجامعة بشكل أكثر إيجابية					
8.	تستخدم دائرة العلاقات العامة في الجامعة البرامج أو المشاريع لإقناع الجماهير بوجهة نظرها					
9.	الإعلان عن خدمات الجامعة وبرامجها هو هدف أساسي لدائرة العلاقات العامة في الجامعة					

					21. تقييم دائرة العلاقات العامة في الجامعة الولائم
					22. توفر دائرة العلاقات العامة في الجامعة هدايا قيمة
					23. تحضر دائرة العلاقات العامة في الجامعة الاجتماعات المختلفة في الجامعة وخارجها

14. حدد ما مدى رضاك عن عملك في دائرة العلاقات العامة في جامعتك في الجدول الآتي: (ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة المناسبة).

رضا مرتفع جداً	رضا مرتفع	رضا متوسط	رضا متدني	غير راض

القسم الخامس: حول إمكانات ومهارات العاملين في العلاقات العامة:

15. قيم مهاراتك فيما يأتي من (1-5) ، حيث أن (0) تعني أنه ليس لديك أي معرفة على الإطلاق، أما (0) فتعني الاحتراف. (ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة المناسبة).

#	الفقرة	1	2	3	4	5
1.	تنسيق المؤتمرات الصحفية					
2.	مهارات التفاوض الفعال والإقناع					
3.	إجراء البحوث اللازمة لعمل العلاقات العامة					
4.	إخراج وتصميم النشرات والمواد الإعلامية					
5.	تحرير النشرات والمواد الإعلامية					
6.	كتابة التصريح الصحفي					
7.	استخدام نظريات حل النزاعات					
8.	كتابة الخطابات والكلمات					

					9. كتابة الإعلانات بشكل مهني واحترافي
					10. التقاط الصور
					11. محاربة الشائعات بشكل مهني
					12. كتابة الميزانيات للدائرة
					13. التلاعب بال جماهير بشكل علمي
					14. إجراء المسوح الميدانية
					15. تطوير الاستراتيجيات الاتصالية
					16. مساعدة الإدارة على فهم رأي جمهور معين
					17. إعداد خطط عمل العلاقات العامة
					18. التنبؤ بالأزمات القائم على البحث
					19. كتابة القصص الصحفية
					20. التخطيط الاستراتيجي
					21. التقييم البعدي وقياس الأثر للمشاريع والبرامج

القسم السادس: حول العلاقات العامة كوظيفة إدارية متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى:

16. إلى أي حد تتفق أو لا تتفق مع كل من العبارات الآتية؟ (ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة المناسبة

رجاءً).

#	الفقرة	موافق بشدة	موافق	لست متأكدًا	معارض	معارض بشدة
1.	تمتلك العلاقات العامة وحدة مستقلة ضمن الهيكل الإداري					
2.	تتمتع دائرة العلاقات العامة باستقلالية في أداء مهامها وأنشطتها عن الوظائف التنظيمية الأخرى كالإعلام والموارد البشرية					

القسم السابع: حول أخلاقيات العلاقات العامة:

17. إلى أي حد تتفق أو لا تتفق مع كل من العبارات الآتية؟ (ضع إشارة (√) في المربع أسفل الإجابة المناسبة

(رجاءً).

#	الفقرة	موافق بشدة	موافق	لست متأكدًا	معارض	معارض بشدة
1.	المعلومات التي تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعة بتزويدها للجمهور واقعية					
2.	تأخذ دائرة العلاقات العامة في الجامعة بعين الاعتبار اهتمامات الجمهور بمقدار اهتمامات الجامعة					
3.	تعتقد دائرة العلاقات العامة أنه يجب نشر المعلومات المواتية (الإيجابية)، أما بالنسبة لتلك للمعلومات غير المواتية (السلبية) يجب أن تبقى بعيدة عن الجمهور					

					4. تعتقد دائرة العلاقات العامة في الجامعة أن دور العلاقات العامة هو تعزيز اهتمامات الجامعة حتى لو كانت سلبية على الجمهور
					5. تتجنب دائرة العلاقات العامة في الجامعة الحوار مع الجمهور عندما تصدر الجامعة قرار حول قضية معينة
					6. يعمل ممارسي العلاقات العامة في الجامعة بروح الفريق لتنفيذ الأعمال المشتركة

شكراً لمشاركتكم في هذه الاستبانة.

المشرف: د. معين الكوع.

الطالبة: حليلة أبو صالحية.

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**The Effectiveness of Public Relations Departments in
the Palestinian Universities According to the
Excellence Theory
(A Comparative Study)**

By

Haleema Ihab Ahmad Abu-Salhia

Supervisor

Moeen Fathi Koa

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

2020

**The Effectiveness of Public Relations Departments in the Palestinian Universities According to the Excellence Theory
A Comparative Study**

**By
Haleema Ihab Ahmad Abu-Salhia
Supervisor
Moeen Fathi Koa**

Abstract

This study aims in a major way to know the extent to which the public relations departments at An-Najah National University and The Technical Palestine University "Khaduri" are distinguished. And to compare the public relations departments for both universities in order to measure the extent of the excellency for its public relations department according to the excellence theory, improve the notion of public relations scientifically and practically, highlight its importance in the Palestinian universities and enhance its role in serving the organization and its masses. And to achieve this goal, and answer the major question which is: "What is the excellency extent of the public relations departments work according to the excellence theory?"

This study used the descriptive research and this research adopted the comparison method as it achieves the goals of the study, she also decided to use the qualitative method in analyzing the quantitative results, so the researcher used the questionnaire as a major tool for the study, and this tool was applied for all the public relations departments workers at An- Najah National University and Palestine Technical University "Khaduri", totalling 30 of managers and employees. Distributed as follows: 19 male and female employees in the public relations department at An-Najah National University, and 11 in Palestine Technical University "Khaduri", the

headquarter is in Tulkarm. The comprehensive survey was chosen to ensure representation of all masses due to its small size. The study showed that there is a large degree of response towards the effectiveness of public relations departments in Palestinian universities according to the excellence theory as well on all seven fields in addition to the excellence of An-Najah National University in some fields and the excellence of Palestine Technical University "Khadoury" in others. The results also indicated that there are no statistically significant differences on the effectiveness of public relations departments in Palestinian universities according to the excellence theory attributed to gender, educational qualification, specialization, university, career status, and years of service. In light of the results of the study, the researcher recommended a set of recommendations, the most prominent of which is to enable public relations in the higher management by providing an opportunity for public relations departments in Palestinian universities to participate in strategic management, planning and making-decisions, so that they have an effective role In strategic management. In addition to increasing the number of public relations workers with experience and specialization, and professionally qualifying them through training, and the need for each university to have a moral charter that reflects the culture of the organization while ensuring its implementation by its members.

Key words: Public Relations, Excellence Theory, Palestinian Universities, Strategic Management, dominant Coalition.