



جامعة النجاح الوطنية  
كلية الدراسات العليا

## توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الفلسطينية من خطر المخدرات

إعداد

معتصم غسان أحمد عنصري

إشراف

د. سمر الشنار

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

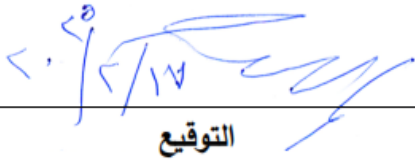
2024

توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة  
نحو توعية طلبة المدارس الفلسطينية من خطر المخدرات

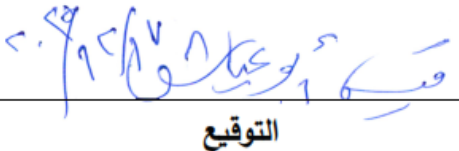
إعداد

معتصم غسان أحمد عنصري

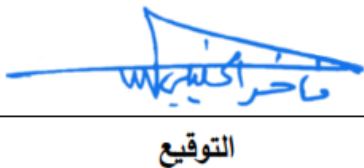
نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/12/18م، وأجيزت:

  
التوقيع

د. سمر الشنار  
المشرف الرئيسي

  
التوقيع

د. قيس أبو عياش  
المشرف الخارجي

  
التوقيع

د. فاخر الخليلي  
المشرف الداخلي

## الإهداء

إلى كل من قاوم آفة المخدرات وانتصر، واستعاد نبض الحياة من جديد...

إلى كل من قاوم آفة المخدرات وانتصر، واستعاد نبض الحياة من جديد...

إلى والديّ الحبيبين، نبع الحكمة والعطاء...

إلى زوجتي الغالية وابني العزيز، سندي وقوتي في كل خطوة...

إلى إخوتي وأخواتي، الذين كانوا لي خير دعم وسند...

وإلى الأقربين قلبًا ودمًا، الذين لم يتخلوا عني يومًا...

إلى رفيق الأسر، عمي الدكتور هيثم العنثري، الصامد منذ 23 عامًا، وإلى الشهداء الأبرار، رموز

التضحية والفداء...

وإلى أصدقائي الأوفياء، الذين كانوا نورًا في أوقات العتمة...

إليكم جميعًا أهدي ثمرة جهدي وحصاد أيامي.

## الشكر والتقدير

مَن لا يشكرِ الناسَ لا يشكرِ اللهَ، فالحمد لله حمداً يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه الذي أعانني على

إتمام هذه الرسالة،

ولا يسعني هنا إلا أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الدكتورة المشرفة على رسالتي

### د. سمر الشنار

فكانت خير مشرف ومرشد، فلها كل الشكر والتقدير على جهدها وتوجيهاتها لإخراج الرسالة

على أكمل وجه

وأتقدم أيضاً بجزيل الشكر والامتنان لأعضاء لجنة المناقشة الكرام على تشريفهم لي بمناقشة رسالتي،

وتقديمهم ملاحظات بناءة ونصائح قيمة لتطوير هذه الدراسة.

## الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

# توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الفلسطينية من خطر المخدرات

إعداد

معتمصم غسان أحمد عنصري

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

معتمصم غسان أحمد عنصري

اسم الطالب:



التوقيع:

2024/12/18

التاريخ:

## فهرس المحتويات

ج	الإهداء	.....
د	الشكر والتقدير	.....
هـ	الإقرار	.....
و	فهرس المحتويات	.....
ح	فهرس الجداول	.....
ي	فهرس الملاحق	.....
ك	الملخص	.....
1	الفصل الأول: مقدمة الدراسة والإطار النظري	.....
1	1.1 مقدمة	.....
4	1.2 الإطار النظري	.....
16	1.3 الدراسات السابقة	.....
32	1.4 التعقيب على الدراسات السابقة	.....
33	1.5 الإفادة من الدراسات السابقة	.....
33	1.6 تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة	.....
34	1.7 مشكلة الدراسة	.....
35	1.8 أسئلة الدراسة	.....
36	1.9 فرضيات الدراسة	.....
37	1.10 مصطلحات الدراسة	.....
38	1.11 أهمية الدراسة	.....
38	1.12 أهداف الدراسة	.....
39	1.13 حدود الدراسة	.....
41	الفصل الثاني: الطريقة والإجراءات	.....
41	2.1 منهجية الدراسة	.....

41	2.2 مجتمع الدّراسة
42	2.3 عيّنة الدّراسة
45	2.4 أدوات الدّراسة
47	2.5 متغيّرات الدّراسة
48	2.6 خطوات تطبيق وإجراء الدّراسة
48	2.7 المعالجات الإحصائية المستخدمة
50	الفصل الثالث: نتائج الدّراسة
50	3.1 المقدمة
50	3.2 النتائج المتعلّقة بأسئلة الدراسة (الاستبيان)
63	3.3 نتائج فرضيات الدراسة
69	3.4 أداة الدراسة الثانية (المقابلة)
76	الفصل الرابع: مناقشة النتائج والتوصيات
76	4.1 مناقشة النتائج
83	4.2 النتائج المتعلّقة بفرضيات الدراسة
84	4.3 توصيات الدراسة
85	المصادر العلمية
89	الملاحق
b	Abstract

## فهرس الجداول

- جدول (1): نسبة استجابة عينة الدراسة ..... 43
- جدول (2): توزيع عينة الدراسة الكمية بحسب متغيرات الدراسة الديمغرافية ..... 43
- جدول (3): نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط عبارات الاستبانة ..... 101
- جدول (4): معاملات ثبات محاور الاستبانة بطريقة كرونباخ ألفا ..... 47
- جدول (5): معاملات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة والدرجة الكلية ..... 52
- جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات ..... 103
- جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني المتعلق بطبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات ..... 55
- جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث المتعلق بالوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات ..... 58
- جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الرابع المتعلق بجوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات ..... 60
- جدول (10): نتائج اختبار ت لعينة واحدة للفرق بين متوسط العينة ومتوسط المجتمع لمقياس محاور الاستبانة المتعلقة بتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات ..... 62
- جدول (11): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير النوع الاجتماعي ..... 64
- جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير المؤهل العلمي ..... 104

جدول (13): نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير المؤهل العلمي ..... 105

جدول (14): نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات ..... 66

جدول (15): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير سنوات الخدمة ..... 106

جدول (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير مكان السكن ..... 107

جدول (17): نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير مكان السكن ..... 108

## فهرس الملاحق

- ملحق (أ): محكمي أداة الدراسة ..... 89
- ملحق (ب): أداة الدراسة قبل التعديل ..... 90
- ملحق (ج): أداة الدراسة النهائية ..... 95
- ملحق (د): أسئلة المقابلة / مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس ..... 99
- ملحق (هـ): أسئلة المقابلة / مدير الارشاد التربوي في مديرية نابلس ..... 100
- ملحق (و): الجداول ..... 101

# توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الفلسطينية من خطر المخدرات

إعداد

معتصم عنصري

إشراف

د. سمر الشنار

## الملخص

هدفت الدراسة للتعرف إلى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الفلسطينية من خطر المخدرات، من خلال استخدام المنهج المختلط (الكمي والنوعي)، حيث استخدم الباحث أداتي الاستبيان والمقابلة، فمجتمع الدراسة في أداة الاستبيان هو المرشدون التربويون في مديرتي نابلس وجنوب نابلس والبالغ عددهم (140) مرشداً تربوياً، أما مجتمع الدراسة من خلال أداة المقابلة فهو ممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية، ومسؤولي قسم الإرشاد التربوي في مديرية نابلس وتم اختيار المجتمعين لتوضيح تلك المسؤولية من الأطراف ذات العلاقة بكافة جوانبها، وتم اختيار عينة قصدية مكونة من (103) مرشداً تربوياً لتوزيع الاستبيان عليهم بعد التأكد من صدق وثبات الأداة، وكذلك تم اختيار مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس، ورئيس قسم الإرشاد التربوي في مديرية نابلس.

وقد خرجت الدراسة عدة نتائج من أبرزها: توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين كبيرة، وأن المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات كبيرة، وتستخدم الوسائل والأدوات الاتصالية بشكل كبير في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات، وأن جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات كبيرة.

وبناءً على نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يأتي: من أجل تعزيز فعالية استخدام نظرية المسؤولية الاجتماعية، يمكن تنظيم دورات تدريبية دورية لممارسي العلاقات العامة في دائرة مكافحة المخدرات حول أهمية وطرق تطبيق المسؤولية الاجتماعية في حملات التوعية بمخاطر المخدرات، واستنادًا إلى استجابة الجمهور، ومدى توافقه مع الحملات الحالية، ينبغي على دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية تعزيز وتطوير الحملات الإعلامية، ويمكن أن يشمل ذلك استخدام وسائل اتصالية متعددة، وإبداعية لزيادة تأثير الرسائل التوعوية، والعمل على تعزيز الجهود لزيادة الاستجابة مع الجمهور الخارجي، مثل: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر، وتنظيم فعاليات توعوية مجتمعية، مما يعزز من مشاركة الجمهور، ويزيد من تأثير الحملات التوعوية.

**الكلمات المفتاحية:** نظرية المسؤولية الاجتماعية؛ العلاقات العامة؛ طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية؛ المخدرات؛ المرشدون التربويون.

## الفصل الأول

### مقدمة الدراسة والإطار النظري

#### 1.1 مقدمة

تعد العلاقات العامة من أهم وأبرز الإدارات الحيوية في المؤسسات في وقتنا الحالي، كونها تهتم بالتفاعل والتواصل بين المؤسسة والجمهور الخارجي والداخلي على حد سواء، فهي بمثابة حلقة الوصل بين أطراف العلاقة من خلال إيصال رسالة المؤسسة للجمهور، وكذلك العكس، وبالتالي تبني المؤسسة إستراتيجيتها وخطتها عملها بناءً على دراسة توجهات الجمهور ورغباته، عبر بناء برامج للعلاقات العامة تقوم على الصدق، والأمانة، والتفاهم، والتبادل المشترك بين المنظمة وجمهورها (اللوزي، 2010).

إذ تعتبر العلاقات العامة قناة الاتصال والتواصل بين المؤسسة والجمهور، فهي وسيلة الإعلام التي تسوق صورة المؤسسة بأفضل حالاتها لجمهور، وتوفر لهم المتطلبات التي يريدونها، وتأخذ بوجهات نظرهم وتتواصل معهم كشركاء معنويين لتحسين خدماتها باستمرار، وبالتالي تعتبر إدارة العلاقات العامة من الإدارات ذات الأهمية الكبيرة في العديد من المؤسسات، حيث أصبحت وظيفة أساسية تساعد المؤسسات في التعرف إلى الطرق العلمية والمهنية الحديثة لحل، وإدارة الأزمات والمشكلات، ولمعرفة آراء الجمهور الذي تتعامل معه واتجاهاته، إذ تسعى لتحقيق التفاهم، وبناء الثقة بينهم، وبالتالي أصبحت حلقة وصل بين إدارات المؤسسة وجمهورها، لتحقيق الأهداف جميعها، والمصالح المشتركة في ظل صناعة علاقات متميزة وقوية مع الأطراف ذات العلاقة جميعها (Grunig & Grunig, 2013)، ويمثل ممارسة العلاقات العامة أمراً رئيساً لإدارة المؤسسات جميعها، حيث تحدد نوع العلاقة الموجودة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، وتظهر أهمية التواصل بين المؤسسة والمؤسسة من خلال بناء العلاقة بينهما، فأهمية العلاقات العامة تتبع من إدراك المؤسسات لقوة المنافسة المتزايدة، ما يدفعها للعمل على تطبيق التخطيط، والبحث، وبرامج التقييم لأعمالها وإنجازاتها بصورة مستمرة (Doorley & Garcia, 2015).

وبالتالي تُعدّ العلاقات العامة أداة فعّالة لتعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وذلك من خلال تحديد القضايا الاجتماعية، وتطوير إستراتيجيات مناسبة، والتواصل الفعّال، وبناء علاقات مع أصحاب المصلحة، وقياس تأثير المبادرات وتقييمها (Ejiofo & Udu, 2023)، وتكتسب المسؤولية التي تتحملها العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية أهمية كبيرة، وذلك نظراً للدور الحيوي الذي تقوم به في تعزيز أمن المجتمع، فهي تساهم بشكل مباشر في مكافحة الانحراف والجريمة والوقاية منهما، حيث تؤدي العلاقات العامة دور الوسيط بين المؤسسة الأمنية والجمهور، فإذا كانت المؤسسة الأمنية تسعى إلى تحقيق أمن المجتمع وحمايته عبر دعم وتعاون الجمهور، فإن هذا الأخير يسعى بدوره إلى العيش في بيئة مستقرة وآمنة. ومن هنا، تعمل العلاقات العامة على تحقيق التوازن بين أهداف الطرفين، مما يجعل الحاجة إلى جهاز متخصص في العلاقات العامة داخل المؤسسات الأمنية أكثر إلحاحاً مقارنة ببقية الأجهزة الأخرى (مزيان، 2019).

وتبرز هنا نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تعد من النظريات الحديثة التي تركز على تحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة واحتياجات المجتمع، حيث تؤكد النظرية على أهمية أن تلتزم المؤسسات بتقديم أنشطة ومبادرات تعزز رفاهية المجتمع وتحافظ على قيمه ومصالحه. وتستند النظرية إلى مجموعة من المبادئ الأساسية، من بينها التوافق المصلي بين المؤسسة والجمهور، والالتزام بالشفافية والمصادقية في التعامل مع المعلومات، والحرص على بناء سمعة إيجابية للمؤسسة من خلال تقديم خدمات ومبادرات تخدم الصالح العام، كما أن الاتصال الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي يشكل أحد المرتكزات الرئيسية للنظرية، حيث يسهم في تعزيز العلاقة بين المؤسسة والمجتمع، وتحقيق أهدافهما المشتركة (عجيلات، 2012).

وتواجه المجتمعات في العصر الحالي العديد من التحديات المرتبطة بانتشار الكثير من الجرائم وتعاطي العديد من الأفراد للمخدرات، والتي تتسبب بنتائج وانعكاسات سلبية في المجالين الاجتماعي، والاقتصادي، وتتعدد الأسباب المؤدية للتعاطي، والتي لا يمكن حصرها في عامل واحد دون غيره من العوامل، ولكنه تراكم

عوامل عدة مع استعداد بيولوجي خاص بالفرد كالعوامل البيولوجية، والعوامل الاجتماعية، إذ تسهم التنشئة الاجتماعية بدور مهم في اتجاه الفرد نحو التعاطي، أو الإحجام عنه، ويبرز كذلك العوامل النفسية، فهي الأساس في حالات الإدمان، وكثيراً ما يكون السلوك الإدماني ناتجاً عن دوافع داخلية، كالتخلص من التوتر، أو الهروب من المشكلات التي يعانيها الشخص، ولا يمكن كذلك إغفال العوامل السياسية والاقتصادية داخل المجتمع (المطيري، 2020).

وعلى الصعيد الفلسطيني، تعمل الشرطة الفلسطينية، وبالتحديد إدارة مكافحة المخدرات، بجهود كبيرة وبالتعاون مع المؤسسة الأمنية والمواطنين للحد من انتشار آفة المخدرات التي تزداد تفشيًا في المجتمع الفلسطيني، إذ تعتمد إدارة مكافحة المخدرات في عملها على فلسفة قانونية مبنية على القرار بقانون رقم 18 لعام 2015 وتعديلاته، الذي يخولها بملاحقة الجريمة المرتبطة بالمخدرات، من خلال القبض على مرتكبيها وتقديمهم للعدالة، ورغم التحديات التي تواجهها، مثل التقسيمات الإدارية ومنعها من العمل في بعض المناطق، إلى جانب قلة الإمكانيات والسيطرة المحدودة على الحدود، إلا أن إدارة مكافحة المخدرات تمكنت من تطوير قدراتها، محققة نجاحات ملموسة في مواجهة هذه الآفة، مما أسفر عن تراجع ملحوظ في عدد القضايا المسجلة في العام 2022 مقارنة بالأعوام السابقة (الشرطة الفلسطينية، 2023).

في ضوء ما سبق، فإن توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة يعد ضرورة ملحة لتوجيه الجهود نحو تحقيق التوعية بمخاطر المخدرات بين طلبة المدارس الفلسطينية، حيث تسهم هذه النظرية في تعزيز دور العلاقات العامة كوسيط فعال بين المؤسسات الأمنية والجمهور، من خلال تصميم وتنفيذ حملات إعلامية واتصالية تستند إلى أسس علمية ومهنية، وتهدف إلى تحقيق التوازن بين مصالح المؤسسات وأفراد المجتمع، كما أن تعزيز الوعي لدى الطلبة يتطلب تكاملاً بين مختلف مؤسسات الدولة، بما في ذلك وزارة التربية والتعليم العالي، وإدارة مكافحة المخدرات، لضمان إيصال الرسائل التوعوية بشكل فعال، وبما يتماشى مع احتياجات الفئات المستهدفة، الأمر الذي يجعل هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة في تسليط الضوء على

دور العلاقات العامة في التصدي لظاهرة المخدرات، واقتراح استراتيجيات تسهم في تعزيز أمن المجتمع الفلسطيني وحمايته من هذه الآفة الخطيرة، وعليه تسعى الدراسة الحالية للتعرف إلى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات.

## 1.2 الإطار النظري

### النظرية المستخدمة: نظرية المسؤولية الاجتماعية

تشهد مهنة العلاقات العامة العديد من التطورات المتلاحقة على مفاهيمها، ووظائفها، وفلسفاتها في الآونة الأخيرة، وذلك من أجل مواكبة التطورات المستمرة التي يشهدها العالم في مختلف مجالات الحياة بما فيها مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وفي ضوء ذلك بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يحتل مكانة جوهرية ضمن مهمات العلاقات العامة في العديد من المؤسسات، وبدأ الاهتمام به يتزايد حتى أصبح المفهوم وتطبيقاته مهمة رئيسة للعلاقات العامة في بعض المؤسسات، كما عملت وسائل الاتصال الحديثة المنتشرة في العصر الحالي، وحساسية الرأي العام، وأهميته على إكساب العلاقات العامة أهمية إضافية، حيث أصبحت العلاقات العامة عاملاً مهماً في توثيق الصلة والمودة بين عناصر المجتمع، وتنمية الإحساس بالمسؤولية وإعادة الضمير الإنساني إلى النشاط الاجتماعي (عجيلات، 2012).

ويمثل مفهوم المسؤولية الاجتماعية أحد المبادئ التي تستند إليها العلاقات العامة، حيث يتطلب من مهنة العلاقات العامة الكثير من المسؤوليات الاجتماعية كالالتزام بالصدق في الإعلان، ما يقود إلى بناء علاقات طيبة مع الجمهور، وزيادة المصداقية بين المؤسسة وجمهورها، وتجنب إلحاق الضرر بالمجتمع، من خلال تسويق منتجات ذات جودة سيئة، أو تسويق أفكار خاطئة، أو معلومات غير دقيقة (اللوزي، 2010).

وتعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: السلوك الأخلاقي للمؤسسة، والذي يرتبط بسلسلة القيمة الكاملة لدى العملاء النهائيين، وأضرار أنشطة المؤسسة، ومزاياها على المجتمع، وهو مفهوم يبعد ويتسع كثيراً عما تقدمه المؤسسة من أعمال خيرية، سواء كانت اجتماعية، أو اقتصادية (Mirvis, 2012).

وعرّف McWilliams & Siegel (2001) المسؤولية الاجتماعية بأنها: "الأفعال التي تظهر لتعزيز بعض الخير الاجتماعي، وتكون خارج مصلحة منظمة الأعمال، وبما يتفق مع القانون".

وعرفها Basu & Palazzo (2008) بأنها العملية التي من خلالها يقوم المديرون التنفيذيون بالتفكير، ومناقشة العلاقات مع أصحاب المصلحة، وأدوارهم المتعلقة بالصالح العام جنباً إلى جنب مع ممارساتهم لتحقيق هذه الأدوار والعلاقات.

### مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في سياق العلاقات العامة

وتتشارك العلاقات العامة مع المسؤولية الاجتماعية في العديد من النقاط المشتركة، أولها تحقيق مبدأ التوافق المصلحي، حيث يسعى كل نشاط من أنشطة العلاقات العامة إلى ربط مصالح المؤسسة الذاتية مع مصالح واهتمامات الجمهور، ويعكس ذلك بشكل كبير اهتمام المسؤولية الاجتماعية بتحديد احتياجات الجمهور، حيث تعمل على تلبية هذه الاحتياجات بما يعود بالفائدة على المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة، مع مراعاة تحقيق مصالح المؤسسة أيضاً، وفي هذا السياق، تحقق العلاقات العامة مصلحة المؤسسة دون تجاهل دورها الاجتماعي في خدمة المجتمع وتعزيز رفاهيته (الجوهر، 2024).

من جهة أخرى، تسعى العلاقات العامة إلى بناء سمعة حسنة للمؤسسة وتعزيز الانطباعات الإيجابية عنها، حيث تعمل على توجيه الانطباعات الشعورية واللاشعورية لدى الجمهور، لتكوين صورة إيجابية عن المؤسسة وسلوكها، وهذا يتوافق مع المسؤولية الاجتماعية التي تسعى من خلال أنشطتها المتنوعة إلى تحسين المجتمع وبناء صورة طيبة للمؤسسة في أذهان جمهورها الداخلي والخارجي. عبر مجموعة من الأنشطة التي تسهم في رفعة المجتمع وتعكس الجهود المبذولة من قبل المؤسسة في خدمة أهدافها الاجتماعية (الدليمي، 2005).

وتعتبر عملية الاتصال ركيزة أساسية في كل من العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية، حيث تقوم العلاقات العامة باستخدام كافة وسائل الاتصال المتاحة، سواء كانت أدوات أو أساليب أو قنوات، لضمان تواصل

فعال بين المؤسسة وجمهورها، وكذلك، تشترك المسؤولية الاجتماعية في هذه العملية عبر تفعيل الاتصال بين المؤسسة والمجتمع، سواء كان داخليًا أو خارجيًا، مما يسهم في تحقيق أهداف كل من العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية (Bednárík, 2019).

أما فيما يتعلق بالاهتمام بالجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، فإنه يشكل أحد الأسس الجوهرية التي تربط العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية. على الصعيد الداخلي، يتضمن ذلك الاهتمام بالعاملين في المؤسسة ومواردها، حيث تسهم الأنشطة التي تهدف إلى تطوير بيئة العمل وتحسينها في تعزيز فعالية الأداء المؤسسي. أما على الصعيد الخارجي، فتتعلق المسؤولية الاجتماعية بالقضايا المجتمعية التي تؤثر على قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الاجتماعية بفاعلية. ويشمل ذلك تقديم الدعم للأفراد في المجتمع، مثل توفير فرص وظيفية والمساهمة في حماية البيئة من التلوث. حيث يتم تصنيف الأنشطة وفقًا لجمهور داخلي وآخر خارجي، يعكس اهتمام المؤسسة بتحقيق الرضا لدى العاملين وتحقيق التوازن مع احتياجات المجتمع (الرحاحلة، 2011).

وفي أعقاب الأزمات والاضطرابات التي شهدتها العلاقات بين المؤسسات والجمهور في بدايات القرن العشرين، وظهر مفهوم العلاقات العامة على يد إيفي لي (Ivy Lee) الذي دعا إلى تعزيز الوعي الاجتماعي والرقى بالمجتمع، أصبحت المؤسسات مطالبة بالتخلي بالمسؤولية الاجتماعية لتحقيق أهداف المجتمع إلى جانب أهدافها الخاصة، وذلك من خلال توازن مستدام بين الجانبين، ومن هنا، أنشأت العديد من المؤسسات، أقسامًا مخصصة للتواصل مع المجتمع، وهي ما تُعرف بأقسام العلاقات العامة، حيث يعمل على توجيهه لبناء علاقات متينة ومستدامة مع المجتمع، وهي عملية تُعرف بالمسؤولية الاجتماعية أو المشاركة المجتمعية، وتتمثل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة في جانبين رئيسيين: الأول هو تحديد الآثار الإيجابية والسلبية التي تتركها على المجتمع، بينما الثاني يكمن في تحديد دور المؤسسة في تلبية احتياجات المجتمع ودعمه في مسيرته. وقد جعل هذا الأمر من العلاقات العامة أداة أساسية في أداء هذه المهام (السلمي، 2020).

## ربط الدراسة الحالية بنظرية الدراسة

تستند الدراسة الحالية إلى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة ضمن دائرة مكافحة المخدرات في الشرطة الفلسطينية، حيث تهدف هذه النظرية إلى تحقيق توازن بين أهداف المؤسسة واحتياجات المجتمع من خلال توجيه أنشطة العلاقات العامة لخدمة المصلحة العامة، وتؤكد المسؤولية الاجتماعية على ضرورة أن تلتزم المؤسسة بتقديم أنشطة تهدف إلى تعزيز رفاهية المجتمع، وهذا يتماشى مع الدور الذي تلعبه دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات من خلال حملاتها الإعلامية التي تهدف إلى توعية طلبة المدارس الثانوية الفلسطينية بمخاطر المخدرات .

وتشير النظرية إلى أن المسؤولية الاجتماعية تستلزم أن تتبنى المؤسسة ممارسات تضمن تحقيق فائدة للمجتمع إلى جانب مصلحة المؤسسة الذاتية. وهذا يتجسد في حملات التوعية التي تنظمها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات، حيث تعمل على تحديد احتياجات الجمهور المستهدف، وهم طلبة المدارس الثانوية، وتسعى لتلبية تلك الاحتياجات من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة حول خطر المخدرات، بما يعكس اهتمام المؤسسة برفع مستوى الوعي بين فئات المجتمع المختلفة.

وتتجلى المسؤولية الاجتماعية أيضًا في طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة، حيث تستخدم وسائل الاتصال الحديثة للتفاعل مع الجمهور الداخلي والخارجي، إذ تساهم هذه الحملات في تعزيز التفاعل بين الشرطة الفلسطينية والمجتمع، وتعكس جهود المؤسسة في توعية الطلاب بمخاطر المخدرات من خلال رسائل إعلامية مستهدفة، وتساهم هذه الأنشطة أيضًا في بناء سمعة طيبة للمؤسسة، حيث تسعى دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات إلى ترك انطباع إيجابي لدى الجمهور عن الشرطة الفلسطينية، ما يعزز من مصداقية المؤسسة في المجتمع. وهو ما يتماشى مع مبدأ السمعة في المسؤولية الاجتماعية، حيث تسعى المؤسسات إلى تحسين صورتها العامة من خلال تقديم خدمات ومبادرات تساهم في رقي المجتمع وتحقيق الرفاهية العامة.

## مفهوم العلاقات العامة

انتشر مفهوم العلاقات العامة حديثاً خلال القرن العشرين، على الرغم من أن مفهوم العلاقات العامة قد ظهر مع بداية ظهور التجمعات الإنسانية منذ زمن بعيد، ويعود السبب في ذلك إلى أن الإنسان يعد اجتماعياً بطبعه، فهو أكثر العناصر فاعلية وتفاعلاً، ويندمج بعلاقاته الاجتماعية العامة في الأنشطة والمجالات جميعها، فلا يمكن للإنسان لم يعيش بمعزل عن أقرانه في أي حال من الأحوال؛ لذا فقد استند الإنسان منذ النشأة الأولى لعكس صورة جيدة تعكس سمعته ليتقبله من حوله ضمن إطار نشاط تفاعلي أطلق عليه فيما بعد العلاقات العامة.

وتمثل العلاقات العامة نشاطاً إنسانياً، وشكلاً تفاعلياً من أشكال الاتصال، والتواصل، الذي يقدم فيه للجمهور المستهدف المعلومات، وبالتالي أصبح هذا الجمهور ليس مجرد مستهلك للمعلومات، وعرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA) في بيانها الرسمي حول العلاقات العامة بأنها "تساعد مجتمعنا المعقد، والتعديدي على الوصول إلى القرارات، والعمل بشكل أكثر فاعلية من خلال المساهمة في التفاهم المتبادل بين المجموعات والمؤسسات، فهي تعمل على تحقيق الانسجام بين السياسات الخاصة والعام (Ahmad, 2017).

وتعددت مفاهيم العلاقات العامة، إذ تعرف بأنها الجهود المخططة والمرسومة التي تهدف إلى إقامة تفاهم دائم بين المنظمة وجمهورها، من خلال إقامة علاقات حسنة وطيبة قائمة على الثقة المتبادلة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، وبالتالي، هي وظيفة إدارية يقوم بها جهاز مختص في المنظمة يقوم دوره على الاهتمام المستمر بالجمهور الداخلي والاتصال مع الجمهور الخارجي، بهدف بناء صورة حسنة وإيجابية عنها لدى جماهيرها والمجتمع من حولها (Smith, 2020).

وتمثل العلاقات العامة أحد اتجاهات الإدارة الحديثة التي تركز على تنفيذ الاتصال الفعال والمستمر بين المنظمة والبيئة الخارجية المحيطة بها، وانتشرت الكثير من التعريفات لهذا المفهوم، إلا أنها لم تتفق في

إطار تعريف شامل وموحد في أغلب الأحيان، فقد عرفت على أنها إدارة الاتصالات، وإدارة العلاقات الاجتماعية، وتكوين صورة موثوقة للمنظمة، وإنشاء الرأي العام، وتعكس كل هذه الأساليب بطريقة ما محتوى هذا النشاط، ويمكن تطبيقها لترجمة مفهوم العلاقات العامة، فهذا المصطلح له معنى أوسع بكثير يعكس العديد من الجوانب المتعلقة بهذا النشاط (Dozier, 2013).

وتعتبر العلاقات العامة مجالاً علمياً وظاهرة اجتماعية، وتشكل أحد التطبيقات العملية لعلم الاجتماع الحديث، ويستند ذلك إلى حقيقة أن الإنسان لا يمكنه العيش في عزلة عن بيئته، بل تقتضي متطلبات الحياة التفاعل والتواصل مع الآخرين، لذلك، أصبح التنسيق والتوافق بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع ضرورة حيوية، لا يمكن الاستغناء عنها لتحقيق مصالح الجميع وتحقيق التوازن بينها للوصول إلى الأهداف المرجوة (Smythe, 2010).

وتعرف العلاقات العامة على أنها نشاط تواصل يهدف إلى تعزيز العلاقة بين المنظمة وجمهورها، من خلال تحسين صورتها العامة وإبراز جوانبها الإيجابية، وتحقيق ذلك عبر تسليط الضوء على الجهات التي تخدم مصالح المنظمة وتسعى لصيانتها، معتمدة في ذلك على فنون الاتصال بالجمهور، ويشمل ذلك المؤسسات الأهلية، الشركات الكبرى، أو الجمعيات التي تسعى إلى تحقيق مصلحة مجتمعية واسعة (Abu-Jarour, 2013).

### أهمية العلاقات العامة

تشير العلاقات العامة إلى عملية مستمرة لإقامة علاقات ثقة تستند إلى معلومات كاملة، وفي الوقت المناسب، تتضمن العلاقات العامة الحديثة إنشاء قنوات اتصال وتواصل تنتقل من خلالها الرسالة للجمهور، وإعداد هذه الرسالة بطريقة جذابة، ومميزة لتؤثر بصورة إيجابية في الجمهور المستهدف، إذ تحتاج العلاقات العامة عملاً متناسقاً طويل الأجل يسعى إلى تكوين وتطوير سمعة المنظمة، أو فرد

كشخص مسؤول اجتماعيا، أي أنه ينطلق من تحقيق مصالح المجتمع بدلاً من المصالح الفردية الأخرى (Gibson, Gonzales, & Castanon, 2006).

واستخدمت نشاطات العلاقات العامة في كثير من المواقع والقطاعات الحيوية أهمها المؤسسات على اختلاف أنشطتها ومجالات أعمالها، لا سيما التي تطمح إلى بلوغ أعلى مراتب السمعة الجيدة، التي تخلق الثقة لدى جمهورها وعملائها فيما تقدمه المؤسسات تلك من منتجات وصناعات مختلفة، تمكنها من اختراق الكثير من المجتمعات التي تحمل الولاء للمؤسسة تلك، لما حقته من وصول واسع النطاق للمجتمعات والجمهور كافة (Doorley & Garcia, 2015).

وتشكل العلاقات العامة حلقة التواصل والاتصال بين المنظمة والعملاء على اختلافهم، فهي تمثل وسيلة الإعلام، التي تسوق صورة المنظمة، وتعمل على نشرها، وإيصالها للجمهور بأفضل حالاتها، كما وتوفر العلاقات العامة المتطلبات كافة التي يحتاجونها لتحقيق أهدافهم المتعلقة بكسب ولاء الجمهور، وزيادة حصتهم السوقية، وبالتالي كسب شركاء معنويين في المنظمات تلك لتحسين منتجاتها وصناعاتها باستمرار (Grunig & Grunig, 2013).

وتمثل إدارة العلاقات العامة أحد الأقسام الحساسة والمهمة في العديد من المنظمات، سواء كانت خدمية أو إنتاجية، حيث أصبحت من الوظائف الأساسية التي تساهم في مساعدة المنظمة على تحديد الأساليب العلمية والمهنية الأمثل لإدارة الأزمات وحل المشكلات التي قد تواجهها، كما تساهم في فهم آراء الجماهير واتجاهاتهم بهدف تحقيق التفاهم وبناء الثقة المتبادلة بينها وبين المنظمة (Smythe, 2010).

استناداً إلى ما تم ذكره، يرى الباحث أن العلاقات العامة تمثل حلقة وصل بين إدارات المنظمة من جهة، والجماهير من جهة أخرى، وذلك بهدف تحقيق الأهداف المنشودة للمنظمة وتعزيز تطورها، بالإضافة إلى تلبية المصالح والاحتياجات المشتركة بين المنظمة وجماهيرها المختلفة، وبالتالي، تعتبر العلاقات العامة فناً

من فنون الاتصال الإنساني، الذي يسعى من خلاله إلى بناء علاقات طيبة ومستدامة مع جميع الأطراف ذات العلاقة.

### أهداف العلاقات العامة

تتلخص أهداف العلاقات العامة لأي منظمة في تحقيق هدف استراتيجي رئيس، هو تحسين سمعة المنظمة وتعزيزها لدى جمهورها الداخلي والخارجي، ولهذا الهدف الرئيس العديد من الأهداف الفرعية التي لا بد من الاهتمام بها وتحقيقها أيضاً، وبالتالي يمكن تحقيق الأهداف جميعها وبكل سهولة من خلال تحقيق رضا الجماهير، وتكريس ولائها للمنظمة، ما يجعل لها حصة سوقية مميزة في الميدان بين المنظمات المشابهة بصورة واضحة، وكلما ازدادت رقعة نشاطها وحجم هياكلها، كلما ازدادت الحاجة لزيادة حجم أنشطة العلاقات العامة (Ziarmal, Ahmadi, & Jalali, 2023).

وتمثل العلاقات العامة في عصرنا الحديث العمود الرئيس، والواجهة الفاعلة في أي منظمة ويقع على عاتقها أعباء كبيرة، ومسؤوليات مختلفة إذا تمت ممارستها بأساليب علمية، وليست كشعار فقط، وبخاصة بمؤسسات التعليم قبل الجامعي، وتسعى العلاقات العامة ممثلة بأنشطتها المختلفة إلى تحقيق جملة من الأهداف، وهي (Oparaugo, 2021):

- الارتقاء بمستوى ثقة العملاء بالمنظمة بأنشطتها كافة، وما تقدمه من منتجات وصناعات مختلفة.
- توفير الدعم الكامل لأي من سياسات المنظمة وتوفير قاعدة اتصالات سليمة تؤدي إلى تقبل العملاء للسياسات تلك.
- تعزيز أشكال التفاهم المشترك بين المنظمة والعملاء.
- التعرف إلى آراء العملاء واتجاهاتهم، وجمع المعلومات الممكنة حول الاتجاهات تلك والتنبؤ بمتطلباتهم المستقبلية، والاستجابة لها.

- محاولة جمع المعلومات الممكنة كافة، التي يمكن أن تتخذ كقاعدة معرفية متكاملة تعمل على مساندة الإدارة في عملية صنع القرارات المختلفة واتخاذها.
- العمل بشكل واسع النطاق، لجمع الجماهير والمجتمعات المستهدفة جميعها، ضمن نطاق نشاط العلاقات العامة، وتحويلهم إلى عملاء مباشرين لصناعات المنظمة ومنتجاتها.
- السعي إلى جعل المنظمة شركة رائدة في مجالها ونشاطها، والارتقاء بمستوى وضعها التنافسي على المستويين الوطني والدولي على حد سواء، وفي النطاقات الجغرافية المختلفة التي قد تصل إليها المنظمة بعلاقاتها العامة.

### وظائف العلاقات العامة

أصبحت العلاقات العامة ضرورة حيوية في عصرنا الحالي الذي يتسم بالتغيرات السريعة والأحداث المتتابعة، حيث توجد المؤسسات متعددة الجنسيات التي تعمل على المستوى الدولي، والمجتمعات المعقدة التي تتطلب التعامل معها بفهم عميق وبرامج مدروسة ودراسات متأنية، ولذلك، قامت العديد من المؤسسات في الدول المتقدمة والنامية بتأسيس إدارة للعلاقات العامة ضمن هيكلها التنظيمي. تهدف هذه الإدارة بشكل رئيسي إلى بناء صورة ذهنية إيجابية للمؤسسات، مما يساهم في خلق بيئة تسمح لها بتحقيق أهدافها وأداء رسالتها بفعالية من خلال تحفيز التعاون وفهم دورها من قبل الجمهور (Pfau & Wan, 2006).

كما تعد العلاقات العامة من الوظائف الإدارية الأساسية، حيث تهدف إلى تنفيذ مجموعة من الأنشطة التي تساهم في تشكيل صورة واضحة عن المنظمة، فهي تربط المؤسسات مع بعضها البعض، ومع عملائها، ومع المجتمع المحلي الذي تنشط فيه، كما أنها تلعب دوراً مهماً في تعزيز الروابط بين العاملين داخل المنظمة على مختلف مستوياتهم، نظراً لتعرض المؤسسات لمختلف الأزمات الإدارية أو المالية، فإن العلاقات العامة تؤدي دوراً حيوياً في تعزيز التعاون وحل المشكلات بين الأطراف المختلفة (Dozier, 2013).

لقد اختلف الكتاب وأصحاب الاختصاص في تحديد أبعاد العلاقات العامة، حيث ذهب عالم الإدارة فيليب ليزلي إلى أن أبعاد العلاقات العامة تنطوي على كل من النصح والإرشاد والإعلام، والأبحاث والتحليل، وبناء الثقة، بينما يرى كالفني (Calfee) أن أبعاد العلاقات العامة تنطوي على البحث والتخطيط، والإنتاج، والتنسيق، والخدمة الإدارية، وخدمة المجتمع، والتوجيه الإداري.

وتتعدد الاتجاهات والآراء حول أبعاد العلاقات العامة تبعاً لطبيعة عمل المنظمة، ويمكن تلخيصها فيما يأتي

(Kriyantono, Amrullah, & Destrity, 2017):

1. البحث: يتضمن البحث، البحث عن البيانات والمعلومات الحقيقية كافة، من خلال إجراء بحوث علمية دقيقة تتضمن استطلاع الرأي، والمعلومات المتعلقة بالبيئة الخارجية بما في ذلك معلومات المنافسين، ومعلومات الجمهور المستهدف، والمعلومات المتعلقة بالمنظمة نفسها، وما يتعلق بأدائها من وظائف إدارية وتشغيلية، ومنتجات وصناعات مختلفة، وتنطوي على هذه المرحلة بناء تفاهم واسع النطاق بين الجمهور المستهدف، والمنظمة ممثلة بالإدارة العليا، لتحقيق الأهداف المرجوة للأطراف كافة ذات المصلحة بداية من العميل، والمجتمع، والمنظمة ممثلة بموظفيها كافة، وجميع هذه الأهداف مرتبطة أساساً بعمليات البحث الدقيق عن المعلومات الحقيقية التي توفر قاعدة معرفية ومعلوماتية متينة للشركة لتتخذ قراراتها المفصلية بناء عليها.

2. التخطيط: تتابع دائرة العلاقات العامة إجراءات التخطيط جميعها، والتي تنطوي على إنشاء خطط وقائية تساعد المنظمة في اجتياز أي مرحلة مفصلية، ومواجهة أية أخطار محتملة، كما تكشف عن الفرص الحقيقية التي يمكن استغلالها للشركة، ناهيك عن سعي عملية التخطيط إلى تحسين سمعة المنظمة على المدى القريب والبعيد أمام الجمهور كافة، والجدير بالذكر أن التخطيط يمثل الأساس السليم الذي تبنى عليه أنشطة العلاقات العامة، وقد أمكن تعريف التخطيط في هذه المرحلة على أنه الطريق القويم

الذي تم دراسته ووضع أسسه، ومعاييره بشكل واضح وصريح، لتسلكه المنظمة دون الوقوع بأي خطأ  
آني أو محتمل.

3. التنسيق: تنطوي عملية التنسيق على بناء العلاقات العامة قنوات اتصال مباشرة، أو غير مباشرة بين  
العديد من الأطراف ذات العلاقة، بداية من تنسيق العلاقة بين الإدارة العليا والإدارات الوسطى والدنيا،  
وبين الإدارات من جهة والعاملين من جهة أخرى، كما تعمل على تنسيق وبناء قنوات اتصال فاعلة  
بين المنظمة نفسها والجمهور المستهدف.

4. الإدارة: تعمل الوظيفة الإدارية على إدارة وظائف العلاقات العامة وأنشطتها كافة، وكيفية استجابتها مع  
الأطراف المعنية كافة، بما في ذلك الجمهور المستهدف، كما تعمل على زيادة فاعلية الأداء الكلي  
للعلاقات العامة، وتطلع على مجريات الأعمال كافة في البيئة الداخلية، وتربطها مع المعلومات المتأتية  
من البيئة الخارجية، والخروج بمعلومات قيمة تبرز على شكل قرارات سليمة، يمكن اتخاذها في الوقت  
المناسب، وتتبع نتائجها على الأطراف كافة، بما ذلك الإدارة العليا، والإدارات كافة ممثلة بموظفيها  
وعاملها جميعاً، والجمهور المستهدف، والمجتمع ككل.

### المخدرات

يُعتبر تعاطي المخدرات ظاهرة مرضية تؤثر في مجتمعات دول العالم المتقدمة والنامية على حد سواء، سواء  
في الماضي أو الحاضر. إلا أن درجة تأثيرها وخطورتها تختلف من مجتمع إلى آخر حسب مدى انتشارها.  
كما أن هذه الظاهرة تؤثر سلباً على متطلبات التنمية، حيث أدى انتشار الإدمان إلى زيادة نسبة الجرائم  
العنيفة في المجتمع، مما دفع متعاطي المخدرات إلى ارتكاب شتى الجرائم، سواء كانت عن قصد أو غير  
قصد، وتظهر خطورة هذه المشكلة بشكل واضح في تأثير سلوك المتعاطين على الأوضاع القانونية  
والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع الذي يعيشون فيه. من الناحية القانونية، تتمثل هذه الخطورة في ارتفاع

معدلات القضايا والمخالفات التي يرتكبها المدمنون نتيجة لتعاطي المخدرات، مما يتطلب المزيد من الإجراءات لمكافحة هذه الظاهرة (المهندي، 2013).

وأظهر تقرير مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة لعام 2024 أن عدد الأشخاص الذين يتعاطون المخدرات على مستوى العالم بلغ 292 مليون شخص، بزيادة قدرها 20% خلال العقد الماضي، كما سلط التقرير الضوء على تزايد ظاهرة الاتجار بالمخدرات في مناطق مثل المثلث الذهبي في جنوب شرق آسيا، حيث يخطر السكان الفقراء في زراعة الأفيون أو الأنشطة غير القانونية الأخرى، وفي ظل هذه التحديات، دعا التقرير إلى تبني سياسات قائمة على الأدلة والتعاون بين الحكومات والمجتمعات المحلية لمكافحة هذه الظاهرة وتعزيز قدرة المجتمعات على مقاومة تعاطي المخدرات (الأمم المتحدة، 2024).

### المخدرات في فلسطين

تعتبر ظاهرة المخدرات في فلسطين من أبرز القضايا المجتمعية المعقدة التي تهدد الصحة العامة والأمن الاجتماعي، وقد شهدت السنوات الأخيرة ارتفاعاً ملحوظاً في انتشار هذه الآفة، مما يشكل تهديداً جاداً للنسيج الاجتماعي والاقتصادي، ويتسارع الوضع في ظل الاحتلال الإسرائيلي الذي يعتبر المستفيد الأول من انتشار المخدرات في المجتمع الفلسطيني، حيث يسعى إلى استغلال هذه الظاهرة لضرب فئات الشباب والأطفال بهدف إضعاف الروح الوطنية وتعميق التبعية والتخلف، ويؤثر تعاطيها بشكل مباشر على الصحة النفسية والجسدية للأفراد، بالإضافة إلى تأثيرها الكبير على الوعي المجتمعي والأخلاقي، وتواصل الجهات الفلسطينية المختصة (الحكومة الفلسطينية من خلال النيابة العامة وقوى الأمن ودائرة مكافحة المخدرات) تواصل التصدي لهذه الظاهرة عبر استراتيجية شاملة تشمل خفض الطلب على المخدرات من خلال التوعية والعلاج، إضافة إلى خفض العرض من خلال تكثيف العمليات الأمنية وضبط المواد المخدرة وتطبيق القوانين الرادعة، وعلاوة على ذلك، تم تفعيل شراكات مجتمعية واسعة مع مؤسسات حكومية وأهلية لتعزيز الجهود المبذولة في مكافحة هذه الظاهرة (مركز المعلومات الوطني الفلسطيني، 2023).

وقانون مكافحة المخدرات والمؤثرات العقلية رقم (18) لسنة 2015م يعكس التزام دولة فلسطين في مواجهة التحديات المرتبطة بالمخدرات وأثرها على المجتمع، ويحدد بوضوح الإجراءات التي يجب اتخاذها للحد من انتشار المخدرات، ويبرز دور دائرة مكافحة المخدرات في هذا الصدد، فوفقاً للمادة (2) من القانون، يُحظر استيراد أو تصدير المواد المخدرة أو المؤثرات العقلية، بالإضافة إلى منع تصنيعها أو بيعها أو نقلها أو تداولها بأي شكل من الأشكال إلا في حالات محددة تتعلق بالأغراض الطبية أو العلمية، وهذا يشمل حظر زراعة النباتات التي تنتج مواد مخدرة أو مؤثرات عقلية، مما يساهم في تقليص المصدر الرئيسي للمخدرات في فلسطين.

أما في المادة (10)، فتحدد دور دائرة مكافحة المخدرات بوصفها المرجعية الأساسية لمكافحة جرائم المخدرات، حيث تُكلف بوضع الخطط لمكافحة تهريب المخدرات والاتجار بها، وتبادل المعلومات على المستوى الإقليمي والدولي لملاحقة تجار المخدرات، بالإضافة إلى جمع المعلومات عن المتعاطين والمروجين والمصنعين، مما يساهم في تقليل انتشار هذه الظاهرة، كما تعمل على مراقبة المعابر والحدود لضبط تحركات الأفراد المتورطين في تجارة المخدرات.

### 1.3 الدراسات السابقة

#### أولاً: الدراسات العربية

دراسة البجحي (2023) بعنوان: إدراك المتخصصين في العلاقات العامة لأبعاد برامج المسؤولية الاجتماعية: دراسة على عينة من حديثي التخرج.

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى إدراك المتخصصين في العلاقات العامة حديثي التخرج لمفهوم برامج المسؤولية الاجتماعية، وأهميتها، وأبعادها، معتمدة على "نموذج كارول للمسؤولية الاجتماعية". وقد استعانت الباحثة بالمنهج المسحي بشقه الميداني للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وبالاستبانة أداة لجمع البيانات من عينة عشوائية قوامها (150) مفردة من المتخصصين والمتخصصات في العلاقات العامة حديثي التخرج.

وقد خرجت الدراسة بجملة من النتائج المهمة؛ منها: بلغ متوسط الموافقة العام على عبارات محور إدراك المتخصصين في العلاقات العامة حديثي التخرج لمفهوم المسؤولية الاجتماعية بدرجة كبيرة، أما متوسط الموافقة العام على عبارات محور مدى إدراك المتخصصين بالعلاقات العامة حديثي التخرج لأهمية المسؤولية الاجتماعية فقد كان كبير، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد الدراسة نحو محاور الدراسة الثلاثة لمتغير الجنس و متغير المدة التي مضت على التخرج. وبالمقابل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد الدراسة نحو محاور الدراسة تعزى لمتغير المهنة، وقد كانت الفروق هنا في غالبيتها إما لصالح القطاع الخاص أو للعاطلين.

دراسة اليحيى (2023) تتناول إدراك المسؤولية الاجتماعية وأبعادها، وهو مشابه للدراسة الحالية في التركيز على نظرية المسؤولية الاجتماعية. ومع ذلك، تركز دراسة اليحيى على حديثي التخرج في العلاقات العامة، بينما تركز الدراسة الحالية على المرشدين التربويين وإدارات مكافحة المخدرات في المدارس، مما يميز نطاق تطبيق الدراسة الحالية.

دراسة الكثيري (2022) بعنوان: **فعالية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لمنسوبي الجامعة السعودية حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية: دراسة وصفية مسحية.**

تهدف الدراسة إلى استكشاف فعالية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لمنسوبي الجامعات السعودية حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية، مع التركيز على دورها في تعزيز الوعي ببرامج المسؤولية الاجتماعية. بناءً على الفرضية أن الجامعات تسهم في إعداد الموارد البشرية المؤهلة، تركز الدراسة على المنهج الوصفي لتحديد دور العلاقات العامة في تهيئة البيئة الملائمة للنمو ونشر الأفكار الإيجابية. تم اختيار عينة بلغ عدد أفرادها (147) من مختلف منتسبي الجامعات السعودية، من طلاب البكالوريوس والدراسات العليا والدبلوم، بالإضافة إلى الموظفين وأعضاء هيئة التدريس. أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين الدور القيادي للعلاقات العامة ودورها في بناء الصورة الذهنية لبرامج المسؤولية

الاجتماعية. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دورها في حل المشكلات ودورها في بناء الصورة الذهنية لأنشطة المسؤولية الاجتماعية، مما يدل على إسهام هذه البرامج في تقديم حلول للمشكلات بما يدعم تحقيق رؤية المملكة 2030. وتوصي الدراسة بضرورة وضع معايير لقياس أداء أنشطة العلاقات العامة.

في دراسة الكثيري (2022)، يتم البحث في فعالية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية حول المسؤولية الاجتماعية، وهو موضوع قريب من الدراسة الحالية. لكن، الكثيري يركز على الجامعات السعودية، بينما الدراسة الحالية تركز على المدارس الفلسطينية وإدارات مكافحة المخدرات، مما يعكس اختلافًا في السياق الجغرافي والجمهور المستهدف.

دراسة عقيدة (2022) بعنوان: اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك اليمنية نحو برامج المسؤولية الاجتماعية.

تهدف الدراسة إلى استكشاف اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك اليمنية، سواء كانت حكومية أو خاصة أو مختلطة، تجاه برامج المسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى التعرف على دورهم الفعلي في تنفيذ هذه البرامج والمعوقات التي يواجهونها أثناء تنفيذها. تتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحثان الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وقد تم اختيار عينة عمدية غير احتمالية من ممارسي العلاقات العامة في البنوك اليمنية بلغ عدد أفرادها (33) شخصًا. توصل البحث إلى عدة استنتاجات رئيسية، أبرزها أن ممارسي العلاقات العامة في البنوك اليمنية لا يمتلكون سلطة اتخاذ القرارات المتعلقة بتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، إذ يقتصر دورهم على تشجيع تبني ورعاية هذه البرامج وتقديم المشورة للإدارة العليا. من ناحية أخرى، أظهرت النتائج أن الاتجاه العام لممارسي العلاقات العامة في هذه البنوك نحو برامج المسؤولية الاجتماعية كان إيجابيًا، حيث بلغت النسبة (87%) من أفراد العينة.

دراسة عقيدة (2022) تتناول اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو المسؤولية الاجتماعية، وهو موضوع مشابه للدراسة الحالية. إلا أن عقيدة يركز على البنوك اليمينية، في حين أن الدراسة الحالية تركز على المدارس وإدارات مكافحة المخدرات في فلسطين، مما يبرز اختلافاً في القطاع المستهدف.

دراسة العمروود (2021) بعنوان: دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجاً.

هدفت التعرف إلى الحملات الإعلامية التي تقدمها وزارة الخارجية في مجال مكافحة المخدرات، بالإضافة إلى استكشاف أهم المعلومات التوعوية التي يقدمها برنامج "نبراس" ومساهمته في الحد من انتشار المخدرات. كما تطرقت الدراسة إلى تأثيرات اعتماد الشباب على هذه الحملات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واستعانت بالاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة تكونت من (280) فرداً، تم اختيارهم وفقاً لخصائصهم الديمغرافية، حيث اقتصر العينة على الشباب الذين يرتادون المقاهي في محافظة جدة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن أسباب متابعة المبحوثين للحملات الإعلامية كانت تتعلق بالمعلومات المقدمة والتي تبحث عن فائدة تتعلق بمكافحة المخدرات وتوجيههم إلى طرق جديدة للوقاية من أصدقاء السوء. كما كانت الرسائل القصيرة عبر الهاتف في المرتبة الأولى من بين الأنشطة الإعلامية، تلتها النشر على مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية، ثم النشر عبر وسائل الإعلام المختلفة في المرتبة الثالثة، بينما احتلت البيانات الصحفية التي تصدرها الوزارة المرتبة الرابعة. كما أظهرت النتائج أن (50%) من المبحوثين يتابعون برنامج نبراس، وأن البرنامج أسهم في زيادة وعيهم ضد المخدرات بنسبة (54%)، في حين عبر (59%) من المبحوثين عن رضاهم عن البرنامج كمصدر للتوعية.

دراسة العمروود (2021) تركز على حملات التوعية بمخاطر المخدرات، وهو موضوع يتلاقى مع الدراسة الحالية. ومع ذلك، تركز العمروود على برنامج "نبراس" في السعودية، بينما الدراسة الحالية تستهدف الحملات التوعوية التي تنظمها إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية.

دراسة السلمي (2020) بعنوان: دور العلاقات العامة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود وعلاقتها بسمعتها لدى طالبات الجامعة: دراسة مسحية.

هدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين دور إدارة العلاقات العامة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود ومستوى سمعة الجامعة من وجهة نظر الطالبات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث كانت الاستبانة هي أداة جمع البيانات الرئيسية. شملت العينة (400) طالبة من طالبات الانتظام في جامعة الملك سعود، من كليتين من (العلوم الإنسانية) وكليتين من (العلوم والدراسات الطبية). أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطالبات اللاتي يدرسن في الكليات الإنسانية (التربية والآداب) والكليات الطبية والعلمية (العلوم والعلوم الطبية التطبيقية) في محاور (أداء إدارة العلاقات العامة)، و(المسؤولية الاجتماعية)، و(السمعة)، وكانت الفروق لصالح الطالبات في الكليات الإنسانية (التربية والآداب).

دراسة السلمي (2020) تدرس العلاقة بين دور العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية والسمعة، وهو مشابه للدراسة الحالية في دراسة توظيف المسؤولية الاجتماعية. لكن السلمي يركز على جامعة الملك سعود، بينما الدراسة الحالية تركز على المدارس الفلسطينية.

دراسة احمد (2020) بعنوان: دور العلاقات العامة في الرعاية الاجتماعية: بالتطبيق على مؤسسات الطفولة في دولة الإمارات.

يهدف البحث إلى استكشاف العلاقة بين تخصصات العلاقات العامة وعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، من خلال دراسة دور العلاقات العامة في الرعاية الاجتماعية، مع تطبيق ذلك على مؤسسات الطفولة في دولة الإمارات العربية المتحدة. كما تناول البحث دور الرعاية الاجتماعية المؤسسية وأهميتها في تقديم الخدمات للجمهور عبر وظيفة الرعاية الاجتماعية. اعتمد البحث على المنهج الوصفي، مستخدماً أدوات الملاحظة، المقابلة، والاستبانة، وذلك من خلال نظرية الفعل الاجتماعي. شمل مجتمع الدراسة العاملين في

مؤسسات الرعاية الاجتماعية بالإمارات، وتم اختيار عينة عمدية بلغ عدد أفرادها (80) شخصًا. أظهرت النتائج أن العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في دعم حقوق الطفل، وأن الرعاية الاجتماعية تقوم بدور توجيهي في هذا المجال، إلا أن هناك عدم رضا حول دور العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية الاجتماعية.

دراسة احمد (2020) تبحث في دور العلاقات العامة في الرعاية الاجتماعية، وهو موضوع مشابه للدراسة الحالية من حيث البحث في دور العلاقات العامة. لكن، احمد يركز على مؤسسات الطفولة في الإمارات، في حين يركز الدراسة الحالية على التوعية بمخاطر المخدرات في المدارس الفلسطينية.

دراسة الشمري (2020) بعنوان: حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية وانعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي أزمة جائحة كورونا المستجد نموذجا.

التي هدفت التعرف إلى أثر حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية، وانعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي، لمكافحة الجائحة، ورفع درجة الوعي القصى وطرق الوقاية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح، من خلال الاعتماد على الاستبانة أداة لجمع المعلومات من العينة بالطريقة العشوائية البسيطة التي بلغ عددها (400) مفردة من الشعب الكويتي مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: حرص الجمهور الكويتي على متابعة حملات التوعية الصحية، وجاءت بنسبة 95.4% وتتمثل دوافع الاهتمام والمحافظة على الصحة وصحة أفراد الأسرة، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي كأفضل وسائل الاتصال والمتابعة، يليها التلفاز، وافر الجمهور بأن حملات التوعية الصحية تقدم معلومات وافية ومفيدة عن جائحة كورونا المستجد.

دراسة الشمري (2020) يركز على حملات التوعية الصحية وأثرها على الوعي، وهو موضوع متقارب مع الدراسة الحالية التي تتناول التوعية بمخاطر المخدرات. ولكن، الشمري يتناول القضايا الصحية خلال جائحة

كورونا، بينما الدراسة الحالية يركز على المخدرات كمشكلة اجتماعية ثابتة، مما يعكس فرقاً في نطاق الموضوع.

دراسة بحري (2020) بعنوان: دور الإعلام الأمني في مكافحة انتشار المخدرات في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من عناصر الشرطة.

والتي هدفت إلى تسليط الضوء على الإعلام الأمني كأحد أبرز فروع الإعلام الذي يسعى للحفاظ على أمن الفرد والجماعة وأمن الوطن بشكل عام. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح الميداني، مع الاستعانة بالمقابلة كأداة لجمع البيانات من عينة تم اختيارها بطريقة عشوائية بسيطة، بلغ عدد أفرادها (100) من عناصر الشرطة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج هامة، أبرزها: وجود جهود كبيرة بين أعضاء الأجهزة الأمنية لتأسيس إعلام أمني فعال في مكافحة آفة المخدرات، كما كشفت النتائج عن تفاعل قوي بين جهاز الشرطة ووسائل الإعلام في مواجهة هذه الظاهرة، بالإضافة إلى التأكيد على الدور البارز للإعلام الأمني في مكافحة المخدرات في الجزائر.

دراسة بحري (2020) يركز على دور الإعلام الأمني في مكافحة المخدرات، وهو مشابه للدراسة الحالية التي تتناول دور العلاقات العامة في التوعية بمخاطر المخدرات. لكن، بحري يركز على الجزائر، بينما الدراسة الحالية يركز على فلسطين.

دراسة علي (2020) بعنوان: العلاقات العامة ودورها في مكافحة الجريمة (جريمة المخدرات) الإدارة العامة لمكافحة المخدرات - السودان.

التي هدفت التعرف إلى زيادة الوعي بمفهوم العلاقات العامة في المجتمع السوداني، وتسليط الضوء على دورها في مكافحة الجرائم ضمن هذه الإدارة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال المسح، حيث تم جمع البيانات باستخدام الاستبانة من عينة تم اختيارها عشوائياً بلغت (110) فرداً. توصلت الدراسة إلى عدة

نتائج هامة، أبرزها: وجود مستوى مرتفع من الفاعلية في دور العلاقات العامة في التوعية بمخاطر المخدرات، كما تبين أن الندوات والمحاضرات تعتبر من أهم وسائل الإعلام التوعوي المؤثرة في مكافحة المخدرات، وذلك لأنها أكثر الوسائل استخدامًا في إدارة مكافحة المخدرات.

دراسة علي (2020) تبحث في دور العلاقات العامة في مكافحة الجرائم، وهو موضوع مشابه للدراسة الحالية التي تتناول المخدرات. إلا أن علي يركز على السودان، بينما الدراسة الحالية يركز على فلسطين، مما يبرز اختلافًا في السياق الجغرافي.

دراسة فراج (2020) بعنوان: اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها عليهم: دراسة ميدانية على عينة من مراجعي المستشفيات.

بهدف تحديد مدى اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها المختلفة. اعتمدت الباحثة المنهج المسحي الوصفي، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (300) فرد من مراجعي المستشفيات الحكومية والخاصة. ولجمع البيانات، استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة رئيسية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج هامة، أبرزها: أن درجة اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية كانت متوسطة. كما أظهرت الدراسة أن أبرز الموضوعات الصحية التي ركزت عليها الحملات كانت الحفاظ على النظافة الشخصية، والتي احتلت المرتبة الأولى. وأظهرت أيضًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاعتماد على الحملات الصحية بناءً على متغير العمر. بالإضافة إلى ذلك، تبين أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور على حملات العلاقات العامة الصحية وبين التأثيرات المعرفية، السلوكية، والوجدانية.

دراسة فراج (2020) يركز على تأثير حملات العلاقات العامة الصحية، وهو موضوع متقارب مع الدراسة الحالية التي تتناول التوعية بمخاطر المخدرات. لكن، فراج يركز على مراجعي المستشفيات في الأردن، بينما الدراسة الحالية يركز على الطلاب في المدارس الفلسطينية.

دراسة حنون (2019) بعنوان: دور العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات بالتصدي لها في فلسطين (شرطة نابلس).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنشطة العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات وكيفية التصدي لهذه الظاهرة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح، حيث تم جمع المعلومات من العينة بالطريقة العشوائية البسيطة باستخدام المقابلة والاستبانة كأداتين لجمع البيانات. تألفت العينة من (100) فرد، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج هامة، من أبرزها: أن دور العلاقات العامة في التصدي للمخدرات من خلال وحدة مكافحة المخدرات كان مرتفعاً. كما أظهرت النتائج أن العلاقات العامة تساهم في التنسيق بين وزارة الصحة، وزارة الزراعة، والشرطة الفلسطينية لمكافحة المخدرات. بالإضافة إلى ذلك، تبين أن العلاقات العامة تشارك في عمليات الضبط والتفتيش، وتركز أنشطتها بشكل رئيسي على تنظيم المحاضرات التوعوية في المدارس، الجامعات، والمراكز الشبابية.

دراسة حنون (2019) تدرس دور العلاقات العامة في مكافحة المخدرات، وهو موضوع متشابه للدراسة الحالية. ومع ذلك، يركز حنون على شرطة نابلس كمثال للتطبيق، بينما الدراسة الحالية تتناول بشكل أوسع التوعية في المدارس.

دراسة مام (2017) بعنوان: دور الإعلام الأمني في التوعية الاجتماعية (مشكلة تعاطي وإدمان المخدرات) دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية دور الإعلام الأمني في المجتمع. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام المسح، حيث تم جمع البيانات من عينة مكونة من (100) طالب من الجامعة باستخدام الاستبانة كأداة للدراسة بالطريقة العشوائية البسيطة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الرئيسية، أبرزها: أن الإعلام الأمني يساهم في التوعية الاجتماعية بمخاطر المخدرات، لكن معظم المبحوثين لم يشاركوا في حملات التوعية، ويرجع ذلك إلى عدم توفر الفرص الكافية بالإضافة إلى الانشغال اليومي.

كما تبين أن وسائل الإعلام هي الجهة المسؤولة عن تنفيذ حملات التوعية الاجتماعية نظرًا لقدرتها على الوصول إلى جميع شرائح المجتمع. وأظهرت الدراسة أن من أبرز أسباب تنظيم هذه الحملات هو انتشار مشكلة الإدمان وضعف التوعية في هذا المجال. وأوصت الدراسة باستخدام أساليب توعية مثل توضيح عواقب الإدمان وتعريف الأفراد بالعقوبات القانونية لتحقيق النجاح في هذه الحملات وتحقيق أهدافها.

دراسة مام (2017) تتناول أهمية الإعلام الأمني في التوعية الاجتماعية، وهو مشابه للدراسة الحالية التي يركز على التوعية بالمخدرات. ولكن، مام يركز على طلبة جامعة محمد بوضياف في الجزائر، بينما الدراسة الحالية يركز على الطلاب في المدارس الفلسطينية.

دراسة عباس (2016) بعنوان: فاعلية العلاقات العامة في الحد من انتشار ظاهرة تعاطي المخدرات في المجتمع. تناولت الباحثة دور العلاقات العامة في التصدي لانتشار المخدرات، مع التركيز على الإدارة العامة لمكافحة المخدرات كحالة دراسية. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لتوصيف وتحليل الموضوع، حيث اعتمدت على جمع الحقائق وتحليلها باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن الإدارة العامة لمكافحة المخدرات لم تتمكن من استخدام الإعلام بفعالية في حملاتها كما كان متوقعًا. كما أن العلاقات العامة في الإدارة نجحت في إقامة شراكات مع مؤسسات مشابهة، ولكنها عانت من ضعف في الميزانية المخصصة لأنشطة العلاقات العامة. وأوضحت الدراسة أن الوسيلة الإعلامية الأكثر استخدامًا كانت الإذاعة (الراديو والتلفاز). واستنادًا إلى هذه النتائج، أوصت الباحثة بعدد من التوصيات، أبرزها: ضرورة تعزيز دور وسائل الإعلام الوطنية في توعية المجتمع بشأن مشكلة المخدرات وفقًا للمسؤولية المجتمعية، أهمية تحسين وتقييم أعمال العلاقات العامة بشكل دوري، بالإضافة إلى تخصيص ميزانية أكبر لتنفيذ برامج العلاقات العامة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات.

دراسة عباس (2016) تبحث في فعالية العلاقات العامة في الحد من انتشار المخدرات، وهو موضوع مشابه للدراسة الحالية. ومع ذلك، عباس يركز على الإدارة العامة لمكافحة المخدرات، بينما الدراسة الحالية يركز على دور العلاقات العامة في المدارس.

دراسة الأمين (2015) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين بالعلاقات العامة في جامعة وادي النيل: دراسة ميدانية على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة وادي النيل.

تهدف هذه الورقة إلى تحديد أثر العلاقات العامة في جامعة وادي النيل ومدى نجاحها في تطبيق مبدأ المسؤولية الاجتماعية، ويمكن تحقيق هذه الأهداف من خلال الإجابة عن مدى سعي العلاقات العامة إلى الالتزام بالقوانين وأنظمة الجامعة والإخلاص في العمل، ومدى اهتمام العلاقات العامة بالجماعة، وحرصها على سلامة المجتمع وتماسكه. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة وصفاً كمياً وكيفياً، ونسبة لأهمية الدراسة تم اختيار مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعة، وتم اختيار أفراد العينة بالطريقة العشوائية المنتظمة، ولجمع المعلومات استخدم الباحث الاستبيان للتعرف إلى الحقائق وآراء المبحوثين تجاه الموضوع. ومن مؤشرات الدراسة سعي العلاقات العامة للإخلاص في العمل والمشاركات الاجتماعية، وفي المقابل عجزها عن الدعوة للتسامح والتعاون في العمل، ما يعني غياب المنهجية العلمية. وضعف أداء العلاقات العامة في توحيد جهود العاملين بالجامعة من أجل المصلحة العامة وهذا ناتج عن عدم الاهتمام بدراسة اتجاهات العاملين لمعرفة الظروف المحيطة بهم. لذلك توصى الدراسة بزيادة وعي الإدارة العليا بالجامعة بأهمية العلاقات العامة، ورفع نسبة المسؤولية الاجتماعية للعاملين بالعلاقات العامة. وتشجيع العاملين بالعلاقات العامة للاستمرارية في الإخلاص بالعمل وفقاً لمنهجية تخدم الصالح العام مع التأهيل والتدريب.

دراسة الأمين (2015) تركز على المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، وهو موضوع مشابه للدراسة الحالية. لكن، الأمين يركز على جامعة وادي النيل، بينما الدراسة الحالية يركز على المدارس الفلسطينية.

دراسة عجيلات (2012) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الاردنية: دراسة حالة: شركة الاتصالات الأردنية.

بحثت الدراسة في دور المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في هذه الشركات، مع التركيز على شركة الاتصالات الأردنية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث تم جمع البيانات من خلال عينة عشوائية من زبائن الشركة بلغ عددهم (432) فردًا من الذكور والإناث من ثلاث محافظات أردنية هي إربد، عمان، ومادبا. وقد تم اختبار مجموعة من الأسئلة الرئيسية والفرعية إلى جانب خمس فرضيات تهدف إلى استكشاف العلاقة بين مستويات رضا الزبائن وبعض المتغيرات الديموغرافية مثل الجنس، والعمر، ومدة التعامل مع خدمات الشركة، والموقع الجغرافي، وأظهرت النتائج أن وظيفة المسؤولية الاجتماعية تحتل مكانة متوسطة في الهيكل الإداري لشركة مجموعة الاتصالات الأردنية "أورنج"، وهي نوع من العلاقات العامة التي تجمع بين عدة مهام اتصال في وقت واحد. تعتمد استراتيجية الشركة في المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة مرتكزات رئيسية: نشر الإنترنت، التنمية المجتمعية المستدامة، ودعم المشروعات الصغيرة في مجالات الاتصالات. كما تبين أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المجالات الثقافية، الرياضية، الصحية، والتنمية والترفيهية قد حققت متوسطات حسابية متوسطة.

تدور دراسة عجيلات (2012) حول المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية، مُركزة على شركة الاتصالات الأردنية كمثال دراسي، وتقارب هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في جوانب معينة حيث تركز على المسؤولية الاجتماعية في سياق العلاقات العامة، لكن اختلافها الرئيسي يكمن في أن الدراسة تستعرض المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر الزبائن في قطاع الاتصالات، بينما تركز الدراسة الحالية على توظيف المسؤولية الاجتماعية في التوعية بمخاطر المخدرات بين طلاب المدارس الفلسطينية، وتحليل فعالية الحملات التوعوية.

دراسة المعاينة (2011) بعنوان: دور العلاقات العامة في الحد من انتشار المخدرات من وجهة نظر العاملين في إدارة مكافحة المخدرات الأردنية.

هدفت الدراسة للتعرف إلى تأثير العلاقات العامة في مكافحة المخدرات من وجهة نظر العاملين في هذا القطاع. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات. تم اختيار عينة عشوائية من (280) فرداً من العاملين في إدارة مكافحة المخدرات الأردنية. أظهرت النتائج أن وجهات نظر العاملين كانت إيجابية تجاه دور العلاقات العامة في مكافحة المخدرات، كما تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييمهم لدور العلاقات العامة بناءً على متغيرات مثل العمر، المؤهل العلمي، الخبرة، أو الرتبة، ووقد أوصت الدراسة بالتركيز على إجراء المزيد من البحوث التي تساعد في فهم أبعاد ظاهرة المخدرات، وتقديم حلول فاعلة لدعم صناع القرار في وضع استراتيجيات تهدف إلى تعزيز الوقاية في مواجهة المخدرات.

بالرغم من التشابه بين هذه الدراسة والدراسة الحالية في التركيز على دور العلاقات العامة في مكافحة المخدرات، إلا أن دراسة المعاينة (2011) تركز على تقييم هذا الدور من وجهة نظر العاملين في إدارة مكافحة المخدرات، بينما تركز الدراسة الحالية على فاعلية توظيف المسؤولية الاجتماعية في حملات التوعية الموجهة لطلاب المدارس.

دراسة أحمد (2009) بعنوان: فاعلية العلاقات العامة في الحد من انتشار الجريمة: دراسة تطبيقية على الإدارة العامة لمكافحة المخدرات بوزارة الداخلية.

هدفت إلى تحليل دور العلاقات العامة في تقليص انتشار جريمة المخدرات. اعتمدت الدراسة على المنهج الميداني، حيث تم اختيار عينة طبقية تشمل جميع الضباط العاملين في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات بولاية الخرطوم، وعددهم (25) ضابطاً، بالإضافة إلى (100) فرد من الرتب الأخرى والموظفين من الذكور والإناث. تم جمع البيانات باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية، وأظهرت النتائج أن هناك دائرة للعلاقات العامة

في إدارة مكافحة المخدرات، تتبع لإدارة الإعلام والتوجيه، والتي تعمل على إعداد البحوث والتخطيط والتنظيم والتقييم. كما نجحت العلاقات العامة في تعزيز التعاون الإقليمي مع دول الجوار للحد من تهريب المخدرات. أما فيما يتعلق بمستوى التخطيط والبحث العلمي الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة، فقد تبين أنه متوسط، ومن أبرز التوصيات التي خلصت إليها الدراسة: ضرورة دعم إدارة العلاقات العامة بكوادر متخصصة ومدربة في أنشطة العلاقات العامة، وتوفير أحدث الأجهزة التكنولوجية لمواكبة العولمة، مما يسهم في تسهيل الاتصال وتبادل المعلومات.

تسعى دراسة أحمد (2009) إلى فهم فاعلية العلاقات العامة في الحد من انتشار جريمة المخدرات من خلال دراسة تطبيقية على الإدارة العامة لمكافحة المخدرات بوزارة الداخلية في السودان. وبالتالي تتشابه مع الدراسة الحالية في أن كلاهما يركزان على مكافحة المخدرات من خلال العلاقات العامة، لكن الاختلاف يكمن في أن الدراسة الحالية تركز على توظيف المسؤولية الاجتماعية في الحملات التوعوية المدرسية، بينما دراسة أحمد تركز على أداء العلاقات العامة في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات وتقييم تعاونها الإقليمي وتخطيطها.

#### ثانياً: الدراسات الأجنبية

دراسة Kim & Park (2011) بعنوان:

#### **Corporate social responsibility as an organizational attractiveness for prospective public relations practitioners.**

هدفت الدراسة التحقق من تأثير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في جاذبية العمل بالعلاقات العامة، من خلال تحديد العوامل التي تزيد من جاذبية العمل في مجال العلاقات العامة في المؤسسات ذات المسؤولية الاجتماعية في كاليفورنيا، حيث تم اختيار عينة مكونة من 251 طالبًا من جامعة كاليفورنيا، إيرفين. تم اختيارهم بشكل عشوائي من طلاب البكالوريوس في العلاقات العامة، واستخدم الباحثان استبيان لقياس جاذبية العمل في مجال العلاقات العامة في المؤسسات ذات المسؤولية الاجتماعية. من خلال المنهج

الوصفي التحليلي، وتبين من خلال نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية قوية بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وجاذبية العمل في مجال العلاقات العامة. وتزداد جاذبية العمل في مجال العلاقات العامة في المؤسسات التي تظهر التزامًا قويًا بالقيم الاجتماعية، والبيئية. وتشمل العوامل التي تزيد من جاذبية العمل في مجال العلاقات العامة في المؤسسات ذات المسؤولية الاجتماعية الشفافية في ممارسات المسؤولية الاجتماعية، ومشاركة الموظفين في مبادرات المسؤولية الاجتماعية.

تتشابه دراسة Kim & Park (2011) مع الدراسة الحالية في أن كلا الدراستين تركزان على المسؤولية الاجتماعية ودورها في تعزيز مكونات معينة، ولكن الاختلاف الرئيسي هو أن الدراسة الحالية تركز على استخدام المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة لتحقيق توعية فعالة بخطر المخدرات بين طلاب المدارس، بينما دراسة Kim & Park (2011) تركز على جذب المحترفين في مجال العلاقات العامة عبر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.

دراسة Kriyantono (2015) بعنوان:

### **Public relations and corporate social responsibility in mandatory approach era in Indonesia.**

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات في إندونيسيا. يجمع المقال بين نموذج كانجي شوبرا ومقياس توركر لقياس المسؤولية الاجتماعية للشركات، بهدف تقديم معيار للمناطق المختلفة في إندونيسيا، لأن هذه النماذج قد تم تطبيقها في السياقات الغربية والشرقية. تم إجراء استطلاع شمل 87 ممارسًا، ووجد أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تم تنفيذها بالتركيز على تحقيق الرفاهية الاجتماعية، ومن خلال العلاقات العامة.

تتشابه دراسة كريانتيانو (2015) مع الدراسة الحالية في استخدام العلاقات العامة كوسيلة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية، لكن الاختلاف يكمن في نطاق الدراسة. بينما تركز دراسة كريانتيانو على تطبيق المسؤولية

الاجتماعية في سياق الشركات والإطار الثقافي الإندونيسي، تركز الدراسة الحالية على استخدام المسؤولية الاجتماعية في الحملات التوعوية الخاصة بالمخدرات ضمن سياق المدارس الفلسطينية.

دراسة White & Coman (2011) بعنوان:

### **Corporate social responsibility in transitional countries: Public relations as a component of public diplomacy in Romania.**

تستكشف هذه الدراسة المواطنة المؤسسية كعنصر من عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) وتدرس كيف يمكن للشركات أن تعمل كجهات فاعلة غير حكومية في الجهود الدبلوماسية، باستخدام إطار نظري للمسؤولية الاجتماعية السياسية للشركات الذي يشمل المواطنة المؤسسية. كما تنظر الدراسة في مدى توافق استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات مع القيم الثقافية للدولة المستضيفة. تم استخدام تحليل نوعي لـ (90) بياناً صحفياً موجوداً على مواقع الويب الرومانية للشركات الأمريكية، مكتوبة باللغة الرومانية، وتم تحليلها من باحثين رومانيين قدموا منظوراً ثقافياً لتقييم التوافق الثقافي. أظهرت النتائج أن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات الأمريكية ليست دائماً متوافقة مع المعايير الثقافية الرومانية، ولكنها قد تساهم في عملية بناء الثقافة في البلدان الانتقالية بعد الشيوعية.

تتشابه دراسة White & Coman (2011) مع الدراسة الحالية في استخدام العلاقات العامة كوسيلة لدعم هدف اجتماعي، لكن الفرق واضح في السياق والهدف، فالدراسة الحالية تركز على تطبيق المسؤولية الاجتماعية في التوعية بمخاطر المخدرات بين طلاب المدارس الفلسطينية، بينما دراسة White & Coman (2011) تستعرض كيف يمكن استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية أن تساهم في الدبلوماسية وبناء الثقافة في دول انتقالية.

#### 1.4 التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الباحث للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، تبينت بعض النتائج التي تستدعي

الإشارة إليها. يمكن تقسيم هذه الدراسات إلى قسمين رئيسيين:

القسم الأول: تناول جهود العلاقات العامة في التوعية بمجموعة من القضايا. فقد تناولت دراسة العمروود (2021) دور الحملات الإعلامية في تعزيز الوعي لدى الشباب في مكافحة المخدرات، مستعرضة برنامج نبراس كنموذج، وأظهرت النتائج أن برنامج نبراس قد أسهم في زيادة المعلومات المتعلقة بالتوعية ضد المخدرات بين المشاركين. من جهة أخرى، ركزت دراسة الشمري (2020) على حملات التوعية التي تنظمها العلاقات العامة في الوزارات الخدمية في الكويت، خاصة في مجال الصحة خلال أزمة جائحة كورونا، حيث أظهرت النتائج اهتمام الجمهور الكويتي بمواكبة هذه الحملات الصحية. كما تناولت دراسة بحري (2020) دور الإعلام الأمني في مكافحة المخدرات في الجزائر، حيث أظهرت أن هناك جهودًا قوية بين أعضاء جهاز الأمن لتطوير إعلام أمني قادر على محاربة ظاهرة المخدرات. وخلصت دراسة علي (2020) إلى أن العلاقات العامة تلعب دورًا فعالاً في توعية الجمهور بمخاطر المخدرات.

القسم الثاني: تركز على جهود العلاقات العامة في مكافحة المخدرات، حيث تناولت دراسة حنون (2019) دور العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات بفلسطين، وتبين أن الدور كان عاليًا. كما تناولت دراسة المعاينة (2011) تأثير العلاقات العامة في الحد من انتشار المخدرات من وجهة نظر العاملين في إدارة مكافحة المخدرات الأردنية، وخلصت إلى أن الدور كان مرتفعًا. وفي دراسة أحمد (2009)، تبين أن فاعلية العلاقات العامة في الحد من انتشار المخدرات كانت متوسطة. أما دراسة عباس (2016) فقد أشارت إلى أن الإدارة العامة لمكافحة المخدرات لم تحقق النجاح المطلوب في استخدام الإعلام في حملاتها.

القسم الثالث: يتعلق بدراسات المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، حيث تناولت دراسة اليحيى (2023) إدراك المتخصصين في العلاقات العامة لأبعاد برامج المسؤولية الاجتماعية من خلال عينة من حديثي

التخرج. كما تناولت دراسة الكثيري (2022) فعالية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للأنشطة الاجتماعية في الجامعات السعودية. وأظهرت دراسة عقيدة (2022) اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك اليمنية تجاه برامج المسؤولية الاجتماعية. في حين استعرضت دراسة سليمان (2021) تأثير العلاقات العامة في إرساء مبادئ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية، كما تناولت دراسة السلمي (2020) دور العلاقات العامة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود وعلاقتها بسمعتها لدى الطالبات. أخيراً، درست دراسة أحمد (2020) دور العلاقات العامة في الرعاية الاجتماعية في مؤسسات الطفولة بالإمارات.

### 1.5 الإفادة من الدراسات السابقة

أفاد الباحث من الدراسات السابقة في تكوين فكرة عامة حول أهمية العلاقات العامة ودورها في قضايا التوعية بشكل عام، ومكافحة المخدرات بشكل خاص، وسيتم الإفادة من الدراسات السابقة كذلك في بناء أداة الدراسة (الاستبانة)، وكذلك الحال عند بناء الإطار النظري الخاص بالدراسة.

### أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

تشابهت بعض الدراسات السابقة مع موضوع الدراسة الحالية بالتطبيق على العلاقات العامة وفي موضوع مكافحة المخدرات، وكذلك تشابهت بعض الدراسات السابقة في عينة البحث (وحدة مكافحة المخدرات).

### 1.6 تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تركز الدراسة الحالية على توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة لتوعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات، ما يجعلها تتناول موضوعاً خاصاً ومختلفاً عن الدراسات السابقة التي تناولت موضوعات متنوعة كالجامعات والمؤسسات المالية، واستخدمت الدراسة استبيانات ومقابلات، ما يعزز دقة الدراسة وقدرتها على التحليل العميق للبيانات المجمع، وتم تحديد مجتمع الدراسة

بالمرشدين التربويين، وممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية، ما يضمن تعمقاً وتخصيصاً أكبر للبحث في سياق فلسطيني محدد، وعليه فالدراسة الحالية تقدم مساهمة فريدة ومتخصصة في فهم كيفية توظيف العلاقات العامة ونظرية المسؤولية الاجتماعية لتحقيق أهداف توعوية محددة في سياق تعليمي محدد، ما يميزها بشكل كبير عن الدراسات السابقة التي اختلفت في موضوعاتها ومناهجها ونتائجها المتوقعة.

## 1.7 مشكلة الدراسة

إشكالية الدراسة تتناول كيفية توظيف العلاقات العامة في دائرة مكافحة المخدرات في الشرطة الفلسطينية ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية، بهدف توعية طلبة المدارس الفلسطينية من خطر المخدرات، إذ يعتمد موضوع الدراسة على تحليل دور العلاقات العامة في توعية الشباب بشكل عام وطلاب المدارس بشكل خاص، وبشكل محدد كيف يمكن استخدام هذه العلاقات لتحقيق هدفها الاجتماعي في مواجهة خطر المخدرات.

وتطرقت العديد من الدراسات السابقة لدور العلاقات العامة في موضوع توعية الجمهور بالمخدرات، حيث تطرقت دراسة العمروود (2021) إلى دور الحملات الإعلامية في تعزيز الوعي لدى الشباب حول مخاطر المخدرات، وأشارت إلى أهمية المعلومات التوعوية التي تقدمها هذه الحملات وفعاليتها في التوجه نحو الوقاية من المخدرات، كما أبرزت دراسة الشمري (2020) دور العلاقات العامة في رفع الوعي بالقضايا الصحية، وهذا يتوازى مع الدراسات الأخرى التي تسلط الضوء على أهمية دور الإعلام في مكافحة المخدرات (بحري، 2020) حيث أظهرت تلك الدراسات تأثير الإعلام والعلاقات العامة في توعية الجمهور، خاصة في إطار المخاطر المرتبطة بالمخدرات.

وعلى الصعيد الفلسطيني تناولت دراسة حنون (2019) دور العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات في فلسطين أكدت أهمية أنشطة العلاقات العامة في هذا المجال، وأشارت إلى ضرورة التنسيق بين المؤسسات

المختلفة للتوعية بمخاطر المخدرات، ومن جهة أخرى، أكدت دراسة عباس (2016) على أن وسائل الإعلام، مثل التلفاز والإذاعة، هي الأكثر استخدامًا في حملات التوعية ضد المخدرات.

بالنظر إلى هذه الدراسات، نجد أن هناك فجوة بحثية تتمثل في عدم التركيز على دور العلاقات العامة في توعية طلبة المدارس الفلسطينية بالمخاطر المتزايدة للمخدرات عبر استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة، كما أن هناك نقصًا في الدراسات التي تتناول العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة وحملات التوعية الخاصة بالمخدرات في فلسطين، مقارنةً بما هو موجود في دول أخرى، فهذه الفجوة البحثية تعد نقطة انطلاق هامة للدراسة الحالية، إذ يمكن صياغة السؤال الرئيس للدراسة على النحو الآتي: ما مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة الثانوية في المدارس الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية ومديرية التربية والتعليم في محافظة نابلس؟

## 1.8 أسئلة الدراسة

سؤال الدراسة الرئيس:

ما مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة الثانوية في المدارس الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات؟

وانبثق من السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟

- ما طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها في مديرتي نابلس وجنوبها؟
- ما الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بالمخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟
- ما جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية في المدارس الحكومية بخطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟
- هل تختلف استجابات المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوب نابلس تجاه توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات باختلاف متغيرات الجنس ومكان السكن والمؤهل العلمي وسنوات الخدمة؟

## 1.9 فرضيات الدراسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها تعزى لمتغيرات (الجنس، مكان السكن، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة).

## 1.10 مصطلحات الدراسة

الدراسة تتضمن بعض المفاهيم الآتية:

**العلاقات العامة:** عملية استراتيجية تهدف إلى إدارة التواصل بين المنظمات والجمهور التي تتفاعل معها، بهدف بناء سمعة إيجابية وتعزيز العلاقات التي تخدم أهداف الأطراف المعنية، عبر التركيز على تقديم صورة محددة للمنظمة أو المؤسسة من خلال إدارة الرسائل العامة والتفاعل مع الأطراف المختلفة (Perreault, 2024).

**العلاقات العامة إجرائياً:** وهي الدائرة المختصة بالتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية ف محافظة نابلس.

**التوعية:** القدرة على إدراك المعلومات ومعالجتها بوعي، مما يسمح للفرد بفهم تلك المعلومات واستخدامها في التفكير واتخاذ القرارات (Timmermans & Cleereman, 2016).

**التوعية اجرائياً:** وهي تعزيز المعلومات ومعالجتها لدى طلبة المدارس في محافظة نابلس حول مخاطر المخدرات.

**المخدرات:** مواد كيميائية تؤثر على الجهاز العصبي المركزي، وتُستخدم إما لأغراض علاجية، مثل السيطرة على النوبات والتشنجات في حالة الأدوية المضادة للصرع، أو يمكن أن تُسبب تغييرات في الوظائف العقلية والسلوكية عند إساءة استخدامها (Hakami, 2021).

**إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية:** إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية هي الجهة التابعة للمديرية العامة للشرطة، والمسؤولة عن منع الجرائم المتعلقة بالمخدرات والمؤثرات العقلية، كما ورد في قرار بقانون رقم (18) لعام 2015. تتولى هذه الإدارة مهمة الكشف عن مرتكبي هذه الجرائم وضبطهم، بهدف تقديمهم إلى العدالة (المادة 1).

## 1.11 أهمية الدراسة

### من ناحية الأهمية العلمية

تتجلى أهمية هذه الدراسة من الناحية العلمية لوجود فجوة علمية حول موضوع الدراسة - حسب علم الباحث- حيث لم يجد دراسة تناولت توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات، على المستوى الفلسطيني، وبالتالي يأمل الباحث أن تكون هذه الدراسة بداية لدراسات أخرى حول الموضوع نظراً لأهميته الكبيرة، ولكن في ظل متغيرات أخرى غير تلك التي تناولتها الدراسة الراهنة.

### من ناحية الأهمية العملية

يأمل الباحث أن تكون نتائج الدراسة ذات فائدة لأصحاب العلاقة كالجهاز الرسمية الفلسطينية ومن ضمنها إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية، وكذلك إدارات المدارس الحكومية، والأهالي على حد سواء. كما يأمل الباحث الخروج بتوصيات تفيد في زيادة كفاءة إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في التصدي لخطر المخدرات، والتوعية المجتمعية حول هذه الآفة.

## 1.12 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى توظيف العلاقات العامة في دائرة مكافحة المخدرات في الشرطة الفلسطينية لنظرية المسؤولية الاجتماعية نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات، وينبثق عن هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

- التعرف على مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات، من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها.

- تحليل طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات، من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها.
- تحديد الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات، من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها.
- استكشاف جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بمخاطر المخدرات في المدارس الحكومية، من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها.
- قياس مدى اختلاف استجابات المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوب نابلس تجاه توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة لتوعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية بمخاطر المخدرات وفقاً لمتغيرات الجنس، ومكان السكن، والمؤهل العلمي، وسنوات الخدمة.

### 1.13 حدود الدراسة

#### الحدود الزمانية

تحددت الدراسة زمانياً في الفترة الممتدة من العام 2022 إلى نهاية العام 2023، وهي فترة تطبيق أدوات الدراسة على عينة الدراسة.

#### الحدود المكانية

تحددت الدراسة مكانياً في المرشدين التربويين في مدارس مديرتي نابلس وجنوبها وإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في محافظة نابلس، فمحافظة نابلس تعد منطقة ذات كثافة سكانية كبيرة ولها خصوصياتها الاجتماعية والتربوية، مما يجعلها نموذجاً مناسباً لدراسة تأثيرات البرامج التوعوية وممارسات المسؤولية

الاجتماعية في مواجهة مشكلة المخدرات، فالتخصص في هذه المنطقة يمكن أن يقدم رؤى مفصلة ومباشرة حول الواقع المحلي في الضفة الغربية.

### الحدود البشرية

تحدت الدراسة بشرياً في المرشدين التربويين في المدارس الحكومية وممارسي العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في مديرتي نابلس وجنوبها، فالمرشدون التربويون في المدارس الحكومية يلعبون دوراً أساسياً في تقديم الدعم النفسي والتربوي للطلاب، ويمكنهم تقديم رؤى قيمة حول فعالية برامج التوعية والتأثيرات المحتملة على الطلاب، وممارسو العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية لديهم دور محوري في بناء وتعزيز العلاقات مع الجمهور وتعزيز الرسائل التوعوية، بما في ذلك التوعية بمخاطر المخدرات، فدراسة آرائهم وتجاربهم توفر فهماً عميقاً لاستراتيجيات التوعية ومدى فعالية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في هذا السياق.

## الفصل الثاني

### الطريقة والإجراءات

#### 2.1 منهجية الدراسة

عند إجراء أي دراسة علمية، من الضروري اتباع خطوات منهجية منظمة وعقلانية تهدف إلى الوصول إلى نتائج دقيقة. تنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية، لذا اعتمد الباحث في هذا البحث على المنهج المختلط (الكمي والنوعي) فمن خلال المنهج الكمي تم استخدام المنهج الوصفي الذي فرضته طبيعة الموضوع، وهو منهج يهتم بدراسة القضايا العلمية من خلال مسح آراء المعنيين بالحالة موضوع البحث، وجمع الإحصائيات من أفراد العينة الذين يمثلون مجتمع الدراسة، وتحليل هذه البيانات والربط بينها للوصول إلى نتائج تسهم في فهم دور العلاقات العامة في توعية طلبة المدارس حول خطر المخدرات.

كما برز المنهج النوعي من خلال إجراء مقابلات مع ممارسي العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس لاستطلاع آرائهم حول دور دائرة العلاقات العامة في توعية طلبة المدارس بخطر المخدرات. كذلك، تم إجراء مقابلات مع مدير قسم الإرشاد في مديرية التربية والتعليم في مديرية نابلس، وتم اتباع أسلوب التحليل الموضوعي للبيانات النوعية.

#### 2.2 مجتمع الدراسة

يشير مجتمع الدراسة إلى مجموعة الأفراد الذين لديهم الخصائص نفسها، وهم مجموعة الأشخاص الذين يرغب الباحث في دراستهم. وتكون مجتمع هذه الدراسة من المرشدين التربويين في المدارس الحكومية في محافظة نابلس والبالغ عددهم (140) مرشداً ومرشدة تربوية في مدارس مديرتي نابلس وجنوبها لاستطلاع آرائهم حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة الثانوية في المدارس الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات باستخدام الاستبيان أداة، أما المجتمع فيما يتعلق بأداة المقابلة، فهم

ممارسو العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس، وكذلك مدير قسم الإرشاد في مديرية التربية والتعليم في مديرية نابلس.

### 2.3 عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من عدة أقسام:

القسم الأول: العينة المتعلقة بأداة الاستبيان:

وُزعت الاستبانة على عينة من المرشدين التربويين في المدارس الحكومية في مديرتي نابلس وجنوبها، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية وعددها (103) مرشد ومرشدة تربوية، وزعت عليهم أداة الدراسة (الاستبانة)، واستردت (90) استبانة والتي تم فحصها للتأكد من صحتها.

ولحساب حجم العينة استخدم الباحث وفق المعادلة الإحصائية الخاصة بالمجتمع المعلوم الآتية:

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

مصدر المعادلة: (Steven, 2012, p59).

حيث:

n: حجم العينة.

N: حجم المجتمع.

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

d: نسبة الخطأ = 0.05.

P: القيمة الاحتمالية = 0.50.

والجدول التالي يوضح تفاصيل عينة الدراسة.

### جدول (1)

نسبة استجابة عينة الدراسة

مجتمع الدراسة	عينة الدراسة	عدد الاستبانات التي تم توزيعها	عدد الاستبانات المرتجعة	نسبة الاستجابة
140	103	103	90	87%

والجدول التالي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغيراتها الديمغرافية.

### جدول (2)

توزيع عينة الدراسة الكمية بحسب متغيرات الدراسة الديمغرافية

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	68	75.6
	انثى	22	24.4
	<b>المجموع</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
النوع الاجتماعي	بكالوريوس	38	42.2
	ماجستير	44	48.9
	دكتوراه	8	8.9
	<b>المجموع</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
النوع الاجتماعي	أقل من 10 سنوات	8	8.9
	أكثر من 10 سنوات	82	91.1
	<b>المجموع</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
مكان السكن	مدينة	32	35.6
	قرية	52	57.8
	مخيم	6	6.6
	<b>المجموع</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

ومن خلال نتائج الواردة في الجدول السابق تتضح لنا الأمور الآتية:

1. كانت نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث، فبلغت نسبة الذكور (75.6%)، بينما بلغت نسبة الإناث (24.4%) من العينة التي شملتها الدراسة.
2. أما فيما يتعلق بمتغير المؤهل العلمي فكانت النسبة الأكبر من العينة التي مثلتها الدراسة لديها مؤهل علمي (ماجستير) حيث وصلت نسبتهم إلى (48.9%) من عينة الدراسة، تلاها المؤهل العلمي (بكالوريوس) بنسبة (42.2%)، تلاها المؤهل العلمي (دكتوراه) بنسبة (8.9%)، وأقلها كان للمؤهل العلمي (دبلوم فأقل) بحيث لم تشمل العينة أي مرشد أو مرشدة لديهم هذا المؤهل العلمي.
3. أما فيما يتعلق بمتغير سنوات الخدمة فكانت النسبة الأكبر من العينة التي مثلتها الدراسة لديهم سنوات خدمة ضمن الفئة (أكثر من 10 سنوات) حيث وصلت نسبتهم إلى (91.1%) من عينة الدراسة، تلاها الفئة (من 5 - 10 سنوات) بنسبة (8.9%)، وأقلها كان للفئة (أقل من 5 سنوات) بحيث لم تشمل عينة الدراسة أي مرشد أو مرشدة ضمن هذه الفئة.
4. أما فيما يتعلق بمتغير مكان السكن فكانت النسبة الأكبر من العينة التي مثلتها الدراسة من سكان (القرية) حيث وصلت نسبتهم إلى (57.8%) من عينة الدراسة، تلاها سكان (المدينة) بنسبة (35.6%)، وأقلها سكان (المخيم) بنسبة (6.6%) من عينة الدراسة.

#### القسم الثاني: العينة المتعلقة بالمقابلات

حيث قام الباحث باختيار مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية، وكذلك مدير الإرشاد التربوي في مديرية التربية والتعليم في نابلس.

## 2.4 أدوات الدراسة

### أولاً: (الاستبانة)

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها المتعلقة بالشق الكمي، وبعد مسح الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والاطلاع على الأدب التربوي، أعد الباحث استبانة، وتم تطبيقها على عينة الدراسة المكوّنة من (المرشدين التربويين في المدارس الحكومية في مديرتي نابلس وجنوبها)، وسعت الاستبانة إلى تحديد توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات، وأفاد الباحث من العديد من الدراسات السابقة كدراسة (السلمي، 2020) ودراسة (اليحيى، 2023) لبناء الاستبانة، وفي الصورة النهائية للاستبانة قام الباحث بصياغة (37) الملحق (ج) فقرة توزعت على أربعة محاور مختلفة، وهي المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، وتكون من الفقرات (1- 12)، طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، وتكون من الفقرات (13-21)، الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات، وتكون من الفقرات (22- 28)، وجوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات تكون من الفقرات (29- 37)، واتبع نظام ليكرت الخماسي (أوافق بشدة = 5، وأوافق = 4، ومحايد = 3، وعارض = 2، وأعارض بشدة = 1)، ولم تتضمن الاستبانة فقرات عكسية.

### صدق الاستبانة

في الدراسة الحالية اعتمد الباحث نوعين من أنواع الصدق للتأكد من صلاحية الأداة وهما:

أ. **صدق المحكمين:** لجأ الباحث إلى استخدام صدق المحكمين، وهو ما يُعرف بالصدق المنطقي، وذلك

بعرض المقياس على (4) محكمين من ذوي الاختصاص في مجال العلاقات العامة الملحق (أ)، وذلك

بهدف التأكيد من مناسبة المقياس لما أُعدَّ من أجله، والتأكد من سلامة صياغة الفقرات الملحق (ب)، وطلب إليهم إبداء الرأي حول فقرات الدراسة، وذلك بالتعديل، وإلغاء بعض الفقرات وحذفها (تم حذف أربع فقرات)، وبناءً على ملاحظات المحكمين تم تعديل أداة الدراسة لتصبح بصورتها النهائية الملحق (ج) واستقرت الأداة على (37) فقرة، والتي تم توزيعها على أفراد العينة، وأجمع المحكمون على صلاحية الفقرات مع القيام ببعض التعديلات اللغوية.

ب. صدق البناء: ومن أجل التحقق من الصدق للأداة، تم توزيعها على عينة مقدارها (10) مفردة من المرشدين التربويين في المدارس الحكومية في مديرتي نابلس وجنوبها محل الدراسة للتحقق من صدق بنائها من خلال حساب قيمة معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل عبارة من عبارات أقسام الاستبانة مع الدرجة الكلية لكل محور، وكذلك معامل ارتباط كل محور من محاور أداة الدراسة مع الدرجة الكلية، وذلك كما هو مبين في الجدول (3) ملحق (و).

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق (3) أن معامل ارتباط العبارات والمحاور كان بدرجة مقبولة ودالة إحصائياً حيث كان أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك لم تحذف أي عبارة من عبارات المقياس، وبقي عدد عباراته (37) عبارة، ما يشير إلى الاتساق الداخلي لعبارات الأداة ولأبعادها.

### ثبات الاستبانة

استخدم الباحث طريقة الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا؛ وبلغ معامل ثبات الاتساق الداخلي للاستبانة ككل (0.872)، وهذا بدوره يشير إلى صلاحية الأداة، ومن الجدير ذكره أن معاملات ثبات محاور الدراسة تراوحت بين (0.821 - 0.951)، والجدول الآتي يوضح النتائج الخاصة بذلك.

#### جدول (4)

معاملات ثبات محاور الاستبانة بطريقة كرونباخ ألفا

معامل ثبات كرونباخ ألفا	المحاور
0.821	المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات
0.951	طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات
0.829	الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات
0.887	جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات
<b>0.872</b>	<b>الأداة ككل</b>

#### ثانياً: (المقابلة)

استخدم الباحث أداة الدراسة الثانية (المقابلات) من خلال إجراء مقابلة شبه مقننة مع مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية العقيد أمجد فراحتة الملحق (ج).

وكذلك تم مقابلة مدير قسم الإرشاد التربوي في مديرية التربية والتعليم في مديرية نابلس الملحق (د).

#### 2.5 متغيرات الدراسة

##### أ. المتغيرات المستقلة:

- النوع الاجتماعي وله مستويان هما: (ذكر وأنثى).
- المؤهل العلمي وله أربعة مستويات هي: (دبلوم فأقل، بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه).
- سنوات الخدمة وله ثلاث مستويات هي: (أقل من 5 سنوات، من 5-10 سنوات، أكثر من 10 سنوات).
- مكان السكن وله أربع مستويات هي: (مدينة، بلدة، قرية، مخيم).

ب. المتغير التابع: يتمثل في استجابة المبحوثين حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الفلسطينية من خطر المخدرات.

## 2.6 خطوات تطبيق وإجراء الدراسة

لقد تمّ إجراء هذه الدراسة بالتسلسل، وفق الخطوات التالية:

- تحديد موضوعات الدراسة وأهدافها.
- الاطلاع على الأدب التربوي والدراسات السابقة ذات الصلة.
- تحديد المناهج البحثية المناسبة للدراسة والتي تكفل تحقيق أغراض الدراسة.
- تحديد مجتمع الدراسة.
- تحديد حجم وطريقة اختيار عينة الدراسة.
- التواصل مع الجهات المعنية للحصول على موافقة لتطبيق الدراسة وجمع البيانات.
- بناء أدوات الدراسة (الاستبانة والمقابلة) والتأكد من صدقها وثباتها، وتوزيعها بصورتها النهائية على عينة الدراسة.
- جمع البيانات الكمية وتفرغها باستخدام برنامج (SPSS) وتحليلها.
- تحليل البيانات والإجابة عن أسئلة الدراسة.
- التعليق على النتائج ومناقشتها والخروج بالتوصيات بناءً على ذلك.

## 2.7 المعالجات الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن تساؤلات الدراسة، استخدم الباحث برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتمّ استخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية، والمتوسّطات الحسابية، والانحرافات المعيارية.
- حساب صدق الاستبانة باستخدام صدق المحكمين والصدق البناء.
- حساب ثبات الاستبانة باستخدام معادلة "كرونباخ ألفا" (Cronbach's Alpha).
- اختبار العينة الواحدة (One Sample t- test) لفحص الفروق في استجابات عينة الدراسة نحو  
توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية  
الفلسطينية من خطر المخدرات.
- استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test) لفحص الفرضيات  
المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية ذات المستويين مثل النوع الاجتماعي.
- تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لفحص الفرضيات المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية  
والتي تشمل أكثر من مستويين مثل المؤهل العلمي، مكان السكن، سنوات الخدمة.
- اختبار (LSD) للمقارنات البعدية.

## الفصل الثالث

### نتائج الدراسة

#### 3.1 المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة في ضوء أسئلتها وفرضيتها التي تم طرحها، وقد نظمت وفقاً لمنهجية محددة في العرض، حيث لجأ الباحث إلى تحليل أداة الدراسة الأولى (الاستبانة) حيث عرضت في ضوء أسئلتها، ويتمثل ذلك في عرض نص السؤال، كما عرضت في ضوء فرضيتها ويتمثل ذلك في عرض نص الفرضية يلي ذلك مباشرة الإشارة إلى نوع المعالجات الإحصائية المستخدمة، ثم جدول البيانات، ووضعها تحت عناوين مناسبة، يتبع ذلك تعليقات على أبرز النتائج المستخلصة، وهكذا يتم عرض النتائج المرتبطة بكل سؤال وفرضية على حدة.

#### 3.2 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة (الاستبيان)

نص سؤال الدراسة الرئيس على: "ما مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة الثانوية المدارس الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات؟"

للإجابة عن هذا السؤال، وللإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس والأسئلة الفرعية المرتبطة به تم استخراج النتائج التي تتعلق بمحاور أداة الدراسة (الاستبانة) تبعاً لإجابات عينة الدراسة التي تم اختيارها، حيث تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفترات المحاور، وقام الباحث بتحديد خمس فترات للفصل بين الدرجات المرتفعة والمنخفضة؛ إذ حسب طول المدى وهو (5-1=4) ثم قسمته على 5 فترات (0.8=5/4) وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمد الباحث التقدير الآتي، للفصل 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.

أما الأساس الذي تم الاعتماد عليه في توزيع هذه الفئات فهو الوصف الإحصائي القائم على توزيع المتوسطات بين فئات التدرج على مقياس ليكرت الخماسي الذي يبدأ بالدرجة (أوافق بشدة) وتُعطى (5) درجات، ثم (أوافق) وتُعطى (4) درجات، ثم (لا رأي) وتُعطى (3) درجات، ثم (أعارض) وتُعطى درجتين، وينتهي ب (أعارض بشدة) وتُعطى درجة واحدة فقط بشكل متساوٍ.

وبهدف الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس، والتوصل إلى النتائج الكلية المتعلقة بتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في المدارس الحكومية في مديرتي نابلس وجنوبها، وحُسبت التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة المتعلقة بإجابات العينة، والجدول (5) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب لمحاوَر الدراسة ككل.

## جدول (5)

يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة والدرجة الكلية

رقم البعد	الرتبة	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	4	المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	3.53	0.649	70.5	كبيرة
2	3	طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	3.62	0.666	72.4	كبيرة
3	1	الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات	3.84	0.499	76.8	كبيرة
4	2	جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات	3.66	0.613	73.2	كبيرة
		<b>الدرجة الكلية</b>	<b>3.66</b>	<b>0.529</b>	<b>73.2</b>	<b>كبيرة</b>

تشير نتائج الجدول (5) إلى أن محور (الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات) كان مستوى الموافقة عليه كبيراً وبالمرتبة الأولى إذ بلغ المتوسط الحسابي على هذا المحور (3.84) وبنسبة مئوية (76.8%) وبدرجة موافقة كبيرة، بينما جاء محور (جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (3.66) وبنسبة مئوية (73.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، وجاء محور (طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.62) وبنسبة مئوية (72.4%) وبدرجة موافقة كبيرة، بينما جاء محور (المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.53) وبنسبة مئوية (70.6%) وبدرجة موافقة كبيرة. وبالتالي فإن الإجابة عن السؤال الرئيس والمتمثل في (ما

مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات؟) فقد بلغ المتوسط الحسابي الكلي (3.66) وبنسبة مئوية (73.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، مما يدل على أن توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين كانت كبيرة.

**النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات في مديرتي نابلس وجنوبها في مديرتي نابلس وجنوبها؟**

للإجابة عن السؤال الدراسة الأول اشتمل محور الدراسة الأول على (12) فقرة مختلفة لقياس المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر العينة التي شملتها الدراسة، وحُسبت التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة المتعلقة بإجابات العينة، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (6) ملحق (و).

يتضح من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محور المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات تراوحت ما بين (3.71-3.38)، واشتملت على (10) فقرات كان مستوى الموافقة عليها كبيراً، و (2) فقرة كان مستوى الموافقة عليها متوسطاً.

وجاءت فقرة "تساهم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في عقد الدورات التدريبية للطلبة في مجال مكافحة المخدرات" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.71) وبنسبة مئوية (74.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها فقرة "تنسق دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مع مراكز علاج الإدمان لتسهيل علاج الطلبة المتعاطين" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (3.68) وبنسبة مئوية (73.6%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها الفقرة "تشارك دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية

طلبة المدارس في تعريف المجتمع المحلي بمخاطر المخدرات" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (3.59) وبنسبة مئوية (71.8%) وبدرجة موافقة كبيرة، وتلاها فقرة "تشجع دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الطلبة على عمل البحوث والأنشطة التي تهدف للتوعية بمخاطر المخدرات" بمتوسط حسابي قدره (3.57) وبنسبة مئوية (71.4%) وبدرجة موافقة كبيرة، بينما جاءت فقرة "توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس عقوبة ترويج المخدرات وتعاطيها" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.38) وبنسبة مئوية (67.6%) وبدرجة موافقة متوسطة، وقد بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات (3.53) وبنسبة مئوية (70.5%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة نحو المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، ومن هنا فالمسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات كبيرة.

**النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها في مديرتي نابلس وجنوبها؟**

للإجابة عن السؤال الثاني اشتملت محور الدراسة الثاني على (9) فقرات مختلفة لتحديد طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر العينة التي شملتها الدراسة، وحُسبت التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة المتعلقة بإجابات العينة، وكانت النتائج كما يلي في جدول (7):

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني المتعلق بطبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	تنظم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المحاضرات في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.	3.50	0.890	70	كبيرة
2	تعد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برامج تلفزيونية موجهة لطلبة المدارس للتوعية بالمخدرات وأضرارها.	3.71	0.877	74.2	كبيرة
3	تنظم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الورش في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات وأضرارها.	3.73	0.897	74.6	كبيرة
4	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الندوات التثقيفية في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.	3.39	0.944	67.8	متوسطة
5	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المؤتمرات العلمية في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.	3.54	0.926	70.8	كبيرة
6	ترعى دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية أنشطة وبرامج ثقافية لتوعية طلبة المدارس حول مخاطر المخدرات.	3.71	0.838	74.2	كبيرة
7	توضح دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية من خلال الإذاعات المحلية مخاطر المخدرات على طلبة المدارس.	3.60	0.897	72	كبيرة
8	تنشر دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع فيديو عبر مواقعها الإلكترونية موجهة لطلبة المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.	3.70	0.880	74	كبيرة
9	تبث دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع صوتية للتوعية بمخاطر المخدرات.	3.71	0.877	74.2	كبيرة
	<b>الدرجة الكلية</b>	<b>3.62</b>	<b>0.666</b>	<b>72.4</b>	<b>كبيرة</b>

يتضح من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محور الدراسة الثاني المتعلق بمستوى بطبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات تراوحت بين (3.73- 3.39)، واشتملت على (8) فقرات كان مستوى الموافقة عليها كبيراً، و (1) فقرة كان مستوى الموافقة عليها متوسطاً.

وجاءت فقرة "تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الورش في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات وأضرارها" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.73) وبنسبة مئوية (74.6%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها الفقرات "تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برامج تلفزيونية موجهة لطلبة المدارس للتوعية بالمخدرات وأضرارها" و "تقوم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برعاية أنشطة وبرامج ثقافية لتوعية طلبة المدارس حول مخاطر المخدرات" و "تنشر دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع صوتية للتوعية بمخاطر المخدرات" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.71) وبنسبة مئوية (74.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها الفقرة "تنشر دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع فيديو عبر مواقعها الإلكترونية موجهة لطلبة المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (3.70) وبنسبة مئوية (74%) وبدرجة موافقة كبيرة، وجاءت الفقرة "تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الندوات التثقيفية في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.39) وبنسبة مئوية بلغت (67.8%) وبدرجة موافقة متوسطة، وقد بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات (3.62) وبنسبة مئوية (72.4%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة حول طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر الجمهور الذين شملتهم عينة الدراسة. وعليه فإن طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات كبيرة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بالمخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الثالث اشتملت محور الدراسة الثالث على (7) فقرات مختلفة لتحديد الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات من وجهة نظر العينة التي شملتها الدراسة، وحُسبت التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة المتعلقة بإجابات العينة، وكانت النتائج كما هي في جدول (8):

## جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث المتعلق بالوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	تستخدم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل التواصل الاجتماعي لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	3.39	0.908	67.8	متوسطة
2	تستعين دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية بالنشرات الدورية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	3.89	0.741	77.8	كبيرة
3	توظف دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل الإعلام المرئية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	4.10	0.582	82	كبيرة
4	تعتمد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية على وسائل الإعلام المسموعة لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	3.98	0.703	79.6	كبيرة
5	تلجأ دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى الإذاعة المدرسية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	4.00	0.670	80	كبيرة
6	تستند دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى الموقع الإلكتروني للإدارة لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	3.87	0.810	77.4	كبيرة
7	تكرّس دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المحاضرات المدرسية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	3.66	.891	73.2	كبيرة
<b>الدرجة الكلية</b>		<b>3.84</b>	<b>0.499</b>	<b>76.8</b>	<b>كبيرة</b>

يتضح من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محور الدراسة الثاني المتعلق بالوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات تراوحت ما بين (4.10- 3.39)، واشتملت على (6) فقرات كان مستوى الموافقة عليها كبيراً، و (1) فقرة كان مستوى الموافقة عليها متوسطاً.

وجاءت فقرة "توظف دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل الإعلام المرئية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.10) وبنسبة مئوية (82%) وبدرجة موافقة كبيرة، والفقرة "تلجأ دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى الإذاعة المدرسية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.00) وبنسبة مئوية (80%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها الفقرة "تعتمد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية على وسائل الإعلام المسموعة لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (3.98) وبنسبة مئوية (79.6%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها فقرة "تستعين دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية النشرات الدورية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات" بمتوسط حسابي (3.89) وبنسبة مئوية (77.8%) وبدرجة موافقة كبيرة، وجاءت الفقرة "تستخدم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل التواصل الاجتماعي لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.39) وبنسبة مئوية بلغت (67.8%) وبدرجة موافقة متوسطة،

وقد بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات (3.84) وبنسبة مئوية (76.8%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة حول الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات من وجهة نظر الجمهور الذين شملتهم عينة الدراسة. ومن هنا فإن الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات كبيرة.

**النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية في المدارس الحكومية بخطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟**

للإجابة عن السؤال الدراسة الرابع اشتملت محور الدراسة الرابع على (9) فقرات مختلفة لتحديد جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات من وجهة نظر العينة التي شملتها الدراسة، وحُسبت التكرارات والمتوسطات الحسابية ودرجة الموافقة المتعلقة بإجابات العينة، وكانت النتائج كما يلي:

## جدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الرابع المتعلق بجوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	أهتم بالجانب التوعوي والوقاية من المخدرات.	3.60	0.992	72	كبيرة
2	أعتني بالجانب المعلوماتي وتقديم تفصيلات حول مخاطر المخدرات.	3.78	0.832	75.6	كبيرة
3	أركز على الجانب الإرشادي وإتباع سلوكيات معينة لمواجهة مخاطر المخدرات.	3.64	0.940	72.8	كبيرة
4	أتابع باهتمام ما تنتشره دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات.	3.53	0.837	70.6	كبيرة
5	أحرص على متابعة أخبار التوعية بالمخدرات من خلال صفحة دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية.	3.73	.859	74.6	كبيرة
6	بمتابعة حملات التوعية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس حول المخدرات.	3.82	0.878	76.4	كبيرة
7	أحرص على نصيحة الطلبة بمتابعة النشرات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات.	3.57	0.887	71.4	كبيرة
8	أحرص على إدارة المدرسة على نشر التعليمات الصادرة من دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات وطرق مواجهتها.	3.66	0.926	73.2	كبيرة
9	أحرص على دائرة العلاقات العامة باستضافة حالات مدمنة وشفيت من خلال إتباع أسلوب اقناعي للعلاج واستضافتها في المدارس للحديث عن تجربتها وكيف عانت وكيف شفيت.	3.58	0.912	71.6	كبيرة
	الدرجة الكلية	3.66	.6130	73.2	كبيرة

يتضح من الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محور الدراسة الرابع المتعلق بجوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات تراوحت ما بين (3.82-3.53)، واشتملت على (9) فقرات كان مستوى الموافقة عليها جميعاً كبيراً.

وجاءت فقرة "بمتابعة حملات التوعية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس حول المخدرات" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (3.82) وبنسبة مئوية (76.4%) وبدرجة موافقة كبيرة، والفقرة "أعتني بالجانب المعلوماتي وتقديم تفصيلات حول مخاطر المخدرات" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.78) وبنسبة مئوية (75.6%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها الفقرة "أحرص على متابعة أخبار التوعية بالمخدرات من خلال صفحة دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (3.73) وبنسبة مئوية (74.6%) وبدرجة موافقة كبيرة، تلاها فقرة "أشجع إدارة المدرسة على نشر التعليمات الصادرة من دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات وطرق مواجهتها" بمتوسط حسابي (3.66) وبنسبة مئوية (73.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، وجاءت الفقرة "أتابع باهتمام ما تنشره دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.53) وبنسبة مئوية بلغت (70.6%) وبدرجة موافقة كبيرة، وقد بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات (3.66) وبنسبة مئوية (73.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة حول جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات من وجهة نظر الجمهور الذين شملتهم عينة الدراسة، وعليه فإن جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات كبيرة.

وفي الحقيقة لا يمكن إصدار حكم دقيق على مستويات محاور توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر

المرشدين التربويين إذا اعتمدنا فقط على المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية وللمحاور، فهذا الحكم لا يأخذ بعين الاعتبار الانحرافات المعيارية، والكفيل بتقدير مستويات مجالات مقياس المحاور المذكورة جميعها والدرجة الكلية بشكل دقيق اعتماداً على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية هو اختبار ت لعينة واحدة (One Sample T-Test) لعينة الدراسة؛ إذ يستخدم هذا الاختبار للمقارنة بين متوسط العينة عند كل محور من محاور الأداة ودرجتها الكلية ومتوسط المجتمع النظري، وكون المقياس المتبع هو ليكرت الخماسي، فيمكن اعتبار متوسط المجتمع القيمة (3) لأنها تفصل ما بين التقديرات المرتفعة والمنخفضة، وعليه تمّ مقارنة متوسط العينة مع القيمة المحكيّة (3)، والجدول التالي يبيّن ذلك.

### جدول (10)

نتائج اختبار ت لعينة واحدة للفرق بين متوسط العينة ومتوسط المجتمع لمقياس محاور الاستبانة المتعلقة بتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات

الرقم	المحاور	العينة		مستوى الدلالة	درجات الحرية
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
1	المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	3.53	.649	*0.000	89
2	طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	3.62	.666	*0.000	89
3	الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات	3.84	.499	*0.000	89
4	جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات	3.66	.613	*0.000	89
	<b>الدرجة الكلية</b>	<b>3.66</b>	<b>.529</b>	<b>*0.000</b>	<b>89</b>

\* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) وقيمة اختبار (3).

يتضح من نتائج الجدول (10) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسط العينة لمحاور توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات والدرجة الكلية ولصالح متوسطات العينة، فقد جاءت جميع قيم (ت) دالة إحصائية وموجبة وهذا يعني أنّ محاور توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات والدرجة الكلية لدى عينة الدراسة كانت مرتفعة وبشكلٍ دالٍ إحصائياً من المستوى المتوسط، وهذا يعبر عن أهمية أو قيمة محاور توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر العينة التي شملتها الدراسة والتي كانت تقديراتها جميعها كبيرة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل تختلف استجابات المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوب نابلس تجاه توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات باختلاف متغيرات الجنس ومكان السكن والمؤهل العلمي وسنوات الخدمة؟

وللإجابة عن السؤال السابق السابقة نوضح نتائج فرضيات الدراسة على النحو التالي:

### 3.3 نتائج فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

ومن أجل الإجابة عن الفرضية الفرعية الأولى، وتحديد الفروق تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، استخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (11) تبين ذلك:

## جدول (11)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

المحور	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	نكر	68	3.57	0.656	0.020	0.887
	أنثى	22	3.41	0.629		
طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	نكر	68	3.66	0.626	2.174	0.144
	أنثى	22	3.51	0.782		
الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات	نكر	68	3.87	0.484	0.648	0.423
	أنثى	22	3.76	0.546		
جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات	نكر	68	3.71	0.557	4.242	*0.042
	أنثى	22	3.50	0.756		
الدرجة الكلية	نكر	68	3.70	0.499	1.916	0.170
	أنثى	22	3.54	0.612		

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

يتضح من الجدول (11) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير النوع الاجتماعي كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \leq 0.05$ ) والتي بلغت (0.170)، وبالتالي نقبل صحة الفرضية الصفرية ونقول بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير النوع الاجتماعي"، كما أشارت النتائج الواردة

بالجدول إلى عدم وجود فروق إحصائية في محاور الدراسة (المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، والوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات) حيث بلغ مستوى الدلالة فيها (0.887)، (0.144)، (0.423) على التوالي، بينما أشارت النتائج إلى وجود فروق إحصائية في محور الدراسة (جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات) حيث بلغ مستوى الدلالة فيها (0.042)، وهي أقل من المستوى المحدد في الفرضية ( $\alpha=0.05$ ) وبالتالي يوجد فروق إحصائية فيها تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي والتي كانت لصالح الذكور لأن متوسطها الحسابي (3.71) وهو أعلى من المتوسط الحسابي للإناث (3.50).

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ومن أجل الإجابة عن الفرضية الفرعية الثانية، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير المؤهل العلمي، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً لمتغير المؤهل العلمي. والجدولان (12، 13) ملحق (و) يبينان ذلك.

يتضح من الجدول (13) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير المؤهل العلمي كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \leq 0.05$ ) والتي بلغت (0.136)، وبالتالي نقبل صحة الفرضية الصفرية ونقول بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية

المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير المؤهل العلمي". كما أشارت النتائج الواردة بالجدول إلى عدم وجود فروق إحصائية في محاور الدراسة (المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات، وجوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات) حيث بلغ مستوى الدلالة فيها (0.546)، (0.266)، (0.311) على التوالي، بينما أشارت النتائج إلى وجود فروق إحصائية في محور الدراسة (طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات) والجدول (14) يوضح ذلك.

#### جدول (14)

نتائج اختبار (LSD) لبيان الفروق بين فئات متغير المؤهل العلمي تبعاً لمحور طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات

المؤهل العلمي (I)	المؤهل العلمي (J)	فرق المتوسطات الحسابية (I-J)	نسبة الخطأ	مستوى الدلالة
بكالوريوس	ماجستير	-0.165	0.143	0.252
دكتوراه	ماجستير	0.518*	0.251	0.042
ماجستير	بكالوريوس	0.165	0.143	0.252
دكتوراه	بكالوريوس	0.683*	0.248	0.007
دكتوراه	ماجستير	-0.518*	0.251	0.042
ماجستير	دكتوراه	-0.683*	0.248	0.007

حيث بلغ مستوى الدلالة فيها (0.024)، وهي أقل من المستوى المحدد في الفرضية ( $\alpha=0.05$ ) وبالتالي

يوجد فروق إحصائية فيها تبعاً لمتغير المؤهل العلمي، وكانت هذه الفروق بين فئتي بكالوريوس ودكتوراه

والتي كانت لصالح فئة بكالوريوس، وبين فئتي ماجستير ودكتوراه وكانت لصالح فئة ماجستير، والجدول التالي يوضح نتائج هذه الفروق:

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير سنوات الخدمة.

ومن أجل الإجابة عن الفرضية الفرعية الثالثة، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير سنوات الخدمة، واستخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Samples t-test)، ونتائج الجدول (15) ملحق (و) تبين ذلك.

يتضح من الجدول (15) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير سنوات الخدمة كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \leq 0.05$ ) والتي بلغت (0.540)، وبالتالي نقبل صحة الفرضية الصفرية ونقول بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير سنوات الخدمة"، كما أشارت النتائج الواردة بالجدول إلى عدم وجود فروق إحصائية في محاور الدراسة (طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات، وجوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات) حيث بلغ مستوى الدلالة فيها (0.592)، (0.286)، (0.888) على التوالي، بينما أشارت النتائج إلى وجود فروق

إحصائية في محور الدراسة (المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات) حيث بلغ مستوى الدلالة فيها (0.048)، وهي أقل من المستوى المحدد في الفرضية ( $\alpha=0.05$ ) وبالتالي يوجد فروق إحصائية فيها تبعاً لمتغير سنوات الخدمة والتي كانت لصالح المرشدين التربويين الذين لديهم سنوات خدمة (أكثر من 10 سنوات) لأن متوسطهم الحسابي (3.53) وهو أعلى من المتوسط الحسابي للذين لديهم سنوات خدمة (من 5-10 سنوات) (3.51). الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير مكان السكن.

ومن أجل الإجابة عن الفرضية الفرعية الرابعة، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير مكان السكن، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً لمتغير مكان السكن. والجدولان (16) و(17) ملحق (و) يبينان ذلك.

يتضح من الجدول (17) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير مكان السكن كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ( $\alpha \leq 0.05$ ) والتي بلغت (0.682)، وبالتالي نقبل صحة الفرضية الصفرية ونقول بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير مكان السكن"، كما أشارت النتائج الواردة بالجدول إلى عدم وجود فروق إحصائية في جميع محاور الدراسة (المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، طبيعة الحملات

الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات، وجوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات) حيث بلغ مستوى الدلالة فيها (0.621)، (0.598)، (0.506)، (0.680) على التوالي.

#### 3.4 اداة الدراسة الثانية (المقابلة)

قام الباحث بمقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس (العقيد أمجد فراحتة) والأستاذ خليل الزقزوق (مدير الارشاد التربوي في مديرية نابلس) وطرح عليهما بعض الأسئلة حول مشكلة الدراسة: توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات، وقد جاءت الأسئلة والإجابات على النحو الآتي:

أولاً: مقابلة العقيد أمجد فراحتة/ مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس:  
المحور الأول: تقييم مسؤولية العلاقات العامة الاجتماعية تجاه طلبة الثانوية في المدارس الحكومية فيما يتعلق بتوعيتهم من خطر المخدرات.

يتضح من خلال إجابة مدير دائرة العلاقات العامة بأنه يتم استهداف طلبة المدارس وأهمية التوعية في سن مبكرة لتشكيل وعي قوي ومستدام لدى الطلاب قبل أن تتفاقم مشكلة المخدرات بينهم، وكذلك التعاون بين المدارس والجهات الأمنية والتعليمية، للمحافظة على بيئة تعليمية خالية من المخدرات وتعزيز الأمن والسلامة داخل المدارس، وعقد الدورات والندوات التوعوية بهدف نقل المعرفة والمهارات للطلاب وتزويدهم بالأدوات اللازمة للتصدي للمخاطر الصحية.

من خلال ما سبق يرى الباحث بأن إجابة مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس تبرز أهمية تنسيق وتعاون الجهود بين الجهات المختلفة لتوعية الطلاب بمخاطر المخدرات بطريقة علمية ومنظمة، فباستهداف الطلاب في سن مبكرة، وتعزيز الشراكة بين المدارس والشرطة، وعقد

الفعاليات التوعوية المستمرة، يتم تعزيز المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة من خلال تقديم خدمات توعية شاملة ومستدامة للمجتمع المدرسي في فلسطين.

**المحور الثاني: الحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات.**

يتضح من خلال إجابة مدير دائرة العلاقات العامة بأنه يتم عقد لقاءات توعية للأهل أيضا بهدف تعريفهم بالمواد المخدرة وأشكالها، وكيفية استكشافها، فدائرة العلاقات العامة تنظم لقاءات توعية لأولياء الأمور بهدف تعريفهم بأنواع المواد المخدرة وأشكالها المختلفة، والطرق الفعالة لاكتشافها، ما يعزز الوعي لدى الأهل، ويساهم في تعزيز البيئة الصحية والوقائية للأبناء، إذ تعتمد الدائرة على استخدام وسائل الإعلام المتنوعة مثل: التلفاز، والإذاعة، والإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، لنشر رسائلها التوعوية، والتثقيفية بشكل واسع النطاق وفعال.

ومن هنا يلاحظ الباحث من خلال إجابة مدير العلاقات العامة في جهاز الشرطة تتضح أهمية استراتيجيات التوعية الفعالة ودور التفاعل مع الجمهور، بما في ذلك الأهالي، لتحقيق أهداف مكافحة المخدرات، فمن خلال هذه الحملات الإعلامية، يتم تعزيز المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة من خلال توفير الدعم، والمعلومات اللازمة للمجتمع للتصدي لهذه التحديات الصحية المهمة.

**المحور الثالث: أبرز الأدوات والوسائل الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات.**

يتضح من خلال إجابة مدير دائرة العلاقات العامة بأن التوعية تتم من خلال لقاءات مباشرة، نشرات توعية، وتوزيع هدايا بسيطة مناهضة للمخدرات، واستخدام وسائل البث المسموعة والمرئية ووسائل التواصل الاجتماعي كلها، ونشاطات خارجة عن المألوف مثل: مسيرة مناهضة للمخدرات، أو شاشات ضخمة، فيبرز هناك تنوع الأدوات، والوسائل الاتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات

الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، إذ تنظم الدائرة لقاءات مباشرة مع الجمهور لتقديم النصائح والمعلومات حول مخاطر المخدرات، وكيفية الوقاية منها، بحيث يتم إعداد ونشر نشرات توعوية تحتوي على معلومات مفيدة، وصور توضيحية لتوعية الجمهور بمخاطر المخدرات، وكذلك يتم توزيع هدايا بسيطة تحمل رسائل مناهضة لتعاطي المخدرات، ما يساهم في نشر الوعي بشكل إيجابي.

من خلال إجابة مدير العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية تبرز أنواع وسائل وأدوات التوعية المستخدمة بشكل فعال لنشر رسائل مناهضة للمخدرات، وهذه الأدوات تعزز المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة من خلال توفير المعرفة، وتحفيز التفاعل المجتمعي، ما يساهم في بناء مجتمع أكثر وعياً وأماناً من آفة المخدرات.

**المحور الرابع: المعوقات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطيني لدى القيام بحملات توعوية لمكافحة المخدرات؟ وكيف يتم التصدي لها.**

يتضح من خلال إجابة مدير دائرة العلاقات العامة بأن أبرز تلك المعوقات، هو الاحتلال، فبعض تجار المخدرات يتم الإتجار بالمواد المخدرة تحت نظر الاحتلال، ويتم الهروب إلى مناطق سيطرة الاحتلال في حال تم مدهامة المكان، ويبرز كذلك من ضمن المعوقات الانقسام الفلسطيني الداخلي، وكذلك بعض المواد المخدرة مسموح تناولها في الداخل الفلسطيني المحتل وتباع لديهم في الصيدليات، ولكنها في الأراضي الفلسطينية عام 1967 محرمة، ومن يحتازها، أو يتعاطاها يجرمه القانون.

من خلال ما سبق، يرى الباحث أن إجابة المدير توضح التحديات الرئيسية التي تواجه جهود مكافحة المخدرات في فلسطين، وتسلب الضوء على العوامل الخارجية مثل: الاحتلال، والعوامل الداخلية كالانقسام الفلسطيني، والتشريعات المختلفة التي تعتبر عقبات للتصدي لهذه المشكلة المهمة.

**المحور الخامس: الخطة المستقبلية لدائرة العلاقات العامة في جهاز الضابطة الجمركية نحو التصدي لظاهرة مكافحة المخدرات.**

يتضح من خلال إجابة مدير دائرة العلاقات العامة بأنه يوجد خطة علاقات عامة لمكافحة المخدرات، من خلال إنشاء مراكز لمتعاطي المخدرات لتخليصهم من هذه السموم، ويتم العمل على زيادة الثقة بين العلاقات العامة والشعب كافة، من خلال توعيتهم من خطر المخدرات، ومن وقع ضحية لهذه الآفة يتم أخذه إلى المشافي الصحية المجانية.

يتضح من خلال ما سبق، أن الخطة المستقبلية لدائرة العلاقات العامة في جهاز الضابطة الجمركية نحو التصدي لظاهرة مكافحة المخدرات تستهدف إنشاء مشافي متخصصة لعلاج متعاطي المخدرات، وتخليصهم من هذه السموم، وهذا يعكس التوجه نحو التركيز على العلاج وإعادة تأهيل للمدمنين، بدلاً من التركيز فقط على الجوانب الأمنية، وكذلك يتضمن جزء من الخطة عملية زيادة الثقة بين دائرة العلاقات العامة والمجتمع بشكل عام، من خلال توعيتهم بخطر المخدرات، وتوضيح دور الدائرة في مكافحتها، بحيث تشمل الخطة توجيه المتعاطين الذين يكونون ضحية لهذه الآفة إلى المشافي الصحية المجانية للحصول على العلاج والمتابعة اللازمين.

**ثانياً: مقابلة الأستاذ خليل الزقزوق/ مدير الارشاد التربوي في مديرية نابلس:**

**المحور الأول: حالات ضبط لبعض طلاب المدارس يتعاطون اي نوع من المواد المخدرة.**

يتضح من خلال إجابة مدير الارشاد التربوي في مديرية نابلس بأن مدارس المديرية خالية تماماً ونظيفة من آفة المخدرات.

**المحور الثاني: الاستراتيجيات التي يستخدمها قسم الإرشاد التربوي لتوعية الطلاب حول خطر المخدرات.**

يتضح من خلال إجابة مدير الإرشاد التربوي في مديرية نابلس بأن المديرية تستخدم العديد من الاستراتيجيات لتوعية الطلبة حول آفة المخدرات، حيث تبرز ورش العمل كأحد تلك الإستراتيجيات بهدف تعزيز التفاعل والمشاركة النشطة للطلاب، ما يزيد من فهمهم للمعلومات المقدمة حول خطر المخدرات، وكذلك إستراتيجية الندوات بهدف تقديم معلومات دقيقة ومحدثة حول خطر المخدرات من خلال خبراء مختصين، ومن ثم المحاضرات بهدف تقديم معلومات شاملة ومركزة حول موضوع المخدرات، مع التركيز على التأثيرات السلبية والأخطار المرتبطة بها.

فمن خلال الإجابة التي قدمها مدير الإرشاد التربوي تعكس استخدام استراتيجيات متعددة ومتنوعة لرفع الوعي بين الطلاب حول خطر المخدرات، وذلك من خلال ورش العمل، الندوات، والمحاضرات، فكل من هذه الاستراتيجيات له هدف وتأثير محددین يؤديان إلى تعزيز فهم الطلاب لمخاطر المخدرات، وتزويدهم بالمعرفة اللازمة لتجنبها، واستخدام هذه الاستراتيجيات يعكس تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، حيث يلتزم قسم الإرشاد التربوي بمسؤوليته تجاه المجتمع المدرسي من خلال تقديم برامج توعية فعالة ومؤثرة.

**المحور الثالث: الاستراتيجيات التي يتم توظيفها لتقييم فاعلية برامج التوعية من خطر المخدرات بشكل دوري.**

يتضح من خلال إجابة مدير الإرشاد التربوي في مديرية نابلس بأن هناك استراتيجيات محددة لتقييم فاعلية برامج التوعية من خطر المخدرات بشكل دوري، كاستراتيجيات التقييم المعتمدة مثل:

التغذية الراجعة من أهالي الطلبة بهدف معرفة مدى تأثير برامج التوعية على الطلاب من خلال ملاحظات أهاليهم حول التغييرات في سلوكهم ومستوى وعيهم بالمخدرات، وكذلك النقاشات مع الأهالي بهدف تعزيز الحوار الأسري حول موضوع المخدرات، ما يساهم في تقوية تأثير الرسائل التوعوية، ويبرز كذلك الملاحظات المباشرة من الطلاب، والأهالي، والمعلمين بهدف الحصول على تغذية راجعة شاملة من مختلف الزوايا، ما يساعد في تقديم صورة دقيقة عن تأثير البرامج، ويضيف مدير الإرشاد التربوي في مديرية نابلس أن من أهم

الإستراتيجيات لتقييم فعالية برامج التوعية من خطر المخدرات، هو تعديل البرامج بناءً على التقييم بهدف تحسين وتطوير البرامج، لتكون أكثر فاعلية في تحقيق أهدافها التوعوية.

من خلال إجابة مدير الإرشاد التربوي تشير إلى اعتمادهم على استراتيجيات تقييم شاملة تعتمد على التغذية الراجعة من الأهالي، وتشجيع النقاشات الأسرية، والملاحظات المباشرة من الطلاب والأهالي والمعلمين، وهذه الاستراتيجيات تعتبر جزءاً من تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، حيث تهدف إلى تحسين البرامج التوعوية بشكل مستمر بناءً على تقييم دوري وشامل.

**المحور الرابع: التنسيق بين قسم الارشاد التربوي والشرطة في الحملات التوعية للطلاب حول مخاطر المخدرات.**

يتضح من خلال إجابة مدير الإرشاد التربوي في مديرية نابلس بأنه يتم التنسيق بين قسم الارشاد التربوي والشرطة في الحملات التوعية للطلاب حول مخاطر المخدرات من خلال تنظيم جلسات عمل مشتركة بهدف تنسيق الجهود بين الجهتين لضمان تقديم حملات توعية فاعلة ومتكاملة تسهم في تحقيق الأهداف المرجوة، وكذلك تحديد أولويات الحملات التوعية وتحديد الأهداف لضمان توجيه الجهود نحو القضايا الأكثر أهمية والحساسة في موضوع التوعية بمخاطر المخدرات، ومن هنا يبرز دور الشرطة في الحملات التوعية من خلال تقديم معلومات دقيقة ومحدثة حول المخدرات والاتجار بها، ما يزيد من وعي الطلاب حول المخاطر الحقيقية التي قد يواجهونها، وعليه يتم الاستفادة من خبرة الشرطة في هذا المجال عبر تقديم معلومات حقيقية ومحدثة بطرق مرئية وملموسة تزيد من تأثير الرسائل التوعوية.

ومن خلال إجابة مدير الإرشاد التربوي تشير إلى وجود تنسيق فعال بين قسم الإرشاد التربوي والشرطة في تنظيم الحملات التوعية حول مخاطر المخدرات، ويتم تنظيم جلسات عمل مشتركة لتحديد أولويات الحملات والأهداف المحددة، حيث تقدم الشرطة التحليلات الأمنية والمعلومات الخاصة بالاتجار بالمخدرات، بينما يقوم قسم الإرشاد التربوي بتطوير المحتوى التعليمي، وتنظيم الفعاليات التوعوية داخل المدارس، وهذا التعاون

يعزز من فاعلية الحملات التوعوية، ويساهم في تحقيق أهداف المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة من خلال تقديم معلومات شاملة ودقيقة تساهم في توعية الطلاب بمخاطر المخدرات وتجنبها.

**المحور الخامس: الاستراتيجيات التي تعتمدها إدارة التربية والتعليم والشرطة لتحفيز المدارس على تكثيف جهودها في توعية الطلاب بمخاطر المخدرات.**

يتضح من خلال إجابة مدير الإرشاد التربوي في مديرية نابلس بأن الاستراتيجيات التي تعتمدها إدارة التربية والتعليم والشرطة لتحفيز المدارس على تكثيف جهودها في توعية الطلاب بمخاطر المخدرات، هو تقديم مكافآت، أو تقديرات للمدارس التي تطبق برامج توعية فاعلة لتعزيز الحماس والالتزام لدى المدارس لتنفيذ برامج توعية شاملة ومؤثرة، وتوفير الدعم المالي للفعاليات التوعوية المشتركة بين المدارس والشرطة بهدف تسهيل إقامة أنشطة توعوية متكاملة تجمع بين التعليم والأمن العام لزيادة الوعي بمخاطر المخدرات، ويقترح مدير الإرشاد التربوي في مديرية نابلس تطوير دورات تدريبية مشتركة للمعلمين حول قضايا المخدرات وتنشيط البرامج التوعوية لتأهيل.

من خلال إجابة مدير الإرشاد التربوي يتضح بأنها تسلط الضوء على استراتيجيات متعددة تعتمدها إدارة التربية والتعليم والشرطة؛ لتعزيز جهود توعية الطلاب بمخاطر المخدرات، بحيث يقترح تقديم مكافآت، توفير الدعم المالي، وتطوير دورات تدريبية للمعلمين، لتطبيق برامج توعية مؤثرة ومستدامة، وهذه الإستراتيجيات تدعم مفهوم المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة، حيث تسعى الجهات المعنية للمساهمة النشطة والمؤثرة في بناء مجتمع أكثر توعية ومقاومة للمخاطر المحتملة.

## الفصل الرابع

### مناقشة النتائج والتوصيات

#### 4.1 مناقشة النتائج

مناقشة نتيجة السؤال الرئيس: ما مدى توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة الثانوية المدارس الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات؟

يتضح من خلال النتائج ان المتوسط الحسابي الكلي (3.66) ونسبة الموافقة (73.2%) وهذا يشير إلى أن الدرجة كبيرة، وبالتالي فإن توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة الثانوية المدارس الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات كبيرة.

ومن هنا يعزو الباحث تلك النتيجة إلى أن الحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات واضحة وهناك اتفاق حول تنفيذها من قبل المستطلعين وبالتالي هناك توظيف لاهد مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وكذلك طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات يشير إلى اهتمام دائرة العلاقات العامة بمكافحة المخدرات في المدارس من خلال حملات اتصالية توعوية، وهو ما يتوافق ونظرية المسؤولية الاجتماعية.

هذه النتيجة تتوافق مع بعض نتائج الدراسات السابقة، فعلى سبيل المثال، دراسة اليحيى (2023) أظهرت أن المتخصصين في العلاقات العامة يدركون أهمية برامج المسؤولية الاجتماعية، ويؤكدون على دورها في تعزيز الوعي لدى الجمهور، كما توصلت دراسة الكثيري (2022) إلى أن العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً في بناء الصورة الذهنية وتعزيز الوعي ببرامج المسؤولية الاجتماعية في الجامعات السعودية، مما يعكس فعالية هذه البرامج في تحفيز الوعي العام، من جهة أخرى، دراسة عقيدة (2022) أظهرت أن ممارسي

العلاقات العامة في البنوك اليمنية يحملون اتجاهًا إيجابيًا تجاه برامج المسؤولية الاجتماعية، كما أثبتت دراسة العمروود (2021) أهمية الحملات الإعلامية في زيادة الوعي حول مخاطر المخدرات لدى الشباب، بما يتماشى مع النتائج التي توصلت إليها دراسة السلمي (2020)، التي أشارت إلى دور العلاقات العامة في تعزيز الوعي الاجتماعي والتأثير على السمعة من خلال الأنشطة التوعوية، وبالتالي تتوافق تلك النتائج مع نتائج الدراسة الحالية، التي أكدت على دور العلاقات العامة في توعية طلبة المدارس الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من خلال تبني نظرية المسؤولية الاجتماعية.

**مناقشة نتيجة السؤال الأول: ما مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟**

يتضح من خلال النتائج أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات (3.53) وبنسبة مئوية (70.5%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة نحو المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، ومن هنا فالمسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات كبيرة.

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى قيام دائرة العلاقات العامة بتنظيم دورات تدريبية للطلبة حول مكافحة المخدرات، مما يعزز فهمهم وتأهيلهم للتعامل مع هذه المشكلة بشكل فعال، وتشارك في تعريف المجتمع المحلي بمخاطر المخدرات، مما يساهم في رفع الوعي وتشجيع الدعم المجتمعي لمكافحة هذه الظاهرة، وكذلك تعقد فعاليات متنوعة مثل الندوات والمحاضرات التي تساهم في تعزيز الروابط الأسرية وتقليل خطورة

وانتشار المخدرات بين الطلبة، وتدعم الطلبة في إجراء البحوث والأنشطة التي تهدف إلى التوعية بمخاطر المخدرات، مما يعزز دورهم النشط في المجتمع.

تتوافق هذه النتيجة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تعنى بأن المؤسسات والمنظمات يجب أن تتحمل مسؤوليات اجتماعية تجاه المجتمعات التي تخدمها، فمن خلال تنظيم الحملات التوعوية والنشاطات التعليمية، تساهم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في بناء مجتمع أكثر توعية وقادر على مواجهة التحديات المتعلقة بالمخدرات.

وتتوافق نتائج الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة التي تناولت دور الحملات الإعلامية في تعزيز الوعي الاجتماعي بمخاطر المخدرات. فدراسة اليحيى (2023) أظهرت أن إدراك المتخصصين في العلاقات العامة للمسؤولية الاجتماعية كان مرتفعاً، كذلك، دراسة عقيدة (2022) أكدت على أهمية برامج المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة العامة للمؤسسة وتعزيز دور العلاقات العامة في تنفيذ هذه البرامج. بالإضافة إلى ذلك، دراسة العمروود (2021) حول الحملات الإعلامية في مكافحة المخدرات أكدت تأثير هذه الحملات في زيادة الوعي لدى الشباب حول مخاطر المخدرات، وهو ما يتماشى مع نتائج الدراسة الحالية التي أظهرت دوراً كبيراً للمسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية. كما أن دراسة السلمي (2020) تناولت العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المؤسسات التعليمية، وأظهرت أن هذه البرامج تساهم بشكل فعال في تحسين سمعة المؤسسة وزيادة الوعي بين الجمهور، مما يتوافق مع نتائج الدراسة الحالية التي تؤكد تأثير الحملات الإعلامية في رفع مستوى الوعي بمخاطر المخدرات في المجتمع.

مناقشة نتيجة السؤال الثاني: ما طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها في مديرتي نابلس وجنوبها؟

يتضح من خلال النتائج أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات (3.62) وبنسبة مئوية (72.4%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة حول طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات من وجهة نظر الجمهور الذين شملتهم عينة الدراسة. وعليه فإن طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات كبيرة.

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أنه من خلال برامج تلفزيونية، ورش عمل في المدارس، وبرامج ثقافية، تقدم دائرة العلاقات العامة مجموعة متنوعة من الأدوات لنشر رسائل التوعية بمخاطر المخدرات بشكل واضح وفعال، وكذلك باستخدام الفيديوهات والمقاطع الصوتية عبر الإنترنت، تصل الدائرة إلى طلبة المدارس بطرق تفاعلية تناسب تفضيلاتهم وممارساتهم اليومية، مما يزيد من فعالية الحملات التوعوية، ومن هنا فبرعاية الأنشطة الثقافية والتعاون مع المدارس، تسهم الدائرة في بناء شراكات مع المجتمع المحلي لدعم جهود مكافحة المخدرات وتعزيز التوعية.

وعليه يتوافق هذا التوظيف الواسع للحملات الإعلامية والتوعوية مع نظرية المسؤولية الاجتماعية، حيث تتحمل الدائرة دورًا فعالاً في تعزيز الوعي الاجتماعي والحد من تأثيرات المخدرات على المجتمع، وتلتزم الدائرة بتحقيق مخرجات اجتماعية إيجابية من خلال استخدام مواردها وقنواتها للنهوض بالصحة العامة والسلامة في المجتمع.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع العديد من نتائج الدراسات السابقة التي تناولت حملات التوعية والتثقيف التي تنفذها دوائر العلاقات العامة في مختلف المجالات، فقد أظهرت دراسة العمرود (2021) أن حملات التوعية الإعلامية، أسهمت في زيادة الوعي لدى الشباب بمخاطر المخدرات، وكذلك، أشارت دراسة فراج (2020) إلى تأثير الحملات الصحية على الجمهور الأردني، حيث كانت الحملات التوعوية ذات تأثير معرفي

وسلوكي، مما يتقاطع مع نتائج الدراسة الحالية التي تبين أن الحملات التوعوية حول المخدرات تساهم بشكل كبير في زيادة الوعي والتثقيف حول المخاطر، كما أظهرت دراسة علي (2020) أن الدور الفاعل للعلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات في السودان ساهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي، خاصة من خلال الندوات والمحاضرات وهو ما يظهر بشكل واضح في نتائج الدراسة الحالية.

**مناقشة نتيجة السؤال الثالث: ما الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في المدارس الحكومية للتوعية بالمخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟**

يتضح من خلال النتائج أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات (3.84) وبنسبة مئوية (76.8%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة حول الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات من وجهة نظر الجمهور الذين شملتهم عينة الدراسة. ومن هنا فإن الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات كبيرة.

ويعزو الباحث تلك النتيجة إلى أنه باستخدام الوسائل الإعلامية المرئية مثل البرامج التلفزيونية والمسموعة مثل الإذاعة المدرسية، وكذلك النشرات الدورية، تصل الدائرة برسائلها لشريحة واسعة من طلبة المدارس، مما يعزز من فعالية الحملات التوعوية، وباستخدام هذه الوسائل، تعمل الدائرة على تعزيز التواصل والتفاعل مع المدارس والطلاب والمجتمع المحلي، مما يساهم في بناء شراكات فعّالة لدعم جهود مكافحة المخدرات وتعزيز التوعية، ومن خلال تلك الوسائل مثل الإعلام المرئي والمسموع والنشرات الدورية، تظهر الدائرة إبداعاً في تصميم حملاتها الإعلامية، مما يعكس التزامها بتنويع الوسائل والرسائل لضمان تأثير أكبر ومستدام لجهود التوعية.

وعليه يتوافق توظيف هذه الوسائل المتعددة والمتنوعة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية، حيث تسعى الدائرة لتحقيق أقصى قدر من الفائدة الاجتماعية من خلال استخدام مواردها ووسائلها في خدمة الصالح العام وتحقيق التوعية بمخاطر المخدرات بشكل شامل وفعال.

تشابهت نتائج هذه الدراسة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة التي أكدت على فعالية الحملات الإعلامية والإعلانية في مجال التوعية بالمخدرات وتعزيز المسؤولية الاجتماعية، فقد أظهرت دراسة العمرو (2021) أن الحملات الإعلامية تلعب دورًا هامًا في زيادة الوعي بمخاطر المخدرات بين الشباب، بينما أكدت دراسة علي (2020) على أهمية الندوات والمحاضرات كوسائل فعالة في مكافحة المخدرات. كما أظهرت دراسة بحري (2020) أن الإعلام الأمني يُعد من الأدوات الأساسية في مكافحة المخدرات، مشيرة إلى التفاعل القوي بين الشرطة ووسائل الإعلام في مواجهة هذه الظاهرة. كذلك، أكدت دراسة فراج (2020) على تأثير الحملات الصحية في تغيير سلوك الجمهور تجاه القضايا الصحية.

**مناقشة نتيجة السؤال الرابع: ما جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية في المدارس الحكومية بخطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوبها؟**

يتضح من خلال النتائج أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات (3.66) وبنسبة مئوية (73.2%) وبدرجة موافقة كبيرة، وهذا يدل على أن نسبة الموافقة كانت كبيرة حول جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات من وجهة نظر الجمهور الذين شملتهم عينة الدراسة، وعليه فإن جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات كبيرة.

يعزو الباحث تلك النتيجة إلى اهتمام دائرة العلاقات العامة بتقديم معلومات دقيقة وتفصيلات حول مخاطر المخدرات، وهذا يعكس رغبتهم في تعزيز الوعي بين الطلاب والمجتمع، وبالتالي فإن اهتمام المرشدين بمتابعة أخبار التوعية بالمخدرات من خلال صفحات دائرة العلاقات العامة يعكس استعدادهم للبقاء على اطلاع دائم

على الأنشطة والمبادرات الجديدة، مما يسهم في تعزيز تفاعلهم مع الحملات التوعوية، ورغبة المرشدين في تشجيع إدارات المدارس على نشر التعليمات الصادرة من دائرة العلاقات العامة حول مخاطر المخدرات تعكس دعمهم للجهود الرسمية والقانونية التي تهدف إلى مكافحة استخدام المخدرات وتوعية الطلاب.

وهذه النتيجة تتوافق بشكل كبير مع نظرية المسؤولية الاجتماعية، حيث تعكس تلك الاستجابة الإيجابية تفاعلاً فعالاً مع مبادرات المجتمع والجهود التي تستهدف تحقيق الفائدة الاجتماعية والتعليمية. بالتركيز على تعزيز الوعي وتقديم المعلومات الصحيحة، تساهم الحملات التوعوية في بناء مجتمع أكثر وعياً ومسؤولية تجاه قضايا الصحة والسلامة العامة.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة ففي دراسة اليحيى (2023)، التي تناولت إدراك المتخصصين في العلاقات العامة لأبعاد برامج المسؤولية الاجتماعية، تبين أن المشاركين أبدوا موافقة كبيرة على أهمية هذه البرامج، كما أظهرت دراسة الكثيري (2022) فعالية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية حول المسؤولية الاجتماعية، مما يشير إلى قدرة العلاقات العامة على تحسين الوعي الاجتماعي، كذلك، وجدت دراسة عقيدة (2022) أن الاتجاهات الإيجابية تجاه برامج المسؤولية الاجتماعية كانت سائدة بين ممارسي العلاقات العامة، وهو ما ينسجم مع النتائج الحالية التي تؤكد أن الجمهور يتابع باهتمام الحملات التوعوية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل تختلف استجابات المرشدين التربويين في مديرتي نابلس وجنوب نابلس تجاه توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات باختلاف متغيرات الجنس ومكان السكن والمؤهل العلمي وسنوات الخدمة؟

## 4.2 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، مكان السكن).

يتضح من خلال النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في استجابة أفراد عينة الدراسة حول توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، مكان السكن).

يعزو الباحث تلك النتيجة إلى أنه من الممكن أن يكون لدى المرشدين التربويين وعي متقارب بأهمية المسؤولية الاجتماعية في عمل دائرة العلاقات العامة، خاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا حيوية مثل توعية الشباب بمخاطر المخدرات، وعليه قد يكون لديهم تفاعل مشابه ومتجانس مع النظرية والمبادئ المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، ومن هنا قد يكون لديهم خلفية متشابهة حول المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، وطبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات، وكذلك الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات.

### 4.3 توصيات الدراسة

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

- من أجل تعزيز فعالية استخدام نظرية المسؤولية الاجتماعية، يمكن تنظيم دورات تدريبية دورية لممارسي العلاقات العامة في دائرة مكافحة المخدرات حول أهمية وطرق تطبيق المسؤولية الاجتماعية في حملات التوعية بمخاطر المخدرات.
- استناداً إلى استجابة الجمهور ومدى توافقه مع الحملات الحالية، ينبغي على دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية تحسين وتطوير الحملات الإعلامية، ويمكن أن يشمل ذلك استخدام وسائل اتصالية متعددة وإبداعية لزيادة تأثير الرسائل التوعوية.
- العمل على تعزيز الجهود لزيادة التفاعل مع الجمهور الخارجي، مثل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر، وتنظيم فعاليات توعوية مجتمعية، وهذا يعزز من مشاركة الجمهور ويزيد من تأثير الحملات التوعوية.
- استخدام التقنيات الحديثة مثل التحليلات البيانية لفهم أفضل لاحتياجات الجمهور وتفاعلاتهم مع الحملات التوعوية، فهذا يمكن أن يوفر إرشادات قيمة لتحسين استراتيجيات العلاقات العامة والتواصل.
- تعزيز التعاون مع منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الأخرى ذات الصلة، لزيادة التأثير المشترك في جهود مكافحة المخدرات وتوعية الجمهور بهذه القضية الحيوية.

## المصادر العلمية

احمد، عثمان. (2020). دور العلاقات العامة في الرعاية الاجتماعية: بالتطبيق على مؤسسات الطفولة في دولة الإمارات. *مجلة الآداب*، ع132، 371-394.

أحمد، مرتضى. (2009). فاعلية العلاقات العامة في الحد من انتشار الجريمة : دراسة تطبيقية على الإدارة العامة لمكافحة المخدرات بوزارة الداخلية. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

الأمم المتحدة. (2024). تقرير أممي: قرابة 300 مليون شخص يتعاطون المخدرات في العالم، والاتجار في ازدياد. على الرابط. <https://news.un.org/ar/story/2024/06/1132066>

الأمين، مرتضى. (2015). المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين بالعلاقات العامة في جامعة وادي النيل: دراسة ميدانية على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة وادي النيل. *مجلة أماراباك*، 6(18)، 157-166.

بحري، خولة. (2020). دور الإعلام الأمني في مكافحة انتشار المخدرات في الجزائر ، دراسة ميدانية على عينة من عناصر الشرطة. *المجلة الجزائرية للاتصال*، مج22، ع2، ص88-99.

الجوهر، فارس. (2024). المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة الشرق الاوسط، الأردن.

حنون، نور. (2019). دور العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات بالتصدي لها في فلسطين (شرطة نابلس). *جامعة النجاح الوطنية، فلسطين*.

الدليمي، عبد الرزاق. (2005). *المدخل إلى العلاقات العامة*. دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

الرحاحلة، عبد الرزاق. (2011). *المسؤولية الاجتماعية*. دار الإعصار العلمي، عمان.

السلمي، افنان. (2020). دور العلاقات العامة في ممارسة المسؤولية الاجتماعية بجامعة الملك سعود وعلاقتها بسمعتها لدى طالبات الجامعة: دراسة مسحية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، ع24، 231-276.

سليمان، ليلي. (2021). العلاقات العامة وأثرها في إرساء مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية. *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، 10(3)، 835-875.

الشرطة الفلسطينية. (2023). المخدرات في فلسطين. على الرابط/ <https://www.palpolice.ps/content/491420.html>.

الشمري، محمد. (2020). حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية وانعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي أزمة جائحة كورونا المستجد نموذجا. *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية*، مج41، ع1، ص9-110.

عباس، اساور. (2016). فاعلية العلاقات العامة في الحد من انتشار ظاهرة تعاطي المخدرات في المجتمع. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

عجيلات، فارس. (2012). المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الاردنية: دراسة حالة: شركة الاتصالات الاردنية. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة الشرق الأوسط، الاردن.

عقيدة، مطهر. (2022). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك اليمنية نحو برامج المسؤولية الاجتماعية. *مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، ع57، 111-144.

علي، محمد. (2020). العلاقات العامة ودورها في مكافحة الجريمة (جريمة المخدرات) الإدارة العامة لمكافحة المخدرات - السودان. *مجلة الدراسات الإعلامية*، *مجلة الدراسات الإعلامية*، ع10، ص294 - 315.

العمرو، رائد. (2021). دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات : برنامج نبراس نموذجا. *مجلة البحوث الإعلامية*، مج58، ع4، ص1991-2034.

فراج، روان. (2020). اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها عليهم : دراسة ميدانية على عينة من مراجعي المستشفيات. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة اليرموك، الأردن.

الكثيري، عيسى. (2022). فعالية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لمنسوبي الجامعة السعودية حول أنشطة المسؤولية الاجتماعية: دراسة وصفية مسحية. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، (2)5، 227-257.

اللوزي، موسى. (2010). *أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس*. زمزم ناشرون وموزعون.

مام، خديجة. (2017). دور الإعلام الأمني في التوعية الاجتماعية (مشكلة تعاطي وإدمان المخدرات) دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

مركز المعلومات الوطني الفلسطيني. (2023). المخدرات في فلسطين. على الرابط :  
<https://info.wafa.ps/pages/details/29824>.

مزيان، أعمار. (2019). دور العلاقات الأمنية في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة الأمنية. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية، 3(4)، 65-78.

المطيري، عبد العزيز. (2020). دور برنامج الرعاية اللاحقة في الحرس الوطني في الحد من العود لتعاطي المخدرات. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

المعاينة، سالم. (2011). دور العلاقات العامة في الحد من انتشار المخدرات من وجهة نظر العاملين في إدارة مكافحة المخدرات الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

المهندي، خالد حمد. (2013). المخدرات وآثارها في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية. وحدة الدراسات والبحوث مركز المعلومات الجنائية لمكافحة المخدرات لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، الدوحة.

اليحيى، هديل. (2023). إدراك المتخصصين في العلاقات العامة لأبعاد برامج المسؤولية الاجتماعية: دراسة على عينة من حديثي التخرج. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع33، 56-104.

#### المراجع الأجنبية:

Abu-Jarour, S. (2013). The Effect of Public Relations on Governmental Hospital Performance in Jordan. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, Vol. 2, Issue 6. (ISSN: 2226-8235).

Ahmad, N. (2017). Importance of Public Relations in New Business. *International Journal of Experiential Learning & Case Studies*, Forthcoming.

Basu, K., & Palazzo, G. (2008). Corporate social responsibility: A process model of sensemaking. *Academy of management review*, 33(1), 122-136.

Bednárík, J. (2019). Change of paradigm in personnel strategy–corporate social responsibility and internal communication. *Communication Today*, 10(2), 42-56.

Doorley, J., & Garcia, H. F. (2015). *Reputation management: The key to successful public relations and corporate communication*. Routledge.

Dozier, D. M. (2013). The organizational roles of communications and public relations practitioners. *Excellence in public relations and communication management*, 327-355.

- Ejiofo, N. E., & Udu, T. F. (2023). Assessing Public Relations Strategies as a Veritable Tool for Promoting Corporate Social Responsibility in South-South Nigeria. *International Journal of Research in Education Humanities and Commerce*, 4(5), 42-54.
- Gibson, D., Gonzales, J. L., & Castanon, J. (2006). The importance of reputation and the role of public relations. *Public relations quarterly*, 51(3), 15.
- Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (2013). Models of public relations and communication. *Excellence in public relations and communication management*, 285-325.
- Hakami, T. (2021). Neuropharmacology of antiseizure drugs. *Neuropsychopharmacology reports*, 41(3), 336-351.
- Kim, S. Y., & Park, H. (2011). Corporate social responsibility as an organizational attractiveness for prospective public relations practitioners. *Journal of business ethics*, 103, 639-653.
- Kriyantono, R. (2015). Public relations and corporate social responsibility in mandatory approach era in Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 320-327.
- Kriyantono, R., Amrullah, A., & Destrity, N. (2017). The Model of Public Relations Practices in Indonesia. *Global Journal of Business and Social Science Review*, 5(3), 194 -199.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Profit maximizing corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 26(4), 504-505.
- Mirvis, P. H. (2012). Employee engagement and corporate social responsibility (CSR). *The encyclopedia of human resource management: thematic essays*, 274-286.
- Oparaugo, B. (2021). Role of public relations in corporate image building and sustenance. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 2(1), 26-37.
- Pfau, M., & Wan, H. H. (2006). Persuasion: An intrinsic function of public relations. *Public relations theory II*, 101-136.
- Smith, R. D. (2020). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
- Smythe, D. J. (2010). The Rise of the Corporation, the Birth of Public Relations, and the Foundations of Modern Political Economy. *Washburn LJ*, 50, 635.
- White, C. A., & Coman, I. (2011). Corporate social responsibility in transitional countries: Public relations as a component of public diplomacy in Romania. *International Journal of Strategic Communication*, 5(4), 281-292.
- Ziarmal, M. R., Ahmadi, A. L., & Jalali, A. Q. (2023). The Role Of Public Relation In The Development Of Organizations. *Academic research in educational sciences*, 4(8), 53-60.

## الملاحق

### ملحق (أ)

#### محكمي أداة الدراسة

الجامعة	التخصص	المُحكّم
جامعة النجاح الوطنية	العلاقات العامة والاتصال	د. ابراهيم العكة
جامعة النجاح الوطنية	الإعلام	د. فريد ابو ضهير
جامعة النجاح الوطنية	العلاقات العامة والاتصال	د. أسامة عبد الله
مركز البحث والتطوير في وزارة التربية والتعليم		

## ملحق (ب)

### أداة الدراسة قبل التعديل

#### الأخوة والأخوات.. تحية طيبة وبعد

يُعد الباحث دراسة تهدف للتعرف إلى (توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات). بإشراف د. سمر الشنار، لنيل درجة الماجستير في قسم العلاقات العامة المعاصرة، وعليه أرجو من حضرتكم الإجابة عن فقرات الاستبانة التي تم إعدادها، علماً بأن المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، مع شكري وتقديري لحسن تعاونكم.

#### الطالب

القسم الأول: المعلومات الشخصية:

يرجى وضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تناسبك:

النوع الاجتماعي:

ذكر  أنثى

المؤهل العلمي:

دبلوم فأقل  بكالوريوس  ماجستير  دكتوراه

سنوات الخدمة:

أقل من 5 سنوات  من 5-10 سنوات  أكثر من 10 سنوات

مكان السكن

مدينة  بلدة  قرية  مخيم

القسم الثاني: يهدف للتعرف على توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية

طلبة المدارس من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين:

يرجى منكم الإجابة على فقرات الاستبانة في المكان المخصص وفق ما يناسب درجة إجابتك

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق بشدة	غير موافق
المجال الأول: المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات						
1	تساهم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في عقد الدورات التدريبية للطلبة في مجال مكافحة المخدرات.					
2	تُشرك دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية طلبة المدارس في تعريف المجتمع المحلي بمخاطر المخدرات.					
3	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس كيفية تجنب المخدرات من خلال المنشورات الإرشادية في المدارس.					
4	تبحث دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية طلبة المدارس على ضرورة التعاون مع إدارة مكافحة المخدرات للحد من انتشار المخدرات.					
5	تعرض دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية محتويات اتصالية للطلبة تبين فيها خطورة التعاطي على الصحة.					
6	تعقد دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية ندوات ومحاضرات للطلبة تعزز الروابط الأسرية للحد من خطورة المخدرات وانتشارها.					
7	تنسق دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مع مراكز علاج الإدمان لتسهيل علاج الطلبة المتعاطين.					
8	تسعى دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى تطوير محتوى رقمي تفاعلي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لتوعية الطلبة بمخاطر المخدرات وتأثيراتها السلبية					

					9	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس عقوبة ترويح المخدرات وتعاطيها.
					10	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس طرق وأساليب مهربي المخدرات للتوعية منهم أخطارهم.
					11	تشجع دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الطلبة على عمل البحوث والأنشطة التي تهدف للتوعية بمخاطر المخدرات
					12	تقوم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برعاية أنشطة ثقافية داخل المدرسة للتعريف بالمخدرات ومخاطرها.
					13	تنسق دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مع المدارس لإطلاق حملات إعلامية واتصالية توعوية من خلال الإعلام المحلي للتوعية بمخاطر المخدرات.
					14	تعمل دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية على إشراك الأهل في الندوات وورش العمل المدرسية لتعزيز دور الأسرة في الوقاية من المخدرات.
<b>المجال الثاني: طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات</b>						
					15	تنظم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المحاضرات في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					16	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برامج تلفزيونية موجهة لطلبة المدارس للتوعية بالمخدرات وأضرارها.
					17	تقوم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية بإعداد حملات إعلانية مصورة تُعرض في وسائل الإعلام المحلية للتوعية بمخاطر المخدرات بين الطلبة
					18	تطلق دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية تطبيقات تفاعلية تعليمية تُستخدم في المدارس لتوعية الطلبة بمخاطر المخدرات وأساليب الوقاية منها.
					19	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الورش في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات وأضرارها.

					20	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الندوات التثقيفية في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					21	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المؤتمرات العلمية في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					22	تقوم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برعاية أنشطة وبرامج ثقافية لتوعية طلبة المدارس حول مخاطر المخدرات.
					23	توضح دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية من خلال الإذاعات المحلية مخاطر المخدرات على طلبة المدارس.
					24	تنشر دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع فيديو عبر مواقعها الالكترونية موجّهة لطلبة المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					25	تنشر دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع صوتية للتوعية بمخاطر المخدرات.
المجال الثالث: الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات.						
					26	تستخدم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل التواصل الاجتماعي لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					27	تستعين دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية النشرات الدورية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					28	توظف دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل الإعلام المرئية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					29	تعتمد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية على وسائل الإعلام المسموعة لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					30	تلجأ دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى الإذاعة المدرسية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					31	تستند دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى الموقع الالكتروني للإدارة لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.

					تكرس دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المحاضرات المدرسية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	32
<b>المجال الرابع: جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات</b>						
					أهتم بالجانب التوعوي والوقاية من المخدرات.	33
					أعتني بالجانب المعلوماتي وتقديم تفصيلات حول مخاطر المخدرات.	34
					أركز على الجانب الإرشادي وإتباع سلوكيات معينة لمواجهة مخاطر المخدرات.	35
					أتابع باهتمام ما تنشره دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات.	36
					أحرص على متابعة أخبار التوعية بالمخدرات من خلال صفحة دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية.	37
					أهتم بمتابعة حملات التوعية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس حول المخدرات.	38
					أحرص على نصيحة الطلبة بمتابعة النشرات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات.	39
					أشجع إدارة المدرسة على نشر التعليمات الصادرة من دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات وطرق مواجهتها.	40
					تقوم دائرة العلاقات العامة باستضافة حالات مدمنة وشفيت من خلال اتباع أسلوب اقناعي للعلاج واستضافتها في المدارس للحديث عن تجربتها وكيف عانت وكيف شفيت.	41

**ولكم كامل الشكر والتقدير**

## ملحق (ج)

### أداة الدراسة النهائية

#### الأخوة والأخوات.. تحية طيبة وبعد

يُعد الباحث دراسة تهدف للتعرف إلى (توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات). بإشراف د. سمر الشنار، لنيل درجة الماجستير في قسم العلاقات العامة المعاصرة، وعليه أرجو من حضرتكم الإجابة عن فقرات الاستبانة التي تم إعدادها، علماً بأن المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، مع شكري وتقديري لحسن تعاونكم.

#### الطالب

القسم الأول: المعلومات الشخصية :

يرجى وضع إشارة (X) أمام الإجابة التي تناسبك :-

النوع الاجتماعي:

ذكر  أنثى

المؤهل العلمي:

دبلوم فأقل  بكالوريوس  ماجستير  دكتوراه

سنوات الخدمة:

أقل من 5 سنوات  من 5-10 سنوات  أكثر من 10 سنوات

مكان السكن

مدينة  بلدة  قرية  مخيم

القسم الثاني: يهدف للتعرف على توظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية

طلبة المدارس من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين:

يرجى منكم الإجابة على فقرات الاستبانة في المكان المخصص وفق ما يناسب درجة إجابتك

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
المجال الأول: المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات						
1	تساهم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في عقد الدورات التدريبية للطلبة في مجال مكافحة المخدرات.					
2	تُشرك دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية طلبة المدارس في تعريف المجتمع المحلي بمخاطر المخدرات.					
3	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس كيفية تجنب المخدرات من خلال المنشورات الإرشادية في المدارس.					
4	تحت دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية طلبة المدارس على ضرورة التعاون مع إدارة مكافحة المخدرات للحد من انتشار المخدرات.					
5	تعرض دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية محتويات اتصالية للطلبة تبين فيها خطورة التعاطي على الصحة.					
6	تعقد دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية ندوات ومحاضرات للطلبة تعزز الروابط الأسرية للحد من خطورة المخدرات وانتشارها.					
7	تنسق دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مع مراكز علاج الإدمان لتسهيل علاج الطلبة المتعاطين.					
8	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس عقوبة ترويج المخدرات وتعاطيها.					
9	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس طرق وأساليب مهربي المخدرات للتوعية منهم أخطارهم.					
10	تشجع دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الطلبة على عمل البحوث والأنشطة التي تهدف للتوعية بمخاطر المخدرات					
11	تقوم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برعاية أنشطة ثقافية داخل المدرسة للتعريف بالمخدرات ومخاطرها.					

					12	تتسق دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مع المدارس لإطلاق حملات إعلامية واتصالية توعوية من خلال الإعلام المحلي للتوعية بمخاطر المخدرات.
<b>المجال الثاني: طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات</b>						
					13	تنظم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المحاضرات في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					14	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برامج تلفزيونية موجهة لطلبة المدارس للتوعية بالمخدرات وأضرارها.
					15	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الورش في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات وأضرارها.
					16	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الندوات التثقيفية في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					17	تعقد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المؤتمرات العلمية في المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					18	تقوم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برعاية أنشطة وبرامج ثقافية لتوعية طلبة المدارس حول مخاطر المخدرات.
					19	توضح دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية من خلال الإذاعات المحلية مخاطر المخدرات على طلبة المدارس.
					20	تتشر دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع فيديو عبر مواقعها الالكترونية موجهة لطلبة المدارس للتوعية بمخاطر المخدرات.
					21	تتشر دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مقاطع صوتية للتوعية بمخاطر المخدرات.
<b>المجال الثالث: الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات.</b>						
					22	تستخدم دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل التواصل الاجتماعي لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					23	تستعين دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية النشرات الدورية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					24	توظف دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية وسائل الإعلام المرئية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					25	تعتمد دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية على وسائل الإعلام المسموعة لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					26	تلجأ دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى الإذاعة المدرسية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.
					27	تستند دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية إلى الموقع الالكتروني للإدارة لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.

					تكرس دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية المحاضرات المدرسية لتوعية طلبة المدارس بالمخدرات.	28
<b>المجال الرابع: جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات</b>						
					أهتم بالجانب التوعوي والوقاية من المخدرات.	29
					أعتني بالجانب المعلوماتي وتقديم تفصيلات حول مخاطر المخدرات.	30
					أركز على الجانب الإرشادي وإتباع سلوكيات معينة لمواجهة مخاطر المخدرات.	31
					أتابع باهتمام ما تنشره دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات.	32
					أحرص على متابعة أخبار التوعية بالمخدرات من خلال صفحة دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية.	33
					أهتم بمتابعة حملات التوعية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس حول المخدرات.	34
					أحرص على نصيحة الطلبة بمتابعة النشرات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات.	35
					أشجع إدارة المدرسة على نشر التعليمات الصادرة من دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية حول مخاطر المخدرات وطرق مواجهتها.	36
					تقوم دائرة العلاقات العامة باستضافة حالات مدمنة وشفيت من خلال اتباع أسلوب اقناعي للعلاج واستضافتها في المدارس للحديث عن تجربتها وكيف عانت وكيف شفيت.	37

**ولكم كامل الشكر والتقدير**

## ملحق (د)

اسئلة المقابلة / مدير دائرة العلاقات العامة في جهاز الشرطة الفلسطينية في محافظة نابلس

السؤال الأول: من وجهة نظرك كيف تقيم مسؤولية العلاقات العامة الاجتماعية تجاه طلبة الثانوية في

المدارس الحكومية فيما يتعلق بتوعيتهم من خطر المخدرات؟

السؤال الثاني: ما طبيعة الحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات

الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات؟

السؤال الثالث: من خلال إطلاعك على تلك الحملات، ما هي أبرز الأدوات والوسائل الاتصالية التي تنفذها

دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات؟

السؤال الرابع: ما المعوقات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في جهاز الضابطة الجمركية لدى القيام بحملات

توعوية لمكافحة المخدرات ؟ وكيف يتم التصدي لها؟

السؤال الخامس: ما الخطة المستقبلية لدائرة العلاقات العامة في جهاز الضابطة الجمركية نحو التصدي

لظاهرة مكافحة المخدرات؟

## ملحق (هـ)

### اسئلة المقابلة / مدير الارشاد التربوي في مديرية نابلس

السؤال الأول: هل تم ضبط حالات لبعض طلاب المدارس يتعاطون اي نوع من المواد المخدرة؟

السؤال الثاني: ما هي الاستراتيجيات التي يستخدمها قسم الإرشاد التربوي لتوعية الطلاب حول خطر

المخدرات؟

السؤال الثالث: هل هناك استراتيجيات محددة لتقييم فعالية برامج التوعية من خطر المخدرات بشكل دوري؟

السؤال الرابع: كيف يتم التنسيق بين قسم الارشاد التربوي والشرطة في الحملات التوعية للطلاب حول

مخاطر المخدرات؟

السؤال الخامس: ما هي الاستراتيجيات التي تعتمد عليها إدارة التربية والتعليم والشرطة لتحفيز المدارس على

تكثيف جهودها في توعية الطلاب بمخاطر المخدرات؟

ملحق (و)

الجدول

جدول (3)

نتائج معامل الارتباط بيرسون لمصفوفة ارتباط عبارات الاستبانة

الرقم	الارتباط بالبعد	الدلالة الإحصائية	الارتباط بالدرجة الكلية	الدلالة الإحصائية
المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات				
1	0.441**	0.000	0.483**	0.000
2	0.511**	00.000	0.552**	0.000
3	0.539**	0.000	0.472**	0.000
4	0.619**	0.000	0.442**	0.000
5	0.698**	0.000	0.495**	0.000
6	0.521**	0.000	0.409**	0.000
7	0.600**	0.000	0.433**	0.000
8	0.631**	0.000	0.523**	0.000
9	0.556**	0.000	0.671**	0.000
10	0.590**	0.000	0.556**	0.000
11	0.511**	0.000	0.567**	0.000
12	0.609**	0.000	0.608**	0.000
<b>ارتباط المحور الأول بالدرجة الكلية</b>			<b>0.711**</b>	<b>0.000</b>
المحور الثاني: طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات				
13	0.502**	0.000	0.339**	0.000
14	0.568**	0.000	0.441**	0.000
15	0.669**	0.000	0.449**	0.000
16	0.529**	0.000	0.409**	0.000
17	0.520**	0.000	0.499**	0.000
18	0.641**	0.000	0.556**	0.000
19	0.500**	0.000	0.609**	0.000
20	0.567**	0.000	0.445**	0.000
21	0.601**	0.000	0.528**	0.000
<b>ارتباط المحور الثاني بالدرجة الكلية</b>			<b>0.702**</b>	<b>0.000</b>

المحور الثالث: الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة				
0.000	0.517**	0.000	0.755**	22
0.000	0.601**	0.000	0.622**	23
0.000	0.446**	0.000	0.692**	24
0.000	0.407**	0.000	0.560**	25
0.000	0.532**	0.000	0.518**	26
0.000	0.512**	0.000	0.521**	27
0.000	0.409**	0.000	0.621**	28
<b>0.000</b>	<b>0.720**</b>	ارتباط المحور الثالث بالدرجة الكلية		
المحور الرابع: جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات				
0.000	0.443**	0.000	0.624**	29
0.000	0.572**	0.000	0.613**	30
0.000	0.511**	0.000	0.673**	31
0.000	0.532**	0.000	0.675**	32
0.000	0.538**	0.000	0.605**	33
0.000	0.522**	0.000	0.633**	34
0.000	0.537**	0.000	0.703**	35
0.000	0.581**	0.000	0.690**	36
0.000	0.572**	0.000	0.689**	37
<b>0.000</b>	<b>0.790**</b>	ارتباط المحور الرابع بالدرجة الكلية		

## جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المستوى
1	تساهم دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية في عقد الدورات التدريبية للطلبة في مجال مكافحة المخدرات.	3.71	0.927	74.2	كبيرة
2	تُشرك دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس في تعريف المجتمع المحلي بمخاطر المخدرات.	3.59	.935	71.8	كبيرة
3	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس كيفية تجنب المخدرات من خلال المنشورات الإرشادية في المدارس.	3.54	0.901	70.8	كبيرة
4	تحت دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس على ضرورة التعاون مع إدارة مكافحة المخدرات للحد من انتشار المخدرات.	3.49	0.951	69.8	كبيرة
5	تعرض دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية محتويات اتصالية للطلبة تبين فيها خطورة التعاطي على الصحة.	3.50	0.951	70	كبيرة
6	تعقد دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية ندوات ومحاضرات للطلبة تعزز الروابط الأسرية للحد من خطورة المخدرات وانتشارها.	3.53	0.950	70.6	كبيرة
7	تتسق دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مع مراكز علاج الإدمان لتسهيل علاج الطلبة المتعاطين.	3.68	.846	73.6	كبيرة
8	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس عقوبة ترويح المخدرات وتعاطيها.	3.38	.955	67.6	متوسطة
9	توضح دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية لطلبة المدارس طرق وأساليب مهربي المخدرات للتوعية من أخطارهم.	3.40	1.026	68	متوسطة
10	تشجع دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية الطلبة على عمل البحوث والأنشطة التي تهدف للتوعية بمخاطر المخدرات	3.57	0.937	71.4	كبيرة
11	ترعى دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية برعاية أنشطة ثقافية داخل المدرسة للتعريف بالمخدرات ومخاطرها.	3.49	.951	69.8	كبيرة
12	تتسق دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية مع المدارس لإطلاق حملات إعلامية واتصالية توعوية من خلال الإعلام المحلي للتوعية بمخاطر المخدرات.	3.47	1.008	69.4	كبيرة
	<b>الدرجة الكلية</b>	<b>3.53</b>	<b>0.649</b>	<b>70.5</b>	<b>كبيرة</b>

## جدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو  
توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين  
تعزى لمتغير المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المحور
0.798	3.49	38	بكالوريوس	المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات
0.503	3.59	44	ماجستير	
0.603	3.34	8	دكتوراه	
<b>0.649</b>	<b>3.53</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
0.651	3.59	38	بكالوريوس	طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات
0.610	3.75	44	ماجستير	
0.808	3.07	8	دكتوراه	
<b>0.666</b>	<b>3.62</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
0.520	3.83	38	بكالوريوس	الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات
0.500	3.90	44	ماجستير	
0.319	3.59	8	دكتوراه	
<b>0.499</b>	<b>3.84</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
0.648	3.61	38	بكالوريوس	جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات
0.587	3.74	44	ماجستير	
0.563	3.42	8	دكتوراه	
<b>0.613</b>	<b>3.66</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
0.562	3.63	38	بكالوريوس	الدرجة الكلية
0.488	3.75	44	ماجستير	
0.517	3.35	8	دكتوراه	
<b>0.529</b>	<b>3.66</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	

### جدول (13)

نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	بين المجموعات	.519	2	0.259	0.609	0.546
	داخل المجموعات	37.025	87	0.426		
	<b>المجموع</b>	<b>37.544</b>	<b>89</b>			
طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	بين المجموعات	3.237	2	1.618	3.880	0.024*
	داخل المجموعات	36.289	87	0.417		
	<b>المجموع</b>	<b>39.526</b>	<b>89</b>			
الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات	بين المجموعات	.664	2	0.332	1.345	0.266
	داخل المجموعات	21.477	87	0.247		
	<b>المجموع</b>	<b>22.141</b>	<b>89</b>			
جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات	بين المجموعات	.887	2	0.444	1.185	0.311
	داخل المجموعات	32.576	87	0.374		
	<b>المجموع</b>	<b>33.463</b>	<b>89</b>			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	1.120	2	0.560	2.045	0.136
	داخل المجموعات	23.821	87	0.274		
	<b>المجموع</b>	<b>24.941</b>	<b>89</b>			

## جدول (15)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير سنوات الخدمة

المحور	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف قيمة (ت)	مستوى الدلالة
المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	5-10 سنوات	8	3.51	1.152	0.048*
	أكثر من 10 سنوات	82	3.53	.591	
طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	5-10 سنوات	8	3.92	.611	0.592
	أكثر من 10 سنوات	82	3.59	0.668	
الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات	5-10 سنوات	8	3.95	0.652	0.286
	أكثر من 10 سنوات	82	3.83	0.485	
جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات	5-10 سنوات	8	3.88	0.598	0.888
	أكثر من 10 سنوات	82	3.63	0.614	
الدرجة الكلية	5-10 سنوات	8	3.82	0.685	0.540
	أكثر من 10 سنوات	82	3.65	0.515	

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

جدول (16)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو  
توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين  
تعزى لمتغير مكان السكن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المحور
.796	3.44	32	مدينة	المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات
.657	3.73	4	بلدة	
.526	3.59	48	قرية	
.756	3.38	6	مخيم	
<b>.649</b>	<b>3.53</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
.668	3.58	32	مدينة	طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات
.581	4.00	4	بلدة	
.679	3.64	48	قرية	
.663	3.44	6	مخيم	
<b>.666</b>	<b>3.62</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
.551	3.79	32	مدينة	الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات
.481	3.86	4	بلدة	
.474	3.90	48	قرية	
.421	3.62	6	مخيم	
<b>.499</b>	<b>3.84</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
.655	3.62	32	مدينة	جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات
.877	3.39	4	بلدة	
.566	3.72	48	قرية	
.668	3.54	6	مخيم	
<b>.613</b>	<b>3.66</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	
.592	3.61	32	مدينة	الدرجة الكلية
.616	3.74	4	بلدة	
.490	3.71	48	قرية	
.496	3.49	6	مخيم	
<b>.529</b>	<b>3.66</b>	<b>90</b>	<b>المجموع</b>	

## جدول (17)

نتائج تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية لتوظيف نظرية المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة نحو توعية طلبة المدارس الثانوية الحكومية الفلسطينية من خطر المخدرات من وجهة نظر المرشدين التربويين تعزى لمتغير مكان السكن

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط الانحراف المحسوبة	"ف" الدلالة	مستوى
المسؤولية الاجتماعية للحملات الإعلامية التي تنظمها دائرة العلاقات في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	بين المجموعات	0.761	3	0.254	0.593	0.621
	داخل المجموعات	36.783	86	0.428		
	المجموع	37.544	89			
طبيعة الحملات الاتصالية التي تنفذها دائرة العلاقات العامة في إدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بمخاطر المخدرات	بين المجموعات	0.849	3	0.283	0.630	0.598
	داخل المجموعات	38.676	86	0.450		
	المجموع	39.526	89			
الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة في دائرة العلاقات العامة التابعة لإدارة مكافحة المخدرات الفلسطينية للتوعية بالمخدرات	بين المجموعات	0.590	3	.197	0.784	0.506
	داخل المجموعات	21.551	86	0.251		
	المجموع	22.141	89			
جوانب اهتمام الجمهور الخارجي بحملات التوعية المتعلقة بالتوعية بخطر المخدرات	بين المجموعات	0.579	3	0.193	0.504	0.680
	داخل المجموعات	32.885	86	0.382		
	المجموع	33.463	89			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	0.429	3	0.143	0.502	0.682
	داخل المجموعات	24.512	86	0.285		
	المجموع	24.941	89			



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

**THE APPLICAION OF SOCIAL RESPONSIBILITY  
THEORY IN PUBLIC RELATIONS TO ENGLISH  
AWARENESS OF DRUF DANGERS AMONG  
PALESTINIAN SCHOOL STUDENTS**

**By  
Mu'tasim Ghassan Ahmed Antari**

**Supervisor  
Dr. Samar Al-Shannar**

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

**2024**

# **THE APPLICAION OF SOCIAL RESPONSIBILITY THEORY IN PUBLIC RELATIONS TO ENGLISH AWARENESS OF DRUG DANGERS AMONG PALESTINIAN SCHOOL STUDENTS**

**By**  
**Mu'tasim Ghassan Ahmed Antari**  
**Supervisor**  
**Dr. Samar Al-Shannar**

## **Abstract**

This study aimed to investigate the application of social responsibility theory within the field of public relations to enhance awareness among Palestinian school students regarding the dangers associated with drug use. The researcher employed a descriptive-analytical methodology, utilizing both questionnaires and interviews as primary research instruments. The study population for the questionnaire consisted of 140 educational counselors in the Nablus Governorate, while the interview sample included public relations practitioners from the Palestinian Police Anti-Narcotics Department and the heads of the Educational Counseling Division within the Nablus Directorate. A total of 103 educational counselors were selected to participate in the questionnaire, and interviews were conducted with the Director of the Public Relations Department of the Palestinian Police in Nablus, as well as the Head of the Educational Counseling Division in the Nablus Directorate.

The findings of the study indicate that the application of social responsibility theory in public relations is significant for raising awareness about the dangers of drug use among students in Palestinian public secondary schools, as perceived by educational counselors. The study also underscores the critical role of media campaigns organized by the Public Relations Department of the Palestinian Anti-Narcotics Directorate in enhancing awareness of drug-related risks. Furthermore, the research reveals that the Public Relations Department employs a variety of communication tools and methods in its campaigns, which contribute to heightened public awareness. Additionally, there is a notable level of engagement from external audiences with awareness campaigns focused on drug prevention.

Based on the findings presented, the researcher recommends enhancing the effectiveness of social responsibility initiatives by implementing regular training programs for public relations practitioners within the Anti-Narcotics Directorate. These programs should

emphasize the significance of social responsibility and provide strategies for its effective integration into drug awareness campaigns. Furthermore, the Public Relations Department should enhance and refine its media campaigns by taking into account audience feedback and ensuring coherence with existing outreach efforts. This enhancement may involve the adoption of diverse and innovative communication tools to amplify the impact of awareness messages. Additionally, efforts should be directed towards improving engagement with external audiences by utilizing social media platforms more effectively and organizing community awareness events, thereby promoting greater public participation and increasing the overall influence of awareness campaigns.

**Keywords:** Social responsibility theory; public relations, drug awareness; Palestinian school students; media campaigns, educational counseling; anti-narcotics; communication strategies.