



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية و بيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية

إعداد

رنا تيسير عبد اللطيف عمري

إشراف

د. فريد عبد الفتاح أبوضهير

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

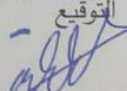
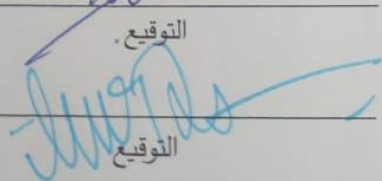
2022

دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت
الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية

إعداد

رنا تيسير عبد اللطيف عمري

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2022/3/10م، وأجيزت:

 التوقيع	د. فريد أبو ضهير
 التوقيع	المشرف الرئيسي
 التوقيع	د. عمر أبو عرقوب
	الممتحن الخارجي
	د. عامر القاسم
	الممتحن الداخلي

ب

الإهداء

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل أسمه بكل افتخار إلى روح والدي العزيز تيسير العمري رحمه الله.

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب ومعنى الحنان والتفاني إلى من كان دعائها سر نجاحي إلى من تحت قدميها جنان الله ورضوانه.. والدتي العزيزة أطال الله في عمرها.

إلى الشمعات المضيئات في حياتي والداعمات لتمييزي ونجاحي شقيقتي روان ونور العزيزات.

إلى من يقفون ورائي دوماً بنصحهم وإرشادهم أشقائي ربيع، جواد، محمد، أحمد، محمود الأعزاء.

إلى رفيق الدرب وصديق الأيام بخلوها ومرها حُسام أبو فرحة دُمت لي شيئاً جميلاً وأدامك الله ورفع قدرك.

الشكر

الشكر والحمد والثناء لله رب العالمين، الذي علمنا ما لم نكن نعلم وهو بكل شيء عليم، والصلاة والسلام على خير خلق الله النبي الأمي محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير من الدكتور الفاضل صاحب التواضع الجم الذي أشرف على رسالتي هذه الدكتور فريد عبد الفتاح أبوضهير، وذلك لتزويدي بملاحظاته القيمة وآرائه السديدة والنصح والتوجيه والإرشاد والدعم المعنوي طيلة كتابة هذه الرسالة، فجزاه الله عني خير جزاء.

كما أتقدم بالشكر والامتنان من أعضاء لجنة المناقشة الدكتور عامر قاسم الممتحن الداخلي، والدكتور عمر أبو عرقوب الممتحن الخارجي، والشكر موصول إلى المحلل الإحصائي الفذ الاستاذ مروان زهد الذي ساعدني في التحليل الإحصائي، وكما أشكر الأساتذة الكرام أعضاء لجنة تحكيم أداة الدراسة (الإستبانة) وذلك على ملاحظاتهم القيمة والسديدة لكما كل الشكر والتقدير.

وبأرقى كلمات الثناء والوفاء أتقدم من جميع أساتذتي ودكاترتي الأفاضل معنى التميز والا بداع الذين تتلمذت على أيديهم في جميع مراحل دراستي.

كما أتقدم بجزيل الشكر والإمتنان والتقدير لكل من ساهم بفكره. و قدم لي نصيحه في سبيل إنجاح هذه الرسالة.

ولله الشكر من قبل ومن بعد.

الإقرار

أنا الموقعة أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت الفلستينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية

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

اسم الطالبة:

التوقيع:

التاريخ:

فهرس المحتويات

ج.....	الإهداء
د.....	الشكر
ه.....	الإقرار
و.....	فهرس المحتويات
ط.....	فهرس الجداول
ل.....	فهرس الملاحق
م.....	الملخص
1.....	الفصل الأول: الأطار العام للدراسة
1.....	1.1 مقدمة الدراسة
4.....	1.2 أهمية الدراسة
6.....	1.3 مشكلة الدراسة
7.....	1.4 أهداف الدراسة
8.....	1.5 أسئلة الدراسة
9.....	1.6 فرضيات الدراسة
10.....	1.7 حدود الدراسة
10.....	1.8 مصطلحات الدراسة
12.....	الفصل الثاني: الإطار النظري
12.....	2.1 المبحث الأول: تاريخ العلاقات العامة
17.....	2.2 المبحث الثاني: تعريف العلاقات العامة
19.....	2.3 المبحث الثالث: مبادئ العلاقات العامة
21.....	2.4 المبحث الرابع: وظائف العلاقات العامة

2.5	المبحث الخامس: أهداف العلاقات العامة.....	22
2.6	المبحث السادس: الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة.....	24
2.7	المبحث السابع: أخلاقيات العلاقات العامة.....	25
2.8	المبحث الثامن: الجمهور الداخلي للعلاقات العامة:.....	27
2.8.1	أنواع الجمهور الداخلي.....	30
2.8.2	أساليب التواصل مع الجمهور الداخلي.....	32
2.9	المبحث التاسع: نظريات الدراسة.....	37
2.10	المبحث العاشر: العلاقات العامة في الجامعات.....	41
2.10.1	العلاقات العامة وأعضاء هيئة التدريس.....	43
2.10.2	العلاقات العامة والتواصل مع أعضاء هيئة التدريس في الجامعات:.....	45
2.11	المبحث الحادي عشر: الدراسات السابقة.....	50
2.11.1	الدراسات العربية.....	50
2.11.2	الدراسات الأجنبية.....	58
2.11.3	التعقيب على الدراسات السابقة.....	62
	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات.....	65
3.1	منهجية الدراسة.....	65
3.2	أداة الدراسة.....	65
3.2.1	الاستبانة.....	66
3.2.2	المقابلة.....	67
3.3	مجتمع الدراسة.....	67
3.4	العينة.....	67
3.5	صدق الأداة.....	72
3.5.1	ثبات أداة الدراسة.....	74

76	3.6 متغيرات الدراسة.....
76	3.7 إجراءات تنفيذ الدراسة.....
77	3.8 المعالجات الإحصائية.....
79	الفصل الرابع: نتائج الدراسة.....
79	4.1 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة.....
87	4.2 النتائج المتصلة بفحص فرضيات الدراسة.....
87	4.2.1 النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى.....
88	4.2.2 النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية.....
92	4.2.3 النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة.....
97	4.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة.....
99	4.2.5 النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة.....
106	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات.....
124	التوصيات:.....
125	المراجع العلمية.....
134	الملاحق.....
b	Abstract.....

فهرس الجداول

- جدول 3.1: ثبات الأداة للعينة الاستطلاعية..... 68
- جدول 3.2: توزيع مجتمع الدراسة وعينتها والنسبة المئوية لأعضاء هيئة التدريس حسب الجامعة 69
- جدول 3.3: توزيع عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية..... 71
- جدول 3.4: قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمجال المرتبطة به 73
- جدول 3.5: معامل ثبات كرونباخ ألفا حسب مجالات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية والدرجة الكلية لفقرات الأداة 75
- جدول 4.1: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدورالعلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية حسب المجالات والدرجة الكلية..... 151
- جدول 4.2: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة .. 153
- جدول 4.3: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة..... 155
- جدول 4.4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة..... 157
- جدول 4.5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال 159
- جدول 4.6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة 161

جدول 4.7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية..... 163

الجدول 4.8: نتائج اختبار(ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير النوع..... 166

جدول 4.9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير مكان الإقامة..... 89

جدول 4.10: تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير مكان الإقامة..... 91

جدول 4.11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير العمر 93

جدول 4.12: تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير العمر 94

جدول 4.13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة..... 168

جدول 4.14: تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة..... 170

جدول 4.15: نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية وللمجالات تبعاً لمتغير سنوات الخبرة..... 172

الجدول 4.16: نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق متوسطات دور
دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة
التدريسية تبعاً لمتغير الجامعة..... 173

فهرس الملاحق

ملحق أ: الاستبانة بصورتها الأولى.....	134
ملحق ب: الاستبانة بصورتها النهائية.....	142
ملحق ج: أسماء المحكمين.....	148
ملحق د: أسئلة المقابلة.....	149
ملحق هـ: الجداول.....	150

دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية

إعداد

رنا تيسير عبد الطيف عمري

إشراف

د. فريد عبد الفتاح أبوضهير

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية، وكما هدفت إلى التعرف على أثر بعض الخصائص الديموغرافية مثل: (النوع، ومكان الإقامة، والسن، وسنوات الخبرة، والجامعة)، كما تم التعرف إلى مدى رضا المبحوثين عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء العاملين للجامعة، وإيضاح قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار حول ما يجري في الجامعة من وجهة نظر المبحوثين.

كما استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الكمي والكيفي، وُرِعَتْ على عينة بلغ حجمها (335) عضو هيئة تدريس، جرى اختيارها بطريقة "العينة الطبقية"، وتم قياس صدقها وثباتها. كما استخدمت الباحثة أيضا أداة المقابلة، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: تبين أن هناك دور واقع وملموس للعلاقات العامة في جامعة النجاح وبيرزيت، حيث تعتبر وظيفة العلاقات العامة من الوظائف المهمة التي تهتم بشؤون الموظفين العاملين في الجامعات، وأن الدرجة الكلية لمدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة جاء مرتفعا جدا،

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، وذلك لصالح من لديهم خبرة 10 سنوات فأكثر، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت أنموذجاً تبعاً لمتغير العمر، وذلك لصالح الفئة العمرية 45 سنة فأكثر، في ضوء نتائج الدراسة اقترحت الباحثة جملة من التوصيات .

كلمات مفتاحية: العلاقات العامة، تواصل، الجامعات الفلسطينية، أعضاء الهيئة التدريسية، الجمهور الداخلي.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة الدراسة

تعد العلاقات العامة نشاطاً اتصالياً لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة. ويعتبر حمادي (2018) بأن العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين الإدارة العليا للمؤسسة وجمهور المؤسسة، إضافة لأهمية العلاقات العامة والدور الذي تقوم به في خلق حالة تفاهم وانسجام بين أفراد المؤسسة وكذلك سعيها للوقوف على المشاكل التي تواجه المؤسسة والسعي لتفادي هذه المشاكل وتجاوزها (حمادي، 2018، ص17).

وحينما نشأت العلاقات العامة في أوائل التسعينيات يوضح ويلسون، بأنها كانت مهنة الصحافة بصفتها ممثلاً صحافياً للشركات، كان يتم تعيين مشاور للعلاقات العامة في مركز المستشار للمدير العام، لتسهيل أعباء المدير العام إلى حد كبير في حل المشاكل التي كانت تتجاوز حدود الإزعاج وتصل إلى مستوى الضرر المحتمل للمؤسسة (ويلسون، 2006، ص11).

كما وتعتبر الجامعة إحدى أهم المؤسسات التعليمية في الوقت الحاضر، حيث يرى عيواج بأن الجامعة يقاس بها مدى تقدم وإزدهار الشعوب؛ لما لها من دور كبير وفعال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وبناء القدرات البشرية الابداعية التي تصنع الحاضر وترسم المستقبل، وهذا لن يتم الا بحلقة وصل هي العلاقات العامة التي تعمل على تنظيم الادارة الجامعية، وترتيب أدوار أفراد الأسرة الأكاديمية في الجامعة، كما تعمل على إبراز الصورة المشرفة للجامعة والخدمات التي

تقدمها للجمهور، هذه المهمة التي يتحملها رجال العلاقات العامة بما لديهم من خبرات متميزة وإمكانات مادية وبشرية (عيواج، 2018، ص89، 139).

ويشير المشهداني أن أهمية العلاقات العامة في واقع المؤسسات التعليمية الجامعية ودورها في تطوير مجتمعاتنا، ظهرت عن طريق البحوث العلمية وحقول المعرفة. لذلك، فإن نشاط المؤسسة الجامعية مهم من خلال المهمة المناطة بالجامعة في تنمية الوعي العلمي والثقافي ورغد المؤسسات بالكفاءات والكوادر العلمية في التخصصات العلمية والإنسانية كافة، فضلاً عن اهتمام الجامعة بمستقبلها والسعي لتحقيق أهدافها، وذلك بالانفتاح على العالم الخارجي والاستفادة من خبراته وتجاربه في حقول العلم والمعرفة (المشهداني، 2012، ص108).

وتبقى ثقة الجمهور على رأس سلم أولويات العلاقات العامة، حيث يعتبر اللوزي أنه، لكسب ثقة الجمهور، لا بد للجامعة أن تبدأ من داخلها، أي من العاملين فيها؛ لأنهم مرآة تعكس صورة وأهداف الجامعة. لذا لابد من إشباع حاجاتهم ورغباتهم حتى يقوموا بمهامهم على أكمل وجه، وتحقيق الانسجام والتفاهم بين أفراد الجامعة، الأمر الذي ينعكس بشكل تلقائي في كسب ثقة الجمهور، وهو ما تسعى إليه العلاقات العامة والجامعة ككل (اللوزي، 2010، ص233).

إن تفهم احتياجات ومتطلبات جمهور الجامعة يرجع الى الدور الفعال التي تقوم به دائرة العلاقات العامة، حيث يوضح الحديد أن هناك الجمهور الداخلي الذي يشمل الطلبة وأعضاء هيئة التدريس والموظفين الإداريين والخريجين، والجمهور الخارجي الذي يتمثل مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات المهنية والهيئات الحكومية والشركات الخاصة، ولكل فئة من جمهور المتعاملين

اهتمامات ومتطلبات مختلفة ومتغيرة من فترة لأخرى، ووجود دوائر علاقات عامة فعالة تساعد الجامعات في إيجاد روابط وثيقة بينها وبين جمهور المتعاملين (حديد، 2010، ص4).

ومن خلال اطلاع الباحثة على أدبيات العلاقات العامة في عدة جامعات ودورها في الإطار الجامعي، تبين أن هناك عدداً قليلاً إلى حد ما يركز على دور العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي. ومن بين هذه الدراسات القليلة دراسة الحديد (2010) التي توصلت إلى وجود تقييمات منخفضة لأداء أدوار العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة، كما تبين أن الخدمات والنشاطات التي تقدمها جاءت بدرجة منخفضة. ووجد دراغمة (2011) أن هناك تقصيراً في أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في تشكيل صورة إيجابية لدى جمهورها الداخلي من مشاركة طلبة في الأنشطة التي تقوم عليها دائرة العلاقات العامة، ونقل الصورة الحقيقية للجامعة، وقياس الرأي العام الداخلي بشكل دوري.

كما أشار (Stone 2005)، إلى أن العلاقات العامة في الجامعات تستخدم تقنيات متعددة لجذب اهتمام الصحافة الوطنية، ومن بينها التواصل الإلكتروني عبر الإنترنت لإيصال الأخبار، مع فوارق بسيطة في النشاط بين جامعة وأخرى.

وكان الهدف الرئيس لدوائر العلاقات العامة في الجامعات العراقية، على سبيل المثال، بحسب دراسة المشهداني (2012) هو بناء صورة ذهنية جيدة للجامعة لدى جمهورها. ولكن، وبحسب آراء المستجيبين فإن دور العلاقات العامة منخفض في تحقيق علاقات عمل جيدة داخل الجامعة. كما كشفت دراسة كاوسانيت (Kaeosanit،2015) أن بعض أقسام العلاقات العامة في جامعات جنوب تايلاند لا تجمع تغذية راجعة من المجتمعات المحيطة بها. ويختلف مستوى المشاركة

المجتمعية في أنشطة الجامعة اعتماداً على آراء المشاركين، ومع ذلك، لا تزال المشاركة أقل. وكذلك تبين أنه وعلى الرغم من اختلاف أدوار دائرة العلاقات العامة، إلا أن هذه الأدوار متشابهة بين الدوائر في الجامعات. ويتضح مما سبق من آراء الباحثين أن أدوار العلاقات العامة في الجامعات قد ركزت على المهام التي تقوم بها هذه الدوائر في الإطار الخارجي، ولم تجد الباحثة أدبيات تتطرق إلى دور العلاقات العامة مع المجتمع الداخلي لاسيما الهيئة التدريسية، وهذا ما تتميز به الدراسة عن غيرها مما سبق، حيث يرى المشهداني (2012) بأن هناك كثيراً مما تحتاجه إدارة العلاقات العامة لتطوير إدارتها وأقسامها والعاملين فيها، وسبل تعاملها مع جماهيرها الداخلية والخارجية، سعياً لتحقيق أهدافها وكسب الرأي العام المؤيد لها باستعمال النشاط الاتصالي ذي الاتجاهين بين المؤسسة وجمهورها.

1.2 أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة فيما يأتي:

أ. الأهمية النظرية العلمية

تتضح أهمية هذه الدراسة في كونها تتطرق إلى مفهوم الجمهور الداخلي ، وأهم النظريات التي تخدم هذا الموضوع، كما انها تقيس مدى فعالية دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي أعضاء الهيئة التدريسية وخلق روح الانتماء كونهم ممثلو ومراة الجامعة في المجتمع، ومن الممكن أن تتيح هذه الدراسة المجال أمام الباحثين في موضوع دور العلاقات العامة تجاه أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات لإجراء المزيد من الأبحاث حول هذا الموضوع.

ب. الأهمية التطبيقية

يمكن لمديري العلاقات العامة في الاستفادة من هذه الدراسة في تحديد مدى فاعلية أدائهم في التواصل مع المجتمع الداخلي وتعزيز روح العمل لدى الهيئة التدريسية، وتحديد نقاط القوة والضعف لدى دوائر العلاقات العامة، ووضع خطة معالجة لتفادي التقصير. كما يمكن أن تكون بمثابة مرجع للباحثين الجدد، لا سيما أن الدراسات السابقة لم تتطرق كثيراً إلى دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع المجتمع الداخلي للجامعات. كما يمكن أن تتمثل أهمية نتائج هذه الدراسة في الأمور التالية:

- تسليط الضوء على دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية، والدور الذي تقوم به في بناء صورة ذهنية إيجابية والعمل على تعزيز قدراتهم. فهذه فرصة جيدة لدوائر العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية وبيروت للاستفادة من نتائج الدراسة والعمل على تقويم أدائها، وإضافة ما يعزز من فعالية الدور الذي تقوم به.
- مساعدة إدارتي جامعة النجاح الوطنية وجامعة بيرزيت في الوقوف على دور العلاقات العامة وما تقوم به، وتزويدها بتقييم واضح لأدائها. وستكون النتائج مفيدة للجامعات بشكل عام من خلال الاطلاع على الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة والاستفادة من تجاربهم.
- وتشير الباحثة، بحسب إطلاعها المعمق على العديد من الدراسات السابقة، بأنه هناك قلة في الدراسات التي تناولت دور العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية. وعليه فإن هذه الدراسة تمثل مصدراً مهماً للمعلومات يستفيد منها الباحثون والمختصون في العلاقات العامة.

1.3 مشكلة الدراسة

نظرا لأهمية موضوع دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية، إذ طبقت الدراسات التي ما تزال توصي بتفعيل دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات لما تلعبه من دور كبير فيها، حيث تعد دائرة العلاقات العامة في الجامعة حلقة الوصل التي تربط الجامعة ب جماهيرها، فهي النافذة التي تطل من خلالها العلاقات العامة على جماهيرها الداخلية والخارجية، لإطلاعهم على أنشطتها وبرامجها من خلال وسائل الإعلام المتعددة؛ بهدف بناء سمعة طيبة للجامعة، وصورة مثالية لها، وهي النافذة التي تطل منها الجماهير على الجامعة في حال رغبتها في الحصول على أي معلومة، أو إجابة عن استفسار حول نشاطاتها وبرامجها ، إذ ظهرت دراسات تناولت موضوع العلاقات العامة في الجامعات مثل دراسة ورود شرباتي (2011) أوصت بضرورة رفد دوائر العلاقات العامة بالموارد البشرية المؤهلة، وتوفير كافة الإمكانيات الداعمة لأداء عملها ، كما أوصت دراسة عاصم الجانبي (2016) أن الاهتمام بالبعد المجتمعي للأساتذة الجامعيين من دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الخاصة ، وأوصت دراسة هدى غرسي (2014) تحسين الصورة الذهنية للجامعة باعتبارها مؤسسة خدماتية، وإثارة اهتمام المسؤولين في الجامعة بأهمية العلاقات العامة، وإدراجها في الهيكل التنظيمي للجامعة بذل خلية الإعلام والاتصال، وعلى الرغم من الدراسات العديدة التي أجريت على دور دوائر العلاقات العامة في ، إلا أنه لم تجرِ دراسته بشكل وافٍ عالمياً أو عربياً، وبخاصةً في الميدان التربوي للتعليم العالي، إذ إنّ الباحثة كونها من طلبة العلاقات العامة، وقد وجدت أنّ هذا الموضوع غير موجود ولا مطبق على أرض الواقع على الجامعتين الفلسطينيتين(النجاح، وبيروت)، وعليه تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال

الرئيس التالي: ما دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية؟

1.4 أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وأثره في جمهور العاملين من أعضاء الهيئة التدريسية، ومقارنة أدائها؛ بهدف الوصول الى النتائج التي تعود بالنفع على الجامعات الفلسطينية والعاملين في العلاقات العامة. ونلخص الأهداف بما يأتي:

1. التعرف على مدى اهتمام الباحثين بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة.
2. معرفة مدى رضا الباحثين عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء العاملين للجامعة.
3. إيضاح قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار حول ما يجري في الجامعة من وجهة نظر الباحثين.
4. معرفة مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية للجامعة من وجهة نظر الباحثين.
5. معرفة مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة.
6. التعرف على مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الجمهور الداخلي فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية من وجهة نظر الباحثين.
7. تقديم رؤية حول وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول دور العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي حسب النوع الاجتماعي، ومكان الإقامة، والسن، وسنوات الخبرة، والجامعة.

1.5 أسئلة الدراسة

تناقش هذه الدراسة دور دوائر العلاقات العامة في تعزيز القدرات وتقديم الخدمات المتنوعة والتواصل الفعال لأعضاء الهيئة التدريسية وتشجيعهم وإيجاد روح العمل ضمن الفريق. وبناء عليه، صيغت هذه الأسئلة:

1. ما مدى اهتمام المبحوثين بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة؟
2. ما مدى رضا المبحوثين عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء العاملين للجامعة؟
3. ما مدى استخدام المبحوثين للوسائل الاتصالية المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة؟
4. ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال؟
5. ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة؟
6. ما مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية؟

1.6 فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة الحالية لفحص الفرضيات الصفرية التالية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات استجابات أعضاء هيئة التدريس في دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية ووبرزيت الفلسطينيين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي.
2. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات استجابات أعضاء هيئة التدريس في دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية ووبرزيت الفلسطينيين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تعزى إلى متغير مكان الإقامة.
3. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات استجابات أعضاء هيئة التدريس في دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية ووبرزيت الفلسطينيين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تعزى إلى متغير السن.
4. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات استجابات أعضاء هيئة التدريس في دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية ووبرزيت الفلسطينيين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تعزى إلى متغير سنوات الخبرة.
5. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات استجابات أعضاء هيئة التدريس في دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية ووبرزيت الفلسطينيين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تعزى إلى متغير الجامعة.

1.7 حدود الدراسة

التزمت الباحثة في هذه الدراسة على المحددات المكانية، والبشرية، والزمانية، ومتغيرات الدراسة:

- **الحدود المكانية:** اختارت الباحثة جامعة بيرزيت في رام الله ، وجامعة النجاح الوطنية في نابلس، كونهما من الجامعات التي شهدت تطور كبير في ميدان العلاقات العامة.
- **الحدود البشرية:** استهدفت هذه الدراسة الجمهور الداخلي، وحددت مجتمع الدراسة بالهيئة التدريسية (الأكاديميين) فقط؛ كونهم الجزء الأساسي والمهم من الجمهور الداخلي القائم على عملية التدريس في الجامعات.
- **الحدود الزمانية:** الفصل الثاني من للعام الدراسي (2020_2021).
- **الحدود الموضوعية:** يقتصر موضوع الدراسة على دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت.

1.8 مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة: حسب ما عرفه عيواج، وبناء على ما يشير إليه معجم مصطلحات الإعلام، أن العلاقات العامة تقوم بالتواصل بين المؤسسة والجمهور، وتشرح كلا منهما للآخر، وتوضح وجهات النظر حتى يمكن لهذه المؤسسة تحقيق النجاح في كسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده. أي أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد اتصال ودي يقوم على أساس الفهم المتبادل (عيواج، 2018، ص18).

الجمهور الداخلي: يرى دياب أن إدارة العلاقات العامة تتميز بأنها اتصال ذو اتجاهين لغرض إحداث التجاوب الفعال والصادق من خلال الاهتمام برغبات وآمال ووجهات نظر الجماهير، سواء

الداخلية أو الخارجية، ونقلها الى إدارة المؤسسة، وكذلك نقل أهداف وخطط ونشاط المؤسسة إلى جمهورها الذي يشمل جميع الأفراد الموظفين والعاملين الذين في داخلها، لا سيما أنهم يشكلون مرآة تعكس صورة المؤسسة لدى المجتمع الخارجي، وهم من يطلق عليهم الجمهور الداخلي (دياب، 2014، ص222).

الجامعة: يُعرّف عيواج الجامعة بأنها مؤسسة علمية معرفية بالدرجة الأولى، وصفت بقسمين، قيل في أولهما أنها مصنع لصناعة شخصية المعلم وشخصية الطالب، وطبيعة الدرس الجامعي العلمي والمقرر، إذ أنه ليس كتاباً لعرض المعلومات وتلقيها فحسب، ولا دكاناً لعرض البضاعة وتسويقها. وقيل في ثانيهما إنها مختبر لزراعة الأفكار، والأطروحات والموضوعات العلمية، وتنميتها والعناية بها حتى تنضج (عيواج، 2018، ص91).

التواصل: ويعرف اللوزي التواصل بأنه نشاط ذو اتجاهين، يقوم به طرفا الاتصال (المرسل والمستقبل)، ويهدف للتأثير في أحد الأطراف من خلال التغذية الراجعة، ويساعد ذلك على تحقيق التفاهم والتنسيق والتعاون والانسجام بين الأطراف، سواء كانوا أفراداً أم جماعات أو منظمات (اللوزي، 2010، ص125).

الهيئة التدريسية: "المدرسون العاملون في مؤسسة تعليمية أو نظام تعليمي" (موقع أنطولوجيا بيرزيت، 2019).

الفصل الثاني

الإطار النظري

تمهيد:

في هذا الفصل، سيتم التحدث عن مجموعة من الأدبيات ذات العلاقة بالدراسة الحالية، كما سيتم تناول مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية المرتبطة بالدراسة الحالية.

2.1 المبحث الأول: تاريخ العلاقات العامة

أصبحت العلاقات العامة اليوم علماً قائماً بذاته، واشتملت على جوانب مختلفة، ومن ذلك الاهتمام بالجمهور الداخلي، وجاء هذا التطور كنتيجة طبيعية لتطور العلوم المختلفة، والتطور الطبيعي للعلاقات العامة التي يرى بعض العلماء أنها قديمة قدم الإنسانية كممارسة، ولكنها حديثة كعلم، وقد أكد ذلك نوير (2016) بقوله أن العلاقات العامة كنشاط، نشأ حديثاً بعد الحرب العالمية الثانية، وأنها كوظيفة جديدة لم تأخذ مكانها في المؤسسات الحديثة إلا منذ عهد قريب. ويضيف نوير أن العلاقات العامة في العصر الحديث مرت في أربع مراحل. فقد بدأت المرحلة الأولى في عام 1900م وامتدت حتى قيام الحرب العالمية الأولى عام 1914. وقد اعتبرها بيرنز مرحلة إعداد وتخصيص أما المرحلة الثانية، فقد اشتملت على سنوات الحرب العالمية الأولى كلها، حيث تميزت بظهور النشاط الحركي في مجال العلاقات العامة. أما المرحلة الثالثة، فقد كانت خلال الفترة ما بين 1919-1929، وهي مرحلة النمو بسبب قوة الدفع التي انطلقت بعد الحرب، حيث تميزت هذه المرحلة بإزدهار واضح في أساليب العلاقات العامة، وظهرت الأصول الفنية والمنهج العلمي بفضل جهود إيفي لي وأدوار بيرنز، ثم جاءت المرحلة الرابعة في الفترة التي تمتد بظهور الأزمة العالمية الكبرى، وهي الأزمة الاقتصادية التي اجتاحت العالم في سنة 1935م، وتميزت بالضغط

الواقع على أرباب العمل نتيجة الانهيار الاقتصادي؛ فمنذ عام 1938م. فقد أصبح مفهوم العلاقات العامة مستقراً، حيث كان الحديث عنه في كل مؤتمر يعقد، وفي كل مجلة تصدر، وفي كل اجتماع لمجلس إدارة من إدارات المؤسسات، ثم جاءت الحرب العالمية الثانية لتشهد انطلاقة جديدة لنشاط العلاقات العامة استمر حتى وقتنا الحاضر (نوير، 2016، ص21-26).

ويرى كل من الدليمي والمشايخي بأن مجال العلاقات العامة تكوّن في بريطانيا بفاعلية في السنوات التي جاءت عقب الحرب العالمية الثانية، حيث وظفت الحكومة البريطانية العلاقات العامة وسخرت تكنولوجياتها لشرح سياستها حيال الضمان الاجتماعي والصحة العامة والبناء السكاني والبنية التحتية، وأصبحت وزارة الأخبار العسكرية بمثابة ورشة كوادر للتطوير اللاحق للعلاقات العامة. وحققت العلاقات العامة التطور الأكبر في مجال إدارة الدولة في إدارة القطاع غير التجاري، وظهرت خدمات العلاقات العامة الاستشارية في بريطانيا؛ وكان السبب في هذه الخطوة طغيان نظام التوزيع للسلع والمواد (الدليمي والمشايخي، 2020، ص6).

وفي كتابه "ممارسة العلاقات العامة" يرى ستيل بأن ممارسة العلاقات العامة كان ينظر لها بمنظور التقليل من الشأن، وأيضاً التسريح والطرده من العمل، ودمج المؤسسات؛ لذلك، فإن ظهور العلاقات العامة لم يكن ملفتاً وكبيراً ومدهشاً في القرن العشرين، وكان لهذا أثر على مهنة العلاقات العامة في عموم أمريكا والعالم وبالذات، كان لتخفيض النفقات والمستحقات في الشركات تأثير ثقيل على مسؤولي العلاقات العامة، وبهذا فقد العديد منهم وظيفته. أما الموظفون الذين بقوا في وظائفهم فقد أصبحت بيئة العمل أقل متعة وأمناً بشكل كبير بالنسبة لهم. لذا، فإن لغز العلاقات العامة مع نهاية القرن العشرين كان ينطوي على أنه لم يكن ذا قبول واحترام، بل من ناحية أخرى كان أقل فائدة وأقل توقّعاً. ولكن مع مرور الوقت أحرزت العلاقات العامة تقدماً حقيقياً، حيث

حظيت بمسؤوليات جديدة، وورثت مقداراً متزايداً من القوة والمكانة. ولوحظ هذا من خلال تسلم الرئيس كلنتون المنصب مرتين باستخدام أساليب العلاقات العامة في لقاءات المدن والمؤتمرات الصحفية وفتح فرق الرسائل وإيصالها. واعتبر العديد من الباحثين أن الاتصالات والمعرفة المناسبة لاستخدام الإعلام وتوظيف العلاقات العامة للتحدث مباشرة مع الجمهور في الولايات المتحدة هي أكبر رصيد لدى الرئيس الأمريكي. وبشكل مماثل، وظف رئيس الوزراء من حزب العمال في بريطانيا، توني بلير، طرق العلاقات العامة الكنتونية لكي يمنح حزبه حياة جديدة. وفي عالم الأعمال، جند لويس نمرستتر، رئيس شركة آي بي أم، للعمل في أهم شركة حاسبات عام 1993م، وقدر نمرستتر العلاقات العامة بأنها تعمل بشكل مهم، وأصر على أن يعمل الموظفون تحت إدارته مباشرة، واستمرت رواتب موظفي العلاقات العامة بالارتفاع في كل من الشركات والوكالات، حيثُ يحصل كبار الموظفين على أعلى سابع رقم في القانون، الأمر الذي أسهم في النهوض بواقع العلاقات العامة (ستيل، 2007، ص22).

ويذهب عقيلان إلى أن نشأة العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية مع بداية القرن العشرين، على يد رائد العلاقات العامة إيفي لي (Ivy Lee)، والذي بدأ حياته بالعمل كمراسل صحفي عام 1903، ثم انتقل للعمل كمستشار للعلاقات العامة في إحدى المؤسسات المختصة بصناعة الفحم عام 1906. وفي تلك الأثناء قام عمال مناجم الفحم بالإضراب عن العمل حتى تستجيب الإدارة لمطالبهم، ورفض مدير المصنع تقديم أي معلومة للصحافة فيما يتعلق بالإضراب. وقد نجح (Ivy Lee) في إقناع مدير المصنع بتغيير موقفه، وتزويد الصحافة بكافة المعلومات المطلوبة وبهذا، أسهم في تغيير نظرة المجتمع تجاه المصنع (عقيلان، 2015، ص16).

ويرى أبو أصبع أن العلاقات العامة عرفت في مصر بفضل رائد هذا المجال إبراهيم إمام عام 1957م، والذي أصدر كتابه "العلاقات العامة والمجتمع"، وعمل مدرساً بجامعة القاهرة في قسم الصحافة للفصل الدراسي الثاني عام 1957-1958. وهكذا، كان كتاب إبراهيم إمام مفتاحاً ومدخلاً لعلم العلاقات العامة في الوطن العربي. ولا شك بأن انتشار علم العلاقات العامة في الوطن العربي تأخر، إذ بدأ في الستينيات من هذا القرن. وتعود أسباب تأخرها إلى أن الوطن العربي كان تحت الاستعمار، وكانت الإدارة الاستعمارية لا يهتمها الجمهور ولا مصالحه ولا تطلعاته ولا فتح اتصال ذو اتجاهين معه، كما أن الوطن العربي لم يعرف الشركات والمؤسسات والمنظمات الحديثة إلا حديثاً، بإستثناء مصر التي كانت تفتتح العديد من المؤسسات والشركات العريقة، فضلاً عن أن الإدارة الحديثة في المؤسسات العربية هي نمط جديد في الدول العربية، حيث كان ذلك نتيجة للتعامل مع الدول الأجنبية والاستفادة من تجاربهم وخبراتهم المتنوعة، وخصوصاً أولئك الذين درسوا وتدربوا في الغرب، وعادوا إلى الوطن العربي بخبراتهم، وبدأوا في التأليف والترجمة، ولعلنا لا نجد في المكتبة العربية كتباً عن العلاقات العامة قبل خمسينيات هذا القرن، كذلك، تأخر إنشاء معاهد التدريب الإداري والتنمية الإدارية في العالم العربي، والتي بدأت تهتم بعلم العلاقات العامة، في حين تأخر الوعي بأهمية التواصل ذي الاتجاهين بين المؤسسات والشركات من جهة، والجمهور والإدارات الحكومية من جهة أخرى، وعلى أية حال، فقد شهد الوطن العربي في الثلاثة عقود الأخيرة إزدياداً في إدراك أهمية العلاقات العامة (أبو أصبع، 1998، ص92).

وتؤكد المزاورة في كتابها "إدارة العلاقات العامة وتنظيمها" أن العلاقات العامة نمت نمواً سريعاً خلال الأربعين سنة الماضية من القرن العشرين، وحدث هذا التطور نتيجة للتعقيد المتزايد للمجتمع الحديث، وكثرة الاعتماد المتبادل بين المؤسسات والمنظمات المختلفة، والقوة المتزايدة للرأي العام،

كذلك زيادة الوعي والفهم لدوافع ومطالب الأفراد والجماعات، وأصبح كسب تأييد وتعاون وثقة الآخرين عن طريق الإقناع والتفسير جزءاً من العمل اليومي للمسؤول في أي مجال يعمل به في المنظمات والمؤسسات المختلفة وغيرها. وأصبحت العلاقات العامة تعبيراً شائعاً في اللغة والفكر، وبرزت العلاقات العامة كضرورة ملحة لمتطلبات بيئة المجتمع الغربي التي يعيشها، والتي كانت تتميز بالنهضة الصناعية في بدايات القرن العشرين، والتي أظهرت العديد من صراعات المصالح بين العمال وأصحاب العمل من جهة، وبين أصحاب العمل والحكومات من جهة أخرى. وبهذا، لابد من وجود جهة مختصة توفق بين هذه المصالح ويمنع تعارضها ويلبي رغبات جميع الأطراف. فكانت العلاقات العامة التي أثبتت فاعليتها في تحقيق رغبات واحتياجات جميع المصالح المشتركة والمتضاربة أحياناً. فلا بد من مرور العلاقات العامة الحديثة بتطورات عديدة حتى باتت بالشكل التي هي عليه الآن. ومن هذه التطورات: زيادة المنظمات والمؤسسات التي تستخدم العلاقات العامة، والزيادة في عدد المطبوعات التي تتناولها وتبحث فيها، وظهور العديد من الهيئات ذات المهنية المتخصصة في تنظيمها ودراستها، ومثال على ذلك جمعية العلاقات العامة الأمريكية، ومعهد العلاقات العامة البريطاني، وافتتاح العديد من الكليات التي تقوم بتدريس العلاقات العامة وجعلها جزءاً علمياً ضمن أقسامها، والتركيز على تكوين قاعدة معرفية للعلاقات العامة تستمد أصولها من العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية والإدارية التي تتيح فهم المجتمع وخصائصه السيكولوجية، مما يساعد دوائر العامة في تحقيق أهدافها وتسهيل المهام التي تقوم بها. وتشكل العلاقات العامة قوة هائلة في الإدارة من خلال مسؤولياتها الإنسانية السليمة، وتبادل المصالح والرأي، وفهم وجهات النظر المختلفة. فهي أصبحت تمارس في جمع المؤسسات والشركات

الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتربوية. ويعود الفضل في تطور العلاقات العامة إلى الازدهار العلمي والتكنولوجي الذي نشهده في العصر الحديث (المزاهرة، 2015، ص26).

وترى الباحثة، بالتتبع لتاريخ العلاقات العامة، بأن العلاقات العامة نشاط قديم منذ قدم البشرية. فالكثير من الناس يعتقدون أن العلاقات العامة ظهرت حديثاً، ولكن الحقيقة هي أنها ظاهرة إجتماعية ظهرت مع وجود الإنسان، وتطورت بتطور المجتمعات، كون الانسان لا يستطيع العيش دون التواصل مع غيره، وهذا ما تفرضه المصالح والمنفعة المتبادلة، فلا يمكن للإنسان العيش دون التواصل مع غيره من البشر. ولذا، فإن العلاقات العامة نشأت قديماً منذ قدم البشرية، وتمكنت الحضارة الإسلامية من تطوير العلاقات العامة بفضل احترامها للإنسان، وكذلك الخطابات الدينية في المساجد التي لعبت دوراً مهماً في العلاقات العامة لأن الخطباء يقومون بمهمة التوجيه والارشاد السياسي والاجتماعي، بالإضافة إلى كون العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية تهدف إلى التواصل مع الجماهير وفهم وجهات نظرهم، والتأثير بالجماهير وإقناعهم بأفكارهم. وتتنوع أشكال هذه الظاهرة، ولكنها لم تتطور لتصل إلى الحد الإداري والمهنية العالية، فكانت تقتصر على الخطابات، والنشرات، والألواح الحجرية يُكتب عليها ما يريدون إبلاغه للجمهور. فالعلاقات العامة قديماً مارسها الانسان كنشاط، أما في العصور الحديثة فقد مارسها الإنسان كعلم له قواعده وأصوله.

2.2 المبحث الثاني: تعريف العلاقات العامة

إن تعريف العلاقات العامة لا يزال بحاجة إلى إجتهد الباحثين والممارسين على حد سواء، فلا يوجد تعريف ودقيق وشامل وموحد للعلاقات العامة، وذلك بناءً على إجماع من الباحثين. ولكن قدم الكثير من الباحثين اجتهادهم بوضع تعريفات في محاولة للوصول إلى تعريف شامل. فقد عرف الحريري (2016) العلاقات العامة، كما قدمته جمعية العلاقات العامة الدولية، بأنها وظيفة إدارية

تهدف من خلالها الشركات والمنظمات، بإختلاف أنواعها وأوجه نشاطاتها، إلى كسب فهم وجهات النظر المختلفة للجماهير الداخلية والخارجية. وأخيراً، عرف إبراهيم إمام (2016) العلاقات العامة بأنها نشر للمعلومات والأفكار المختلفة، وذلك لتحقيق الانسجام والتوافق بين المؤسسة وجماهيرها (الحري، 2016، ص17).

وتطرح الدكتورة التتي في كتابها "العلاقات العامة بين المنهج العلمي والتطبيق العملي" (2017) تعريفاً للعلاقات العامة بأنها فن مسايمة الناس والجماهير ومجاراتهم والحصول على تأييدهم، وذلك عن طريق التواصل والتفسير الكافيين. ويربول جاريت (Paul Garrett, 2017) الذي شغل منصب مسؤول العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز الأمريكية عام 1931، بأن العلاقات العامة لا تعتبر وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة بصورة مختلفة عن صورتها الحقيقية، وإنما الجهود المستمرة والمكثفة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تسهم في خدمته والتي تحظى باحترامه. ويضيف ساليقان (2017) الأستاذ بمعهد العلاقات العامة الأمريكية أنها وظيفة الإدارة التي تقيس وتتنبأ بالآراء ووجهات النظر وردود الفعل المختلفة لدى جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية، والمحافظة على عملية الاتصال، تحقيقاً للمنفعة المتبادلة لهما والمجتمع. ويقول التعريف الذي قدمه جريزويلد (2017) على صفحات دوريته (Public Relations News) أن العلاقات العامة تعتبر وظيفة تقوم بها الإدارة لتصويب الاتجاهات، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتناسب مع مصلحة الجمهور، والعمل على برامج مختلفة تهدف الى كسب رضا الجمهور (التتي، 2017، ص65).

كما يعرف (Wilcox & Cameron, 2009) العلاقات العامة حسب مفهومها الحديث بأنها: وظيفة اتصالية بين المؤسسة والبيئة المحيطة بها، وذلك لتحقيق أهداف المؤسسة.

وأجملت الباحثة مفهوم العلاقات العامة من وجهة نظرها، كما جاء في كتاب الطائي (2016)، العلاقات العامة بأنها علاقات مؤسساتية ذات أطر إنسانية تقوم على المنافع والمصالح. وهكذا، تتعدد التعريفات المعبرة عن العلاقات العامة، ويختلف هذا التعدد باختلاف الموضوعات التي تعبر عنها. فالعلاقات العامة تعني الروابط أو الوشائج التي تربط الإنسان بالأفراد والجماعات والمجتمعات، أو أنها صلة الاتصال والتواصل التي تربط بين الجماعات الاجتماعية، وتربط الأفراد بالمؤسسات الخدمية والإنتاجية. ويمكن أن نعرف العلاقات العامة في المجتمعات الحديثة بأنها: الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها العلاقات العامة لتحقيق أهداف المؤسسة وحماية مصالحها من خلال مساهمة الجمهور ومحاولة إقناعه بمنتجات المؤسسة أو خدماتها. كذلك تلخص الباحثة مفهوم العلاقات العامة من وجهة نظرها بأنها نشاط يربط المؤسسة بجمهورها لكسب ثقتها، وتقديم المؤسسة بأفضل صورها للمجتمع لتحقيق أهداف المؤسسة (الطائي، 2016، ص12-16).

2.3 المبحث الثالث: مبادئ العلاقات العامة

يرى جرادات والشامي أن هناك ضرورة لوجود مبادئ تتحلى بها العلاقات العامة، حيث يستند النشاط الإنساني إلى مبادئ تقوم على أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة، وتحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية، كالخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم، شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى التي تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه. فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية. (جرادات والشامي، 2009، ص25-26).

وقد ذكر موسى تسعة مبادئ تقوم عليها فلسفة العلاقات العامة، حيث يتمثل المبدأ الأول بالمسؤولية الاجتماعية: بأن يمتد نشاط المؤسسة للتواصل الفعلي والمشاركة في الفعاليات الثقافية والاجتماعية التي تهم الجمهور، وليس من خلال تقديم السلع والخدمات فقط. وهذا يسهم في تطور

المجتمع ورقية. أما المبدأ الثاني، فهو تقديم المصلحة العامة على المصلحة الخاصة للمنظمة: فمن غير المنطقي العمل على تحقيق الأهداف الذاتية بعيداً عن المصلحة العامة للمجتمع. فعادة ما يكون هناك نقاط ومصالح مشتركة لكل من المؤسسة والمجتمع. فيجب على المؤسسة استغلال هذه المصالح والعمل على تطويرها وتعظيمها. المبدأ الثالث هو: الالتزام بالقيم الاجتماعية والأخلاق الحميدة، حيث تميل العلاقات العامة إلى الجانب الأخلاقي، فهي تسعى جاهدة إلى تعزيز إيمان الجمهور برسالة المؤسسة. ويتوقف نجاح المؤسسة في كسب ثقة جماهيرها الداخلية والخارجية على الصدق والنزاهة والأمانة، وهي صفات لا بد من توافرها عن التعامل مع الجماهير. أما المبدأ الرابع فهو احترام حرية الفرد وآرائه: فيجب احترام حرية الفرد وميوله ووجهة نظره واتجاهاته وطريقة تفكيره. فهي حقوق أساسية يجب أن تحترمها المؤسسة طالما لا تؤذي مصالحها. أما المبدأ الخامس فهو عدم إخفاء الحقائق التي تخص الجمهور، واعتماد مبدأ الشفافية والمكاشفة: فمن المهم تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة، وهذا يعزز الثقة بين المنظمة وجمهورها، ويجعلها تتسم بالمصداقية. ويتمثل المبدأ السادس في أن العلاقات العامة تبدأ من الجمهور الداخلي: حيث يعد الجمهور الداخلي سفيراً للمؤسسة، على اعتبار أنه يمثلها لدى المجتمع الخارجي. فتعبير الجمهور الداخلي عن الرضا الوظيفي في المؤسسة والانتماء لها يعتبر دليلاً على علاقات عامة ناجحة. أما المبدأ السابع فهو: إتباع الأساليب العلمية في البحوث: فلا يمكن الاعتماد على المزاجية والتخمين. لذلك، لا بد من اتباع الأساليب العلمية الحديثة، وهذا ما يجب أن تتبعه المؤسسة في الأبحاث التي تقوم بها. وبهذا يمكن تحديد المعايير التي يمكن من خلالها اختيار العاملين، ومعرفة الصورة الذهنية الحقيقية للمؤسسة لدى جماهيرها. المبدأ الثامن هو كسب ثقة الجماهير ونشر الوعي بينها: حيث أن التعامل الحسن، والصدق والأمانة في التعامل

يؤدي إلى كسب ثقة الجماهير، وترجمة الأقوال إلى أفعال تُطبق على أرض الواقع، والعمل على نقل الحقيقة كما هي، وتفسير الجوانب المتعلقة بالشأن العام السياسي والاجتماعي والاقتصادي بما يسهم في خدمة المجتمع. ويتمثل المبدأ التاسع بتعاون المنظمة مع باقي المنظمات: فلا بد من وجود تعاون بين المنظمة من جهة، والمنظمات من جهة أخرى، ولاسيما في برامج العلاقات العامة، كونها جزءاً من البيئة الخارجية التي تؤثر بها المنظمة وتتأثر بها (موسى، 2019، ص60).

وتجمل الباحثة مبادئ العلاقات العامة بالالتزام بالأخلاق الطيبة التي تثبت في أذهان جماهيرها، وكذلك بأن العلاقات تبدأ من الداخل إلى الخارج، وهذا ما يقود إلى بناء السمعة الطيبة لمؤسسة ما، ولا يقع على دائرة العلاقات العامة فقط، وإنما يمتد ليضم كل العاملين، والعمل على تلافي الأخطاء من خلال توفر خدمات مميزة للجماهير تسهم في زيادة الرضا لديهم، فانتماء الإدارة والعاملين للمؤسسة التي يعملون فيها يسهم في إزدهار عمل العلاقات العامة، ويسهم في كسب ثقة جماهير المؤسسة. وكذلك، تقديم مدير العلاقات العامة النصح والإرشاد للإدارة في المؤسسة، وتشجيعها على اتخاذ القرارات التي تسهم في رضا الجمهور، وتجنب عن القرارات التي لا يرضى عنها الجمهور، والمحافظة على احترام وجهات نظر الأفراد والتعبير عن آرائهم.

2.4 المبحث الرابع: وظائف العلاقات العامة

تتعدد الرؤى حول وظائف العلاقات العامة وتقدمها الباحثة كما جاء في كتاب يونس (2008)، وتندرج هذه الرؤى في الأغلب تحت مجالين: المجال التصحيحي والمجال البنائي، وتناول المجال التصحيحي تصحيح الانطباع الذهني السلبي لدى الجمهور تجاه المؤسسة، فقد تكون هذه الصورة تكونت بسبب سلوك خاطئ أو معلومات خاطئة، وبذلك يتم إعلام الجمهور بمعلومات إضافية توضح لهم الحقائق التي تعيد الانطباع الجيد عن المؤسسة، وصمم لهذا الغرض برامج علاقات

عامة تساعد في إعادة الثقة بطريقة تفصح عن الأسباب التي أدت إلى الخروج عن السلوك المألوف الذي اعتاد عليه الجمهور، عندئذٍ تصبح عملية الدفاع عن سياسات وأفعال المؤسسة واجب رجل العلاقات العامة الذي ينبغي أن يكون على درجة مهمة من اللباقة والذكاء، وينهض المجال البنائي بدور تعزيز العلاقة مع الجمهور والعمل على رفع مستوى الولاء والاندماج بالمؤسسة، إذ تحاكي هذه الصيغة انطباعات الجمهور من خلال بناء سمعة تركز عليها في كسب تعاون وتعاطف الجمهور معها (يونس، 2008، ص199-204).

وتجمل الباحثة وظائف العلاقات العامة بالعمل على نقل الحقائق وتفسير الأعمال التي تقوم بها المؤسسة للجمهور، وذلك لإبقاء الجمهور على إطلاع أولي بما يحصل داخل المؤسسة، مما يسهم في زيادة الثقة والانتماء، وأيضاً فهم سلوك الجمهور وتوجهاته من أجل تصميم أنشطة تلامس ميول الجماهير وتطلعاتها، وكذلك التقويم والتحري عن الأخطاء عند القيام بمشروع معين ومعالجتها، والمحافظة على التخطيط لاستغلال الطاقات والكفاءة، والخروج بأفضل النتائج لكل من المؤسسة وجمهورها، بالإضافة إلى التمويل المناسب للمشاريع والبرامج التي تطرحها المؤسسة، والعمل على التنسيق المستمر بين العلاقات العامة والإدارات المختلفة داخل المؤسسة.

2.5 المبحث الخامس: أهداف العلاقات العامة

تسهم العلاقات العامة في تعزيز التواصل بين أصحاب العمل والعملاء، كما أنها تهتم بربط الأهداف الخاصة بالمنشأة مع الآراء العامة، بالإضافة إلى أنها تعد بمثابة النشاط الذي تُقدم عليه جميع المؤسسات من أجل تعريف الناس بطبيعة العمل الذي تقوم بتقديمه، ولكن مازال هناك غموض حول الفهم الحقيقي لرسالة وأهداف العلاقات العامة. ويوضح عثمان (2015) في كتابه "فن العلاقات العامة" بأن أهداف العلاقات العامة هي النتائج التي ترغب المؤسسة في تحقيقها،

ومن أهمها: تحقيق السمعة للمؤسسة، والمحافظة على صورتها الذهنية، والمساعدة في تقديم الترويج اللازم للمبيعات، وكسب تأييد ومؤازرة الجمهور الداخلي، وبناء ثقة مع الجمهور الخارجي. ويضيف عثمان بأن إحدى الدراسات الأمريكية التي تم إجراؤها على خمس وثمانين مؤسسة أمريكية، إلى مجموعة من الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها، ومنها: زيادة مستوى المبيعات، وتقهم الجمهور للمؤسسة وسياستها، وبناء سمعة طيبة للمؤسسة، وإرضاء العاملين، والمساعدة في تعيين عاملين جدد، وتنبيه روح التفاهم بين الإدارة والعاملين كوسيلة لزيادة الإنتاج، وشرح الدور الذي تلعبه المؤسسة في الاقتصاد، وحماية نظام الاقتصاد الحر، وتقديم المؤسسة ومنتجاتها للجمهور، وإعطاء المعلومات اللازمة للعاملين عن المؤسسة وأنشطتها وعملياتها، وضمان إصدار تشريعات لا تتعارض مع مصالح المؤسسة. ولا بد من التأكيد على أن أهداف العلاقات العامة تنتج من أهداف المؤسسة، فالدافع الذي دفع بعض المؤسسات والشركات إلى إنشاء دائرة علاقات عامة هو أن تكون الوسيط ما بين المؤسسة والجمهور، فالعلاقات العامة تسعى إلى تحقيق التوافق والانسجام بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية، وتهدف العلاقات العامة إلى إقامة الصلات والعلاقات مع مختلف الشرائح، سواء على مستوى المؤسسات أو المجتمع أو الجمهور (عثمان، 2015، ص50).

وترى الباحثة أهم أهداف العلاقات العامة، بناء على ما جاء ذكره العديد من الباحثين، يتركز في تكوين الصورة الذهنية والانطباع الحسن لدى الجمهور، وتعزيز الانتماء والولاء للمؤسسة، وتقديم الخدمات لمختلف الشرائح التي تتعامل مع المؤسسة، والمحافظة على التواصل المستمر بين المؤسسة وجمهورها، ونقل صورة متكاملة عن توجهات وأفكار الجمهور الداخلي والخارجي، ونقلها للإدارة من أجل أخذها في الاعتبار عند اتخاذ القرارات. ومن الأهداف أيضاً تحقيق شعبية وسمعة

طبية للمؤسسة من خلال الترويج لها، وهذا يسهم في إستقطاب عاملين أكثر كفاءة، وتكوين زبائن. أما فيما يخص الجمهور الداخلي، فتكمن أهداف المؤسسة في نشر الوعي بين الموظفين، وتعريفهم على هيكل عمل المؤسسة، ورفع مستوى الإنتاجية من خلال الاهتمام بالموظفين، وتنمية روح العمل الجماعي وتعزيز الولاء والانتماء للمؤسسة، من خلال تحقيق الرضا الوظيفي وتطوير العمل بناء على الثقة والتعاون مع الجمهور الداخلي.

2.6 المبحث السادس: الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة

العلاقات العامة هي ضمير المؤسسة الواعي، الذي يرمي إلى التعامل الصادق مع الأفراد والجماعات داخل المنظمة وخارجها بطريقة مثالية متبادلة، لتحقيق أهداف الهيئة أو المنشأة، واطاعة القيم الأخلاقية والقوانين، والمعايير الاجتماعية فوق كل اعتبار. فالعلاقات العامة عنصر أساسي في حياة المؤسسات والشركات، وهي تتعامل مع جماهير مختلفة الفكر. وقد حددت الباحثة أهم الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسات، كما ورد في كتاب فهد وكنجو (1999)، كما يلي: **صعوبة توفر المقاييس الدقيقة** في مجال العلاقات العامة كي تقيس اتجاهات الجماهير أو درجة ثقتهم بالمنشأة أو المؤسسة. إن الأدوات والمقاييس المستخدمة في بحوث العلاقات العامة هي الملاحظة المباشرة والمقابلات الشخصية والاستقصاء، وهذه المقاييس ليست دقيقة كالمقاييس المستخدمة في العلوم الطبيعية. فالعنصر البشري معروف بتغير دوافعه وأذواقه وتفضيلاته، ويصعب على العلاقات العامة استشراف المستقبل بدقة، وخاصة عند التخطيط طويل الأمد، لأن التخطيط محوره الإنسان الذي يسلك أحياناً سلوكاً يصعب التنبؤ به، وهو أحياناً لا يعرف ما يريد. ويسهم الفهم الخاطئ للعلاقات العامة ومجال عملها من قبل البعض الإدارات في تعقيد عملية التخطيط لها، إذ يصفها البعض بأنها وسائل علاجية تحتاج إليها المؤسسة عند

الطوارئ وعند بروز أزمات، فهم يعتقدون أنه لا حاجة لتخطيط العلاقات العامة ما دامت المؤسسة لا تحتاج إليها. وترى الباحثة من خلال اطلاعها على الصعوبات التي تواجهها العلاقات العامة، أنها تتمثل في صعوبة قياس رغبة الجماهير وحاجاتهم وكذلك مدى ثقتهم ورضاهم عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات، فتكمن الصعوبة في كيفية التعامل مع شيء غير ثابت ومحدد لتقوم بتلاشي الأخطاء والتقليل منها لكسب ثقة الجماهير (فهد وكنجو، 1999، ص247، 290).

2.7 المبحث السابع: أخلاقيات العلاقات العامة

إن أهمية العلاقات العامة تظهر في إحساس المنشأة بأهمية الاتصال الفعال الذي يجب أن تقوم به المنشأة مع كافة الهيئات والجماهير ذات الصلة بالنشاط الذي تقوم به، وإهتمامها بوضع العلاقات العامة كوظيفة أساسية للمنشأة. وقد تنوعت المفاهيم والمعايير حول الأخلاقيات التي يجب على موظف العلاقات العامة أن يتحلى بها، فالمعنى الأخلاقي واسع، ويصعب تحديده، كما أن وجهات النظر التي يحملها الناس عن الأخلاق متنوعة وغير واضحة، ويتفق كلٌّ من ناصر وزاهر (2017) في كتابهما "إدارة العلاقات العامة" بأن العلاقات العامة تعتمد على الأمانة والصدق وكشف الحقائق كاملة للجمهور؛ الأمر الذي يسهم في كسب ثقة الجماهير. وهناك الكثير من المنظمات التي وضعت دستوراً أخلاقياً لممارسي العلاقات العامة، ومن ضمن ذلك الدستور الأخلاقي الأمريكي الذي يعتبر من أهم الدساتير الأخلاقية في العالم، وهو تابع لجمعية العلاقات العامة الأمريكية (Public Relations Society Of America (PRSA). وتبنت الجمعية عدة معايير وقواعد للمحافظة على مستوى عالٍ من الخدمة والأمانة والمصداقية والسلوك الأخلاقي بين أعضائها، ومنها: أن يتعامل موظف العلاقات العامة بطريقة عادلة مع أصحاب العمل والزملاء الممارسين والجمهور العالم، وأن يضع في سلم أولوياته المصلحة العامة، والالتزام بالحقيقة والدقة

والذوق السليم، والالتزام بعدم تمثيل مصالح متعارضة ومنافسة دون أخذ إذن من أصحاب المصلحة التي يعمل بها. ومن الضروري المحافظة على أسرار المهنة وأصحاب المصلحة، والتعامل بمهنية مع الأطراف التي كشفت عن أسرارها إليه في سياق الاتصالات الخاصة بالمصلحة، والاستعداد للكشف عن أسماء العملاء أو أصحاب العمل الذين يعمل الاتصالات العامة نيابة عنهم، وأن لا يقوم بالنشر المتعمد لأية معلومة كاذبة ومضللة، والمحافظة على سمعة حسنة للمؤسسة، وعدم الإساءة الى السمعة المهنية لأي عضو وزميل دون وجود دليل قاطع. ومن أهم أهداف الدستور الأخلاقي لمعهد العلاقات العامة في بريطانيا The Institute of Public Relations، تزويد الأعضاء بالأسس المهنية لممارسة العلاقات العامة، والعمل على تعزيز قدراتهم كممارسين محترفين لمهنة العلاقات العامة. وتضيف جمعية مستشاري العلاقات العامة Public Relations Consultants Association في بريطانيا الأخلاقيات التي تجبر أعضائها على الالتزام بها، وهي: ممارسة العلاقات العامة بأفضل المستويات وإتقان الأداء من خلال التعامل بأمانة وعدل مع الزملاء والموردين والجمهور والموظفين، وضرورة الإلمام بقوانين الجمعية، وتطبيقها، ودعم القوانين وتأييدها، وأي مخالفة تقع ستحاسب الشركة المخالف، وإلا فإن الشركة تعد المسؤولة عن ذلك (ناصر وزاهر، 2017، ص34).

ويقدم عوض (2018)، أخلاقيات مهنة العلاقات العامة على أنها مجموعة من القيم والمعايير التي تمثلها المهنة، ويعمل بها موظفو العلاقات العامة أثناء أداء مهامهم التي تقوم على الأمانة والصدق من ناحية الشكل والجوهر. أما من الجانب الشكلي، فتقوم على المقومات الظاهرة لأساليب الاتصال الفردي والجماعي، وهذا النوع يدعو الى الثقة. أما من ناحية الجوهر، فيعني أن يكون المضمون غني بالحقائق التي تدعمها الوثائق والبحوث. ويضيف عوض بعض الخصائص

الأخلاقية التي يجب أن تتوفر في أخصائي العلاقات العامة ومنها: السلوك الحسن والسمعة الطيبة، والمرونة والالتزان العقلي والعاطفي، والموضوعية في الأحكام، والبعد عن التحيز العنصري أو السياسي أو الديني، وإحترام مبدأ السرية، بمعنى عدم البوح بأي معلومات أو التحدث بها إلا بإذن صاحب المصلحة، وهذه مقومات لا غنى عنها بالنسبة للعاملين في العلاقات العامة (عوض، 2018، ص 144).

وتوضح الدكتورة عميرات أن الضوابط الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها موظفو العلاقات العامة تبدأ من الصدق والأمانة، وبسط الحقائق للجمهور لكسب ثقتهم، لأن إخفاء الحقائق يعطي مجاًلاً لانتشار الشائعات، خاصة في أوقات الأزمات. ويسهم ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي لدى الجمهور برفع سقف متطلباته تجاه المؤسسة، وبالتالي يرتفع سقف توقعاته منها، مما يجعل المؤسسة أكثر انضباطاً بمختلف المعايير الأخلاقية في علاقتها مع الجماهير. فكسب ثقة الجمهور يبنى من خلال التزام المؤسسة بالمبادئ والأخلاقيات التي تترسخ في ذهن الجمهور لكسب ثقته بالقدوة الحسنة، وتجسيد الصدق والمسؤولية والعدالة في تعاملها مع المحيط والجمهور، تحقيقاً لمبدأ المصلحة العامة، (عميرات، 2020، ص 33).

2.8 المبحث الثامن: الجمهور الداخلي للعلاقات العامة:

يجب أن يكون لدى خبير العلاقات العامة معلومات دقيقة حول طبيعة الجمهور للمساهمة في قدرته على التأثير به. ولكي نتعرف على الجمهور لا بد من الاقتراب منه والتعرف على آرائه ومجالات اهتماماته. ويوضح مصطفى (2019) بأن الجمهور الداخلي، الذي يتكون من كافة العاملين في المؤسسة، يمثل الهدف الأساسي للعلاقات العامة لتحقيق الاستقرار والتنمية والإحساس بالولاء والانتماء للمؤسسة، وينتج عن ذلك تبني أفكار وسياسات المؤسسة وأهدافها والدفاع عنها.

ويتم ذلك من خلال المعاملة الحسنة والإنسانية، وإشباع الحاجات المعنوية والنفسية والاجتماعية والمادية لهذا الجمهور. فالعاملون في المؤسسة هم العمود الفقري، وقلب المؤسسة النابض. ولذلك، فاللباقة لدى موظفي العلاقات العامة، وقدرتهم على التوفيق فيما بينهم وبين رؤساء الأقسام والعاملين، يعتبر من أهم مقومات النجاح لأي مؤسسة. ويضيف مصطفى أن برامج العلاقات العامة التي تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة تكون من خلال: خلق الرضا بين العاملين بشكل مستمر، والعمل على إرضاء العاملين ورفع معنوياتهم، مما يسهم في زيادة إنتاجهم، وتوعية الأفراد والعاملين من خلال التثقيف والإرشاد وبسط المصارحة بالحقيقة، والتعاون في جذب الكفاءات للعمل في المؤسسة، وذلك بإعطاء صورة طيبة عنها، والحفاظ عليها، حتى يدرك الجمهور بأنها أفضل مكان للعمل، وكذلك العمل على تفعيل التواصل ما بين الإدارات والأقسام المختلفة داخل المؤسسة (مصطفى، 2019، ص 38).

وتضيف مسعودان في كتابها "العلاقات العامة منظور استراتيجي في المؤسسات" بأن الجمهور هو مجموعة من الناس يشتركون في مصلحة واهتمام يعرفون به، ويجمعهم مكان واحد وقيادة واحدة. ويعتبر وجود مصلحة مشتركة تجمع أعضاء الجمهور عاملاً مهماً يجعل الجمهور وحدة واحدة، أكثر من كونه فئة اجتماعية. وبالنسبة لجمهور المؤسسة، فهو مجموعات من الناس التي تتواصل معهم المؤسسة. ويختلف جمهور كل مؤسسة عن الأخرى بناء على طبيعة العمل التي تقوم به، فالجمهور الداخلي في المؤسسة يشمل كافة العاملين في الأقسام والدوائر والفروع المختلفة التي تضمها المؤسسة. وتسعى العلاقات العامة جاهدة إلى تعزيز العلاقة مع الجمهور الداخلي لكسب ولائه وانتمائه للمؤسسة. ويتميز الجمهور الداخلي بالإستقرار نتيجة لتواجده داخل بناء تنظيمي له قواعده ونظمه، وهذا يكفل إشراك أفراد الجمهور الداخلي بالمواقف الاجتماعية، كونه

العمود الفقري. لذلك، فإن تنمية العلاقات بينه وبين رؤسائه، وبين العاملين فيما بينهم، يعد من أهم مقومات النجاح للمؤسسة (مسعودان، 2020، ص110).

ويرى الزوبعي أن الجمهور يمثل أهمية بالغة، كون المؤسسة تقوم من أجله بالأنشطة المختلفة، وتعمل على إرضائه وكسب ثقته. ويمثل الجمهور الداخلي جميع الأفراد العاملين في المؤسسة، ويتفرع العاملون في المؤسسة إلى المستويات الوظيفية والتأهيلية والإدارية والفنية، وتتعامل والعلاقات العامة مع كافة المستويات في المؤسسة لتحقيق دورها المتمثل بتقديم المعلومات الشاملة والواضحة للجمهور بصدق، وتكوين العلاقات الطيبة، ونقل مشاكل الجماهير واحتياجاتها وتطلعاتها للإدارة العليا في المؤسسة، وأخذها بعين الاعتبار عند اتخاذ القرارات، والمشاركة في المناسبات والأحداث الشخصية، والعمل على التفاعل فيما بينهم عن طريق اللقاءات الجماعية، وحرص الإدارة على حل مشكلات العاملين، كمشاكل النقل والمواصلات والصحة والإسكان وغيرها، والتي بدورها تعمل على تعزيز انتماء العاملين للمؤسسة (الزوبعي، 2016، ص76).

ووجدت الصوص والجلس أن من العناصر المهمة لتحقيق نجاح ملحوظ داخل المؤسسة: البيئة الصحية للعلاقات العامة مع الجمهور الداخلي، فمن الصعب كمؤسسة أن تحقق نجاحاً وتقدماً دون أن يكون أدائها جيداً تجاه جمهورها الداخلي. فمن دون أن تحرز العلاقات العامة تقدماً في أدائها وإنجازها، فإن إدارة المؤسسة سوف تفشل في أعمالها وأهدافها المرسومة؛ خاصة إذا كانت بثقة العاملين ولولائم تجاه المؤسسة التي ينتمون لها ضعيفة. ولعل العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً في رفع درجة ولاء المستخدمين من خلال تحفيز العاملين، وتوفير ظروف ملائمة لعمل العلاقات العامة داخل المؤسسة، وإحساسهم بتحقيق الذات والثقة بالنفس، والإحساس بالأمان، وتلبية الحاجات البدنية. ويتم ذلك بقيامها بدورها في خدمة الإدارة في مجال تحقيق الثقة، وإشعال الحوافز

والرضا الوظيفي في المؤسسة. فالعلاقات العامة تقوم بدور اتصالي مهم، تستطيع من خلاله تعزيز العلاقات، وتنظيم الخدمات التي تساعد في انتماء أفراد المؤسسة لها وإشباع حاجاتهم (الصوص والجلس. 2007، ص21).

وترى الباحثة من خلال اطلاعها المعمق أن الجمهور الداخلي للعلاقات العامة، كما أجمع عليه معظم رواد العلاقات العامة، يتكون من جميع الأفراد الذين يعملون داخل المؤسسة من فنيين وإداريين وعمال أعضاء الهيئة التدريسية. ويعتبر الجمهور الداخلي العمود الفقري للمؤسسة، والقلب النابض لها، إذ يشكل الجمهور الداخلي المرآة الحقيقية التي تعكس جوهر المؤسسة للمجتمع الخارجي. ولتحقيق نجاح وتقدم المؤسسة لا بد من تماسك الجمهور الداخلي وتكاتفه، وتهيئة الأجواء الجيدة للعمل، وتيسير الإدارة لمتطلبات العاملين، ومنحهم الترقيات والمكافئات وغيرها من الأمور التي تساعد على تعزيز الثقة والانتماء والشعور بالرضا تجاه المؤسسة، والعمل الذي يؤديه العاملون، وهذا بدوره يسهم كثيراً في تلاحم العاملين والقائمين على إدارة المؤسسة ورفع الوعي فيما بينهم حتى يشعروا بعظيم المسؤولية تجاه مجتمعهم، ويحرصوا على تقدمه وازدهاره، وجذب الموظفين والعمال ذوي الخبرات الممتازة للعمل في الشركة نتيجة السمعة الحسنة في معاملتها لموظفيها وعمالها، والعلاقة الجيدة بين العاملين والإدارة التي تديرها العلاقات العامة. وبهذا تتشكل صورة ذهنية جيدة للمؤسسة في المجتمع، الأمر الذي يساعد في تخطي الأزمات التي من الممكن أن تواجهها.

2.8.1 أنواع الجمهور الداخلي

تلعب العلاقات العامة دوراً مهماً في تعزيز العلاقات الإنسانية والطيبة في المؤسسة، فهي تخلق تواصلاً ذو اتجاهين للعمل على تفعيل الاهتمام بالرغبات ووجهات النظر للجماهير ونقلها لإدارة

المؤسسة، ونقل أهداف وتطلعات المؤسسة إلى الجمهور. فالعلاقات العامة حلقة وصل متكاملة بين المؤسسة والجمهور، وهذا ما ذكره عليان والطوباسين (2018)، بأن الجمهور الداخلي لأي منظمة يتكون من الفئات التالية:

1. **جمهور المؤسسين:** وهم أصحاب فكرة الإنشاء، وتقع عليهم المسؤولية بالدرجة الأولى، كما يقومون بوضع السياسات والخطط وتحمل إدارة العلاقات العامة مسؤولية الاتصال بالمؤسسين بصفة مستمرة لإطلاعهم على التقدم والذي حققته المؤسسة والتحديات التي تواجهها، وكذا الحصول على اقتراحاتهم.

2. **جمهور المساهمين:** وهم أصحاب المؤسسة والمالكون لها، يقومون بإنتخاب أعضاء مجلس الإدارة، ومن أهم وظائف العلاقات العامة مع جمهور المساهمين تزويدهم بالبيانات اللازمة عن المؤسسة، وتقديم صورة مشرفة وصادقة عنها، مع تمكينهم من إبداء الآراء لدراستها فيما بعد، وتجعلهم يحتفظون بأسهمهم في تلك المؤسسة.

3. **جمهور العاملين:** وهم فئة ذات أهمية كبيرة من الجمهور الداخلي. فهم ممثلو المؤسسة في المجتمع الخارجي، وتقع على عاتقهم مسؤولية القيام بجميع المهام التي تقوم بها المؤسسة. لذا يجب على المؤسسة وإدارة العلاقات العامة الحرص على إيجاد علاقات طيبة بينها وبين العاملين، مع تحفيزهم على تسويق صورة إيجابية لها (عليان والطوباسين، 2018، ص272).

ويرى زويلف (2015) في كتابه "العلاقات العامة نظريات وأساليب" أن تصنيف الجمهور الداخلي بالمستثمرين والمؤسسين وكافة العاملين، يترتب عليه وضع الأولويات لكل فئة بما يتناسب معها، وذلك بهدف تحقيق الرضا العام لكافة فئات العاملين المؤسسة. ويرى أيضا أن تزايد اهتمام المؤسسة بالجمهور الداخلي يُعزى لكون الجمهور الداخلي والموظفين سفراء لمؤسساتهم، ومن

خلالهم ينعكس واقع المؤسسة على المجتمع الخارجي. لذا، من المهم أن يكون هذا الجمهور على معرفة بنظم المؤسسة وطبيعة أعمالها، والمحافظة على المعاملة الحسنة والعلاقة الطيبة معهم، ليزداد ولاؤهم لها وإخلاصهم للعمل فيها (زويلف، 2015، ص104).

2.8.2 أساليب التواصل مع الجمهور الداخلي

ويصنف عفيفي (2014)، وسائل الاتصال بالجمهور الداخلي إلى صنفين:

- الطريقة الشكلية، وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:

أ- الوسائل الشخصية: وهي الطرق التي تطبق بشكل فردي، مثل الاجتماعات والمقابلات والرسائل الشخصية.

ب- الوسائل الخاصة: وهي التي تستخدم على مستوى المؤسسة، مثل اللوحات الإعلانية والكتيبات، والمراسلات، والمؤتمرات، وللعلاقات العامة دور في إستخدامها وتفعيلها.

ت- الرسائل العامة: التي تستخدم على مستوى المجتمع، مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون.

- الطريقة النوعية وتنقسم إلى:

أ- الاتصالات السمعية: وتعتمد على الرموز اللفظية المسموعة، وتعتمد أجهزة مخصصة، كالإذاعة وأشرطة التسجيل.

ب- الاتصالات الكتابية: كالرسائل والدوريات والنشرات.

ت- الاتصالات المرئية: كالتلفزيون والفيديو (غفيفي، 2014، ص150).

ويذكر عياد (2011) في كتابه "مبادئ العلاقات العامة"، أن للإتصال الداخلي أهمية كبيرة في تحقيق أهداف المؤسسة، وسنعرض مجموعة من النقاط التي تسهم في دعم عملية الإتصال الداخلي للمؤسسة كما يلي:

- الإتصال الداخلي يجب أن يكون في اتجاهين وليس في اتجاه واحد: فمن المهم أن يكون الإتصال هابط من الإدارة العليا للعاملين، ويقدم من خلالها معلومات عن المؤسسة أنشطتها والخدمات والتعليمات المرتبطة بالممارسات اليومية. ويجب كذلك أن يكون هناك اتصال صاعد من العاملين للإدارة، والذي يضمن تجميع آراء وأفكار العاملين ومقترحاتهم وتقديمها للإدارة العليا.

- فعالية الإتصال الداخلي تتوقف على نمط القيادة في المؤسسة. فهناك القيادة المشاركة التي تدعم نمط الإتصال في اتجاهين، وتعطي العاملين مساحة في صياغة أهداف المؤسسة وعملية اتخاذ القرارات، فيما تركز القيادة السلطوية على الإتصال الهابط من الإدارة إلى العاملين، ولا تسمح بتلقي الشكاوى والمقترحات من العاملين.

- يحتاج الإتصال الداخلي الى توفر مجموعة من قنوات الإتصال، وذلك لتحقيق أهداف الإتصال الداخلي، والتي يمكن من خلالها ضمان تدفق المعلومات بين الإدارة والعاملين في كلا الاتجاهين الهابط والصاعد.

- ضرورة تفعيل الإتصال الصاعد. فالإتصال الداخلي لا يتوقف على وجود قنوات الإتصال الصاعد، ولا على معرفة آراء واتجاهات العاملين، وإنما يجب أخذ الآراء والمقترحات بعين الاعتبار عن صياغة سياسات المؤسسة (عياد، 2011، ص190).

ويضيف الجريدة أن هناك العديد من وسائل الاتصال التي تلجأ إليها العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي كما يلي:

- مطبوعات ومجلات المؤسسة: وهذا يتضمن مجموعة من الآراء التي تهم العاملين، وكذلك بالإضافة للموقع الإلكتروني الذي يعبر عن آراء المؤسسة وفلسفتها.
- وسائل الإعلام: كالتلفاز والإذاعة التي تستخدم في بث رسائل المؤسسة المتعلقة بالتطورات وآخر الأخبار والإنجازات ومداخلات العاملين ضمن برامج خاصة.
- المؤتمرات: وتشمل المؤتمرات التي تنظمها المؤسسة لمناقشة القضايا التي تواجه المؤسسة بهدف تطويرها (الجريدة، 2013، ص121).

وتأكيداً على ما جاء به الجريدة، أكد أبو سليم على إتباع الأساليب والوسائل التالية لتحقيق العلاقات الجيدة بين منشأة الأعمال وجمهور العاملين فيها: لجان الموظفين، المجالس التي تضم الرؤساء والمرؤوسين، جماعات النقاش، اجتماعات الأقسام، أجهزة الاتصال الجماعي، النشرات، المجلات، الجرائد الخاصة (أبو سليم، 2006، ص33).

وقد قسم البكري (2004) وسائل الاتصال المستخدمة في دوائر العلاقات العامة لتنفيذ سياسات المنشأة إلى قسمين رئيسيين كما يلي:

- وسائل الاتصال العامة: وهي وسائل للاتصال الجماهيري من صحف وإذاعة ،وهي موجهة للجمهور العام على اختلاف أنواعه، وتستخدم على مستوى الدولة.

- وسائل الاتصال الخاصة: وهي الوسائل الخاصة بالمنشأة، حيث يقوم المسؤولون بإعدادها وتنظيمها وتوجيهها إلى جماهير المنشأة بصفة أساسية. وتتميز بتركيزها على أنشطة المنشأة وأهدافها (البكري، 2004، ص98).

ويوضح حسن (1991) أهمية التواصل مع الجمهور الداخلي، لا سيما دورها في تحفيز القائمين على العلاقات العامة من خلال التطبيق الأمثل للأساليب الاتصالية تجاه الجمهور الداخلي. فالعلاقات العامة تساعد المؤسسة على خلق مميزات وتقاليد خاصة بها، تؤثر إيجابيا في نفوس الأفراد العاملين ما يولد عندهم شعور بالانتماء للمؤسسة. كما تساعد العلاقات العامة على نشر روح الجماعة والرابطة القوية بين الفرد العامل والمؤسسة (حسن، 1991، ص137)، وهذا ما أكدته عياد (2011)، حيث يرى أن التواصل مع الجمهور الداخلي سيؤدي بالضرورة إلى:

1- رفع مستوى الأداء: بتفعيل وسائل الاتصال. فمن المتوقع أن يقوم العاملون بأداء مهامهم بفاعلية أكثر إذا كانت الرؤى واضحة لديهم حول طبيعة عملهم ووظائفهم والمهام المطلوبة منهم.

2- الحفاظ على ولاء العاملين: وهذا يتجلى من خلال وعي الموظف بأهمية دوره في المؤسسة، وشعوره بالاستقرار الوظيفي، وهو ما يخلق لديه الولاء والارتباط بالمؤسسة.

3- تحقيق الترابط والانسجام بين المستويات الإدارية المختلفة: فتدفق الاتصال الأفقي بين الدوائر المختلفة يسهم في تفعيل الجهود لتحقيق أهداف المؤسسة، ويزيد من التواصل الرسمي وغير الرسمي بين العاملين في الدوائر المختلفة.

4- تقليل نسبة التسرب الوظيفي: فشعور الموظف أن له مكانه، وعائد آخر يستفيد من خلاله بخلاف العائد المادي، يجعله يفكر ملياً قبل ترك المؤسسة. ويتشكل هذا من خلال بيئة العمل الإنسانية، ونمط الإدارة والبرامج التي تنظمها العلاقات العامة تجاه العاملين وأسره.

5- تفعيل دور الموظف في بناء سمعة المؤسسة: حيث تلعب العلاقات العامة دوراً مهماً في تعليم وإعلام العاملين وإقناعهم بسياسات المؤسسة وخدماتها والقائمين عليها. ويسهم هذا الأمر في جعل كل موظف قائماً بالاتصال بالنيابة عن المؤسسة، ويعكس واقعها للجمهور والمجتمع الخارجي.

6- تدعيم روح الفريق: ويتضح هذا من خلال دراسة آراء وتطلعات وتوجهات العاملين. ويمكن للعلاقات العامة التعرف على المهارات الفردية للعاملين، وبالتالي تشكيل مجموعات عمل متجانسة، وهو ما يميز الأداء في المؤسسة.

فالالاتصال المتوازن ذو الاتجاهين، وهو أحد نماذج جرونج الذي يسمح بوجود اتصال متبادل ومستمر بين المؤسسة والعاملين، يمكنهم من التعبير عن آرائهم، وتحقيق التفاهم المتبادل، وينعكس على قبول العاملين لسياسات المؤسسة والتزامهم بها ورضاهم عنها والانتماء لها (عياد، 2011، ص217).

2.9 المبحث التاسع: نظريات الدراسة

أكد العديد من الباحثين بأن العلاقات العامة ليست نوعاً من السحر يشفي العلل ويذاري العيوب، وليست وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة، وإنما هي عبارة عن تعزيز للسمعة الحسنة التي تبنيتها، حيث لا يمكن بناؤها إلاّ مع مرور الزمن، بالتالي قد توصل العلماء والباحثون إلى نظريات عديدة للعلاقات العامة، وبلاستعانة ببعض من هذه النظريات تسعى الباحثة لبناء إطار للعمل والدراسة، حيث ترى أن النظريات التالية هي الأكثر ملاءمة لموضوع البحث:

أولاً: نظرية الصراع: يذكر محمد أن نظرية الصراع تقتض أن الصراع هو جزء حتمي من التفاعل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى التعارض والتنافر بين الأهداف والقيم الخاصة بالأفراد والمؤسسات. كما قد أكد ماركس على أهمية الصراع كضرورة حتمية سابقة على التفسير (محمد، 1997، ص113).

كما يرى العدوي (2008) أن منظور الصراع قد يرشد ممارس أو أخصائي العلاقات العامة في المؤسسة إلى مصادر الصراع في كل مستوى من مستويات التنظيم بين الأفراد أو الوحدات أو الأقسام المختلفة، أو بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى. ولدراسة التنظيم لا بد من التعرف على الأسباب المؤدية للصراع، وكيفية ووقت حدوث التغيير كنتيجة لهذا الصراع، بحيث يُنظر للعلاقات العامة كأداة لتحقيق التغيير والتقدم الاجتماعي داخل وخارج التنظيم.

من خلال هذه النظرية يمكن القول أن إدارة العلاقات العامة في الجامعات تعد بمثابة حلقة وصل بين الإدارة العليا للمؤسسة ودورها في المجتمع، وتسهم العلاقات العامة في تحقيق التغيير الاجتماعي عن طريق المعلومات والحلول للمشكلات الاجتماعية، والنظر للمجتمع كما لو كان

نسقاً من الأفكار والمعلومات، ولكن يعاب على هذه النظرية أنها ركزت على أن المؤسسة توظف إدارة العلاقات العامة كوسيط لحل الصراع بما يتفق ومصالح وأهواء الإدارة العليا دون النظر بعين الاعتبار إلى مصلحة الجمهور الداخلي أو حتى الجمهور الخارجي .

ثانياً: النظرية البنائية الوظيفية: يرى محمد أن الظاهرة الاجتماعية توجد كنتيجة للتفاعل داخل الأبنية الاجتماعية، وتكون الوظيفة في تعزيز ذلك البناء والتنظيم باعتباره رمزاً للتفاعل الاجتماعي، أو نتاجاً للتبادل الاجتماعي، بحيث يحدث نوع من التوازن بين العلاقات. فالبنائية الوظيفية تنظر لكل حتى تفهم الجزء (محمد، 1997، ص102).

وأما في ميدان العلاقات العامة، فقد أكد الجمال وعياد بأن هناك حاجة لدراسة العلاقات العامة ودورها في المؤسسة، والذي يمثل فائدة بنائية وظيفية تسهم في فهم بناء المؤسسة والدور الذي يقوم به الاتصال. ويساعد المنظور البنائي الوظيفي في دراسة العلاقات المتبادلة بين الممارسين ووظائفهم من خلال إدارة العلاقات العامة. وتحدد مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة عندما تستطيع أن تؤدي دورها بقوة وفعالية. لذا، لا بد من تكوين نسق من المعلومات حول العلاقات العامة وكل ما يتعلق بها من مشكلات وحلول، وأيضاً ضرورة تحديد الكيفية التي تعمل بها. ويعد مفهوم النسق من المفاهيم الأساسية للفكر البنائي الوظيفي. والنسق يعني تلك العلاقة الارتباطية التساندية، فعندما تتبادل مجموعة وحدات وظيفة التأثير والتأثر، فإنها تشكل في مجملها نسقاً يتسم بخصوصية معينة. ويعتبر التنظيم نسقاً اجتماعياً موجهاً نحو تحقيق أهداف محددة، حيث يمارس، باعتباره نسقاً اجتماعياً، نوعاً من الضبط، إذ تعتبر الاحتجاجات التنظيمية واحتجاجات العاملين بالتنظيم، والكفاءة والفعالية والرضا، كلها عوامل تعتمد على ما يمارسه التنظيم

من ضبط وقدرته على تحقيق التوازن بين المصالح المتباينة. كما أن نجاح التنظيم يقوم على مدى قدرته على تحقيق الضبط وممارسته على أعضائه (الجمال وعياد، 2005، ص80-81).

بالتالي ترى الباحثة بأن النظرية البنائية الوظيفية تعد من أهم النظريات وأكثرها واقعية، بإعتبارها تنظر إلى المؤسسة على أنها شبكة من العلاقات الإجتماعية، حيث أن استمرار التنظيم ووجوده يعتمد على مدى التوافق والانسجام في شبكة العلاقات. ومن ثم، فإن دراسة دور العلاقات العامة كإدارة في ظل البنائية الوظيفية، يضع لها دوراً محدداً في التنظيم بما يحقق الكفاءة والفعالية في الأداء.

ثالثاً: نظرية التبادل الاجتماعي: بين شيبه (2003) أن نظرية التبادل تعنى بدراسة سلوك الأفراد ودوافعه مداخل المؤسسات (ص92)، وهذا ما أكد عليه محمد (1997) بأن التبادل ما هو إلا طريقة لتدعيم العلاقات الاجتماعية، بحيث يرضى كل طرف مطالب وإحتياجات الطرف الآخر بهدف الوصول إلى علاقات قوية مستقرة، ويكون ذلك على مستويين: مستوى الوحدات الكبرى، وذلك بالتبادل بين الجماعات، ومستوى الوحدات الصغرى، ويكون التبادل بين الأشخاص. فالأفراد العاملون داخل التنظيم، لا بد وأن يكون لهم الحق في مناقشة القرارات المتعلقة بالسلوك التنظيمي والأهداف التنظيمية بصورة تمكنهم من توجيه وتشكيل التفاعلات التنظيمية بين المؤسسة وسائر المؤسسات الأخرى. وهنا يكون البناء التنظيمي نتاجاً للحاجة إلى إحداث نوع من التوازن في عملية التبادل، وهنا نجد بأن نظرية التبادل تؤكد على أن العلاقات العامة قائمة على الإتصال والتفاعل بين الأطراف الموجودة في مختلف المستويات الإدارية بالمؤسسة. والهدف من هذا التفاعل المتبادل هو تحقيق المنفعة، مع مراعاة حاجات الأطراف في إطار المصلحة الفردية.

تجد الباحثة بأن هذه النظرية تعزز مفهوم العلاقات العامة، أو بالأحرى ممارس العلاقات العامة، كونه يُغلب دائماً مصلحة المؤسسة أو الجماعة على حساب مصلحته الشخصية، فهو يسعى دائماً إلى خلق علاقات طيبة بين المؤسسة و جماهيرها، سواء الداخلية أو الخارجية. كما أن هذه العلاقات الطيبة التي تكون بشكل متبادل والمنفعة التي تترتب عليها، تستفيد منها المؤسسة أولاً، والمجتمع ثانياً، وليس ممارس العلاقات العامة بشكل فردي .

رابعاً: **نظرية التفاعلية الرمزية:** وهنا نوضح قول عبد الوهاب (1984) بأن هذه النظرية تقترض أن التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية تتحدد عن طريق المعاني التي يكونها الأفراد من خلال استخدام الرموز في تفاعلهم مع بعضهم البعض. ومن هنا، تُعد الظاهرة الاجتماعية نتاجاً مستمراً للتفاعل بين الأفراد. كما تؤكد هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تعد انعكاساً للواقع الفعلي من خلال بث ونشر المعلومات عن طريق مصادر معروفة ومحددة سلفاً، مما يترتب عليه تغير في مدركات الأفراد. وأما فيما يخص العلاقات العامة، فإن منظور التفاعلية الرمزية يساعد في التعرف على علاقات الأفراد ببعضهم البعض، وعلاقتهم بإدارة العلاقات العامة والتنظيم الذي ينتمون إليه. كذلك يعد التنظيم نتاجاً للتفاعل الإنساني، فالأفراد الذين يعملون من خلال تنظيم ما يختارون أنماط السلوك التنظيمي والأهداف والرموز بما يشكل ويوجه التفاعل التنظيمي بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى. ويتحدد البناء التنظيمي للمؤسسة بناءً على الدور الذي تقوم به في المجتمع.

بالتالي ترى الباحثة بأن توظيف منظور التفاعلية الرمزية في مجال عمل ودراسة العلاقات العامة يسهم في تقديم شرح وتفسير كل ما يتعلق بالظاهرة التنظيمية، كما يساعد على إختيار إدارة العلاقات العامة ومسؤوليها لأفضل الاستراتيجيات التنظيمية التي تنظم علاقات المؤسسة، سواء

على المستوى الداخلي أو الخارجي. وبالتالي، فإن التفاعلية الرمزية جعلت من العلاقات العامة اتصالاً تنظيمياً قائماً على التفاعل ومناقشة الرموز والمعاني.

2.10 المبحث العاشر: العلاقات العامة في الجامعات

تحتل العلاقات العامة أهمية بالغة في تنظيم الإدارة الجامعية، وذلك لإظهار صورة مشرقة ومشرقة عن الجامعة، ويضيف عيواج (2018) في كتابه "العلاقات العامة في المؤسسات الجامعية" أن السياسات التي تعبر عن الفلسفة الاجتماعية للإدارة تؤدي إلى الفهم المتبادل والرغبة في التعاون بين الجامعة والعاملين. وأحوج ما تحتاج إليه الجامعة هو إدارة علاقات عامة تكون حلقة الوصل بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية. ولقد اكتشفت الجامعات في العالم وفي الولايات المتحدة الأمريكية بداية أهمية العلاقات العامة كوسيلة فعالة لإحداث التقارب والتفاهم مع الجامعات، إذ تعتبر جامعة ميتشجن أول جامعة اهتمت بالعلاقات العامة. وسناقش أهمية العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها في الجامعات كما أورد عيواج:

1- أهمية العلاقات العامة للجامعة: تمثل العلاقات العامة جانبا مهما من جوانب الإدارة في الجامعة، كونها تسعى لكسب ثقة الجماهير المختلفة، والتي تعمل على وضع الخطط والبرامج التي تهدف إلى إعلام الجمهور بأهداف المؤسسة ومساعدتها. وبهذا يحتاج الجمهور للإطلاع على رسالة الجامعة وأدوارها وسياسات التعليم وأهمية الأبحاث والدور الذي تقوم به في إعداد وتأهيل الكوادر البشرية. ومن هنا، فمن المهم وجود دائرة علاقات عامة تتولى مهمة الشرح والتفسير والتنسيق مع الجمهور. وتتجلى أهمية العلاقات العامة في الجامعة كونها وسيلة فعالة لإحداث تقارب وجهات النظر مع الجمهور، والسيطرة على المشاكل والتحديات التي تواجه المؤسسة، والتي قد تحدث فجوة فيما بينها وبين جمهورها. ومن هنا، برز حاجة الجامعة لدائرة

علاقات عامة متخصصة تقوم بدورها الإيجابي، وتحقق التناغم والانسجام بينها وبين وجمهورها.

2- أهداف العلاقات العامة في الجامعة: تسعى العلاقات العامة في الجامعة الى تحقيق جملة من الأهداف، نجملها كالتالي:

- إعلام الجمهور عن أهداف الجامعة وأوجه نشاطها المختلفة.
- توطيد الصلة بين الجامعة والهيئات والمؤسسات العلمية المختلفة من أجل الذهاب بالبحث العلمي باتجاه التطبيق العملي والاستفادة من العائد المادي.
- إيجاد مصادر تمويلية: تسعى دائرة العلاقات العامة في الجامعة إلى ترويج مشاريعها وإيجاد مصادر تمويلية من خلال علاقاتها الواسعة، سواء على الصعيد المحلي أو العالمي.
- تعزيز الثقة بين الجامعة وجمهورها، في ظل التحدي الكبير الذي يواجه الجامعات، وذلك لتحقيق التقديم والتحديث.
- إيجاد قنوات الاتصال بين المؤسسة وباقي المؤسسات المشابهة.
- تعزيز الصلة بين الإدارة العليا وباقي الأقسام في الجامعة، وذلك من خلال الفهم المتبادل والمشارك وتوضيح سياسة الجامعة.
- التعريف بطبيعة العمل والادارات والأقسام والفروع المكونة من الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
- تعميق وتعزيز ثقة الجماهير الداخلية بالجامعة وانتمائهم لها.
- تهيئة الظروف المناسبة التي تساعد في تنمية المجتمع، والذي يشهد العديد من المتغيرات.

3- وظائف العلاقات العامة في الجامعة: الإعتماد على العلاقات العامة في تسيير أعمال الجامعة

أضحى الجزء الذي تتميز من خلاله، و أبرز هذه الوظائف:

- وضع الخطط والبرامج المدروسة، سواء قصيرة أو طويلة المدى لعمل العلاقات العامة.
- تشجيع وتعزيز الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة، وذلك لتحقيق الانسجام المتبادل.
- إستقبال وفود وزوار الجامعة وتسهيل إقامتهم ورسم صورة طيبة لديهم عن الجامعة.
- حماية الجامعة والتصدي لأي هجوم تتعرض له نتيجة نشر أخبار الكاذبة.
- إقامة علاقات طيبة مع كافة المؤسسات والجامعات العاملة في المجتمع.
- إرسال برقيات التهاني والتعازي لجماهير الجامعة الداخلية من أساتذة وموظفين، وكذلك الجمهور الخارجي من مؤسسات مجتمع مدني وجامعات.
- الإشراف الكامل على موقع الجامعة الالكتروني.
- تنظيم رحلات ترفيهية للجماهير الداخلية في الجامعة، والوقوف على المشاكل التي تخص جمهور الجامعة الداخلي وإيجاد الحلول، وتقوية الشعور بالانتماء للجامعة.
- إعلام الجمهور الداخلي بأهمية الدور الذي تقوم به الجامعات، من أجل تقديم أفضل خدمات، وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية (عيواج، 2018، ص139).

2.10.1 العلاقات العامة وأعضاء هيئة التدريس

ذكر دراغمة (2011) أن العلاقات العامة أخذت على عاتقها، حسب الفكر الإداري الحديث، العمل على تحقيق أهداف الجامعة الرئيسية وتعزيزها وبناء درجة عالية من الثقة المتبادلة بينها وبين جماهيرها المتعددة من خلال البرامج والأنشطة التي تقوم عليها. ويبين (أيضاً) أن أهداف العلاقات

العامة ووظائفها في أية جامعة يجب أن تتسجم مع وسائط الإعلام المختلفة، والمتمثلة بال نشرات والاتصالات الإستراتيجية، والعلاقات مع الجماهير، وكذلك علاقتها مع الإدارة، فهي تمثل عاملاً مهماً بين عدة عوامل تسهم في نجاحها، ولتحقيق تفاهمها مع جماهيرها، وربطها بمجتمعاتها، إذ يحدث دعم العلاقات العامة لفعالية الجامعات أثراً إيجابياً في اتجاهات وسلوك جماهيرها، ويحقق تلاحم تلك الجماهير وإستجابتها للجهود المبذولة. فمدير الجامعة أو الكلية هو في الأساس عنصر علاقات عامة فاعل، سواء قبل ذلك أم رفض، لوقوعه دائماً تحت مرأى عامة الجماهير. وعليه، فمن الضروري أن يكون ملماً بالعلاقات العامة وأهدافها وطبيعة عملها، ويرى أيضاً أنه قد لا يكون هناك وفاق دائم بين مسؤول العلاقات العامة ومدير الجامعة، إلا أن من الضروري أن يلتقي الاثنان لوضع خطط لتطوير المؤسسة من خلال الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة، حيث تهدف إلى توعية الناس بالجامعة، وتعريفهم بميزاتها وتخصصاتها، وتحفيز الطلبة على الالتحاق بها، وتشجيع أولياء الأمور لإختيار الجامعة لأبنائهم، وتعزيز سمعة الجامعة ومكانتها في المجتمع، وتعزيز انتماء منتسبي الجامعة لها، ويتمثل جمهور الجامعة بالجمهور الداخلي، ويشمل أساتذة الجامعة وموظفيها وطلبتها، وهم الذين يجب أن يمثلوا جامعتهم، ويعززوا مكانتها وسمعتها، وأن تكون علاقتهم بالجامعة علاقة انتماء ومحبة، وكذلك الجمهور الخارجي الذي يتمثل بالطلبة الذين يتوقع أن يتخرجوا في المدارس ويلتحقوا بالجامعة، بالإضافة إلى أولياء أمورهم الذين سيؤثرون في اختيارات أبنائهم للإلتحاق بالجامعة. ويشمل الجمهور الخارجي كذلك المؤسسات الحكومية ذات الصلة بالجامعة، والجامعات الأخرى العربية والأجنبية، ووسائل الإعلام، والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه الجامعة، والمؤسسات والشركات التي يتوقع أن يعمل بها خريجو الجامعة (دراغمة، 2011، ص 97-103).

ويضيف زويلف أن اختصاصات قسم العلاقات العامة في الجامعات تتمثل في تنسيق العلاقات بين الإدارات المختلفة في الجامعة لتحقيق الانسجام والتكامل، وتوثيق الصلات والعلاقات بين أفراد الإدارة في الجامعة من أكاديميين وإداريين، والعمل على توضيح سيرة الجامعة وأنظمتها للمجتمع (زويلف، 2015، ص160).

2.10.2 العلاقات العامة والتواصل مع أعضاء هيئة التدريس في الجامعات:

ويوضح رضوان (2013) بأن تواصل العلاقات العامة مع أعضاء الهيئة التدريسية يتم في أربع مراحل كما جاء بها Jackson وCenter:

- البداية: من خلال إعداد إعلانات التوظيف، ومقابلة المتقدمين للوظيفة الجدد، وإمدادهم بالكتيبات والمطويات التي تشرح طبيعة المؤسسة سياساتها وأهدافها والخدمات التي تمنحها للعاملين.
- خلال سنوات العمل: يحتاج العاملون إلى المعلومات بشكل دوري، وذلك من خلال إعداد المطبوعات ولوحات الإعلان، ووضع نظام لتقديم إقتراحاتهم، وأيضاً القيام بأبحاث من أجل التعرف على وجهات نظر العاملين في المؤسسة.
- المكافآت والتقدير: وذلك بالإعلان عن برامج المنح والجوائز، وحفلات المحالين للمعاش، وترقيات العاملين، والأجور والعلاوات والتقارير السنوية للعاملين.
- توقف العمل أو توقف المنظمة: التواصل أثناء الإضراب، أو عملية تسريح العاملين، أو أنباء عن مزايا التقاعد عن العمل (رضوان، 2013، ص83).

ويضيف رضوان (2013) المزيد من التوضيح لدور العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية كالتالي:

- القيام بإستقصاءات دورية تجري مع العاملين في المؤسسة، وتشمل قياس مدى رضاهم عن عملهم، وآرائهم في رؤسائهم، والعلاقات بزملائهم، وآرائهم بمكان العمل وظروفه، والخدمات المختلفة. فالعلاقات العامة تقوم بتجميع البيانات والمعلومات التي خرجت بها، وتحللها وتقدمها للإدارة العليا في المؤسسة بهدف الوقوف على أية ثغرات قد تتشكل وتتفاقم لتصبح أزمة كبيرة.

- عقد ندوات دورية بين الموظفين والإدارة لمناقشة الأمور المتعلقة بالمؤسسة وبالمهام التي يقومون بها، وطرح الآراء ووجهات النظر المختلفة، فتزداد إدارة المؤسسة علماً بأحوال الموظفين.

- تقديم معلومات كاملة وصادقة للعاملين عن المؤسسة حول كافة المجالات التي تتشغل بها.

- العمل على تكوين علاقات عمل طيبة بين العاملين فيما بينهم، لأن من شأنها أن تخفف من حدة الخلافات التي قد تنشأ بينهم، ومساعدتهم وتشجيعهم على تعزيز الألفة ومشاركة بعضهم البعض في مناسباتهم.

- تكوين علاقات طيبة بين العاملين والإدارة العليا، من خلال أخذ الإدارة بعين الاعتبار احتياجات واتجاهات العاملين عند إتخاذ القرارات، وكذلك إشراكهم في صنع القرار، أي إقامة اتصال ذي اتجاهين بين الإدارة والعاملين لتحقيق درجة عالية من التفاهم المشترك فيما بينهم وتشجيعهم في تطوير المؤسسة.

- تشكيل دورات تدريبية للعاملين الجدد تُوضح فيها أهداف المنشأة وسياساتها حتى يشعروا بأنهم أصبحوا جزءاً من المؤسسة.
- تخصيص صندوق خاص بالشكاوى والمقترحات، يضع فيه العاملون مقترحاتهم وشكاواهم.
- التصدي للمشكلات التي تواجه العاملين وتؤثر على كفاءتهم العملية، وإيجاد الحلول السريعة والمناسبة لها.
- التوسع في تقديم الخدمات المختلفة للعاملين: الصحية، والاجتماعية، والرياضية، والثقافية، الأمر الذي يُسهم في التكيف الإنساني بين المؤسسة وعاملها.
- مشاركة العاملين في مناسباتهم، كتقديم التهنئة في المناسبات الدينية والشخصية، وكذلك المواساة في حالات المرض والوفاة، مما يشعر الموظف بأنه جزء من المؤسسة، وبأنه وزملاؤه وإدارته أسرة واحدة، فيتفانى في خدمة المؤسسة بكل ما أوتي من قوة بكل رضى ومحبة (رضوان، 2013، ص85).

العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية

ورد في موقع جامعة النجاح الوطنية أن دائرة العلاقات العامة تُعد ركيزة أساسية في هيكليّة الجامعة، وهي الجهة التي تتولى خلق الصورة الجيدة والانطباع الإيجابي عن الجامعة وأهدافها وأنشطتها. فمن خلالها يتم التواصل مع مختلف المؤسسات المحلية والعربية والدولية، وتقوم بنقل صورة الجامعة واستراتيجيتها وأهدافها فكرياً وثقافياً وعلمياً عبر الرسائل المختلفة التي تتضمنها أنشطة الجامعة وفعاليتها. وتقوم الدائرة بتوظيف وسائل الإعلام كافة (المرئية، والمسموعة، والمكتوبة، ووسائل التواصل الاجتماعي) لخدمة أهداف الجامعة، كما تعمل على مد جسور التعاون مع المجتمعات والمؤسسات كل حسب اختصاصه. وتواصل الدائرة تطورها مع تطور الجامعة،

وتلعب، وما زالت، دوراً مهماً وأساسياً في تفعيل المناخ الأكاديمي والثقافي والاجتماعي والاقتصادي في الوطن. وتتمثل رؤية الدائرة في الحفاظ على صورة الجامعة وتطويرها بما يعكس إنجازات الجامعة ونجاحها في مجالات عملها من خلال التعرف على حاجات الجمهور الداخلي والخارجي وتطلعاته، وكسب ثقته وتأييده ودعمه. وتؤمن الدائرة بالجهود المدروسة الهادفة إلى تعزيز التواصل بين الجامعة ومحيطها، هذه الجهود القائمة على أسس علمية من البحث والدراسة والتحليل. وتقدم دائرة العلاقات العامة رسالتها إلى الجمهور لتنمية قناعاته وترسيخ ثقته برسالة الجامعة، فهي همزة الوصل بين الجامعة ومجتمعها الداخلي والخارجي، ويأتي ذلك من خلال جهودها المتنوعة في مجالات الصحافة، والإذاعة، والتلفاز، وشبكة المعلومات الإلكترونية، والإصدارات، والنشرات، وتنظيم المؤتمرات والندوات، والمعارض، والمحاضرات، وورش العمل، والأنشطة المتنوعة، سواء المنهجية أو اللامنهجية، فضلاً عن المشاركة في الفعاليات الثقافية والاجتماعية والعلمية والتعليمية على المستويات كافة، وتوطيد علاقات التعاون مع مؤسسات القطاع العام والخاص والأهلي للاستفادة من برامجها وتجاربها وخبراتها. كما تعمل الدائرة على ترسيخ العلاقات بين الجامعة وكوادرها المتمثلة بهيئاتها الأكاديمية والإدارية، بالإضافة إلى طلبتها، سواء أثناء الدراسة، أو بعد تخرجهم. وتتلخص أهداف العلاقات العامة ببناء سمعة طيبة للجامعة وفروعها ومكاتبها، وتعميق انتماء الطلبة لجامعتهم وحملهم على الافتخار والاعتزاز بها، وكذلك تعزيز ثقة الجمهور الداخلي (طلاب وعاملين) بالجامعة (موقع جامعة النجاح، <https://www.najah.edu/ar/about/nnu-offices/public-relations-department>)

العلاقات العامة في جامعة بيرزيت

ذكر موقع جامعة بيرزيت أن مكتب العلاقات العامة في الجامعة يعمل على متابعة مواصفات وتفاصيل العلامة التجارية الخاصة بالجامعة، ويضمن المكتب ضرورة اتباع هذه العلامة في كافة الاستخدامات والمنشورات الخاصة بالجامعة. ويعمل مكتب العلاقات العامة في هيكلية تتكون من ثلاث وحدات: وحدة الإعلام، ووحدة المعلومات والنشر، ووحدة الفعاليات والوفود، إلى جانب المدير، ومساعدة المدير والمحامي. ويقوم العمل على أساس التكامل في عمل الفريق، والاتصال والتواصل المباشر بين أعضائه للخروج بأفضل النتائج. ويرى مكتب العلاقات العامة والاتصال نفسه واجهة للجامعة داخلياً وخارجياً، ولا يتوانى عن رفد كل دوائر الجامعة الإدارية والأكاديمية، ومراكزها ومعاهدها، بما يعينها على إبراز أثرها في مجتمع الجامعة أولاً، وفي المجتمع المحلي ثانياً. ويؤدي المكتب مهامه كجزء من منظومة عمل إداري محترف يعتمد على التبادلية في المعلومات، بما يرتقي بسمعة جامعة بيرزيت وأثرها الممتد منذ عشرينيات القرن الماضي. وضبطاً للأداء والجودة، يضع مكتب العلاقات العامة والاتصال في جامعة بيرزيت دليل سياسات وإجراءات مكتب العلاقات العامة والاتصال: جامعة بيرزيت، ودليل سياسات النشر باللغة الإنجليزية. ويهتم مكتب العلاقات العامة والاتصال بتأدية عمل موسمي على شكل مطبوعات وإصدارات، منها مجلة الغدير التي أعيد بث الحياة فيها لتصدر مرتين في السنة. كما تُصدر التقرير السنوي الذي يتضمن جميع إنجازات الجامعة على صعيد التعليم والتعلم، والعلاقة مع المجتمع، ومشاريع الجامعة، خاصة الأبحاث الممولة، إلى جانب معلومات ثقافية وإحصائية وأرقام وحقائق. وتصدر أيضاً البروشور العام للجامعة الذي يشتمل معلومات عن الكليات والمعاهد والمراكز، ومطوية تحتوي على

معلومات عامة عن الجامعة موقع جامعة بيرزيت (<https://www.birzeit.edu/ar>)

2.11 المبحث الحادي عشر: الدراسات السابقة

بعد إطلاع الباحثة المعمق على دراسات سابقة عديدة، عربية وأجنبية، لم تجد دراسات في صلب هذا موضوع البحث حول دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي، وبالذات أعضاء الهيئة التدريسية، وإنما وجد تعدداً من الدراسات ذات الصلة بالموضوع نعرضها النحو التالي:

2.11.1 الدراسات العربية

دراسة عاصم الجانبي (2016) بعنوان: "دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتا الشرق الأوسط والبترا أنموذجاً" وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة بأبعادها المتمثلة بكل من: البعد المهني، والبعد الشخصي، والبعد المجتمعي، في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتا الشرق الأوسط والبترا أنموذجاً.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي، واستخدم الإستبانة كأداة لجمع المعلومات، وكانت عينة الدراسة قوامها (570) من كلا الأساتذة والطلبة الجامعيين في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا، حيث استردت إستبانات بواقع (546) استبانة.

وتوصل الباحث في دراسته إلى مجموعة من النتائج أهمها: التفاوت في طبيعة عمل كل من دائرتي العلاقات العامة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا بقيامهما بوظيفتيهما في استقطاب الأساتذة والطلبة تبعاً لأبعادها الوظيفية من وجهة نظر كل من الأساتذة والطلبة، وإسهام دائرتي العلاقات العامة في ابتكار سياسات ناجحة، وتقديم العروض والحوافز في استقطاب الأساتذة وتعيينهم في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا تبعاً لمتغيرات: العمر، والنوع، والرتبة العلمية،

وعدد سنوات الخبرة، وفي فاعلية دائرتي العلاقات العامة بتنسيق علاقات الهيئة التدريسية برئاسة كل من جامعتي الشرق الأوسط والبتراء تبعاً لمتغيرات: العمر، والنوع، والرتبة العلمية، وعدد سنوات الخبرة لأعضاء الهيئة التدريسية. وكذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كيفية تحقيق العلاقات العامة للسياسات التسويقية الناجحة تساهم في إستقطاب الطلبة في جامعتي الشرق الأوسط والبتراء تبعاً لمتغيرات: النوع، والعمر، والبرنامج الأكاديمي، وفي متابعة قسم العلاقات العامة للقضايا الإجتماعية للطلبة وزرع روح الولاء والانتماء في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبتراء تبعاً لمتغيرات: النوع، والعمر، والبرنامج الأكاديمي للطلبة.

وكان من أهم التوصيات: الاهتمام بالبعد المجتمعي للأساتذة الجامعيين من دوائر العلاقات العامة في الجامعات الاردنية الخاصة، وتعزيز دور دائرة العلاقات العامة في الجوانب المتعلقة بمتابعة القضايا الاجتماعية للطلبة، واتباع دائرة العلاقات العامة سياسات تسويقية ناجحة تهدف لاستقطاب الفئات المختلفة من الطلبة.

وتتفق دراسة الجانبي مع دراسة الباحثة بالدور الذي تقوم به العلاقات العامة في إستقطاب الأساتذة بكل من البعد المهني، والشخصي، والمجتمعي، وتتميز الباحثة بتخصيص البحث عن دور العلاقات العامة تجاه الهيئة التدريسية بعيداً عن جمهور الطلبة لنتناول موضوع البحث بطريقة أكثر عمقاً وتخصيصاً.

دراسة هدى غرسي (2014) بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية"

اعتمدت الباحثة على منهج المسح الشامل القائم على العلاقات العامة في جامعة العربي بن مهيدي، ولجمع معلومات أكثر عن الموضوع استعانت الباحثة بالملاحظة كأداة ثانوية، وبالاستبيان كأداة جمع بيانات أساسية.

هدفت الدراسة إلى إظهار أهمية العلاقات العامة في ظل المنافسة بين المؤسسات، والأعباء الإدارية، وتنظيم عملية الاتصال والتواصل بين المؤسسة وجمهورها؛ فدائرة العلاقات العامة بمختلف أنشطتها وبرامجها تشكل همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي.

وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج بناء على فرضيات الدراسة، ومن خلال الدراسات السابقة وهي كالتالي:

أكدت النتائج على قيام العلاقات العامة بتنظيم تظاهرات علمية وبصفة دائمة على مستوى الجامعة بنسبة 86.66%، وتبين أن الفرضية الثانية محققة، حيث اعتمدت العلاقات العامة على مختلف الوسائل الاتصالية الكتابية والشفهية وحتى الإلكترونية في توفير المعلومات اللازمة لجمهورها الداخلية حول كل النشاطات والتظاهرات العلمية المقامة داخل الجامعة. وارتكز استعمال الوسائل الكتابية على الملصقات بنسبة 68.54%. وتبين أن إدارة العلاقات العامة تسهم في تحسين الصورة الذهنية للجوازات في أذهان الجماهير. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بحثنا، والذي يوضح مدى مساهمة جهاز العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة (الجامعة) الخدمائية لدى الجمهور الداخلي.

وأوصت الدراسة بتحسين الصورة الذهنية للجامعة باعتبارها مؤسسة خدمتية، وإثارة اهتمام المسؤولين في الجامعة بأهمية العلاقات العامة، وإدراجها في الهيكل التنظيمي للجامعة بدل خلية الإعلام والاتصال، وذلك لمساهمتها الفعالة في تحسين الصورة الذهنية للجماهير الداخلية عن الجامعة. وترى الباحثة في دراسة غرسي عن دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمتية أن الجانب الذي ركزت عليه في إظهار أهمية العلاقات العامة هو كونها حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي، وهذا مهم لدراسة الباحثة كونها تتحدث عن دور العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي للجامعات، والممثلة بأعضاء الهيئة التدريسية، كونهم مرآة تعكس صورة المؤسسة التعليمية في المجتمع.

دراسة ورود شرباتي (2011) بعنوان: "واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية"

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال استمارة خاصة لدراسة مجتمع البحث المكون من 9 جامعات، حيث وزّعت الاستمارات باستخدام المسح الشامل على موظفي دوائر العلاقات العامة وموظفي الإدارة العليا. فقد تمّ توزيع 87 استمارة واسترداد 74 منها.

هدف البحث إلى التعرف على واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، الجامعات العاملة في الضفة الغربية، وذلك من خلال التعرف على دور دائرة العلاقات العامة في إجراء التنسيق اللازم مع جماهيرها المختلفة (المجتمع المحلي، المؤسسات المانحة، المؤسسات الأكاديمية، المجتمع الداخلي) إضافة إلى التعرف على الواقع الإداري والتنظيمي الذي يعمل به موظفو الدائرة.

وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن واقع إدارة العلاقات العامة بشكل عام مرض في الجامعات، حيث أن الدائرة تقوم بتنفيذ نشاطات مختلفة موجهة للمجتمع المحلي بصورة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.21، وتحافظ على تواصلها وعلاقتها مع المؤسسات الأكاديمية الأخرى بمتوسط حسابي 3.41، وبمتوسط حسابي 3.42 مع الجهات المانحة، إضافة إلى أن الدائرة تعمل ضمن ظروف إدارية وتنظيمية جيدة، وذلك بمتوسط حسابي 3.64. وأظهر البحث أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الموظفين نحو واقع إدارة العلاقات العامة تعزى إلى متغيرات: الجنس، والعمر، وسنوات الخبرة، في حين بيّن البحث وجود اختلافات في آراء العينة نحو الدائرة في التنسيق مع المجتمع المحلي، وذلك باختلاف المؤهل العلمي وعدد الدورات التدريبية.

وعلى ضوء النتائج، أوصت الباحثة بضرورة رفد دوائر العلاقات العامة بالموارد البشرية المؤهلة، وتوفير كافة الإمكانيات الداعمة لأداء عملها، والعمل على تحديد الاحتياجات التدريبية وتوفيرها للموظفين الحاليين، وأخيراً ضرورة طرح برنامج أكاديمي متخصص في العلاقات العامة للإيفاء باحتياجات المجتمع المحلي وتوفير خريجين مؤهلين.

دراسة محمد المشهداني (2012) بعنوان: "العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة"
اعتمد الباحث على منهج المسح بوصفه أنسب المناهج العلمية لتحقيق أهداف البحث. وحدد الباحث مجتمع الدراسة في جامعتي المستنصرية، والعراقية في مدينة بغداد (المركز).

هدفت الدراسة للكشف عن دور العلاقات العامة في خلق حالة التواصل مع جمهورها، ووصف الدور الذي تضطلع به هذه الأقسام، ومدى تحقيق الأهداف المرجوة منها، والتعرف على خبرة منتسبي هذه الأقسام وكفاءتهم في تنفيذ الخطط الموضوعية من قبل هذه الأقسام، وهل تنطبق عليها

المعايير العلمية، وتحديد دور النشاط الإتصالي لهذه الأقسام، وكذلك تحديد صفات ومؤهلات العاملين في هذه الأقسام.

وأوضحت نتائج البحث دور وأهمية الصفات والمؤهلات الشخصية التي يجب توافرها في العاملين في أقسام العلاقات العامة لأجل تحقيق أهداف المؤسسة الجامعية، حيث بلغت نسبتهم (42.5%) مبحوثاً. كما أظهرت نتائج البحث استخدام الانترنت في عمل أقسام العلاقات العامة اليومي في الجامعة، إذ جاء بشكل كبير جداً بنسبة بلغت (42.5%) مبحوثاً، وهذا مؤشر إيجابي كون تلك الأقسام تواكب التطور العلمي والتكنولوجي، ولا سيما أنها إحدى المفاصل الحيوية التي تعمل ضمن مؤسسة أكاديمية أساس عملها هو تطوير المستوى العلمي ومواكبة التطور في العلوم كافة.

وتمثلت أهم التوصيات بضرورة الاهتمام بأقسام العلاقات العامة الجامعية، ومشاركتهم بدورات تطويرية لكسب خبرة من أصحاب التخصص والكفاءة في مجال العلاقات العامة الجامعية، فضلاً عن التركيز على التخصص والكفاءة في مجال العلاقات العامة الجامعية، والاهتمام ببرامج العلاقات العامة من أجل بناء منظومة مهنية وقاعدة واسعة لأنشطة العلاقات العامة، بغية استقطاب كفاءات علمية في العلوم كافة.

دراسة ساعد كريمة (2011) بعنوان: "العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية: جامعة منتوري قسنطينة أنموذجاً"

اعتمدت الباحثة في دراستها على استخدام المنهج الوصفي، وهو الأنسب لوصف العلاقات العامة في الجامعة، ومعرفة الوظائف والصلاحيات الموكلة لها. واستخدمت الباحثة الملاحظة والاستبانة في عملية جمع البيانات، وتم توزيع الاستبانة على عينة مكونة من جميع العاملين في نيابة مديرية

الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية، والبالغ 38 مفردة موزعة على الجامعة المركزية لجامعة منتوري قسنطينة.

هدفت الدراسة إلى رصد ممارسة العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية، وبالأخص جامعة منتوري قسنطينة، ومعرفة مكانة مصلحة العلاقات العامة وموقعها في الهيكل التنظيمي للجامعة، والكشف عن كيفية عمل مصلحة العلاقات العامة، ومعرفة الوسائل الاتصالية المعتمدة عليها في الجامعة، والتعرف على أهم الوظائف والصلاحيات الموكلة لمصلحة العلاقات العامة في الجامعة.

وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن العلاقات العامة تعتبر وظيفة إدارية لها مكانة مهمة داخل الجامعة، حيث تتمتع بصلاحيات تقوم بها لتحقيق أهدافها. فهي تمارس وظائفها كمصلحة قائمة بذاتها، مثلها مثل باقي المصالح والإدارات الموجودة في الجامعة.

وتمثلت التوصيات بضرورة إنشاء مصلحة تحمل إسم مصلحة العلاقات العامة والتعريف بها ووظائفها التي تقوم بها في الجامعات الجزائرية، وتقديم الدعم اللازم لمصلحة العلاقات العامة لكي تقوم بدورها في تحقيق أهداف المؤسسات الجامعية، وذلك بتوفير الإمكانيات المادية والبشرية لتفعيل نشاطها. وكذلك تشجيع التفاعل والتعاون بين مصالح العلاقات العامة في الجامعات وبين المصالح الأخرى الموجودة فيها، والأخذ بعين الاعتبار الأطراف التي تستفيد من عمل العلاقات العامة في الجامعات، سواء الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي.

دراسة شذا أبو سليم (2006) بعنوان "مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين، والتعرف على الفروق في دراسة مدى تحقيق إدارة

العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية وفقاً لمتغير: الجنس، والمؤهل العلمي، ومجال العمل، وسنوات الخبرة، والكلية. وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في ثلاث كليات تقنية هي: كلية العلوم والتكنولوجيا -خانيونس، كلية فلسطين التقنية- دير البلح ، وكلية مجتمع العلوم المهنية والتطبيقية - غزة للعام الدراسي (2005/2006).

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج الدراسة، واستخدم الاستبانة كأداة للدراسة، طُبقت على عينة عشوائية طبقية مقدارها (143) موظفاً وموظفة، من مجتمع الدراسة المكون من (476) موظف وموظفة.

وقد خُلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها أن إدارة العلاقات العامة تعمل على تعزيز انتماء العاملين في الكلية بدرجة متوسطة، وأن إدارة العلاقات العامة في الكليات التقنية ذات جهات الإشراف العامة والخاصة متقدمة بشكل أفضل عنها في الكليات التقنية ذات الإشراف الحكومي، وأما اختبار الفرضيات فقد أظهرت أن إدارة العلاقات العامة في الكليات التقنية تحقق بعض أهدافها، وتتجاهل أهدافاً أخرى.

ومن أهم توصيات الدراسة: ضرورة العمل على تطوير إدارة العلاقات العامة في الكليات التقنية، وضرورة تكثيف الدورات التدريبية للأفراد العاملين في إدارة العلاقات العامة، ودعم الإدارة العليا لإدارة العلاقات العامة في تنفيذ برامجها وأنشطتها في الكلية.

2.11.2 الدراسات الأجنبية

دراسة (METHAWEE KAEOSANIT، 2015) بعنوان "العلاقات العامة واستراتيجياتها في بناء الترابط بين الجامعة والمجتمع"

اعتمد الباحث المنهج الوصفي في دراسته، وأخذ عينة من قسم العلاقات العامة في خمس من جامعات جنوب راجابات في تايلند، وعرض عليهم استبانة فيها العديد من الأسئلة حول المشاكل التي يواجهونها.

وهدفت الدراسة إلى إثبات أهمية توفر قسم للعلاقات العامة في الجامعة، وفحص مستوى العلاقة بين الجامعة والمجتمع لتحديد دور أقسام العلاقات العامة في تلك الجامعات، ودراسة مدى فاعلية استراتيجيات العلاقات العامة في تأثيرها على المجتمع، والوسائل التي يستخدمونها في عملهم، وأفضل الاستراتيجيات فعالية لربط المجتمع والجامعة معاً.

وأظهرت النتائج أنه من المهم جداً عمل قسم للعلاقات العامة في كل جامعة نظراً لدورها الفعال في بناء علاقة مترابطة بين الجامعة والمجتمع الخارجي واستخدام أفضل الاستراتيجيات لتحسين عمل هذا القسم.

دراسة (Lane، 2012) بعنوان "الملاءمة الوصفية لنظريات جروينج وهانت حول ممارسات العلاقات العامة لدى طلاب التعليم العالي بجنوب شرق كوينزلاند"

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مدى الملاءمة والترابط بين نظريات كلٍّ من جروينج وهانت حول ممارسات العلاقات العامة لدى طلبة التعليم العالي بجنوب شرق كوينزلاند. وركزت بشكل خاص على نموذج متماثل في اتجاهين في هذا السياق المرتبط بالعلاقات العامة. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية إلى تهتم بالحدود الجغرافية، وتقدم تحليلاً وصفيًا لمنطقة معينة فيما يرتبط

بموضوع العلاقات العامة في المدارس الأسترالية، وبالتالي تكون مفيدة في تحديد القواعد المختلفة لمزيد من الدراسة والنقاش. لذا، أكدت من هذه الدراسة على تحديد نظريات جروينج وهانت باعتبارهم أفضل النماذج لوصف ممارسة العلاقات العامة في المدارس في جنوب شرق كوينزلاند. وترى الباحثة تقارب ما بين هذه الدراسة ودراستنا الحالية، حيث تعالجان دور العلاقات العامة لتحقيق أهدافها في الجامعات، إلا أن دراستنا الحالية تركز على دور العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية.

دراسة (Gupta; Chandni.2010) بعنوان "ممارسة العلاقات العامة في المجتمع العالمي خلال القرن الحادي والعشرين: مقارنة بين ممارسات الشباب للعلاقات العامة والثقافة في ثلاث مناطق حول العالم"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ممارسة العلاقات العامة في المجتمع العالمي خلال القرن الواحد والعشرين، وذلك من خلال إجراء بعض المقارنات بين ممارسات الشباب للعلاقات العامة والثقافية، وكذلك الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في التأثير على المراهقين من النواحي الاجتماعية والثقافية. وتعد هذه الدراسة محاولة لتطبيق دور العلاقات العامة القائم على النماذج والنظريات الغربية المتنوعة، بغض النظر عن البيئة المحيطة بها، والممارسين في جميع أنحاء العالم. وتوضح الأبعاد الثقافية والآثار المترتبة على اعتماد النماذج الغربية للعلاقات العامة، ومناقشة تلك الممارسة الخاصة بالعلاقات العامة. وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من الشباب في ثلاث مناطق مختلفة في أوروبا، واستخدم الاستبيان والمقابلات كأدوات لجمع البيانات الخاصة بالدراسة. وأشارت نتائج الدراسة إلى مدى تأثير العلاقات العامة على الشباب والمراهقين في ضوء الأبعاد والعوامل الثقافية، والتأكيد على الجانب والمفهوم الفردي في تطبيق وممارسة العلاقات العامة.

وترى الباحثة أن هناك اختلافاً بين هذه الدراسة ودراستنا الحالية، حيث ركزت هذه الدراسة على إجراء بعض المقارنات بين ممارسات الشباب للعلاقات العامة والثقافية، والدور الذي تلعبه ممارسة العلاقات العامة في التأثير على المراهقين، في حين ركزت دراستنا الحالية على دور العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية.

دراسة (Bobbitt. 2005) بعنوان: "مدى جاهزية المسؤولين في دوائر العلاقات الخارجية في الجامعة لأي طارئ"

هدفت الدراسة إلى الوقوف على مدى جاهزية المسؤولين في مواجهة التحديات الطارئة التي تواجه الجامعات، ومنها حالات رفع الرسوم والشغب الطلابي، وانتشار المخدرات والمشروبات الكحولية، وخلصت الدراسة إلى أنه لا بد من وضع خطط ودون أي تردد حال حدوث الحرائق جاهزة لمواجهة مثل هذه الحالات، تستخدم فوراً أو السرقات الكبرى. ونوهت الدراسة إلى أن على مسؤولي العلاقات الخارجية أن يسعوا إلى وضع خطط تكون جاهزة للاستخدام دون الانتظار لتوجيهات أو تعليمات تصدر من قبل الإدارة العليا، حيث يتم الاتفاق على الصلاحيات التي تمنح لهم في مثل هذه الحالات بشكل مسبق.

دراسة (Mclenghan. 2006) بعنوان: "إداريو العلاقات العامة في الجامعات يسوقون منتجاتهم بمصادر مالية قليلة"

هدفت إلى الوقوف على مدى الميزانيات المالية المتوافرة لإدارتي العلاقات العامة في (300) جامعة في الولايات الشرقية والشمالية الشرقية، والغربية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتبين للباحث أن الجامعات تواجه صعوبات في ميول وآراء ميزانيات مناسبة لأنشطة العلاقات العامة، إذ وجد أن متطلبات العمل في مكاتب العلاقات العامة كانت دائماً أكبر من المصادر المالية والإمكانات البشرية المتوافرة.

دراسة (Phongphat Anumatratchakit .2002) بعنوان "مفاهيم رؤساء الجامعات وموظفي العلاقات العامة تجاه عمل موظف العلاقات العامة ومسؤولياته في الجامعة الخاصة في تايلاند"

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكانت عينة الدراسة مكونة من أربعين رئيس جامعة وأربعين موظفاً في العلاقات العامة في الجامعات الخاصة في تايلاند.

وسعت الدراسة للتعرف على مسؤوليات موظف العلاقات العامة ومهامه والمهارات التي يجب أن تتوفر فيه من وجهة نظر كل من رؤساء الجامعات وموظفي العلاقات العامة.

وأظهرت نتائج الدراسة بأن هناك تداخلاً بين مفاهيم رؤساء الجامعات ومفاهيم موظفي العلاقات العامة في موضوعات مختلفة، كعلاقة المؤسسة بالمجتمع وعلاقة المؤسسة بالصحافة، وتقديم النصح لإدارة الجامعة ولموظفي الجامعة، والمشاركة في إدارة الأزمات، وفي تطوير خطتها. وتوقع رؤساء الجامعات أن تقدم العلاقات العامة أنشطة مهمة أكثر من التي تقوم بها حالياً، ولكنها لا تفعل. واتفق الفريقان على أهمية المهارة لموظف العلاقات العامة في المجالات الفنية والإدارية والمهارات المهنية، وبيّنت أن أكثر أنشطة العلاقات العامة في الجامعات تتركز على المنشورات ومتابعة بعض الأنشطة والصحافة الإلكترونية.

وأوصى الباحث بوضع تصور لوصف وظيفي لموظفي العلاقات العامة بناء على مفاهيم رؤساء الجامعات، وموظفي العلاقات العامة، يبين المسؤوليات والمهارات والأنشطة التي يؤدي تنفيذها إلى علاقات عامة فاعلة.

2.11.3 التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراضنا للدراسات السابقة والمتوفرة لدينا حول موضوع الدراسة نستنتج بأن معظمها تحدثت عن العلاقات العامة، ولكن نجد أن أغلب الدراسات السابقة تعد قديمة نوعاً ما، فقد حاولنا قدر المستطاع أن نسلط الضوء على العلاقات العامة في الجامعات، والتي تمثل مجتمعاً مشابهاً لمجتمع الدراسة الحالي، حيث أن الدراسات الحديثة تناولت مجتمعات وعينات مختلفة تتمثل بالمؤسسات العامة والخاصة، ومن خلال ما سبق من دراسات يتضح لنا التالي:

أولاً: أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة:

من حيث الهدف: اتفقت الدراسات السابقة على هدف مشترك وهو العلاقات العامة في الجامعات بإستثناء دراسة (Jennifer، Chandni; Bartlett،Gupta .2010)، ودراسة (المشهداني،2012) حيث هدفت هذه الدراسات للتعرف على ممارسة العلاقات العامة في المجتمع العالمي خلال القرن الواحد والعشرين، وذلك من خلال إجراء بعض المقارنات بين ممارسات الشباب للعلاقات العامة والثقافية، وكذلك الدور الذي تلعبه ممارسة العلاقات العامة في التأثير على المراهقين من النواحي الاجتماعية والثقافية، ومنها ما هدف للكشف عن دور العلاقات العامة في خلق حالة التواصل لدى جمهورها، وبين هذه المؤسسات الجامعية ووصف الدور الذي تضطلع به هذه الأقسام ومدى تحقيق الأهداف المرجوة منها، والتعرف على خبرات وكفاءات منتسبي هذه الأقسام في تنفيذ الخطط الموضوعة من قبل هذه الأقسام. واتفقت الدراسات السابقة في عينتها، حيث تطبق الدراسة على عينة من موظفي الجامعات، ولكن اختلفت من حيث مجتمع الدراسة حيث طبقت على جامعة النجاح وبيبريت.

من حيث الأداة: وكذلك اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية باستخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات.

من حيث المنهج: وقد وظفت أغلب الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي، باستثناء دراسة (Thomas Edward Grier .2001) ودراسة (Nicholas Kipkorir .1997) فقد استخدمتا المنهج النوعي.

ثانيا: الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية:

ومن خلال استعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيس وهدفها العام إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة وهي:

- 1- تضمنت هذه الدراسة ربط المشكلة البحثية بالمتغيرات المعاصرة، كونها تمس مؤسسات تربوية مهمة في الضفة الغربية، وجاءت هذه الدراسة لتبحث في العلاقة الوطيدة بين العلاقات العامة والتواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة النجاح وبيبرزيت، وذلك للتعرف على دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية هاتين الجامعتين، وقد اقتصرت هذه الدراسة على عينة واحدة فقط، والمتمثلة بأعضاء الهيئة التدريسية في الجامعتين المذكورتين. وقد استخدمت أداة الاستبانة من أجل جمع البيانات بدقة وشمولية أكبر، ومما سبق، يتضح أن هذه الدراسة عالجت فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقها لموضوع مدى دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية في جامعتي النجاح الوطنية وبيبرزيت، واشتمال عينتها على أعضاء الهيئة التدريسية، واستخدامها لأداة الاستبانة، واستنادها إلى المنهج الوصفي التحليلي.

ثالثاً: جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

ومما لا شك فيه أن الدراسة الحالية أستفادت كثيراً مما سبقها من دراسات، حيث حاولت أن توظف كثيراً من الجهود السابقة للوصول إلى تشخيص دقيق للمشكلة ومعالجتها بشكل شمولي. ومن جوانب الاستفادة العلمية للدراسات السابقة ما يلي:

1- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة دقيقة للعنوان البحثي الموسوم بـ"دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروزيت أنموذجاً".

2- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول للمنهج الملائم لهذه الدراسة، وهو المنهج الوصفي التحليلي.

3- استفادت الدراسة الحالية من دراسة عاصم الجاني (2016) ودراسة ساعد كريمة (2011_2012) في صياغة أدوات الدراسة وهي أداة الاستبانة.

وتتميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة على المستوى المحلي من حيث تناولها لقطاع التعليم العالي خصوصاً، حيث أنها الأولى من نوعها على المستوى المحلي حسب علم الباحثة، والتي تكشف دور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة النجاح الوطنية وبيروزيت.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

الطريقة والإجراءات

يتضمن هذا الفصل على كل من منهج الدراسة ومجتمعها وعينتها، وكيفية بناء أداة الدراسة والتحقق من صدقها وثباتها، كما يتضمن إجراءات الدراسة والمعالجة الإحصائية التي استخدمت في استخلاص نتائج الدراسة وتحليلها.

3.1 منهجية الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الكمي والنوعي (الكيفي) منهجاً للدراسة، لملاءمته لهذه الدراسة وأهدافها، حيث أن المنهج الوصفي التحليلي يقوم على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها بشكل دقيق، ويعبر عنها تعبيراً كمياً، والنوعي تعبيراً كيفياً. فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة، ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى (حريزي وغربي، 2013).

3.2 أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، طورت أداة الدراسة بعد الاطلاع على الأدب التربوي لدور دوائر العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية.

3.2.1 الاستبانة

ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة ببناء أداة الدراسة (الاستبانة) بعد الاطلاع على الأدب التربوي، وتطوير الأداة بما يتلاءم مع البيئة الفلسطينية، وصيغت جميع فقرات هذا المقياس بالاتجاه الإيجابي. وقد تم استخدام مقياس Likert الخماسي لفقرات الدراسة والتي وقعت في خمس مستويات هي (موافق بشدة 5 نقاط، موافق 4 نقاط، محايد 3 نقاط، غير موافق 2 نقطة، غير موافق بشدة نقطة واحدة) وتوزعت فقرات الأداة على 6 مجالات كالآتي:

1. مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة: ويضم (10) فقرات.
2. مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة: ويضم (8) فقرات.
4. مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة: ويضم (7) فقرات.
5. مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال: يضم (7) فقرات.
6. مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة: ويضم (8) فقرات.
7. مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية: يضم (13) فقرة.

3.2.2 المقابلة

حيث تم إجراء مقابلات بواقع ثلاثة عشر مقابلة تحتوي على (6) أسئلة كانت موجهة للأشخاص المعنيين (أعضاء هيئة التدريس في الجامعتين: جامعة النجاح الوطنية، وجامعة بيرزيت) للإجابة عليها الملحق د، وتم استخدام أداة المقابلة وذلك لقياس وجهة نظر المبحوثين مقارنة بنتائج أداة الدراسة الإستبيان، كون نتائج الاستبيان كانت مرتفعة جداً، تم التوجه إلى المقابلة من أجل إزالة هذا البس، حيث تم إختيار ثلاثة عشر عضو هيئة تدريس من جميع الكليات وكان معيار الإختيار بأن يتجاوز الخامسة والأربعين من العمر وسنوات الخبرة أكثر من عشر سنوات.

3.3 مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة النجاح الوطنية والبالغ عددهم (1667) عضو هيئة تدريس، و(950) عضو هيئة تدريس في جامعة بيرزيت، وذلك حسب الدليل الإحصائي السنوي لمؤسسات التعليم العالي الفلسطينية (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2020).

3.4 العينة

عينة استطلاعية:

لجأت الباحثة إلى استخدام العينة الاستطلاعية من داخل المجتمع، من خارج عينة الدراسة؛ وذلك من أجل التأكد من صدق الأداة قبل توزيعها على عينة الدراسة، إذ بلغ حجم العينة (20) عضو هيئة تدريس، وذلك من أجل التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة.

جدول 3.1

ثبات الأداة للعينات الاستطلاعية

الرقم	المجال	عدد البنود	معامل كرونباخ	الدلالة
1	مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	10	0.75	0.00
2	مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	8	0.83	0.00
3	مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	7	0.77	0.00
4	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل والاتصال	7	0.74	0.00
5	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	8	0.71	0.00
6	مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	13	0.86	0.00
	الدرجة الكلية	53	0.94	0.00

حيث يلاحظ مما سبق أن الأداة التي تتمتع بها العينة الاستطلاعية بثبات مناسب، ومن الخطوات التي تم بها أخذ العينة الاستطلاعية:

- التعرف على أفراد عينة الدراسة وهم من أعضاء هيئة التدريس في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت
- تم الحصول على آلية التواصل مع هؤلاء أعضاء هيئة التدريس.
- تم الاتصال مع أفراد عينة الدراسة وإعلامهم بفكرة الدراسة وهدفها وأخذ موافقتهم على المشاركة.

- تم توزيع الاستبانة المصممة لغرض البحث على جميع الأفراد الذين أبدوا موافقتهم والبالغ عددهم (20) عضو هيئة تدريس.
- بعد جمع الاستبانات من أعضاء هيئة التدريس في جامعتي النجاح الوطنية وبييرزيت المذكورة أعلاه تم جمع (20) استبانة.
- العينة بصورتها النهائية قد بلغت (20) عضو هيئة تدريس.

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (335) عضو هيئة تدريس في كل من جامعتي النجاح الوطنية وبييرزيت، واختير حجم عينة الدراسة باستخدام معادلة (روبيرت ماسون)، وفقاً للأساليب والخطوات الإحصائية في اختيار العينة الاحتمالية. وقد استخدم برنامج (EXCEL) في احتساب عدد أفراد عينة الدراسة، بحيث شكلت ما نسبته 13% من مجتمع الدراسة. واعتمدت طبقة الجامعة (جامعة النجاح الوطنية، جامعة بيرزيت) في توزيع عينة الدراسة، والتي وزعت بشكل عشوائي على أعضاء هيئة التدريس في كلا الجامعتين، حيث كان نوع العينة عينة عشوائية بسيطة الجدول (3.2) يبين عدد أفراد مجتمع الدراسة والعينة والنسبة المئوية للعينة حسب متغير الجامعة.

جدول 3.2

توزيع مجتمع الدراسة وعينتها والنسبة المئوية لأعضاء هيئة التدريس حسب الجامعة

الجامعة	المجتمع	العينة	النسبة المئوية
النجاح الوطنية	1667	213	64%
بييرزيت	950	122	36%
المجموع	2617	335	100%

يتبين من خلال الجدول (3.2) أن (64%) من عينة الدراسة أعضاء هيئة تدريس يعملون في جامعة النجاح الوطنية، وأن (36%) من عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس العاملين في جامعة بيرزيت.

وفيما يلي وصف لعينة الدراسة حسب البيانات الشخصية لأعضاء هيئة التدريس في جامعة النجاح الوطنية وبيرزيت، علماً بأنه استردت (335) استبانة، وجميعها صالحة للتحليل الإحصائي.

أولاً: البيانات الشخصية:

جدول 3.3

توزيع عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية

المتغيرات الديمغرافية	المستوى	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	219	65
	أنثى	116	35
مكان الإقامة	مدينة	201	60
	قرية	105	31
	مخيم	29	9
العمر	أقل من 25 سنة	12	4
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	47
	45 سنة فأكثر	164	49
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	75	22
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	131	39
	10 سنوات فأكثر	129	39

يتبين من خلال الجدول (3.2) أن (65%) من عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة النجاح الوطنية وبيرويت هم من الذكور، (60%) منهم يقيمون في المدينة، (31%) يقيمون في القرية، (49%) من أعضاء هيئة التدريس بلغت أعمارهم 45 سنة فأكثر، و(47%) منهم تراوحت أعمارهم ما بين 25-39 إلى أقل من 45 سنة، (39%) من أعضاء هيئة التدريس في كلا الجامعتين لديهم سنوات خبرة تتراوح من 5 إلى أقل من 10 سنوات و 10 سنوات فأكثر.

3.5 صدق الأداة

جرى قياس صدق الأداة كآتي:

الصدق الظاهري

1- **صدق المحكمين (الصدق الظاهري):** تم عرض أداة الدراسة مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (8) من المختصين في موضوع البحث. وذلك لمعرفة آرائهم حول فقرات الأداة ومدى وضوحها وقدرتها على قياس أهداف الدراسة. هذا بالإضافة إلى معرفة صحة الفقرات من ناحية سلامة صياغتها وملاءمتها للغرض الذي وضعت من أجله، وقد تم العمل على تعديل بعض الفقرات وحذف أخرى وإضافة فقرات لم تكن موجودة، واتفق المحكمون ملحق ج، على (85%) مما جاء في فقرات الأداة.

2- **الصدق بطريقة البناء الداخلي:** لفحص صدق البناء الداخلي لأداة الدراسة تم استخدام

معامل ارتباط بيرسون لفقرات الاستبانة مع الدرجة الكلية للمجال المتعلقة به، كما يتضح من

الجدولين (3.3).

جدول 3.4

قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمجال المرتبطة به

رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
1	0.78**	19	.86**	37	.87**
2	0.80**	20	.82**	38	.83**
3	0.77**	21	.86**	39	.87**
4	0.81**	22	.82**	40	.88**
5	0.83**	23	.77**	41	.81**
6	0.80**	24	.83**	42	.84**
7	0.82**	25	.89**	43	.84**
8	0.80**	26	.87**	44	.82**
9	0.82**	27	.84**	45	.86**
10	0.84**	28	.85**	46	.82**
11	0.87**	29	.87**	47	.92**
12	.86**	30	.90**	48	.88**
13	.88**	31	.86**	49	0.77**
14	.86**	32	.81**	50	0.65**
15	.86**	33	.85**	51	0.78**
16	.83**	34	.88**	52	0.83**
17	.83**	35	.88**	53	0.80**
18	.85**	36	.86**		

يتضح من الجدول (3.3) أن معامل الارتباط للفقرات التابعة لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: "جامعة النجاح الوطنية و بيرزيت أنموذجاً تراوح ما بين (0.65) و(0.90) وأن جميع الفقرات دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، مما يعني أن فقرات الأداة ترتبط بموضوع الدراسة، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من انسجام الفقرات مع مجالاتها وكذلك الصدق الداخلي للاستبانة.

3.5.1 ثبات أداة الدراسة:

يقصد بثبات الأداة إمكانية الحصول على نفس النتائج في حال تم استخدام نفس الأداة مرة ثانية وللتحقق من ثبات أداة الدراسة، ومن أجل التأكد من ذلك تم حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا وذلك حسب مجالات الدراسة والدرجة الكلية لجميع الفقرات كما يوضحه الجدولين (3.5).

جدول رقم 3.5

معامل ثبات كرونباخ ألفا حسب مجالات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية والدرجة الكلية لفقرات الأداة

الرقم	المجال	عدد البنود	معامل كرونباخ ألفا (α)	الدلالة
1	مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	10	0.94	0.00
2	مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	8	0.97	0.00
3	مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	7	0.95	0.00
4	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل والاتصال	7	0.97	0.00
5	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	8	0.95	0.00
6	مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	13	0.97	0.00
	الدرجة الكلية	53	0.98	0.00

يتضح من خلال الجدول السابق أن معامل كرونباخ ألفا الكلي لفقرات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية بلغ 0.98، كما تراوح ما بين (0.94-0.97) للمجالات وجميع هذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01، وهذا يؤكد

ثبات مقياس الأداة المستخدمة لمعرفة دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية.

3.6 متغيرات الدراسة

أولاً- المتغيرات المستقلة:

- 1- النوع وله مستويان: ذكر، أنثى
- 2- مكان الإقامة: وله ثلاثة مستويات: مدينة، قرية، مخيم.
- 3- العمر: وله ثلاثة مستويات: أقل من 25 سنة، من 25- أقل من 45 سنة، 45 سنة فأكثر.
- 4- سنوات الخبرة: وله ثلاثة مستويات: أقل من 5 سنوات، من 5- أقل من 10 سنوات، 10 سنوات فأكثر.
- 5- الجامعة: وله مستويان: جامعة النجاح الوطنية، جامعة بيرزيت.

ثانياً- المتغيرات التابعة:

دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية.

3.7 إجراءات تنفيذ الدراسة

نُفذت الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. جمعت البيانات الثانوية من خلال مراجعة الدراسات السابقة والنشرات التي تتعلق بموضوع الدراسة.

2. بعد الانتهاء من مراجعة أداة الدراسة، والتأكد من صدقها، وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين من المتخصصين في مجال الدراسة. قام المحكمون بإضافة وتعديل وحذف مجموعة من فقرات أداة الدراسة.
3. أُعدت أداة الدراسة بالصورة النهائية بعد تعديلها بناءً على ملاحظات المحكمين.
4. بسبب الأوضاع الصحية التي تمر بها فلسطين، صممت استبانة الكترونية تمثل فقرات أداة الدراسة، ووزع الرابط على عينة الدراسة.
5. استردت (325) استبانة الكترونياً واعتمدت جميعاً بعد تدقيقها إلكترونياً وتبين أنها جميعها قابلة للتحليل.
6. عولج الملف المستلم إلكترونياً بحيث حول من (Excel sheet) إلى ملف (SPSS25)، حتى كان جاهزاً للتحليل والإجابة على أسئلة الدراسة وفحص فرضياتها.
7. نوقشت النتائج وفسرت وصولاً إلى التوصيات.

3.8 المعالجات الإحصائية

استخدم البرنامج الإحصائي (SPSS25) الذي من خلاله استخدمت مجموعة من التحليلات الإحصائية الآتية:

1. التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديمغرافية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الأداة.
2. استخدم اختبار (ت) (Independent Sample t-test) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية، وذلك حسب المتغير المستقل ذي المستويين مثل النوع.

3. استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية حسب المتغير المستقل ذي ثلاث المستويات فأكثر، مثال ذلك المؤهل العلمي.

4. استخدم اختباراً لفرق الإحصائي اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمعرفة دلالة الفروق للمتغيرات المستقلة التي تزيد مستويات متغيراتها عن متغيرين.

5. استخدم معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation) لمعرفة دلالة العلاقة بين الفقرات والدرجة الكلية للمجال التابعة له.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل عرضاً للبيانات الإحصائية الكمية التي أدخلت باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS25)، وجمعت عبر أداة الدراسة المتمثلة بتحليل "دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية. وتبعاً للمتغيرات الديمغرافية: "النوع، مكان الإقامة، العمر، سنوات الخبرة، الجامعة". أجاب البحث عن أسئلة الدراسة وفحص الفرضيات التي انبثقت عنها، وذلك لاستخلاص نتائج الدراسة.

4.1 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

4.1.1 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

ما دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية ؟

للإجابة عن السؤال الأول، استُخدمت المتوسطات الحسابية لكل مجال، وعلى الدرجة الكلية عند العينة، ومن أجل تفسير النتائج اعتمدت المتوسطات الحسابية الموزونة الآتية المعتمدة إحصائياً والخاصة بالاستجابة على الفقرات كالاتي:

– (من 1- أقل من 1.8) مستوى منخفض جداً.

– (من 1.8- أقل من 2.6) مستوى منخفض.

– (من 2.6 – أقل من 3.4) مستوى متوسط

– (من 3.4 – أقل من 4.2) مستوى مرتفع.

– (4.2 فأعلى) مستوى مرتفع جداً.

وحُسبت الفترات الخاصة بدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية عن طريق قسمة المدى $(5-1=4)$ على عدد الفترات (5)، واستخرجت طول الفئة (0.8)، لذلك نجد أن الفئة الأولى (1-1.8) بإضافة (0.8) الى الحد الأدنى (1)، ويمكن استخراج باقي الفئات بنفس الطريقة. الجدول (4.1)، في صفحة الملاحق رقم 151 يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجالات والدرجة الكلية لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيرزيت أنموذجاً.

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.1) أن دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية "جامعة النجاح الوطنية وبييرزيت أنموذجاً" جاء مرتفع جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.39) توزع على جامعة النجاح وبلغ (4.35) أما جامعة بييرزيت فقد حصلت على متوسط حسابي بلغ (4.46). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (1.4) أن مجال "مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة" حصل على أعلى المتوسطات الحسابية، وبلغ (4.49) وبمستوى مرتفع جداً، توزع على جامعة النجاح وبلغ (4.48) أما جامعة بييرزيت فقد حصلت على متوسط حسابي بلغ (4.52). أما مجال "مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة"، فقد حصل على أقل المجالات (متوسطاً حسابياً)؛ وبلغ (4.28)، وانحراف معياري (0.56)، ومستوى مرتفع جداً، توزع على جامعة النجاح وبلغ (4.25) أما جامعة بييرزيت فقد حصلت على متوسط حسابي بلغ (4.33).

على ضوء ذلك لاحظت الباحثة بأن لدائرة العلاقات العامة دور واقع وملحوس، وفعال في الجامعات، وذلك من خلال إجابات عينة الدراسة، حيث تسعى هذه الدائرة على إيصال والتواصل مع أعضاء هيئة التدريس، أي الجمهور الداخلي، حيث تعمل على تفعيل قنوات إتصاليه سهلة يمكن إستخدامها، كما أن هذه الدائرة تهتم في تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل والاتصال.

وفيما يلي نستعرض دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيرزيت أنموذجاً حسب مجالات الدراسة:

النتائج المتصلة بالسؤال الأول: ما مدى إهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة؟

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.2) في الملاحق صفحة 153 أن الدرجة الكلية لمدى إهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة جاء مرتفع جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.49). كما تبين من خلال الجدول بأن المتوسط الحسابي لجامعة النجاح جاء (4.48) بدرجة مرتفع جداً، كما جاءت الدرجة الكلية لجامعة بيرزيت (4.52) بدرجة مرتفع جداً.

حيث لاحظت الباحثة بأن أعضاء هيئة التدريس يتابعون ما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة، كون هذه الأخبار والمعلومات قد تكون ذات علاقة بالمهام المطلوبة منهم، أو أن هذه الأخبار لها علاقة بالجامعة، كما يمكن أن تكون هذه المعلومات حول دورات التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس خارج أو داخل الدولة.

النتائج المتصلة بالسؤال الثاني: ما مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة؟

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.3) في الملاحق صفحة 155 أن الدرجة الكلية لمدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة جاء مرتفعاً جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.42). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة أن الدرجة الكلية لجامعة النجاح جاء للمجال مرتفع جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.38)، وأما جامعة بيرزيت بلغ المتوسط الحسابي لها (4.50) بدرجة مرتفع جداً.

حيث لاحظت الباحثة بأن مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة من قبل عينة الدراسة جاء مرتفع جداً كون العلاقات العامة في الجامعتين تحترم أعضاء هيئة التدريس وتقديرهم، كما أن العلاقات العامة تتعامل بمساواة ودون تمييز بين أعضاء هيئة التدريس.

النتائج المتصلة بالسؤال الثالث: ما مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة؟

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.4) في الملاحق صفحة رقم 157 أن الدرجة الكلية لمدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة جاء مرتفع جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.28).

كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة بأن الدرجة الكلية لجامعة النجاح جاءت للمجال مرتفعة جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.25)، وأما جامعة بيرزيت بلغ المتوسط الحسابي لها (4.33) بدرجة مرتفعة جداً.

لاحظت الباحثة أن هناك استخداماً واضحاً وملموساً لوسائل الاتصال المختلفة، وذلك من أجل تلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة، كما أنه تتواصل دائرة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال الأنشطة الأكاديمية والاجتماعية، كما يستخدم أعضاء هيئة التدريس الاجتماعات الإلكترونية مع أعضاء دائرة العلاقات العامة من أجل معرفة المعلومات عبر برامج التواصل.

على الرغم بأن النتيجة جاءت مرتفعة في كلا الجامعتين إلا أن جاءت جامعة بيرزيت مرتفعة قليلاً عن جامعة النجاح، قد يعزى ذلك كون دائرة العلاقات العامة في جامعة بيرزيت تسعى دائماً نحو تحديث وسائل الاتصال بينها، وبين الجمهور الداخلي.

النتائج المتصلة بالسؤال الرابع: ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء

هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال؟

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.5) في الملاحق صفحة 159 أن الدرجة الكلية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال جاء مرتفعاً جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.36). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول بأن الدرجة الكلية لجامعة النجاح جاءت للمجال مرتفعة جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.32)، وأما جامعة بيرزيت بلغ المتوسط الحسابي لها (4.42) بدرجة مرتفعة جداً.

وهذا يدل من وجهة نظر الباحثة على أن هناك قدرة عالية للعلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال، كما تعمل العلاقات العامة على تدعيم العلاقات بين الدائرة وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لكسب ثقتهم وتوعيتهم لزيادة كفاءة الأداء، كما تهتم دائرة العلاقات العامة بالشكاوى المقدمة من قبل أعضاء هيئة التدريس، حيث تقوم بإيصال تلك الشكاوى إلى إدارة الجامعة من أجل معالجتها ووضع حلول مناسبة لها.

النتائج المتصلة بالسؤال الخامس: ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار

لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة؟

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.6) في الملاحق صفحة 161 أن الدرجة الكلية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة جاء مرتفعاً جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.30). كما نلاحظ من

خلال البيانات الواردة في الجدول بأن الدرجة الكلية لجامعة النجاح جاءت للمجال مرتفعة جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.26)، وأما جامعة بيرزيت بلغ المتوسط الحسابي لها (4.36) بدرجة مرتفعة جداً.

وهذا يدل من وجهة نظر الباحثة بأن دائرة العلاقات العامة في كلا الجامعتين تقدم المعلومات الوافية والضرورية، حول ما يجري من أعمال ومهام وأنشطة داخل الجامعة، أي تطلعهم بالأخبار أول بأول، وذلك من أجل إشراكهم والأخذ بآرائهم.

النتائج المتصلة بالسؤال السادس: ما مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية:

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.6) في صفحة الملاحق 161 بأن الدرجة الكلية لمدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية جاء مرتفع جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.42). كما نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول أن الدرجة الكلية لجامعة النجاح في هذا المجال جاءت مرتفع جداً، وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.36)، أما الدرجة الكلية لجامعة بيرزيت جاءت (4.53) بدرجة مرتفع جداً.

وهذا يدل من وجهة نظر الباحثة بأن دائرة العلاقات العامة في كلا الجامعتين تتابع أخبار أعضاء هيئة التدريس الاجتماعية حيث تعمل على مشاركتهم في مناسباتهم الاجتماعية والدينية، كما يلاحظ بأن نسبة مشاركة العلاقات العامة في بيرزيت أعلى من جامعة النجاح، وهذا أن دل على الاهتمام العميق من دائرة العلاقات العامة في هذا الجانب.

4.2 النتائج المتصلة بفحص فرضيات الدراسة

في هذا الفصل من الدراسة، ستناقش الباحثة الفرضيات التي تختبر دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت، وللتأكد من صدق هذه الفرضيات استخدمت الباحثة الاختبارات التالية:

1. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA).

2. اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Sample T-test).

3. اختبار (LSD) للمقارنات البعدية.

وتبين الجداول (8.16) نتائج الإجابة على فرضيات الدراسة.

النتائج المتصلة بالسؤال السابع: "هل يختلف دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت باختلاف متغيرات: (النوع، ومكان الإقامة، والسن، وسنوات الخبرة، والجامعة)؟

4.2.1 النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية "جامعة النجاح الوطنية وبيروت أنموذجاً" تبعاً لمتغير النوع.

استخرجت المتوسطات الحسابية لمجالات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية، وكذلك الانحرافات المعيارية، واستخدم اختبار (ت)

لمجموعتين مستقلتين (Independent Sample t-test)، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (4.8). في الملاحق صفحة 166.

بالرغم من وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية كما يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (4.8)، نقبل الفرضية الصفرية، بمعنى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية و بيرزيت أنموذجاً تبعاً لمتغير النوع، حسب الدرجة الكلية وجميع المجالات، فقد تراوح مستوى الدلالة لها ما بين -0.14 و 0.92 ، وهذه القيم جميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05) .

4.2.2 النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية و بيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

ومن أجل فحص الفرضية الثانية، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير مكان الإقامة، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً لمتغير مكان الإقامة. والجدولان (4.9) و (4.10) يبينان ذلك.

جدول 4.9

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية
في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير مكان الإقامة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.55	4.47	201	مدينة	مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما
0.46	4.51	105	قرية	تنشره العلاقات العامة من معلومات
0.41	4.60	29	مخيم	وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة
0.62	4.38	201	مدينة	مدى الرضا عن دور العلاقات العامة
0.47	4.47	105	قرية	في تعزيز انتماء أعضاء هيئة
0.42	4.58	29	مخيم	التدريس للجامعة
0.57	4.27	201	مدينة	مدى استخدام وسائل الاتصال
0.55	4.27	105	قرية	المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار
0.52	4.35	29	مخيم	من دائرة العلاقات العامة
0.59	4.34	201	مدينة	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم
0.52	4.36	105	قرية	صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس
0.51	4.47	29	مخيم	عن الجامعة خلال وسائل التواصل
0.61	4.25	201	مدينة	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم
0.54	4.33	105	قرية	معلومات وأخبار لأعضاء هيئة
0.51	4.48	29	مخيم	التدريس حول ما يجري في الجامعة
0.60	4.37	201	مدينة	مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل
0.45	4.47	105	قرية	مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق
0.41	4.56	29	مخيم	بالجوانب الاجتماعية والثقافية
0.54	4.36	201	مدينة	الدرجة الكلية
0.45	4.42	105	قرية	
0.41	4.52	29	مخيم	

يتضح من خلال الجدول (4.9) المتوسطات الحسابية لمجالات الدراسة، ومن أجل معرفة إذا كان هناك فروق قد وصلت لمستوى الدلالة الإحصائية استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، والجدول (4.10) يوضح ذلك.

جدول 4.10

تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير مكان الإقامة

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	بين المجموعات	0.50	2	0.25	0.96	0.39
	داخل المجموعات	86.42	332	0.26		
	المجموع	86.91	334			
	بين المجموعات	1.33	2	0.67		
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	داخل المجموعات	104.11	332	0.31	2.12	0.12
	المجموع	105.44	334			
	بين المجموعات	0.18	2	0.09		
	داخل المجموعات	104.70	332	0.32		
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	المجموع	104.88	334		0.28	0.76
	بين المجموعات	0.42	2	0.21		
	داخل المجموعات	105.59	332	0.32		
	المجموع	106.00	334			
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل	بين المجموعات	1.48	2	0.74	2.18	0.12
	داخل المجموعات	112.54	332	0.34		
	المجموع	114.02	334			
	بين المجموعات	1.35	2	0.68		
مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	داخل المجموعات	97.92	332	0.30	2.30	0.10
	المجموع	99.27	334			
	بين المجموعات	0.80	2	0.40		
	داخل المجموعات	84.69	332	0.26		
الدرجة الكلية	المجموع	85.49	334		1.57	0.21

يتبين من الجدول (4.10) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير مكان الإقامة كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة (0.05)، وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، بمعنى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت أنموذجاً تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

4.2.3 النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت أنموذجاً تبعاً لمتغير العمر.

ومن أجل فحص الفرضية الثالثة، استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير العمر، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً لمتغير العمر. والجدولان (4.11) و(4.12) يبينان ذلك.

4.11 جدول

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية
في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير العمر

المجالات	المستوى	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	أقل من 25 سنة	12	4.32	0.53
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	4.37	0.40
	45 سنة فأكثر	164	4.62	0.57
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	أقل من 25 سنة	12	4.28	0.48
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	4.31	0.41
	45 سنة فأكثر	164	4.55	0.66
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	أقل من 25 سنة	12	4.17	0.46
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	4.09	0.44
	45 سنة فأكثر	164	4.47	0.61
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل	أقل من 25 سنة	12	4.22	0.57
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	4.21	0.42
	45 سنة فأكثر	164	4.51	0.64
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	أقل من 25 سنة	12	4.11	0.49
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	4.12	0.49
	45 سنة فأكثر	164	4.48	0.62
مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	أقل من 25 سنة	12	4.34	0.37
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	4.32	0.42
	45 سنة فأكثر	164	4.52	0.64
الدرجة الكلية	أقل من 25 سنة	12	4.25	0.42
	من 25 إلى أقل من 45 سنة	159	4.25	0.36
	45 سنة فأكثر	164	4.53	0.59

يتضح من خلال الجدول (4.11) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، ومن أجل معرفة

إن كانت هذه الفروق قد وصلت لمستوى الدلالة الإحصائية استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي

(One-Way ANOVA)، والجدول (4.12) يوضح ذلك.

جدول 4.12

تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير العمر

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	بين المجموعات	5.22	2	2.61	10.60	0.00**
	داخل المجموعات	81.70	332	0.25		
	المجموع	86.91	334			
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	بين المجموعات	4.92	2	2.46	8.13	0.00**
	داخل المجموعات	100.52	332	0.30		
	المجموع	105.44	334			
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	بين المجموعات	11.82	2	5.91	21.09	0.00**
	داخل المجموعات	93.06	332	0.28		
	المجموع	104.88	334			
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل	بين المجموعات	7.66	2	3.83	12.93	0.00**
	داخل المجموعات	98.34	332	0.30		
	المجموع	106.00	334			
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	بين المجموعات	10.55	2	5.27	16.92	0.00**
	داخل المجموعات	103.47	332	0.31		
	المجموع	114.02	334			
مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	بين المجموعات	3.24	2	1.62	5.59	0.00**
	داخل المجموعات	96.04	332	0.29		
	المجموع	99.27	334			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	6.33	2	3.16	13.27	0.00**
	داخل المجموعات	79.17	332	0.24		
	المجموع	85.49	334			

يتبين من الجدول (4.12) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير العمر كانت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيرويت أنموذجاً تبعاً لمتغير العمر.

وللكشف عن سبب الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية والمجالات تبعاً لمتغير العمر، أجري اختبار أقل فرق دال (LSD) يوضح ذلك.

جدول 4.13

يوضح نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية والمجالات تبعاً لمتغير العمر

المتغير	المستوى	أقل من 25 سنة	من 25 إلى 45 سنة	45 سنة فأكثر
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	45 سنة فأكثر	*.30115	*.24486	–
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	45 سنة فأكثر	–	*.24056	–
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	45 سنة فأكثر	–	*.38005	–
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل	45 سنة فأكثر	–	*.30333	–
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	45 سنة فأكثر	*.36513	*.35412	–
مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	45 سنة فأكثر	–	*.19769	–
الدرجة الكلية	45 سنة فأكثر	–	*.27496	–

يتبين من الجدول وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في الدرجة الكلية وجميع المجالات وذلك لصالح الفئة العمرية 45 سنة فأكثر، أي كلما كان الموظف أكبر عمراً كلما كان ملماً أكثر بأدوار ومهام العلاقات العامة في الجامعة.

4.2.4 النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية.

ومن أجل فحص الفرضية الرابعة، إستخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق تبعاً لمتغير سنوات الخبرة. والجدولان (4.13) و(4.14) يبينان ذلك. في صفحة الملاحق 168، 170.

يتضح من خلال الجدول (4.13) في الملاحق صفحة 168 وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية، ومن أجل معرفة إن كانت هذه الفروق قد وصلت لمستوى الدلالة الإحصائية استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، والجدول (14.4) في الملاحق صفحة 171 يوضح ذلك:

يتبين من الجدول (4.14) أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة كانت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت أمموزجا تبعاً لمتغير سنوات الخبرة.

وللكشف عن سبب الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية والمجالات تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، أجري اختبار أقل فرق دال (LSD) والجدول (4.15) في الملاحق صفحة 172 يوضح ذلك.

يتبين من الجدول (4.15) وجود فروق دالة إحصائية في الدرجة الكلية وجميع المجالات وذلك لصالح من لديهم خبرة 10 سنوات فأكثر.

4.2.5 النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروزيت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير الجامعة.

استخرجت المتوسطات الحسابية لمجالات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية، وكذلك الانحرافات المعيارية، واستخدم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent Sample t-test)، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول (4.16) في الملاحق صفحة 173.

يتضح وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية حسب الجدول (4.16)، اختبر دلالة هذه الفروق لعينتين مستقلتين، فكانت النتيجة رفض الفرضية الصفرية، بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروزيت أنموذجاً تبعاً لمتغير الجامعة، حسب الدرجة الكلية ومجال "قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية" وذلك لصالح جامعة بيرزيت، أما بالنسبة لباقي المجالات فيتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروزيت تبعاً لمتغير الجامعة. فقد تراوح مستوى الدلالة لها ما بين (0.06-0.46)، وهذه القيم جميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05).

نتائج أداة الدراسة الثانية (المقابلة):

النتائج المتصلة بالسؤال الأول: ما مدى إهتمام المبحوثين بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الإتصال المختلفة؟

أجمع المبحوثون بأنه يتم الاهتمام بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة، حيث تعد دائرة العلاقات العامة في الجامعة حلقة الوصل التي تربط الجامعة ب جماهيرها، فهي النافذة التي تطل من خلالها العلاقات العامة على جماهيرها الداخلية والخارجية لإطلاعهم على أنشطتها وبرامجها من خلال وسائل الإعلام المتعددة؛ بهدف بناء سمعة طيبة للجامعة، وصورة مثالية لها، وهي النافذة التي تطل منها الجماهير على الجامعة في حال رغبتها في الحصول على أي معلومة، أو إجابة عن استفسار حول نشاطاتها وبرامجها.

وترى الباحثة بأن العلاقات العامة تتعامل مع الجماهير في الأساس، فلا بد لها أن تقف على أهم المفاتيح التي تكشف لها سبل إغواء النفس البشرية. وحتى تستطيع العلاقات العامة التعامل مع الجماهير العريضة، فلا بد أن تعي ماهية الرأي العام وتصنيفاته، وكيف يمكن التأثير فيه من خلال الاستراتيجيات التي تتفق وطبيعة الجمهور، وما هي الاستراتيجيات والتكتيكات التي يمكن أن تستعين بها المنظمة من أجل التأثير على الجمهور وقنوات الاتصال الإعلامية، حتى تستطيع إدارة سمعتها في مختلف الأوقات.

النتائج المتصلة بالسؤال الثاني: ما مدى رضا المبحوثين عن دور العلاقات العامة في تعزيز

انتماء العاملين للجامعة؟

تتلخص مجمل الإجابات في كيفية تعزيز انتماء العاملين من خلال دائرة العلاقات العامة، وذلك من خلال القوانين والأنظمة التي تضبطها مراعية للواقع التعليمي، وقريبة منه، وأن تساعد في تحقيق الانضباط في المهام الوظيفية، وأن تعمل على إتاحة الفرص للجميع في إطار عام للقوانين. كما بينت إجابات بعض أفراد عينة الدراسة أن دائرة العلاقات العامة تعمل على تعزيز التدريب والتمكين في الجامعة لأعضاء هيئة التدريس.

وترى الباحثة أنه عند تفعيل أدوار العلاقات العامة سيؤدي ذلك إلى تنمية مناخ العمل في الجامعة وتطويره، ما يؤدي إلى ازدهار الجامعة وتطويرها، كون العلاقات العامة تهتم بالعنصر البشري، فعن طريقها يجري تحقيق الرضا الوظيفي للفرد.

النتائج المتصلة بالسؤال الثالث: ما مدى استخدام المبحوثين للوسائل الاتصالية المختلفة لتلقي

المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة؟

لقد تمحورت استجابات المبحوثين بأن هناك مجموعة من الوسائل الاتصالية المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة، مثال على ذلك الوسائل الخاصة، وهي التي تستخدم على مستوى المؤسسة مثل: اللوحات الإعلانية والكتيبات، المراسلات، والمؤتمرات، وللعلاقات العامة دور في استخدامها وتفعيلها، بالإضافة إلى الرسائل العامة التي تستخدم على مستوى المجتمع مثل: الصحافة والإذاعة والتلفزيون. كما أن هناك الطريقة النوعية، وتنقسم إلى: الاتصالات السمعية، وتعتمد على الرموز اللفظية المسموعة، وتعتمد أيضا أجهزة مخصصة، كالتلفزيون وأشرطة

التسجيل، والاتصالات الكتابية كالرسائل والدوريات والنشرات، والاتصالات المرئية كالتلفزيون والفيديو.

وقد وجدت الباحثة أن للاتصال الداخلي أهمية كبيرة عند العلاقات العامة، ومن المهم أن يكون الاتصال هابط من الإدارة العليا للعاملين، ويقدم من خلاله معلومات عن المؤسسة وأنشطتها والخدمات والتعليمات المرتبطة بالممارسات اليومية. كما يجب أن يكون هناك اتصال صاعد من العاملين للإدارة بحيث يضمن تجميع آراء وأفكار العاملين ومقترحاتهم وتقديمها للإدارة العليا. ومن الضروري تفعيل الوسائل الاتصالية المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة، وذلك من أجل فعالية الاتصال الداخلي مع الجمهور الداخلي في الجامعة، حيث تعطي العاملين مساحة في صياغة أهداف المؤسسة وعملية اتخاذ القرارات.

النتائج المتصلة بالسؤال الرابع: مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال؟

دارت استجابة المبحوثين عن مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية للجامعة من وجهة نظرهم حول الموضوعات والأفكار الآتية: تظهر العلاقات العامة الجامعة بالصورة الصحيحة التي تعبر عن واقعها أمام الوفود والزوار، وتعمل على تدعيم العلاقات بينها وبين أعضاء هيئة التدريس من أجل تحسين أدائهم، كما تساهم نشاطات الدائرة في رسم صورة طيبة للجامعة لدى أعضاء هيئة التدريس، وتهتم دائرة العلاقات العامة بالتعاون مع دائرة الموارد البشرية في شؤون الموظفين، كما تعمل على معالجة الصورة السلبية التي تتشكل عند أعضاء هيئة التدريس التي قد تنشأ بسبب بعض المواقف أو القرارات.

على ضوء ذلك ترى الباحثة أن قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية للجامعة من خلال تفعيل قنوات الاتصال والتواصل، وتعزيز أدوار وسائل الإعلام من أجل شرح المهام التي تقدمها العلاقات العامة للجامعة.

النتائج المتصلة بالسؤال الخامس: ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة؟

دارت استجابات المبحوثين عند إجابتهم عن قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة حول الموضوعات والأفكار الآتية:

1. تبين سياسة الجامعة وفلسفتها لأعضاء هيئة التدريس.
2. توضح العلاقات الوطيدة ما بين الجامعة والمجتمع الخارجي.
3. تقوم دائرة العلاقات العامة بقياس الرأي العام الداخلي بشكل دوري.
4. توضيح ما تقوم به الجامعة في سبيل رعاية أبناء أعضاء هيئة التدريس صحياً.
5. توضيح ما تقوم به الجامعة في سبيل رعاية أبناء أعضاء هيئة التدريس علمياً.
6. تساهم نشاطات الدائرة في رسم صورة طيبة لدى أعضاء هيئة التدريس.

لذا ترى الباحثة أنّ من الضروري على دائرة العلاقات العامة استخدام مجموعة من الاستراتيجيات والسبل من أجل تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة، ومن أجل إشراك الموظفين في وضع الخطط الإستراتيجية، ومن إعلام الجمهور الداخلي بما يجري في الجامعة أول بأول، وذلك من أجل توضيح ما المطلوب منهم.

النتائج المتصلة بالسؤال السادس: ما مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية

فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية؟

دارت استجابات المبحوثين عند إجابتهم عن قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الجمهور الداخلي

فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية حول الموضوعات والأفكار الآتية:

1. تنمي دائرة العلاقات العامة الجانب الثقافي عند أعضاء هيئة التدريس من خلال مجموعة من الأنشطة الثقافية.

2. تتواصل العلاقات العامة مع أعضاء الهيئة التدريسية من أجل حل مشكلاتهم.

3. تهتم العلاقات العامة بالتعرف على الاتجاهات والاحتياجات والميول عند أعضاء هيئة التدريس لتلبية ميولهم واحتياجاتهم.

4. تهنئ دائرة العلاقات العامة أعضاء هيئة التدريس بمناسباتهم السعيدة.

5. تقدم دائرة العلاقات العامة هدايا في المناسبات الدينية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.

6. تقدم دائرة العلاقات العامة جوائز تكريم لأعضاء هيئة التدريس الذين قاموا بإنجازات متميزة.

لذا ترى الباحثة بأن العلاقات العامة في الجامعة تقوم بإتباع مجموعة من الطرق والمهام من أجل

التواصل مع الجمهور الداخلي ، وذلك من خلال تنمية الجوانب الاجتماعية والثقافية ، من أجل

توطيد العلاقات مع الموظفين، ووضع لها بصمة مفيدة في الجامعة، وتعزيز مكانتها أيضا.

الاتفاق بين نتائج البحثين الكمي والنوعي:

أشارت نتائج البحث الكمي إلى أن تقدير دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية" جامعتا النجاح الوطنية وبييرزيت أنموذجاً" جاء مرتفع جداً ، وهذا ما أشارت إليه نتائج البحث النوعي إلى أن تقدير دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية" جامعتا النجاح الوطنية وبييرزيت أنموذجاً" جاء مرتفع جداً، ولعل الاتفاق بين نتائج البحثين الكمي والنوعي عائد إلى وضوح مهام وأهداف دائرة العلاقات العامة في جامعتي النجاح وبييرزيت.

ويمكن القول بأن تتجلى أهمية دائرة العلاقات العامة في الجامعات من واقع المؤسسات التعليمية الجامعية ودورها في تطوير مجتمعاتنا عن طريق البحوث العلمية وحقوق المعرفة، لذلك فإن نشاط المؤسسة الجامعية مهم من خلال المهمة المناطة بالجامعة في تنمية الوعي العلمي والثقافي ورفع المؤسسات بالكفاءات والكوادر العلمية في التخصصات العلمية والإنسانية كافة، فضلاً عن اهتمام الجامعة بمستقبلها والسعي لتحقيق أهدافها، وذلك بالانفتاح على العالم الخارجي والاستفادة من خبراته وتجاربه في حقول العلم والمعرفة.

وبحسب نتائج البحث النوعي أوصى المستجيبون إلى ضرورة دعم وتطوير مهام دائرة العلاقات العامة في الجامعة كونها تعزز أساليب الاتصال مع الجمهور الداخلي، كما تعمل أيضاً على تعزيز الجانب الثقافي والعلمي لأعضاء هيئة التدريس.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مقدمة:

يتضمن هذا الفصل مناقشة النتائج التي توصلت إليها الباحثة في هذه الدراسة التي بحثت في دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير الجامعة، وكذلك التعرف إلى دور بعض المتغيرات الديموغرافية في موضوع الدراسة.

وقد اشتملت هذه الدراسة على مجموعة الأسئلة والفرضيات، وقد قامت الباحثة بمناقشة النتائج المتعلقة بها من خلال تحليل أسئلة الدراسة وفرضياتها تحليلاً احصائية وفي ضوء نتائج هذه الدراسة قامت الباحثة بطرح بعض التوصيات.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

ما دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير الجامعة؟

وجدت الباحثة بأن هناك دوراً واقعاً وملموساً للعلاقات العامة في جامعة النجاح وبيروت، حيث تعتبر وظيفة العلاقات العامة من الوظائف المهمة التي تهتم بشؤون الموظفين العاملين في الجامعات، حيثُ ظهرت أهمية العلاقات العامة من واقع المؤسسات التعليمية الجامعية ودورها في تطوير المجتمع. بناء على ذلك تعد العلاقات العامة نشاطاً اتصالياً لا يمكن الاستغناء عنه في أي

مؤسسة، حيث أن العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين الإدارة العليا للمؤسسة وجمهور المؤسسة، إضافة لأهمية العلاقات العامة والدور الذي تقوم به في خلق حالة تفاهم وانسجام بين أفراد المؤسسة، وكذلك سعيها للوقوف على المشاكل التي تواجه المؤسسة والسعي لتقادي هذه المشاكل وتجاوزها، هذا ما تم التحدث إليه من خلال نظرية الصراع على أن إدارة العلاقات العامة تعد بمثابة حلقة وصل بين الإدارة العليا للمؤسسة ودورها في المجتمع، وتسهم العلاقات العامة في تحقيق التغير الاجتماعي عن طريق المعلومات والحلول للمشكلات الاجتماعية، والنظر للمجتمع كما لو كان نسقاً من الأفكار والمعلومات، ولكن يعاب على هذه النظرية أنها ركزت على أن المؤسسة توظف إدارة العلاقات العامة كوسيط لحل الصراع بما يتفق ومصالح وأهواء الإدارة العليا دون النظر بعين الاعتبار إلى مصلحة الجمهور الداخلي أو حتى الجمهور الخارجي

بالتالي تتفق هذه النتيجة مع دراسة غرسي (2014) التي أكدت نتائج الدراسة على قيام العلاقات العامة بتنظيم تظاهرات علمية وبصفة دائمة على مستوى الجامعة. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة شرباتي (2011) والتي توصلت إلى أن واقع إدارة العلاقات العامة بشكل عام مرض في الجامعات. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة كريمة (2011) والتي توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تعتبر وظيفة إدارية لها مكانة هامة داخل الجامعة وهذا لما لها من صلاحيات تقوم بها لتحقيق أهدافها، فهي تمارس وظائفها كمصلحة قائمة بذاتها مثل باقي المصالح والإدارات الموجودة في الجامعة. وانفقت أيضاً مع دراسة دراسة (METHAWEE. 2015) KAEOSANIT، حيث كشفت من المهم جداً والضروري عمل قسم للعلاقات العامة في كل جامعة لدورها الفعال في بناء علاقة مترابطة بين الجامعة والمجتمع الخارجي واستخدام أفضل الاستراتيجيات لتحسين عمل هذا القسم.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة عاصم الجانبي (2016)، بعنوان والتي أظهرت الدراسة التفاوت في طبيعة عمل كل من دائرتي العلاقات العامة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا بقيامها بوظيفتيهما في استقطاب الأساتذة والطلبة تبعاً لأبعادها الوظيفية من وجهة نظر كل من الأساتذة والطلبة. واختلفت أيضاً مع دراسة (Phongphat Anumatratchakit.2002) حيث أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفاهيم رؤساء الجامعات ومفاهيم موظفي العلاقات العامة في موضوعات مختلفة كعلاقة المؤسسة بالمجتمع علاقة المؤسسة بالمجتمع وبالصحافة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

نصّ هذا السؤال على: ما مدى اهتمام المبحوثين بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة؟

لاحظت الباحثة بأن أعضاء هيئة التدريس يتابعون ما تنشره العلاقات العامة من خلال صفحاتها الإلكترونية، وذلك من أجل معرفة الأخبار الخاصة بالجامعة، وذلك من أجل أخذ التدابير والأمر اللازمة، كون العلاقات العامة تلعب في دوراً مهماً في تحسين صورة الجامعة، وتعكس صورة إيجابية عن طبيعة عملها والخدمات التي تقدمها والتنوع في الكليات والتخصصات التي تطرحها والترويج لها، وذلك لتحقيق الأهداف المرسومة للجامعة، كما وتعتبر العلاقات العامة حلقة وصل بين إدارة الجامعة وجماهيرها الخارجية والداخلية، وهذا ما تم التركيز حوله من خلال النظرية البنائية الوظيفية التي اهتمت في دراسة العلاقات العامة ودورها في المؤسسة، والذي يمثل فائدة بنائية وظيفية تسهم في فهم بناء المؤسسة والدور الذي يقوم به الاتصال. ويساعد المنظور البنائي الوظيفي في دراسة العلاقات المتبادلة بين الممارسين ووظائفهم وأدورهم من خلال إدارة العلاقات

العامة. وتحدد مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة عندما تستطيع أن تؤدي دورها بقوة وفعالية

حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة غرسي (2014) والتي أظهرت في نتائجها اعتماد العلاقات العامة على مختلف الوسائل الاتصالية الكتابية والشفوية وحتى الإلكترونية في توفير المعلومات اللازمة لجماهيرها الداخلية حول كل النشاطات والتظاهرات العلمية المقامة داخل الجامعة. واتفقت النتائج مع دراسة المشهداني (2012) والتي أظهرت استخدام الانترنت في عمل أقسام العلاقات العامة اليومي في الجامعة، إذ جاء بشكل كبير جداً. واتفقت النتائج مع دراسة (Nicholas Kipkorir Lang 'at.1997) حيث أظهرت نتائج الدراسة قيام مكتب الأبحاث والعلاقات الخارجية بتصميم هيكلية عمل العلاقات العامة وبرامجها إذ تضمنت العلاقة مع الصحافة والمنشورات واستراتيجيات الاتصال والعلاقة مع المجتمع وإدارة القضايا، وتهدف هذه الأعمال إلى تعزيز ثلاث أولويات للجامعة وهي: استقطاب طلبة مميزين، واستقطاب أساتذة وعاملين مؤهلين، وجذب مصادر مميزة ومهمة.

وبالتالي لم تختلف هذه النتيجة مع أي من الدراسات السابقة

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

ما مدى استخدام المبحوثين للوسائل الاتصالية المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة؟

عن هذا السؤال عمدت الباحثة إلى استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة

فقد تبين أن الدرجة الكلية لمدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة جاء مرتفع جداً، حيث استنتجت الباحثة بأن العلاقات العامة وظيفة تقيس الاتجاهات للعاملين داخل المؤسسة والإطلاع على القوانين والإجراءات التي تتبعها مختلف المؤسسات، التي تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة، فكان لا بد من القائم على العلاقات العامة إلى دراسة موسعة وشاملة لمعرفة الوحدات الاجتماعية والاتجاهات المختلفة التي يتسم بها الجمهور، ويشكل الجمهور أهم متغير في العملية الاتصالية وحتى لا تصنف عملية الاتصال بالعسيرة؛ فيجب إيضاح الصورة لموظف العلاقات العامة عن طبيعة الجمهور الذهنية والنفسية، فالجمهور هو الذي يحدد مدى نجاح المؤسسة وفشلها من خلال الرسالة الاتصالية والإعلامية للعلاقات العامة في التواصل مع الجمهور، بناء على ذلك تسعى العلاقات العامة في الجامعات على تفعيل قنوات الاتصال بينها وبين الجمهور الداخلي، وذلك من أجل التعرف على حاجاتهم ورغباتهم، وشكاويهم الوظيفية.

وهذا ما تم التطرق إليه من خلال نظرية التبادل، والتي تؤكد على أن العلاقات العامة قائمة على الإتصال والتفاعل بين الأطراف الموجودة في مختلف المستويات الإدارية بالمؤسسة. والهدف من هذا التفاعل المتبادل هو تحقيق المنفعة، مع مراعاة حاجات الأطراف في إطار المصلحة الفردية. لكن العلاقات العامة، أو بالأحرى ممارس العلاقات العامة، يُغلب دائماً مصلحة المؤسسة أو الجماعة على حساب مصلحته الشخصية، فهو يسعى دائماً إلى خلق علاقات طيبة بين المؤسسة و جماهيرها، سواء الداخلية أو الخارجية. كما أن هذه العلاقات الطيبة التي تكون بشكل متبادل والمنفعة التي تترتب عليها، تستفيد منها المؤسسة أولاً، والمجتمع ثانياً، وليس ممارس العلاقات العامة بشكل فردي.

حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة غرسي (2014) والتي أظهرت في نتائجها اعتماد العلاقات العامة على مختلف الوسائل الاتصالية الكتابية والشفوية وحتى الإلكترونية في توفير المعلومات اللازمة لجماهيرها الداخلية حول كل النشاطات والتظاهرات العلمية المقامة داخل الجامعة، واتفقت النتائج مع دراسة المشهداني (2012) والتي أظهرت استخدام الانترنت في عمل أقسام العلاقات العامة اليومي في الجامعة، إذ جاء بشكل كبير جداً، واتفقت النتائج مع دراسة (Nicholas Kipkorir Lang 'at.1997) حيث أظهرت نتائج الدراسة قيام مكتب الأبحاث والعلاقات الخارجية بتصميم هيكلية عمل العلاقات العامة وبرامجها إذ تضمنت العلاقة مع الصحافة والمنشورات واستراتيجيات الاتصال والعلاقة مع المجتمع وإدارة القضايا، وتهدف هذه الأعمال إلى تعزيز ثلاث أولويات للجامعة وهي: استقطاب طلبة مميزين، واستقطاب أساتذة وعاملين مؤهلين، وجذب مصادر مميزة ومهمة.

وبالتالي لم تختلف هذه النتيجة مع أي من الدراسات السابقة

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

نصّ هذا السؤال على: ما مدى رضا المبحوثين عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء العاملين للجامعة؟

للإجابة عن هذا السؤال عمدت الباحثة إلى استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نلاحظ أن الدرجة الكلية لمدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة جاء مرتفع جداً، حيث لاحظت الباحثة بأن العلاقات العامة في الجامعات تعمل على تعزيز انتماء منتسبي الجامعة لها، من أساتذة الجامعة وموظفيها وطلابها، كونهم يمثلوا جامعتهم، ويعززوا مكانتها وسمعتها، وأن تكون علاقتهم بالجامعة علاقة انتماء ومحبة، والجمهور

الخارجي يتمثل في الطلاب الذين يتوقع أن يتخرجوا في المدارس، وسيلتحقون بالجامعة، وأولياء أمورهم الذين سيؤثرون في اختيارات أبنائهم للالتحاق بالجامعة، والمؤسسات الحكومية ذات الصلة بالجامعة، والجامعات الأخرى العربية والأجنبية، ووسائل الإعلام، والملحقين الثقافيين، والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه الجامعة، وهذا ما بحثت فيه نظرية التفاعلية الرمزية ، والتي تحدثت بأنه من الضروري إختيار إدارة العلاقات العامة، وتطوير مسؤوليها لأفضل الاستراتيجيات التنظيمية التي تنظم علاقات المؤسسة، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة **الجاني (2016)** حيث أظهرت نتائج الدراسة يتم متابعة قسم العلاقات العامة للقضايا الاجتماعية للطلبة وزرع روح الولاء والانتماء.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة **أبو سليم (2006)** والتي أظهرت الدراسة بأن إدارة العلاقات العامة تعمل على تعزيز إنتماء العاملين في الكلية بدرجة متوسطة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

نصّ هذا السؤال على: ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة؟

للإجابة عن هذا السؤال عمدت الباحثة إلى استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نلاحظ أن الدرجة الكلية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة جاء مرتفع جداً، لاحظت الباحثة بأن وظيفة العلاقات العامة كونها وسيلة اتصال وتواصل ما بين إدارة الجامعة والجمهور الداخلي للجامعة، إذ تقوم بنقل أهم التعليمات والأخبار الصادرة من إدارة الجامعة، أي تضعهم في الصورة أولاً بأول، على اعتبار أن

وظيفة العلاقات العامة وظيفة إدارية مثلها كمثل الوظائف الموجودة في الجامعات، حيث يساعد المنظور البنائي الوظيفي في دراسة العلاقات المتبادلة بين الممارسين ووظائفهم وأدورهم من خلال إدارة العلاقات العامة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة كريمة (2011) والتي توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تعتبر وظيفة إدارية لها مكانة هامة داخل الجامعة وهذا لما لها من صلاحيات تقوم بها لتحقيق أهدافها، فهي تمارس وظائفها كمصلحة قائمة بذاتها مثلها مثل باقي المصالح والإدارات الموجودة في الجامعة. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (METHAWEE KAEOSANIT.2015)، حيث كشفت من المهم جداً والضروري عمل قسم للعلاقات العامة في كل جامعة لدورها الفعال في بناء علاقة مترابطة بين الجامعة والمجتمع الخارجي واستخدام أفضل الاستراتيجيات لتحسين عمل هذا القسم.

وبالتالي لم تختلف هذه النتيجة مع أي من الدراسات السابقة.

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس:

نصّ هذا السؤال على: ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال؟

للإجابة عن هذا السؤال عمدت الباحثة إلى استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نلاحظ أن الدرجة الكلية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال جاء مرتفع جداً، حيث لاحظت الباحثة بأن وظيفة العلاقات العامة تهتم بأعضاء هيئة التدريس، حيث تعمل على انتقاء أفضل الوسائل

الاتصالية بينها وبين هذا المجتمع؛ وذلك من أجل تجميل الصورة الذهنية لها أمامهم، وذلك من أجل من أجل تعزيز انتمائهم إلى مكان عملهم، من أجل تحسين الصورة الذهنية لهم.

حيث أن الهدف من هذا التفاعل المتبادل هو تحقيق المنفعة، مع مراعاة حاجات الأطراف في إطار المصلحة الفردية. لكن العلاقات العامة، أو بالأحرى ممارس العلاقات العامة، يُغلب دائماً مصلحة المؤسسة أو الجماعة على حساب مصلحته الشخصية، فهو يسعى دائماً إلى خلق علاقات طيبة بين المؤسسة وجماهيرها، سواء الداخلية أو الخارجية.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة غرسي (2014) والتي أظهرت في نتائجها بأن إدارة العلاقات العامة تساهم في تحسين الصورة الذهنية للجوازات في أذهان الجماهير، وهذا ما يتوافق مع نتائج بحثنا والذي يوضح مدى مساهمة جهاز العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية (الجامعة) لدى الجمهور الداخلي. اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (METHAWEE. 2015) لدى الجمهور الداخلي، حيث كشفت من المهم جداً والضروري عمل قسم للعلاقات العامة في كل جامعة لدورها الفعال في بناء علاقة مترابطة بين الجامعة والمجتمع الخارجي واستخدام أفضل الاستراتيجيات لتحسين عمل هذا القسم. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة شرباتي (2011) حيث أظهرت نتائج الدراسة بأن دائرة العلاقات العامة تقوم بتنفيذ نشاطات مختلفة موجهة للمجتمع المحلي بصورة مرتفعة.

واختلفت أيضاً مع دراسة (Phongphat Anumatratchakit.2002) حيث أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفاهيم رؤساء الجامعات ومفاهيم موظفي العلاقات العامة في موضوعات مختلفة كعلاقة المؤسسة بالمجتمع وعلاقة المؤسسة بالمجتمع وبالصحافة.

النتائج المتعلقة بالسؤال السابع:

نصّ هذا السؤال على: ما مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية؟

للإجابة عن هذا السؤال عمدت الباحثة إلى استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نلاحظ بأن الدرجة الكلية لمدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية جاء مرتفع جداً، حيث لاحظت الباحثة بأن تهتم العلاقات العامة في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية من خلال التواصل معهم في المناسبات الاجتماعية المتعلقة بهم، كما تدرس العلاقات العامة أهمية تنمية الجانب الثقافي لأعضاء هيئة التدريس، من خلال إعداد دورات تدريبية، أو ندوات تثقيفية لهم.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الجاني (2016) حيث أظهرت نتائج الدراسة بأن هنا كمتابعة قسم العلاقات العامة للقضايا الاجتماعية، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Gupta، Chandni، Jennifer، Bartlett، 2010)، حيث كشفت مدى تأثير العلاقات العامة على الشباب والمراهقين في ضوء الإبعاد والعوامل الثقافية والتأكيد على الجانب والمفهوم الفردي في تطبيق وممارسة العلاقات العامة.

وبالتالي لم تختلف هذه النتيجة مع أي من الدراسات السابقة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثامن:

نص هذا السؤال على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول دور العلاقات العامة في

التواصل مع الجمهور الداخلي حسب النوع، ومكان الإقامة، والسن، وسنوات الخبرة، والجامعة؟

ويثبت عن هذا الفرضية التالية الآتية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية.

وللإجابة عن هذا السؤال ولاختبار الفرضية المتعلقة به، تمّ استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة (**Independent Sample t-Test**) للمقارنة بين وسطين حسابيين لعينتين مستقلتين من أجل استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) المحسوبة ودرجات الحرية وقيمة الدلالة الإحصائية، حيث تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت أنموذجاً تبعاً لمتغير النوع، حسب الدرجة الكلية وجميع المجالات، فقد تراوح مستوى الدلالة لها ما بين (0.14-0.92)، وهذه القيم جميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05).

حيث تعزي الباحثة على أن هناك اتفاق لدى أفراد عينة الدراسة حول دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت أنموذجاً تبعاً لمتغير النوع من (ذكر، أنثى) كونهم يدركون بأن العلاقات العامة تعد نشاطاً

اتصالياً لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة، كما أنها تعتبر حلقة الوصل بين الإدارة العليا للمؤسسة وجمهور المؤسسة، إضافة لأهمية العلاقات العامة والدور الذي تقوم به في خلق حالة تفاهم وانسجام بين أفراد المؤسسة وكذلك سعيها للوقوف على المشاكل التي تواجه المؤسسة والسعي لتفادي هذه المشاكل وتجاوزها.

حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة شرباتي (2011) حيث توصلت الدراسة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الموظفين نحو واقع إدارة العلاقات العامة تعزى إلى متغير (النوع الاجتماعي)

كما اختلفت النتيجة مع دراسة أبو سليم (2006) فروق في دراسة مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية وفقاً لمتغير الجنس.

فحص الفرضية الثانية والتي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية ووبرزيت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

وللتأكد من صدق الفرضية الصفرية السابقة تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاستخراج قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجات الحرية وقيم (ف) المحسوبة وقيم مستوى الدلالة الإحصائية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجالات الدراسة وعلى الأداة الكلية للدراسة، حيث تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات

الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيرزيت أنموذجاً تبعاً لمتغير مكان الإقامة، حيث بلغ مستوى الدلالة للمجال الكلي (0.21) وهي قيمة أعلى من القيمة المفروضة وعليه تقبل الفرضية الصفرية لمتغير مكان الإقامة.

حيث تعزو الباحثة على أن بالرغم من اختلاف مكان الإقامة بين أعضاء هيئة التدريس إلا أنهم يؤيدون ويدعمون أعمال العلاقات العامة في الجامعات، كون أحد مبادئ العلاقات العامة الاهتمام بالجمهور الداخلي، والجمهور الداخلي هم أعضاء هيئة التدريس.

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة كريمة (2011) والتي توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تعتبر وظيفة إدارية لها مكانة هامة داخل الجامعة وهذا لما لها من صلاحيات تقوم بها لتحقيق أهدافها، فهي تمارس وظائفها كمصلحة قائمة بذاتها مثلها مثل باقي المصالح والإدارات الموجودة في الجامعة، واتفقت أيضاً مع (METHAWEE KAEOSANIT.2015)، حيث كشفت من المهم جداً والضروري عمل قسم للعلاقات العامة في كل جامعة لدورها الفعال في بناء علاقة مترابطة بين الجامعة والمجتمع الخارجي واستخدام أفضل الاستراتيجيات لتحسين عمل هذا القسم.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة الجانبي (2016)، والتي أظهرت الدراسة التفاوت في طبيعة عمل كل من دائرتي العلاقات العامة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا بقيامها بوظيفتيهما في استقطاب الأساتذة والطلبة تبعاً لأبعادها الوظيفية من وجهة نظر كل من الأساتذة والطلبة.

فحص الفرضية الثالثة والتي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي

النجاح الوطنية وبييرزيت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية ، تبعاً لمتغير العمر.

وللتأكد من صدق الفرضية الصفرية السابقة تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لإستخراج قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجات الحرية وقيم (ف) المحسوبة وقيم مستوى الدلالة الإحصائية لإستجابات أفراد عينة الدراسة على الأداة الكلية للدراسة، حيث تبين بأن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير العمر كانت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبييرزيت أنموذجاً تبعاً لمتغير العمر، وللكشف عن سبب الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية والمجالات تبعاً لمتغير العمر، أجري اختبار أقل فرق دال (LSD)، كما تبين وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وجميع المجالات وذلك لصالح الفئة العمرية 45 سنة فأكثر، حيث لاحظت الباحثة سبب اختلاف وجهات نظر أعضاء هيئة التدريس حول مهام ووظائف وأدوار العلاقات العامة في الجامعة كون أن مهامها وأدوارها قد كانت مهمشة قديماً، أما حديثاً ابتاعت أساليب تطويرية حسنت من مستوى أدائها الوظيفي في الجامعات، من أحد هذه الأساليب فعلت قنوات الاتصال بينها وبين الجمهور الداخلي في الجامعة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الجانبي (2016)، حيث أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، في إسهام دائرتي العلاقات العامة في إبتكار سياسات ناجحة وتقديم العروض والحوافز في إستقطاب وتعيين الأستاذة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا تبعاً لمتغير العمر.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة شرباتي (2011) حيث توصلت الدراسة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الموظفين نحو واقع إدارة العلاقات العامة تعزى إلى متغير العمر.

فحص الفرضية الرابعة والتي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية وبيروت الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية ، تبعاً لمتغير سنوات الخبرة.

وللتأكد من صدق الفرضية الصفرية السابقة تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاستخراج قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجات الحرية وقيم (ف) المحسوبة وقيم مستوى الدلالة الإحصائية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على الأداة الكلية للدراسة، حيث اتضح بأنه أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة كانت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة

التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيروت تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، وللكشف عن سبب الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية والمجالات تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD) حيث تبين وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الدرجة الكلية وجميع المجالات وذلك لصالح من لديهم خبرة 10 سنوات فأكثر.

حيث ترى الباحثة بأن هناك اختلافاً وتشتتاً في وجهات النظر بين أفراد عينة الدراسة حول دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية، فبعض أفراد العينة يجدون أن دائرة العلاقات العامة في الجامعة لا تهتم بشؤون أعضاء هيئة التدريس، حيث لا تختار وسائل اتصالية مناسبة لهم، كما أن العلاقات العامة في الجامعة لا تعكس الصورة الايجابية عن الجامعة بالصورة المطلوبة.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الجاني (2016)، حيث أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، في إسهام دائرتي العلاقات العامة في ابتكار سياسات ناجحة وتقديم العروض والحوافز في إستقطاب وتعيين الأساتذة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا تبعاً لمتغير سنوات الخبرة.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة شرباتي (2011) حيث توصلت الدراسة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الموظفين نحو واقع إدارة العلاقات العامة تعزى إلى متغير سنوات الخبرة.

فحص الفرضية الخامسة والتي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في

جامعتي النجاح الوطنية وبيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير الجامعة.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة (**Independent Sample t-Test**) للمقارنة بين وسطين حسابيين لعينتين مستقلتين من أجل استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) المحسوبة ودرجات الحرية وقيمة الدلالة الإحصائية، فكانت النتيجة رفض الفرضية الصفرية في بعض المجالات، بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية "جامعتا النجاح الوطنية وبيرزيت أنموذجاً تبعاً لمتغير الجامعة، حسب الدرجة الكلية ومجال "قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية" وذلك لصالح جامعة بيرزيت، أما بالنسبة لباقي المجالات فيتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية "جامعتا النجاح الوطنية وبيرزيت أنموذجاً تبعاً لمتغير الجامعة فقد تراوح مستوى الدلالة لها ما بين (0.06-0.46)، وهذه القيم جميعها أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، أما المجال الكلي للفرضية تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات الاستجابات حول دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية: جامعتا النجاح الوطنية وبيرزيت أنموذجاً تبعاً لمتغير الجامعة.

حيث ترى الباحثة على أن هناك واقعاً مرضياً للعلاقات العامة في الجامعات، كونها تتبع طرق وأساليب تحسن من صورتها أمام المجتمع الذي تعمل فيه، كما أنها تهتم بشؤون جمهورها الداخلي، كما تعمل على وضع الخطط والبرامج التي تهدف إلى إعلام الجمهور بأهداف المؤسسة ومسااعيها وبهذا يحتاج الجمهور للإطلاع على رسالة الجامعة وأدوارها وسياسات التعليم وأهمية الأبحاث والدور الذي تقوم به في إعداد وتأهيل الكوادر البشرية ومن هنا فمن المهم وجود دائرة علاقات عامة تتولى مهمة الشرح والتفسير والتنسيق مع الجمهور، وأهمية العلاقات العامة في الجامعة تتجلى كونها وسيلة فعالة لإحداث تقارب وجهات النظر مع الجمهور والسيطرة على المشاكل والتحديات التي تواجه المؤسسة والتي قد تحدث فجوة فيما بينها وبين جمهورها، ومن أجل هذا لا بد من دائرة علاقات عامة متخصصة تقوم بدورها الايجابي وتحقق التناغم والانسجام بينها وبين برامجها وجمهورها.

لم تتفق هذه النتيجة مع أي من الدراسات السابقة كونها لم تستخدم نفس المتغير.

ولم تختلف هذه النتيجة مع أي من الدراسات السابقة.

التوصيات:

في ضوء النتائج السابقة قامت الباحثة بإدراج بعض من التوصيات على النحو التالي:

1. توصي الباحثة إدارة الجامعة في توظيف مفهوم وظيفة العلاقات العامة في مسارها الصحيح.
2. من الضروري على إدارة الجامعة أن تعتمد على وظيفة العلاقات العامة الحقيقية في الإدارة، والمتمثلة في البحث والدراسة والتخطيط والتنسيق والتقييم.
3. توصي دائرة العلاقات العامة في الجامعات بالأخص جامعة النجاح بأن تفعل في مهامها وأنشطتها من أجل أن تجذب انتباه أعضاء هيئة التدريس.
4. كما توصي العاملين في الجامعات على متابعة أعمال، ونشاطات العلاقات العامة.
5. حبذا لو تقوم دائرة العلاقات العامة بإتباع أسلوب الاستفتاء حول الوسائل الاتصالية التي يرغبها أعضاء هيئة التدريس؛ وذلك من أجل تطويرها وتفعيلها دائما.
6. توصي الباحثين الاكاديميين بإجراء دراسات تبحث عن المعوقات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في الجامعات.
7. توصي بإجراء دراسة بعنوان: " دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة إلى الجامعات".
8. كما حبذا لو يقوم الباحثين بإجراء دراسة شبيهة بالدراسة الحالية، ولكن بمتغيرات مستقلة مختلفة عن الدراسة الحالية.

المراجع العلمية

أولا : المراجع العربية:

[1] أبو اصبع، صالح خليل، (2004). العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، عمان.

[2] أبو أصبع، صالح، (1998). العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[3] أبو خوزة، رينيه وكامل، أحمد، (2018). مدخل إلى العلاقات العامة في المنظمات الحديثة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.

[4] أبو سليم، شذا سليم. (2006). مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين: رسالة ماجستير، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة.

[5] أحمد، نوزاد، (2018). المنهج الوصفي في كتاب سيبويه. دار دجلة، عمان، الأردن.

[6] البكري، فؤاده عبد المنعم، (2004). العلاقات العامة في المنشآت السياحية، ط1، عالم الكتب للنشر والطباعة، مصر.

[7] التتي، إخلاص، (2017). العلاقات العامة بين المنهج العلمي والتطبيق العملي، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن.

[8] الجانبي، عاصم، (2016). دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبترا أنموذجاً: المنهج الوصفي المسحي. رسالة ماجستير، كلية الشرق الأوسط، الأردن.

[9] جرادات، الشامي؛ عبد النصر، لبنان، (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[10] الجرايدة، بسام، (2013). إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[11] الجمال، راسم محمد، وعياد، خيرت معوض، (2005). إدارة العلاقات العامة المخل الاستراتيجي، الدار اللبنانية، القاهرة.

[12] الحديد، علي، (2010). واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية: دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.

[13] حريزي، موسى وغربي، صبرينة. (2013). دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربوية والنفسية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2013 (13): 23-34.

[14] الحريري، حسن، (1984). العلاقات العامة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.

[15] حسن، عادل، (1984). العلاقات العامة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.

[16] حمادي، إياد، (2018). الأساليب الاتصالية للعلاقات العامة في الإعلام المرئي الفضائي. دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[17] دراغمة، رافع أحمد أبو الزيت. (2011). دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة: دراسة مسحية مقارنة. رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العلاقات العامة، جامعة لاهاي، مملكة هولندا.

[18] الدليمي، عبد الرزاق والمشايخي، أحمد، (2020). أخلاقيات العلاقات العامة والتضليل الدعائي، الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[19] دياب، وليد، (2014). أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[20] رضوان، أحمد، (2013). العلاقات العامة دراسات حالة. وموضوعات متخصصة، دار العالم العربي، القاهرة، مصر.

[21] الزوبعي، عرسان، (2016). العلاقات العامة والتنمية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[22] زويلف، مهدي، (2015). العلاقات العامة نظريات وأساليب، مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[23] ستل، فريزر بي. (2005). **ممارسة العلاقات العامة** . ترجمة: سعد الحسني، أحمد نوري،

ط1. دار الكتاب الجامعي، القاهرة.

[24] شرباتي، ورود عثمان. (2011). **واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في**

الضفة الغربية: رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، إدارة الاعمال، جامعة

الخليل، الخليل.

[25] شيبه، شذوان علي، (2003). **العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق**، دار المعرفة

الجامعية، الإسكندرية .

[26] الصالحي، صباح، (2020). **مبادئ التسويق في العلاقات العامة**، دار امجد للنشر

والتوزيع، عمان، الأردن.

[27] الصوص، حنان وحلس، سهاد، (2007). **اتجاهات العاملين نحو أنشطة العلاقات العامة**

في المراكز الحقوقية: بحث علمي، نيل درجة البكالوريوس، الجامعة الإسلامية غزة،

فلسطين.

[28] الطائي، مصطفى، (2017). **الإدارة وأنشطة الاتصال في العلاقات العامة**، دار أسامة

للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[29] عبد الوهاب، جلال، (1984). **العلاقات العامة الإنسانية والإعلام**، ط1، منشورات ذات

السلاسل، الكويت.

[30] عثمان، إسلام، (2015). **فن العلاقات العامة**، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

[31] العدوي، فهمي محمد، (2008). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.

[32] عفيفي، عبد الخالق، (2014). العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية فن التواصل وصناعة التميز، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

[33] عقيلان، عبدالله، (2015). إدارة العلاقات العامة، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[34] عليان، رحي مصطفى، والطوباسي، محمود، (2018). الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن.

[35] عميرات، آمال، (2020). مهارات الاتصال في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[36] عوض، حنفى، (2018). العلاقات العامة وأساليب اتصال المجتمع، دار الكتب والدراسات العربية، القاهرة، مصر.

[37] عياد، خيرت، (2011). مبادئ العلاقات العامة، الآفاق المشرقة ناشرون، عمان، الأردن.

[38] عيواج، عذراء، (2018). العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بين النظرية والتطبيق. دار ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر.

[39] عيواج، عذراء، (2018). العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بين النظرية والتطبيق، ألفا للوثائق، الجزائر.

[40] غرسي، هدى، (2014). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

الخدماتية: دراسة مسحية. رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، الجزائر.

[41] فهد، كنجو؛ إبراهيم، كنجو، (1999). العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي. مؤسسة

الوراق، عمان، الأردن.

[42] كريمة، حاج. (2009 - 2010). العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة مؤسسة

الصناعات النسيجية Denitex: رسالة ماجستير، جامعة وهران السانبا، الجمهورية

الجزائرية، الجزائر.

[43] كريمة، ساعد، (2011). العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية جامعة منتوري قسنطينة

- أنموذجاً - وصفية تحليلية. رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.

[44] اللوزي، موسى، (2010). أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس. دار زمزم ناشرون

وموزعون، عمان، الأردن.

[45] محمد حربي حسن، (1991). العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة

والنشر، العراق.

[46] محمد عبد الفتاح محمد، (1997). العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية أسس ومبادئ،

ط2، المكتبة العلمية للكمبيوتر والنشر والتوزيع، مصر.

[47] المزاهرة، منال، (2015). إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع

والطباعة، عمان، الأردن.

[48] مسعودان، نسمة، (2020). العلاقات العامة منظور استراتيجي في المؤسسات، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[49] المشهداني، محمد، (2012). العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة: دراسة ميدانية لأقسام العلاقات العامة في جامعتي المستنصرية والعراقية. الباحث الاعلامي، العدد 16، 108-121.

[50] مصطفى، عبد الحكيم، (2019). الصورة الذهنية وحملات العلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

[51] موسى، محمد، (2019). مبادئ العلاقات العامة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

[52] ناصر، محمد وزاهر، تيسير، (2017). إدارة العلاقات العامة، مديرية الكتب والمطبوعات جامعة دمشق مركز التعليم المفتوح، دمشق، الجمهورية العربية السورية.

[53] نوير، ريهام، (2016). مقدمة في العلاقات العامة. دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية.

[54] ويلسون، لوري، (2006). التخطيط الاستراتيجي للبرامج الخاصة بالحملات الفعالة للعلاقات العامة. دار الرضا للنشر، سوريا، دمشق.

[55] يونس، طارق، (2008). إدارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ وسياسات. إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- [1] Anumatratchakit, Phongphat (2002) **"Perceptions of the University Presidents and Public Relations Officers of University Public Relations Officer in Private University in Thailand"**. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Pittsburgh Thailand, USA.
- [2] Bobbitt (2005) **"The extent of preparedness of officials in the departments of foreign relations at the university for any emergency"**. Administration & Society, 45.1: 3-37.
- [3] Gupta, Chandni; Bartlett, Jennifer(2010). **Practising Public Relations In The Global Community Of The 21st Century – A Comparison Of Youth Practices Of Pr And Culture In Three World Regions**. WCA 2010 Conference, Brisbane.
- [4] Kaeosanit, M. (2015). **Public Relations Strategies for Building University and Community Engagement: A Case Study of Southern Rajabhat Universities**.,Thailand (Doctoral dissertation,Universiti Sains Malaysia
- [5] Lane, A. (2012). **"Working At The Interface: The Descriptive Relevance Of Grunig And Hunt's Theories To Public Relations Practices In South East Queensland Schools"**, Journal of Communication Management.
- [6] Mcclenaghan (2006): **"Public Relations Department in Universities Market their Products with Few Financial Resources"**. Journal of endocrinology, 189(2), 301-310

- [7] Stone, Melanie Lefferts (2005) **National Media Coverage of Higher Education: A Case Study of Three Universities and the Role of Public Relations**. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Mississippi, USA.
- [8] Wilcox, D.L & Cameron G.T. (2009). **Public relations strategies and tactics**, (9th ed.) USA: Allyn and Bacon.

مواقع الانترنت:

[1] أنطولوجيا بيرزيت، 2019 مستردة من: <https://ontology.birzeit.edu>

.29/1/2021

[2] موقع جامعة بيرزيت - رام الله ، العلاقات العامة، (<http://www.birzeit.edu/>)

[3] موقع جامعة النجاح الوطنية - نابلس العلاقات العامة، (<http://www.najah.edu>)

الملاحق

ملحق أ: الاستبانة بصورتها الأولى



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

الموضوع: إستبيان

حضرة عضو هيئة التدريس المحترم/المحترمة

تحية طيبة وبعد،

تقوم الباحثة بإجراء بحث حول " دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية و بيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

أرجو من حضرتكم الإجابة على أسئلة الإستبانة مع تحري الموضوعية والدقة، حيث سيتم استخدام اجاباتكم لأغراض البحث العلمي فقط مع المحافظة على جميع الاجابات بسرية تامة.

مع كامل الشكر والتقدير لجهودكم

الباحثة

رنا تيسير عمري

بإشراف: د. فريد أبو ضهير

أولاً: البيانات الشخصية

النوع: ذكر أنثى

مكان الإقامة: مدينة قرية مخيم

العمر: أقل من 25 سنة من 25- إلى أقل من 45 سنة 45 سنة فأكثر

سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات من 5- أقل من 10 سنوات 10 سنوات فأكثر

الجامعة: ☐ جامعة النجاح الوطنية ☐ جامعة بيرزيت

ثانياً: فقرات أداة الدراسة

الرجاء وضع إشارة (X) في المكان المناسب

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
المحور الأول: مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة						
1.	أهتم بالأخبار التي تنشرها دائرة العلاقات العامة عن الجامعة					
2.	أتابع الأخبار التي تنشرها دائرة العلاقات العامة عن أعضاء هيئة التدريس في الجامعة					
3.	أهتم بالدعوات التي أتلقيها للمشاركة في أنشطة الجامعة من قبل العلاقات العامة.					
4.	لدي اهتمام بما تنشره العلاقات العامة حول الأنشطة التي يقوم بها أعضاء هيئة التدريس في الجامعة.					
5.	لدي اهتمام بما تنشره دائرة العلاقات العامة عن الأنشطة الطلابية.					

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة
6.	أتابع الاخبار التي تنشرها دائرة العلاقات العامة عن سير العملية التعليمية والعقبات التي تواجهها				
7.	أهتم بالمعلومات التي تنشرها العلاقات العامة عن تنظيم العلاقات مع المؤسسات المحلية والدولية.				
8.	أهتم بما تنشره العلاقات العامة من معلومات حول دورات التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس خارج الدولة.				
9.	لدي اهتمام بما تنشره العلاقات العامة حول التعريف بالجامعة ومراقبتها العلمية.				
10.	أهتم بالاستطلاعات التي توجهها دائرة العلاقات العامة لأعضاء هيئة التدريس للكشف عن انطباعاتهم وآرائهم حول مسيرتهم الجامعية				
المحور الثاني: مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة					
11.	تزود العلاقات العامة أعضاء هيئة التدريس بمعلومات حقيقية تعكس الواقع بدقة.				
12.	تتيح العلاقات العامة لأعضاء هيئة التدريس الفرص للتعبير عن أنفسهم وقدراتهم وآرائهم ومواهبهم من خلال منصات الاتصال والتواصل.				
13.	تُظهر العلاقات العامة الاحترام والتقدير لأعضاء هيئة التدريس.				
14.	تتجاوب العلاقات العامة ايجابياً مع الأفكار التي يقترحها أعضاء هيئة التدريس.				
15.	توفر العلاقات العامة الحوافز المعنوية لأعضاء				

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض
	هيئة التدريس في الجامعة.					
16.	تسهم العلاقات العامة في توفير الحوافز المادية والمعنوية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.					
17.	توفر العلاقات العامة فرص التدريب والتمكين لأعضاء هيئة التدريس.					
18.	تتعامل العلاقات العامة بمساواة ودون تمييز بين أعضاء هيئة التدريس.					
المحور الثالث: مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة						
19.	يستخدم أعضاء هيئة التدريس الهاتف الأرضي لمعرفة المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة					
20.	يستخدم أعضاء هيئة التدريس المنصة الإلكترونية للجامعة للاطلاع على الأخبار من دائرة العلاقات العامة					
21.	تتواصل دائرة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال لوحات الإعلان المعلقة في المكان المخصص لها في الجامعة					
22.	تتواصل دائرة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال المراسلات الورقية.					
23.	تتواصل دائرة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال الأنشطة الأكاديمية والاجتماعية التي تنظمها الجامعة.					
24.	يستخدم أعضاء هيئة التدريس الاجتماعات الإلكترونية مع أعضاء دائرة العلاقات العامة من					

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض
	اجل معرفة المعلومات عبر برامج التواصل.					
25.	يتلقى أعضاء هيئة التدريس رسائل من دائرة العلاقات العامة عبر البريد الالكتروني والواتس أب والماسنجر.					
المحور الرابع: مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال						
26.	تظهر العلاقات العامة الجامعة بالصورة الصحيحة التي تعبر عن واقعها أمام الوفود والزوار					
27.	نجحت العلاقات العامة في الجامعة في ترسيخ صورة ايجابية للجامعة عند أعضاء هيئة التدريس					
28.	تعمل العلاقات العامة على تدعيم العلاقات بين الدائرة وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لكسب ثقتهم لزيادة كفاءة الأداء					
29.	تهتم دائرة العلاقات العامة بالشكاوى المقدمة من قبل أعضاء هيئة التدريس.					
30.	تساهم نشاطات الدائرة في رسم صورة طيبة للجامعة لدى أعضاء هيئة التدريس.					
31.	تقوم دائرة العلاقات العامة بمعالجة الصورة السلبية التي تتشكل لدى أعضاء هيئة التدريس التي قد تنشأ بسبب بعض المواقف أو القرارات					
32.	تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعة بقياس رأي أعضاء هيئة التدريس بشكل دوري.					
المحور الخامس: مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري						

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة
في الجامعة					
33.	تقوم دائرة العلاقات العامة بتعريف أعضاء هيئة التدريس بحقيقة الجهود التي تبذل في سبيل تعليم أبنائهم في الجامعة.				
34.	تقوم دائرة العلاقات العامة بتوضيح ما تقوم به الجامعة في سبيل رعاية أبناء أعضاء هيئة التدريس الذين يدرسون في الجامعة صحياً وعلمياً ورياضياً واجتماعياً.				
35.	تقوم دائرة العلاقات العامة بشرح السياسة التعليمية المتبعة في الجامعة لأعضاء هيئة التدريس وبيان فلسفتها وأسسها.				
36.	تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات لأعضاء الهيئة التدريس حول الشراكة مع المؤسسات الأخرى وآلية الافادة من تلك الشركات				
37.	تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات لأعضاء الهيئة التدريس حول المسابقات والأنشطة التي تقوم بها الجامعة على مستوى الدولة والجوائز الحاصلة عليها.				
38.	تصدر دائرة العلاقات العامة نشرة الكترونية تغطي من خلالها أخبار وأنشطة الجامعة.				
39.	تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات كافية عند افتتاح مشروع جديد تقوم به الجامعة				
40.	تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات حول تغطية نشاطات الاتحادات والأندية الطلابية.				
المحور السادس: مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية					

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة
والثقافية					
41.	تتواصل العلاقات العامة مع أعضاء الهيئة التدريسية من أجل حل مشكلاتهم.				
42.	تهتم العلاقات العامة بالتعرف على الاتجاهات والاحتياجات والميول عند أعضاء هيئة التدريس لتلبية ميولهم واحتياجاتهم				
43.	تشارك العلاقات العامة أعضاء هيئة التدريس بفاعلية في المناسبات والأعياد الوطنية والاجتماعية والثقافية.				
44.	تنظم الدائرة لقاءات مشتركة لأعضاء هيئة التدريس لمناقشة مشاكل التعليم.				
45.	تنظم الدائرة لقاءات مشتركة لأعضاء هيئة التدريس لمناقشة مشاكل الطلبة.				
46.	تقوم دائرة العلاقات العامة بالتواصل مع أعضاء هيئة التدريس من أجل الاشتراك في استقبال الوفود وتنظيم الزيارات.				
47.	تنظم دائرة العلاقات العامة أنشطة اجتماعية مثل (مناسبات التقاعد، وأعياد الميلاد، والأعياد الرسمية.. الخ) لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.				
48.	تنظم دائرة العلاقات العامة أنشطة ثقافية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.				
49.	تقدم دائرة العلاقات العامة هدايا في المناسبات الدينية والاجتماعية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.				

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة
50.	تقدم دائرة العلاقات العامة جوائز تكريم لأعضاء هيئة التدريس الذين قاموا بإنجازات متميزة.				
51.	تعمل دائرة العلاقات العامة على تكريم المتقاعدين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة				
52.	تهنئ دائرة العلاقات العامة أعضاء هيئة التدريس بمناسبة أعيادهم السعيدة.				
53.	تقدم دائرة العلاقات العامة التعزية لأعضاء هيئة التدريس الذين لديهم حالات وفاة.				

انتهى الاستبيان

"شكراً لحسن تعاونكم"

ملحق رقم ب: الاستبانة بصورتها النهائية



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

الموضوع : إستبيان

تحية طيبة وبعد،

تقوم الباحثة بدراسة ميدانية عنوانها " دور دوائر العلاقات العامة في جامعتي النجاح الوطنية و بيرزيت الفلسطينيتين في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

أرجو من حضرتكم الإجابة على أسئلة الإستبانة مع تحري الموضوعية والدقة، حيث سيتم استخدام اجاباتكم لأغراض البحث العلمي فقط مع المحافظة على جميع الاجابات بسرية تامة.

شاكراً لكم حُسن تعاونكم

الباحثة

رنا عمري

أولاً: البيانات الشخصية

النوع: ذكر أنثى

مكان الإقامة: المدينة البلدة القرية المخيم

العمر: أقل من 25 سنة من 25-35 سنة أكبر من 35 سنة

سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات من 5-10 سنوات أكثر من 10 سنوات

الجامعة: ☐ جامعة النجاح الوطنية ☐ جامعة بيرزيت

ثانياً: فقرات أداة الدراسة الرجاء وضع إشارة (X) في المكان المناسب

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض
المحور الأول: مدى استخدام الوسائل الاتصالية المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة						
54.	يستخدم أعضاء هيئة التدريس الهاتف الأرضي لمعرفة المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة					
55.	يستخدم أعضاء هيئة التدريس المنصة الإلكترونية للجامعة لتلقي الأخبار من دائرة العلاقات العامة					
56.	تتواصل إدارة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال اللوحات الإعلان في المكان المخصص لها					
57.	تتواصل إدارة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال المراسلات الورقية.					
58.	تتواصل إدارة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال الأنشطة.					
59.	يستخدم أعضاء هيئة التدريس الاجتماعات الإلكترونية مع أعضاء إدارة العلاقات العامة من أجل معرفة المعلومات عبر برامج التواصل.					
60.	يتلقى أعضاء هيئة التدريس رسائل عبر البريد الإلكتروني من إدارة العلاقات العامة عبر الواتس أب.					
المحور الثاني: مدى الاهتمام بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة						
1.	أهتم بالأخبار التي تنشرها إدارة العلاقات العامة عن أخبار الجامعة					
2.	أتابع الأخبار التي تنشرها إدارة العلاقات العامة عن العاملين في الجامعة					
3.	أهتم بالدعوات التي ألقاها للمشاركة في أنشطة الجامعة عبر بريد ي الإلكتروني من قبل العلاقات العامة.					
4.	لدي اهتمام بما تنشره العلاقات العامة حول العاملين في الجامعة وبالوظائف التي يقومون بها.					
5.	لدي اهتمام بما تنشره إدارة العلاقات العامة عن الأنشطة الطلابية					
6.	أتابع الاخبار التي تنشرها إدارة العلاقات العامة عن سير العملية التعليمية والعقبات التي تواجهها					
7.	أهتم بالمعلومات التي تنشرها العلاقات العامة هي عن تنظيم العلاقات مع المؤسسات المحلية والدولية.					
8.	أهتم بما تنشره العلاقات العامة من معلومات حول دورات التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس خارج الدولة.					
9.	لدي اهتمام بما تنشره العلاقات العامة حول التعريف بالجامعة ومرافقها العلمية وبالدور الذي تقوم به أمنياً					

					وعلميا.	
					أهتم بالاستطلاعات التي توجهها ادارة العلاقات العامة للعاملين للكشف عن انطباعاتهم وآرائهم حول مسيرتهم الجامعية	10.
المحور الثالث: مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء العاملين للجامعة						
					1. تزود العلاقات العامة العاملين بمعلومات حقيقية خالية من التحريف والتزوير	
					2. تتيح العلاقات العامة للعاملين الفرص للتعبير عن أنفسهم وقدراتهم وآرائهم ومواهبهم.	
					3. تحترم العلاقات العامة العلاقات العامة الموظفين وتقدرهم	
					4. تتجاوب العلاقات العامة مع الأفكار التي يقترحها العاملون	
					5. توفر العلاقات العامة الحوافز والمعنوية للعاملين في الجامعة	
					6. توفر العلاقات العامة الحوافز المادية للعاملين في الجامعة	
					7. توفر العلاقات العامة العلاقات العامة فرص التدريب والتمكين للعاملين	
					8. تتعامل العلاقات العامة إدارة العلاقات العامة بمساواة ودون تمييز بين الموظفين	
المحور الرابع: مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية للجامعة						
					1. تظهر العلاقات العامة الجامعة بالصورة الصحيحة التي تعبر عن واقعها أمام الوفود والزور	
					2. تعمل العلاقات العامة في الجامعة على ترسيخ صورة ايجابية للجامعة عند أعضاء هيئة التدريس	
					3. تدعيم العلاقات بين الإدارة والعاملين في الجامعة لكسب ثقتهم وتوعيتهم لزيادة كفاءة الأداء	
					4. تهتم إدارة العلاقات العامة بالشكاوى المقدمة من الجمهور الداخلي	
					5. تساهم نشاطات الدائرة في رسم صورة طيبة للجامعة لدى الجمهور الداخلي.	
					6. معالجة الصورة السلبية التي تتشكل عند أعضاء هيئة التدريس التي قد تنشأ بسبب بعض المواقف أو القرارات	
					7. تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعة بقياس الرأي العام الداخلي بشكل دوري.	
المحور الخامس: مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لهيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة						
					1. تعريف الجمهور وأولياء أمور الطلاب بحقيقة الجهود التي تبذل في سبيل تعليم أبنائهم	
					2. توضيح ما تقوم به الجامعة في سبيل رعاية الطلاب	

					وصحياً وعلمياً ورياضياً واجتماعياً.
3.					شرح السياسة التعليمية للجامعة وبيان فلسفتها وأسسها.
4.					تقديم معلومات حول الشراكة مع المؤسسات الأخرى وآلية الافادة من تلك الشركات
5.					تقدم معلومات حول المسابقات والأنشطة التي تقوم بها الجامعة على مستوى الدولة والجوائز الحاصلة عليها.
6.					تصدر دائرة العلاقات العامة نشرة دورية تغطي من خلالها أخبار وأنشطة الجامعة
7.					تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات كافية عند افتتاح مشروع جديد تقوم به الجامعة
8.					تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات حول تغطية نشاطات الاتحادات والأندية الطلابية.
المحور السادس: مدى قدرة العلاقات العامة على إقناع هيئة التدريس بما تقدمه من معلومات ومواقف للجامعة تجاه القضايا المختلفة					
1.					تقوم العلاقات العامة بإيجاد التفاهم المتبادل بين أعضاء هيئة التدريس في المجتمع وأفراده تحقيقاً للصالح العام في قضية الأسرى
2.					تشرح العلاقات العامة باستمرار سياسة الجامعة للجمهور بهدف قبولها والافتتاح بما تنشره تجاه قضية الأسرة.
3.					تتأكد العلاقات العامة من مصداقية الأخبار المعروضة على موقع الجامعة
4.					تحاول العلاقات العامة اشراك العاملين في الجامعة في الندوات الخاصة التي تهتم بقضايا ثقافية واجتماعية مبررة أهميتها لهم.
5.					تقدم العلاقات العامة معلومات غاية في الدقة والشمولية عن أسباب فصل أحد أعضاء الهيئة التدريسية
6.					تعالج إدارة العلاقات العامة الأزمات بقدر كبير من المسؤولية بحيث تخرج بأقل الخسائر
المحور السابع: مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية					
1.					تتواصل العلاقات العامة مع أعضاء الهيئة التدريسية من أجل حل مشكلات الموظفين
2.					تهتم العلاقات العامة بالتعرف على الاتجاهات والاحتياجات والميول عند الموظفين لتلبية ميولهم واحتياجاتهم
3.					تشارك العلاقات العامة الموظفين بفعالية في المناسبات والأعياد الوطنية والاجتماعية والثقافية.
4.					تنظم الدائرة لقاءات مشتركة لأعضاء هيئة التدريس لمناقشة مشاكل التعليم.
5.					تنظم الدائرة لقاءات مشتركة لأعضاء هيئة التدريس

					لمناقشة مشاكل الطلبة.	
					تقوم إدارة العلاقات العامة بالتواصل مع أعضاء هيئة التدريس من أجل الاشتراك في استقبال الوفود وتنظيم الزيارات.	6.
					تنظم إدارة العلاقات العامة أنشطة اجتماعية للعاملين في الجامعة.	7.
					تنظم إدارة العلاقات العامة أنشطة ثقافية للعاملين في الجامعة.	8.
					تقدم إدارة العلاقات العامة هدايا في المناسبات الدينية والاجتماعية للعاملين في الجامعة.	9.
					تقدم إدارة العلاقات العامة جوائز تكريم للعاملين الذين قاموا بإنجازات متميزة.	10.
					تقدم إدارة العلاقات العامة جوائز تكريم للمتقاعدين.	11.
					تهنئ إدارة العلاقات العامة العاملين بمناسباتهم السعيدة.	12.
					تقدم إدارة العلاقات العامة التعزية للعاملين الذين لديهم حالات وفاة.	13.

"شكراً لحسن تعاونكم"

ملحق ج: أسماء المحكمين

العدد	الاسم	الجامعة / الكلية
1.	د. هنادي دويكات	دكتورة في الجامعة العربية الأمريكية
2.	د. عمر أبو عرقوب	دكتور في الجامعة العربية الأمريكية
3.	د. نشأة الأفطش	دكتور في جامعة بيرزيت
4.	د. محمود خلوف	دكتور في الجامعة العربية الأمريكية
5.	د. عامر قاسم	دكتور في جامعة النجاح الوطنية
6.	د. مروان زهد	محلل إحصائي

ملحق د: أسئلة المقابلة

1. ما مدى اهتمامك بما تنتشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة؟

2. ما مدى رضاك عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء العاملين للجامعة؟

3. ما مدى استخدامك للوسائل الاتصالية المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة؟

4. من وجهة نظرك ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال؟

5. ما مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة ؟

6. ما مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية ؟

ملحق الجداول

جدول 4.1

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية حسب المجالات والدرجة الكلية

المجال	جامعة النجاح		جامعة بيرزيت		الدرجة الكلية		المستوى
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنتشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	4.48	0.55	4.52	0.44	4.49	0.51	مرتفع جداً
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	4.38	0.61	4.50	0.46	4.42	0.56	مرتفع جداً
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	4.25	0.56	4.33	0.56	4.28	0.56	مرتفع جداً
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل والاتصال	4.32	0.59	4.42	0.51	4.36	0.56	مرتفع جداً
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار	4.26	0.61	4.36	0.54	4.30	0.58	مرتفع جداً

لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة							
مرتفع جداً	0.55	4.42	0.41	4.53	0.60	4.36	مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية
مرتفع جداً	0.51	4.39	0.43	4.46	0.54	4.35	الدرجة الكلية

4.2 جدول

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة

المستوى	الدرجة الكلية	جامعة بيرزيت		جامعة النجاح		الفقرات
		الانحراف المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الانحراف المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
مرتفع جداً	0.60	4.58	0.50	4.63	0.65	أهتم بالأخبار التي تنشرها دائرة العلاقات العامة عن الجامعة
مرتفع جداً	0.57	4.57	0.56	4.59	0.58	أتابع الأخبار التي تنشرها دائرة العلاقات العامة عن أعضاء هيئة التدريس في الجامعة
مرتفع جداً	0.60	4.52	0.50	4.56	0.66	أهتم بالدعوات التي ألقاها للمشاركة في أنشطة الجامعة من قبل العلاقات العامة.
مرتفع جداً	0.60	4.53	0.56	4.52	0.62	لدي اهتمام بما تنشره العلاقات العامة حول الأنشطة التي يقوم بها أعضاء هيئة التدريس في الجامعة.
مرتفع جداً	0.74	4.26	0.66	4.34	0.78	لدي اهتمام بما تنشره دائرة العلاقات العامة عن الأنشطة الطلابية.
مرتفع جداً	0.63	4.44	0.56	4.45	0.66	أتابع الاخبار التي تنشرها دائرة العلاقات العامة عن سير العملية التعليمية والعقبات التي تواجهها
مرتفع جداً	0.59	4.64	0.48	4.73	0.64	أهتم بالمعلومات التي تنشرها العلاقات العامة عن تنظيم العلاقات مع المؤسسات المحلية والدولية.

مرتفع جداً	0.54	4.73	0.48	4.77	0.57	4.71	أهتم بما تنشره العلاقات العامة من معلومات حول دورات التطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس خارج الدولة.
مرتفع جداً	0.79	4.21	0.73	4.16	0.82	4.24	لدي اهتمام بما تنشره العلاقات العامة حول التعريف بالجامعة ومرافقها العلمية.
مرتفع جداً	0.64	4.42	0.60	4.43	0.66	4.41	أهتم بالاستطلاعات التي توجهها دائرة العلاقات العامة لأعضاء هيئة التدريس للكشف عن انطباعاتهم وآرائهم حول مسيرتهم الجامعية
مرتفع جداً	0.51	4.49	0.44	4.52	0.55	4.48	الدرجة الكلية

4.3 جدول

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة

المستوى	الدرجة الكلية		جامعة بيرزيت		جامعة النجاح		الفقرات
	الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
	المعياري	الحسابي	المعياري	الحسابي	المعياري	الحسابي	
مرتفع جداً	0.67	4.36	0.57	4.42	0.72	4.33	تزود العلاقات العامة أعضاء هيئة التدريس بمعلومات حقيقية خالية من التحريف والتزوير
مرتفع جداً	0.63	4.40	0.53	4.48	0.67	4.35	تتيح العلاقات العامة لأعضاء هيئة التدريس الفرص للتعبير عن أنفسهم وقدراتهم وآرائهم ومواهبهم.
مرتفع جداً	0.58	4.65	0.47	4.76	0.63	4.58	تحترم العلاقات العامة أعضاء هيئة التدريس وتقدرهم.
مرتفع جداً	0.57	4.43	0.53	4.48	0.59	4.41	تتجاوب العلاقات العامة مع الأفكار التي يقترحها أعضاء هيئة التدريس.
مرتفع جداً	0.64	4.40	0.53	4.48	0.68	4.36	توفر العلاقات العامة الحوافز المعنوية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.
مرتفع جداً	0.65	4.35	0.56	4.43	0.70	4.31	توفر العلاقات العامة الحوافز المادية لأعضاء هيئة

التدريس في الجامعة.							
توفر العلاقات العامة							
مرتفع جداً	0.64	4.34	0.54	4.43	0.69	4.31	فرص التدريب والتمكين لأعضاء هيئة التدريس.
تتعامل العلاقات العامة بمساواة ودون تمييز بين أعضاء هيئة التدريس.							
مرتفع جداً	0.62	4.43	0.58	4.50	0.65	4.38	
مرتفع جداً	0.56	4.42	0.46	4.50	0.61	4.38	الدرجة الكلية

جدول 4.4

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة في الجامعة

الفقرات	جامعة النجاح		جامعة بيرزيت		الدرجة الكلية		المستوى
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
يستخدم أعضاء هيئة التدريس الهاتف الأرضي لمعرفة المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	3.91	0.82	3.94	0.97	3.92	0.87	مرتفع
يستخدم أعضاء هيئة التدريس المنصة الإلكترونية للجامعة لتلقي الأخبار من دائرة العلاقات العامة	4.42	0.63	4.46	0.53	4.44	0.60	مرتفع جداً
تتواصل دائرة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال لوحات الإعلان في المكان المخصص لها	4.26	0.61	4.33	0.69	4.29	0.64	مرتفع جداً
تتواصل دائرة العلاقات العامة مع أعضاء هيئة التدريس من خلال المراسلات	4.28	0.62	4.34	0.63	4.30	0.62	مرتفع جداً

الورقية.						
مرتفع جداً	0.56	4.34	0.56	4.40	0.56	4.31
مرتفع جداً	0.61	4.31	0.60	4.39	0.62	4.27
مرتفع جداً	0.55	4.35	0.50	4.42	0.58	4.31
مرتفع جداً	0.56	4.28	0.56	4.33	0.56	4.25

جدول (4.5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة من خلال وسائل التواصل والاتصال

المستوى	الدرجة الكلية		جامعة بيرزيت		جامعة النجاح		الفقرات
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
مرتفع جداً	0.61	4.37	0.52	4.46	0.65	4.31	تظهر العلاقات العامة الجامعة بالصورة الصحيحة التي تعبر عن واقعها أمام الوفود والزوار
							تعمل العلاقات العامة في الجامعة على ترسيخ صورة ايجابية للجامعة عند أعضاء هيئة التدريس
مرتفع جداً	0.62	4.38	0.58	4.44	0.65	4.35	تعمل العلاقات العامة على تدعيم العلاقات بين الدائرة وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لكسب ثقتهم وتوعيتهم لزيادة كفاءة الأداء
							تهتم دائرة العلاقات العامة بالشكاوى المقدمة من قبل أعضاء هيئة التدريس.
مرتفع جداً	0.62	4.34	0.64	4.40	0.61	4.31	تساهم نشاطات الدائرة في رسم صورة طيبة للجامعة لدى أعضاء هيئة التدريس.
مرتفع جداً	0.55	4.39	0.51	4.42	0.57	4.37	

مرتفع جداً	0.57	4.36	0.51	4.40	0.60	4.34	معالجة الصورة السلبية التي تتشكل عند أعضاء هيئة التدريس التي قد تنشأ بسبب بعض المواقف أو القرارات
مرتفع جداً	0.70	4.28	0.60	4.36	0.74	4.24	تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعة بقياس رأي أعضاء هيئة التدريس بشكل دوري.
مرتفع جداً	0.56	4.36	0.51	4.42	0.59	4.32	الدرجة الكلية

جدول 4.6

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة

المستوى	الدرجة الكلية		جامعة بيرزيت		جامعة النجاح		الفقرات
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
مرتفع جداً	0.84	4.27	0.75	4.39	0.89	4.20	تعريف أعضاء هيئة التدريس بحقيقة الجهود التي تبذل في سبيل تعليم أبنائهم
مرتفع جداً	0.85	4.26	0.74	4.40	0.90	4.18	توضيح ما تقوم به الجامعة في سبيل رعاية أبناء أعضاء هيئة التدريس صحياً وعلمياً ورياضياً واجتماعياً.
مرتفع جداً	0.61	4.41	0.55	4.48	0.64	4.37	شرح السياسة التعليمية المتبعة في الجامعة لأعضاء هيئة التدريس وبيان فلسفتها وأسسها.
مرتفع جداً	0.60	4.39	0.58	4.44	0.62	4.36	تقديم معلومات لأعضاء الهيئة التدريسية حول الشراكة مع المؤسسات الأخرى وآلية الإفادة من تلك الشركات
مرتفع جداً	0.61	4.42	0.62	4.46	0.61	4.38	تقديم معلومات لأعضاء الهيئة التدريسية حول المسابقات والأنشطة التي تقوم بها الجامعة على مستوى الدولة والجوائز الحاصلة

عليها.							
تصدر دائرة العلاقات العامة نشرة دورية تغطي من خلالها أخبار وأنشطة الجامعة.							
مرتفع جداً	0.62	4.28	0.62	4.31	0.63	4.26	
تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات كافية عند افتتاح مشروع جديد تقوم به الجامعة							
مرتفع جداً	0.66	4.20	0.66	4.20	0.66	4.20	
تقدم دائرة العلاقات العامة معلومات حول تغطية نشاطات الاتحادات والأندية الطلابية.							
مرتفع	0.65	4.18	0.66	4.19	0.65	4.17	
مرتفع جداً	0.58	4.30	0.54	4.36	0.61	4.26	الدرجة الكلية

جدول 4.7

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية

المستوى	الدرجة الكلية		جامعة بيرزيت		جامعة النجاح		الفقرات
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
مرتفع جداً	0.69	4.20	0.66	4.26	0.70	4.16	تتواصل العلاقات العامة مع أعضاء الهيئة التدريسية من أجل حل مشكلاتهم.
							تهتم العلاقات العامة بالتعرف على الاتجاهات والاحتياجات والميول عند أعضاء هيئة التدريس لتلبية ميولهم واحتياجاتهم
مرتفع جداً	0.71	4.24	0.66	4.34	0.73	4.19	تشارك العلاقات العامة أعضاء هيئة التدريس بفاعلية في المناسبات والأعياد الوطنية والاجتماعية والثقافية.
							تنظم الدائرة لقاءات مشتركة لأعضاء هيئة التدريس لمناقشة مشاكل التعليم.
مرتفع جداً	0.68	4.27	0.64	4.32	0.70	4.23	تنظم الدائرة لقاءات مشتركة لأعضاء هيئة التدريس لمناقشة مشاكل التعليم.
							تنظم الدائرة لقاءات مشتركة لأعضاء هيئة التدريس لمناقشة مشاكل التعليم.

مشاكل الطلبة.						
تقوم دائرة العلاقات العامة بالتواصل مع أعضاء هيئة التدريس من أجل الاشتراك في استقبال الوفود وتنظيم الزيارات.						
4.28	0.74	4.44	0.53	4.34	0.68	مرتفع جداً
تنظم دائرة العلاقات العامة أنشطة اجتماعية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.						
4.30	0.72	4.46	0.53	4.36	0.66	مرتفع جداً
تنظم دائرة العلاقات العامة أنشطة ثقافية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.						
4.35	0.68	4.54	0.52	4.42	0.63	مرتفع جداً
تقدم دائرة العلاقات العامة هدايا في المناسبات الدينية والاجتماعية لأعضاء هيئة التدريس في الجامعة.						
4.36	0.71	4.60	0.51	4.45	0.65	مرتفع جداً
تقدم دائرة العلاقات العامة جوائز تكريم لأعضاء هيئة التدريس الذين قاموا بإنجازات متميزة.						
4.59	0.67	4.79	0.50	4.66	0.62	مرتفع جداً
تهنئ دائرة العلاقات العامة أعضاء هيئة						
4.51	0.74	4.84	0.39	4.63	0.65	مرتفع جداً

التدريس بمناسباتهم السعيدة.						
تقدم دائرة العلاقات العامة التعزية لأعضاء هيئة التدريس الذين لديهم حالات وفاة.						
مرتفع جداً	0.50	4.72	0.42	4.83	0.71	4.58
الدرجة الكلية						
مرتفع جداً	0.55	4.42	0.41	4.53	0.60	4.36

الجدول 4.8

نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير النوع

المجال	ذكر	أنثى	قيمة (ت)	مستوى الدلالة		
					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	4.46	0.54	4.55	0.45	-1.49	0.14
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	4.40	0.60	4.48	0.48	-1.24	0.22
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	4.28	0.58	4.28	0.52	0.11	0.92
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل	4.34	0.60	4.38	0.49	-0.60	0.55
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	4.27	0.61	4.34	0.53	-1.02	0.31

مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية					
0.18	-1.34	0.44	4.48	0.59	4.39
الدرجة الكلية					
0.28	-1.09	0.42	4.43	0.54	4.37

جدول 4.13

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية
في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.43	4.29	75	أقل من 5 سنوات	مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنتشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة
0.41	4.38	131	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
0.57	4.72	129	10 سنوات فأكثر	
0.40	4.26	75	أقل من 5 سنوات	مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة
0.43	4.28	131	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
0.67	4.67	129	10 سنوات فأكثر	
0.34	4.06	75	أقل من 5 سنوات	مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة
0.38	4.05	131	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
0.63	4.64	129	10 سنوات فأكثر	
0.37	4.13	75	أقل من 5 سنوات	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل
0.41	4.18	131	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
0.65	4.67	129	10 سنوات فأكثر	
0.40	3.98	75	أقل من 5 سنوات	مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة
0.45	4.16	131	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
0.64	4.62	129	10 سنوات فأكثر	
0.36	4.25	75	أقل من 5 سنوات	مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية
0.37	4.32	131	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
0.70	4.62	129	10 سنوات فأكثر	
0.32	4.18	75	أقل من 5 سنوات	الدرجة الكلية

0.33	4.25	131	من 5 إلى أقل من 10 سنوات
0.62	4.65	129	10 سنوات فأكثر

جدول 4.14

تحليل التباين الأحادي على الدرجة الكلية والمجالات لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	بين المجموعات	10.98	2	5.49	24.01	0.00**
	داخل المجموعات	75.93	332	0.23		
	المجموع	86.91	334			
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	بين المجموعات	12.50	2	6.25	22.32	0.00**
	داخل المجموعات	92.95	332	0.28		
	المجموع	105.44	334			
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	بين المجموعات	27.70	2	13.85	59.57	0.00**
	داخل المجموعات	77.18	332	0.23		
	المجموع	104.88	334			
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل	بين المجموعات	20.19	2	10.10	39.06	0.00**
	داخل المجموعات	85.81	332	0.26		
	المجموع	106.00	334			
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	بين المجموعات	23.30	2	11.65	42.63	0.00**
	داخل المجموعات	90.72	332	0.27		
	المجموع	114.02	334			
مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	بين المجموعات	8.56	2	4.28	15.67	0.00**
	داخل المجموعات	90.71	332	0.27		
	المجموع	99.27	334			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	15.01	2	7.51	35.36	0.00**

	0.21	332	70.48	داخل المجموعات
		334	85.49	المجموع

جدول 4.15

نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية والمجالات تبعاً لمتغير سنوات الخبرة

المتغير	المستوى	أقل من 5 سنوات	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	10 سنوات فأكثر
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	10 سنوات فأكثر	.42154*	.33391*	-
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	10 سنوات فأكثر	.41000*	.38886*	-
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	10 سنوات فأكثر	.58436*	.59452*	-
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل	10 سنوات فأكثر	.53736*	.48290*	-
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	10 سنوات فأكثر	.63776*	.45861*	-
مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	10 سنوات فأكثر	.37010*	.29697*	-
الدرجة الكلية	10 سنوات فأكثر	.47641*	.40590*	-

الجدول 4.16

نتائج اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لاختبار مستوى دلالة الفروق متوسطات دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التواصل مع أعضاء الهيئة التدريسية تبعاً لمتغير الجامعة

المجال	النجاح الوطنية		بييرزيت		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
مدى اهتمام أعضاء هيئة التدريس بما تنشره العلاقات العامة من معلومات وأخبار عبر وسائل الاتصال المختلفة	4.48	0.55	4.52	0.44	-0.75	0.46
مدى الرضا عن دور العلاقات العامة في تعزيز انتماء أعضاء هيئة التدريس للجامعة	4.38	0.61	4.50	0.46	-1.86	0.06
مدى استخدام وسائل الاتصال المختلفة لتلقي المعلومات والأخبار من دائرة العلاقات العامة	4.25	0.56	4.33	0.56	-1.12	0.26
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم صورة إيجابية لأعضاء هيئة التدريس عن الجامعة خلال وسائل التواصل والاتصال	4.32	0.59	4.42	0.51	-1.51	0.13
مدى قدرة العلاقات العامة على تقديم معلومات وأخبار لأعضاء هيئة التدريس حول ما يجري في الجامعة	4.26	0.61	4.36	0.54	-1.45	0.15
مدى قيام العلاقات العامة بالتواصل مع الهيئة التدريسية فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية	4.36	0.60	4.53	0.41	-2.88	0.00
الدرجة الكلية	4.35	0.54	4.46	0.43	-1.85	0.05



An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS
DEPARTMENTS IN PALESTINIAN UNIVERSITIES
OF AN-NAJAH NATIONAL AND BIRZEIT
UNIVERSITIES IN COMMUNICATING WITH
FACULTY MEMBERS**

By

Rana Tayseer Abdel-Taif Omari

Supervisor

Farid Abdel Fattah Abu Dhair

**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.**

2022

**THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS DEPARTMENTS IN PALESTINIAN
UNIVERSITIES OF AN-NAJAH NATIONAL AND BIRZEIT UNIVERSITIES
IN COMMUNICATING WITH FACULTY MEMBERS**

By
Rana Tayseer Abdel-Taif Omari
Supervisor
Farid Abdel Fattah Abu Dhair

Abstract

This study aims at identifying the role of public relations departments in Palestinian universities in communicating with faculty members: An-Najah National Universities and Birzeit as a model. It also aimed to identify the impact of some variables such as: (gender, place of residence, age, years of experience, and university).

The researcher used the quantitative and qualitative descriptive analytical method, and developed a questionnaire consisting of 6 domains, and the questionnaire consisted of (43) items, distributed to a sample of (335) faculty members, chosen by the "available sample" method, and its validity and reliability were measured. The researcher also used the interview tool, which contains (6) questions, and the study reached the following results: It was found that there is a real and tangible role for public relations at An-Najah University and Birzeit, where the public relations function is one of the important functions that are carried out in the affairs of employees working in universities, and that The total degree of satisfaction with the role of public relations in promoting the affiliation of faculty members to the university was very high, as it was found that there were statistically significant differences at the level of statistical significance ($\alpha \leq .05$) between the average responses about the role of public relations departments in Palestinian universities in communicating with Faculty members: An-Najah National Universities and Birzeit as a model according to the variable years of experience, in favor of those who have experience of 10 years or more. There are statistically significant differences at the level of statistical significance ($\alpha \leq .05$) between the average responses about the role of

public relations departments in Palestinian universities in Communication with faculty members: An-Najah National Universities and Birzeit as a model according to the age variable, in favor of the age group 45 years and over, in light of the results of the study, the researcher suggested a number of recommendations that were As follows: The researcher recommends the administrations of the two universities (An-Najah and Birzeit) to employ the concept of the public relations function in the right way, and it is necessary for the administrations of the two universities (An-Najah and Birzeit) to rely on the real public relations function in the administration, which is represented in research, study, planning, coordination and evaluation

Key words: Public Relation, Communication, Palestinian Universities, Faculty Members, Inner audience.

