

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة النجاح الوطنية
كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية
قسم العلاقات العامة والاتصال



مشروع تخرج حول

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ
على التواصل مع الطلبة الخريجين
(النجاح نموذجاً)

إعداد

نور كلبونه
رقم التسجيل
11525279

نهيل خليل
رقم التسجيل
11525390

إشراف

د. سمر الشنار

لنيل درجة البكالوريوس في تخصص العلاقات العامة

الفصل الدراسي الأول

2019/2018

نابلس - فلسطين

2018

الإهداء

إلى كل من أحب الله ورسوله، وضحى في سبيل نشر دين الخير..

إلى أبائنا الذين زرعوا في قلوبنا أفضل الأخلاق وربونا على حب العلم..

إلى أمهاتنا الفاضلات الآتي ضحيّ من أجل أن نكون..

إلى إخواننا وأخواتنا وكل من أحببنا..

إلى كل هؤلاء نهدي عملنا هذا.

الشكر والتقدير

نتقدم بالشكر إلى الدكتورة: سمر الشنار لتفضلها الاشراف على هذه الدراسة، فجزاها الله كل خير.

وكما ونتقدم بالشكر والتقدير إلى إدارة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، وإلى جميع العاملين فيها لما قدموه من مساعدة، وإلى جميع المشاركين في هذه الدراسة، وكل من قدم لنا المساعدة في إنجاز هذه الدراسة، وكل من أشرف على طباعتها ومراجعتها، فبارك الله لكم جميعاً وجزاكم الله كل خير

فهرس المحتويات

2	الإهداء
3	الشكر والتقدير
4	فهرس المحتويات
7	ملخص الدراسة
8	الفصل الأول: مقدمة الدراسة
8	مقدمة:
10	مشكلة الدراسة:
11	أسئلة الدراسة
12	أهداف الدراسة:
13	أهمية الدراسة:
13	فرضيات الدراسة:
14	حدود الدراسة:
14	مصطلحات الدراسة:
16	الفصل الثاني
16	الإطار النظري والدراسات السابقة
16	مفهوم العلاقات العامة:
17	وظيفة وأهمية العلاقات العامة:
19	أهداف العلاقات العامة
19	العلاقات العامة في الجامعات:
20	العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية:
22	الدراسات السابقة:
22	الدراسات العربية
30	التعقيب على الدراسات السابقة:

33 الفصل الثالث
33 الطريقة والإجراءات
33 منهج الدراسة:
33 مجتمع الدراسة:
33 عينة الدراسة:
34 أدوات الدراسة:
35 صدق الأداة:
36 ثبات الأداة:
37 إجراءات الدراسة:
38 متغيرات الدراسة:
39 ب-المعالجات الإحصائية:
41 الفصل الرابع
41 نتائج الدراسة
44 النتائج المتعلقة بالمقابلة:
47 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:
47 - النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:
48 النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:
50 النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:
51 النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:
53 الفصل الخامس
53 مناقشة النتائج والتوصيات
56 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:
57 التوصيات:
59 المراجع والمصادر:

- ملحق رقم (1) استبانة الدراسة 62
- ملحق رقم (2) أسئلة المقابلة 67
- ملحق رقم (3) مقابلة مع س. و في العلاقات العامة 69

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين، كما هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور متغيرات الدراسة المتمثلة الجنس، المستجيب، مكان السكن، المؤهل العلمي. ومن أجل تحقيق اهداف الدراسة فقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم اجراء الدراسة على عينة من (46)، حيث توصلت الدراسة إلى:

أن دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح على مجال دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين قد أنت بمتوسط (3.47) وانحراف معياري (0.9776)، وهذا يدل على درجة موافق كمؤشر على مستوى الأداء الجيد مع وجود هامش لعملية التطوير والتحسين. كما ويتضح من نتائج الدراسة بأن الفقرات التي قد حصلت على أدنى درجة موافقة في هذا المجال تتعلق بمواضيع مثل لدى الطلبة الخريجين انطباع إيجابي عن دور العلاقات العامة. تعتمد إدارة العلاقات العامة في الجامعة لنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً. تعلم إدارة العلاقات العامة في الجامعة الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها. وعلى ضوء نتائج الدراسة تم طرح مجموعة من التوصيات والتي من أهمها، ضرورة تعزيز الانطباع إيجابي لدى الطلبة الخريجين عن دور العلاقات العامة، وضرورة ان تهتم إدارة العلاقات العامة في الجامعة لنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً.

الفصل الأول: مقدمة الدراسة

مقدمة:

يعد التعليم العالي في أي دولة هو المسئول عن حركة التنمية فيها، إذ لا شك في أن نشر التعليم العالي وترقية نوعيته له دور حاسم وفعال في نهضة المجتمعات خاصة في سياق عصر المعلوماتية والعولمة، فمؤسسات التعليم العالي هي عبارة عن مرحلة استكمالها للمرحلة الثانوية من المدرسة، وتقوم على منح الطالب شهادة أكاديمية لممارسة تخصص معين وهذه الشهادة تسمى بشهادة البكالوريوس، ويكون المعلم فيها حاصلاً على شهادة الماجستير والدكتوراه في العديد من التخصصات وتعد الجامعات في معظم دول العالم من ابرز مؤسسات التعليم العالي، وهي تمثل قيمة حضارية تساهم في توجيه الأحداث فالتقدم المادي من صناعاتها ورجال الفكر من نتاجها (الخطيب، 2004).

فقد ارتبطت مكانة الجامعة منذ نشأتها الأولى بمكانة الطلاب فيها، وأصبحت سمعة الجامعات تقاس بارتفاع أدائهم ومكانة علمائهم. وإن أي محاولة للارتقاء بالمستوى الجامعي لا بد أن تمر بركائز أساسية من أهمها عضو الطالب الجامعي، إذ يعد أعضاء الطلبة الجامعيون في الجامعات عماد العملية التربوية (علي، 2004).

إن العلاقة بين الجامعات والمجتمع وثيقة ومتصلة بحياة الناس ومشكلاتهم وامالهم، الجامعة هي مؤسسة علمية مستقلة ذات هيكل تنظيمي معين وأنظمة وأعراف و تقاليد أكاديمية معينة، تتمثل وظائفها في التدريس، البحث العلمي، وخدمة المجتمع، وتتألف من مجموعة من الكليات والأقسام ذات الطبقة العلمية المتخصصة (مشرف، 2009).

فالجامعة تقوم باستخدام دائرة العلاقات العامة للتعبير عن احتياجات الطلاب الجامعيين الجامعي الخريجين، بغض النظر عن العمر أو الجنس أو الخبرات التعليمية السابقة. وتستقطب الجامعة من المجتمع أعلى فئاته علما وثقافة، وكل تغيير يطرأ على المجتمع ينعكس على الجامعة، وكل

تطور يصيب الجامعة يصاحبه تغيير في المجتمع الذي نعيش فيه، فالجامعة لا تتفصل عن المجتمع، وعلاقتها بالمجتمع كعلاقة الجزء بالكل (عامر، 2007).

ولعل نقطة الوصل بين الجامعة والمجتمع تكمن في دائرة العلاقات العامة، حيث تعرف العلاقات العامة على أنها ذلك القسم من الوظائف الإدارية التي تُساهم في تعزيز التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، وربط طبيعة عمل المؤسسة مع الآراء العامة، وتعرف أيضاً، بأنها النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها للناس، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلان المتاحة لتطبيق رؤيتها، وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات، أو السلع التي تقدمها لهم، لذلك يجمع مفهوم العلاقات العامة بين الفن، وعلم الإدارة؛ فاختيار الوسيلة المناسبة للتواصل مع الآخرين يُعدّ نوعاً من أنواع الفنون، فجوهر العلاقات يقوم على التفاهم الإنساني، وإقامة الصلات الحسنة بين الجمهور والمصلحة (درة والمجالي، 2010) (حديد، 2010)

فدائرة العلاقات العامة تعد إحدى الركائز الرئيسية لأي مؤسسة، وتتولى مهمة تخطيط وتنظيم الأنشطة والأعمال والفعاليات المتعلقة بجمهور المؤسسة الداخلية والخارجية المرتبطة بها، وذلك من أجل الاحتفاظ بعلاقات طيبة معهم والتأثير في اتجاهاتهم والحرص على كسب تأييدهم وخلق صورة ذهنية جيدة لديهم عنها (حديد، 2010).

والطالب الجامعي يعتبر من الجمهور الداخلي للجامعة، بالجامعة وهم يتألف الجمهور الداخلي للجامعة من فئات الجمهور التي ترتبط ارتباطاً مباشراً أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية وطلبة الجامعة. فالطلاب الجامعيين وخصوصاً الخريجين منهم يمثلون هم أهم جمهور مستهدف وأفضل موظفي علاقات عامه بدون مقابل وهم سفراء الجامعة في المجتمع. وأقصد الطلاب الذين على مقاعد الدراسة والطلاب المتوقع انضمامهم للجامعة. والطلاب مهمين كطلاب في الوقت الحاضر وكخريجين. ويمثل رأي الطلاب مصدر مهم لتكوين الصورة الذهنية عن

الجامعة. فعلى سبيل المثال يمثل دعم الخريجين لجامعاتهم من أهم مصادر التمويل للجامعات الأمريكية. ولكن يعاب على جامعاتنا عدم الاهتمام بهذا الجانب بالرغم من أهميته وقد خطت بعض الجامعات خطوات نحو هذا الطريق بإنشاء أندية للخريجين. والفروق بين الجامعات المرموقة والجامعات التجارية يتمثل في هذه العلاقة الشائكة، فالجامعة المرموقة تدعم طلبتها بعد تخرجهم وتعزز دورهم في المجتمع وبالتأكيد تتفخر بهم في حال حققوا نجاحا في مجال تخصصهم، فهم حقيقة ثمار الجامعة الحقيقية التي تتفاخر بها وتتميز بها عن غيرها من الجامعات.

تعتبر الشؤون الثقافية والعلاقات العامة من أهم الدوائر في الجامعة، حيث أنها تعمل على تعزيز الثقة بين الجامعة وجمهورها، وتمثل همزة وصل بين الجامعة ومجتمعها الداخلي والخارجي، من خلال فتح قنوات الاتصال والتواصل مع الصحافة ووكالات الأنباء والإذاعات المحلية والتلفاز والنشرات وورش العمل.

مشكلة الدراسة:

ان العلاقة بين الجامعة والطالب لا تنتهي بتخرجه، بل هي علاقة مستمرة وقوية، وطبيعة هذه العلاقة تفصل بين الجامعات العريقة وغيرها من الجامعات التجارية، فالجامعة التي تحترم دورها في المجتمع، هي تلك التي تحترم طلبتها وتسعى بكل جهد ممكن بان يتميز من يتخرج منها ليكون دليلا على قوتها وحرصها على مستقبلها، فلم تعد الجامعات مؤسسات تعليمية او تقنية وانما انتقلت إلى ابعد من ذلك لتصبح أداة حقيقية في تغيير المجتمع نحو الأفضل، وفي هذا التصور لدور الجامعة يصبح دور العلاقات العامة فيها محوريا وجوهريا في اظهار قصص النجاح لطلبتها الخريجين وأيضا في معالجة مشكلات طلبتها الذين لم يحققوا ما يريدون، وفي هذه الصدد يعتقد الباحثون أن هناك قصورا في الأدوار التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة

في الجامعات الفلسطينية تجاه الطلبة الخريجين، وتجاه جماهير الطلبة المسجلين فيها، وطلبتها المستقبليين وعليه فان الدراسة الحالية تسعى إلى الاجابة عن التساؤل الرئيس:

ما دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين الناجح نموذجا؟

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية تجاه الطلبة الخريجين؟
2. ما دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية تجاه الطلبة الجدد؟
3. ما دور العلاقات العامة في مجال تعزيز مشاركة الطلبة الخريجين في الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترفيهية في الجامعة؟
4. ما الوسائل التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في التواصل مع الطلبة الخريجين؟
5. ما طبيعة الجهود التي تبذلها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين؟
6. كيف تعمل دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية على توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين؟
7. ما الأساليب والاليات التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف إلى دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية تجاه الطلبة الخريجين.
2. التعرف إلى دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية تجاه الطلبة الجدد.
3. التعرف إلى دور العلاقات العامة في مجال تعزيز مشاركة الطلبة الخريجين في الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترويحية في الجامعة.
4. التعرف إلى الوسائل التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في التواصل مع الطلبة الخريجين.
5. التعرف إلى طبيعة الجهود التي تبذلها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين.
6. التعرف إلى الكيفية التي تعمل فيها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية على توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين.
7. التعرف إلى الأساليب والاليات التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من خلال مايلي:

- تتبع أهمية الدراسة من خلال موضوعها والتي يتميز بانه يتناول العلاقات العامة في الجامعات ودورها في تعزيز التواصل بين الطالب الجامعي والمجتمع الداخلي والخارجي.
- كما تبرز أهمية الدراسة من خلال ما يمكن ان تنتج عنها من نتائج وتوصيات قد تفيد العاملين في مجال العلاقات العامة وأيضا الباحثين وصانعي القرار.
- كما تتبين أهمية الدراسة من خلال كونها تفتح الباب امام اجراء دراسات أخرى مماثلة تتعلق بدور العلاقات العامة في الجامعات كحلقة وصل بين الجامعة والمجتمع من أجل تحديد احتياجاته وحل مشكلاته.

فرضيات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى فحص الفرضيات التالية:

- لا يوجد فرق دال احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجا تعزى إلى الجنس (ذكر أو أنثى).
- لا يوجد فرق دال احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجا تعزى إلى المستجيب (خريج جامعي او موظف في العلاقات العامة).
- لا يوجد فرق دال احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجا تعزى إلى مكان السكن (مدينة، قرية، مخيم).

- لا يوجد فرق دال احصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجاً تعزى إلى المؤهل العلمي.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة الحالية على الحدود التالية:

الحدود المكانية: جامعة النجاح الوطنية في مدينة نابلس، إذ ان هذه الجامعة تعتبر من الجامعات الفلسطينية العريقة، ولديها عدد كبير من الخريجين، بالإضافة إلى تواجد دائرة علاقات عامة على درجة عالية من الخبرة والحرفية في ممارسة اعمالها.

الحدود الزمانية: الفصل الدراسي للعام الأكاديمي 2018/2019، والسبب في ذلك ان فترة اجراء الدراسة منحصرة على هذا الفصل بسبب قصر مدة اجراء الدراسة. حيث واكبت الدراسة الحالية تجمع لقاء الطلبة الخريجين في جامعة النجاح الوطنية.

الحدود البشرية: خريجي الجامعة والعاملين في العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية لكونهم يرتبطون بشكل وثيق بموضوع الدراسة وعنوانها.

مصطلحات الدراسة:

العلاقات العامة: هي من الوظائف الإدارية التي تُساهم في تعزيز التواصل مع العملاء، وربط طبيعة عمل المنشأة مع الآراء العامة، وتعرف أيضاً، بأنها النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها للناس، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلان المتاحة لتطبيق رؤيتها، وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات، أو السلع التي تقدمها لهم، لذلك يجمع مفهوم العلاقات العامة بين الفن، وعلم الإدارة؛ فاختيار الوسيلة المناسبة

للتواصل مع الآخرين يُعدّ نوعاً من أنواع الفنون، أمّا دراسته والتعرف عليه من أجل تطبيقه يعدّ علماً قائماً بذاته (حجاج، 2016، ص23).

العملية التواصلية: وهي مجموعة الرسائل التي تتحدث عن موضوع أو مجموعة مواضيع متنوعة يتأثر بالكثير من الأمور، والتي تتضمن القيم والمعتقدات الخاصة بالطرفين وكذلك الانتماءات الاجتماعية والثقافية؛ لأنها ستنشئ ردود أفعال معينة تجاه كل ما يصدر عنه أو حتى يتلقاه، ومن هنا جاء ما يُعرف بعناصر العملية الاتصالية.

مؤسسات التعليم العالي: هي عبارة عن مرحلة استكماليه للمرحلة الثانوية من المدرسة، وتقوم على منح الطالب شهادة أكاديميّة لممارسة تخصص معين وهذه الشهادة تسمّى بشهادة البكالوريوس، ويكون المعلمّ فيها حاصلاً على شهادة الماجستير والدكتوراة في العديد من التخصصات وتعد الجامعات في معظم دول العالم من ابرز مؤسسات التعليم العالي، وهي تمثل قيمة حضارية تساهم في توجيه الأحداث فالتقدم المادي من صناعتها ورجال الفكر من نتاجها (الخطيب، 2004).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

مفهوم العلاقات العامة:

تعرف العلاقات العامة بأنها عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين المتعاملين معها والجمهور بشكل عام من خلال التحليل الذاتي والتصويب (داخليا) ومن خلال جميع أساليب التعبير (الجنابي، 2016، ص10).

ويعتبر حجاج والجنابي (2014) بان العلاقات العامة وظيفة إدارية متميزة تساعد على تكوين وبناء ودعم وبقاء الاتصال الفعال والتفاهم المتبادل والتعاون المشترك بين المنشأة وجماهيرها الداخلية والخارجية.

التعريف الوارد في نظام الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة يعرف هذا النظام العلاقات العامة بأنها " الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة (الجنابي، 2016)".

ان المقصود بالعلاقات العامة هي الجهود الإدارية الخلاقة والمخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة التي تتم عن طريق متخصصين العلاقات العامة بالمؤسسة وذلك لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح التي تسعى إليها المؤسسة ولتحقيق الإنسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يشغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤيدة لذلك بواسطة مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة واعتمد الباحث على هذا

التعريف ليكون تعريف إجرائي لمفهوم العلاقات العامة وممارسيها (حجاب ووهبي، 2000، ص34).

وقد تطور الأداء المهني للعلاقات العامة كمفهوم إداري وعمل مؤسسي سريعاً خلال العقود الخمسة الماضية في المجتمعات الغربية المتقدمة، وكان ذلك نتيجة حتمية للتطورات الحاصلة في المجتمع الحديث، هذا التطور أدى إلى الاعتراف بأهمية الأداء المهني للعلاقات العامة في التطبيق العملي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية داخل المؤسسات المختلفة (عجوة، 2008، ص30).

وظيفة وأهمية العلاقات العامة:

كما وتطورت العلاقات العامة وخط تخط واتجارية ووصلت إلى مرحلة التخطيط الاستراتيجي والمشاركة في رسم السياسات التخطيطية بالإضافة إلى المساهمة في اتخاذ القرار، وبالتأليف إن مسئول العلاقات العامة يأتي من حيث الهيكل التنظيمي والأهمية مباشرة بعد المدير العام أو رئيس المؤسسة، وهذا يتوقف على مدى اقتناع الإدارة العليا بهذه الوظيفة الذي ينعكس على مدى الإهتمام بالوظيفة وحجم التسهيلات المقدمة لها والإمكانات الفعلية لممارسيها.

وبالتالي فإن عدم اهتمام الإدارة العليا بالمؤسسات المختلفة بوظيفة العلاقات العامة ودورها الأساسي كوظيفة إدارية في الأداء المؤسسي يعتبر نتيجة حتمية للفهم الخاطئ لوظيفة العلاقات العامة الاستراتيجية، مما يؤدي إلى عدم تركيز عملياتها داخل جهاز واحد وتقسيم وظائفها على أقسام إدارية أخرى، وفي الأخير سوء ممارستها مما يسبب الاقصاء من المشاركة في وضع واتخاذ القرار (زويلف، 2001، ص11).

وبهذا يمكن أن نوضح أهمية العلاقات العامة في بيان بعض ما يمكن أن تحققه للإنسان والمجتمع والتنظيمات والهيئات والمؤسسات في النواحي التالية (مصطفى، 2010):

-تهيئة الرأي العام لتقبل أفكار وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند المؤسسات بما يقوي الروابط بينه وبين جمهوره وذلك من خلال نشاط العلاقات العامة في مراجعة القرارات العامة والتأكد من سلامتها.

-توضح بحوث العلاقات العامة للمؤسسات الإتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم وهذا يساعد المؤسسات على إجراء تعديلات مناسبة في خططها وسياساتها بما يتماشى مع رغباتها ورغبات جماهيرها.

-تنجز العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين المؤسسات وجماهيرها من خلال المساهمة في رسم الصورة اللائقة عن أنشطة وسياسات هذه المؤسسات.

-تحقق لجمهور المؤسسات الداخلي خدمات إنسانية عادلة ودعاية اجتماعية لتهيئة الحياة الحرة الكريمة، وبالتالي نشر روح الاطمئنان وينجح الخطط الإستراتيجية لهذه المؤسسات.

تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية عن طريق مساعدة المؤسسة على تصور وتنفيذ أهداف تحضى بالرضا والقبول الاجتماعي.

وبهذا فإن الإهتمام بالعلاقات العامة يختلف من دولة إلى أخرى، وبالتالي من مؤسسة إلى أخرى ومن الطبيعي إن مدى اهتمام المؤسسات بالعلاقات العامة ينعكس على المكانة الحقيقية والبارزة لها في الخريطة التنظيمية للمؤسسة أو الصلاحيات التي تمنحها الإدارة للمسؤولين والعاملين في الإدارة.

إذ من الممكن أن تقع إدارة العلاقات العامة في مستوى الإدارة العليا أو مستوى الإدارة الوسطى كما يمكن أن تقع في مستويات دنيا من التنظيم الإداري وعلى العموم فإن الدول المتقدمة والنامية تستفيد من وظائف العلاقات العامة في مؤسسات على حد كبير على الرغم من الخلافات البيئية لهذه المجتمعات (حجابي، 2016).

أهداف العلاقات العامة

- تتلخص أهم الأهداف التي يسعى جهاز العلاقات العامة المتفق عليها للوصول إلى المستوى الإداري في المؤسسات المختلفة من خلال سياساتها التخطيطية في الآتي (الشامي، 2001): -
- 1- تعريف جماهير المؤسسة بأهدافها وسياساتها ومنتجاتها من السلع والخدمات.
 - 2- إعطاء فكرة للإدارة عن اتجاهات جماهير المنظمة وآرائها حتى تبحث على مدى أهميتها والعمل على تدعيم صورتها في أذهان جماهيرها.
 - 3- المساهمة في الرضا عن المشكلات الداخلية في المؤسسة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها.
 - 4- الحصول على تأييد الجماهير ورضاهم عن نشاطات المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها.
 - 5- مشاركة الإدارات الأخرى بالمؤسسة من أجل تسيير مهماتها والعمل على خلق الترابط بينهم وبين الإدارة العليا والتنسيق فيما بينها.
 - 6- إرشاد مشاركة الإدارة العليا في اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة ووضع السياسات التخطيطية السليمة.

العلاقات العامة في الجامعات:

تتعدد وتختلف الوظائف التي يقوم بها أو من المفروض أن يقوم بها قسم العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية، فهناك وظائف استعلامية، ووظائف استعلامية، ووظائف تنسيقية، ووظائف إعلامية. وسنركز على هذه الأخيرة لأنها ما يهمنا في هذا المقام، والتي يمكن حصر أهمها فيما يلي (باديس، 2010):

- 1- إعداد وتحرير الكتيبات والأدلة والتقارير والنشرات.
- 2- تخطيط وتنفيذ الملصقات والإعلانات.
- 3- القيام بتصوير أحداث المؤسسة الجامعية.
- 4- تنظيم اللقاءات والمؤتمرات والندوات والحفلات.

5- تنظيم الأيام المفتوحة والمعارض والمهرجانات.

6- الإشراف على الموقع الإلكتروني للمؤسسة.

7- تنظيم مقابلات صحفية لمختلف الوسائل الإعلامية من صحافة، وإذاعة، وتلفزيون.. مع المسؤولين في الجامعة.

8- تزويد وسائل الإعلام بالأخبار والمستجدات وآخر الإحصاءات الخاصة بالجامعة.

9- متابعة ما تنشره مختلف وسائل الإعلام حول الجامعة وجمعه، لمعرفة ما مدى توافق صورة الجامعة في وسائل الإعلام مع صورتها الحقيقية.

10- متابعة اشتراكات الجامعة، في المجالات والصحف والدوريات المختلفة.

11- تأمين التواصل بين الجامعة والمؤسسات الأخرى سواء تلك التي تمارس نفس النشاط أو التي تنشط في بيئتها عن طريق تبادل النشرات والمطبوعات وكافة وسائل الاتصال.

12- الرد على المراسلات والاتصالات المرتبطة بالاستفسارات المختلفة عن نشاطات الجامعة، أو الشكاوي التي تثار داخل أو خارج الجامعة.

13- الرد على الشائعات والأخبار التي تسيء لصورة الجامعة

العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية:

تعتبر دائرة العلاقات العامة من الدوائر المهمة في الجامعة، وتقع على عاتقها مسؤولية صناعة وتطوير صورة الجامعة من خلال تنظيم وإجراء كل ما ينسجم مع هذا التوجه، سواء بالجهد الإعلامي الذي تقوم به، أو البحث والتخطيط والتنفيذ والاتصال وتنظيم الفعاليات المنوعة والمشاريع والبرامج التي تخدم الجامعة وجمهورها الداخلي والخارجي (دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح، 2018).

تقوم الدائرة بصناعة وتطوير صورة الجامعة لدى الجمهور المكون من الطلبة، والعاملين، ومؤسسات المدينة وأفرادها، ومؤسسات الوطن وأفراده، ومؤسسات المجتمع الدولي وأفراده. وانطلاقاً من هذه الفلسفة يمكن إدراك حجم المسؤولية الملقاة على عاتق هذه الدائرة، المتمثلة بصناعة الصورة الطيبة عن الجامعة، ومعالجة المشاكل التي قد تعيق تشكيل هذه الصورة. ويأتي ذلك من خلال تنظيم وتنفيذ المهام الأساسية المتعلقة بعمل الدائرة، ومنها التواصل مع جمهور الجامعة، وتلبية احتياجاته قدر المستطاع، وتنظيم الفعاليات والأنشطة وتعزيز أواصر التعاون والنفاهم مع المؤسسات بمختلف مجالاتها المحلية والدولية دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح، 2018).

وتسعى الدائرة إلى تنمية قناعة الجمهور 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 والاهلي 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 دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح، 2018).

فدائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية تهدف إلى إعداد الكوادر البشرية المهنية، المؤهلة للقيادة وتطويرها في جميع ميادين الحياة، وإكساب طلبة الجامعة المعرفة العلمية المتميزة، والمهارات الفردية التي تعزز قدرتهم على المنافسة في السوق المحلية والعربية والدولية، ليكون خريج الجامعة عنصراً خلاقاً وفعالاً. وتهدف الجامعة أيضاً إلى الإسهام الفاعل في تقدم البحث العلمي على المستوى العالمي، وتلبية حاجات المجتمع في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإنسانية والتقنية والإسهام في إغناء المعرفة البشرية، والحفاظ على الإرث الحضاري والديني للشعب الفلسطيني. (عبد الحي، 2006، ص127)

ويمكن تلخيص أهداف دائرة العلاقات العامة في الجامعة في النقاط الآتية:

- بناء سمعة طيبة للجامعة.
- تعميق انتماء الطلبة لجامعتهم وحملهم على الافتخار والاعتزاز بها.
- تعزيز ثقة الجمهور الداخلي (طلاب وعاملين) بالجامعة.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية

دراسة الجنابي (2016) بعنوان " دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبتراء أنموذجاً "، والتي هدفت إلى التعرف على دور العلاقات العامة بأبعادها المتمثلة بكل من (البعد المهني، البعد التخصصي، البعد المجتمعي)، في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبتراء أنموذجاً. ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي من خلال قيامه بمراجعة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة، كما قام الباحث بمسح ميداني من خلال تصميم استبانات وتحكيمها وتوزيعها على عينة مكونة من (570) الأساتذة والطلبة الجامعيين، في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبتراء، حيث استردت استبانات بواقع (540) استخدمت في استخراج نتائج الدراسة الحالية. التفاوت في طبيعة عمل كل من دائرتي العلاقات العامة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبتراء بقيامها بوظيفتيهما في استقطاب الأساتذة والطلبة تبعاً لأبعادها الوظيفية من وجهة نظر كل من الأساتذة والطلبة.

وقد افاد فريق البحث من دراسة الجنابي (2016) في التعرف إلى ان العلاقات العامة تركز الجهود على الجمهور الخارجي، مقارنة بالجمهور الداخلي

دراسة الاغا وحجاج (2014) بعنوان " العلاقة بين برامج العلاقات العامة ومستوى الالتزام التنظيمي للعاملين الإداريين في جامعة الأزهر - غزة "، حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين برامج العلاقات العامة ومستوي الالتزام التنظيمي في جامعة الأزهر - غزة. قام الباحثان باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام الاستبانة أداة رئيسة في جمع البيانات الأولية، وطبقت الدراسة على عينة طبقية عشوائية من مجتمع الدراسة المكون من (245) موظفاً حيث تم توزيع (150) استبانة، وقد بلغ عدد الاستبانات المستردة (95) استبانة؛ أي أن نسبة الاستجابة بلغت 63%. واستخدم الباحثان العديد من الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضيات، ومنها: (معامل ارتباط بيرسون، تحليل التباين الأحادي، وتحليل الانحدار المتعدد). ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: 1-وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين الدرجة الكلية لنشاط العلاقات العامة والالتزام التنظيمي للعاملين الإداريين بجامعة الأزهر - غزة، وهذا يدل على أنه كلما زادت أنشطة العلاقات العامة زاد الالتزام التنظيمي والعكس صحيح. 2- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمجال تحقيق السمعة الطيبة للجامعة على درجة الالتزام التنظيمي لدى العاملين. 3-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الالتزام التنظيمي عند العاملين تعزى للمتغيرات الشخصية. وتوصلت الدراسة إلى جملة من التوصيات، من أهمها: 1- ضرورة قيام دائرة العلاقات بتقديم البرامج المناسبة لتحسين سمعة الجامعة في بيئتها الداخلية والخارجية (لدى العاملين والمتعاملين معها). 2-العمل علي توصيل رغبات العاملين للإدارة العليا في جامعة الأزهر بغزة بغية تحقيق مطالبهم والعمل علي حل مشاكلهم. 3-أن تقوم دائرة العلاقات العامة بتقديم البرامج المختلفة حتى تعزز الالتزام التنظيمي لدي العاملين في جامعة الأزهر - غزة. 4- أظهرت النتائج أن متوسط درجات العلاقات العامة بلغ 67.3 درجة وبانحراف معياري 19.1،

وبوزن نسبي (58.5%)، وبالتالي يجب إعادة تأهيل وتدريب العاملين في دائرة العلاقات العامة بجامعة الأزهر- غزة لتحسين مستوي أدائهم إلي الأفضل.

حيث استفاد فريق البحث من دراسة الاغا وحجاج (2014) ان دائرة العلاقات العامة لا تقوم بصورة فعالة في تعزيز دورها لدى الجمهور الداخلي من أساتذة جامعيين وطلبة وموظفين، وتشير الدراسة إلى ان الضعف يكمن في ضرورة رفع كفاءة وتاهيل العاملين في دائرة العلاقات العامة.

دراسة دراغمة (2011) بعنوان دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة: (دراسة مسحية مقارنة)

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في كل من الجامعات الفلسطينية الثلاث (النجاح وبيروزيت والإسلامية) وأثره في جمهور الطلبة، وموازنة أدائها؛ بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع عليها، وعلى العاملين في دوائر العلاقات العامة فيها وطلبتها. كما سعت إلى إيضاح الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الجامعات، وإيضاح الطريقة المناسبة التي تتأكد فيها دوائر العلاقات الفلسطينية الثلاث تجاه جماهير الطلبة، والعامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث من نجاح برامجها، ووصول رسالتها إلى جمهور الطلبة، والوصول إلى نتائج تقييميه واضحة للدور الذي تؤديه به دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه جماهير الطلبة. ووزع الباحث بإعداد استبانة مكونة من (٦٢) سؤالاً: (١٤) متغيراً ثابتاً، و(٤٨) سؤالاً غطته ثلاثة محاور، وقد تم تحكيم الاستبانة من قبل مجموعة من الأكاديميين المتخصصين، إذ أثبتت صدقها .وقام بعدها بتوزيع (٨٠٠) استبانة على أفراد العينة، استعاد الباحث منها (٦٤٨) موزعة على النحو الآتي: (٢١١) جامعة النجاح الوطنية، (٢٠١) جامعة بيرزيت، والجامعة الإسلامية. (٢٣٦) ولا: تقصير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في

استقطاب طلبة الثانوية العامة في المواضيع الآتية: نشر إعلانات خاصة بطلبة الثانوية العامة عبر التلفاز، وتوزيع أقراص مرنة تعريفية بالجامعة على طلبة الثانوية العامة، وزيارة طلبة الثانوية العامة في مدارسهم، تنظيم لقاءات إرشادية لطلبة الثانوية العامة، وتشجيع طلبة الثانوية العامة للالتحاق بالجامعة، والدور المطلوب منها تجاه استقطاب طلبة الثانوية العامة.

حيث افاد فريق البحث من دراسة دراغمة (2011) إلى دور دائرة العلاقات العامة يكاد يكون محصورا في نشر الإعلانات او تغطية الاحداث الخاصة بالجامعة بصورة رسمية لا تشجع حقيقة على استقطاب الطلبة الجدد.

دراسة حديد (2010) بعنوان " واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها"، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها، وذلك بالتعرف إلى تقييم النشاطات والخدمات التي تقدمها الدائرة لهم، وكذلك التعرف على مدى اشراك الطلبة بنشاطاتها وخدماتها، تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الأردنية جميعهم، البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، وطالبة، ولتحقيق أهداف المسجلين في العام الجامعي 2010/2009 والبالغ عددهم (36569) طالب) وقد توصلت الدراسة إلى ما يأتي - :إن تقييم أداء دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة بشكل عام قد جاء بدرجة منخفضة - .إن الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة بشكل عام قد جاءت بدرجة منخفضة.

وقد افاد فريق البحث من دراسة حديد (2010) إلى الإشارة إلى ان أداء دائرة العلاقات العامة يرتبط بصورة مباشرة بالخدمات والنشاطات التي تقوم بها، وان التقييم العام لهذا الأداء هو سلبي ويعكس ضعف في أداء دوائر العلاقات العامة بشكل عام.

دراسة نجم وفرج(2016): بعنوان " مستوى الأداء المهني للعلاقات العامة وعلاقته بالسياسات التخطيطية في المؤسسات النفطية "، تتناول هذه الدراسة مستوى الأداء المهني

لممارسي العلاقات العامة وعلاقتها بالسياسات التخطيطية دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الليبية، وتتمثل أهداف الدراسة في معرفة أهم الأهداف والوظائف التي تسعى إليها السياسات التخطيطية من الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، وما هي الضوابط التي تحكم هذا الأداء، وما هي العلاقة بين مستوى الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة وبين ما تضعه السياسات التخطيطية . وقد تناول الباحث في هذه الدراسة أربعة فصول، حيث بدأت بالإطار المنهجي للدراسة والذي تم فيه تحديد المشكلة وأهمية وأهداف الدراسة، وتحديد المنهجية المتبعة حيث اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال دراسة العلاقات المتبادلة التي تتضمن الجانب المتعلق بالدراسات السببية المقارنة، وتمثل المجتمع الأصلي للدراسة في المؤسسات النفطية المختارة ووضع السياسات التخطيطية و عددهم (79) مفردة، وممارسي العلاقات العامة بهذه المؤسسات وعددهم (95) مفردة . وتناول الفصل الثاني للدراسة الإطار النظري وتمثل في نظرية المبادئ العامة والتطبيقات الخاصة، أما الفصل الثالث للدراسة اتخذ فيه الباحث الإطار المعرفي والذي يوضح الأداء المهني بصفة عامة والأداء المهني للعلاقات العامة بصفة خاصة أيضا مفهوم وأهمية وأنواع السياسات التخطيطية.

وتناول الفصل الرابع الدراسة الميدانية التي تمثلت في أجزاء رئيسة ثلاثة:-

- دراسة ميدانية تعكس النتائج العامة التي تخص كل من وواضعي السياسات التخطيطية بالمؤسسات النفطية وممارسي العلاقات العامة.
- دراسة الاختلاف بين مفردات مجتمع الدراسة من حيث المتغيرات الديمغرافية والمحاور المحددة لقياس الممارسة والأداء المهني.
- دراسة الاختلاف بين مستوى الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة وبين وضعي السياسات التخطيطية بالمؤسسات النفطية موضع الدراسة وفقا لمحاور القياس.

وقد افاد فريق البحث من دراسة نجم وفرج (2016) في التعرف إلى الأدوار التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة في تحسين صورتها لدى المجتمع والجمهور المستهدف، كما تم الافادة أيضا في عقد بعض المقارنات بين عمل العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية والتجارية والتي تختلف بشكل كبير، ولصالح المؤسسات التجارية والصناعية.

وقدمت الباحثة (2009 Brunner. R Brigitta) بحثا لنيل درجة الدكتوراه من كلية الدراسات العليا في جامعة (فوريد) بعنوان " قياس إدراك طلبة جامعة فلوريدا لعلاقتهم مع الجامعة والتزامها بالعلاقات العامة والتنوع"، هدفت الدراسة إلى التعرف إلى وصف طلبة (فوريد) لعلاقتهم وعي الطلبة و التعرف إلى إدراك ما بجامعتهم والتعرف إلى دراكهم لالتزام جامعتهم بالتنوع، وكذلك الإدارة لفهم الطلبة لعلاقتهم مع الجامعة والتزامها بالتنوع. استخدم الباحث المنهج النوعي المسحي، لفحص استعداد الطلبة للإجابة عن استبانة البحث إذ بلغ عدد الطلبة (٦١٦) اختبارا قليا وأجرى ا طالبا وطالبة. وتوصل البحث إلى النتائج الآتية: إدراك الطلبة لالتزام جامعتهم بالتنوع، أظهرت الدراسة في العلاقة الاجتماعية بين الطلبة والجامعة. ونظرا للاختلاف العرقي بين الطلبة فقد تباينت تباعدا آراؤهم حول تجربتهم الجامعية، وأظهرت كذلك أهمية أن تعني العلاقات العامة في الجامعة بإدراك الطلبة لعلاقتهم مع الجامعة والجهود التي تنتهجها الجامعة في إدارة التنوع؛ لأهميته في تلبية حاجة المجتمع المتزايدة. وبين البحث أهمية النتائج لطالب الجامعة الذي سيدخل سوق العمل بعد تخرجه عاملا ليجد مجموعة من الناس من أعراق مختلفة وثقافات متنوعة تختلف عن التي يحملونها.

وقد افاد فريق البحث من دراسة بيرنر (2000 Brunner. R Brigitta) بان هناك تأثيراً لدور العلاقات العامة في المجتمع وأيضا في تقبل سوق العمل للخريجين، وان هذه العلاقة تتاثر بشكل مباشر بثقافة المجتمع واتجاهاته.

دراسة الزاغة (٢٠١٠) بعنوان: دور دوائر العلاقات العامة في استخدام وسائل الإعلام في التواصل مع الجماهير الداخلية: جامعة النجاح الوطنية مثالا. حيث نشرت الدراسة تقريراً في أثناء دراستها لدرجة الماجستير في قسم العلاقات العامة في جامعة (لاهاي) توصلت فيه الي أن دائرة العلاقات العامة في النجاح تستخدم وسائل الاتصال المتاحة كافة: المسموعة والمرئية والمكتوبة في الإعلانات الخاصة فيها وبالنشاطات والفعاليات والمؤتمرات بهدف التواصل مع جماهير الطلبة، سواء أكانوا طلبة الثانوية العامة أم الطلبة المسجلين أم الطلبة الخريجين، وتستخدم كذلك الوسائل الالكترونية خاصة البريد الإلكتروني و(الانترنت) لكونها سريعة وغير مكلفة وناجحة في إيصال المعلومة، وبينت الدراسة تركيز العلاقات العامة على الوسائل الإعلامية الإلكترونية أكثر من غيرها. وأوصت الباحثة بضرورة استخدام وسائل الإعلام كافة لضمان وصول المعلومة إلى جماهير الطلبة لاختلاف ثقافتهم ومكان إقامتهم.

وقد افاد فريق البحث من دراسة الزاغة (٢٠١٠) إلى ان العلاقات العامة يمكن ان توظف الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز دورها في المجتمع وتحسين عملية التواصل مع المجتمع الخارجي والداخلي.

دراسة (السعيطي2010) بعنوان تطبيق الشركات الليبية للنماذج المعيارية دراسة ميدانية على عينة من الشركات الخدمية دراسة ميدانية" حيث ركزت الباحثة على النماذج المعيارية التي وضعها العالم (جرونج) والمتمثلة في نموذج الوكالة الصحفية ونموذج الإعلام العام والنموذج غير المتوازن في اتجاهين والنموذج المتوازن في اتجاهين حيث ركزت الباحثة على معرفة أي الأكثر تطبيقاً في مجال ممارسة العلاقات العامة والتي تنبع منها أهمية الدراسة خلال تطور نشاط العلاقات العامة . وركزت أهداف الدراسة على معرفة مدى تطبيق وتحديد المعوقات التي تعوق عمل العلاقات العامة ومدى تطبيق الأسس العلمية لها وصولاً لتحقيق مقترح من شأنه تحقيق الأداء الأفضل . واعتمدت الباحثة في دراستها على الدراسات الوصفية مستخدمة منهج الدراسات المسحية حيث تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في شركات الخدمات الليبية وقامت الباحثة بمسح شامل لجميع الموظفين في أجهزة العلاقات العامة. وتلخصت أهم النتائج فيعدم وجود

علامة دالة لاختيار المبحوثين للنماذج المعيارية في ممارسة العلاقات العامة أيضاً وجود قصور في التخصص العلمي وعدم إعطاء المهنة درجة من الأهمية من قبل الإدارة العليا. وخلصت الدراسة إلى العديد من التوصيات المتمثلة في ضرورة تبني أحد النماذج المعيارية للعلاقات العامة، أيضاً ضرورة وضع العلاقات العامة بمستوى إداري مستقل وتابع للمدير العام للشركة مباشرةً وضرورة الاهتمام بالتخصص العلمي وتوفير الدورات التدريبية للقائمين على جهاز العلاقات العامة.

حيث افاد فريق البحث من دراسة (سالمة خليفة عبد الواحد السعيطي 2010) في التعرف إلى ان هناك قصور في الكفاءات العلمية العاملة في مجال العلاقات العامة وتأثير ذلك على قصور عمل الدائرة وادائها بشكل عام.

دراسة بوخناف (2011): بعنوان " وظيفة العلاقات العامة وانعكاسها على أداء المؤسسات العمومية الجزائرية دراسة ميدانية" ، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الوظائف الأساسية للعلاقات العامة داخل المؤسسات العمومية، ومدى ارتباط إدارة العلاقات العامة مع الإدارة العليا، في دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات موضع الدراسة. واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وارتكز على استمارة الاستبيان في جمع البيانات وتحليلها، واتضح أهم نتائج الدراسة في:- وجود سوء فهم وتهميش وعدم اقتناع للإدارة العليا بأهمية العلاقات العامة كوظيفة إدارية لها دور فعال في الأداء المؤسسي . وجود عدم اهتمام لممارسي العلاقات العامة في تنفيذ الوظائف الأساسية للعلاقات العامة كالبحث والتقييم بنسبة عالية. انعدام المخصصات المالية لإدارة العلاقات العامة مع وجود ضعف في المؤهلات العلمية لدى ممارسي العلاقات العامة.

حيث افاد فريق البحث من دراسة (بوخناف هاشم 2011) في ان قوة دائرة العلاقات العامة يتعلق بشكل كبير بما تحصل عليه الدائرة من ميزانيات لدعم عملها ونشاطها، وبالتالي فان ضعف الميزانيات يؤثر على فعالية عمل العلاقات العامة.

دراسة قيراط (2006) بعنوان مفهوم العلاقات العامة لدى العاملين في إدارات المدينة الجامعية في الشارقة سنة (٢٠٠١-٢٠٠٢) وهدفت الدراسة إلى التعرف كيفية ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المنظمة، والتعرف إلى ماهية وظيفة العلاقات العامة لدى المبحوثين، والطرق والوسائل المتبعة لتطوير وظيفة العلاقات العامة. شملت عينة الدراسة العاملين في الإدارات المختلفة في المدينة الجامعية في الشارقة، واتبعت المنهج المسحي. استخدم الباحث الاستبانة أداة بحث اشتملت على (٣٨) سؤالاً متنوعاً. وقد توصلت الدراسة إلى أن جميع فراد العينة (٨٠) على علم ودراية بمصطلح العلاقات العامة، وأن العلاقات العامة تقوم بمدح صورة المنظمة للجمهور الداخلي والخارجي وتلميعها من خلال وسائل الإعلام المختلفة. وبينت الدراسة (كذلك) أن العاملين في مجال العلاقات العامة لديهم القابلية للعمل في هذا المجال، لكنهم يفتقدون إلى الأساليب والممارسة الصحيحة للوظيفة. وأشارت النتائج (أيضاً) إلى الفهم الخاطئ لممارسة وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي.

وقد افاد فريق البحث من دراسة محمد قيراط(2006) إلى ان العلاقات العامة ذات الأداء الضعيف تنظر إلى دورها بأنه يقتصر على تلميع صورة المؤسسة والتعامل مع وسائل الاعلام، حيث ان هذا الفهم الخاطئي يؤدي إلى تحييد دائرة العلاقات العامة في مستقبل المؤسسات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة تبين بان معظم هذه الدراسات تتشابه مع الدراسة الحالية في كونها تناولت موضوع العلاقات العامة، وان اغلبها اجري في مؤسسات تعليمية مثل الجامعات او في مؤسسات خدمتية وأيضاً شركات، وتبين معظم الدراسات مثل دراسة الجنابي(2016) دراسة الاغا وحجاج(2014) ودراسة دراغمة (2011) و دراسة نجم وفرج(2016) والتي اشارت إلى ان العلاقات العامة تركز الجهود على الجمهور الخارجي، مقارنة بالجمهور الداخلي، و بان دائرة العلاقات العامة لا تقوم بصورة فعالة في تعزيز دورها لدى الجمهور الداخلي من أساتذة جامعيين وطلبة وموظفين، وتشير الدراسة إلى ان الضعف

يكن في ضرورة رفع كفاءة وتأهيل العاملين في دائرة العلاقات العامة، والتي اشارت أيضا إلى ان دور دائرة العلاقات العامة يكاد يكون محصورا في نشر الإعلانات او تغطية الاحداث الخاصة بالجامعة بصورة رسمية لا تشجع حقيقة على استقطاب الطلبة الجدد. وان الأدوار التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة في تحسين صورتها لدى المجتمع والجمهور المستهدف، كما تم الاستفادة أيضا في عقد بعض المقارنات بين عمل العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية والتجارية والتي تختلف بشكل كبير ولصالح المؤسسات التجارية والصناعية.

وقد اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في ان الدراسة قد ركزت على جوانب مختلفة عن ما ركزت عليه الدراسات السابقة، فقد ركزت الدراسة الحالية على دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية تجاه الطلبة الخريجين، وتجاه الطلبة الجدد، وحول تعزيز مشاركة الطلبة الخريجين في الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترفيهية في الجامعة، والوسائل التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في التواصل مع الطلبة الخريجين، بالإضافة إلى تناول الجهود التي تبذلها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين، والكيفية التي تعمل فيها دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية على توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين. وأيضا تركز الدراسة الحالية إلى التعرف إلى الأساليب والاليات التي تعتمدها إدارة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة.

في حين ان الدراسات السابقة كانت قد ركزت على كفاءة العاملين فيها وقدرتهم على أداء مهام ووظيفة دائرة العلاقات العامة، كما بينت بعض الدراسات بان هناك قصور في وسائل العلاقات العامة حيث شددت على ضرورة استخدام كم واسع من الوسائل، اما قليل الدراسات فقد ركزت على تعزيز التواصل المستدام، حيث تتميز الدراسة الحالية بكونها تتعلق بعملية التواصل التي يتم من خلال العلاقات العامة في جامعة النجاح نحو الطلبة الخريجين. مثل ما اشارت اليه دراسات كل من دراسة حديد (2010) ودراسة الزاغة (٢٠١٠) إلى الإشارة إلى ان أداء دائرة العلاقات العامة يرتبط بصورة مباشرة بالخدمات والنشاطات التي تقوم بها، وان التقييم العام لهذا الأداء هو

سلبى ويعكس ضعف فى أداء دوائر العلاقات العامة بشكل عام. ان العلاقات العامة يمكن ان
توظف الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي فى تعزيز دورها
فى المجتمع وتحسين عملية التواصل مع المجتمع الخارجي والداخلي.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

اشتمل هذا الفصل على وصفٍ دقيقٍ للخطوات والإجراءات المتبعة من قبل الباحثان في تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك خطوات التحقق من صدق الأداة وثباتها، إلى جانب تحديد أداة الدراسة أضف إلى ذلك وصف متغيرات الدراسة والطرق الإحصائية المتبعة في معالجة البيانات والوصول إلى النتائج.

منهج الدراسة:

اتبعت الباحثان المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته أغراض الدراسة، ودراسة الظواهر كما في الواقع، فإنه يقوم على دراسة المعطيات والظواهر بشكل واقعي ومن ثم يعبر عنها تعبيراً كمياً يبين فيه حجم الظاهرة ومقدارها إلى جانب أنه يعتمد على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً وافياً بهدف استخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج وتعميمات عن الظاهرة محل الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تألف مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الخريجين والعاملين في العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في محافظة نابلس، لسنة 2018-2019.

عينة الدراسة:

من خلال هذه الدراسة اعتمدت الباحثان على اختيار عينة طبقية عشوائية متاحة لعدد الطلبة الخريجين والعاملين في العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في محافظة نابلس في فلسطين، حيث تم توزيع استبانة على موظفي العلاقات العامة، في حين تم تصميم الإستبانة

باستخدام google form وإستدعاء الخريجين لملئ الإستبانة، حيث تم جمع (45)إستبانة بهذا الأسلوب وفق البيانات الوصفية التفصيلية في جدول(1).

الجدول (1): توزيع عينة الدراسة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس:	ذكر	14	31.1
	أنثى	31	68.9
المستجيب:	خريج	28	62.2
	موظف في العلاقات العامة	17	37.8
مكان السكن:	مدينة	22	48.9
	قرية	23	51.1
المؤهل العلمي:	بكالوريوس	41	91.1
	ماجستير فاعلى	4	8.9
	المجموع	45	100

أدوات الدراسة:

تم اعتماد الإستبانة كأحدى أدوات البحث وهي مجموعة من الأسئلة، والهدف من ذلك جمع المعلومات من الأشخاص موضع البحث، حيث أن الاستبانات تكون مصممة من أجل التحليل الإحصائي للإجابات، وتكون هذه الاستبانات لها إجابات قياسية محددة بشكل يجعل من السهل تجميع البيانات وتنظيمها، وقد قامت الباحثتان ببناء الاستبانة وتطويرها كأداة لجمع المعلومات من خلال مراجعة الأدب النظري المتعلق بموضوع الدراسة ومراجعة الأبحاث والدراسات والكتب

التي بحثت في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجاً وقد تكونت أداة الدراسة من أجزاء:

الجزء الأول: اشتمل على المعلومات الشخصية عن المستجيبين الذين قاموا بتعبئة الإستبانة.

الجزء الثاني والثالث اشتمل على (32) فقرة، موزعة على سبع مجالات إذ تم الإجابة على هذه الفقرات من خلال ميزان ليكرت الخماسي، حيث يبدأ بدرجة موافق بشدة وتُعطى (5) درجات، ثم موافق وتُعطى (4) درجات، ثم محايد وتُعطى (3) درجات، ثم معارض وتُعطى درجتين، وانتهى معارض بشدة وتعطى درجة واحدة فقط.

المقابلة: حيث اعتمدت الباحثتان على المقابلة كأداة لجمع البيانات من موظفي العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، حيث تكونت المقابلة من أسئلة مركبة، وقد قامت الباحثتان بإجراء المقابلة وجها لوجها مع الفئة المستهدفة من العاملين في العلاقات العامة، وتم تفرغها كتابة كما هي، وأجريت اللقاءات وتم تصنيفها إلى كلمات مفتاحية بغية الوصول إلى أنماط متكررة على كل سؤال. انظر ملحق رقم (2).

صدق الأداة:

تكونت الاستبانة في صورتها الأولية من (46) فقرة، والملحق (1) يبين ذلك، ثم قامت الباحثتان بعرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في مجال الدراسة، حيث طُلب من المحكمين تحكيم الإستبانة وصياغة فقراتها، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت له، إما بالموافقة على الفقرات أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى المحكمون بضرورة الإبقاء على (32) فقرة، وحذف فقرات وردت مضامينها في فقرات أخرى، وفصل بعض الفقرات إلى فقرتين، ويكون قد تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، حيث أصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (ملحق 1).

ثبات الأداة:

من خلال الإجابات فقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach' s Alpha) وفق ما يظهر بالجدول التالي:

Reliability Statistics

N of Items	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Cronbach's Alpha
32	.967	.968

وباختبار صدق واتساق فقرات الإستبانة تم الحصول على النتائج المبينة في الجدول (2) الذي يبين معاملات الثبات والاتساق للفقرات التي شملتها أداة الدراسة.

الجدول (2): أختبار الإتساق الداخلي لفقرات أداة دراسة دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين

رقم الفقرة	الفقرة	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة الطلبة الخريجين وتأييدهم.	.966
2	تهتم إدارة العلاقات العامة في الجامعة على بتزويد الطلبة الخريجين بأخبار الجامعة.	.967
3	تتابع إدارة العلاقات العامة الشكاوى والانتقادات التي يبديها بعض الطلبة الخريجين حول سياسات الجامعة، وتجري عليها البحث.	.966
4	تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات للتعريف بخدمات الجامعة بين الحين والآخر.	.967
5	تشارك إدارة العلاقات العامة في البرامج الثقافية للمجتمع المحلي.	.967
6	تجري إدارة العلاقات العامة بحثاً تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها.	.967
7	تعمل إدارة العلاقات العامة على دعم العلاقات الإنسانية بين الطلبة الخريجين.	.968
8	تشجع إدارة العلاقات العامة الطلبة الموهوبين باتاحة الفرص لهم في إقامة المعارض والمشاركة في المناسبات المختلفة.	.966
9	تشارك إدارة العلاقات العامة في المناسبات الشخصية للعاملين والطلبة.	.967
10	تحاول إدارة العلاقات العامة أن تشارك الطلبة الخريجين لتقييم نتائج أنشطتها.	.967
11	توفر إدارة العلاقات العامة البيانات والمعلومات المتعلقة بالجامعة التي تحيط بالطلبة الخريجين بالمستجدات.	.968
12	تنتج إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام الجامعة ومختبراتها.	.967
13	تصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تتناول أخبار الجامعة والطلبة الخريجين فيها، والطلبة الخريجين وأنشطتهم.	.968
14	تنظم إدارة العلاقات العامة أنشطة اجتماعية للعاملين في الجامعة.	.967
15	تنظم إدارة العلاقات العامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية.	.967
16	تنظم إدارة العلاقات العامة المعارض بأنواعها المختلفة.	.967
17	تقوم إدارة العلاقات العامة بحملات إعلامية	.968

.968	تقدم إدارة العلاقات العامة هدايا في المناسبات الدينية والاجتماعية للعاملين في الجامعة.	18
.967	تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تنظيم الاتصال بالهيئات والمنظمات الأخرى.	19
.968	تستقبل إدارة العلاقات العامة الوفود وتنظم الزيارات.	20
.967	تنظم إدارة العلاقات العامة بالجامعة حفلات التخرج وتقدم الجوائز للمتفوقين من الطلبة.	21
.966	تحرص إدارة العلاقات العامة على إصاق (البوسترات) في الأماكن العامة مثل مجلات الطلبة.	22
.966	ترسل إدارة العلاقات العامة مندوبين عن الجامعة للمدارس الثانوية، لإعطاء فكرة عن الجامعة.	23
.967	تدعو العلاقات العامة في الجامعة أولياء أمور الطلبة لحضور الحفلات المتنوعة، وزيارة الجامعة.	24
.967	تتواصل العلاقات العامة مع الخريجين بشكل منفرد وتقدم لهم المساندة.	25
.966	تتبنى العلاقات العامة في الجامعة خطة سنوية لاستقبال وفود طلابية زائرة.	26
.966	لدى الطلبة الخريجين انطباع إيجابي عن دور العلاقات العامة.	27
.967	تعلم إدارة العلاقات العامة في الجامعة الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها.	28
.966	تعتمد إدارة العلاقات العامة في الجامعة لنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً.	29
.966	تسعى إدارة العلاقات العامة في الجامعة إلى تغيير الانطباعات السيئة التي قد يحملها الطلبة الخريجون.	30
.966	تهتم إدارة العلاقات العامة في الجامعة على بتزويد الطلبة الخريجين بأخبار الجامعة.	31
.966	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة الطلبة الخريجين وتأييدهم.	32

يتضح من الجدول رقم (2) أن معاملات الثبات لفقرات الإستبانة تراوحت بين (0.966-0.968) في حين بلغت الدرجة الكلية لجميع الفقرات (0.968)، وهي معاملات ثبات عالية جداً تفي بأغراض الدراسة.

إجراءات الدراسة:

تم إجراء الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- تم إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية.
- وتم تحديد أفراد عينة الدراسة.
- والحصول على موافقة الجهات ذات الاختصاص.

- قامت الباحثتان بتصميم الاستبانة على google form وتوزيعها عبر الرابط على مجتمع الدراسة حيث تم تلقي 35 رد عبر الشبكة، في حين تم تعبئة 11 استبانة بالطريقة التقليدية من قبل موظفي العلاقات العامة بالجامعة، وقد تم إستبعاد إستبانة واحدة لوجود عدد كبير من الفقرات غير مجاوب عليها.

- قامت الباحثتان بإدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائيا باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS).

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

متغيرات الدراسة:

تضمنت الدراسة المتغيرات الآتية:

أ- المتغيرات المستقلة:

الجنس:

المستجيب:

مكان السكن:

المؤهل العلمي:

المتغير التابع: ويتمثل باستجابات أفراد عينة الدراسة على مجالات مقياس أداة الدراسة المتمثلة في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجا من وجهة نظر المؤسسات النسوية وقاعدتها في محافظة نابلس.

ب-المعالجات الإحصائية:

قامت الباحثتان بتفريغ إجابات أفراد العينة وجرى ترميزها وإدخال البيانات للحاسوب وتمت معالجة البيانات إحصائياً وذلك باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الإستبانة.

2. تم استخدام تحليل التباين (ANOVA)، لفحص الفرضيات المتعلقة بمستوى أداء العلاقات العامة في تنفيذ دورها في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

أولاً: النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة.

ثانياً: النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

قامت الباحثتان في هذا الفصل بعرض نتائج الدراسة وفقاً لترتيب أسئلتها وفرضياتها.

ما دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين في محافظة نابلس؟

ولإجابة عن السؤال السابق، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية

لمجالات أداة الدراسة، واعتمدت الباحثتان في هذه الدراسة معامل التصحيح التالي لتقدير:

معامل التصحيح	
المدلول	مدى المتوسط
معارض بشدة	1-1.79
معارض	1.8-2.59
محايد	2.6-3.39
موافق	3.4-4.19
موافق بشدة	4.2-5

• المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) = موافق بشدة

• المتوسط الحسابي (3.41 - 4.20 ويعادل 68.2% - 84.0) = موافق

• المتوسط الحسابي (2.61 - 3.40 ويعادل 52.2% - 68.0) = محايد

• المتوسط الحسابي (1.81 - 2.60 ويعادل 36.2% - 52.0) = معارض

• المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) = معارض بشدة

أما الأساس الذي تم الاعتماد عليه في توزيع هذه الفئات فهو النسب الإحصائية القائمة

على توزيع المتوسطات بين فئات التدرج على مقياس ليكرت الخماسي الذي يبدأ بالدرجة

(موافق بشدة) وتُعطى (5) درجات، ثم (موافق) وتُعطى (4) درجات، ثم (محايد) وتُعطى (3)

درجات، ثم (معارض) وتعطى درجتين، وينتهي (معارض بشدة) وتعطى درجة واحدة فقط بشكل متساوٍ.

الجدول (4): الوصف الإحصائي لعينة الدراسة لمجالات الاستبانة

النسبة المئوية	النزعة المركزية للأراء المستجيبين وفق مدلول مؤشر المتوسط حسب معامل التصحيح	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
70.0%	موافق	.96006	3.5000	دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين.	أولاً:
70.7%	موافق	1.27208	3.5333	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة الطلبة الخريجين وتأييدهم.	1
72.0%	موافق	1.15601	3.6000	تهتم إدارة العلاقات العامة في الجامعة على بتزويد الطلبة الخريجين بأخبار الجامعة.	2
66.2%	محايد	1.25811	3.3111	تتابع إدارة العلاقات العامة الشكاوى والانتقادات التي يبديها بعض الطلبة الخريجين حول سياسات الجامعة، وتجري عليها البحث.	3
70.7%	موافق	1.12006	3.5333	تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات للتعريف بخدمات الجامعة بين الحين والآخر.	4
75.6%	موافق	1.08479	3.7778	تشارك إدارة العلاقات العامة في البرامج الثقافية للمجتمع المحلي.	5
64.9%	محايد	1.19003	3.2444	تجري إدارة العلاقات العامة بحوثاً تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها.	6
68.0%	موافق	.92483	3.4000	مجال الإهتمام بالطلبة من الخريجين الجدد	ثانياً:
76.0%	موافق	1.03573	3.8000	تعمل إدارة العلاقات العامة على دعم العلاقات الإنسانية بين الطلبة الخريجين.	7
51.6%	معارض	1.33976	2.5778	تشجع إدارة العلاقات العامة الطلبة الموهوبين بإتاحة الفرص لهم في إقامة المعارض والمشاركة في المناسبات المختلفة.	8
61.3%	محايد	1.37179	3.0667	تشارك إدارة العلاقات العامة في المناسبات الشخصية للعاملين والطلبة.	9
72.9%	موافق	1.13128	3.6444	تحاول إدارة العلاقات العامة أن تشارك الطلبة الخريجين لتقييم نتائج أنشطتها.	10
71.6%	موافق	1.15776	3.5778	توفر إدارة العلاقات العامة البيانات والمعلومات المتعلقة بالجامعة التي تحيط الطلبة الخريجين بالمستجدات.	11

74.7%	موافق	1.23215	3.7333	تنتج إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام الجامعة ومختبراتها.	12
76.8%	موافق	67073	3.8386	مجال الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترويحية في الجامعة	ثالثا:
85.9%	موافق بشدة	.70148	4.2955	تصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تتناول أخبار الجامعة والطلبة الخريجين فيها، والطلبة الخريجين وأنشطتهم.	13
79.6%	موافق	.72265	3.9778	تنظم إدارة العلاقات العامة أنشطة اجتماعية للعاملين في الجامعة.	14
67.6%	محايد	1.21148	3.3778	تنظم إدارة العلاقات العامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية.	15
73.8%	موافق	1.10417	3.6889	تنظم إدارة العلاقات العامة المعارض بأنواعها المختلفة.	16
78.2%	موافق	.99595	3.9111	تقوم إدارة العلاقات العامة بحملات إعلامية	17
80.9%	موافق	.77623	4.0455	تقدم إدارة العلاقات العامة هدايا في المناسبات الدينية والاجتماعية للعاملين في الجامعة.	18
71.6%	موافق	1.05505	3.5778	تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تنظيم الاتصال بالهيئات والمنظمات الأخرى.	19
71.3%	موافق	1.02450	3.5630	مجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة	رابعا:
69.3%	موافق	1.32459	3.4667	تستقبل إدارة العلاقات العامة الوفود وتنظم الزيارات.	20
76.4%	موافق	1.00654	3.8222	تنظم إدارة العلاقات العامة بالجامعة حفلات التخرج وتقديم الجوائز للمتفوقين من الطلبة.	21
68.6%	موافق	1.33639	3.4318	تحرص إدارة العلاقات العامة على إصاق (البوسترات) في الأماكن العامة مثل مجلات الطلبة.	22
66.2%	محايد	1.02130	3.3111	مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين	خامسا:
64.1%	محايد	1.40728	3.2045	ترسل إدارة العلاقات العامة مندوبين عن الجامعة للمدارس الثانوية، لإعطاء فكرة عن الجامعة.	23
64.4%	محايد	1.14592	3.2222	تدعو العلاقات العامة في الجامعة أولياء أمور الطلبة لحضور الحفلات المتنوعة، وزيارة الجامعة.	24
73.8%	موافق	.94922	3.6889	تتواصل العلاقات العامة مع الخريجين بشكل منفرد وتقدم لهم المساندة.	25
63.1%	محايد	1.38097	3.1556	تتبنى العلاقات العامة في الجامعة خطة سنوية لاستقبال وفود طلابية زائرة.	26
71.0%	موافق	1.03269	3.5481	مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين	سادسا:
66.8%	محايد	1.19967	3.3409	لدى الطلبة الخريجين انطباع إيجابي عن دور العلاقات العامة.	27
73.3%	موافق	1.06600	3.6667	تعلم إدارة العلاقات العامة في الجامعة الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها.	28

72.9%	موافق	1.13128	3.6444	تعتمد إدارة العلاقات العامة في الجامعة لنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً.	29
61.9%	محايد	1.20944	3.0963	مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة	سابعا:
62.2%	محايد	1.30074	3.1111	تسعى إدارة العلاقات العامة في الجامعة إلى تغيير الانطباعات السيئة التي قد يحملها الطلبة الخريجون	30
59.6%	محايد	1.37327	2.9778	تهتم إدارة العلاقات العامة في الجامعة على بتزويد الطلبة الخريجين بأخبار الجامعة.	31
64.5%	محايد	1.34447	3.2273	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة الطلبة الخريجين وتأييدهم.	32
69.3%	موافق	0.9776	3.4653	المجموع	

يشير الجدول (4) إلى أن دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجاً على مجال دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين قد أتت بمتوسط (3.4653) وانحراف معياري (0.9776)، وهذا يدل على نزعة للإتفاق بين المستهدفين بالمشح على أن مستوى تطبيق المعايير المتعلقة بممارسات العلاقات العامة في جامعة النجاح تقدر بحوالي 69.3% وهو مؤشر على مستوى أداء جيد لكنه بحاجة لمزيد من العمل والتحسين على البعض المحاور ككل، وأحياناً على بعض الفقرات والمعايير المحددة في إطارها، مع وجود تفاوت في هذه الآراء ما بين محور وآخر من محاور الدراسة السبعة التي سيتم مناقشتها لاحقاً في الفصل الخامس الخاص بالنتائج والتوصيات.

النتائج المتعلقة بالمقابلة:

في مطلع الإجابة على السؤال المتعلق بالمشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين التي يواجهها الطلبة في جامعة النجاح الوطنية، ودور العلاقات العامة في التعامل معها، أبدى اغلب من أجريت مع المقابلات بان أهم ما يواجه الطالب الخريج من مشكلات في الجامعات الفلسطينية بشكل عام وجامعة النجاح الوطنية بشكل خاص هو التخمة في البطالة في المجتمع والشركات

الفلسطينية التي يبلغ عدد الطلبة الخريجين من التعليم العالي سنويا اكثر من 35 ألف خريج من مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني، ونحن دولة صغيرة مقارنة بسوق العمل وعدد الخريجين، وهذا يؤدي إلى وجود أعداد كبيرة من الطلبة الذين لا يحالفهم الحظ للحصول على وظيفة إن كان في القطاع العام او الخاص وبالتالي يكمن دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية بالترويج لطلبتها الخريجين من خلال تسليط الضوء على قصص نجاح لهؤلاء الطلبة أثناء وجوهم في الجامعة، ونشر تقارير تتعلق بمشاريع تخرج قاموا بها أو مشاركات دولية، وجعل الطالب يستطيع أن يعبر عن نفسه من خلال ترويج نفسه في سوق العمل الفلسطيني من أجل أن تكون المنافسة شديدة بينه وبين نظرائه من الجامعات الأخرى.

كما أشار اخرون ممن أجريت مهم المقابلة إلى ان الجامعة أنشأت بما يسمى وحدة شؤون الخريجين)، والتي تعنى بتجميع السير الذاتية الخاصة بالطلبة ووضعها في الجامعة. وبدورها تقوم الوحدة بتوزيع هذه السير على الشركات حسب اختصاصها ويتم مقابلة الطلاب في داخل الجامعة وتوزيعهم سواء كان داخل الوطن أو خارجه.

أما فيما يتعلق بالإجابة عن مدى توفر الأماكن لدى دائرة العلاقات العامة لوضع خطط مسبقة لتفادي وقوع المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين أو الحد منها، فقد بين بعض المستطلعة آرائهم بأنه حقيقة لا يوجد خطط للربط بين مشاكل الخريجين ودائرة العلاقات العامة وبالتالي ليس من مسؤولية دائرة العلاقات العامة وضع حلول للمشاكل التي يواجهها الطلبة الخريجين، ولكن بما أن دور العلاقات العامة في أي مؤسسة هو تشبيك وترتيب العلاقة ما بين المجتمع المحلي والخارجي، وعمل ندوات للطلبة الخريجين أثناء وجودهم في الجامعة، والتي يستطيع الطلبة من خلالها أن يقوموا بإعداد السيرة الذاتية الخاصة بهم وترويج أنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي. كما أنشأت الدائرة صفحة خاصة للجامعة يستطيع الطالب من خلالها التعبير عن نفسه كما يريد وبما يتوافق مع أنظمة وقوانين الجامعة.

وقد تمثلت اجابات من أجريت معهم المقابلة حول دور العلاقات العامة في حال حدوث المشكلات تتعلق بالطلبة الخريجين، فقد بين بعض من استطلعت آراءهم بان دور العلاقات

العامة على تقديم النصيحة، كما أضاف البعض بان دور العلاقات العامة يكون بتوجيه الطلبة بالتعاون مع وحدة الخريجين، وبما ان الحياة الجامعية تختلف كلياً عن الحياة العملية تقوم الدائرة بوضع المعلومات الصحيحة امام الطالب خلال وجوده في الجامعة و تفعيل الطالب من أجل ان يكون قادر على بناء شخصيته التي تؤهله لكي يكون منافس في سوق العمل وان يبحث عن الوظيفة المناسبة لتخصصه من خلال منصات التواصل الاجتماعي نظراً لتراجع وسائل الاعلام التقليدية في الوقت الحالي، وبالتالي الطالب الذي لا يواكب التطوير في هذه الوسائل لا يستطيع الحصول على وظيفة جيدة ومناسبة .

وحول تعاون دائرة العلاقات العامة مع وسائل الاعلام لحل بعض المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين، فقد أشار اغلب من أجريت معهم المقابلات بانه لا يوجد تعاون بين وسائل الاعلام الفلسطينية ودائرة العلاقات العامة لحل مشكلة البطالة إطلاقاً، ان وسائل الاعلام غير قادرة بعد في المساعدة على إيجاد فرص عمل ضمن منظومة الفرص الغنية للشباب، قد يكون هناك بعض الاذاعات كالإعلانات الممولة التي تضعها الشركات وهذا يصل إلى مجموعة من الطلبة.

وفي مطلع الإجابة عن خطط دائرة العلاقات العامة للحيلولة دون وقوع أي المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين في جامعة النجاح الوطنية، فقد بين بعض من أجريت معهم المقابلات بان دور العلاقات العامة دائماً يقتصر على مساعدة الطالب أثناء فترة دراسته بأن تضع الطالب على الطريق الصحيح، واعطائه بعض النصائح والتوجيهات التي تتعلق بحياته المستقبلية والعملية بعد التخرج. أي لا يفكر الطالب خلال الثلاث سنوات الأولى من حياته الجامعية بالمستقبل العملي الخاص به، وهنا يأتي دور العلاقات العامة في الجامعة أن تبني لدى الطالب ثقته في نفسه، وأن يكون الطالب قادر خلال الثلاث سنوات على خوض غمار المنافسة في حياته العملي، وهم قلة الذين يشاركون في الندوات التي نقوم بالإعلان عنها مثل ندوات لزيادة المهارات في اللغة الانجليزية وكتابة السير الذاتية وغيرها.

وحول الخطط التطويرية التي تضعها الدائرة في تطوير الأساليب التي تستخدمها مع الطلبة، أشار معظم من أجريت معهم المقابلات بان هناك دائماً في كل عام خطط جديدة للتواصل مع الطلبة تتلاءم وتتناسب طردياً مع التطور الذي يحدث في المجتمع. أي قبل عشر سنوات كنا

نصدر نشرة ورقية يتم من خلالها وضع الاعلانات والأخبار المتعلقة بالجامعة، و بالتالي منذ خمس سنوات عكفت الدائرة على استخدامها نظرا لتراجع وسائل الاعلام التقليدية وحل مكانها social media المكتوب والمرئي، أي أن الفيديو بدأ يحل محل عدد كبير من الاعلانات المكتوبة. أي أن المشاهدة للفيديو تعمل على ترسيخ واستيعاب المعلومات بشكل أكبر وأدق وبالتالي تعمل الدائرة على رصد التطور الذي يحدث بالعالم، وعلى أساسه يتم التعامل مع الطلبة في كل عام.

النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:

من الفرضيات التي طرحتها الدراسة:

لا توجد هناك فروق ذات دلالة معنوية في إجابات المستهدفين في موقفهم من دور إدارة العلاقات العامة في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين.

- النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة عن دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين تعزى لمتغير الجنس. ولفحص الفرضية، استخدمت الباحثتان تحليل التباين (ANOVA) على مستوى كل محور من المحاور السبعة ونتائج الجدول (5) تبين ذلك.

الجدول (5): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لدلالة الفروق على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين تبعا لمتغير الجنس:

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	عنوان المحور	
					Between Groups	Within Groups
.826	.049	.046	1	.046	(Combined)	أولاً: دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين.. * الجنس:
		.942	43	40.509	Within Groups	
			44	40.556	Total	

.749	.103	.090	1	.090	(Combined)	Between Groups	ثانياً: مجال التحاق الطلبة الجدد * الجنس:
		.873	43	37.543	Within Groups		
			44	37.633	Total		
.191	1.761	.779	1	.779	(Combined)	Between Groups	ثالثاً: مجال الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترويحية في الجامعة * الجنس:
		.442	43	19.016	Within Groups		
			44	19.795	Total		
.430	.636	.673	1	.673	(Combined)	Between Groups	رابعاً: مجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة * الجنس:
		1.058	43	45.509	Within Groups		
			44	46.183	Total		
.791	.071	.076	1	.076	(Combined)	Between Groups	خامساً: مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين * الجنس:
		1.066	43	45.819	Within Groups		
			44	45.894	Total		
.840	.041	.045	1	.045	(Combined)	Between Groups	سادساً: مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين * الجنس:
		1.090	43	46.878	Within Groups		
			44	46.923	Total		
.724	.126	.188	1	.188	(Combined)	Between Groups	سابعاً: مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة * الجنس:
		1.492	43	64.172	Within Groups		
			44	64.360	Total		

يتضح من الجدول (5) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين الناجح نموذجاً على مستوى كل محور من المحاور تعزى لمتغير الجنس.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:

لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة عن دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين تعزى لمتغير تعزى لمتغير المستجيب. ولفحص الفرضية، استخدمت الباحثان تحليل التباين (ANOVA) على مستوى كل محور من المحاور السبعة ونتائج الجدول (6) تبين ذلك.

الجدول (6): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لدلالة الفروق على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين تبعاً لمتغير المستجيب:

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	عنوان المحور		
.054	3.939	3.403	1	3.403	(Combined)	Between Groups	أولاً: دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين.. * المستجيب:
		.864	43	37.152	Within Groups		
			44	40.556	Total		
.009	7.525	5.605	1	5.605	(Combined)	Between Groups	ثانياً: مجال الطلبة من الخريجين الجدد * المستجيب:
		.745	43	32.028	Within Groups		
			44	37.633	Total		
.013	6.706	2.670	1	2.670	(Combined)	Between Groups	ثالثاً: مجال الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترويحية في الجامعة * المستجيب:
		.398	43	17.124	Within Groups		
			44	19.795	Total		
.187	1.799	1.855	1	1.855	(Combined)	Between Groups	رابعاً: مجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة * المستجيب:
		1.031	43	44.328	Within Groups		
			44	46.183	Total		
.072	3.396	3.359	1	3.359	(Combined)	Between Groups	خامساً: مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين * المستجيب:
		.989	43	42.535	Within Groups		
			44	45.894	Total		
.045	4.250	4.220	1	4.220	(Combined)	Between Groups	سادساً: مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين * المستجيب:
		.993	43	42.703	Within Groups		
			44	46.923	Total		
.040	4.498	6.095	1	6.095	(Combined)	Between Groups	سابعاً: مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة * المستجيب:
		1.355	43	58.265	Within Groups		
			44	64.360	Total		

يتضح من الجدول (6) وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين الناجح نموذجاً تعزى لمتغير المستجيب على مستوى كل من المحاور الثاني والثالث والسادس والسابع، حيث يشير موظفي العلاقات العامة إلى وجود مستوى أداء جيد إلى فوق الجيد لإدارة العلاقات العامة على صعيد هذ المحاور وفق ما يشير جدول (7)، على العكس من الخريجين الذين لا يلمسون وجود أداء بهذا المستوى، الأمر الذي يظهر وجود فجوة بحاجة لمعالجة وتحسين التواصل مع الخريجين

يشأنها. في حين تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند نفس مستوى الدلالة على صعيد المحاور الأول والرابع والخامس.

جدول (7): نتائج تحليل المتوسطات الحسابية لمحاور الدراسة حسب متغير المستجيب

المستجيب	أولاً: دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين..	ثانياً: مجال التحاق الطلبة الجدد	ثالثاً: الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترويحية في الجامعة	رابعاً: مجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة	خامساً: مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين	سادساً: مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين	سابعاً: مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة
خريج	Mean	3.2857	3.1250	3.6488	3.4048	3.0982	2.8095
	N	28	28	28	28	28	28
	Std. Deviation	.79201	.86260	.61730	.90884	.90354	.83606
موظف في العلاقات العامة	Mean	3.8529	3.8529	4.1513	3.8235	3.6618	3.5686
	N	17	17	17	17	17	17
	Std. Deviation	1.12405	.86378	.65362	1.17330	1.13172	1.22040
Total	Mean	3.5000	3.4000	3.8386	3.5630	3.3111	3.0963
	N	45	45	45	45	45	45
	Std. Deviation	.96006	.92483	.67073	1.02450	1.02130	1.03269

النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:

الجدول (8): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) (لدلالة الفروق على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين تبعاً لمتغير مكان السكن).

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	مكان السكن		
					Between Groups	Within Groups	
.799	.066	.062	1	.062	(Combined)	Between Groups	أولاً: دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين.. * مكان السكن:
		.942	43	40.494	Within Groups		
			44	40.556	Total		
.800	.065	.057	1	.057	(Combined)	Between Groups	ثانياً: مجال التحاق الطلبة الجدد * مكان السكن:
		.874	43	37.576	Within Groups		
			44	37.633	Total		
.900	.016	.007	1	.007	(Combined)	Between Groups	ثالثاً: مجال الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترويحية في الجامعة * مكان السكن:
		.460	43	19.787	Within Groups		
			44	19.795	Total		

.988	.000	.000	1	.000	(Combined)	Between Groups	رابعاً: مجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة * مكان السكن:
		1.074	43	46.182	Within Groups		
			44	46.183	Total		
.444	.596	.627	1	.627	(Combined)	Between Groups	خامساً: مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين * مكان السكن:
		1.053	43	45.267	Within Groups		
			44	45.894	Total		
.581	.309	.335	1	.335	(Combined)	Between Groups	سادساً: مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين * مكان السكن:
		1.083	43	46.588	Within Groups		
			44	46.923	Total		
.707	.143	.213	1	.213	(Combined)	Between Groups	سابعاً: مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة * مكان السكن:
		1.492	43	64.147	Within Groups		
			44	64.360	Total		

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

يتضح من الجدول (8) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة (≤ 0.05) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين، تعزى لمتغير مكان السكن.

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:

الجدول (9): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	المؤهل العلمي		
.929	.008	.008	1	.008	(Combined)	Between Groups	أولاً: دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين.. * المؤهل العلمي:
		.943	43	40.548	Within Groups		
			44	40.556	Total		
.669	.185	.161	1	.161	(Combined)	Between Groups	ثانياً: مجال التحاق الطلبة الجدد * المؤهل العلمي:
		.871	43	37.472	Within Groups		
			44	37.633	Total		
.547	.369	.168	1	.168	(Combined)	Between Groups	ثالثاً: مجال الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترويحية في الجامعة * المؤهل العلمي:
		.456	43	19.626	Within Groups		

			44	19.795	Total	
.377	.795	.839	1	.839	(Combined) Between Groups	رابعاً: مجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة * المؤهل العلمي:
		1.055	43	45.344	Within Groups	
			44	46.183	Total	
.703	.147	.157	1	.157	(Combined) Between Groups	خامساً: مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين * المؤهل العلمي:
		1.064	43	45.738	Within Groups	
			44	45.894	Total	
.793	.070	.076	1	.076	(Combined) Between Groups	سادساً: مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين * المؤهل العلمي:
		1.089	43	46.848	Within Groups	
			44	46.923	Total	
.870	.027	.041	1	.041	(Combined) Between Groups	سابعاً: مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة * المؤهل العلمي:
		1.496	43	64.320	Within Groups	
			44	64.360	Total	

يتضح من الجدول (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجاً تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

تشير نتائج الدراسة إلى أن دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين الناجح نموذجاً على مجال دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين قد أتت بمتوسط (3.47) وانحراف معياري (0.9776)، وهذا يدل على درجة موافق كمؤشر على مستوى الأداء الجيد مع وجود هامش لعملية التطوير والتحسين. كما ويتضح من نتائج الدراسة بأن الفقرات التي قد حصلت على ادنى درجة موافقة في هذا المجال تتعلق بمواضيع مثل لدى الطلبة الخريجين انطباع إيجابي عن دور العلاقات العامة. تعتمد إدارة العلاقات العامة في الجامعة لنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً. تعلم إدارة العلاقات العامة في الجامعة الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها.

على صعيد المحور الأول الذي يتناول دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين:

فعلى الرغم من أن مؤشر المتوسط الحسابي يشير إلى وجود أداء جيد بشكل عام، إلا أنه يتوجب على إدارة العلاقات العامة الإهتمام أكثر بتحسين أدائها في مجال متابعة الشكاوى والانتقادات التي يبديها بعض الطلبة الخريجين حول سياسات الجامعة، وتجري عليها البحث (الفقرة 3)، بالإضافة إلى ضرورة العمل على تفعيل نشاطها في إجراء البحوث التي تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها الجامعة في مجال متابعة الخريجين والتواصل معهم والمساعدة في تذليل العقبات التي تواجههم (الفقرة 6)، دون إغفال وجود حاجة إلى تطوير وتحسين مستمر لباقي الجوانب التي يتضمنها المحور، حيث تشير النتائج إلى وجود هامش يقدر بحوالي (25-30%) لهذه الاحتياجات.

على صعيد المحور الثاني الخاص بمجال الإهتمام بالطلبة من الخريجين الجدد:

كما يتضح من الجدول (4) فإن أداء إدارة العلاقات العامة بشكل عام جيد، لكن هناك فقرتين تشيران إلى وجود أداء منخفض الأمر الذي يستدعي إهتمام خاص من قبل إدارة العلاقات العامة بها، حيث تشير النتائج إلى وجود قصور في تشجيع إدارة العلاقات العامة للطلبة الموهوبين

بإتاحة الفرص لهم في إقامة المعارض والمشاركة في المناسبات المختلفة (الفقرة 8). كما تشير النتائج إلى وجود قصور في موضوع مشاركة إدارة العلاقات العامة في المناسبات الشخصية للعاملين والطلبة (الفقرة 9)، وقد يكون ذلك عائد إلى عدم وجود رابط قوي بين طبيعة المهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة وهذا النشاط الإجتماعي. عموماً هناك حاجة لتكثيف الجهود على هذا الصعيد لوجود هامش واسع لحد ما لعملية التطوير والتحسين على صعيد مختلف الفقرات التي يتضمنها المحور تتراوح بين (24-48.8%) من الإحتياجات للتحسين والتطوير.

على صعيد المحور الثالث الخاص بمجال الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترفيهية في الجامعة:

حيث تبرز النتائج الواردة في الجدول (4) إلى وجود أداء جيد وأحياناً أكثر من الجيد في معظم الجوانب التي يتضمنها هذا المحور، مع وجود حاجة لتركيز العمل على موضوع تنظم إدارة العلاقات العامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية (الفقرة 15) التي تشير النتائج إلى وجود قصور به، هذا بالإضافة إلى الإستمرار في بذل الجهود لتحسين الأداء حيث يوجد هناك هامش لذلك ضمن المدى (14.4-32.4%) ضمن المهام والأنشطة التي يتضمنها المحور.

على صعيد المحور الرابع الخاص بمجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة

تشير النتائج إلى مستوى أداء جيد على صعيد جميع الجوانب الممثلة بالفقرات التي يتضمنها هذا المحور الذي يهتم بالوسائل المستخدمة في تعزيز العلاقة مع الخريجين وذلك عبر الوسائل المناسبة مثل التركيز على إستقبال إدارة العلاقات العامة للوفود وتنظم الزيارات التي تعزز العلاقة مع الجهات الداعمة للخريجين والمحاولة عبر ذلك من الترويج لخريجين الجامعة وحشد الدعم للبرامج الداعمة لهم، بالإضافة لتنظم إدارة العلاقات العامة بالجامعة حفلات التخرج وتقديم

الجوائز للمتفوقين من الطلبة، و إصاق (البوسترات) التعريفية والترويجية للبرامج التي تخدم الخريجين في الأماكن العامة مثل مجلات الطلبة، وعلى الرغم من وجود جهود ملموسة على هذا الصعيد الا أنه من الواضح وجود حاجة للتطوير والتحسين حيث بلغ الهامش حوالي (23.6-31.4%).

على صعيد المحور الخامس الخاص بمجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين:

وفق ما تشير النتائج فإن هذا المحور تضمن التركيز على بعض القضايا التي لا ترتبط مباشرة بموضوع الخريجين، مما أدى إلى تركيز الاجابات حول خيار محايد، واهم الفقرات التي تضمنها هذا المحور الفقرتين (24، 25) المتعلقة بدعوة العلاقات العامة في الجامعة أولياء أمور الطلبة لحضور الحفلات المتنوعة، وزيارة الجامعة. والتواصل مع الخريجين بشكل منفرد وتقديم المساندة. لهم، وهي من الأمور التي تنفذ بشكل جيد، لكن موضوع تعزيز الانتماء لدى الخريجين بحاجة لاستراتيجية ورؤية واضحة لما لها من انعكاس إيجابي على الجامعة وعلى الخريجين.

على صعيد المحور السادس الخاص مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين:

أشارت النتائج إلى وجود مستوى أداء جيد على صعيد توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين وتحديداً على صعيد أعلام الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها ونشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً. في حين أبرزت النتائج وجود قصور في موضوع خلق الإنطباع الايجابي لدى الخريجين والطلبة عن دور العلاقات العامة في الجامعة (الفقرة 27) وعموماً فإن هامش التطوير والتحسين على مستوى هذا المحور هو حدود (26.7-33.2%).

على صعيد المحور السادس الخاص بمجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين:

أشارت النتائج إلى وجود مستوى أداء جيد على صعيد توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين وتحديدًا على صعيد أعلام الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها وتشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً. في حين أبرزت النتائج وجود قصور في موضوع خلق الإنطباع الإيجابي لدى الخريجين والطلبة عن دور العلاقات العامة في الجامعة (الفقرة 27) وعموماً فإن هامش التطوير والتحسين على مستوى هذا المحور هو حدود (26.7-33.2%).

على صعيد المحور السابع الخاص بمجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلباتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة:

حيث تشير النتائج إلى وجود قصور في الأداء على صعيد جميع المهام المتضمنة في هذا المحور وتحديدًا فيما يتعلق بإتخاذ السياسات الضرورية في التعاطي مع القضايا والمشاكل التي تواجه الخريجين بما يعمل على تغيير الانطباعات السيئة التي قد يحملها الطلبة الخريجون إتجاه موقف الإدارة وجديتها في التعاطي مع قضايا الخريجين، وتجسير العلاقة بين الإدارة والخريجين من خلال إهتمام إدارة العلاقات العامة في الجامعة على تزويد الطلبة الخريجين بأخبار الجامعة، بما يساعد على إكتساب ثقة الطلبة الخريجين وتأييدهم، عليه فإن هناك هامش للتطوير والتحسين ضمن مدى (35.5-40.4%).

النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:

أظهرت نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدلالة الفروق على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين تبعاً لمتغيرات الجنس ومكان السكن والمؤهل العلمي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة

على مستوى جميع محاور أداة الدراسة تعزى لهذه المتغيرات. في حين أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة في دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين النجاح نموذجاً تعزى لمتغير المستجيب على مستوى كل من المحاور الثاني والثالث والسادس والسابع، حيث يشير موظفي العلاقات العامة إلى وجود مستوى أداء جيد إلى فوق الجيد لإدارة العلاقات العامة على صعيد هذه المحاور وفق ما يشير جدول (7)، على العكس من الخريجين الذين لا يلمسون وجود أداء بهذا المستوى، الأمر الذي يظهر وجود فجوة بحاجة لمعالجة وتحسين التواصل مع الخريجين بشأنها. في حين تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند نفس مستوى الدلالة على صعيد المحاور الأول والرابع والخامس.

التوصيات:

وعلى ضوء نتائج الدراسة تم طرح التوصيات التالية:

1. ضرورة تعزيز الانطباع إيجابي لدى الطلبة الخريجين عن دور العلاقات العامة.
2. ضرورة ان تهتم إدارة العلاقات العامة في الجامعة لنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً.
3. ضرورة ان تعلم إدارة العلاقات العامة في الجامعة الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها.
4. ضرورة ان ترسل إدارة العلاقات العامة مندوبين عن الجامعة للمدارس الثانوية، لإعطاء فكرة عن الجامعة.
5. ضرورة ان تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات للتعريف بخدمات الجامعة بين الحين والآخر.

6. ضرورة ان تتابع إدارة العلاقات العامة الشكاوى والانتقادات التي يبيدها بعض الطلبة الخريجين حول سياسات الجامعة، وتجري عليها البحث.

المراجع والمصادر:

1. الإغا، مروان سليم؛ حجاج، خليل جعفر. (2014)، العلاقة بين برامج العلاقات العامة ومستوى الالتزام التنظيمي للعاملين الإداريين في جامعة الأزهر - غزة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد الثاني والعشرون، العدد الأول، ص65 -ص95 يناير 2014.
2. باديس يونس، (2010). الإعلام والجامعة، المنظم من قبل منظمة الاتحاد العام للطلبة الجزائريين، امداخلة ضمن الملتقى الوطني: جامعة الحاج لخضر، يوم 5 ماي 2010م.
3. بوخناف هاشم، وظيفة العلاقات العامة وانعكاسها على أداء المؤسسات العمومية الجزائرية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير (قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة) 2011 م
4. الجنابي، عاصم صاحب عبد مرزوك. (2016). دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبتراء أنموذجا، رسالة ماسجستير غير منشورة، عمان، الأردن.
5. حديد، علي يحيى بدر. (2010). واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
6. الخطيب، محمد. (2004). الاعتماد الأكاديمي وعلاقته بالتنمية العلمية المهنية لأعضاء هيئة التدريس في التعليم العالي، ندوة تنمية أعضاء هيئة التدريس في مؤسسات التعليم العالي (التحديات والتطوير)، كلية التربية، جامعة الملك سعود، الرياض، 14-15ديسمبر.
7. دراغمة، رافع أحمد أبوالزيت. (2011). دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة: (دراسة مسحية مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة لاهاي، هولاندا.

8. الزاغة، سمر (٢٠١٠) وعي الجماهير بالرأي العام وطرق قياسه: طلبة جامعة النجاح الوطنية مثالا. بحث غير منشور، قسم العلاقات العامة، جامعة لاهاي، هولندا.
9. سالمة خليفة السعيطي، تطبيق الشركات الليبية للنماذج المعيارية دراسة ميدانية على عينة من الشركات الخدمية دراسة ميدانية، رسالة غير منشورة، (قسم الإعلام، كلية الآداب وجامعة بنغازي) 2010.
10. -عبد الحي،رمزي أحمد 2006 التعليم العالي والتنمية وجهة نظر نقدية مع دراسات مقارنة،دار الوفاء،الاسكندرية.
11. علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط 3، القاهرة، عالم الكتب، ص 30، 2008 م
12. علي، سعيد. (2004). تجديد العقل الجامعي. المؤتمر القومي السنوي الحادي عشر (العربي الثالث) التعليم الجامعي العربي: آفاق الإصلاح والتطوير، 18-19 ديسمبر، الجزء الأول، ص 197.
13. عمر نجم، حمزة فرج.(2016). (مستوى الأداء المهني للعلاقات العامة وعلاقته بالسياسات التخطيطية في المؤسسات النفطية)، جامعة بنغازي كلية الإعلام، بنغازي، ليبيا.
14. لبنان هاتف الشامي، العلاقات العامة المبادئ والأسس العلمية، ط1، دار اليازودي للنشر والتوزيع،2001، 40-43
15. محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، القاهرة، ط 1، دار الفجر للطباعة، 1995، ص 34
16. محمد يوسف مصطفى، العلاقات العامة المبادئ والأسس العلمية، ط2، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2010، 162.163
17. مهدي حسن زويلف، احمد القطامين، العلاقات العامة النظرية والأساليب، دار حنين للنشر و التوزيع، 1994، ص 11

18. Brunner, B. R. (2009). Defining public relations relationships and diversity's part in the process: Practitioners' perspectives. *Journal of Promotion Management*, 14(3-4), 153-167.

ملحق رقم (1) استبانة الدراسة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة النجاح الوطنية

كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية

قسم العلاقات العامة

استبانة مشروع تخرج بعنوان

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية

التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين

تحيةً طيبةً، وبعد،،،

أخي الطالب، اختي الطالبة،

نحن طالبات من قسم العلاقات في جامعة النجاح الوطنية، نضع بين أيديكم استبانة حول "دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين"، للوقوف عن قرب على طبيعة هذا الدور في محاولة النهوض به، وذلك لنيل درجة البكالوريوس في تخصص العلاقات العامة والاتصال في جامعة النجاح الوطنية بإشراف الدكتورة سمر الشنار خلال العام الدراسي 2018/2019، نرجو من حضرتكم التكرم بالاستجابة عن أسئلة الاستبانة بكل صدق وموضوعية، علماً بأنّ كلّ ما يرُدُّ في إجاباتكم سيكون موضع احترام وتقدير. وستعامل بسرية تامة، ولن يُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي؛ وعليه لا داعي لكتابة الاسم أو أية معلومات شخصية تدلُّ على شخصكم الكريم. وسوف نزوّدكم بالنتائج التي يتوصّل إليها البحث إن رغبتم في ذلك.

شاكراً لكم حُسن تعاونكم معنا

الباحثتان

نور كلبونة

نهيل خليل

المعلومات الشخصية

من فضلك ضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة لك:

س1: الجنس: 1- ذكر () 2- أنثى ()

س2: المستجيب: 1- خريج () 2- موظف في العلاقات العامة ()

س3: مكان السكن: 1- مدينة () 2- قرية () 3- مخيم ()

س4: المؤهل العلمي: 1- بكالوريوس () 2- أعلى من بكالوريوس ()

ثانياً: المحاور والفقرات الخاصة بدور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على العملية التواصلية المستدامة مع الطلبة الخريجين

أرجو قراءة العبارات الآتية، والإجابة عن كلِّ فقرةٍ بوضع إشارة (x) أمام كلِّ عبارة، وتحت درجة التقدير التي تراها مناسبةً وتعبرُ عن رأيك:

الرقم	الفقرة	1- موافق بشدة	2- موافق	3- محايد	4- معارض	5- معارض بشدة
أولاً: دور العلاقات العامة تجاه الطلبة الخريجين:						
1.	تحرص إدارة العلاقات العامة على كسب ثقة الطلبة الخريجين وتأييدهم.					
2.	تهتم إدارة العلاقات العامة في الجامعة على بتزويد الطلبة الخريجين بأخبار الجامعة.					
3.	تسعى إدارة العلاقات العامة في الجامعة إلى تغيير الانطباعات السيئة التي قد يحملها الطلبة الخريجون عن الجامعة من خلال البحوث والدراسات التي تجريها.					

					4. تعتمد إدارة العلاقات العامة في الجامعة لنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً.
					5. تعلم إدارة العلاقات العامة في الجامعة الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها.
					6. لدى الطلبة الخريجين انطباع إيجابي عن دور العلاقات العامة.
ثانياً: مجال التحاق الطلبة الجدد:					
					7. تتبنى العلاقات العامة في الجامعة خطة سنوية لاستقبال وفود طلابية زائرة.
					8. تتواصل العلاقات العامة مع الخريجين بشكل منفرد وتقدم لهم المساندة.
					9. تدعو العلاقات العامة في الجامعة أولياء أمور الطلبة لحضور الحفلات المتنوعة، وزيارة الجامعة.
					10. ترسل إدارة العلاقات العامة مندوبين عن الجامعة للمدارس الثانوية، لإعطاء فكرة عن الجامعة.
					11. تحرص إدارة العلاقات العامة على إصاق (البوسترات) في الأماكن العامة مثل مجالات الطلبة.
					12. تنظم إدارة العلاقات العامة بالجامعة حفلات التخرج وتقدم الجوائز للمتفوقين من الطلبة.
ثالثاً: مجال الأنشطة الثقافية والاجتماعية والترفيهية في الجامعة					
					13. تستقبل إدارة العلاقات العامة الوفود وتنظم الزيارات.
					14. تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تنظيم الاتصال بالهيئات والمنظمات الأخرى.
					15. تقدم إدارة العلاقات العامة هدايا في المناسبات الدينية والاجتماعية للعاملين في الجامعة.
					16. تقوم إدارة العلاقات العامة بحملات إعلامية
					17. تنظم إدارة العلاقات العامة المعارض بأنواعها المختلفة.
					18. تنظم إدارة العلاقات العامة المؤتمرات والندوات والمحاضرات الداخلية.
					19. تنظم إدارة العلاقات العامة أنشطة اجتماعية للعاملين في الجامعة.

رابعاً: مجال الوسائل المستخدمة من دائرة العلاقات العامة:				
				20. تصدر إدارة العلاقات العامة مجلة داخلية تتناول أخبار الجامعة والطلبة الخريجين فيها، والطلبة الخريجين وأنشطتهم.
				21. تنتج إدارة العلاقات العامة نشرات مختلفة حول أقسام الجامعة ومختبراتها.
				22. توفر إدارة العلاقات العامة البيانات والمعلومات المتعلقة بالجامعة التي تحيط الطلبة الخريجين بالمستجدات.
خامساً: مجال تعزيز انتماء الطلبة الخريجين:				
				23. تحاول إدارة العلاقات العامة أن تشرك الطلبة الخريجين لتقييم نتائج أنشطتها.
				24. تشارك إدارة العلاقات العامة في المناسبات الشخصية للعاملين والطلبة.
				25. تشجع إدارة العلاقات العامة الطلبة الموهوبين بإتاحة الفرص لهم في إقامة المعارض والمشاركة في المناسبات المختلفة.
				26. تعمل إدارة العلاقات العامة على دعم العلاقات الإنسانية بين الطلبة الخريجين.
سادساً: مجال توثيق العلاقة مع الطلبة الخريجين:				
				27. تجري إدارة العلاقات العامة بحثاً تحاول من خلالها توقع الأحداث أو المشكلات التي قد تواجهها.
				28. تشارك إدارة العلاقات العامة في البرامج الثقافية للمجتمع المحلي.
				29. تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات أو محاضرات للتعريف بخدمات الجامعة بين الحين والآخر.
سابعاً: مجال توصيل رغبات الطلبة الخريجين وطلبتهم إلى الإدارة العليا في الجامعة:				
				30. تتابع إدارة العلاقات العامة الشكاوى والانتقادات التي يبديها بعض الطلبة الخريجين حول سياسات الجامعة، وتجري عليها البحث.
				31. تنظم إدارة العلاقات العامة يوماً مفتوحاً لمناقشة رغبات الطلبة الخريجين مع الإدارة العليا في الجامعة وطلبتهم.
				32. تضع إدارة العلاقات العامة صندوقاً لتلقي

					الشكاوى والمشكلات التي قد تواجه الطلبة الخريجين.
--	--	--	--	--	---

برأيكم، كيف يمكن تطوير أداء العلاقات العامة في الجامعة، للتواصل المستدام مع الطلبة
الخريجين؟

ملحق رقم (2) أسئلة المقابلة

أسئلة المقابلة:

ما هي المشكلات التي يواجهها الخريجون في جامعة النجاح الوطنية، وما هو دور العلاقات العامة في التعامل معها ؟

في حال حدوث المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين، هل يتم الاعتماد بشكل كبير من قبل جامعة النجاح الوطنية على دائرة العلاقات العامة ؟

كيف يمكن لدائرة العلاقات العامة وضع خطط مسبقة لتفادي وقوع المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين أو الحد منها ؟

في حال حدوث المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين هل يقتصر دور العلاقات العامة تقديم النصيحة، أم أن هناك خطوات عملية ؟

في حال انتهاء حدوث المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين، هل يتوقف عمل العلاقات العامة أم يتم العامل على وضع الخطط لعدم الوقوع بالمشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين مرة أخرى ؟

إلى أي مدى استطاعت دائرة العلاقات العامة حل المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين التي تتعلق بالطلبة الخريجين ؟

ما الجوانب التي تميز دائرة العلاقات العامة في حل المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين ؟
كيف تتحقق دائرة العلاقات العامة من الأسباب التي أدت للمشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين التي تتعلق بالطلبة الخريجين بعد حدوثها؟

هل كان لدائرة العلاقات العامة تعاون مع وسائل الأعلام لحل بعض المشكلات التي تتعلق

بالطلبة الخريجين ؟

كيف تعمل دائرة العلاقات العامة على تشكيل فريق خاص يكافح المشكلات التي تتعلق الطلبة

الخريجين؟

ما هي خطط دائرة العلاقات العامة للحيلولة دون وقوع أي المشكلات التي تتعلق الطلبة

الخريجين في جامعة النجاح الوطنية ؟

ملحق رقم (3) مقابلة مع س. و في العلاقات العامة

السؤال الأول: ما هي المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين التي يواجهها الطلبة في جامعة النجاح الوطنية، وما هو دور العلاقات العامة في التعامل معها؟

أهم ما يواجه الطالب الخريج من مشكلات في الجامعات الفلسطينية بشكل عام وجامعة النجاح الوطنية بشكل خاص، هو التخمة في البطالة في المجتمع والشركات الفلسطينية التي يبلغ عدد الطلبة الخريجين من التعليم العالي سنويا أكثر من 35 ألف خريج من مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني، ونحن دولة صغيرة مقارنة بسوق العمل وعدد الخريجين، وهذا يؤدي إلى وجود أعداد كبيرة من الطلبة الذين لا يحالفهم الحظ للحصول على وظيفة إن كان في القطاع العام أو الخاص وبالتالي يكمن دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية بالترويج لطلبتها الخريجين من خلال تسليط الضوء على قصص نجاح لهؤلاء الطلبة أثناء وجودهم في الجامعة، ونشر تقارير تتعلق بمشاريع تخرج قاموا بها أو مشاركات دولية، وجعل الطالب يستطيع أن يعبر عن نفسه من خلال ترويج نفسه في سوق العمل الفلسطيني من أجل أن تكون المنافسة شديدة بينه وبين نظرائه من الجامعات الأخرى.

إضافة إلى ذلك أنشأت الجامعة بما يسمى (وحدة شؤون الخريجين)، والتي تعنى بتجميع السير الذاتية الخاصة بالطلبة ووضعها في الجامعة. وبدورها تقوم الوحدة بتوزيع هذه السير على الشركات حسب اختصاصها ويتم مقابلة الطلاب في داخل الجامعة وتوزيعهم سواء كان داخل الوطن أو خارجه.

السؤال الثاني:

كيف يمكن لدائرة العلاقات العامة وضع خطط مسبقة لتفادي وقوع المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين أو الحد منها؟

لا يوجد خطط رابط بين مشاكل الخريجين ودائرة العلاقات العامة وبالتالي ليس من مسؤولية دائرة العلاقات العامة وضع حلول للمشاكل التي يواجهها الطلبة الخريجين، ولكن بما أن دور العلاقات العامة في أي مؤسسة كانت هي الجهة التي تؤدي إلى تشبيك وترتيب العلاقة ما بين المجتمع المحلي والخارجي، فدورها عمل نوات للطلبة الخريجين أثناء وجودهم في الجامعة والتي يستطيع الطلبة من خلالها أن يقوموا بأعداد السيرة الذاتية الخاصة بهم وترويج أنفسهم على منصات التواصل الاجتماعي. كما أنشأت الدائرة صفحة خاصة للجامعة يستطيع الطالب من خلالها التعبير عن نفسه كما يريد وبما يتوافق مع أنظمة وقوانين الجامعة.

السؤال الثالث:

في حال حدوث المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين ها يقتصر دور العلاقات العامة على تقديم النصيحة، أم أنّ هناك خطوات عملية؟

دور العلاقات العامة يكون بتوجيه الطلبة بالتعاون مع وحدة الخريجين، وبما أن الحياة الجامعية تختلف كلياً عن الحياة العملية تقوم الدائرة بوضع المعلومات الصحيحة أمام الطالب خلال وجوده في الجامعة و تفعيل الطالب من أجل أن يكون قادراً على بناء شخصيته التي تؤهله لكي يكون منافس في سوق العمل وأن يبحث عن الوظيفة المناسبة لتخصصه من خلال منصات التواصل الاجتماعي نظراً لتراجع وسائل الإعلام التقليدية في الوقت الحالي، وبالتالي الطالب الذي لا يواكب التطوير في هذه الوسائل لا يستطيع الحصول على وظيفة جيدة ومناسبة .

السؤال الرابع:

هل كان لدائرة العلاقات العامة تعاون مع وسائل الاعلام لحل بعض المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين؟

لا يوجد تعاون بين وسائل الاعلام الفلسطينية ودائرة العلاقات العامة لحل مشكلة البطالة اطلاقاً، أي أن وسائل الاعلام غير قادرة بعد على تجد فرص عمل بمنظومة الفرص الغنية للشباب، قد يكون هناك بعض الاذاعات كالاعلانات الممولة التي تضعها الشركات وهذا يصل إلى مجموعة من الطلبة.

السؤال الخامس:

ما هي خطط دائرة العلاقات العامة للحيلولة دون وقوع أي المشكلات التي تتعلق بالطلبة الخريجين في جامعة النجاح الوطنية؟

دور العلاقات العامة دائماً يقتصر على مساعدة الطالب وقت فترة دراسته بأن تضع الطالب على الطريق الصحيح، وإعطائه بعض النصائح والتوجيهات التي تتعلق بحياته المستقبلية والعملية بعد التخرج.

أي لا يفكر الطالب خلال الثلاث سنوات الأولى من حياته الجامعية بالمستقبل العملي الخاص به، وهنا يأتي دور العلاقات العامة في الجامعة أن تبني لدى الطالب ثقته في نفسه، وأن يكون الطالب قادر خلال الثلاث سنوات على خوض غمار المنافسة في حياته العملية، وهم قلة الذين يشاركون في الندوات التي نقوم بالإعلان عنها مثل ندوات لزيادة المهارات في اللغة الانجليزية وكتابة السير الذاتية، وغيرها.

السؤال السادس:

ما هي الخطط التطويرية التي تضعها الدائرة في تطوير الأساليب التي تستخدمها مع الطلبة؟
هناك دائماً في كل عام خطط جديدة للتواصل مع الطلبة تتلاءم وتتناسب طردياً مع التطور الذي يحدث في المجتمع. أي قبل عشر سنوات كنا نصدر نشرة ورقية يتم من خلالها وضع

الاعلانات والأخبار المتعلقة بالجامعة، و بالتالي منذ خمس سنوات عكفت الدائرة عن استخدامها نظرا لتراجع وسائل الاعلام التقليدية وحل مكانها social media المكتوب والمرئي، أي أن الفيديو بدأ يحل محل عدد كبير من الاعلانات المكتوبة.

أي أن المشاهدة للفيديو تعمل على ترسيخ واستيعاب المعلومات بشكل أكبر وأدق وبالتالي تعمل الدائرة على رصد التطور الذي يحدث بالعالم، وعلى أساسه يتم التعامل مع الطلبة في كل عام.