



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة
الاجتماعية في تحقيق أهدافها: (دراسة مقارنة)

إعداد

سجا يوسف بواقني

إشراف

د. عامر قاسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة بكلية

الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين

2022

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة
الاجتماعية في تحقيق أهدافها: (دراسة مقارنة)

إعداد

سجا يوسف بواقني

نوقشت هذه الرسالة/الأطروحة بتاريخ 2022/05/22 م، وأجيزت:

..د

التوقيع

المشرف الرئيسي

..د

التوقيع

الممتحن الخارجي

..د

التوقيع

الممتحن الداخلي

إهداء

إلى والدتي الغالية ووالدي العزيز

إلى أخواتي وإخوتي الأعزاء

إلى صديقتي رفيقات الدرب

أهدي هذا الجهد المتواضع

سجا يوسف عبدالله بواقني

شكر وتقدير

أشكر الله عز وجل أن وفقني لإنجاز هذه الدراسة.

ولا يتم شكر الله تعالى إلا بشكر عباده ، لذلك أتقدم بالشكر إلى الدكتور عامر قاسم المشرف على

هذه الأطروحة الذي له الفضل بعد الله عز وجل في توجيهي وإرشادي لإتمام هذه الدراسة.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من علمني خلال مسيرتي الدراسية في برنامج ماجستير العلاقات

العامة المعاصرة، وإلى كل من كانت له مساهمة في هذه الدراسة. وأشكر عائلتي وصديقاتي على

دعمهم المستمر جزاهم الله عنا أفضل الجزاء .

والحمد لله رب العالمين الذي هدانا لنعمة العلم، وما كنا نهتدي لولا أن هدانا الله.

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة

الاجتماعية في تحقيق أهدافها: (دراسة مقارنة)

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

اسم الطالب:

التوقيع:

التاريخ:

فهرس المحتويات

ج	إهداء
د	شكر وتقدير
هـ	الإقرار
ل	الملخص
1	الفصل الأول
1	الإطار العام للدراسة
1	مقدمة الدراسة
2	مشكلة الدراسة:
3	أسئلة فرعية:
3	أهداف الدراسة:
4	أهمية الدراسة:
5	مبررات الدراسة:
5	حدود الدراسة:
6	مصطلحات الدراسة:
8	الفصل الثاني
8	الإطار النظري والدراسات السابقة
24	أولاً: نظرية التميز
8	ثانياً: مفهوم العلاقات العامة
10	وظائف العلاقات العامة
11	ثالثاً: الخدمة الاجتماعية
11	مفهوم الخدمة الاجتماعية
13	العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية
15	رابعاً: جمعية الهلال الأحمر

16.....	جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني
18.....	خامساً: وزارة التنمية الاجتماعية
19.....	سادساً: المنظمات الحكومية
20.....	سابعاً: المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية
21.....	المنظمات غير الحكومية
22.....	مفهوم المنظمات غير الحكومية
23.....	الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني
27.....	الدراسات السابقة
35.....	الدراسات الأجنبية:
39.....	تعقيب على الدراسات السابقة:
41.....	الفصل الثالث
41.....	المنهج والإجراءات
41.....	منهج الدراسة:
42.....	مجتمع الدراسة وعينتها:
44.....	أداة الدراسة
47.....	صدق الأداة
47.....	ثبات الأداة:
48.....	إجراءات الدراسة
49.....	متغيرات الدراسة
49.....	المعالجات الإحصائية
51.....	الفصل الرابع
51.....	عرض النتائج ومناقشتها
51.....	فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية

الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة	55
جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور	59.....
أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور	60.....
المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة؟	61.....
اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها	63.....
مثالية ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	67.....
الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة للتواصل مع جمهورها	68.....
الفصل الخامس	78.....
مناقشة النتائج وأهم التوصيات	78.....
المقدمة	78.....
فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية؟	78.....
التوصيات	98.....
المراجع	100.....
الملاحق	107.....
Abstract	b.....

فهرس الجداول

- جدول 1 : توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة.....43
- جدول 2 : فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها.....46
- جدول 3 : مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي.....46
- جدول 4: معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha.....47
- جدول 5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.....52
- جدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً (جمعية الهلال الأحمر) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.....53
- جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً (وزارة التنمية الاجتماعية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.....54
- جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (ما هي أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.....56
- جدول 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة (جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.....57
- جدول 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة (وزارة التنمية الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.....58
- جدول 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.....116

- جدول 12: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مستوى جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) في (جمعية الهلال الأحمر) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي .. 117
- جدول 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مستوى جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) في (وزارة التنمية الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي .. 118
- جدول 14: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 119
- جدول 15: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) في جمعية الهلال الأحمر مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي 120
- جدول 16: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) في وزارة التنمية الفلسطينية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي..... 121
- جدول 17: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي 122
- جدول 18: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) في (جمعية الهلال الأحمر) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي 123
- جدول 19: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) في (وزارة التنمية الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي 124
- جدول 20: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير نوع المؤسسة 125

- جدول 21: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير النوع الاجتماعي 126
- جدول 22: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير العمر للدرجة الكلية 127
- جدول 23: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير العمر 128
- جدول 24: نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير العمر للدرجة الكلية 129
- جدول 25: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية 129
- جدول 26: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير المؤهل العلمي 130
- جدول 27: نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية 131
- جدول 28: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير طبيعة العمل للدرجة الكلية 131
- جدول 29: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير طبيعة العمل 132
- جدول 30: نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير طبيعة العمل للدرجة الكلية 133

مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق

أهدافها: (دراسة مقارنة)

إعداد

سجا يوسف بواقني

إشراف

د. عامر قاسم

الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية الحكومية وغير الحكومية، وكانت وزارة التنمية الاجتماعية كمؤسسة حكومية وجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كمؤسسة غير حكومية نموذجاً لهذه الدراسة، وللإجابة على السؤال الرئيس المتمثل في: ما مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية الحكومية وغير الحكومية في تحقيق أهداف تلك المؤسسات؟ استخدمت الدراسة البحث الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى المنهج الكمي والنوعي لتحقيق أهداف الدراسة، واستخدمت الباحثة الاستبانة والمقابلة كأداتين رئيسيتين للدراسة، حيث تم توزيع الاستبانة على العينة المتاحة من جمهور كلا المؤسستين مقدارها (376) مفردة، بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع موظفين العلاقات العامة وأعضاء من الإدارة العليا في المؤسستين.

وقد بينت الدراسة أن العلاقات العامة تلعب دوراً في رضا الجمهور اتجاه المؤسسة وذلك من خلال الأساليب الاتصالية المستخدمة حيث كانت الاستجابة بالدرجة الكلية لدى المؤسسة الحكومية متوسطة بينما لدى المؤسسة غير الحكومية كانت الاستجابة كبيرة، كما نتج أن العلاقات العامة في كلا المؤسستين أظهرت انخفاض في الالتزام بمبادئ نظرية التميز كما تبين أن

المحددات التي تم تحديدها في نظرية التميز العالمية لا تؤثر على عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية الفلسطينية، في ضوء نتائج الدراسة أوصت الباحثة بمجموعة من التوصيات أبرزها: يجب على العلاقات العامة بذل جهود أكبر في معرفة الوسائل الاتصالية الأنسب في التواصل مع الجمهور، توصي الباحثة بإجراء دراسات حول طرق تفعيل دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية داخل فلسطين، ومعرفة أفضل نماذج العلاقات العامة المستخدمة لتحسين عمل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، إعطاء العلاقات العامة الصلاحيات في اتخاذ القرارات وإشراكها بشكل أكبر مع الإدارة العليا في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الخدمة الاجتماعية، المؤسسات غير الحكومية، المؤسسات الحكومية.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة

تعد الخدمة الاجتماعية مهنة حديثة قائمة على أسس علمية ذات مبادئ وقيم محددة، على الرغم من كونها تواجدت على شكل أنشطة إنسانية قديماً، والهدف العام لمهنة الخدمة الاجتماعية ، هو الوصول إلى حياة أفضل لأفراد المجتمع ، من خلال تحقيق الرفاهية الاجتماعية عبر بناء علاقات متينة بين الفرد والجماعة والمجتمع ، والقضاء على المشكلات والعوائق التي تواجهه(كشك، 2010).

إن العلاقات العامة باعتبارها مهنة إدارية تقوم بإنشاء علاقات وطيدة بين جهة وجمهورها المستهدف ؛ للتوصل إلى تفاهم مشترك بينهما(صدقي، 2020)، ومع مهنة الخدمة الاجتماعية أيضاً، فإنهما تلقيان بالعديد من النقاط التي تجعلهما مهناً متقاربة إلى درجة معينة (موسى، 2007)، كون كليهما يهدف إلى إحداث تغييرات في اتجاهات وسلوكيات الأفراد من جهة ، ومن جهة أخرى ، تغييرات في المحيط الاجتماعي وسياسات المؤسسات، انطلاقاً من ذلك نرى أيضاً أن كلاهما يتعاملان مع الجمهور ذاته، الجمهور الداخلي والخارجي المستهدف، مما يوضح لنا أن العلاقات العامة تشكل جانباً ضرورياً في المؤسسات التي تقوم بمهنة الخدمة الاجتماعية، كونها تقع على عاتق العلاقات العامة مهمة الربط بين الجمهور الداخلي في المؤسسة مع الإدارة العليا، إضافة إلى أنها تشكل حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور الخارجي، خاصة بعد التطور في مجال الاتصالات، إذ أصبح التواصل متوفراً وسهلاً بين الأفراد والمؤسسات في العالم، نتيجة لذلك ، ازدادت العلاقات الإنسانية، وازدادت تعقيداً وتنوعاً، وأصبحت بحاجة إلى تنظيم ودراسة للوصول والتواصل.

وقد شهدت الخدمة الاجتماعية تطورات عديدة، نتيجة التطورات الاجتماعية الحديثة وانعكاسها على العلاقات الانسانية اجتماعياً، مما أثر على حاجة ورغبة الفرد المتجددة، وعلى مهنة الخدمة الاجتماعية في العمل على التنمية المجتمعية، من خلال التعامل مع الأفراد والجماعات المتنوعة داخل المجتمع، فقد أصبحت الخدمة الاجتماعية هي ساحة تقديم الخدمة، من خلال مؤسسات الخدمة الاجتماعية، إلا أنها لا تقتصر في العمل داخل تلك المؤسسات، إنما تتواجد في أي بيئة تحتاج إلى تقديم الخدمة (السوسي، 2021)، حيث أصبحت تمارس في المؤسسات الحكومية، ولم تعد تقتصر على المجتمع المدني، إنما تتواجد كمهنة مساعدة للمهن الأخرى في تحقيق أهدافها تجاه الأفراد والجماعات داخل المجتمع (أبو النصر، 2017).

وبما أن مؤسسات الخدمة الاجتماعية تلعب دور حلقة الوصل بين الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية والموارد والإمكانيات المتاحة، فإن العلاقات العامة تعمل على تعزيز وتنظيم هذا الدور من خلال خلق اتصال قائم على أسس واستراتيجيات مهنية، لذلك نلمس أهمية هذا الدور.

مشكلة الدراسة:

تؤدي العلاقات العامة في الوقت الحالي دوراً حيوياً ومهماً في المؤسسات، وذلك بعد تعقد العلاقات في المجتمعات وبين الأفراد، مما فرض على المؤسسات بذل جهود لدراسة مجتمع الجمهور المستهدف، وذلك من أجل تسهيل تحقيق أهداف المؤسسات، ومع تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة في السنوات الأخيرة، ازدادت أهمية التعرف على واقع العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية التي يلاحظ ضعفها في المجتمع الفلسطيني رغم أهميتها الملموسة، الأمر الذي أكد على ضرورة التعرف على دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية. وتتلخص مشكلة الدراسة في سؤال البحث المركزي: ما مدى فاعلية

دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية الحكومية وغير الحكومية في تحقيق أهداف تلك المؤسسات؟

أسئلة فرعية:

1. ما الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة؟

2. ما مستوى جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور؟

3. ما أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور؟

4. ما هي المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة؟

5. هل تختلف اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها باختلاف (المؤسسة (الهلال الأحمر، وزارة التنمية) ، النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، طبيعة العمل)؟

6. ما مدى مثالية ممارسة عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في مؤسسات قيد الدراسة؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة.

- التعرف على وجهة نظر الجمهور اتجاه مستوى جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.
- معرفة تأثير ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور.
- معرفة المحددات المؤثرة على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.
- التعرف على مثالية ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.
- معرفة أوجه الشبه والاختلاف بين ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

تتبع أهمية الدراسة في أن العلاقات العامة باتت تشكل الحجر الأساسي في المؤسسات، من أجل رفع مستوى الخدمات أو المنتجات التي تقدمها المؤسسات لجمهورها المستهدف، وبالتالي تعمل على تكوين صورة إيجابية وسمعة طيبة. لذلك تكمن أهمية الدراسة، في كونها تدرس العلاقات العامة ومدى تحقيقها لأغراض وأهداف المؤسسات، إضافة إلى دورها مع الجماهير الداخلية والخارجية.

الأهمية التطبيقية:

بينما تكمن الأهمية التطبيقية للدراسة في الإجابة على تساؤلات الدراسة؛ لتوضيح أهمية العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية والمقارنة فيما بينها، وتوضيح

مدى التزام كل من جمعية الهلال الأحمر ووزارة التنمية الاجتماعية في تفعيل العلاقات العامة، إضافة إلى أنها تقدم صورة واضحة عن عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية، محاولة لإبراز أهمية دوائر العلاقات العامة في المؤسسات للإهتمام بها وتحسينها، وبالتالي الخروج بنتائج تعكس فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية، بالإضافة إلى إثراء المكتبة العلمية في بحث جديد ليكون في متناول باحثين آخرين في المستقبل، لإنجاز دراسات أخرى مكتملة.

مببرات الدراسة:

نظرًا للتقدم المستمر، والحاجة الملحة إلى تطوير استراتيجيات الاتصال مع الجماهير، فقد أصبح من الضروري على المؤسسات تفعيل دائرة العلاقات العامة؛ لمواكبة كافة التطورات في مجال الأعمال، من أجل تكوين سمعة طيبة للمؤسسات، وبناء صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور المستهدف، وبالأخص في مؤسسات الخدمة الاجتماعية. ومن الأسباب التي دفعت الباحثة لاختيار هذا الموضوع، هو أهميته بالنسبة لتخصص العلاقات العامة من الناحية العلمية والعملية، كما أن فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية باتت بحاجة إلى المزيد من الدراسات لمعرفة واقع العلاقات العامة لديها. كما تعد هذه الدراسة الأولى في فلسطين على حد علم الباحثة.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على دراسة جمعية الهلال الأحمر ووزارة التنمية الاجتماعية في مدينة رام الله والبيرة ومدينة نابلس، وجمهورها. وذلك باعتبار وزارة التنمية الاجتماعية مؤسسة حكومية رائدة مجال الخدمة الاجتماعية، إضافة إلى جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني مؤسسة غير حكومية تمتلك تاريخًا طويلًا عالمياً ومحلياً في المجال الإنساني والخدمة الاجتماعية، بإعتبارهما

أكبر المؤسسات المسؤولة عن تقديم تلك الخدمات لأبناء الشعب الفلسطيني في الضفة الغربية، بناءً على ذلك تم اختيار المؤسسات لتحقيق أغراض الدراسة.

الحدود الزمانية: سيتم إجراء الدراسة خلال العام الدراسي 2021-2022. تم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2022/1/2 - 2022/2/24.

الحدود البشرية: موظفو العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، وموظفو العلاقات العامة في وزارة التنمية الاجتماعية.

مصطلحات الدراسة:

1. العلاقات العامة: العلاقات العامة هي نشاط أي مؤسسة أو هيئة أو اتحاد أو شركة أو حكومة في بناء علاقات صحية منتجة بينها وبين الجمهور المستهدف ، لكي تحدد سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع (صدقي، 2020).

وتعرف الباحثة العلاقات العامة إجرائياً: بأنها مهنة تنظيمية إدارية وفنية ، تعمل بشكل أساسي على بناء سمعة وصورة المؤسسة لدى العالم الخارجي ، وبناء العلاقات مع الجمهور المستهدف.

2. الخدمة الاجتماعية: "هي مهنة ديناميكية يمارسها أخصائيو اجتماعيون ، تعمل مع جميع الوحدات بالمجتمع في مختلف المجالات ، للمساهمة في إحداث تغييرات مرغوبة تتفق ومختلف التغييرات والظروف والإمكانات والموارد المختلفة المتاحة أو التي يمكن إتاحتها المجتمعية والعالمية ، للوصول إلى العدالة والرفاهية الاجتماعية" (سرحان، 2005، ص 97).

وتعرف الباحثة الخدمة الاجتماعية إجرائياً: على أنها مهنة هدفها مساعدة الأفراد من خلال إتاحة الموارد للأفراد والجماعات والمجتمع المحلي محاولة للتغلب على المشكلات التي قد تعيق حياتهم وصولاً إلى حياة أفضل.

3. مؤسسات المجتمع المدني: هي المؤسسات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، التي تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى الخدمات والمنافع بشكل مستقل دون تدخل الحكومة (عبد المجيد، 2015).

4. مؤسسات الخدمة الاجتماعية: تمارس خدمات وبرامج الخدمة الاجتماعية عبر مؤسسات تحدد فيها فلسفتها وسياساتها الخاصة من أجل تقديم خدماتها المجتمعية، وتصنف بناءً على دور الخدمة الاجتماعية فيها إلى مؤسسات أهلية، مؤسسات حكومية، مؤسسات دولية أو شبه دولية، مؤسسات مشتركة وغيرها (عثمان، 2010).

5. المنظمات غير الحكومية: هي المنظمات التي تعمل في البرامج التنموية والثقافية والاجتماعية، كما أنها جزء أساسي من المجتمع المدني، تقدم تقارير الوضع السائد للعمل على تطويره وحل مشكلاته، وهي ممولة من قبل أنحاء مختلفة من العالم (مسعود، 2015).

تعرف الباحثة المؤسسات غير الحكومية إجرائياً: بأنها المؤسسات المستقلة عن سلطة الدولة ، تعمل بتمويل محلي أو خارجي، للقيام بأدوار معينة داخل المجتمع بناءً على هدف المؤسسة. 6. المؤسسات الحكومية: هي تلك المؤسسات التي تقوم الدولة بإنشائها وتديرها للقيام بمهام محددة موكلة إليها (العوادة، 2017).

تعرف الباحثة المؤسسات الحكومية إجرائياً: بأنها المؤسسات التي تقع تحت سلطة الدولة ويتم تمويلها من قبل الدولة للقيام بدور معين في المجتمع.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

يتناول الإطار النظري مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، حيث ساعدت الباحثة في تكوين صورة شاملة حول موضوع الدراسة. وشملت الباحثة الحديث في هذا المحور: والعلاقات العامة، والخدمة الاجتماعية، وجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، ووزارة التنمية، بالإضافة إلى المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية، والمؤسسات الحكومية، نظرية التميز.

أولاً: مفهوم العلاقات العامة

على الرغم من وجود العديد من وجهات النظر والاختلاف في تعريف العلاقات العامة، وذلك يعود إلى أن أنشطة العلاقات العامة لا تزال غير واضحة في المؤسسات إلى حدٍ ما، الأمر الذي يؤدي إلى تضاربها في الاختصاصات الأخرى داخل المؤسسة، إذ يسبب عدم الوضوح هذا إلى انعكاس صورة ضعف للإدارة العامة في المؤسسة، الأمر الذي قد يؤدي إلى إهمال العلاقات العامة ووضعها في المكان غير المناسب داخل هيكلها التنظيمي. إلا أن ذلك الاختلاف بدأ يتلاشى مع الجهود العلمية التي تبذل على مشاركة وجهات النظر المختلفة (صدقي، 2020).

فيمكن وضع بعض التعريفات للعلاقات العامة:

- تعريف إدوارد بيرنيز الذي يعتبر من بين أول من صقل تعريف العلاقات العامة حيث عرفها على أنها: أولاً إعلام الجمهور، ثانياً الإقناع للجمهور، من أجل تعديل المواقف والأفعال نحو المؤسسة، ثالثاً: أنها الجهود المبذولة لدمج مواقف وأفعال المؤسسة مع جمهورها لإحداث التوافق

(2000, Plessis).

- تعريف معهد العلاقات العامة وإدارة الاتصالات في جنوب افريقيا العلاقات العامة على أن: العلاقات العامة هي الإدارة عبر التواصل والتصورات والعلاقات الاستراتيجية بين المنظمة وأصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين(D. Botha and others).
- تعريف جرونج ووهنت للعلاقات العامة على أنها: اتصال إداري بين المنظمة وعامة الناس (smith, 2012).
- تعريف سكوت كاتليب و ألين سنتر وجلين بروم للعلاقات العامة الفعالة أنها: الوظيفة الإدارية التي تعمل على تحديد وتأسيس والحفاظ على علاقات المنفعة المتبادلة بين المنظمة ومختلف الجماهير التي يعتمد عليها نجاح أو فشل المؤسسة (smith, 2012).
- يقصد بالعلاقات العامة : إقامة صلات طيبة بين المنظمة والجمهور ، وتقوم بإدارة هذه الصلات بشكل يحقق الرضا والتفاهم والثقة المتبادلة بينهما، الأمر الذي يدفع المؤسسات إلى العمل على كسب تأييد الجمهور وثقته، ولبناء هذه الصلات والعلاقات الإيجابية يجب على العلاقات العامة أن تعمل على تعريف الجمهور بما تقوم به المنظمة وتقديمه إليهم، كذلك كل ما تحتاجه المؤسسة من بيئتها بشكل صادق، الأمر الذي سيحقق ثقة متبادلة بين المؤسسة وجمهورها واستمرارية هذه العلاقة (فرجاني، 2018).
- وترى الباحثة من خلال التعريفات السابقة أن العلاقات العامة عملية اتصالية مدروسة ومخططة بين المؤسسة وجمهورها المستهدف، من خلال استراتيجيات اتصالية لخلق بيئة تفاهم مشتركة بينهما، بغية تحقيق تطلعات وغايات المؤسسة أولاً ، وأصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين. كما أنها عمل إداري تتبعه المنظمات، من أجل بناء صورة وسمعة إيجابية ، وتكوين علاقات إيجابية مع الجمهور الداخلي والخارجي، من خلال اتباع استراتيجيات، والتنسيق مع الجهات المختلفة بشكل يحقق غايات المنظمات.

وظائف العلاقات العامة

يشير الموسوي (2016) إلى أنه تم تحديد وظائف مهنة العلاقات العامة من قبل الجمعية الأمريكية في ثمانية نقاط وهي:

1. الكتابة، وذلك بكتابة التقارير والبيانات الصحفية والمقالات للمجلات والصحف، وكتابة

النصوص لبرامج الراديو والتلفزيون أو خطابات وحوارات الأفلام، وإنتاج المواد الإعلامية

والفنية.

2. التحرير، تحرير النشرات الصحفية وتقارير المساهمين والمخاطبات الإدارية للجمهور الداخلي

والخارجي.

3. الاتصال: وذلك لجذب اهتمام الصحف والراديو والتلفزيون والمجلات، والاتصال بالمحررين،

لنشر ما يتعلق بالمنظمة.

4. تحسين صورة المؤسسة، عبر إقامة الحفلات الخاصة برجال الصحافة وفي المناسبات العامة،

والمعارض، والزيارات، والمسابقات، والهدايا، وصناعة افلام تخص المؤسسة والاهتمام بالوسائل

البصرية.

5. التحدث، مع الجماعات المختلفة من خلال اللقاءات وتحديد المتحدث الرسمي باسم المنظمة،

وتقديم المتحدثين في الحفلات والمناسبات العامة.

6. الإنتاج، وذلك بإنتاج النشرات والكتيبات الخاصة ومواد الاتصال المصورة، والإنتاج الفني بشكل

يتناسب والذوق العام.

7. تحديد الاحتياجات، والأهداف والخطط لتنفيذ المشروع، وتقديم النصح والمشورة للإدارة.

8. توظيف الإعلانات الإعلامية لصالح المنظمة والتنسيق مع قسم الإعلان في المؤسسة.

كما أن أهمية العلاقات العامة في المنظمات أصبحت واضحة، كونه يقع على عاتقها العديد من المهام الضرورية لاستمرار حياة المنظمات، من بناء صورة ذهنية إيجابية لدى جمهور المنظمة، وإدارة علاقاتها الداخلية والخارجية، ولا ننسى أنها تلعب دوراً فعالاً في التنبؤ بوقوع الأزمات والوقاية منها والعديد من المهام. إلا أن ذلك يحتاج إلى أن تكون إدارة العلاقات العامة قادرة على التواصل بشكل مباشر مع الإدارة العليا والتخطيط الاستراتيجي، لتكون فعالة في عملها التنظيمي.

ثانياً: الخدمة الاجتماعية

تعد مهنة الخدمة الاجتماعية حديثة وليدة القرن العشرين، كونت لنفسها مجموعة من القيم والمبادئ يراعيها ممارسو المهنة أثناء عملهم، وتعمل مع المهن الأخرى في المجتمع، للوصول إلى الرفاهية الاجتماعية، من خلال مساعدة وحل مشكلات الأفراد والجماعات والمجتمع المحلي ككل، والإنسان هو محور الاهتمام في هذه المهنة، حيث تبحث في العوامل المؤثرة فيه، سواء كانت اجتماعية أو نفسية أو اقتصادية أو تعليمية، وتتعامل مع الأفراد على أساس وحدة ديناميكية مرتبطة بالمجتمع. لذلك يضع الأخصائي الاجتماعي بعين الاعتبار عند عمله مع الأفراد علاقته مع الآخرين مدى تأثيره وتأثره في المجتمع الذي يعيش فيه (أحمد، 1998). ولكي تتضح الصورة بشكل أوضح، وضعت الباحثة هنا بعضاً من تعريفات الخدمة الاجتماعية:

مفهوم الخدمة الاجتماعية

- قام هربت ستروب بتعريفها على أنها، "فن توصيل الموارد المختلفة إلى الفرد والجماعة والمجتمع ؛ لإشباع احتياجاتهم عن طريق استخدام طريقة علمية لمساعدة الناس على مساعدة أنفسهم" (سرحان، 2005).

- عرفها الاتحاد الدولي للشؤون الاجتماعية: إن مهنة الخدمة الاجتماعية هي التي تعمل على تعزيز التغيير الاجتماعي وحل المشكلات في العلاقات الإنسانية وتمكين الناس وتحريهم لتعزيز الرفاهية، وذلك باستخدام نظريات السلوك البشري والأنظمة الاجتماعية، وإن الخدمة الاجتماعية تعمل عندما يتفاعل الناس مع بيئاتهم، ومبادئ حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية أساسية في الخدمة الاجتماعية (Humphreys, Laing, 2013).

- بينما عرفها سيد أبو بكر حسانين: "تهدف الخدمة الاجتماعية إلى إحداث تغييرات مرغوب فيها لعلاج المشكلات الاجتماعية، والوقاية منها، واستثمار القدرات البشرية للوصول إلى مستويات اجتماعية لائقة" (مدحت، 2008).

وترى الباحثة أنه يمكن تعريف الخدمة الاجتماعية، على أنها مهنة يقوم بها متخصصون في مجال الخدمة الاجتماعية، تعمل على تسخير الموارد المتاحة لخدمة الفرد والجماعة والمجتمع المحلي، وتوجيههم لحل المشكلات التي تواجههم لتنمية قدراتهم وتمكينهم لممارسة الأدوار المناسبة ضمن إمكانياتهم ورغباتهم داخل مجتمعاتهم.

وتقوم مؤسسات الخدمة الاجتماعية بالعديد من المهام والوظائف، تَبْعُد أهدافها عن الربح كل البعد، إنما هي مهنة تهدف إلى حل المشكلات الحياتية للأفراد في المجتمع، لتحقيق التكيف بين الأفراد وبيئاتهم. ولا تقتصر على ذلك، بينما يصل عملها إلى إحداث تغييرات في المجتمع وأنظمتها بشكل يؤدي إلى حل المشكلات. كما عرف الباحثون مهنة الخدمة الاجتماعية على أنها " مهنة تستند إلى معارف ومهارات لها معاييرها الأخلاقية، يمارسها أخصائيو اجتماعيون متخصصون، تقدم خدماتها وفق منهجية علمية لجميع فئات المجتمع ووحداته، بغرض مساعدتهم، وإحداث التغيير الإيجابي وصولاً للرفاهية الاجتماعية". كما حدد الباحثون مجموعة من الأهداف والوظائف لمهنة الخدمة الاجتماعية (ضاحي وآخرون، 2020):

1. أهداف علاجية ووظيفية علاجية: تهدف الخدمة الاجتماعية إلى العمل مع الفرد والجماعة والمجتمع ومساعدتهم على تجاوز المشكلات والأزمات التي تعترضهم، وتعمل على تمكينهم من خلال التأهيل الجسدي والاجتماعي والنفسي والمهني. بمعنى أنها تهدف إلى زوال المعوقات التي تعيقهم في تحقيق تطلعاتهم. بينما تتمثل الوظيفة العلاجية في تمكين الأفراد والجماعات من إيجاد الحلول المناسبة لمشكلاتهم.

2. الأهداف التنموية والوظيفية التنموية: تهدف الخدمة الاجتماعية هنا إلى إحداث تنمية قدرات الفرد والجماعة ، وإحداث تطوير المجتمع والمشاركة في صياغة السياسات الاجتماعية، والتشجيع على وضع الخطط التنموية، وتحقيق التوازن بين المجتمع الحضري والريفي ، و تمكين المرأة ورعاية الأطفال والمسنين وذوي الإعاقة. بينما تتمثل الوظيفة التنموية في تزويد المعرفة والإمكانيات والموارد الاجتماعية بين المجتمعات.

3. الأهداف الوقائية والوظيفية الوقائية: أي تقوم المهنة بإحداث التدخل بهدف وقاية الفرد أو الجماعة من الوقوع في المشكلات اجتماعية والمعوقات المختلفة، وذلك من خلال رفع الوعي المجتمعي، و إجراء الدراسات والمسوحات للتعرف على ما يدور في المجتمع، وذلك لوضع مخططات وحلول وقائية. بينما تتمثل الوظيفة الوقائية في الوقاية من الوقوع في المشكلات والسلوكيات الخاطئة.

العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية

أصبحت العلاقات العامة في المنظمات الاجتماعية جزءًا ضروريًا لا يمكن إهماله رغم أنها لم تمارس فيها إلا منذ زمن قريب، بل وإنها أصبحت تعد دعامة أساسية في الإدارة للمنظمات. يعود ذلك إلى تطور الحياة وتعقد العلاقات بين البشر والمجتمعات، مما دفع المنظمات إلى الاهتمام بها للحفاظ على حياتها واستمراريتها(كشك، 2010).

وأوضح موسى (2007) أهمية العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية أو الرعاية الاجتماعية في تحقيقها العديد من الأمور كتعريف الجماهير في المنظمة ورسالتها وأهدافها وتزويدهم بالمعلومات والأنشطة وتوجيههم بطرق الاستفادة من خدماتها. بناء صورة إيجابية وإيصال المعلومات الصحيحة عن المنظمة بشكل يصحح الأفكار التي من الممكن أن تكون خاطئة لدى الجمهور والتواصل بشكل ثنائي الاتجاه والرد على الانتقادات الموجهة لأنشطة المنظمة، بالإضافة للحصول على آراء الجمهور بأنشطتها من خلال إجراء الدراسات والأبحاث لقياس اتجاهات الرأي العام، للأخذ بها عند صياغة السياسات، أو العمل على تعديل أهداف المنظمة بشكل يحقق حاجات الجمهور المستهدف. و إعلام الجماهير بالتعديلات والتغيرات التي تقوم بها المنظمة، لتتناسب وحاجاتهم، لزيادة ثقة الجمهور وولائهم. بالإضافة إلى الاهتمام بالجمهور الداخلي، وذلك من خلال خلق وتدعيم التواصل الفعال بين الإدارة العليا والعاملين، لخلق روح العمل المتكامل، إذ تعمل الإدارة العليا على مواكبة احتياجات العاملين وإتاحة الفرصة لهم لإبداء اقتراحاتهم بأعمال المنظمة وأنشطتها، مما يؤدي إلى تحقيق رضا العاملين وتأييدهم المنظمة وأنشطتها. كذلك العمل على استقطاب أعضاء جدد؛ من أجل زيادة التمويل الذي من شأنه التوسع في أنشطة وأعمال المنظمة. ومتطوعين من خلال تعريفهم بالمنظمة وأهدافها وأنشطتها وبرامجها حتى يتسنى للمتطوع اختيار البرنامج الذي يرغب في التطوع به. وقيام العلاقات العامة بالتخطيط وصياغة برامج تهدف إلى تعريف المجتمع المستهدف بأهداف المنظمة ومعرفة مدى حاجة المنظمة للتمويل من خلال إقامة حملات جمع الأموال.

وتختلف العلاقات العامة في عملها عن الخدمة الاجتماعية في أنها تهدف إلى تحقيق الفائدة لكلا الطرفين المنظمة والجمهور، بينما الأخرى تهدف إلى التركيز على الإنسان أكثر من أي طرف آخر، وتقتصر أهدافها في الوقائية والإنمائية والعلاجية (أحمد، 1997).

ترى الباحثة أن الخدمة الاجتماعية تعمل على خلق تكيف للأفراد مع بيئاتهم، ويعني ذلك إحداث تغييرات سواء للأفراد أو الجماعات أو إحداث تغييرات اجتماعية، من خلال برامج وأنشطة خاصة بها. وإن العلاقات العامة تعمل من أجل الحصول على ولاء الجمهور المستهدف، وإحداث التكيف بين المؤسسة والجمهور من خلال استراتيجياتها المتعددة؛ لإقامة علاقة صحية بين المنظمة وجمهورها، الأمر الذي يوضح تكامل هذه المهن، وضرورة مراعاة وجود العلاقات العامة في منظمات الخدمة الاجتماعية التي من شأنها تقوية العلاقة بين الجماهير والمنظمة.

ثالثاً: جمعية الهلال الأحمر

جاءت فكرة الصليب الأحمر عندما كان هنري دونان يقوم بدعم الجرحى في معركة سولفرينو بايطاليا بالتنسيق مع السكان المحليين، مما دفعه إلى إنشاء الجمعيات الإغاثية الوطنية، من أجل تقديم المساعدات لجرحى الحرب، ثم قام بإنشاء اللجنة الدولية لإغاثة الجرحى عام 1863. التي أصبحت اللجنة الدولية للصليب الأحمر.

عقب الحرب العالمية الأولى، قام هنري دافيسون رئيس لجنة الحرب الأمريكية للصليب الأحمر، بتأسيس الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر عام 1919 في باريس، بعد أن كان يطلق عليه اسم رابطة جمعيات الصليب الأحمر. فقام بدعوة الأعضاء المؤسسين للرابطة جمعيات الصليب الأحمر: فرنسا وبريطانيا وإيطاليا واليابان والولايات المتحدة في مؤتمر طبي، و نتج عنه تعاطف وخبرة متطوعي الصليب الأحمر، والتي يمكن إظهارها في وقت السلم. وكانت تهدف بشكل أولي إلى تحسين المستوى الصحي للناس التي عانت خلال الحرب، والتحسين من جمعيات الصليب الأحمر الحالي، إضافة إلى تشجيع إنشاء جمعيات جديدة حول العالم.

في عام 1983، أصبحت رابطة جمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر، وفي عام 1991 الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر الحالية (موقع الويب للاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر).

جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني

تعد الجمعيات الوطنية للصليب الأحمر والهلال الأحمر جزءاً من الاتحاد الدولي للصليب الأحمر والهلال الأحمر، حيث سُميت بالجمعيات الوطنية انطلاقاً من طبيعتها التابعة إلى الدول المتواجدة فيها، وأصبح عددها 192 جمعية حول العالم بنسبة جمعية في كل دولة تقريباً. (موقع الويب للاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر) وتهدف هذه الجمعيات إلى مساعدة حكومة دولتها، وتقديم الخدمات الإغاثية أثناء الأزمات والكوارث، وتقديم المساعدات الصحية بشكل عام. بالإضافة إلى تقديم دورات تدريبية في الإسعافات الأولية ورعاية الطفولة، وذلك لدمج موظفي الإسعافات الأولية في الوحدات الطبية التابعة للجيش (كتيب المبادئ الأساسية لحركة الصليب الأحمر والهلال الأحمر، 2015).

تمارس الجمعية نشاطاتها كجمعية غوث تطوعية وحيدة لمساعدة السلطات العامة في الميدان داخل الأراضي الفلسطينية في كافة الأوقات، إضافة إلى ممارستها في البلاد العربية المضيفة للاجئين الفلسطينيين، حيث أقر المجلس الوطني في دورته السادسة المنعقدة في القاهرة عام 1969 بدورها الإنساني والاجتماعي والصحي في خدمة الشعب الفلسطيني بموجب الصلاحيات المخولة لها، وفقاً لاتفاقية جنيف 1949، والبروتوكولات المضافة بموجب القانون الدولي الإنساني، ومبادئ الحركة الدولية لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر، وهي الإنسانية، عدم التحيز، الحياد، الاستقلال، التطوع، الوحدة، العالمية. تمثل الهدف العام للجمعية في تحسين مستوى الرفاهية النفسية والاجتماعية للأفراد المتأثرين بالنزاعات وأوضاع الطوارئ، وتمكينهم من الصمود، و تحسين المستوى المهني

أثناء التدخلات النفسية والاجتماعية المقدمة من قبل مقدمي الخدمات الإنسانية محلياً وإقليمياً (موقع جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني).

هيكلية العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني:

ترتبط دائرة العلاقات العامة والإعلام في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني بدرجة ثقة مع جميع الدوائر في الجمعية وذلك من خلال إجتماعات دورية وان العلاقات العامة على تواجد مستمر ومواكب لجميع الأنشطة والأحداث التي تدور في الجمعية، وذلك ينبع من إدراك إدارة الجمعية لأهمية هذه الدائرة (مقابلة الدكتور مأمون العباسي). وتتضمن دائرة العلاقات العامة والإعلام لدى الجمعية قسم العلاقات العامة و قسم القانون الدولي ونشر وتعميم المعلومات بالإضافة إلى الاعلام والتواصل، يتفرع من القسم الأول وحدة العلاقات الداخلية، وحدة العلاقات الخارجية، البروتوكول، ويتفرع من القسم الثالث وحدة التواصل وحدة الانتاج المرئي والمسموع وحدة الاعلام المجتمعي (هيكلية العلاقات العامة لدى جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني).

تحظى دائرة العلاقات العامة في الجمعية في بأهمية من قبل الادارة الا أنها ما زالت لم توظف المتخصصين في مجال العلاقات العامة (مقابلة السيدة رماح طاهر) كما تبين في إحدى الدراسات أن الهيكل التنظيمي الخاص بجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني لا يحتوي على قسم يختص بإدارة الأزمات التي تتعرض أو من الممكن أن تتعرض لها الجمعية، إلا أنه يوجد لجنة متعددة التخصصات تابعة لغرفة العمليات، تُفعل في حالات تأهب معينة، تقوم بخدمة حالات معينة كالمنخفضات الجوية والكوارث الطبيعية أو الناتجة من صنع البشر، والانتفاضات الشعبية بالإضافة إلى الهبات الجماهيرية. وتقوم الإدارة العامة بتشكيل لجنة مؤقتة تتعامل مع الأزمات من النوع الآخر وتُحل اللجنة بانتهائها (الجعبري، 2017). مما يؤكد ان صورة العلاقات العامة لم تتشكل لدى إدارة الجمعية بشكلها الكامل وتبين ذلك في فصل عرض النتائج ومناقشتها.

رابعاً: وزارة التنمية الاجتماعية

تتبع وزارة التنمية الاجتماعية أجهزة السلطة التنفيذية بشكل مكمل للوزارات الحكومية الفلسطينية الأخرى، من خلال اتباع أساليب حديثة لبناء مجتمع سليم، ورفع المستوى المعيشي الذي يضمن حياة كريمة للفرد الفلسطيني. تأسست عام 1994 تحت اسم وزارة الشؤون الاجتماعية (موقع وزارة الشؤون الاجتماعية الفلسطينية (<https://cutt.us/5dirh>)

رؤية الوزارة:

حياة كريمة للإنسان الفلسطيني على طريق تحقيق التنمية الإنسانية المستدامة في ظل الدولة الفلسطينية القائمة على الحقوق والعدالة دون تمييز (موقع وزارة التنمية الاجتماعية).

رسالة الوزارة:

تسعى الوزارة إلى توفير حماية اجتماعية للمواطن الفلسطيني عبر برامج الحماية والرعاية والوقاية والتمكين والتوعية المستندة إلى النهج المبني على الحقوق، بالتعاون والتنسيق مع الوزارات والمؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني والقطاع الخاص والمنظمات الدولية، من خلال مراعاة الشفافية والعدالة للحفاظ على التماسك والتضامن الاجتماعي (موقع وزارة التنمية الاجتماعية).

<https://2u.pw/iltci>

أهداف وزارة التنمية الاجتماعية:

تمثلت أهداف الوزارة العامة في ما يلي :

أولاً: توفير الحماية الاجتماعية للفقراء والفئات المهمشة والعمل على تمكينهم داخل مجتمعهم، ثانياً: رعاية عائلات الأسرى والشهداء والمعاقين والعمل على تخفيف معاناتهم. ثالثاً: تحسين ظروف السكن للفقراء والفئات المهمشة ومحدودي الدخل. بينما تمثلت الأهداف الفرعية في تطوير البنية المؤسسية وبناء القدرات الملائمة بوزارة التنمية الاجتماعية، تطوير برامج وخدمات اجتماعية للفقراء

والفئات الهشة. وأخيراً تهدف إلى تحقيق بيئة قانونية مراعية للفئات الهشة في المجتمع (موقع وزارة

التنمية الاجتماعية). <https://2u.pw/SVLan>

هيكلية دائرة العلاقات العامة في وزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية:

تعتبر دائرة العلاقات العامة في وزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية ضمن أهم الدوائر وذلك لأهميتها في التواصل مع الجمهور المستهدف، وتسمى دائرة العلاقات العامة والإعلام حيث تتضمن الدائرة قسم العلاقات العامة وقسم العلاقات المحلية والدولية، وقسم خدمات الجمهور، بالإضافة إلى دائرة الإعلام وتحتوي على قسم الاعلام وقسم التصوير والتوثيق (السيد محمد حنيني).

خامساً: المنظمات الحكومية

يعرف القطاع الحكومي بأنه " ذلك القطاع الذي يعمل على تقديم خدمات أساسية مطلوبة لضمان النظام العام، ويصعب تسويقها للأفراد بثمن، مثل الدفاع، والعدالة، والأمن الداخلي. وعادة ما تمويلها الموازنة العامة للدولة، والتي تؤمن إيراداتها بالدرجة الأولى من الضرائب المفروضة على الشعب، للمساهمة في تحمل نفقات الخدمات العامة" (صبري، 2003).

بيد أنه يمكن تعريف المؤسسات الحكومية، بأنها تلك المؤسسات التي تقوم الدولة بإنشائها، وتديرها للقيام بمهام محددة موكلة إليها (عواشريه، 2009). كما أن قانون الخدمة المدنية الفلسطيني (1996) عرف المنظمات الحكومية على أنها " أية وزارة أو إدارة أو مؤسسة عامة أو سلطة أو أية جهة أخرى تكون موازنتها ضمن الموازنة العامة للسلطة الوطنية الفلسطينية أو ملحقة بها" (العواودة، 2017).

يعد القطاع الحكومي في فلسطين حديثاً، فلم تملك قطاعاً حكومياً؛ وذلك بسبب تاريخها والظروف التي مرت بها حتى عام 1994، بعد توقيع اتفاق إعلان المبادئ الفلسطيني الإسرائيلي، حيث تولت بعدها السلطة الوطنية الفلسطينية المسؤولية في الأراضي الفلسطينية المحررة، وعملت على إنشاء

وزارات حكومية خاصة بها تقوم بالوظائف الموكلة إليها (أبو جاسر، 2010)، فأصبح القطاع الحكومي الفلسطيني يتكون من ثمانية قطاعات رئيسية وهي: الإدارة العامة، والأمن والنظام العام، والإدارة المالية، والشؤون الخارجية، والتنمية الاقتصادية، والخدمات الاجتماعية، والخدمات الثقافية والإعلامية، وخدمات النقل والاتصالات. ويضم قطاع الخدمة الاجتماعية وزارة التنمية الاجتماعية التي تناولت الباحثة الحديث عنها أعلاه (كلاب، 2004).

سادساً: المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية

عقب الأزمة العالمية الاقتصادية عام 1929، توجهت الدول الرأسمالية إلى تدخل الدولة اقتصادياً واجتماعياً، من أجل الحفاظ على النظام الرأسمالي، إلا أنه خلال أزمة النظام الرأسمالي ظهر تيار بسبب الأزمة، يعود إلى توسع دور الدولة الاقتصادي. مما أدى إلى التوجه نحو التقليل من دور الدولة والخصخصة، أي ظهور توجه جديد ينادي في تقليل دور الدولة في الاقتصاد، والحد من الإنفاق العام على الخدمات الاجتماعية كالتعليم والصحة وغيرها. الأمر الذي يفسر التوجه نحو التنمية البشرية، والمشاركة المحلية، والعمل على تلبية الاحتياجات الأساسية للمواطنين، وظهور استراتيجيات تنموية معتمدة على مؤسسات حكومية وعلى القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية في تنفيذها. من هنا برز المجتمع المدني الذي يحتوي على المنظمات غير الحكومية للقيام بهذه التنمية (ميهوبي، بو عفان، 2014).

يعد مصطلح المجتمع المدني دخلياً على الثقافة العربية والفلسطينية على وجه الخصوص، وذلك باعتباره مصطلحاً وجد في البداية لدى الغرب، وكان في بداية تداوله يعني الدولة، حيث كان النقيض لمجتمع ما قبل الدولة، إلا أنه مع الاختلافات التي ظهرت بين الدولة من السلطة السياسية والمجتمع من فعالياته ومصالحه، بدأ المجتمع المدني يتبلور على أساس التمييز بين السلطة

السياسية وفعاليات المجتمع. فقد أنتج المجتمع المدني الديمقراطي، أي تطبيق حرية التعبير والتنظيم، ومع مرور الوقت فرض المجتمع المدني نفسه على الدولة.

أما فيما يخص المجتمع المدني الفلسطيني، فهو يتصف بنوع من الخصوصية، وذلك باعتبار المجتمع المدني قائم على الاستقلالية و مواجهة السلطة السياسية والتعبير الذاتي بعيداً عن تدخل الدولة، إلا أن المجتمع المدني الفلسطيني يعمل مع الدولة بهدف موحد يتمثل في مواجهة الاحتلال الاسرائيلي. أي أن المجتمع المدني الفلسطيني "مجتمع مدني سياسي وليس مجتمعاً مدنياً مفارقاً للسياسي"، كونه ولد ضمن إطار حركة سياسية تسعى إلى استقلال الدولة الفلسطينية، وتأسيس دولة وسلطة وطنية (ابراش، 2001).

وترى الباحثة مما سبق أن المجتمع المدني هو تنظيمات مستقلة عن النظام السياسي، يقوم بمساعدة أفراد المجتمع على استغلال المنافع العامة المتاحة، إلا أن وجود هذه التنظيمات ضمن الإطار العام السياسي للدولة، يجعلها كيانات محكومة في هذا الإطار من قوانين ونظم عامة تحددها الدولة.

المنظمات غير الحكومية

تمثل المنظمات غير الحكومية دوراً مهماً في المجتمع، وتُضم إلى فكرة أوسع التي هي المجتمع المدني، حيث تم وصفها بالعمود الفقري للمجتمع المدني، وتقوم هذه المنظمات بأنشطة في مجالات متعددة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية، ثقافية، بيئية، صحية تعليمية زراعية وغيرها العديد. كما أنها قد تمارس على عدة مستويات محلية أو دولية (سمير، 2021). قام هيدين بتعريفها على أنها موجودة، لأن الحكومات غير قادرة على القيام بكل شيء، وأنها قائمة على تقديم المساعدات للفرد والمجتمع؛ بهدف تحسين نوعية الحياة. إلا أن المنظمات غير الحكومية تواجه مشكلات في الإدارة والتمويل، كونها تمول من قبل الشبكات الوطنية والدولية للمنظمات غير الحكومية التي عادة ما

تحكمها بفلسفة ومبادئ خاصة بها لمصلحتها. الأمر الذي يشكل صعوبة في جذب المتطوعين والموظفين (Bhati,2013).

مفهوم المنظمات غير الحكومية

لا يوجد تعريف محدد وواضح للمنظمات غير الحكومية، وذلك يعود إلى حملها صيغة النفي التي من الممكن أن تضم أنواعًا مختلفة من المنظمات، إضافة إلى الاختلاف الواسع بين المنظمات (سمير،2021). لذلك وضعت الباحثة بعض التعريفات:

- بينما عرفت منظمة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة المنظمات غير الحكومية على أنها: "هيئات مستقلة للتنمية، ذات شخصية اعتبارية ، تتيح لها الدخول في تعاقدات ملزمة يسمح بها القانون ويكون لها في الغالب هياكل محددة، وموارد مالية وبشرية تمكنها من تنفيذ برامج عمل لتحقيق أهدافها". كما أنه تم تعريفها على أنها مجموعة من المنظمات الواقعة بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص، غير ربحية ويطلق عليها العديد من المسميات ، مثل الهيئة ، أو الأمميات ، أو القطاع الثالث، أو منظمات تطوعية وغيره(سمير ، 2021).
- تعرف المنظمات غير الحكومية على أنها: هي المنظمات التي تعمل في البرامج التنموية والثقافية والاجتماعية، كما أنها جزء أساسي من المجتمع المدني، تقدم تقارير الوضع السائد للعمل على تطويره وحل مشكلاته، وهي ممولة من قبل أنحاء مختلفة من العالم (مسعود، 2015).
- كما أنه تم تعريفها على أنها: منظمات غير ربحية مستقلة عن الدولة أو القطاع الخاص، تؤسس من قبل بعض الأشخاص لتحقيق الرفاهية والتنمية المطلوبة، و في حال تحقيق أرباح تذهب إلى تنفيذ أنشطة أخرى من هذا النوع(الشريف،2015).

وترى الباحثة هنا أنه يجب على هذه المنظمات العمل على خلق صورة قوية لها في المجتمع ورفع الوعي بغاياتها وأهدافها ورسالتها، وذلك لخلق كيان متين في المجتمع، وتظهر هنا حاجة المنظمات غير الحكومية إلى علاقات عامة حيوية تمتلك صلاحيات العمل في المنظمة، من أجل بناء علاقات طويلة الأمد مع أصحاب المصلحة. وذلك من خلال توظيف الاستراتيجيات المناسبة، لزيادة ثقة الجماهير المستهدفة، بالإضافة إلى قدرتها على جذب المتطوعين التي تحتاجهم المنظمة، والاتصال الفعال الذي يلعب دوراً حيوياً في استمرارية تواجد هؤلاء الجماهير، وصولاً إلى تحقيق غايات المنظمة.

الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني

تعد الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني دائرة للعلاقات العامة في المنظمة، إذ تقوم بها من خلال تحديد الوسيلة الاتصالية المناسبة لها، بالاعتماد على الموارد المتاحة المادية والبشرية والفنية أو نوع النشاط والجمهور المستهدف. ويهدف الاتصال في العلاقات العامة إلى الإيصال وحصول على المعلومات من الجمهور، وذلك من خلال التنسيق مع الإعلام للقيام بأنشطة اتصالية مختلفة كالمؤتمرات الصحفية أو إعداد المقالات والصحف وغيره، من أجل إحداث التأثير في جمهور المنظمة بما يتناسب معها (فنجان، 2015). وقد أكد أهمية ذلك ايضاً لي أبو العلاقات العامة بتعريفه للعلاقات العامة، على أن مهمتها الاتصال بالإعلام، لنشر معلومات المنظمة وإيصالها للجمهور، بهدف الحصول على ولائهم من خلال نشر الأخبار والصور، ونشر البيانات، وإقامة معارض وندوات الدعاية والإعلان (موسى، 2007).

وتستخدم العلاقات العامة في نوعين من الاتصال في منظمات المجتمع المدني تمثلت في (عبد المجيد، 2005):

- وسائل الاتصال العامة: كالصحف والإذاعة والتلفزيون، وهي وسائل اتصالية جماهيرية مخاطبة الجماهير المختلفة.

- الوسائل الاتصالية الخاصة: التي تعدها المنظمة و تخاطب من خلالها جمهورها، تركز على نشاطات وأهداف وبرامج المنظمة، للوصول إلى جمهورها المختلف.

ويتضح مما سبق أن العلاقات العامة تمثل جزءاً مهماً في منظمات المجتمع المدني، كونها الجهة التي تقرر الوسيلة الاتصالية المناسبة لتواصل المنظمة مع جمهورها. لبناء صورة ذهنية وسمعة طيبة لها.

سابعاً: نظرية الدراسة

نظرية الإمتياز

تعتمد الدراسة على نظرية الامتياز التي وضعها جرونج وآخرين عام 1984، في إدارة العلاقات العامة عن طريق أربعة نماذج للعلاقات العامة وإدخالها في النظرية، وعرف جرونج ووهنت العلاقات العامة على أنها : إدارة الاتصالات بين المنظمة وجماهيرها ، واعتمد جرونج على هذا التعريف في بلورة مفهوم العلاقات العامة (Grunig,1991).

كما تقدم نظرية الامتياز قيمة العلاقات العامة ودورها في الإدارة التنظيمية الفعالة، وعرفها جرونج وآخرون بأنه: مجموعة من السمات والممارسات التي تساعد على بناء علاقات قوية طويلة الأمد مع الجمهور المستهدف، أي من أجل الحصول على ممارسة فعالة للعلاقات العامة، يجب على المنظمات أن تطبق بعض المبادئ(Gurnig, 2002). حيث تضمنت النظرية 10 مبادئ عامة توضح كيفية ممارسة العلاقات العامة وهي: إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، أن يرتبط ممارسو العلاقات العامة ارتباطاً وظيفياً في الإدارة العليا وتمكينها من قبل التحالف المهيمن،

أن تكون وظيفة العلاقات العامة متكاملة، العلاقات العامة كوظيفة إدارية منفصلة عن الإدارات الأخرى في المؤسسة، أن يرأس دائرة العلاقات العامة مدير مهني محترف وليس شخص فني، استخدام نموذج تماثل ثنائي الإتجاه للعلاقات العامة، قسم إداري لديه معرفة لازمة لممارسة الدور الإداري في العلاقات العامة، استخدام نظام تماثل للاتصال الداخلي، التنوع والكفاءة الوظيفية، الالتزام بأخلاقيات وظيفة العلاقات العامة. وترى النظرية أنه من الممكن تطبيق مبادئ الامتياز في مختلف الثقافات و الأنظمة سياسياً واقتصادياً وإعلامياً، باختلاف مستويات التنمية والحراك (المديفر، 2019).

وتم التوصل إلى نموذج العلاقات العامة العالمية، حيث تم تحديد ستة ظروف تؤثر على العلاقات العامة العابرة للحدود وهي (wakefield, 2008): الثقافة واللغة، الحراك، المتغيرات الاقتصادية، المتغيرات السياسية، نظم وسائل الإعلام، مستوى التنمية.

فيما يلي عرض لمبادئ النظرية (Gurnig, 2002):

1. إشراك العلاقات العامة في الإدارة الإستراتيجية: إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية سيسمح لممارسي العلاقات العامة الانتقال من رد الفعل إلى الفعل المباشر والتصدي لأي أزمة في المنظمة، كذلك وقاية المنظمة من الأزمات المحتملة، كما يسمح إشراك العلاقات العامة في وظيفة الإدارة الاستراتيجية باتخاذ قرارات أكثر شمولاً.
2. أن يرتبط ممارسو العلاقات العامة ارتباطاً وظيفياً في الإدارة العليا وتمكينها من قبل التحالف المهيم: يجب أن ترتبط إدارة العلاقات العامة بالإدارة العليا بشكل مباشر ، وتشارك بصنع القرار.

3. أن تكون وظيفة العلاقات العامة متكاملة: تمتلك وظيفة العلاقات العامة المتكاملة حق الوصول إلى السلطة في جميع مستويات المنظمة. وأن العلاقات العامة ليست كيانًا معزولًا، ولا يتم التعدي عليه أو احتوائه في وظائف أخرى، إلا أنه لديها درجة من الاستقلال الذاتي.
4. العلاقات العامة كوظيفة إدارية منفصلة عن الإدارات الأخرى في المؤسسة: من المهم أن تكون العلاقات العامة وظيفية إدارية منفصلة في المنظمة، وذلك لأن التعدي على وظيفة العلاقات العامة يضعف دورها في عملية اتخاذ القرارات التنظيمية أو حتى يتم تجاهلها.
5. أن يرأس دائرة العلاقات العامة مدير مهني محترف وليس شخصًا فنيًا: ينبغي أن يرأس دائرة العلاقات العامة مدير مهني محترف، بدلاً من شخص ماهر فقط فنيًا في الكتابة. حيث يمتلك المدير المهني المعرفة البحثية اللازمة لجمع المعلومات، وحل النزاعات، والمشاركة في إدارة القضايا وتكوين ميزانية، وإدارة موظفي قسم العلاقات العامة.
6. استخدام نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة: النهج القائم على الحوار قد أثبت أنه أكثر فاعلية في حل النزاعات ومنع المشكلات وبناء العلاقات مع الجمهور والحفاظ عليها (Gillis، 2011).
7. قسم إداري لديه معرفة لازمة لممارسة الدور الإداري في العلاقات العامة: من خلال احتواء أقسام العلاقات العامة على محترفين لديهم معرفة إدارية ومهارات بحثية (Yue، 2016).
8. استخدام نظام متماثل للاتصال الداخلي: المنظمات الممتازة تمارس التواصل المتناسق مع الموظفين. المنظمات ذات الهياكل العضوية واللامركزية تمنح الموظفين حصة أكبر في صنع القرار وبالتالي تزيد من الرضا الوظيفي (Yue، 2016).

9. التنوع والكفاءة الوظيفية: تشمل إدارات العلاقات العامة الممتازة كلاً من الرجال والنساء، ومجموعات عرقية مختلفة في جميع الأدوار (Yue, 2016).

10. الالتزام بأخلاقيات وظيفية العلاقات العامة: أضاف الباحثون في مجال نظرية التميز الأخلاق والنزاهة كاعتبارات مهمة بعد 4 سنوات من نشر دراسة التميز، مشيرين إلى أن الأخلاقيات مهمة بما يكفي لتكون مبدأ للإمتياز.

الدراسات السابقة

في هذا المحور عرضت الباحثة الدراسات السابقة المرتبطة بالدراسة الحالية، حيث اطلعت من خلال الدراسات على تجارب الباحثين الآخرين في حقل العلاقات العامة ومؤسسات المجتمع المدني وغيرها، فتمكنت من خلالها صياغة مشكلة الدراسة بشكل أوسع، إضافة إلى تحديد أدوات الدراسة لجمع المعلومات. قامت الباحثة بترتيب الدراسات حسب الترتيب الزمني، وعقبت عليهم وأوضحت أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

دراسة فتح الرحمن، وآخرون (2020) بعنوان: دور العلاقات العامة في الرعاية الاجتماعية: بالتطبيق على مؤسسات الطفولة في دولة الإمارات

هدفت الدراسة إلى إيضاح العلاقة بين العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، ودور ومهام العلاقات العامة في المؤسسات، إضافة إلى التعرف على تحديات العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة الملاحظة والاستبيان والمقابلة، وتبين أن أهمية العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية، كما تبين أن هناك حالة من عدم الرضا تجاه العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية، وأن وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً في

التواصل مع جمهور المؤسسة. كما وأوصت الدراسة إلى زيادة الاهتمام بدوائر العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية الاجتماعية، زيادة التعاونية بين العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في جزئية العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية الاجتماعية، وركزت على أدوار العلاقات العامة والأمور التي تقوم بها داخل المؤسسة، إلا أن الدراسة الحالية ركزت على دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة والمقارنة فيما بين المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، ولا تقتصر فقط على أدوار العلاقات العامة داخل المنظمة، كما تتشابهان في المنهج المستخدم الوصفي التحليلي.

دراسة أونيس، بن بوط (2020) بعنوان: دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل العمل الجماعي في الجزائر

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى أهمية العلاقات العامة والوسائل الاتصالية المستخدمة من قبلها والأنشطة والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة في الجمعيات، إضافة إلى التعرف على طرق الاستفادة من نشاطات العلاقات العامة ، للوصول إلى الجمهور المستهدف. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة مطبقة على عينة المسح الشامل (92) مفردة. وتبين أن نشاطات العلاقات العامة تلعب دوراً فعالاً في تطوير الجمعيات، كذلك أدت الأنشطة إلى اندماج الأفراد في الجمعية، والتأخر في منح التراخيص ، ونقص الميزانية يعد من أكبر العوائق التي تواجه الجمعيات. وأوصت الدراسة إلى توظيف متخصصي العلاقات العامة من أجل تطويرها، وتفعيل الاتصال مع الوسائل الإعلامية، توضيح أدوار العلاقات العامة للعاملين الآخرين في الجمعية.

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في المنهج المستخدم الوصفي التحليلي، إضافة إلى العلاقات العامة في الجمعيات ومدى فاعلية العلاقات العامة بها، إلا أن الدراسة الحالية تهدف إلى معرفة دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف المنظمات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية.

دراسة عاشور، أبو عرجة (2020) بعنوان: الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن.

هدفت الدراسة إلى التعرف على عمل العلاقات العامة في المنظمات الدولية وأنشطتها وبرامجها ومدى تأثير برامجها على الجماهير المستهدفة من وجهة نظر العاملين في العلاقات العامة ، كذلك نظرتهم للمنظمات الدولية العاملة في الأردن والتحديات التي تعترضها. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، واستخدمت أداة الاستبانة التي وزعت على عينة المسح الشامل من العاملين في العلاقات العامة داخل المنظمات الدولية العاملة في الأردن المكون من (15) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: تبين أن هذه المنظمات تعطي مسميات مختلفة للعلاقات العامة، مثل: قسم الاتصال أو الإعلام، وأن موظفي العلاقات العامة يتراوحون ما بين موظف أو موظفين، كما تبين أن هناك وعياً لدى دوائر العلاقات العامة بأهمية النشر والتواصل مع جماهيرها الداخلية والخارجية، وضرورة تطبيق المنظمة للشفافية في نشرها الأخبار ونشاطاتها. كما أن ظروف ومناخ العمل في المنظمات تشجع على العمل والأداء المرتفع للعلاقات العامة، وأن هناك أهمية للعلاقات العامة في رسم سياسات المنظمات ونقل صورة المنظمة الصحيحة ودراسة المجتمع وإيصالها للإدارة العليا. و إن العاملين في العلاقات العامة على إمام تام برؤية وأهداف المنظمات الدولية. إلا أن هناك تقيداً من قبل الإدارة على المواد الإعلامية، تشكل تحدياً لعمل العلاقات العامة في المنظمة. كما أوصت الدراسة إلى ضرورة توظيف الإعلام الاجتماعي في عمل العلاقات العامة في المنظمات، والتركيز على تقديم التدريبات لكادر العلاقات العامة في مجالات مختلفة، كالإعلام والعلوم الإنسانية، إضافة إلى ضرورة مواكبة العلاقات العامة لطرق تقديم المعلومات الخاصة بالمنظمة وأنشطتها وأهدافها لخلق صورة إيجابية صحيحة عن المنظمة.

ترتبط هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في جزئية عمل العلاقات العامة في المؤسسات، إذ وضحت أدوار وأنشطة العلاقات العامة في هذه المنظمات، كما تتشابهان في المنهج الوصفي التحليلي. وتختلف الدراسة الحالية في أنها تدرس دور العلاقات العامة والوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً ووجودتها ودوره في تحقيق أهداف المؤسسة.

عبد الرحيم (2019) بعنوان: فاعلية العلاقات العامة في تحسين أداء المنظمات الطوعية في السودان

هدفت الدراسة إلى معرفة دور ومهام وأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات التطوعية، و بيان أهمية العلاقات العامة في تطوير الأداء المؤسساتي، كما تهدف إلى التوصل لتحسين الأداء المؤسساتي للمؤسسات التطوعية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبيان والملاحظة والمقابلة، بالتطبيق على العينة العشوائية من موظفي عينة الدراسة الذي كان عدده (50) مفردة، ونتج أن هناك تطويراً للعلاقات العامة في المؤسسات التطوعية، إلا أنه لا تزال العلاقات العامة تواجه بعض التحديات في العمل داخل تلك المؤسسات، وأن هناك علاقة ترابطية بين دائرة العلاقات العامة وإدارات المؤسسة الأخرى. وأوصت الدراسة إلى أهمية زيادة فاعلية وتطوير العلاقات العامة، وضرورة تخصيص ميزانية لعمل العلاقات العامة.

ترتبط الدراسة السابقة بالدراسة الحالية ارتباطاً مباشراً ، فهي درست دور العلاقات العامة في تطوير العمل الجمعي في السودان، وقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي. إلا أنها تختلف عن الدراسة الحالية في أنها تدرس جانب التطوير المؤسساتي، وأن الدراسة الحالية تهدف إلى دراسة فاعلية العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية.

عبد الحفيظ (2019) بعنوان: العلاقات العامة في العمل الجماعي الخيري

هدفت الدراسة إلى الكشف عن وسائل الاتصال ودورها في الأعمال الخيرية، وتهدف إلى دمج المواطن ، وإكسابه دور في تفعيل الأنشطة الاتصالية، وإبراز أدوار الجمعيات داخل المجتمعات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبانة مطبقة على العينة القصدية من موظفين ومتطوعين نموذج الدراسة المكونة من (32) مفردة، وتبين أن الاتصال الشخصي هو السبب في نجاح الأنشطة الخيرية. إن مواقع التواصل الاجتماعي يتم استخدامها في التواصل مع المتطوعين ، وتلعب دورًا في تفعيل عمل الجمعيات الخيرية.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في أنهما استخدمتا المنهج ذاته الوصفي التحليلي، كما أنها ركزت على دراسة العلاقات العامة داخل الجمعيات وأدوارها في دمج الجمهور مع المنظمة، أي على جوانب من عمل العلاقات العامة. وتختلف الدراسة الحالية في أنها تركز على دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية بالإضافة إلى مقارنة ذلك في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

دراسة آدم (2018) بعنوان: العلاقات العامة ودورها في العمل الطوعي

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في عملية إدارة العمل التطوعي، والتعرف على التطورات الإدارية لدوائر العلاقات العامة في المؤسسات التطوعية، و تقييم مستوى كفاءة موظفي العلاقات العامة في العملية الاتصالية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبانة موزعة على عينة الدراسة، وتبين وجود تطور إداري لإدارات العلاقات العامة، ووجود خطط استراتيجية تعنى بالحفاظ على الجمهور وزيادة الإقبال والولاء لديهم، والعمل المستمر على تدريب الموظفين والمتدربين لمواكبة التطورات الحديثة في المؤسسة. وأوصت الدراسة إلى الاهتمام

بالتدريب ، وتحديد أهدافه ، ومعرفة المخاطر التشغيلية ؛ من أجل إدارتها للحفاظ على عملاء المؤسسة.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في أنهما استخدمتا المنهج ذاته ، وهو الوصفي التحليلي، كما أن الدراسة السابقة درست دوائر العلاقات العامة ودورها في العمل الطوعي، تختلف الدراسة الحالية في أنها تسعى إلى دراسة مدى اشراك العلاقات العامة في صناعة سياسات المنظمة والوسائل الاتصالية الخاصة بها لتحقيق أهداف المؤسسة.

دراسة الخوالدة (2018) بعنوان: تقييم اللاجئين السوريين للدور الاتصالي للعلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن

هدفت الدراسة إلى معرفة استراتيجيات وأساليب العلاقات العامة الاتصالية في المنظمات الدولية العاملة في الأردن، ومعرفة اهتمامات هذه المنظمات. ومعرفة اللغة المستخدمة إعلامياً وأهداف مضمونه، كما أنها تهدف إلى التعرف على مدى نجاح الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في خدمة اللاجئين السوريين ومدى رضاهم عنها. وتحليل الأثر الاتصالي للمنظمات الدولية في تحسين الخدمات المقدمة للاجئين السوريين. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت أداة تحليل المضمون الاستبيان وزعت على عينة عشوائية مكونة من (400) مفردة وإجراء المقابلات مع مختصين في شؤون اللاجئين السوريين. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: إن الغالبية العظمى من اللاجئين السوريين لديهم معرفة بالمنظمات الدولية الخاصة لشؤون اللاجئين في الأردن، بالإضافة إلى نسبة مرتفعة من اللاجئين لديهم تعامل شخصي مع المنظمات الدولية في الأردن، وأن العلاقات العامة تستخدم وسائل اتصالية عديدة ، منها : الاتصال عبر الهاتف ومواقع التواصل الاجتماعي والموقع والبريد الإلكتروني والفاكس. وكان سبب نجاح العلاقات العامة في المنظمات الدولية من وجهة نظر المبحوثين تقديم الخدمات و المقابلات والزيارات وورشات العمل

والاجتماعات والكتيبات والملصقات والنشرات والبيانات والخطابات الرسمية جميعها جاءت بنسب مرتفعة. وأوصت الدراسة إلى ضرورة تفعيل المواقع الالكترونية الخاصة بالمنظمات للتواصل مع اللاجئين بفعالية أكبر، والاهتمام باللقاءات المباشرة في الاتصال الجماهيري، دراسة آليات حديثة خاصة بالتسويق الإعلامي والإعلاني للمنظمات الدولية.

ترتبط هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في جزئية عمل العلاقات العامة في المؤسسات، حيث تبين أن العلاقات العامة تلعب دورًا فعالاً في وصول هذه المنظمات لجمهورها المستهدف، استخدمت المنهج المسحي، وتختلف الدراسة الحالية في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي، ولم تقتصر على دراسة العلاقات العامة في المؤسسات والجمهور فقط انما شملت معرفة جودة اتصال العلاقات العامة بالإضافة الى معرفة امتياز العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية بناءً على نظرية الامتياز.

دراسة البلبوشي (2017) بعنوان: تأثير جودة خدمات برامج المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة على رضا الجمهور الداخلي.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر جودة خدمة برامج المسؤولية الاجتماعية على رضا العاملين ، وذلك بقياسه ومعرفة العلاقة بينهم، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، باستخدام أداة الاستبانة التي طبقت على عينة الدراسة العشوائية البسيطة المكونة من (555) عاملاً. وتبين وجود ترابط بين تأثير جودة خدمة برامج المسؤولية الاجتماعية ورضا العاملين، إذ كان أثر جودة خدمة البرامج ضعيفاً على رضا الموظفين، كما تبين أن العلاقات العامة تقوم بتنفيذ البرامج في أوقاتها المحددة، وهناك علاقة بين المصادقية ورضا العاملين على جودة الخدمات ، و برامج المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة، وهناك رضا منخفض للعاملين عن التلفزيون والحفلات والمناسبات والبريد الالكتروني ومطبوعات الشركة ولوحات الإعلانات، وجاء الرضا متوسطاً للقاءات الشخصية والندوات والموقع

الالكتروني للشركة، المؤتمرات، ومواقع التواصل الاجتماعي والإعلام. وأوصت الدراسة إلى القيام بدراسة احتياجات ورغبات العاملين لتحقيقها ، من أجل الوصول إلى رضا العاملين، وأن يكون هناك عدالة عند توزيع خدمات برامج المسؤولية الاجتماعية.

ركزت الدراسة السابقة على دور العلاقات العامة في التأثير على الجمهور الداخلي، مما بين أن لها دورًا فعالاً في التأثير على رضا العاملين، الأمر الذي يلعب دورًا حقيقيًا في تحقيق المنظمة لبعض أهدافها عبر العاملين كونهم جزء هام في المنظمة. واختلفت الدراسة السابقة عن الحالية في المنهج المستخدم. وتختلف الدراسة الحالية في أنها تسعى إلى دراسة العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات مع الجمهور الداخلي أو الخارجي أو مع الإدارة.

دراسة ماضي، مسطر (2017) بعنوان: دور جهاز العلاقات العامة في تفعيل العمل الجماعي.

هدفت الدراسة إلى معرفة مجالات الاتصال للعلاقات العامة في الجمعيات، ومعرفة دور العلاقات العامة في تحقيق الخطط والأهداف الخاصة بالجمعيات، ودور العلاقات العامة في زيادة فاعلية الأعمال الجمعوية. اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة ، وتم استخدام أداة الملاحظة والمقابلة بالاعتماد على أسلوب المسح الشامل للعاملين في العلاقات العامة، وتبين أن العلاقات العامة تعتمد على الاتصال الشخصي بشكل كبير في اتصالاتها، وأن العلاقات العامة في الجمعية تمتلك مكانة مهمة ، وذلك كونها تلعب أدوار فعالة تعود بالفائدة الواسعة على الجمعية، كما أن العلاقات العامة تمتلك علاقات متينة مع وسائل الإعلام المحلية. وأوصت الدراسة بتوظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة، القيام بالتفعيل الإعلامي داخل العلاقات العامة، القيام ببحوث علمية من أجل الوقاية من المشكلات المستقبلية وصياغتها ضمن أطر علمية وتحليلها.

تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية في المنهج المستخدم، وهناك نقاط تلاقٍ بين الدراستين، إلا أن الدراسة الحالية تسعى إلى الكشف عن مكانة العلاقات العامة في صياغة سياسات الجمعوية

وفي الإدارة العليا، وتسعى إلى معرفة صلاحيات العلاقات العامة في صياغة أو توجيه سياسات المؤسسات مقارنة ذلك بين المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، إضافة إلى معرفة الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً وجودتها ومحددات عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية.

الدراسات الأجنبية:

دراسة **Bashir (2019)** بعنوان: **نحو التميز في العلاقات العامة: تحديد الممارسات والمعوقات في الشركات الكويتية والمؤسسات الحكومية والغير ربحية.**

هدفت هذه الدراسة إلى فحص قابلية تطبيق مبادئ الامتياز في الكويت، وتوليد رؤى حول العوامل التي تؤثر على ممارسة إدارة العلاقات العامة الاستراتيجية عبر الشركات والمؤسسات الحكومية والمنظمات غير الربحية. واعتمدت الدراسة على أربع مبادئ من نظرية التميز، وهم مبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ووجود علاقة مباشرة مع الإدارة العليا، واتباع نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه المتوازن والدور الإداري للعلاقات العامة المتماثلة، وبينت النتائج، المستندة إلى 21 مقابلة متعمقة شبه منظمة مع ممارسين كويتيين للعلاقات العامة، أن مهنة العلاقات العامة تظهر مستويات منخفضة من الالتزام بالمبادئ العامة للتميز. ممارسو العلاقات العامة هم أقل انخراطاً في الإدارة الاستراتيجية وأقل تمكيناً في التحالف المهيمن. قدم الممارسون حواجز مختلفة بما في ذلك عدم فهم الإدارة العليا للعلاقات العامة، ونقص الممارسين المؤهلين، مما خلق تباينات في فهم الاتصال المتناسق. كما ساهم قطاع المنظمات ونظام التوظيف في البلاد في هذا الوضع. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات كان أهمها : ضرورة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية ، وضرورة إدارة العلاقات العامة من قبل متخصصي العلاقات العامة، و إقناع الإدارة العليا بأهمية دور العلاقات العامة.

تختلف الدراسة الحالية عن سابقتها أن من أهداف هذه الدراسة التعرف على مثالية العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية، وذلك بناءً على نظرية الامتياز الا أنها إضافة الى ذلك تشمل دراسة العلاقات العامة الفعالة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية.

دراسة **Bruning, S. D., Dials, M., & Shirka, A (2008)** بعنوان: استخدام الحوار لبناء العلاقات بين المنظمة والعامة ، وإشراك الجمهور ، والتأثير بشكل إيجابي على النتائج التنظيمية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الحوار وتأثيره على علاقة المنظمة بجمهورها، و اختبار الطرق التي يتم فيها الحوار وأثره على سلوكيات جمهور المنظمة المستهدف، حيث استخدمت الدراسة منهج المسح ، وتم تطبيقها على عينة عمدية مكونة من 800 فرد، وتمثلت مشكلة الدراسة في هل تؤثر تقييمات منظمة - العلاقات العامة وتصورات المنظمة - الحوار العام على تصورات المقيمين عن أنهم استفادوا من العلاقة؟ وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أن النهج الحوارى يتطلب أن تقوم المنظمة بإشراك الجمهور أثناء الاتصال. وأن ممارسة العلاقات العامة تحتاج إلى مواصلة استكشاف التقنيات لإضفاء الطابع الشخصي على التفاعلات العامة للمؤسسة، كما لوحظ أن الجمهور أصبح نشطاً وتفاعلياً ومشاركاً بشكل متزايد، مما يشير إلى أن المنظمات يجب أن تطور استراتيجيات متعاطفة مع نوع العلاقة، وشدة العلاقة، والالتزام بالعلاقة.

تتشابه الدراسة الحالية مع سابقتها في دراسة ممارسات العلاقات العامة في المؤسسات، وتختلف الدراسة الحالية في أنها تدرس ممارسات العلاقات العامة والوسائل الاتصالية ومحددات عملها ومدى امتيازها في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية.

دراسة Hryhoriy Bukanov وآخرون (2019) بعنوان: التسويق الاجتماعي في الإدارة العامة لمؤسسات الخدمة الاجتماعية.

هدفت الدراسة إلى تحديد ميزات توظيف تقنيات وآليات التسويق الاجتماعي في الإدارة العامة داخل المنظمات الاجتماعية إقليمياً، استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون لتحليل البحوث والمنشورات، وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة والإعلانات الاجتماعية من التقنيات الرائدة، وأن العلاقات العامة مهمتها الرئيسية أن تطور مفاهيم الإعلان الاجتماعي في الإدارة العامة، وأن تشكل صورة إيجابية للخدمة الاجتماعية من خلال تخطيط حملات إعلانية وإعلامية عن الخدمة الاجتماعية، كما تبين أن أكثر الوسائل الاتصالية فعالية هي: الإعلانات التلفزيونية والإذاعية، والمقالات في المطبوعات المحلية، والكتيبات والمذكرات.

ترتبط هذه الدراسة مع الدراسة السابقة بشكل غير مباشر، إلا أنها تناولت العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في محتواها، فقد بينت الدراسة السابقة أهمية العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية وماهية الأدوار التي يجب أن تقوم فيها. وتختلف عن الدراسة الحالية في المنهج المتبع. لذلك جاءت هذه الدراسة لدراسة دور العلاقات العامة الفاعلة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية بشكل مباشر في فلسطين.

دراسة Vagiz G. Gimaliev وآخرون (2020) بعنوان: العلاقات العامة في المنظمات من وجهة نظر الطلاب: جمع أدوات الإدارة أو تكوين شراكة وعلاقات ودية.

هدفت الدراسة إلى تحليل وجهة نظر الطلاب عن علاقات العامة كوسيلة لإدارة الخدمات الاجتماعية في البيئة الخارجية، استخدمت الدراسة النوعية الاستبائي الاستقصائي لدراسة الوعي من وجهة نظر الطلبة من كلية العلوم الإنسانية وطلبة كلية الاقتصاد، عن العلاقات العامة للتعرف على الوضع الحالي لاستخدام العلاقات العامة كوسيلة لإدارة مركز الخدمات الاجتماعية. وكانت أهم

النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن إدارة العلاقات العامة لمؤسسات الخدمة الاجتماعية يحسن من الرأي العام في المجتمع تجاه الخدمة الاجتماعية، وتشكل صورة إيجابية للمؤسسات. كما تبين أن مديري الخدمة الاجتماعية يستخفون بفاعلية دور العلاقات العامة في الإدارة العامة للمنظمات، ولا يعرفون أهمية الاتصال مع الجماهير في البيئات الخارجية، كما أنهم لا يعرفون أشكال و أساليب العلاقات العامة، مما قلل بشكل أو بآخر من فعالية ومكانة الخدمة الاجتماعية داخل المجتمع، و يقلل من تشكيل رأي عام إيجابي تجاهها، وقد تبين أنه نتيجة لتلك الأمور، لا تحظى نشاطات الخدمة الاجتماعية بالتغطية الإعلامية الجيدة، كما تبين في نتائج الدراسة أن السكان لا يعلمون عن أنشطة الخدمات الاجتماعية، مما أدى ذلك إلى عدم وجود ثقة بين الجمهور ومؤسسات الخدمة الاجتماعية، كما توصلت الدراسة إلى ضرورة مراعاة حالة المجتمع، ففي الماضي لم يشكل الرأي العام أمر ضروري، إلا أنه في الوقت الحاضر أصبحت العلاقات العامة من الضروريات في الإدارة العامة الحديثة، كما أنه على الإدارة فهم أهداف المنظمة ورسالتها بشكل واضح، إستعداداً لحوار مع الجماهير المختلفة.

تتشابه الدراسة الحالية مع سابقتها في أنها تدرس العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية، مع اختلاف عينة البحث فقد قامت الدراسة السابقة بدراسة وجهة نظر الطلاب، والدراسة الحالية تدرس فاعلية العلاقات العامة من خلال دراسة العلاقات العامة في المؤسسات، ودراسة جمهور المؤسسة، كما أن الدراسة الحالية تدرس نوعين من مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.

دراسة Engin Çelebi (2020) بعنوان: العلاقات العامة في المؤسسات العامة: بحث في فاعلية عملية الاتصال.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات الفعالة، من أجل تحسين جودة العلاقة مع الجمهور المستهدف للمؤسسات العامة، تم إجراء مسح لجمع البيانات، وكانت عينة الدراسة مؤلفة من المؤسسات العامة في تركيا، حيث وزع الاستبيان على 251 شخص خدموا لمدة عام على الأقل في المؤسسات العامة. وكانت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن عملية التواصل تلعب دوراً مهماً في علاقات المؤسسات العامة مع جمهورها، فهي تساهم في تكوين صورة إيجابية تجاه المؤسسات. وتبين ضرورة إزالة حواجز الاتصال بين المؤسسة وجمهورها، أي مراعاة الاتصال ثنائي الاتجاه، وإشراك المواطنين في عملية صنع القرارات. كما تبين أن مهارات التواصل للمؤسسات العامة المحلية كان لها آثار إيجابية على تصورات العلاقات العامة، وهي الثقة، الالتزام والرضا، وكان أهمها هو الرضا، كما تبين أن العلاقات العامة في الإدارة ليست فعالة في عملية صنع القرار في المؤسسات العامة، وذلك لأنه عثر على علاقة ضعيفة بين عملية التواصل والسيطرة التبادلية. تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في أنهما يدرسان العلاقات العامة في المؤسسات، إلا أنهما تختلفان في نوعية المؤسسات، فقد ركزت الدراسة السابقة على المؤسسات العامة في المجتمع، إلا أن الدراسة الحالية تدرس العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

أكدت الدراسات السابقة على أهمية العلاقات العامة في المؤسسات بشكل عام وفي مؤسسات الخدمة الاجتماعية بشكل خاص، وانتفتت على أن العلاقات العامة تلعب دوراً فعالاً في طرق الوصول والتواصل مع جماهير المؤسسة، مما يمكّن المؤسسة من الوصول إلى جمهورها المستهدف بشكل

أفضل، إلا أن دوائر العلاقات العامة لا تزال توظف من غير المتخصصين في هذا المجال، وتعاني من التهميش بدرجة معينة، وتتشابه الدراسات جميعها في جزئية العلاقات العامة في المؤسسات مع اختلاف تقسيمها، فمنها الأهلي و منها الخاص ومنها المدني. حيث ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في صياغتها لمشكلة الدراسة بشكل أمكن، كذلك الاستفادة من قائمة المراجع المذكورة فيها.

واختلفت الدراسة الحالية عن سابقتها من الدراسات في أنها الأولى في فلسطين على حد علم الباحثة بالإضافة إلى أنها ركزت على العلاقات العامة في تحقيق أهداف الخدمة الاجتماعية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية سواء الحكومية أو غير الحكومية، ومعرفة أكثر الوسائل الاتصالية استخداماً للعلاقات العامة بالإضافة الى معرفة جودة الاتصال القائم من وجهة نظر الجماهير والمحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة وصولاً إلى تحديد امتياز العلاقات العامة، فالمؤسسات التي تسعى إلى الوصول إلى جمهورها المستهدف يجب أن توظف العلاقات العامة في هيكلتها التنظيمية، وتفعيلها على أرض الواقع بتوظيف متخصصي العلاقات العامة.

الفصل الثالث

المنهج والإجراءات

منهج الدراسة:

نوع الدراسة ومنهجيتها

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بأسلوبه الكمي والنوعي. كونه الأنسب في وصف واقع العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني ووزارة التنمية الإجتماعية الفلسطينية، ومعرفة مدى فاعليتها، وتحليل البيانات إحصائياً لتكون أكثر دلالة. وذلك لتحديد العلاقة بين مجال العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية وتأثيرهما على تحقيق أهداف مؤسساتها، لتحقيق أهداف الدراسة. ويقصد بالمنهج الوصفي الذي يقوم بوصف حالة الأشياء والأمر كما هي موجودة في الوقت الحاضر أو ما حدث، بينما التحليلي الذي يتم استخدام الحقائق أو المعلومات المتوفرة مسبقاً، ويتم تحليلها ثم القيام بتقويم الحالة أو الظاهرة بشكل نقدي (القواسمة، 2008). وقد استخدمت الباحثة منهج المقارنة، للمقارنة فيما بين المؤسسة الحكومية المتمثلة في وزارة التنمية الاجتماعية والمؤسسة غير الحكومية المتمثلة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، بهدف التعرف على مدى فاعلية العلاقات العامة في كليهما ومعرفة أوجه الشبه والاختلاف في ممارسة العلاقات العامة، و للإجابة على تساؤلات الدراسة والخروج بنتائج وتوصيات علمية، وهذا ما تسعى الباحثة له من خلال استخدام أداة البحث العلمي استمارة الاستبانة بالإضافة إلى أداة المقابلة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع المواطنين الفلسطينيين في الضفة الغربية، ممن لهم علاقة مع مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية، حيث قامت الباحثة باختيار عينة متاحة والتي تختار فيها الباحثة عدداً من المفردات تقابلهم بالصدفة في أمكنة محددة (أبو سمرة، الطيطي، 2019) مؤلفة من (376) تم توزيع الاستبانة عليهم، وإجراء (5) مقابلات مع مدير دائرة العلاقات العامة والاعلام حضرة السيد محمد حنيني و موظف علاقات عامة حضرة السيد عرفات أبو راس ومدير دائرة شؤون الادارية حضرة السيد خيرى برغوثي في وزارة التنمية الاجتماعية، بالإضافة إلى مديرة دائرة العلاقات العامة حضرة السيدة رماح طاهر ونائب المدير العام في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني حضرة السيد الدكتور مأمون العباسي. وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة من المواطنين الفلسطينيين حسب متغيراتها الديمغرافية:

جدول 1

توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
المؤسسة	الهلال الأحمر	184	48.9
	وزارة التنمية الاجتماعية	192	51.1
النوع الاجتماعي	ذكر	159	42.3
	انثى	217	57.7
العمر	أقل من 20	27	7.2
	من 20 - أقل من 30	71	18.9
	من 30 - أقل من 40	63	16.8
	من 40 - أقل من 50	67	17.8
	50 فأكثر	148	39.4
المؤهل العلمي	ثانوية فأقل	232	61.7
	دبلوم	11	2.9
	بكالوريوس	111	29.5
	ماجستير	6	1.6
	دكتوراة	16	4.3
	حكومي	26	6.9
طبيعة العمل	قطاع خاص	64	17.0
	أعمال حرة	34	9.0
	طالب	38	10.1
	بلا عمل	198	52.7
	غير ذلك	16	4.3
	المجموع	376	100.0

يتضح من الجدول رقم (1) السابق توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

أداة الدراسة

استخدمت الباحثة الاستبانة والمقابلة أداتين لدراستها حول (مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها) على المواطنين حيث تضمنت الاستبانة أربعة مجالات بالإضافة إلى المعلومات الديمغرافية، وهي: (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، واتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، ودور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور، و المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها).

وتكونت المقابلة من 13 سؤال هي (ما هي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة للتواصل مع جمهورها، و هل تستخدم العلاقات العامة الإقناع في التواصل مع الجمهور؟ وما نوع الإقناع، و هل تستخدم العلاقات العامة اتصال ثنائي الاتجاه في التواصل مع الجمهور، و ما مدى قدرة العلاقات العامة في الاتصال المباشر بالإدارة العليا، و هل يتمتع قسم العلاقات العامة بالاستقلال أم هو مرتبط بالأقسام الأخرى وما مدى ارتباطه، وهل تقوم العلاقات العامة بإجراء دراسات ومسوحات لجمهور المؤسسة قبل التواصل معه، و هل يشكل الوضع الاقتصادي محدد أو معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة، و هل تشكل العوامل والأوضاع السياسية معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة، و هل يشكل النظام الإعلامي في الدولة معيق لعمل العلاقات العامة

في المؤسسة، و هل تراعي العلاقات العامة الثقافة المجتمعية في التواصل مع جمهورها، و هل تراعي العلاقات العامة المسؤولية الاجتماعية في محتواها ولماذا؟ هل تستفيد العلاقات العامة من برامج الخدمة الاجتماعية في الترويج للمؤسسة، و بناءً على ماذا يوظف موظفو العلاقات العامة في المؤسسة؟ المسكن/ الجنس/ الكفاءات/...، و هل تمتلك العلاقات العامة صلاحيات في توجيه سياسات المؤسسة).

وقد قامت الباحثة بتصميمها وتطويرها كأداة لجمع المعلومات، وذلك وفقاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري المتعلق بالعلاقات العامة.
2. مراجعة الأبحاث والدراسات التي بحثت في فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية.
3. المناقشات والأفكار مع المتخصصين في مجال الدراسة.

وقد تكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزأين:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة.

الجزء الثاني: واشتمل على (51) فقرة موزعة على أربعة مجالات هي: (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، و اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، و دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور، و المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها) ، كما يبين الجدول (2).

جدول 2

فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	12
2	اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	14
3	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور	12
4	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها	13
	المجموع	51

وقد أعطيت درجات الفقرات الـ 87 من خلال مقياس ليكرت الخماسي كما يبين الجدول رقم (3)

جدول 3

مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة				
الاستجابة				
موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة
دائماً	غالباً	أحياناً	نادرًا	أبداً
5	4	3	2	1

يبين الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يبين

الجدول الاستجابة على كل مجال ودرجتها.

صدق الأداة

تم التحقق من الصدق الظاهري، من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في شؤون الدراسات الإعلامية والتخصصات الأخرى، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى المحكمون بضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات، ولقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من أربعة مجالات و (51) فقرة، وبذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري للإستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (ملحق أ).

ثبات الأداة:

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

جدول 4

معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، **Cronbach's Alpha**

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	12	84.8
2	اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	14	86.2
3	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور	12	81.6
4	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها	13	94.4
	الثبات الكلي للأداة	51	92.7

يتضح من الجدول رقم (4) في الملاحق أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (81.6- 94.4) للمجالات الثالث (دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور) والرابع (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (92.7) وهو معامل ثبات عالٍ ويفي بأغراض البحث العلمي.

إجراءات الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- إعداد أداتي الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- قامت الباحثة بتوزيع الأداة إلكترونياً وورقياً ، وقد تم استرجاع (73) الكترونية استبانة صالحة للتحليل من خلال استخدام (google forms) وزعت على جزء من عينة جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني وذلك لصعوبة إكمال توزيع الاستبيان الورقي تبعاً للإجراءات الوقائية التي فُرضت بسبب فايروس كورونا و (203) استبانة ورقية وزعت على عينة الدراسة من جمهور كلا المؤسستين داخل المقرات في محافظة رام الله ليشكل العدد (376) عينة الدراسة.
- مقابلة (5) من مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.
- إدخال البيانات إلى الحاسب، ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

متغيرات الدراسة

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ - المتغيرات الديمغرافية:

- المؤسسة : وله مستويان (جمعية الهلال الأحمر، و وزارة التنمية الاجتماعية)
 - النوع الاجتماعية : وله مستويان (ذكر، وأنثى)
 - سنوات العمر: وله خمسة مستويات (أقل من 20 ، و من 20 - أقل من 30 ، من 30 - أقل من 40، و من 40 - أقل من 5، وأكثر من 50 سنة)
 - المؤهل العلمي : وله خمس مستويات (ثانوية عامة فأقل، ودبلوم، وبكالوريوس، وماجستير، ودكتوراة)
 - قطاع العمل : وله خمسة مستويات (قطاع حكومي، وقطاع خاص، وأعمال حرة، وطالب، وبلا عمل، وغير ذلك)
- ب - المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات المبحوثين من المواطنين على فقرات أداة الدراسة التي تتعلق بمدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها.

المعالجات الإحصائية

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

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.

1. معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار

2. اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample t test وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغير المؤسسة، والنوع الاجتماعي.
3. اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغيرات سنوات العمر، والمؤهل العلمي، وطبيعة العمل.
4. اختبار المقارنات البعدية لمعرفة الفروق بين مستويات المتغيرات التي يوجد بها اختلافات.

الفصل الرابع

عرض النتائج ومناقشتها

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها: (دراسة مقارنة)"، ومن أجل تحقيق ذلك استخدمت الباحثة استبانة مؤلفة من أربعة مجالات و(51) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (376) من المواطنين الفلسطينيين في الضفة الغربية المتعاملين مع مؤسسات الخدمة الاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك تمت مقابلة 5 من مسؤولي العلاقات العامة في وزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية وجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني من خلال 13 سؤال حول هذا الموضوع.

فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية

تمَّ استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة؛ إذ حسبت طول المدى وهو (4 = 1-5) ثم قسمته على 5 فترات (0.8 = 5/4) وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمد الباحث التقدير التالي، للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يلي:

- المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة كبيرة جداً.
- المتوسط الحسابي (3.41- 4.20 ويعادل 68.2%- 84.0) درجة كبيرة.
- المتوسط الحسابي (2.61-3.40 ويعادل 52.2%- 68.0 %) درجة متوسطة.
- المتوسط الحسابي (1.81-2.60 ويعادل 36.2%- 52.0 %) درجة قليلة.
- المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة قليلة جداً.

والجداول التالية توضح ذلك:

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (5) أن مجالات (مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً) كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.26) و(3.51) وهما المجالات (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها) و (اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.88).

جدول 5

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرتبة	رقم المجال	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	3.51	0.83	70.2	كبيرة
2	1	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	2.92	0.75	58.4	متوسطة
3	3	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور	2.84	0.66	56.8	متوسطة
4	4	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها	2.26	0.89	45.2	قليلة
		الدرجة الكلية	2.88	0.52	57.6	متوسطة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

كما أظهرت البيانات أن مجالات (مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً) في جمعية الهلال الأحمر كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.02) و(3.93) وهما المجالات (المحددات التي تؤثر

في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها) و (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.11).

ونتج أن المتوسطات الحسابية لمدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب نوع المؤسسة أن المتوسطات كانت أعلى (لجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني) في المجالات التالية (واتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، الوسائل الاتصالية في للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، ودور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور) بينما كانت أعلى لدى (وزارة التنمية الاجتماعية) في مجال (المحددات التي تؤثر في تواصل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها).

جدول 6

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً (جمعية الهلال الأحمر) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرتبة	رقم المجال	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة
1	2	اتجاهات الجمهور نحو الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	3.93	0.76	78.6	كبيرة
2	1	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	3.19	0.78	63.8	متوسطة
3	3	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور	3.07	0.53	61.4	متوسطة
4	4	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها	2.02	1.08	40.4	قليلة
		الدرجة الكلية	3.11	0.64		متوسطة

أقصى درجة للمجال (5) درجات

أُتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (6) السابق أن مجالات (مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً) في جمعية الهلال الأحمر كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.02) و (3.93) وهما المجالات (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها) و (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية) ، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.11) .

جدول 7

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية نموذجاً (وزارة التنمية الاجتماعية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرتبة رقم	المجال	المتوسط الانحراف النسبة درجة	المتوسط الحسابي المعياري المئوية الموافقة
1	1	اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصالي المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	3.12 0.69 62.4 متوسطة
2	2	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية	2.67 0.62 73.4 متوسطة
3	3	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور	2.57 0.57 51.4 قليلة
4	4	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها	2.48 0.57 49.6 قليلة
		الدرجة الكلية	2.71 0.44 54.2 متوسطة

أقصى درجة للمجال (5) درجات

واتضح من خلال البيانات أن مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية في وزارة التنمية الاجتماعية كما هو موضح في جدول (7) السابق كانت جميعها بين القليلة والمتوسطة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.48) و

(3.12) وهما المجالات (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها) و(اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.71) .

الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8) أن فقرات أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة كانت جميعها بين القليلة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.07) و (4.25) وهما الفقرات (استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة) و (الجأ إلى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.92).

جدول 8

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (ما هي أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة الموافقة
1	1	الجأ إلى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة	4.25	0.91	85.0	كبيرة جداً
2	7	سمعت عن خدمات المؤسسة من خلال معارفي خارج المؤسسة	3.79	1.09	75.8	كبيرة
3	3	استخدم الهاتف للتواصل مع المؤسسة	3.14	1.46	62.8	متوسطة
4	6	اعرف عن برامج المؤسسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني الخاص بها	3.13	1.40	62.6	متوسطة
5	8	عرفت عن المؤسسة عبر التلفاز	3.03	1.36	60.6	متوسطة
6	5	تواكب المؤسسة التطورات التكنولوجية في التواصل مع جمهوره	2.88	1.36	57.6	متوسطة
7	4	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع المؤسسة	2.73	1.45	54.6	متوسطة
8	9	سمعت عن المؤسسة عبر الراديو	2.72	1.35	54.4	متوسطة
8	11	علمت عن المؤسسة من خلال تحولي اليها من قبل مؤسسات اجتماعية أخرى	2.72	1.38	54.4	متوسطة
9	10	تعرفت على المؤسسة من خلال ندوات أو مؤتمرات حضرتها	2.46	1.34	49.2	قليلة
10	12	أتابع اخبار المؤسسة خلال وسائل الاعلام	2.17	1.11	43.4	قليلة
11	2	استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة	2.07	1.24	41.4	قليلة
		الدرجة الكلية	2.92	0.75	58.4	متوسطة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (9) أن فقرات (أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة)

في جمعية الهلال الأحمر كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها

ما بين (2.14) و (4.01) وهما الفقرات (أتابع اخبار المؤسسة خلال وسائل الاعلام) و (الجأ إلى الزيارة الوجيهة

للتواصل مع المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ

(3.19) .

جدول 9

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة (جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط

الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة
1	1	الجأ إلى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة	4.01	1.11	80.2	كبيرة
2	6	اعرف عن برامج المؤسسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني الخاص بها	3.96	1.09	79.2	كبيرة
3	7	سمعت عن خدمات المؤسسة من خلال معارفي خارج المؤسسة	3.88	1.16	77.6	كبيرة
4	3	استخدم الهاتف للتواصل مع المؤسسة	3.78	1.31	75.6	كبيرة
5	5	تواكب المؤسسة التطورات التكنولوجية في التواصل مع جمهوره	3.66	1.20	73.2	كبيرة
6	4	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع المؤسسة	3.43	1.43	68.6	كبيرة
7	8	عرفت عن المؤسسة عبر التلفاز	3.12	1.50	62.4	متوسطة
8	10	تعرفت على المؤسسة من خلال ندوات أو مؤتمرات حضرتها	2.84	1.53	56.8	متوسطة
8	9	سمعت عن المؤسسة عبر الراديو	2.77	1.50	55.4	متوسطة
9	11	علمت عن المؤسسة من خلال تحويلي اليها من قبل مؤسسات اجتماعية أخرى	2.50	1.37	50.0	قليلة
10	2	استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة	2.21	1.38	44.2	قليلة
11	12	أتابع اخبار المؤسسة خلال وسائل الاعلام	2.14	1.27	42.8	قليلة
		الدرجة الكلية	3.19	0.78	63.8	متوسطة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

واتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (10) أن فقرات (أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة) في وزارة التنمية الاجتماعية كانت جميعها بين القليلة والكبيرة جداً، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (1.93) و (4.48) وهما الفقرات (استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة) و (الجأ إلى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.37).

جدول 10

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة) (وزارة التنمية الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الانحراف النسبة درجة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية الموافقة
1	1	الجأ إلى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة	4.48	0.59
2	7	سمعت عن خدمات المؤسسة من خلال معارفي خارج المؤسسة	3.71	1.01
3	8	عرفت عن المؤسسة عبر التلفاز	2.95	1.21
4	11	علمت عن المؤسسة من خلال تحويلي إليها من قبل مؤسسات اجتماعية أخرى	2.93	1.31
5	9	سمعت عن المؤسسة عبر الراديو	2.67	1.26
6	3	استخدم الهاتف للتواصل مع المؤسسة	2.54	1.33
7	6	اعرف عن برامج المؤسسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني الخاص بها	2.35	1.20
8	12	أتابع اخبار المؤسسة خلال وسائل الاعلام	2.20	.94
8	5	تواكب المؤسسة التطورات التكنولوجية في التواصل مع جمهوره	2.13	1.05
9	10	تعرفت على المؤسسة من خلال ندوات أو مؤتمرات حضرتها	2.11	1.00
10	4	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع المؤسسة	2.06	1.13
11	2	استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة	1.93	1.07
		الدرجة الكلية	2.67	0.62
		متوسطة	73.4	

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

تبين أن الزيارة الوجيهة من أفضل الوسائل الاتصالية لدى كلا المؤسستين، إلا أن التطورات التكنولوجية ووسائل التواصل الإجتماعي كانت من أفضل الوسائل الاتصالية لدى جمعية الهلال الأحمر حيث حصلت على نسب مرتفعة، بينما وزارة التنمية الإجتماعية لا تزال تفضل الوسائل الاتصالية التي يمكن وصفها على أنها الأكثر تقليدية كالتلفاز والراديو حيث جاءت بنتائج مرتفعة؛ وهذا يعني أن المؤسسات غير الحكومية تواكب التطورات التكنولوجية، بينما لا في المؤسسات الحكومية.

جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (11) كما هو موضح في الملحق (ب) صفحة 111 أن فقرات (مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.24) و (3.79) وهما الفقرات (تعمل المؤسسة على توجيهي للبرامج التي قد تفيدني) و (أشعر بالرضا تجاه الخدمات التي أتلقاها من المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.51).

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (12) في الملحق (ب) صفحة 112 أن فقرات (مستوى جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) في جمعية الهلال الأحمر كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.47) و (4.17) وهما الفقرات (أشعر بأن معاناتي قلت بعد حصولي على خدمات المؤسسة) و (استطاعت المؤسسة تكوين صورة إيجابية عنها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.93).

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (13) في الملحق (ب) صفحة 113 أن فقرات (مستوى جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) في وزارة التنمية الاجتماعية كانت جميعها متوسطة ، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.62) و (3.66) وهما الفقرات (تقوم بتعريفي على طبيعة الأنشطة التي تقدمها) و (أشعر بأن معاناتي قلت بعد حصولي على خدمات المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.12) .

تبين أن جودة الخدمات في وزارة التنمية الاجتماعية متوسطة بينما كانت لدى جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كبيرة وذلك من وجهة نظر الجمهور، وهذا يعني أن الجمهور يرى أن الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات غير الحكومية أفضل من الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية.

أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (14) في الملحق (ب) صفحة 114 أن فقرات (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (1.95) و (3.55) وهما الفقرات (تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها) و (تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الوجيه في التعامل مع جمهورها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.84).

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (15) في الملحق (ب) صفحة 115 أن فقرات (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) في جمعية الهلال الأحمر كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها

ما بين (2.08) و (3.72) وهما الفقرات (تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها) و (تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الجاهي في التعامل مع جمهورها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.07).

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (16) في الملحق (ب) صفحة 116 أن فقرات (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) في وزارة التنمية الاجتماعية كانت جميعها بين القليلة والمتوسطة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (1.82) و (3.38) وهما الفقرات (تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها) و (تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الجاهي في التعامل مع جمهورها) ، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية قليلة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.57).

ويتبين ممارسة العلاقات العامة للاتصال المتوازن كان أكبر لدى جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني وذلك من وجهة نظر الجمهور، خصوصاً في الفقرات التالية (تعمل المؤسسة على تعديل سياساتها بناءً على آراء الجمهور، تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الالكتروني في التعامل معي، تجري المؤسسة حوارات مع جمهورها)؛ وهذا يعني أن المؤسسات غير الحكومية أفضل من المؤسسات الحكومية في ممارسة الاتصال المتوازن.

المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة ؟

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (17) في الملحق (ب) صفحة 117 أن فقرات (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) كانت جميعها قليلة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (1.87) و (2.54) وهما الفقرات (تؤثر اللغة على تواصل مع المؤسسة) و (أشعر بأن الوسائل الإعلامية تروج بشكل غير

صادق عن المؤسسة.)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية قليلة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.26) .

اتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (18) في الملحق (ب) صفحة 118 أن فقرات (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) في جمعية الهلال الأحمر كانت جميعها بين القليلة جداً والقليلة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (1.77) و (2.24) وهما الفقرات (أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصل مع المؤسسة كونها تتحدث لغة أخرى) و(يشكل الاحتلال الإسرائيلي والحوار عائق أمام تواصل مع المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية قليلة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.02).

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (19) في الملحق (ب) صفحة 119 أن فقرات (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) في وزارة التنمية الاجتماعية كانت جميعها بين القليلة والمتوسطة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (1.95) و (2.90) وهما الفقرات (تؤثر اللغة على تواصل مع المؤسسة) و(أشعر بأن الوسائل الإعلامية تروج بشكل غير صادق عن المؤسسة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية قليلة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.48).

وهذا يعني أن المحددات لا تؤثر على عمل العلاقات العامة لدى المؤسسات غير الحكومية، بينما المؤسسات الحكومية التي أثرت بعض المحددات بنسبة متوسطة على عمل العلاقات العامة لديها.

اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها

1. نوع المؤسسة

لوحظ أنه من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (20) كما هو موضح في الملحق (ب) صفحة 120 وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير نوع المؤسسة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.05) وأن هذه الفروق لصالح مستوى (الهلال الحمر) بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.07) بينما بلغ متوسط مستوى (وزارة التنمية) الحسابي (2.71).

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه توجد فروق في المجالات الأولى (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، والثاني (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، والثالث (دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور)، و الرابع (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها).

2. النوع الاجتماعي

لوحظ أنه من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (21) كما هو موضح في الملحق (ب) صفحة 121 أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير النوع الاجتماعي ، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.263) وهي أكبر من (0.05).

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه توجد فروق في المجالات الأولى (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، والثاني (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، بينما لا توجد فروق في المجال الثالث (دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور)، و الرابع (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها)،

3. العمر

اتضح من الجدول رقم (22) كما هو موضح في الملحق (ب) صفحة 122 وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (سنوات العمر) ، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (23) في الملاحق.

لوحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول (23) في الملحق (ب) صفحة 123 انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير العمر، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.05).

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه توجد فروق في المجالات الأولى (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، و الثالث (دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور)، و الرابع (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها)، بينما لا توجد فروق في المجال الثاني (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)،

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول التالي يوضح

ذلك

يلاحظ من الجدول رقم (24) كما هو موضح في الملحق (ب) صفحة 124 وجود فروق في الدرجة الكلية بين مستويات (أقل من 20 سنة، و من 20 الى أقل من 30 سنة، و من 30 إلى أقل من 40 سنة) ومستويات (من 40 إلى أقل من 50 سنة ، و 50 سنة فأكثر) ولصالح مستويات (ن 40 إلى أقل من 50 سنة ، و 50 سنة فأكثر)

4. المؤهل العلمي

اتضح من الجدول رقم (25) كما هو موضح في الملحق (ب) صفحة 125 وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المؤهل العلمي)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (26) في الملاحق.

لوحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (26) كما هو موضح في الملحق (ب) صفحة 125 وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير المرهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.05).

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه توجد فروق في المجالات الأولى (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، و الثالث (دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور)، والرابع (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها)، بينما لا توجد فروق في المجال الثاني (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)،

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول رقم (27) في الملاحق يوضح ذلك.

لوحظ من الجدول رقم (27) في الملحق (ب) صفحة 126 وجود فروق في الدرجة الكلية بين مستويات (ثانوية فأقل، و بكالوريوس) ومستوى (دكتوراة) ولصالح مستوى (دكتوراة)

5. طبيعة العمل

اتضح من الجدول رقم (28) في الملحق (ب) صفحة 126 وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (طبيعة العمل)، و ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (29) في الملحق (ب) صفحة 127.

لوحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (29) في الملحق (ب) صفحة 127 وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير المرهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.05).

أما بالنسبة لمجالات الدراسة، فإنه توجد فروق في المجالات الأولى (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، و الثالث (دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور)، و الرابع (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها)، بينما لا توجد فروق في المجال الثاني (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)،

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول (30) في الملحق (ب) صفحة 128 يوضح ذلك . يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق في الدرجة الكلية بين مستويات (حكومي، و خاص) ومستوى (بلا عمل) ولصالح مستوى (بلا عمل).

مثالية ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية

استخدمت الباحثة المقابلة بالإضافة إلى الاستبانة للإجابة عن سؤال الدراسة الفرعي السادس، للتوصل إلى نتائج نوعية في الإجابة على السؤال قامت الباحثة بإعداد 13 سؤال لأفراد من مستويين (جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، ووزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية) حول مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية من حيث:

(نوع الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة للتواصل مع جمهورها، مدى استخدام العلاقات العامة للإقناع في التواصل مع الجمهور؟ ونوع هذا الإقناع، و هل تستخدم العلاقات العامة اتصال ثنائي الاتجاه في التواصل مع الجمهور، و ما مدى قدرة العلاقات العامة في الاتصال المباشر بالإدارة العليا، و هل يتمتع قسم العلاقات العامة بالاستقلال أم هو مرتبط بالأقسام الأخرى وما مدى ارتباطه، وهل تقوم العلاقات العامة بإجراء دراسات ومسوحات لجمهور المؤسسة قبل التواصل معه، و هل يشكل النظام الاقتصادي محدد أو معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة، و هل تشكل العوامل السياسية معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة، و هل يشكل النظام الإعلامي في الدولة معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة، و هل تراعي العلاقات العامة الثقافة المجتمعية في التواصل مع جمهورها، و هل تراعي العلاقات العامة المسؤولية الاجتماعية في محتواها ولماذا؟ هل تستفيد العلاقات العامة من برامج الخدمة الاجتماعية في الترويج للمؤسسة، و بناءً على ماذا يوظف موظفو العلاقات العامة في المؤسسة؟ المسكن/ الجنس/ الكفاءات/...، و هل تمتلك العلاقات العامة صلاحيات في توجيه سياسات المؤسسة).

واستخدمت الباحثة لقاءات مباشرة مسجلة لهذا الغرض، وسجلت إجاباتهم على الأسئلة، وقامت بتفريغ إجابات كل سؤال من أسئلة المقابلة، وتصنيفها وتحليلها، والذي ساعد الباحثة في الوصول

إلى نتائج نوعية في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية، ومقارنتها بالنتائج الكمية المتعلقة بالاستبانة، مما يضمن تكاملية البيانات النوعية والكمية والتي تساهم في التعرف على ظاهرة الدراسة، ووضعها في إطارها الصحيح، وتفسير جميع الظروف المحيطة بها، ويعد ذلك بداية الوصول إلى النتائج الدراسية التي تتعلق بالبحث.

الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة للتواصل مع جمهورها
وللإجابة عن هذا السؤال، تم تفرغ استجابات المشاركين في المقابلات من المجموعتين حول أبرز الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة للتواصل مع جمهورها، ثم قامت الباحثة بتحليل الاستجابات بالشكل النوعي كالتالي:

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الأول (ما هي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسة للتواصل مع جمهورها) كانت باتفاق جميع المستجيبين من المجموعتين على استخدام الفيسبوك، وسائل الإعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمكتوبة، و اليوتيوب، والمنشورات، والواتساب.

حيث أوضحت العلاقات العامة أن أبرز وسيلة اتصالية و تفاعلية مع الجمهور هي صفحة الوزارة عبر تطبيق فيسبوك، إضافة إلى أن الوسائل الإعلامية المرئية والمقروءة والمسموعة يتم التواصل معها يومياً لنشر أخبار المؤسسة، وأن العلاقات العامة تستخدم اليوتيوب والمنشورات والاتصال الوجيه من خلال المديرية والأنشطة المختلفة للوزارة. وأكدت مقابلة موظف العلاقات العامة في الوزارة على استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك والواتساب واليوتيوب، ووكالات الأنباء.

كما أن الإدارة العليا في وزارة التنمية الاجتماعية أكدت على أن صفحة وزارة التنمية الاجتماعية على موقع فيسبوك هي المرجع الأساسي لإعلان ما تريده الوزارة وايصاله إلى جمهورها، وأيضًا الموقع الإلكتروني والذي صرح بأنه بحاجة إلى تعديلات عديدة، وأن العلاقات العامة تستخدم البروشورات والرسائل النصية عبر الهاتف المحمول. يتضح من البيانات أن جميع مستجبي وزارة التنمية الاجتماعية يعترفون أن الوسيلة الأكثر فعالية واستخدامًا هي صفحة وزارة التنمية على الفيسبوك، وتليها الوسائل الإعلامية.

بينما أوضحت العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني أن أفضل وسيلة اتصالية وأسرعها هي صفحة جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني على موقع فيسبوك والانستقرام، وأضافت أن العلاقات العامة تستخدم الوسائل الإعلامية والجريدة والمقابلات الجماهيرية من خلال مؤسسات المجتمع، وبينت الإدارة العليا بأن أفضل وسيلة اتصالية للجمعية التعامل المباشر لطواقم الهلال الأحمر الفلسطيني في الميدان مع المستفيدين من الخدمات ونقل العلاقات العامة لتلك الخدمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية، حيث تبين أن جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تهتم بالتواصل التكنولوجي (وذلك من خلال التعاقد مع أخصائية إعلامية تعد الخطط الاستراتيجية للعلاقات العامة والإعلام بالتركيز على وسائل التواصل الاجتماعي).

واتضح من خلال البيانات أن أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية هي وسائل التواصل الاجتماعي. وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة الاستبيان لدى وزارة التنمية الاجتماعية، حيث جاءت مواكبة العلاقات العامة للتطورات التكنولوجية قليلة، وأن الجمهور لا يلجأ إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع المؤسسة، إلا أن نتائج الاستبيان لدى جمعية الهلال الأحمر تتفق مع نتائج المقابلة التي بينت أن الهلال الأحمر يهتم في التطورات التكنولوجية ويستخدم الجمهور وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمعية.

وفي ما يتعلق بالسؤال الثاني : مدى توظيف العلاقات العامة للإقناع في التواصل مع الجمهور؟ و

نوع الإقناع

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثاني (مدى توظيف العلاقات العامة للإقناع في التواصل مع الجمهور؟ وما هو نوع الإقناع) كانت لدى (وزارة التنمية) أنها تستخدم الإقناع، وذلك من خلال الرسائل التي تبثها الوزارة، حيث أوضحت العلاقات العامة في وزارة التنمية الاجتماعية أن تكرار الرسائل للجمهور المستهدف هو الإقناع، وأن العلاقات العامة تستخدم هذا النوع من الإقناع، بينما اتضح من خلال المقابلة الأخرى أن العلاقات العامة لا تستخدم الإقناع ودور العلاقات العامة إيصال الرسالة الصحيحة للجمهور وتقوم بالتسويق لعمل المؤسسة، وأشارت الإدارة العليا إلى أنه يجب على العلاقات العامة استخدام الإقناع، وأن الاستمالات العاطفية على وجه الخصوص تلعب دورًا كبيرًا في التأثير.

ولا يتم توظيف الإقناع من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر. كذلك العلاقات العامة في الهلال الأحمر الفلسطيني أشارت إلى أن العلاقات العامة تستخدم الإقناع على وجه الخصوص الاستمالات الدينية والعاطفية اتجاه الاطفال وأصحاب الإعاقات والمسنين، وأن الإقناع مهم جداً يؤثر على جمهور الجمعية، واختلفت الاستجابة مع استجابة الإدارة العليا التي أوضحت أن الهلال الأحمر الفلسطيني بحكم أنه جزء من حركة دولية يعمل بمبادئ إنسانية لا يلجأ إلى أساليب الإقناع الدينية وغيرها، إنما يلجأ الهلال الأحمر الفلسطيني إلى المنطق من خلال الحقائق؛ يتضح أن هناك اختلافات بين استجابات المبحوثين لدى المؤسستين في استخدام العلاقات العامة للإقناع، إلا أن وجهة نظر الجمهور بينت عدم استخدام العلاقات العامة في المؤسسات للإقناع.

وفي ما يتعلق بالسؤال الثالث : هل تستخدم العلاقات العامة اتصال ثنائي الاتجاه في التواصل مع

الجمهور؟

تبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثالث (هل تستخدم العلاقات العامة اتصال ثنائي الاتجاه في التواصل مع الجمهور) كانت (لا) وهم جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية) وذلك من خلال الرسائل التي تبثها الوزارة للجمهور والتي تتلقى تعليقات سلبية، وكانت استجابة العلاقات العامة لدى وزارة التنمية الإجتماعية أن العلاقات العامة لا تستخدم الاتصال ثنائي الاتجاه، وأن اتصال العلاقات العامة يتم من قبل طرف واحد في الوزارة، وأن العلاقات العامة تغض النظر كونها تتواصل مع الجمهور الخارجي برسائل واضحة، وكانت استجابة الإدارة العليا بأن الاتصال الثنائي يتم عند مجيئ حالة لدى مديريات الوزارة، إضافة إلى قسم الشكاوي.

و(نعم) من قبل المستجيب من جمعية الهلال الأحمر، حيث أشارت العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني أن الاتصال المتماثل الثنائي الإتجاه يتم من خلال الوفود القادمة، للتعرف على المؤسسة، ومن خلال محاضرات النشر والتعميم، وكذلك التعليقات على صفحة الهلال الأحمر الفلسطيني على موقع فيسبوك ليس أكثر، وأوضحت الإدارة العليا بأنه يتم الاتصال بشكل ثنائي الاتجاه، وذلك من خلال التغذية الراجعة من قبل الأفرع والشعب التابعة للجمعية وأخذ العبر منها والتعديل بناءً عليها.

اتضح من البيانات أن العلاقات العامة في وزارة التنمية الاجتماعية الحكومية لا تمارس الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه، وأن جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تمارس الاتصال المتماثل الثنائي الاتجاه. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الاستبيان، حيث بينت استجابات الجمهور أن وزارة التنمية

الاجتماعية لا تمارس الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه، بينما كانت استجابات جمهور جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني أنها تمارس الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه بدرجة متوسطة.

وفي ما يتعلق بالسؤال الرابع : مدى قدرة العلاقات العامة في الاتصال المباشر بالإدارة العليا؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الرابع (ما مدى قدرة العلاقات العامة في الاتصال المباشر بالإدارة العليا) كانت قدرة عالية جداً في الوصول إلى قمة الهرم الإداري عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية)، و كذلك من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر باعتبارها علاقة تبادلية بالكامل.

حيث أكدت العلاقات العامة على أن الاتصال المباشر بالإدارة العليا، كذلك قدرة العلاقات العامة في الوصول إلى بقية الإدارات الأخرى بسلاسة في الوزارة، إلا أنه تبين وجود بعض الإجراءات البيروقراطية التي تحد من مرونة العلاقات العامة في الوزارة، كما أوضحت الإدارة العليا ذلك بحكم أن العلاقات العامة هي واجهة الوزارة، وحدد تواصل العلاقات العامة بالإدارة العليا بالأمور التي تخص التواصل مع الجمهور الخارجي. ويتضح من ذلك أن هنالك قدرة عالية في تواصل العلاقات العامة مع الإدارة العليا، إلا أنها محدودة.

بينما أوضحت العلاقات العامة في الهلال الأحمر الفلسطيني بأنه لا يوجد تواصل مباشر في الإدارة العليا فهو أمر نادر، وأن الاتصال يتم من خلال التسلسل الوظيفي وليس بشكل مباشر، إلا أن الإدارة العليا أوضحت أن هناك علاقة تبادلية مباشرة مع العلاقات العامة في المؤسسة، ويتبين أن هنالك تباين في إجابات العلاقات العامة والإدارة العليا في الجمعية.

وفي ما يتعلق بالسؤال الخامس: هل يتمتع قسم العلاقات العامة بالاستقلال أم هو مرتبط بالأقسام

الأخرى وما مدى ارتباطه؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الخامس (هل يتمتع قسم العلاقات العامة بالاستقلال أم هو مرتبط بالأقسام الأخرى وما مدى ارتباطه) كانت (نعم) إن هناك قسمًا للعلاقات العامة ضمن دائرة العلاقات العامة والإعلام ويرتبط بعلاقة تكاملية بالأقسام الأخرى كونه وحدة متكاملة عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية)، وكذلك (لا) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر حيث بينت العلاقات العامة أنه لا يتمتع قسم العلاقات العامة بالاستقلال، وذلك لقيام العلاقات العامة بالدور الإعلامي للجمعية، كما أوضحت الإدارة العليا ارتباط العلاقات العامة بدرجة وثيقة مع كل الدوائر أولاً في اجتماعات عناية دورية لكل الدوائر في الجمعية، وتشارك فيها العلاقات العامة والإعلام في جمعية الهلال الأحمر؛ أي أنه لا يوجد قسم مستقل للعلاقات العامة في الجمعية.

وفي ما يتعلق بالسؤال السادس: هل تقوم العلاقات العامة بإجراء دراسات ومسوحات لجمهور المؤسسة قبل التواصل معه؟

يتبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال السادس (هل تقوم العلاقات العامة بإجراء دراسات ومسوحات لجمهور المؤسسة قبل التواصل معه) كانت (نعم) عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية) من خلال وحدة التخطيط في الوزارة، وكذلك (لا) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر، وذلك لوضوح رسالة جمعية الهلال الأحمر نحو جمهورها وعدم حاجتها لتوصيل أفكارها في أرضية من المعرفة بالهلال وخدماته وبرامجه.

وفي ما يتعلق بالسؤال السابع: هل يشكل النظام الاقتصادي محدد أو معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال السابع (هل يشكل النظام الاقتصادي محدد أو معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة) كانت (نعم) عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية) من خلال كون شح الموارد عائقاً أمام العمل وتقديم الخدمات للجمهور والأزمات المالية التي تتعرض

الدولة لها، و كذلك (لا) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر، وذلك لأن برنامج الجمعية هو زيادة خدماتها عند تراجع الوضع الاقتصادي للمستفيدين.

وفي ما يتعلق بالسؤال الثامن: هل تشكل العوامل السياسية معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة ؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثامن (هل تشكل العوامل السياسية معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة) كانت (نعم) عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية)، وذلك بسبب الانقسام السياسي في الدولة، وباعتبار الوزارة مؤسسة حكومية تابعة لنظام سياسي الأمر الذي يؤثر على ممارسة العلاقات العامة لدورها بشكل كامل في الدولة، بالإضافة إلى التضييق التي يفرضها الاحتلال في الضفة الغربية الذي يؤثر على تواجد وعمل موظفي العلاقات العامة، وكذلك (لا) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر، كون الجمعية محايدة وتتعامل مع جميع الأطياف السياسية المختلفة.

وفي ما يتعلق بالسؤال التاسع : هل يشكل النظام الإعلامي في الدولة معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة ؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال التاسع (هل تشكل العوامل السياسية معيق لعمل العلاقات العامة في المؤسسة) كانت (نعم) عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية) من خلال اختلاف وسائل الإعلام وتوجهاتها، وكذلك الانقسام والإعلام الحزبي الموجود في الدولة الفلسطينية، مما يؤثر على العملية الاتصالية للعلاقات العامة مع جمهور المستهدف، و كذلك (لا) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر كون الجمعية محايدة ولا تدخل في التناقضات المختلفة.

وفي ما يتعلق بالسؤال العاشر: هل تراعي العلاقات العامة الثقافة المجتمعية في التواصل مع

جمهورها؟

تبين من الجدول السابق أن استجابات عينة الدراسة نحو السؤال العاشر (هل تراعي العلاقات العامة الثقافة المجتمعية في التواصل مع جمهورها) كانت (نعم) عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية) لمراعاتها للعادات والتقاليد والسرية المهنية، و كذلك (نعم) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر كون الجمعية لديها حساسية لمتطلبات المجتمع وخصوصيته والحفاظ على كرامة الناس.

وفي ما يتعلق بالسؤال الحادي عشر: هل تراعي العلاقات العامة المسؤولية الاجتماعية في

محتواها ولماذا؟ هل تستفيد العلاقات العامة من برامج الخدمة الاجتماعية في الترويج للمؤسسة؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الحادي عشر (هل تراعي العلاقات العامة الثقافة المجتمعية في التواصل مع جمهورها) كانت (لا) عند جميع أفراد المجموعة الأولى وزارة التنمية كونها مؤسسة غير ربحية، ونستفيد من من المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها الشركات والمؤسسات الأخرى، وأن العلاقات العامة تستفيد من برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات الأخرى في الترويج عن الوزارة، و (نعم) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال الأحمر كون دورها بالكامل مسؤولية اجتماعية يعني بعض الشركات والمؤسسات بتقول هذا جزء من الموازنة للمشاركة المجتمعية، أما الهلال الأحمر الفلسطيني كل موازنته وأطقمه وامتطوعيه وأبنيته هي للمشاركة المجتمعية، كما تعد العلاقات العامة في الجمعية الترويج بُعدًا أساسيًا في برامج المسؤولية الاجتماعية.

وفي ما يتعلق بالسؤال الثاني عشر: **بناءً على ماذا يوظف موظفو العلاقات العامة في المؤسسة؟**

المسكن/ الجنس/ الكفاءات/...؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثاني عشر (بناءً على ماذا يوظف موظفو العلاقات العامة في المؤسسة؟ المسكن/ الجنس/ الكفاءات/...) كانت (ليس (المسكن والجنس) ولكن الكفاءات) عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية) وذلك كون التوظيف في المؤسسات الحكومية الفلسطينية يتم من خلال ديوان الموظفين، كما تبين أنه إضافة إلى الكفاءات يجب أن ينتمي الفرد إلى تنظيم سياسي محدد، وكذلك (الكفاءات) من قبل المستجيب من جمعية الهلال الأحمر، حيث أوضحت الإدارة العليا ذلك بأن التوظيف تخصص به لجان مكلفة بذلك تبحث عن الكفاءات بعيداً عن الجنس والدين والمسكن، إلا أن العلاقات العامة أوضحت أن هناك تفاوتاً بين الجنسين في الوظائف داخل المؤسسة لصالح السيدات، وسبب ذلك يكون الإناث في المجتمع ذات أجور أقل وأقل مناكفات مع الإدارة، بالإضافة إلى ضرورة توافر اللغة الانجليزية والثقافة.

وفي ما يتعلق بالسؤال الثالث عشر: **هل تمتلك العلاقات العامة الصلاحيات في توجيه سياسات**

المؤسسة؟

تبين من استجابات عينة الدراسة نحو السؤال الثالث عشر (هل تمتلك العلاقات العامة الصلاحيات في توجيه سياسات المؤسسة؟) كانت (ليس في كل الحالات) عند جميع أفراد المجموعة الأولى (وزارة التنمية) وذلك كون الوزير يعطي رأيه في بعض الأمور، لأنه لا نستطيع تغيير أو سن قانون معين إلا بالإجماع والتوافق في كل إدارة، وأن العلاقات العامة تلعب دور النصح للإدارة العليا؛ أي أن العلاقات العامة لا تمتلك الصلاحيات بشكل مباشر في رسم السياسات داخل الوزارة، واتضح أن الإدارة العليا تعد العلاقات العامة والإدارات الأخرى شريكة في صنع السياسات، يتم ذلك من خلال الاجتماعات الدورية للإدارات، وكذلك (مشاركة الجميع) من قبل المستجيبين من جمعية الهلال

الأحمر، كون الجمعية تتبنى المشاركة الجماعية سواء بمرحلة التفكير بصوت عالٍ في مشاركة فعالة من العلاقات العامة للتأثير في المشاركة؛ أي أن العلاقات العامة في الجمعية تكون بصورة المشارك ليس إلا، وغير مخولة باتخاذ أو رسم سياسات الجمعية.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

المقدمة

بعد أن قامت الباحثة بتحليل البيانات كمياً ونوعياً، اتضح أن أكثر الوسائل الإتصالية استخداماً لدى العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الإجتماعية الحكومية وغير الحكومية وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، وأن جمهور تلك المؤسسات راضون عن الخدمات المقدمة، إضافة إلى أن العلاقات العامة لديها مستويات منخفضة في الالتزام بمبادئ التميز. لذلك يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت في "فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها: (دراسة مقارنة)"، وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من التساؤلات، وستحاول الباحثة مناقشة هذه النتائج لإبراز أهم النتائج، والتي ستبنى عليها التوصيات المختلفة.

مناقشة نتائج أسئلة الاستبانة

فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية؟

أشارت النتائج أن مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، وهما المجالات (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها) و (اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة.

أما المجال الذي حصل على درجة استجابة كبيرة فهو المجال الثاني اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية)، و أما المجالات التي حصلت على درجة استجابة متوسطة فهي: (الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية) يليه مجال (دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور)، وجاء في المرتبة الأخيرة وبدرجة قليلة مجال (المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها)

واتضح من البيانات أن مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمة الاجتماعية في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كانت جميعها بين القليلة والكبيرة، وأعلىها (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، دور العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور) وأدناها (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية).

بينما المجالات لدى وزارة التنمية كانت جميعها بين المتوسطة والقليلة، وأعلىها (اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية) وأدناها (دور العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور، المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن مؤسسات الخدمة الاجتماعية تمتلك جمهورًا بحاجة إلى الخدمات التي تقدمها، وتعمل بمبادئ إنسانية غير ربحية، مما يفسر رضا الجماهير إلى حد ما اتجاه

الخدمات المقدمة من قبل هذه المؤسسات. كما جاءت نتيجة الوسائل الاتصالية بدرجة متوسطة؛ وذلك لصعوبة طبيعة الجمهور المستهدف في قدرته على استخدام ومواكبة الوسائل الاتصالية، إضافة إلى عدم دراسة العلاقات العامة للوسائل الاتصالية الأنسب للتواصل مع جمهورها في جمعية الهلال الأحمر ووزارة التنمية، والاكتفاء باستخدام الوسائل المتعارف عليها، الأمر الذي يوضح درجة استجابات الجمهور، كذلك مجال الاتصال المتوازن مع الجمهور، فالعلاقات العامة تبذل جهوداً في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور، الأمر الذي تبين في درجة استجابات الجمهور، إلا أن العلاقات العامة غير قادرة على تحقيقه بالشكل الكامل، وذلك بسبب سياسات مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية.

كما أن المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة كما وردت في نظرية التميز التي وظفتها الباحثة في الدراسة تبين أنها لا تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية بدرجة مرتفعة إنما بدرجة متوسطة داخل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية في فلسطين، ولم تؤثر على العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية غير الحكومية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة عاشور، أبو عرجة (2020) التي أظهرت أن هناك وعياً لدى دوائر العلاقات العامة بأهمية النشر والتواصل مع جماهيرها الداخلية والخارجية، ومع نتيجة دراسة ماضي و مسطر (2017) التي أظهرت أن العلاقات العامة في الجمعية تمتلك مكانة مهمة، وذلك كونها تلعب أدواراً فعالة تعود بالفائدة الواسعة على الجمعية، ومع نتيجة دراسة 2020 (Vagiz G. Gimaliev وآخرون) التي أظهرت أن إدارة العلاقات العامة لمؤسسات الخدمة الاجتماعية يحسن من الرأي العام في المجتمع تجاه الخدمة الاجتماعية، وتشكل صورة إيجابية للمؤسسات، ومع نتائج دراسة 2020 (EnginÇelebi) التي أظهرت أن عملية التواصل تلعب دوراً

مهمًا في علاقات المؤسسات العامة مع جمهورها، فهي تساهم في تكوين صورة إيجابية تجاه المؤسسات.

أما بالنسبة للأسئلة الفرعية ومجالات الدراسة، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

1. أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة كان أعلى الفقرات (الجا إلى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة، و سمعت عن خدمات المؤسسة من خلال معارفي خارج المؤسسة، و استخدم الهاتف للتواصل مع المؤسسة) وأدناها (استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة، و أتابع أخبار المؤسسة خلال وسائل الإعلام، و تعرفت على المؤسسة من خلال ندوات أو مؤتمرات حضرتها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة.

وجاءت نتيجة السؤال الفرعي الأول الذي يتعلق ب أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كان أعلى الفقرات (الجا الى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة، أعرف عن برامج المؤسسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، سمعت عن خدمات المؤسسة من خلال معارفي خارج المؤسسة، واستخدم الهاتف للتواصل مع المؤسسة، وتواكب المؤسسة التطورات التكنولوجية في التواصل مع الجمهور) وأدناها (أتابع أخبار المؤسسة من خلال وسائل الإعلام، استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة، ومن خلال تحولي إليها من قبل مؤسسات اجتماعية أخرى) وكانت الاستجابة بالدرجة الكلية متوسطة.

وتعزو الباحثة النتيجة إلى أن الاتصال الوجيه ذو تأثير وأهمية مرتفعة في التعامل مع جمهور المؤسسة، كما أن المؤسسة تعنى باللقاءات الجماهيرية كما تبين في المقابلة، و أن جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تهتم بمواكبة التطورات في الوسائل الاتصالية، والتي بدورها تهتم في التواصل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وهذا ما اتضح من خلال استجابات جمهور المؤسسة والمقابلة،

كما تلعب العلاقات العامة دوراً فعالاً في بناء سمعة المؤسسة من خلال أنشطتها وخدماتها المختلفة في الميادين، الأمر الذي تبين في فقرة السماع عن المؤسسة من خلال المعارف. بينما جاءت الوسائل الإعلامية بأدنى الدرجات، وتعزو الباحثة ذلك إلى تغيب عينة الدراسة عن متابعة الوسائل الإعلامية، بسبب دخول وسائل التواصل الاجتماعية الذي يعد استخدامها أسهل وأسرع. بينما كان الموقع الإلكتروني الخاص بجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني ضمن الفقرات الأدنى، تفسر الباحثة ذلك إلى جمود الموقع الويب، بالإضافة إلى أنه يقدم معلومات فقط دون وجود ساحة لردود وتعليقات الجمهور ووجود وسائل اتصالية أسهل في الاستخدام والتواصل.

بينما جاءت نتيجة السؤال الفرعي الأول الذي يتعلق ب أفضل الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في وزارة التنمية الفلسطينية كان أعلى الفقرات (أجأ الى الزيارة الوجيهة للتواصل مع المؤسسة، سمعت عن خدمات المؤسسة من خلال المعارف خارج المؤسسة، عرفت عن المؤسسة عبر التلفاز، علمت عن المؤسسة من خلال تحويلي إليها من قبل مؤسسات أخرى، سمعت عن المؤسسة عبر الراديو) وأدناها (استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة، استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع المؤسسة، تعرفت على المؤسسة من خلال ندوات ومؤتمرات، أعرف عن برامج المؤسسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي) وكانت الاستجابة بالدرجة الكلية متوسطة.

وتعزو الباحثة النتيجة إلى أن - كما ذكر سابقاً - أهمية الإتصال الوجيه على وجه الخصوص في التعامل مع الفئات الضعيفة والمهمشة، بالإضافة إلى كون وزارة التنمية الفلسطينية تشكل مكانة تكاملية في الدولة، لذلك تتدخل في شؤون كل مواطن محتاج في الدولة الأمر الذي تبين في فقرة المعارف، و وجود قنوات تلفزيونية تابعة للدولة، هذا ما يفسر النسب المرتفعة في وسيلتي الاتصال

التلفزيون والراديو، إلا أن جمهور الوزارة لا يستخدم الموقع الإلكتروني الخاص بوزارة التنمية الفلسطينية ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال، وتعزو الباحثة ذلك إلى عدم الاهتمام من قبل الوزارة في تفعيل المواقع الإلكترونية، وأكدت مقابلة الإدارة العليا في الوزارة على ذلك.

اتفقت الدراسة مع دراسة فتح الرحمن وآخرون (2020) في أن وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الأكثر استخداماً في التواصل مع الجمهور، وتبين ذلك في نتائج الاستبيان والمقابلات لجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، حيث حصلت على نسبة كبيرة في استجابات الجمهور، إلا أنها تختلف ونتائج الاستبيان الخاصة بوزارة التنمية الاجتماعية التي حصلت على نسبة قليلة، وتتفق النتائج مع دراسة عبد الحفيظ (2019) في أن الاتصال الشخصي يلعب دوراً في نجاح الأنشطة الخيرية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في تفعيل العمل الجماعي.

وانتقلت مع دراسة الخوالدة (2018)، والتي بينت أن الجمهور لديه تعامل شخصي مع المنظمات الدولية، كذلك تستخدم العلاقات العامة وسائل اتصالية متعددة، منها: الهاتف ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث حصلت فقرة الزيارة الوجيهة واستخدام الهاتف ومواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمعية على نسبة كبيرة في استجابات الجمهور لدى جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني، وعلى نسبة كبيرة جداً لدى جمهور وزارة التنمية الاجتماعية في الاتصال الوجيه، إلا أنها تختلف مع نتائج وزارة التنمية الاجتماعية في استخدام الهاتف ووسائل التواصل الاجتماعي التي حصلت على نسبة قليلة في استجابات الجمهور.

كما اتفقت مع دراسة ماضي ومسطر (2017) التي بينت أن العلاقات العامة تمتلك علاقات متينة مع الوسائل الإعلامية المحلية، تبين ذلك في المقابلات، حيث تلجأ كلتا المؤسستين إلى الوسائل الإعلامية بشكل دوري لنشر أخبار المؤسسة، إلا أنها تختلف مع نتائج الاستبيان التي أوضحت أن

الجمهور يلجأ بنسبة قليلة إلى متابعة أخبار المؤسسة عبر وسائل الإعلام في المؤسسات، واتفقت دراسة Hryhoriy (2019) مع نتائج الاستبيان والمقابلة في أن الإعلانات التلفزيونية والإذاعية هي أكثر الوسائل الاتصالية فعالية حيث كانت النتيجة كبيرة، بينما اختلفت مع نتائج الاستبيان الخاص بجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني التي حصلت على نسبة متوسطة.

2. مستوى جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية

حسب اتجاهات الجمهور جاءت نتيجة السؤال بين المتوسطة و الكبيرة وأن أعلاه فقراتها (أشعر بالرضا تجاه الخدمات التي أتلقاها من المؤسسة، و استطاعت المؤسسة الوصول إلي بسهولة، واستطاعت المؤسسة تكوين صورة إيجابية عنها)، وأدناها (تعمل المؤسسة على توجيهي للبرامج التي قد تفيدني، و تقوم بتعريفي على طبيعة الأنشطة التي تقدمها، و أشعر بأن المؤسسة ساهمت بجعلي فرد فعال داخل مجتمعي) وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

جاءت نتيجة السؤال الفرعي الثاني مستوى جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كانت جميعها كبيرة وكانت أعلاها (استطاعت المؤسسة تكوين صورة إيجابية عنها) وأدناها (أشعر بأن معاناتي قلت بعد حصولي على خدمات المؤسسة) وكانت الاستجابة بالدرجة الكلية كبيرة.

تعزو الباحثة النتيجة إلى أن جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني قادرة على معرفة جمهورها وطرق التواصل معه بناءً على أهداف الجمعية، إضافة إلى كونها تابعة إلى اتحاد عالمي يعمل بمبادئ إنسانية صحية، مما يدل على أن الجمعية تمارس دورها بفعالية في المجتمع الفلسطيني ملبية لأهداف الجمعية.

كما جاءت نتيجة السؤال الفرعي الثاني الذي يتعلق ب مستوى جودة الاتصال المؤسسي التي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور في وزارة التنمية الإجتماعية كانت جميعها متوسطة وكان أعلاها (أشعر بأن معاناتي أصبحت أقل بعد حصولي على الخدمات المؤسسة) وأدناها (تقوم المؤسسة بتعريفي على طبيعة الأنشطة التي تقدمها) وكانت الاستجابة الكلية متوسطة.

تعزو الباحثة النتيجة إلى أن وزارة التنمية الفلسطينية جهة حكومية، وباعتبار دولة فلسطين من الدول النامية في العالم والتي لا تمتلك ميزانية كافية لتغطية كافة الخدمات التي تلبي احتياجات ورغبات جمهورها المستهدف، إلا أن الوزارة تعمل بأقصى قدرة لديها لتحقيق أهدافها من خلال تعريف الجمهور بكافة خدمات الوزارة المتاحة وطبيعتها وتخفيف معاناة جمهور المؤسسة.

تتفق هذه الدراسة مع دراسة Engin celebi (2020) التي أظهرت أن عملية التواصل تلعب دوراً مهماً في علاقات المؤسسات العامة مع الجمهور، فهي تساهم في تكوين صورة إيجابية تجاه المؤسسات، حيث بينت استجابات الجمهور أن المؤسسات استطاعت تكوين صورة إيجابية عنها، تتفق الدراسة مع دراسة الخوالدة، سليمان (2018) التي بينت أن تقديم الخدمات والمقابلات والزيارات كانت سبباً في نجاح العلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور، وتختلف الدراسة مع دراسة فتح الرحمن، عثمان، داوود (2020) التي أظهرت أن هناك حالة من عدم الرضا تجاه العلاقات العامة في مؤسسات الرعاية.

3. أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور جاءت نتيجة السؤال بين القلية والكبيرة وأن أعلى فقراتها (تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الوجيه في التعامل مع جمهورها، و تقوم المؤسسة بالاتصال بشكل مباشر مع جمهورها، و تقوم

المؤسسة بالتواصل معي عند وجود خدمات جديدة قد تقيديني)، وأدناها (تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها، و تلجأ المؤسسة إلى استخدام أسلوب الإقناع في تواصلها معك).

حيث جاءت نتيجة السؤال الفرعي الثالث حول أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كانت جميعها بين القليلة والكبيرة وكانت أعلاها (تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الوجيه في التعامل مع جمهورها) وأدناها (تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها) وكانت الاستجابة بالدرجة الكلية متوسطة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج المقابلة التي أوضحت أن العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تمارس الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني تقوم بممارسة الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه مع جمهورها، فهي تهتم بالاتصال الوجيه، وذلك تبعاً لطبيعة ممارسة الجمعية لأنشطتها والخدمات التي تقدمها، كذلك تقوم بتوجيه المستفيدين إلى الأنشطة التي تناسبهم، كما تأخذ برأي جمهورها ، الأمر الذي تبين في استجابات الجمهور، مما يؤكد أن جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني يلجأ إلى الإتصال المتماثل في التواصل مع جمهورها المستهدف لتلبية احتياجات وتحقيق أهداف الجمعية وجمهورها، إلا أن نتائج المقابلة أوضحت أن العلاقات العامة تبذل جهوداً في ممارسة الاتصال المتماثل، إلا أنها لا تقوم به بشكل كامل إنما في الموافق التي تحتاج إلى ذلك. كما توضح الباحثة تدني الاستجابة في فقرة فرض الخدمات على جمهورها ، وذلك لأن الجمهور المستهدف بحاجة إلى خدمات الجمعية، فهي لا تقدم خدمات كمالية أو ترفيهية بل خدمات هي اجتماعية انسانية صحية.

بينما جاءت نتيجة السؤال الفرعي الثالث حول أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور في وزارة التنمية الفلسطينية كانت جميعها بين

القليلة والكبيرة وكانت أعلاها (تهتم المؤسسة باتتبع الاتصال الوجيه في التعامل مع جمهورها) وأدنها (تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها) وكانت الاستجابة بالدرجة الكلية قليلة، واتفقت نتائج الاستبيان مع نتائج المقابلة التي أوضحت أن العلاقات العامة لدى وزارة التنمية الاجتماعية لا تمارس الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه.

وتعزو الباحثة النتيجة إلى أن وزارة التنمية الفلسطينية تهتم بالاتصال الوجيه مع جمهورها، لكون نهج عمل الوزارة قائم على الزيارات الميدانية والمنزلية للجمهور المستهدف، لذلك كان من المتوقع أن تأتي هذه الفقرة بنسبة كبيرة إلا أنها جاءت بنسبة متوسطة، وذلك بسبب مواجهة الجمهور صعوبة في التواصل مع المؤسسة، على الرغم من أن نتيجة فقرة إجراء الوزارة حوارات مع الجماهير كانت متوسطة، إلا أن الجمهور يرى أن وزارة التنمية الاجتماعية لا تقوم على تعديل سياساتها بناء على آراء الجمهور، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الوزارة غير قادرة على تلبية كافة احتياجات الجمهور فهي تقدم الخدمات المتاحة ولديها القدرة على تقديمها، ويتبين من ذلك أن العلاقات العامة في وزارة التنمية الفلسطينية لا تمارس الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه في تحقيق أهداف الوزارة.

أشارت النتائج إلى ممارسة العلاقات العامة في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور، وفقاً لنظرية التميز في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كمؤسسة غير حكومية ووزارة التنمية الفلسطينية كمؤسسة حكومية، كانت أكبر لصالح جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني وذلك من وجهة نظر الجمهور.

4. المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة جاءت نتيجة السؤال قليلة و أن أعلى الفقرات (يشكل عدم معرفتي الكاملة حول كيفية حصولي على الخدمات عائق أمام تواصلني مع المؤسسة، و أشعر بأنني لا أستطيع إدراك دوري في الخدمة المقدمة ما يشكل عائقاً أمام تواصلني مع المؤسسة) في المقابل كانت أدنى

الفقرات (تؤثر اللغة على تواصل مع المؤسسة، و أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصل مع المؤسسة كونها تتحدث لغة أخرى، و تسهل وسائل الإعلام تواصل مع المؤسسة، و تؤثر ثقافة مجتمعي تواصل مع المؤسسة، و تؤثر الأوضاع السياسية على تواصل مع المؤسسة).

جاءت نتيجة السؤال الفرعي الرابع حول المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني كانت جميعها بين القليلة و القليلة جداً وكانت أعلاها (يشكل الاحتلال الاسرائيلي والحواجز عائق أمام تواصل مع المؤسسة) وأدناها (أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصل مع المؤسسة كونها تتحدث لغة أخرى) وكانت الاستجابة بالدرجة الكلية قليلة.

تعزو الباحثة النتيجة إلى أن نتيجة المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني جميعها بنسب متدنية، وهي الثقافة واللغة و الحراك والمتغيرات الاقتصادية والمتغيرات السياسية ونظم وسائل الإعلام ومستوى التنمية، يعود ذلك إلى أنه في بداية اللغة والثقافة لكون الهلال الأحمر الفلسطيني يعتمد اللغة العربية اللغة الرسمية لها، إضافة إلى أن الثقافة المجتمعية لا تؤثر على التواصل والوصول للجماهير، كونها تمتلك صورة وسمعة إيجابية في المجتمع ، وأن طبيعة عينة الدراسة التي تحتاج إلى الخدمات بالدرجة الأولى، كما أن تواجد جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني على مستوى واسع من الأراضي الفلسطينية وقدرتها على الوصول الى جمهورها ، إضافة إلى التمويل من الاتحاد العالمي والتمويل الخارجي والداخلي للجمعية يحد من جعل المتغيرات الاقتصادية ذو عائق لممارسة العلاقات العامة لدورها، كما أن القانون الدولي الإنساني يضع بعض القيود على ممارسات الاحتلال الاسرائيلي في فلسطين ويحمي بدرجة معينة أعضاء الهلال الأحمر الفلسطيني والحيادية في العمل، الأمر الذي يفسر انخفاض تأثير المتغيرات السياسية على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة، إضافة إلى أن نظم وسائل الإعلام لا تشكل

عائقاً أمام ممارسة العلاقات العامة في الجمعية، بحكم إحدى أهم مبادئ الجمعية الحياد، مما يمكنها من الوصول لأي جهة إعلامية، ويجردها من الانتماءات والانحياز لجهات معينة، وبالتالي سهل ممارسة العلاقات العامة لدورها في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني.

جاءت نتيجة السؤال الفرعي الرابع حول المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في وزارة التنمية الفلسطينية كانت جميعها بين المتوسطة و القليلة وكانت أعلاها (أشعر بأن الوسائل الإعلامية تروج بشكل غير صادق عن المؤسسة) وأدناها (تؤثر اللغة على تواصل مع المؤسسة) وكانت الاستجابة بالدرجة الكلية قليلة.

تعزو الباحثة نتيجة الترويج بشكل غير صادق في الوسائل الإعلامية للوزارة التي جاءت بنسبة متوسطة إلى أن الوزارة غير قادرة على تلبية جميع احتياجات الجمهور، مما ولد شعور لدى جمهور المؤسسة بأن هنالك ترويجاً غير صادق للوزارة عبر الوسائل الإعلامية، كما جاءت استجابات الجمهور على المتغيرات الاقتصادية بنتيجة متوسطة، وذلك باعتبار الفئة المستهدفة لوزارة التنمية ضمن الطبقة الفقيرة، بالإضافة إلى وجود مديريات في مناطق محددة تابعة لوزارة التنمية مما قد يؤثر على قدرة تواصل الجمهور مع المؤسسة مؤدياً إلى اعتباره محددًا لعمل العلاقات العامة في الوزارة، وحلصت اللغة والثقافة على نسب متدنية في استجابات الجمهور لاعتبار الوزارة مؤسسة وطنية تستخدم اللغة العربية كلغة رسمية لها، كذلك المتغيرات السياسية التي جاءت بنسبة متدنية كونها تعمل في الأراضي الفلسطينية بصلاحيات محددة إضافة إلى أن الوزارة تعمل ضمن المنظومة السياسية للدولة مما يلعب دور كبير في تأثير ودمج عمل المؤسسة بالأوضاع السياسية للدولة، كذلك نظم الوسائل الإعلامية باعتبار الوزارة جهة حكومية تمتلك وسائل إعلامية خاصة بها، ويلجأ الجمهور إليها بسهولة، مما يفسر عدم اعتباره كمحدد لعمل العلاقات العامة في الوزارة.

بيد أن نتائج المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة، وفقاً لنظرية التميز في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني ووزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية، جاءت النتائج لتبين أن تلك المحددات لا تؤثر على عمل العلاقات العامة في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني غير الحكومية، بينما كانت نظم وسائل الإعلام والمتغيرات السياسية ومستوى التنمية محددًا لعمل العلاقات العامة من وجهة نظر جمهور وزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية الحكومية. يتضح من ذلك أن نتائج الدراسة تختلف مع نموذج العلاقات العامة العالمية، فالمحددات لا تنطبق جميعها على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الرحيم، و داد(2019) التي أظهرت أنه لا تزال العلاقات العامة تواجه بعض التحديات في العمل داخل تلك المؤسسات.

5. اتجاهات عينة الدراسة نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها باختلاف (المؤسسة (الهلال الأحمر، وزارة التنمية)، النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، طبيعة العمل)؟) جاءت نتيجة السؤال بوجود اختلافات بين جمعية الهلال الأحمر ووزارة التنمية ولصالح جمعية الهلال الأحمر، ووجود اختلافات الذكور والإناث ولصالح الذكور، ووجود اختلافات بين مستويات العمر المختلفة ولصالح الأعمار الكبيرة، ووجود اختلافات بين مستويات المؤهلات العلمية ولصالح المؤهلات العليا ووجود اختلافات بين مستويات طبيعة العمل ولصالح مستوى (بلا عمل).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن جمهور الهلال الأحمر والذكور وذوي الأعمار العليا والمؤهلات العليا، ومن هم بلا عمل لديهم أدراك أكبر من غيرهم نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها كونهم أكثر تفهماً لعمل تلك الدوائر، لأنهم أكثر احتكاكاً بهم وأكثر معرفة بعملهم من غيرهم من المستويات المختلفة.

6. مثالية ممارسة عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في مؤسسات قيد

الدراسة

اتضح من خلال استجابة أفراد عينة الدراسة لُبعد إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لكلا المؤسسات الحكومية والغير حكومية، أنه يتم إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، لكنه ليس بكل الحالات ، ويتم إشراكها من خلال اجتماعات دورية مع الإدارة العليا، وذلك مع بقية دوائر المؤسسة.

تعزو الباحثة لذلك إلى أن الإدارة العليا ترى العلاقات العامة على أنها واجهة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي أكثر من كونها شريكة ولها دور داخل المؤسسة، إضافة إلى أن العلاقات العامة تمارس دور النصح للإدارة العليا باعتبارها الأكثر مشاركة وإطلاعاً على عمل المؤسسة مع الجمهور الداخلي والخارجي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Bashir (2019) وأن ممارسي العلاقات العامة أقل انخراطاً في الإدارة الاستراتيجية.

كما اتضح من خلال استجابة أفراد عينة الدراسة لُبعد ارتباط ممارسي العلاقات العامة ارتباطاً وظيفياً في الإدارة العليا لدى المؤسسة الحكومية، فالعلاقات العامة ترتبط بشكل مباشر مع الإدارة العليا بوجود بعض الإجراءات البيروقراطية التي تحد من مرونة عمل العلاقات العامة.

تعزو الباحثة ذلك إلى أنه يوجد ارتباط مباشر مع الإدارة العليا، وذلك لمعرفتها بدور العلاقات العامة في المؤسسة، إضافة إلى طبيعة عمل المؤسسات الحكومية والبروتوكولات الخاصة بها حيث أنه يمنع التواصل مع الجمهور الخارجي بأية طريقة كانت إلا من خلال العلاقات العامة في المؤسسة (مقابلة السيد خيرى برغوثي) الأمر الذي يحتم وجود علاقة مباشرة بين العلاقات العامة والإدارة العليا.

إلا أن استجابات أفراد عينة الدراسة لُبعد ارتباط ممارسي العلاقات العامة ارتباطاً وظيفياً في الإدارة العليا لدى المؤسسة غير الحكومية كانت بعدم وجود ذلك الارتباط المباشر في الإدارة العليا، وتبين أنه أمر نادر الحدوث لدى العلاقات العامة، حيث يتم الإتصال من خلال التسلسل الوظيفي في المؤسسة مع الإدارة العليا.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة عاشور، أبو عرجة (2020) التي أظهرت أنه يوجد تقيد من قبل الإدارة على المواد الإعلامية التي بدورها تشكل تحدي لعمل العلاقات العامة في المؤسسة. تعزو الباحثة ذلك إلى جهل الإدارة العليا بدور العلاقات العامة في المؤسسة الغير حكومية؛ أي أن هناك تغيّباً لدورها في الأعمال التنظيمية، وحصر عمل العلاقات العامة في الأنشطة والفعاليات والتنسيق وإيصال المعلومات للجمهور الخارجي.

واتضح من خلال استجابة أفراد عينة الدراسة لُبعد تكاملية العلاقات العامة والعلاقات العامة كوظيفة إدارية منفصلة ان العلاقات العامة لدى المؤسسة الحكومية تتمتع بالاستقلال الوظيفي، وترتبط بعلاقة تكاملية مع الأقسام الأخرى داخل المؤسسة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الرحيم، وداد(2019) التي أظهرت أن هناك علاقة ترابطية بين دائرة العلاقات العامة وإدارات المؤسسة الأخرى. تتفق هذه النتيجة مع دراسة عبد الرحيم (2019) التي أظهرت أن هناك علاقة ترابطية بين دائرة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة. الأمر الذي لم نجده لدى المؤسسة الغير حكومية حيث تبين أن العلاقات العامة لا تتمتع بالاستقلالية وتقوم بأدوار ووظائف أخرى في المؤسسة. تعزو الباحثة ذلك إلى أن المؤسسات غير الحكومية تفتقر إلى الوعي بدور العلاقات العامة.

وتبين من خلال استجابة أفراد عينة الدراسة لُبعد أن يرأس العلاقات العامة مدير مهني محترف وليس شخصاً فنياً، وقسم إداري لديه المعرفة اللازمة لممارسة الدور الإداري، لكلا المؤسستين

الحكومية وغير الحكومية أنه لم يتم مراعاة ذلك، لكون العلاقات العامة في المؤسسات تهتم في الأمور الفنية أكثر من الإدارية والتنظيمية، حيث أوضحت الإدارة العليا لدى جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني أن العلاقات العامة لا تتدخل في الأزمات التي تتعرض لها الجمعية على سبيل المثال، إنما يتم التعامل معها من قبل الإدارة العليا (مقابلة السيد مأمون العباسي)، كذلك تبين لدى وزارة التنمية الاجتماعية أن الوزارة في الغالب لا تدعم العلاقات العامة مادياً بالقدر المطلوب (مقابلة السيد خيرى برغوثي)، إضافة إلى أن تعيين الموظفين من غير المتخصصين في العلاقات العامة في كلا المؤسسات أدى إلى انخفاض أداء العلاقات العامة.

إضافة إلى أنه من خلال استجابة أفراد عينة الدراسة لُبعد نموذج الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة، اتضح أنه في المؤسسة الحكومية العلاقات العامة لا تستخدم النموذج المتماثل ثنائي الإتجاه، وتعزو الباحثة ذلك إلى كون العلاقات العامة لا تستمع إلى آراء جمهورها وتتجاهل الانتقادات. بينما أوضحت استجابة أفراد عينة الدراسة لدى المؤسسة غير الحكومية أن تمارس الاتصال المتماثل، وتعزو الباحثة ذلك إلى اعتبار الجمعية آراء جمهورها كتغذية راجعة والاستفادة منها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الاستبيان التي أوضحت أن المؤسسة الحكومية لا تمارس الاتصال المتماثل، وأن غير الحكومية تمارسه.

كما اتضح من خلال استجابة أفراد عينة الدراسة لُبعد التنوع والكفاءة الوظيفية لدى كلتا المؤسسات الحكومية وغير الحكومية أنه يتوجب تواجد الكفاءة الوظيفية لدى العاملين في العلاقات العامة، إلا أن هنالك بعض الانحيازات، فبدا للمؤسسة الحكومية ضرورة الانتماء إلى تنظيم معين، باعتبارها مؤسسة حكومية تابعة للدولة، كذلك لدى المؤسسة غير الحكومية التي تبين أنها تفتقر إلى التنوع لدى موظفي العلاقات العامة، حيث أن موظفي العلاقات العامة في الجمعية تقتصر على الموظفين الإناث.

تعزو الباحثة ذلك إلى أن المناخ السياسي في الدولة الفلسطينية يُصعب عمل المؤسسات الحكومية بمعزل عن التوجهات السياسية، بالإضافة إلى أن هنالك بعض الاعتبارات الاجتماعية التي أثرت على التنوع الوظيفي لدى دوائر العلاقات العامة في المؤسسة الغير حكومية. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة Bashir (2019) التي أظهرت أن مهنة العلاقات العامة تظهر مستويات منخفضة من الالتزام بالمبادئ العامة للتميز، وعدم فهم الإدارة العليا للعلاقات العامة. إضافة إلى أن هذه النتيجة تتفق مع دراسة Vigiz (2020) والتي بينت أن مديري مؤسسات الخدمة الاجتماعية يجهلون أهمية الاتصال مع الجماهير الخارجية وأساليب العلاقات العامة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Engin (2020) التي بينت أن العلاقات العامة في الإدارة ليست فعالة في عملية صنع القرار في المؤسسات العامة وذلك بوجود علاقة ضعيفة بين عملية التواصل والسيطرة التبادلية.

تناولت هذه الدراسة دراسة ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، وذلك بناءً على أبعاد نظرية الإمتياز، حيث تبين انخفاض مستويات الإمتياز في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية الفلسطينية، فلا تشارك العلاقات العامة الإدارة الاستراتيجية لدى المؤسسات الحكومية وغير الحكومية. العلاقات العامة ترتبط في الإدارة العليا بشكل غير مرن مع الإدارة العليا في المؤسسات الحكومية في المقابل لا ترتبط لدى المؤسسات الغير حكومية، وأن العلاقات العامة في الغالب تدمج مع الوظائف الأخرى في المؤسسات، وهناك تعيين لموظفين من غير المتخصصين في العلاقات العامة لدى كلتا المؤسستين. إضافة إلى أن العلاقات العامة لا تمارس الاتصال المتماثل في المؤسسات الحكومية وتمارسه في المؤسسات غير الحكومية، وأن الثقافة المجتمعية و نظام التوظيف في الدولة الفلسطينية ووعي الإدارة العليا للعلاقات العامة أثرت على مستوى ممارسة العلاقات العامة. كما تبين أن المحددات التي حددها ويكفيها التي تؤثر على

ممارسة العلاقات العامة لا تؤثر عليها في المؤسسات غير الحكومية، بينما أثرت بعضها على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

وترى الباحثة أن ممارسي العلاقات العامة بحاجة إلى العمل على تغيير ممارستها في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية، والعمل على رفع الوعي لدى الإدارة العليا بطبيعة ممارسة العلاقات العامة وأهميتها في المؤسسات، وأنها لا تقتصر على الممارسة الفنية، إنما لها أدوار تنظيمية قيّمة، لذلك يجب أن تمتلك العلاقات العامة صلاحيات أكبر وتدار من قبل متخصصين وخبراء في مجال العلاقات العامة.

إضافة إلى ذلك، على العلاقات العامة بذل جهود أكبر في معرفة الوسائل الاتصالية الأنسب في التواصل مع جمهورها المستهدف. حيث تعرضت نظرية الإمتياز إلى انتقادات واسعة أكاديمياً ومهنياً، واعتبرت أنها غير واقعية في فهم العلاقات العامة العالمية (الصيفي، 2021)، وعمل بعض الباحثون على نظريات تفاعلية لتحقيق فهم واقعي لممارسة العلاقات العامة كنموذج شبكة الاتصال، فاستعرضت فان رولر أربع استراتيجيات اتصالية لممارسة العلاقات العامة، والتي اعتبرتهم كصندوق أدوات لممارسي العلاقات العامة، التي أطلق عليها استراتيجيات شبكة الاتصال، وتتضمن استراتيجية الإعلام واستراتيجية الإقناع واستراتيجية بناء الإجماع واستراتيجية الحوار (van Ruler, 2004) على أن يقوم ممارسو العلاقات العامة باختيار الاستراتيجية الملائمة للموقف التي تمر بها المؤسسة، أكدت الدراسة على أهمية العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية، فهي تلعب دوراً في إنجاز عمل المؤسسات، وزيادة رضا الجمهور المستهدف، وذلك من وجهة نظر الجمهور، و تأكديها على ما جاء في نموذج شبكة الاتصال الذي جاء كإنتقاد لنظرية التميز، فالعلاقات العامة ليست ظاهرة تُحدد وتوصف أو أنها وسيلة لعرض العلاقات بين

الأطراف، إنما هي أساس عملية استراتيجية لعرض المؤسسة خارجياً، وتكوين صورة ذهنية لدى الجمهور الخارجي، و عرض المؤسسة من وجهة نظر الجمهور .

إن استخدام استراتيجيات van ruler كاستراتيجيات للسلوك التواصلي، يساعد في بناء المؤسسة لشرعيتها المجتمعية من خلال عملية التواصل الانعكاسية، والتي يقصد بها هنا أنها القدرة على الوجود في أماكن الآخرين والتصرف كما يتصرفون، مما يشكل القدرة على فحص الذات كما قد يتم فحصها من قبل الآخرون، وذلك من خلال إدراك ما يتم قوله مما ينتج القدرة على مراقبة ما يقوله وسبقوله الآخرون، و ذلك لا يتم بشكل مباشر، إنما من خلال أخذ أدوار الآخرين مما يمكننا معرفة الذات. وتلعب المعرفة هنا في تشكيل المعرفة الانعكاسية من خلال الأدوار التي يُقام بها تتشكل القدرة على التطوير المجتمع بناءً على الدور المتخذ. فالدور المجتمعي للمنظمة يهتم بشرعية المؤسسة، وإدارة الاتصالات تلعب دوراً في إنتاج المبادئ الأساسية، الأمر الذي يمكن المؤسسة من التطور، وذلك من خلال التركيز على الرأي العام، فالانعكاسية عملية تفاعلية مستمرة، وينظر إلى هذه الاستراتيجيات (شبكة الاتصال) على أنها استراتيجيات للنموذج الانعكاسي (van ruler, Dejan, 2005).

الاستنتاجات:

بناءً على ما سبق استنتجت الباحثة ما يلي:

1. استنتجت الباحثة أن أكثر الوسائل الاتصالية استخداماً من وجهة نظر العلاقات العامة والإدارة العليا في كلا المؤسستين وسائل التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة إلى للجمهور فكانت لدى جمعة الهلال الأحمر الفلسطيني بالتأكيد على ذلك بينما اختلفت لدى جمهور وزارة التنمية

الاجتماعية التي حصلت على نسب متدنية. وتبين أن جمهور كلا المؤسسات ما زال يفضل الزيارة الوجيهة في التواصل مع المؤسسات.

2. ان جمهور كلا المؤسسات يرى أن العلاقات العامة تمارس الاتصال المؤسسي بشكل جيد حيث كانت الاستجابات لدى جمهور جمعية الهلال الأحمر جميعها كبيرة ووزارة التنمية حصلت على نسب متوسطة، وانعكس ذلك على رضا الجمهور إلى حد ما تجاه المؤسسات.

3. اتضح من خلال استجابات العلاقات العامة والادارة العليا ان المؤسسات لا تمارس الاتصال المتماثل ثنائي الاتجاه.

4. المحددات التي تؤثر على ممارسة العلاقات العامة كما تم تحديده في نظرية الإمتياز لا تؤثر على عمل العلاقات العامة في المؤسسات الغير حكومية ويؤثر بعضها بشكل متوسط على عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

5. تبين أن جمهور جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني والذكور وذوي الأعمار والمؤهلات العلمية العليا ومن هم بلا عمل لديهم ادراك أكبر من غيرهم نحو مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية.

6. استنتجت الباحثة انخفاض مستويات الإمتياز في المؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية الفلسطينية.

التوصيات

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

1. توصي الباحثة بالتركيز على اهتمام دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية على المحتوى الرقمي الخاص بها، وذلك لأهميته في التأثير على الجمهور سواء المستفيد من المؤسسة أو الجمهور الأوسع من أفراد المجتمع.
2. توصي الباحثة مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية بالاهتمام في توظيف مدراء مهنيين ومتخصصين ، وإعطائهم الصلاحيات والقدرة على إدارة ميزانية دائرة العلاقات العامة في المؤسسة وإدارة الأزمات.
3. توصي الباحثة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية بالاهتمام بشكل أكبر في اتباع نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الإتجاه، لأهميته في التعامل مع جمهور المؤسسة ، من خلال معرفة آراء ووجهات نظر الجمهور لتحقيق التفاهم المتبادل.
4. يجب على العلاقات العامة بذل جهود أكبر في معرفة الوسائل الاتصالية الأنسب في التواصل مع الجمهور .
5. على وزارة التنمية الاجتماعية الفلسطينية العمل بمعزل عن المتغيرات السياسية، للتخفيف من محددات عمل العلاقات العامة في المؤسسة.
6. دعم العلاقات العامة من خلال زيادة متخصصي العلاقات العامة والعمل على تدريبهم واطلاعهم على مجالات عمل العلاقات العامة واستحداث اساليبها، وذلك من أجل زيادة فعالية دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية وصولاً إلى تحقيق أهداف وغايات المؤسسات.

7. إعطاء العلاقات العامة الصلاحيات في اتخاذ القرارات وإشراكها بشكل أكبر مع الإدارة العليا في

مؤسسات الخدمة الاجتماعية الحكومية وغير الحكومية.

8. توصي الباحثة بإجراء دراسات حول طرق تفعيل دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة

الاجتماعية داخل فلسطين، وأفضل نماذج العلاقات العامة المستخدمة لتحسين عمل مؤسسات

الخدمة الاجتماعية الفلسطينية.

المراجع

1. أبو النصر، مدحت: الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017.
2. أبو جاسر، صابرين مراد: أثر إدراك العاملين للعدالة التنظيمية على أبعاد الأداء السياقي دراسة تطبيقية على موظفي وزارات السلطة الوطنية الفلسطينية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية- غزة. 2010.
3. ابو سمرة، محمود احمد والطيطي، محمد عبد الاله: مناهج البحث العلمي- من التبيين إلى التمكين. دار اليازوري العلمية. 2019.
4. أحمد: محمد مصطفى: العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية. المعهد العالي للخدمة الاجتماعية بالاسكندرية. 1998.
5. آدم، سلمى حمودك: العلاقات العامة ودورها في العمل الطوعي (دراسة حالة المنظمة الوقفية لرعاية الأيتام). جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، السودان، 2018.
6. أونيس، أمينة، بن بوط، إيمان: دور العلاقات العامة في تفعيل العمل الجمعي في الجزائر دراسة ميدانية على جمعية فرسان الخيرية. جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020.
7. البلبوشي، عبدالراضي: تأثير جودة خدمات برامج المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة على رضا الجمهور الداخلي. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. 2017.
8. التميمي، خلف كريم كيوش: إستراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات. دار امجد للنشر والتوزيع. 2018.

9. الجعبري، رضوان حميد: إدارة الأزمات في جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني في الضفة الغربية من وجهة العاملين في المناصب الإشرافية (رسالة ماجستير غير منشورة)، الخليل، جامعة الخليل، 2017.
10. الخوالدة، سليمان فرحان: تقييم اللاجئين السوريين للدور الاتصالي للعلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن. (رسالة دكتوراه غير منشورة) مصر، جامعة القاهرة، 2018.
11. درويش، محمود أحمد: مناهج البحث في العلوم الإنسانية. مؤسسة علوم الأمة للإستثمارات الثقافية. 2018.
12. دياب، أحمد عبدالسلام: استخدام الممارسين لأساليب قياس الحملات الإعلانية التقليدية والرقمية. جامعة القاهرة. الجيزة. مصر. 2019.
13. سرحان، نظيمة: الخدمة الاجتماعية المعاصرة. ط1. نصر. القاهرة. مجموعة النيل العربية. 2005.
14. سمير، لعرج: مركز المراقب الذي تتمتع به المنظمات غير الحكومية داخل الأمم المتحدة. جامعة أمجد بوقرة بومرداس، الجزائر. 2021.
15. السوسي، إحسان كامل: الخدمة الاجتماعية المعاصرة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2021.
16. الشريف، ريم: واقع تمكين النساء العاملات بالمناصب الإدارية العليا بالمنظمات غير الحكومية في قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة)، غزة، فلسطين، جامعة الأقصى، 2015.

17. صبري، نضال رشيد: القطاع العام ضمن الاقتصاد الفلسطيني. المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية- مواطن. ط1. رام الله. فلسطين. 2003.
18. صدقي، محمد: العلاقات العامة: علم وفن وعمل. ط1. وكالة الصحافة العربية (ناشرون). الجيزة. جمهورية مصر العربية. 2020.
19. الصيفي، حسن نيازي: مبادئ العلاقات الرقمية. ط1. جامعة الأزهر. 2021
20. عاشور، هيا، أبو عرجة، تيسير: الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية العاملة في الأردن. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية. 2020.
21. عبد الحفيظ، حميد: العلاقات العامة في العمل الجمعي الخيري. جامعة محمد بوضياف- المسيلة. 2019.
22. عبد الرحيم، وداد محمد أحمد: فاعلية العلاقات العامة في تحسين أداء المنظمات الطوعية في السودان. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. الخرطوم، السودان، 2019.
23. عبد المجيد، ليلى: الإعلام في الجمعيات الأهلية في ظل ثورتي الاتصال والمعلومات. ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر السنوي الثاني للإتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الأهلية. القاهرة، 2005.
24. عبدالمجيد، دعاء إبراهيم: دور مؤسسات وجمعيات المجتمع المدني في مراقبة العملية الانتخابية. المنهل. 2015.
25. عثمان، عبد الفتاح وآخرون: مقدمة في الخدمة الاجتماعية. مكتبة الأنجلو المصرية. 2010.

26. العواودة، ابتهاج حسن: إدارة الذات وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في محافظة الخليل. (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة القدس. فلسطين. 2017.
27. فتح الرحمن، عثمان وآخرون: دور العلاقات العامة في الرعاية الاجتماعية: بالتطبيق على مؤسسات الطفولة في دولة الإمارات، جامعة بغداد، العراق، بغداد، 2020.
28. فرجاني، علي: العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال. دار المنهل للنشر والتوزيع. 2018.
29. فنجان، زينب كاظم: الأنشطة الاتصالية في منظمات المجتمع المدني العراقي ودورها في تشريع القوانين. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة دمياط. 2015.
30. القواسمة وآخرون: مناهج البحث العلمي. ط2. جامعة القدس المفتوحة. 2012.
31. كشك، محمد بهجت: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية. جامعة أم القرى- مكة المكرمة. السعودية. 2010.
32. كلاب، سعيد يوسف حسن: واقع الرقابة الداخلية في القطاع الحكومي (دراسة ميدانية على وزارات السلطة الوطنية الفلسطينية في قطاع غزة). (رسالة ماجستير غير منشورة) الجامعة الإسلامية- غزة. 2004.
33. ماضي، عادل، مسطر، عبد القيوم: دور جهاز العلاقات العامة في تفعيل العمل الجماعي. المستودع الرقمي في جامعة جيجل. 2017.
34. المديفر، عماد محمد عبد الرحمن: ما بعد نموذج الإتصال المتوازن ثنائي الاتجاه في العلاقات العامة: مراجعة نظرية. الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2019.

35. مسعود، هناء: دور المؤسسات غير الحكومية في تسليح وتسويق الذوات الفلسطينية للدول المانحة في ظل السياق الاستعماري. (رسالة ماجستير غير منشورة)، رام الله، فلسطين، جامعة بيرزيت، 2015.

36. الموسوي، محمد: إدارة العلاقات العامة في المنشآت السياحية. مركز الكتاب الأكاديمي. 2016.

37. موسى، أحمد محمد: العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي. المكتبة العصرية. 2007.

38. ميهوبي، إسماعيل، بوعفان، أمينة: فعالية المنظمات غير الحكومية بالمجتمع المدني وتأثيرها على التنمية الاجتماعية. جامعة الشيخ العربي التبسي، 2014.

مراجع أجنبية:

39. D F du Plessis: **Introduction to Public Relations and Advertising**, Juat, 2000.
40. D. Botha and others: **Public Relations: Fresh Perspectives**. Maskew miller longman. 2007.
41. Smith, Donald D. : **Strategic Planning for Public Relations**. Routledge. 2012.
42. Lesley Laing, Cathy Humphreys: **Social Work and Domestic Violence: Developing Critical and Reflective Practice**. SAGE, 2013.
43. Bhati, Anshu: **Role of Public Relations for Effective Communications in NGO's**. INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH. 2013.
44. Gillis, T.: **The IABC HandBook of Organizational Communication**. USA: Jossey-Bass. (2011).

45. Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M.: **Excellent public relations and effective organizations**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. (2002).
46. Yue, Cen. (2016). **Strategic public relations management in China**. West Lafayette, Indiana: Purdue University.
47. James E. Grunig: **public relations research: a legacy of Scott Cutlip public relations review**. 1991.
48. Wakefield, Robert I. (2008) “ Theory of International Public Relations, the internet, and Activism: A Personal Reflection”. *Journal of Public Relations Research*, 20: 183-157.
49. Grammar, E. M.: **An Exploration of the generic principles of public relations excellence in Australia, Italy, Mauritius, and Uganda**, thesis submitted to faculty of the Graduate school of the university of Maryland, college park. (2005).
50. Bashir, M.: **Toward excellence in public relations: identifying practices and barriers in Kuwaiti corporate, governmental and non-profit organizations**. *Journal of Public Relations Research* (2019).
51. **Bruning, S. D., Dials, M., & Shirka, A: Using dialogue to build organization–public relationships, engage publics, and positively affect organizational outcomes**. *Public Relations Review*. 2008.
52. Hryhoriy Bukanov, Alla Kolesnyk, Oksana Tashkinova, Viacheslav Kotlubai, Viktor Koval (2019): **SOCIAL MARKETING IN PUBLIC ADMINISTRATION OF SOCIAL SERVICE INSTITUTIONS**. *Journal of the Centre for Studies and Research on Gender and Law, Center for Legal Sciences - Federal University of Paraíba*.
53. Vagiz G. Gimaliev , Alexey I. Prokopyev, Valentin P. Vershinin , Marina E. Ivanova , Gulfairuz G. Erkibaeva , Jhanna I. Aytuganova ,

Natalya S. Alexandrova: **Public Relations in Organizations in Student View: Accumulator of Management Tools or Formation of Partnership and Friendly Relations. Journal of Environmental Treatment Techniques 2020.**

54. Engin Çelebi: Public Relations in Public institutions: A research on the effectiveness of communication process. Journal of Human sciences. 2020.

55. Van Ruler, B., & Dejan, V. (2005). Reflective communication management, future ways for public relations research. *Annals of the International Communication Association*, 29(1), 239-274.

مراجع الكترونية:

56. ابراش، ابراهيم: المجتمع المدني الفلسطيني من الثورة إلى تأسيس الدولة. مجلة رؤية. العدد 6. شباط. 2001.

57. موقع الويب للاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر
<https://www.ifrc.org/our-history-and-archives>

58. موقع الويب للاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر
<https://www.ifrc.org/ar/aljmyat-alwtnyt>

59. <https://www.ifrc.org/sites/default/files/2021-07/FP-brochure-2015.pdf>

كتيب المبادئ الأساسية لحركة الصليب الأحمر والهلال الأحمر، 2015.

60. موقع جمعية الهلال الأحمر الفلسطيني.
<https://www.palestinercs.org/index.php?page=post&pid=1&catid=1&parentid=0&langid=2>

61. الموقع الإلكتروني لجمعية الهلال الأحمر الفلسطيني. 31/8/2021.

<https://www.palestinercs.org/index.php?page=post&pid=1&catid=1&parentid=0&langid=2>

62. الموقع الإلكتروني لوزارة التنمية الاجتماعية:

<https://www.mosa.gov.ps/pages/33.html>

الملاحق



استبانة

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة

أخي المواطن/ أختي المواطنة

تجري الباحثة سجي يوسف بواقني تخصص ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، بحثاً بعنوان " مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها: (دراسة مقارنة)" وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من جامعة النجاح الوطنية بإشراف الدكتور عامر قاسم. ارجو من حضرتكم، التكرم بالإجابة عن أسئلة الاستبيان بكل صدق وموضوعية، علماً أن المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط مع الحفاظ على سرية البيانات الواردة كافة.

أشكر لكم حسن تعاونكم واهتمامكم.

الباحثة: سجي يوسف بواقني

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

❖ أ. النوع الاجتماعي

1. ذكر

2. أنثى

❖ ب. العمر

1. أقل من 20 سنة

2. من 20 إلى أقل من 30 سنة

3. من 30 إلى أقل من 40 سنة

4. من 40 إلى أقل من 50 سنة

❖ ج. المؤهل العلمي

1. ثانوية عامة فأقل

2. بكالوريوس

3. ماجستير

4. دكتوراه

❖ د. طبيعة العمل

1. قطاع حكومي

2. قطاع خاص

3. أعمال حرة

4. طالب

5. بلا عمل

6. غير ذلك

القسم الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية					
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض بشدة
1.	استخدام الزيارة للتواصل مع المؤسسة				
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض بشدة
2.	استخدم الموقع الإلكتروني للتواصل مع المؤسسة				
3.	استخدم الهاتف للتواصل مع المؤسسة				

					4. استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع المؤسسة
					5. تواكب المؤسسة التطورات التكنولوجية في التواصل مع جمهورها
					6. اعرف عن برامج المؤسسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الالكتروني الخاص بها
					7. سمعت عن خدمات المؤسسة من خلال معارفي خارج المؤسسة
					8. عرفت عن المؤسسة عبر التلفاز
					9. سمعت عن المؤسسة عبر الراديو
					10. تعرفت على المؤسسة من خلال ندوات أو مؤتمرات حضرتها
					11. علمت عن المؤسسة من خلال تحويري اليها من قبل مؤسسات اجتماعية أخرى
					12. أتابع اخبار المؤسسة خلال وسائل الاعلام

المحور الثاني: أهمية دور العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض بشدة	أرفض
13.	اشعر بالرضا تجاه الخدمات التي أتلقاها من المؤسسة					
14.	استطاعت المؤسسة الوصول إليّ بسهولة					
15.	استطاعت العلاقات العامة في المؤسسة تسهيل حصولي على الخدمات المقدمة					

					16. تهتم العلاقات العامة في المؤسسة بمعرفة احتياجاتي ورغباتي
					17. استطاعت العلاقات العامة في المؤسسة تنمية ولائي للمؤسسة
					18. استطاعت العلاقات العامة في المؤسسة تكوين صورة إيجابية لدى المؤسسة
					19. تقوم المؤسسة بتقديم كافة الارشادات اللازمة عند حاجتي اليها
					20. تقوم العلاقات العامة بتعريفي على طبيعة أنشطة المؤسسة
					21. تهتم المؤسسة بتسهيل حصولي على الخدمات
					22. تعمل العلاقات العامة في المؤسسة على توجيهي للبرامج التي قد تفيدني
					23. استطاعت العلاقات العامة في المؤسسة من خلال البرامج التي تقدمها ان تجذب انتباهي
					24. أشعر بأن المؤسسة ساهمت بجعلي فرد فعال داخل مجتمعي
					25. أشعر بأن معاناتي قلت بعد حصولي على خدمات المؤسسة
					26. أشعر بأن وضعي العام أصبح أفضل بعد حصولي على خدمات المؤسسة

المحور الثالث: تأثير ممارسة العلاقات العامة في تحقيق الاتصال المتوازن في مؤسسات

الخدمة الاجتماعية

الرقم	السؤال	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
27.	تعمل العلاقات العامة في المؤسسة على تعديل سياساتها بناءً على آراء الجمهور					
28.	تقوم العلاقات العامة في المؤسسة بإجراء حوارات مع جمهورها					
29.	تلجأ العلاقات العامة في المؤسسة الى استخدام أسلوب الاقناع في تواصلها معك					
30.	تعمل العلاقات العامة في المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها					
31.	تقوم العلاقات العامة في المؤسسة بالاتصال بشكل مباشر مع جمهورها					
32.	تهتم العلاقات العامة في المؤسسة باتباع الاتصال الوجيه في التعامل مع جمهورها					
33.	تقوم المؤسسة بالإستماع إليّ وتأخذ رأيي بعين الاعتبار					
34.	تهتم العلاقات العامة في المؤسسة باتباع الاتصال الالكتروني في التعامل معي					
35.	واجه صعوبة في تواصلتي مع المؤسسة					
36.	تقوم المؤسسة بالتواصل معي عند وجود خدمات جديدة قد تفيدني					
37.	تواصلت المؤسسة معي واقترحت حصولي على خدمة معينة					
38.	تقوم العلاقات العامة في المؤسسة بالاستماع الى احتياجاتي والعمل على تنفيذها					

المحور الرابع: المحددات التي تؤثر في ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية						
الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض بشدة	أرفض
39.	تؤثر اللغة على تواصل مع المؤسسة					
40.	أشعر بأن هناك صعوبة في تواصل مع المؤسسة كونها تتحدث لغة أخرى					
41.	تؤثر الثقافة المجتمعية في تواصل مع المؤسسة					
42.	أشعر بأن هناك صعوبة في تواصل مع المؤسسة بسبب نظرة الآخرين إلي					
43.	تؤثر الأوضاع الاقتصادية على تواصل مع المؤسسة					
44.	يشكل الوصول إلى المؤسسة عبئاً مادي بالنسبة إلي					
45.	تؤثر الأوضاع السياسية على تواصل مع المؤسسة					
46.	يشكل الاحتلال الإسرائيلي والحوادث عائق أمام تواصل مع المؤسسة					
47.	تؤثر وسائل الإعلام على تواصل مع المؤسسة					
48.	أشعر بأن الوسائل الإعلامية غير واضحة وصادقة ما يشكل صعوبة في تواصل مع المؤسسة					
49.	يؤثر مستوى التنمية من حولي في تواصل معي					
50.	يشكل عدم معرفتي الكاملة حول كيفية حصولي على الخدمات عائق أمام تواصل مع المؤسسة					

					51. أشعر بأنني لا أستطيع إدراك دوري في الخدمة المقدمة ما يشكل عائقاً أمام تواصلني مع المؤسسة
--	--	--	--	--	--

انتهى

شكراً لحسن تعاونكم

ملحق (ب)

الجدول

الصفحة	رقم الجدول
116	جدول رقم(11)
117	جدول رقم(12)
118	جدول رقم(13)
119	جدول رقم(14)
120	جدول رقم(15)
121	جدول رقم(16)
122	جدول رقم(17)
123	جدول رقم(18)
124	جدول رقم(19)
125	جدول رقم(20)
126	جدول رقم(21)
127	جدول رقم(22)
128	جدول رقم(23)
129	جدول رقم(24)
129	جدول رقم(25)
130	جدول رقم(26)
131	جدول رقم(27)
131	جدول رقم(28)
132	جدول رقم(29)
133	جدول رقم(30)

جدول 11

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة
1	1	اشعر بالرضا تجاه الخدمات التي ألتقاها من المؤسسة	3.79	1.00	75.8	كبيرة
2	2	استطاعت المؤسسة الوصول إلي بسهولة	3.71	1.02	74.2	كبيرة
3	6	استطاعت المؤسسة تكوين صورة إيجابية عنها	3.69	1.00	73.8	كبيرة
4	7	تقوم المؤسسة بتقديم كافة الإرشادات اللازمة عند حاجتي اليها	3.67	1.04	73.4	كبيرة
5	3	استطاعت المؤسسة تسهيل حصولي على الخدمات المقدمة	3.63	1.13	72.6	كبيرة
6	5	استطاعت المؤسسة تنمية ولائي لها	3.59	1.05	71.8	كبيرة
7	13	أشعر بأن معاناتي قلت بعد حصولي على خدمات المؤسسة	3.57	0.91	71.4	كبيرة
8	9	تهتم المؤسسة بتسهيل حصولي على الخدمات	3.51	1.17	70.2	كبيرة
9	11	استطاعت العلاقات العامة في المؤسسة من خلال البرامج التي تقدمها ان تجذب انتباهي	3.46	1.10	69.2	كبيرة
10	14	أشعر بأن حياتي أصبحت أفضل بعد حصولي على خدمات المؤسسة	3.38	1.03	67.6	متوسطة
11	4	تهتم المؤسسة بمعرفة احتياجاتي ورغباتي	3.36	1.19	67.2	متوسطة
12	12	أشعر بأن المؤسسة ساهمت بجعلي فرد فعال داخل مجتمعي	3.31	1.05	66.2	متوسطة
13	8	تقوم بتعريفي على طبيعة الأنشطة التي تقدمها	3.30	1.22	66.0	متوسطة
14	10	تعمل المؤسسة على توجيهي للبرامج التي قد تفيديني	3.24	1.246	64.8	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.51	0.83	70.2	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 12

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مستوى جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) في (جمعية الهلال الأحمر) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	6	استطاعت المؤسسة تكوين صورة إيجابية عنها	4.17	0.90	83.4	كبيرة
2	1	اشعر بالرضا تجاه الخدمات التي ألتفها من المؤسسة	4.16	0.86	83.2	كبيرة
3	11	استطاعت العلاقات العامة في المؤسسة من خلال البرامج التي تقدمها ان تجذب انتباهي	4.10	0.87	82.0	كبيرة
4	2	استطاعت المؤسسة الوصول إلي بسهولة	4.09	0.92	81.8	كبيرة
5	5	استطاعت المؤسسة تنمية ولائي لها	4.05	1.03	81.0	كبيرة
6	9	تهتم المؤسسة بتسهيل حصولي على الخدمات	4.04	0.97	80.8	كبيرة
7	3	استطاعت المؤسسة تسهيل حصولي على الخدمات المقدمة	4.03	1.03	80.6	كبيرة
8	7	تقوم المؤسسة بتقديم كافة الإرشادات اللازمة عند حاجتي اليها	4.02	0.97	80.4	كبيرة
9	8	تقوم بتعريفي على طبيعة الأنشطة التي تقدمها	4.01	0.99	80.2	كبيرة
10	4	تهتم المؤسسة بمعرفة احتياجاتي ورغباتي	3.89	1.10	77.8	كبيرة
11	10	تعمل المؤسسة على توجيهي للبرامج التي قد تفيدني	3.86	1.13	77.2	كبيرة
12	12	أشعر بأن المؤسسة ساهمت بجعلي فرد فعال داخل مجتمعي	3.68	1.05	73.6	كبيرة
13	14	أشعر بأن حياتي أصبحت أفضل بعد حصولي على خدمات المؤسسة	3.50	0.97	70.0	كبيرة
14	13	أشعر بأن معاناتي قلت بعد حصولي على خدمات المؤسسة	3.47	0.98	69.4	كبيرة
		الدرجة الكلية	3.93	0.76	78.6	كبيرة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 13

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (مستوى جودة الاتصال المؤسسي الذي تقوم به مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية حسب اتجاهات الجمهور) في (وزارة التنمية الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	13	أشعر بأن معاناتي قلت بعد حصولي على خدمات المؤسسة	3.66	0.83	73.2	متوسطة
2	1	أشعر بالرضا تجاه الخدمات التي أتلقاها من المؤسسة	3.44	0.99	68.8	متوسطة
3	2	استطاعت المؤسسة الوصول إليّ بسهولة	3.35	0.98	67.0	متوسطة
4	7	تقوم المؤسسة بتقديم كافة الإرشادات اللازمة عند حاجتي إليها	3.33	0.99	66.6	متوسطة
5	14	أشعر بأن حياتي أصبحت أفضل بعد حصولي على خدمات المؤسسة	3.26	1.08	65.2	متوسطة
6	3	استطاعت المؤسسة تسهيل حصولي على الخدمات المقدمة	3.25	1.09	65.0	متوسطة
7	6	استطاعت المؤسسة تكوين صورة إيجابية عنها	3.23	0.87	64.6	متوسطة
8	5	استطاعت المؤسسة تنمية ولائي لها	3.15	0.87	63.0	متوسطة
9	9	تهتم المؤسسة بتسهيل حصولي على الخدمات	3.00	1.12	60.0	متوسطة
10	12	أشعر بأن المؤسسة ساهمت بجعلي فرد فعال داخل مجتمعي	2.96	0.94	59.2	متوسطة
11	4	تهتم المؤسسة بمعرفة احتياجاتي ورغباتي	2.87	1.06	57.4	متوسطة
12	11	استطاعت العلاقات العامة في المؤسسة من خلال البرامج التي تقدمها ان تجذب انتباهي	2.85	0.94	57.0	متوسطة
13	10	تعمل المؤسسة على توجيهي للبرامج التي قد تفيدني	2.65	1.03	53.0	متوسطة
14	8	تقوم بتعريفني على طبيعة الأنشطة التي تقدمها	2.62	1.01	52.4	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.12	0.69	62.4	متوسطة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 14

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الموافقة	درجة
1 6	تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الوجيه في التعامل مع جمهورها	3.55	0.90	71.0	كبيرة
2 5	تقوم المؤسسة بالاتصال بشكل مباشر مع جمهورها	3.48	0.96	69.6	كبيرة
3 10	تقوم المؤسسة بالتواصل معي عند وجود خدمات جديدة قد تفيدني	3.16	1.12	63.2	متوسطة
4 11	تواصلت المؤسسة معي واقترحت حصولي على خدمة معينة	3.06	1.11	61.2	متوسطة
5 2	تقوم المؤسسة بإجراء حوارات مع جمهورها	3.02	0.91	60.2	متوسطة
6 7	تقوم المؤسسة بالاستماع إليّ وتأخذ رأيي بعين الاعتبار	2.95	0.96	59.0	متوسطة
7 12	تقوم المؤسسة بالاستماع الى احتياجاتي والعمل على تنفيذها	2.86	1.11	57.2	متوسطة
8 1	تعمل المؤسسة على تعديل سياساتها بناءً على اراء الجمهور	2.74	0.86	54.8	متوسطة
9 8	تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الالكتروني في التعامل معي	2.64	1.30	52.8	متوسطة
10 9	واجه صعوبة في تواصل مع المؤسسة	2.51	1.203	50.2	متوسطة
11 3	تلجأ المؤسسة الى استخدام أسلوب الاقتناع في تواصلها معك	2.13	.421	42.6	قليلة
12 4	تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها	1.95	1.03	39.0	قليلة
	الدرجة الكلية	2.84	0.66	56.8	متوسطة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 15

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) في جمعية الهلال الأحمر مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	6	تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الوجيه في التعامل مع جمهورها	3.72	0.78	74.4	كبيرة
2	5	تقوم المؤسسة بالاتصال بشكل مباشر مع جمهورها	3.62	0.89	72.4	كبيرة
3	10	تقوم المؤسسة بالتواصل معي عند وجود خدمات جديدة قد تفيدني	3.54	1.01	70.8	كبيرة
4	7	تقوم المؤسسة بالاستماع إليّ وتأخذ رأيي بعين الاعتبار	3.43	0.84	68.6	كبيرة
5	8	تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الإلكتروني في التعامل معي	3.39	1.12	69.8	متوسطة
6	11	تواصلت المؤسسة معي واقترحت حصولي على خدمة معينة	3.35	1.07	67.0	متوسطة
7	2	تقوم المؤسسة بإجراء حوارات مع جمهورها	3.26	0.84	65.2	متوسطة
8	1	تعمل المؤسسة على تعديل سياساتها بناءً على آراء الجمهور	3.17	0.71	63.4	متوسطة
9	12	تقوم المؤسسة بالاستماع الى احتياجاتي والعمل على تنفيذها	3.14	1.07	62.8	متوسطة
10	3	تلجأ المؤسسة الى استخدام أسلوب الإقناع في تواصلها معك	2.42	3.34	48.4	قليلة
11	9	واجه صعوبة في تواصل مع المؤسسة	2.26	1.24	45.2	قليلة
12	4	تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها	2.08	1.18	41.6	قليلة
		الدرجة الكلية	3.07	0.53	61.4	متوسطة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 16

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (أثر ممارسة العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق اتصال متوازن مع الجمهور) في وزارة التنمية الفلسطينية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	6	تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الجاهي في التعامل مع جمهورها	3.38	0.97	67.6	متوسطة
2	5	تقوم المؤسسة بالاتصال بشكل مباشر مع جمهورها	3.34	1.01	66.8	متوسطة
3	10	تقوم المؤسسة بالتواصل معي عند وجود خدمات جديدة	2.81	1.10	58.2	متوسطة
		قد تغيدني				
4	2	تقوم المؤسسة بإجراء حوارات مع جمهورها	2.78	0.91	55.6	متوسطة
5	11	تواصلت المؤسسة معي واقترحت حصولي على خدمة معينة	2.78	1.07	55.6	متوسطة
6	9	واجه صعوبة في تواصل مع المؤسسة	2.75	1.12	55.0	متوسطة
7	12	تقوم المؤسسة بالاستماع الى احتياجاتي والعمل على تنفيذها	2.60	1.09	52.0	قليلة
8	7	تقوم المؤسسة بالاستماع إليّ وتأخذ رأيي بعين الاعتبار	2.49	0.84	49.8	قليلة
9	1	تعمل المؤسسة على تعديل سياساتها بناءً على آراء الجمهور	2.33	0.78	46.6	قليلة
10	8	تهتم المؤسسة باتباع الاتصال الالكتروني في التعامل معي	1.93	1.04	38.6	قليلة
11	3	تلجأ المؤسسة الى استخدام أسلوب الاقتناع في تواصلها معك	1.86	0.88	37.2	قليلة
12	4	تعمل المؤسسة على فرض خدمات معينة على جمهورها	1.82	0.86	36.4	قليلة
		الدرجة الكلية	2.57	0.57	51.4	قليلة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 17

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	10	أشعر بأن الوسائل الإعلامية تروج بشكل غير صادق عن المؤسسة	2.54	1.257	50.8 قليلة
2	12	يشكل عدم معرفتي الكاملة حول كيفية حصولي على الخدمات عائق أمام تواصلني مع المؤسسة	2.43	1.22	48.6 قليلة
3	13	أشعر بأنني لا أستطيع إدراك دوري في الخدمة المقدمة ما يشكل عائقاً أمام تواصلني مع المؤسسة	2.39	1.62	47.8 قليلة
4	5	يشكل الوصول إلى المؤسسة عبئاً مادياً بالنسبة إليّ	2.38	1.23	47.6 قليلة
5	4	تؤثر أوضاعي الاقتصادية على تواصلني مع المؤسسة	2.35	1.23	46.0 قليلة
6	8	يشكل الاحتلال الإسرائيلي والحوالز عائق أمام تواصلني مع المؤسسة	2.32	1.22	46.4 قليلة
7	11	يؤثر مستوى التنمية من حولي في تواصلني مع المؤسسة	2.30	1.14	46.0 قليلة
8	3	أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصلني مع المؤسسة بسبب نظرة الآخرين إليّ	2.28	1.21	45.6 قليلة
9	6	تؤثر الأوضاع السياسية على تواصلني مع المؤسسة	2.27	1.14	45.4 قليلة
10	2	تؤثر ثقافة مجتمعي تواصلني مع المؤسسة	2.20	1.11	44.0 قليلة
11	9	تسهل وسائل الإعلام تواصلني مع المؤسسة	2.15	1.11	43.0 قليلة
12	1	أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصلني مع المؤسسة كونها تتحدث لغة أخرى	1.89	0.90	37.8 قليلة
13	7	تؤثر اللغة على تواصلني مع المؤسسة	1.87	0.86	37.4 قليلة
		الدرجة الكلية	2.26	0.89	45.2 قليلة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 18

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) في (جمعية الهلال الأحمر) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الانحراف النسبة	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
1	8	يشكل الاحتلال الإسرائيلي والحواجز عائق أمام تواصل مع المؤسسة	2.24	1.40	44.8 قليلة
2	6	تؤثر الأوضاع السياسية على تواصل مع المؤسسة	2.18	1.34	43.6 قليلة
3	10	أشعر بأن الوسائل الإعلامية تروج بشكل غير صادق عن المؤسسة	2.16	1.28	43.2 قليلة
4	9	تسهل وسائل الإعلام تواصل مع المؤسسة	2.13	1.36	42.6 قليلة
5	12	يشكل عدم معرفتي الكاملة حول كيفية حصولي على الخدمات عائق أمام تواصل مع المؤسسة	2.09	1.30	41.8 قليلة
6	13	أشعر بأنني لا أستطيع إدراك دوري في الخدمة المقدمة ما يشكل عائقاً أمام تواصل مع المؤسسة	2.04	1.21	40.8 قليلة
7	11	يؤثر مستوى التنمية من حولي في تواصل مع المؤسسة	2.02	1.24	40.4 قليلة
8	2	تؤثر ثقافة مجتمعنا على تواصل مع المؤسسة	2.00	1.25	40.0 قليلة
9	5	يشكل الوصول إلى المؤسسة عبئاً مادياً بالنسبة إليّ	1.97	1.27	39.4 قليلة
10	3	أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصل مع المؤسسة بسبب نظرة الآخرين إليّ	1.96	1.27	39.2 قليلة
11	4	تؤثر أوضاعي الاقتصادية على تواصل مع المؤسسة	1.95	1.24	39.0 قليلة
12	7	تؤثر اللغة على تواصل مع المؤسسة	1.78	1.11	35.6 قليلة
13	1	أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصل مع المؤسسة كونها تتحدث لغة أخرى	1.77	1.15	35.4 قليلة جداً
		الدرجة الكلية	2.02	1.08	40.4 قليلة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 19

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (المحددات التي تؤثر على عمل العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في المؤسسات قيد الدراسة) في (وزارة التنمية الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	10	أشعر بأن الوسائل الإعلامية تروج بشكل غير صادق عن المؤسسة	2.90	1.12	58.0	متوسطة
2	5	يشكل الوصول إلى المؤسسة عبئاً مادياً بالنسبة إليّ	2.77	1.05	55.4	متوسطة
3	12	يشكل عدم معرفتي الكاملة حول كيفية حصولي على الخدمات عائق أمام تواصلتي مع المؤسسة	2.76	1.04	55.2	متوسطة
4	4	تؤثر أوضاعي الاقتصادية على تواصلتي مع المؤسسة	2.74	1.09	54.8	متوسطة
5	13	أشعر بأنني لا أستطيع إدراك دوري في الخدمة المقدمة ما يشكل عائقاً أمام تواصلتي مع المؤسسة	2.73	1.87	54.6	متوسطة
6	3	أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصلتي مع المؤسسة بسبب نظرة الآخرين إليّ	2.59	1.06	51.8	قليلة
7	11	يؤثر مستوى التنمية من حولي في تواصلتي مع المؤسسة	2.57	.96	51.4	قليلة
8	8	يشكل الاحتلال الإسرائيلي والحواجز عائق أمام تواصلتي مع المؤسسة	2.40	1.01	48.0	قليلة
9	2	تؤثر ثقافة مجتمعي تواصلتي مع المؤسسة	2.39	0.93	47.8	قليلة
10	6	تؤثر الأوضاع السياسية على تواصلتي مع المؤسسة	2.35	0.92	47.0	قليلة
11	9	تسهل وسائل الإعلام تواصلتي مع المؤسسة	2.16	0.81	43.2	قليلة
12	1	أشعر بأن هنالك صعوبة في تواصلتي مع المؤسسة كونها تتحدث لغة أخرى	2.01	0.56	40.2	قليلة
13	7	تؤثر اللغة على تواصلتي مع المؤسسة	1.95	0.51	39.0	قليلة
		الدرجة الكلية	2.48	0.57	49.6	قليلة

أقصى درجة للفقرة (5) درجات

جدول 20

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير نوع المؤسسة

مستوى الدلالة *	قيمة(ت)	الانحراف	المتوسط	العدد	المؤسسة	الوسائل الاتصالية في
*0.000	7.153	0.78	3.19	184	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية
		0.62	2.67	192	وزارة التنمية	وزارة التنمية
*0.000	10.918	0.69	3.11	192	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	اتجاهات الجمهور نحو جودة المؤسسة التي تقدمها الهلال الأحمر الفلسطينية
		0.75	3.93	184	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية
*0.000	8.591	0.57	2.57	192	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	تحقيق الاتصال المتوازن مع وزارة التنمية الجمهور
		0.64	3.11	184	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية
*0.000	-5.086	0.57	2.48	192	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	المحددات التي تؤثر في تواصل المؤسسة الفلسطينية مع جمهورها
		1.08	2.03	184	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية
*0.000	7.032	0.53	3.07	184	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	الدرجة الكلية
		0.44	2.71	192	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية	مؤسسات الخدمة الاجتماعية الهلال الأحمر الفلسطينية

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

جدول 21

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير النوع الاجتماعي

مستوى الدلالة *	قيمة(ت)	الانحراف	المتوسط	العدد	النوع الاجتماعي	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
0.003*	2.950	0.79	3.06	159	ذكر	اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
		0.70	2.83	217	أنثى	
0.016*	2.415	0.84	3.63	159	ذكر	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور
		0.81	3.43	217	أنثى	
0.614	-	0.63	2.82	159	ذكر	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها
	0.505	0.69	2.85	217	أنثى	
0.089	-	0.93	2.17	159	ذكر	الدرجة الكلية
	1.706	0.84	2.33	217	أنثى	
0.263	1.122	0.51	2.92	159	ذكر	وزارة التنمية
		0.52	2.86	217	وزارة	

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

جدول 22

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير العمر للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر
0.76	3.26	27	أقل من 20 سنة
0.69	3.30	71	من 20 إلى أقل من 30 سنة
0.73	3.18	63	من 30 إلى أقل من 40 سنة
0.64	2.85	67	ن 40 إلى أقل من 50 سنة
0.69	2.61	148	50 سنة فأكثر
0.75	2.92	376	الكلي

جدول 23

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير العمر

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
*0.000	16.415	8.026	4	32.106	بين المجموعات	
		0.489	371	181.406	داخل المجموعات	
			375	213.512	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	اتجاهات الجمهور نحو جودة الاتصال المؤسسي بين المجموعات التي تقوم به مؤسسات داخل المجموعات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
0.109	1.903	1.309	4	5.235	بين المجموعات	
		0.688	371	255.137	داخل المجموعات	
			375	260.372	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها
*0.000	10.498	4.254	4	17.015	بين المجموعات	
		0.405	371	150.330	داخل المجموعات	
			375	167.345	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها
*0.015	3.140	2.435	4	9.740	بين المجموعات	
		0.775	371	287.708	داخل المجموعات	
			375	297.447	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
*0.000	13.985	3.372	4	13.487	بين المجموعات	
		0.241	371	89.445	داخل المجموعات	
			375	102.931	المجموع	

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

جدول 24

نتائج تحليل المقارنات البعدية *LSD* لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير العمر للدرجة الكلية

الدرجة الكلية	المستوى	أقل من 20 سنة	من 20 الى 30 سنة	من 30 إلى 40 سنة	من 40 إلى 50 سنة	50 سنة فأكثر
	أقل من 20 سنة	_____	0.05877	0.09697	*0.28172	*0.47894
	من 20 الى أقل من 30 سنة	_____	_____	0.03820	*0.22295	*0.42017
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	_____	_____	_____	*0.18475	*0.38197
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	_____	_____	_____	_____	*0.19722
	50 سنة فأكثر	_____	_____	_____	_____	_____

جدول 25

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ثانوية فأقل	232	2.79	0.47
دبلوم	11	2.99	0.50
بكالوريوس	111	3.02	0.53
ماجستير	6	2.91	0.29
دكتورة	16	3.30	0.76
الكلي	376	2.92	0.75

جدول 26

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
*0.000	9.237	4.834	4	19.338	بين المجموعات	
		0.523	371	194.174	داخل المجموعات	
			375	213.512	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	نحو مصدر التباين	اتجاهات الجمهور جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
0.292	1.244	0.861	4	3.445	بين المجموعات	
		0.693	371	256.927	داخل المجموعات	
			375	260.372	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور
*0.000	6.674	2.808	4	11.233	بين المجموعات	
		0.421	371	156.112	داخل المجموعات	
			375	167.345	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها
*0.011	3.307	2.560	4	10.239	بين المجموعات	
		0.774	371	287.208	داخل المجموعات	
			375	297.447	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
*0.000	6.869	1.774	4	7.097	بين المجموعات	
		0.258	371	95.834	داخل المجموعات	
			375	102.931	المجموع	

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

جدول 27

نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية

الدرجة الكلية	المستوى	ثانوية فأقل	دبلوم	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراة
ثانوية فأقل	_____	_____	-0.20794	*--0.23004	-0.12401	*-0.51608
دبلوم	_____	_____	_____	-0.02211	0.08392	-0.30814
بكالوريوس	_____	_____	_____	_____	0.10603	*-0.28603
ماجستير	_____	_____	_____	_____	_____	-0.39207
دكتوراة	_____	_____	_____	_____	_____	_____

جدول 28

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير طبيعة العمل للدرجة الكلية

طبيعة العمل	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
حكومي	26	2.96	0.50
قطاع خاص	64	3.18	0.51
أعمال حرة	34	3.01	0.51
طالب	38	2.92	0.56
بلا عمل	198	2.75	0.47
غير ذلك	16	2.90	0.49
الكلية	376	2.92	0.75

جدول 29

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير طبيعة العمل

مستوى الدلالة	قيمة(ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الوسائل الاتصالية في مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
*0.000	14.100	6.834	5	34.172	بين المجموعات	
		0.485	370	179.340	داخل المجموعات	
			375	213.512	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة(ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	اتجاهات الجمهور نحو جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية
*0.000	9.220	5.769	5	28.847	بين المجموعات	
		0.626	370	231.525	داخل المجموعات	
			375	260.372	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة(ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	دور مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية في تحقيق الاتصال المتوازن مع الجمهور
*0.000	6.585	2.735	5	13.674	بين المجموعات	
		0.415	370	153.671	داخل المجموعات	
			375	167.345	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة(ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المحددات التي تؤثر في تواصل مؤسسات الخدمة الاجتماعية الفلسطينية مع جمهورها
0.116	1.781	1.398	5	6.991	بين المجموعات	
		0.785	370	290.456	داخل المجموعات	
			375	297.447	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة(ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
*0.000	7.806	1.964	5	9.822	بين المجموعات	
		0.252	370	93.110	داخل المجموعات	
			375	102.931	المجموع	

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

جدول 30

نتائج تحليل المقارنات البعدية *LSD* لدلالة الفروق في مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة لدى مؤسسات الخدمة الاجتماعية في تحقيق أهدافها حسب متغير طبيعة العمل للدرجة الكلية

الدرجة الكلية	المستوى الحكومي	خاص	أعمال حرة	طالب	بلا عمل	غير ذلك
حكومي	_____	0.21867	0.05723	0.03864	*0.20811	0.05985
خاص	_____	_____	0.16145	0.25732	*0.42679	0.27852
أعمال حرة	_____	_____	_____	0.09587	0.26534	0.11708
طالب	_____	_____	_____	_____	0.16947	0.02121
بلا عمل	_____	_____	_____	_____	_____	-0.14826
غير ذلك	_____	_____	_____	_____	_____	_____



An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**THE EXTENT OF THE EFFECTIVENESS OF
PUBLIC RELATIONS DEPARTMENTS OF SOCIAL
WORK INSTITUTIONS IN ACHIEVING THEIR
GOALS (A COMPARATIVE STUDY)**

By
Saja Yousef Bawaqni

Supervisors
Dr. Amer Qasem

**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 EXTENT OF THE EFFECTIVENESS OF PUBLIC RELATIONS
DEPARTMENTS OF SOCIAL WORK INSTITUTIONS IN ACHIEVING
THEIR GOALS (A COMPARATIVE STUDY)**

**By
Saja Yousef Bawaqni
Supervisor
Dr. Amer Qasem**

Abstract

The study aimed to know the extent of the effectiveness of public relations departments in achieving the objectives of Palestinian governmental and non-governmental social work institutions. The Palestinian Ministry of Social Development and the Palestinian Red Crescent were the model for the study. To answer the main study question which is : How effective are the public relations departments in Palestinian governmental and non-governmental social work institutions in achieving the goals of these institutions?, Descriptive analytic method in addition to qualitative method have been used by distributing a questionnaire upon 376 individuals who are services receivers and interviewing public relations staff and members of senior management in the two institutions.

The study results showed that public relations play a role in the public's satisfaction with the institution, through the communication methods used, where the response in the total degree of the governmental institution was moderate, while the response of the non-governmental institution was high, and it also showed that the relations of the mark in both institutions showed a decrease in commitment to the principles of excellence theory. It was also shown that the determinants that were identified in the international excellence theory do not affect the work of public relations in Palestinian governmental and non-governmental institutions. According to the study results, several suggestions have been recommended. The most important are: public relations should make greater efforts to recognize the most appropriate means of communication in dealing with the public. The researcher recommends conducting studies on ways to activate public relations departments in social work institutions inside Palestine, and knowing the best public relations models used to improve the work of Palestinian social work institutions,

giving public relations authorities to make decisions and involve them more with senior management in governmental and non-governmental social work institutions.

Keywords: public relations, social work, non-governmental organizations, government institutions.