



الجامعة العربية الأمريكية  
كلية الدراسات العليا

تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم  
لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم

إعداد

أريج حسن طالب الطل

إشراف

الدكتور نشأت الأقطش

تم تقديم هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في تخصص  
العلاقات العامة

شباط / 2021م

© الجامعة العربية الأمريكية 2021. جميع حقوق الطبع محفوظة

تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي  
على صورة التعليم من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل

إعداد

أريج حسن طالب الطل

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ: 2021/5/27 وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع

*Handwritten signature in blue ink*

*Handwritten signature in black ink on a rectangular stamp*

*Handwritten signature in blue ink with a dotted line below it*

مشرفاً ورئيساً

ممتحناً داخلياً

ممتحناً خارجياً

1- د. نشأت الأقطش

2- د. أيمن يوسف

3- د. شادي أبو عياش

## إقرار:

أقرّ أنا مُعدّة هذه الرسالة بأنّها قدّمت إلى الجامعة العربية الأمريكية-جنين لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصّة، ما عدا ما تمّ الإشارة إليه حيثما ورد، وأنّ هذه الدراسة أو أيّ جزء منها، لم يُقدّم لنيل درجة عليا أخرى لأيّ جامعة أو معهد آخر.

التوقيع: أريج الطل

أريج حسن الطل

التاريخ: 2021/5/27

## الإهداء

أحمد الله عز وجل على مّته وعونه لإتمام هذا البحث

إلى أبي الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله، إلى من كان يدفعني فُدماً نحو الأمام  
لنيل المُبتغى، إلى الإنسان الذي امتلك الانسانية بكل قوة، إلى الذي سهر على تعليمي  
بتضحيات جسام مترجمة في تقديسه للعلم، إلى مدرستي الأولى في الحياة، أبي الغالي على  
قلبي أطال الله في عمره.

إلى التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى التي صبرت على كل شيء، التي رعتني  
حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد، وكانت دعواها لي بالتوفيق تتبعني خطوة خطوة في  
عملي، إلى من ارتحت كلما تذكرت ابتسامتها في وجهي نبع الحنان أُمي.

إلى إخوتي وأخواتي؛ من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب.

إلى جميع أساتذتي الكرام؛ ممن لم يتوانوا في مد يد العون لي أهدي اليكم بحثي هذا.

## الشكر والتقدير

الحمد لله حتى يبلغ الحمد منتهاه، الحمد لله الذي أنعم على بنعمتيّ العقل والدين القائل في كتابه العزيز "وَقَالَ رَبُّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ" (النمل، 19)

وإقراراً بالفضل وتمسكاً بقول الرسول صلى الله عليه وسلم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" فأبني أشكر الله الكريم رب العرش العظيم الذي وفقني لإنجاز هذه الدراسة وما توفيقى إلا بالله عليه توكلت وإليه مآب.

ثم أتقدم بالشكر والعرفان للجامعة العربية الأمريكية-جنين ولعمادة الدراسات العليا التي أتاحت لي الفرصة لإكمال الدراسات العليا في مجال العلاقات العامة المعاصرة.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والاحترام لمشرفي الدكتور نشأت الاقطش الذي لم يبخل علي بالنصح أو التوجيه أو المشورة لإتمام هذا العمل، فله كل الشكر والعرفان.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير لعضوي لجنة المناقشة، الدكتور أيمن يوسف، والدكتور شادي أبو عياش لما لملاحظتهما أثراً كبيراً في إثراء وجوده هذه الرسالة.

كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لمديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل، كذلك أتقدم بالشكر الجزيل لمديري المدارس والمدرسين في مدارس محافظة الخليل لما قدموه لي من مساعدة في الإجابة على أداة الدراسة.

الباحثة

## ملخص الرسالة

هدفت الدراسة التعرف إلى تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل، حيث استخدمت الدراسة الحالية المنهج الوصفي من خلال تصميم استبانة تم توزيعها على عينة من مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تكونت من (692) شخصاً اختيروا بالطريقة التطوعية/غير العشوائية، وقد أظهرت النتائج أن مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل كان بدرجة متوسطة، وقد جاء مجال "التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور" في المركز الأول، ثم "المساهمة في التعليم الإلكتروني" في المركز الثاني، و"دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات" في المركز الثالث، كما تبين أن دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل كان متوسطاً.

وأظهرت النتائج أن المتغيرات المستقلة (المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) هي أكثر أبعاد استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً في (صورة التعليم). كما تبين أن المتغير المستقل (التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور) ليس له تأثير في صورة التعليم.

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي جميع المجالات لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات: (الجنس، المؤهل العلمي، المديرية).

كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات: (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، أوصت الباحثة بعدة توصيات أهمها تدريب القائمين على العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض الترويج للتعليم لرسم صورة إيجابية عن التعليم لدى المجتمع الفلسطيني. وتطوير العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم من خلال عقد الدورات المتقدمة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بأكثر الطرق فاعلية.

**الكلمات المفتاحية:** العلاقات العامة، مديريات التربية والتعليم، وسائل التواصل الاجتماعي، محافظة الخليل.

## فهرس المحتويات

أ	إجازة الرسالة
ب	إقرار
ت	الإهداء
ث	الشكر والتقدير
ج	ملخص الرسالة
خ	فهرس المحتويات
ر	فهرس الجداول
ص	فهرس الملاحق

### 1 ..... الفصل الأول: تقديم الدراسة

2	المقدمة
5	مشكلة الدراسة
5	أسئلة الدراسة
6	أهداف الدراسة
7	فرضيات الدراسة
9	أهمية الدراسة
9	حدود الدراسة
10	الصعوبات التي واجهت الباحثة
11	مصطلحات الدراسة

### 13..... الفصل الثاني: الأدبيات والدراسات السابقة

14	العلاقات العامة
14	تاريخ العلاقات العامة ونشأتها:
15	مفهوم العلاقات العامة
16	أهداف العلاقات العامة
16	أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية
17	مبادئ العلاقات العامة
18	وظائف العلاقات العامة وأبرز خصائصها
18	أولاً: وظائف العلاقات العامة
19	ثانياً: الخصائص الحديثة للعلاقات العامة
20	دور العلاقات العامة في الصورة الذهنية للمؤسسة:
21	النظريات والاتجاهات التي اعتمدت عليها الدراسة
21	أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع
22	فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع
24	الصورة الذهنية
24	مفهوم الصورة الذهنية
25	الاتجاه النظري للصورة الذهنية

26	التأثير
26	شبكات التواصل الاجتماعي
27	مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
27	أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
28	مميزات شبكات التواصل الاجتماعي
28	أهم استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي
29	واقع التعليم في العالم العربي
31	الدول العربية بين التشابه والاختلاف
34	واقع التعليم في فلسطين
34	النظام التعليمي الرسمي الفلسطيني
35	إحصاءات عن واقع التعليم في فلسطين
36	أهم المشكلات التي يعاني منها النظام التعليمي في فلسطين
36	واقع التعليم في محافظة الخليل
38	دائرة العلاقات العامة في مديرية الخليل:
38	دائرة العلاقات العامة في مديرية شمال الخليل:
39	دائرة العلاقات العامة في مديرية جنوب الخليل:
39	دائرة العلاقات العامة في مديرية يطا:
41	الدراسات السابقة
41	الدراسات العربية:
48	الدراسات الأجنبية:
51	تعقيب على الدراسات السابقة

## 52..... الفصل الثالث: المنهجية (الطريقة والإجراءات)

53	مقدمة
53	منهج الدراسة
53	مجتمع الدراسة
53	عينة الدراسة
54	طرق جمع البيانات
54	خصائص أفراد عينة الدراسة
57	صدق أداة الدراسة
60	ثبات أداة الدراسة
62	تصحيح المقياس
62	متغيرات الدراسة
63	الأساليب الإحصائية

## 64..... الفصل الرابع: نتائج الدراسة

65	مقدمة
65	الإجابة عن أسئلة الدراسة

73.....	فحص فرضيات الدراسة.....
91.....	<b>الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات</b>
92.....	أولاً: مناقشة النتائج.....
101 .....	ثانياً: التوصيات .....
103 .....	المصادر والمراجع.....
103 .....	المراجع العربية:.....
110 .....	المراجع الأجنبية:.....
111 .....	المقابلات: .....
111 .....	مواقع الكترونية:.....
112 .....	الملاحق .....
A.....	ABSTRACT.....

## فهرس الجداول

- جدول (1): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس ..... 54
- جدول (2): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة ..... 54
- جدول (3): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي ..... 55
- جدول (4): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المديرية ..... 55
- جدول (5): توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حسب استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل لوسائل التواصل الاجتماعي ..... 56
- جدول (6): توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حسب وسائل التواصل المستخدمة للاتصال مع الأهل ومع الطلبة ..... 56
- جدول (7): توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حسب مدى متابعة الناس لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم ..... 57
- جدول (8): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Person Correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات المجال مع الدرجة الكلية للمجال ..... 58
- جدول (9): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط درجة كل مجال من مع الدرجة الكلية لمحور استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي ..... 59
- جدول (10): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات المحور مع الدرجة الكلية للمحور ..... 59
- جدول (11): نتائج معامل كرونباخ ألفا لثبات أداة الدراسة ..... 60
- جدول (12): الثبات بطريقة التجزئة النصفية ..... 61
- جدول (13): فئات المتوسطات الحسابية لتحديد درجة الموافقة ..... 62
- جدول (14): استخدام دوائر العلاقات العامة في المديريات لوسائل التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً ..... 65
- جدول (15): استخدام دوائر العلاقات العامة في التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور، مرتبة تنازلياً ..... 66
- جدول (16): استخدام دوائر العلاقات العامة في المساهمة في التعليم الإلكتروني، مرتبة تنازلياً ..... 67

- جدول (17): استخدام دوائر العلاقات العامة في مجال تنمية الدوافع وإشباع الحاجات، مرتبة تنازلياً. .... 69
- جدول (18): دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل، مرتبة تنازلياً. .... 70
- جدول (19): اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء. .... 72
- جدول (20): نتائج تحليل التباين للانحدار المتعدد لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى. .... 73
- جدول (21): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم. .... 74
- جدول (22): نتائج تحليل الانحدار المتعدد التدريجي لاختبار دخول استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في معادلة التنبؤ بصورة التعليم. .... 75
- جدول (23): نتائج تحليل التباين للانحدار البسيط لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الفرعية الأولى. .... 76
- جدول (24): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل. .... 76
- جدول (25): نتائج تحليل التباين للانحدار البسيط لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الفرعية الثانية. .... 77
- جدول (26): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر المساهمة في التعليم الإلكتروني على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل. .... 78
- جدول (27): نتائج تحليل التباين للانحدار البسيط لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة. .... 79
- جدول (28): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل. .... 79
- جدول (29) نتائج اختبار (ت) (Independent- Sample T-Test) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة

- لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس  
81 ..... والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.
- جدول (30) نتائج اختبار (ت) (Independent- Sample T-Test) للتعرف  
على الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة  
لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس  
82 ..... والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.
- جدول (31): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات  
استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من  
وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى  
83 ..... لمتغير المؤهل العلمي.
- جدول (32): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على  
الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة  
لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس  
84 ..... والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.
- جدول (33): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات  
استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من  
وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى  
85 ..... لمتغير المديرية.
- جدول (34): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على  
الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة  
لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس  
85 ..... والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.
- جدول (35) نتائج اختبار (ت) (Independent- Sample T-Test) للتعرف  
على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء  
صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري  
87 ..... المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.
- جدول (36) نتائج اختبار (ت) (Independent- Sample T-Test) للتعرف  
على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء  
صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري  
88 ..... المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.
- جدول (37): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات دور  
العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من  
وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى  
88 ..... لمتغير المؤهل العلمي.

جدول (38): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي ..... 89

جدول (39): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية ..... 90

جدول (40): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية ..... 90

## فهرس الملاحق

- ملحق رقم (1): أداة الدراسة ..... 113
- ملحق رقم (2): قائمة بأسماء المحكمين ..... 117
- ملحق رقم (3): كتاب تسهيل مهمة موجه من مركز البحث والتطوير التربوي إلى  
مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل ..... 118
- ملحق رقم (4): كتاب تسهيل مهمة موجه من مديري التربية والتعليم في مديريات التربية  
والتعليم في محافظة الخليل لمديري المدارس ..... 119

الفصل الأول  
تقديم الدراسة

## الفصل الأول

### تقديم الدراسة

#### المقدمة

تُعد دائرة العلاقات العامة في أي مؤسسة حلقة الوصل التي تربط المؤسسة بجمهورها، فهي عبارة عن النافذة التي تطل من خلالها المؤسسة على جماهيرها الداخلية والخارجية، لاطلاعهم على أنشطتها وبرامجها من خلال وسائل الإعلام المتعددة؛ وذلك من أجل بناء سمعة طيبة للمؤسسة، وصورة مثالية لها، كما أنها تُعتبر النافذة التي تطل منها الجماهير على المؤسسة في حال رغبتها في الحصول على أي معلومة، أو إجابة عن استفسار حول نشاطات المؤسسة وبرامجها.

ويعتبر ميدان العلاقات العامة من الميادين المعاصرة التي ظهرت في صورتها الجلية مع بداية القرن العشرين، على الرغم من قدمها ورجوع تاريخها إلى العصور الغابرة، إذ قام الإنسان البدائي بعدة أنشطة قصد تحقيق التفاهم والتكيف مع الآخرين عن طريق وسائل الاتصال البدائية، ومع تطور الزمن واتساع رقعة النشاطات وكثرة الممارسات الاجتماعية وتعقدتها بين الأفراد والجماعات سيما تلك الأنشطة المنجزة في أطر تنظيمية كالمؤسسات والهيئات والمنظمات على اختلاف أنواعها ومجالاتها، سياسية أم اقتصادية أو خدمتية أو غيرها، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة حساسة وجوهرية في مختلف المنظمات والمؤسسات التي تولي أهمية كبرى لجماهيرها، لأن هذه الأخيرة تُعتبر المرأة العاكسة لصورتها وأنشطتها، ولذلك وفي سعي جاد من المؤسسات الخدمتية زادت الحاجة إلى وجود جهاز إداري مختص تناط له مسؤولية تحقيق التفاهم مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي وهذا الجهاز يتمثل في جهاز العلاقات العامة.

لقد تطور مفهوم العلاقات العامة في الكثير من دول العالم، وبرز دورها في الكثير من الشركات والمنشآت الحكومية، إلا أن دور العلاقات العامة في العديد من الأجهزة الحكومية والمنشآت الخاصة ما زال محدوداً، فما زال العديد من المسؤولين وأصحاب الأعمال لا يعطون العلاقات العامة الاهتمام المطلوب لعدم إلمامهم بالأهمية القائمة على أنشطة العلاقات العامة وحملاتها التي أضحت تستخدم في العديد من دول العالم، فأصبحت العلاقات العامة صناعة هذا القرن من خلال الاستفادة من كافة وسائل الإعلام المتعددة والمتطورة لتبصير

الشعوب بسياسات الدول وأهدافها، ومدى مساهمات تلك الدول في الاستقرار والازدهار العالمي (الدليمي، 2011).

إن الإنسان بالتدريج يصنع لنفسه أو داخل ذهنه صوراً، يمكن الاعتماد عليها عن العالم الذي لا يستطيع الوصول اليه، وهذا يعني بأن الصورة سواء أكانت سلبية أم إيجابية فهي لا تحدث هباءً، بل لأهداف قصدية، فبعض المستشرقين يصرون أحكامهم حتى قبل وصولهم الى المكان المعنيين بدراسته، وتعد الصور إحدى أدوات التفكير الثلاث: (الصور، والرموز، والمفاهيم).

إن الصورة الذهنية ترتبط بالنظام المعرفي الخاص بالفرد، فيعرفها هاري ستاك سليفان بأنها: كل ما يملكه الفرد عن نفسه وعن الآخرين، ويدعم ذلك بولدنك بأن الصورة الذهنية تبني خبرات الإنسان السابقة منذ لحظة الميلاد وربما قبل ذلك والإنسان جنين في بطن أمه حيث يتلقى الكائن الحي رسائل مستمرة عن طريق الأحاسيس تكون غير واضحة في البداية فإذا ما تقدم العمر بالإنسان ازداد هذا التصور ليشمل في النهاية كل شيء (شلتز، 1983).

والصورة الذهنية تعد من أكثر المصطلحات التي أسيء استخدامها مع أن العالم اليوم أصبح عالم الصورة، إذ اندثرت النظريات التي كانت تعتبر الاعلام مرآة عاكسة للمجتمع بل الواقع يؤكد أن وسائل الاعلام تخلق واقعاً مغايراً بل وأحياناً مختلفاً تماماً عن الواقع، فصورة الآخر ليست هي الآخر وكذلك صورة الذات، فصورة الآخر هي انعكاس لواقع العلاقة مع الذات التي انعكست في المخيلة.

ويشير بضيف (2010) إلى أن المتتبع للتحويلات والتغيرات التي طرأت على العالم في السنوات الأخيرة يلاحظ من بين المجالات والتخصصات التي أخذت الحصة الكبيرة كانت تلك التي تتعلق بالاتصال والعلاقات العامة، إضافة إلى التطور الهائل لوسائل الاتصال، وهذا يدل على الدور المهم الذي أصبحت تتمتع به مختلف التخصصات والهيئات التي تهتم بالعلاقات العامة في المؤسسات، فالمؤسسة العصرية لا تستطيع الاستغناء عن العلاقات العامة، وبخاصة التعليمية منها، حيث إنها بحاجة لتسويق نفسها، وبحاجة للتواصل المستمر مع جماهيرها المختلفة، كما أنها بحاجة للتعرف على جماهيرها من خلال الدراسات والأبحاث والاستطلاعات حتى تحقق التفاهم الكامل بينها وبين جماهيرها على أحسن وجه، كما أن العلاقات العامة كقيلة بفتح قنوات اتصالية دائمة تساهم في بناء جسر علاقات متين، الأمر

الذي يحقق استجابة إيجابية ومنه تكوين سمعة طيبة وصورة حسنة في أذهان الجماهير المستهدفة.

لذا يرى رضوان (2011) أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أعظم ما أفرزته الثورة التكنولوجية الحديثة على شبكة الإنترنت، وأصبحت علامة بارزة في العصر الحالي، فقد حظيت هذه الشبكات بانتشار كبير وسريع على الصعيد العالمي، وشهدت إقبالا غير مسبوق من جميع شرائح المجتمع، فقد قربت هذه الشبكات المسافات بين الأفراد في فضاء إلكتروني افتراضي، وكسرت الحواجز الجغرافية بين البشر، حتى أصبحت تشكل جزءاً حيوياً من حياة الناس، ولم تعد هذه الشبكات مجرد أدوات تكنولوجية لتبادل الرسائل فقط، بل غدت وسيلة للتفاعل والمشاركة على مستوى عالمي، ذلك أن ما يميز الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل أساسي هو التفاعلية المتنوعة المتعددة الوسائط، التي أتاحت للأفراد المستخدمين أن يتصرفوا على أنهم مرسلون ومستقبلون بالوقت نفسه، فقد سمحت هذه التكنولوجيا الحديثة للجماهير أن يرسلوا ويستقبلوا ويتفاعلوا ويعقبوا ويستفسروا ويشاركوا بكل حرية وبسرعة فائقة.

ولما كانت العلاقات العامة في المؤسسات إحدى أهم الجهات المنوط بها التواصل مع الجماهير، كان لا بد من تفعيل دورها في التواصل والتفاعل مع هذه الجماهير بصورة مستمرة دون وسائط زمنية، ولا حواجز مكانية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وأهمها: الفيسبوك (Facebook) وتويتر (twitter) والانستغرام (Instagram) وغيرها، التي جذبت الملايين من المستخدمين، وبالتالي وفرت هذه الشبكات الفرصة لممارسي العلاقات العامة للتفاعل مع الجماهير العريضة التي تبنت الأشكال الحديثة من التكنولوجيا ودمجتها في حياتهم اليومية، لذلك توجب على هؤلاء الممارسين امتلاك المهارات والخبرات خاصة في مجال الإعلام الجديد لكي يكونوا قادرين على تحقيق النجاح لمؤسساتهم (Padman, & Sweetser, 2008).

وفي هذا الإطار سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة "التعليم" لدى أولياء الأمور وطلبة المدارس.

خصص الفصل الأول من الدراسة لتحديد المشكلة: المقدمة والمشكلة والفرضيات وحدود الدراسة، وتعريف المصطلحات. وفي الفصل الثاني تم مراجعة الدراسات والأدبيات السابقة. وفي الفصل الثالث حددت المنهجية والإجراءات، وتم عرض النتائج في الفصل الرابع، وأخيراً في الفصل الخامس وضعت أهم النتائج والتوصيات.

### مشكلة الدراسة

شهد العالم مؤخراً نقلة نوعية في كل نواحي الحياة بفضل ثورة المعلومات التي عملت على القضاء على الأساليب التقليدية في أداء الأعمال الإدارية، واستبدلت بالتكنولوجيا الحديثة، وقد أثرت هذه التقنية في كل المجالات والنشاطات ومنها مجال العلاقات العامة، حيث طورت من أساليبها وتقنياتها، وسهلت تواصلها بجماهيرها وعمل القائمين عليها، ومؤسسات التربية والتعليم من بين المؤسسات الحكومية المهمة بتطوير نشاط العلاقات العامة، كونها لها جمهور كبير ومتميز، وعملها دائم من خلال التنسيق بين الإدارة وجمهورها الداخلي أو الخارجي لتحقيق أهداف متعددة ومتنوعة منها تحسين صورة التعليم لدى أفراد المجتمع، لذا أصبح استعمال مواقع التواصل الاجتماعي حتمية لا مفر منها في نشاط العلاقات العامة خاصة في مديريات التربية والتعليم.

ومن خلال تواصل الباحثة بالعاملين في إدارة العلاقات العامة في مديرية التربية والتعليم في جنوب الخليل، ومن خلال متابعتها للنقاشات التي تدور بين إدارة العلاقات العامة وبين أولياء الأمور وطلبة المدارس، شعرت الباحثة بوجود إشكالية في عمل دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم تؤثر على قيامها بدورها في بناء صورة إيجابية لدى أولياء الأمور عن العملية التعليمية، من هنا فإن مشكلة الدراسة تبلورت في السؤال الرئيس الآتي:

ما مدى تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟

### أسئلة الدراسة

من خلال نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تبرز الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام لتلبية الحاجات والدوافع واستخدام الأفراد لهذه الوسائل والتعرض لها، فقد انبثق عن السؤال الرئيس الأسئلة الآتية:

1. ما مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟
2. ما دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟
3. هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟
4. هل تختلف درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل باختلاف (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية)؟
5. هل تختلف درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل باختلاف (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية)؟

### أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة ومن خلال الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع إلى:

1. معرفة مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.
2. معرفة دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.
3. معرفة أثر استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.
4. معرفة الفروق في درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تبعاً لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

5. معرفة الفروق في درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تبعاً لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية)؟

### فرضيات الدراسة

اعتماداً على نظرية الاستخدامات والإشباع (الطرابيشي والسيد، 2006)<sup>(1)</sup>، تسعى الدراسة الحالية لفحص الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

وانبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للتفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للمساهمة في التعليم الإلكتروني على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لدور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

---

1 ( لمزيد من الاطلاع على مفاهيم النظرية، انظر الفصل الثاني، ص: 14

وانبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

**الفرضية الرئيسية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

وانبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

7. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

8. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

### أهمية الدراسة

1. تلقي هذه الدراسة الضوء على مدى تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل لمواقع التواصل الاجتماعي على صورة التعليم.
2. تلقي نتائج هذه الدراسة بظلالها على مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل؛ للوقوف عن كثب على الدور الذي تقوم به العلاقات العامة فيها، إذ ستساعد، من وجهة نظر الباحثة، بتزويدها بتقييم واضح عن هذا الأداء.
3. يتوقع من نتائج هذه الدراسة أن تكون مفيدة لمديريات التربية والتعليم في فلسطين بشكل عام، وفي محافظة الخليل بشكل خاص، للاطلاع على دور العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل، والإفادة من تجربتها في هذا المجال.
4. تعتقد الباحثة أن هذه الدراسة ستكون مصدراً مهماً للمعلومات يستفيد منها الباحثون والمهتمون في مجالات بحثهم في الموضوع، إذ تشير الباحثة، وحسب حدود معرفتها، أن هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تعالج هذا النوع من المواضيع، بالإضافة إلى قلة الدراسات التي تتحدث في مجالات العلاقات العامة وتأثيرها على صورة التعليم في أوساط المجتمع الفلسطيني.
5. تطوير أداة (استبانة) للدراسة تم التحقق من صدقها وثباتها يمكن للباحثين استخدامها في المستقبل لإجراء دراسات مشابهة للدراسة الحالية.

### حدود الدراسة

الحدود البشرية: مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على محافظة الخليل؛ لأن جنوب فلسطين ينتشر فيه الفقر متعدد الأبعاد (التعليم والصحة ومستوى المعيشة) بنسبة أعلى من المحافظات الأخرى.

الحدود الزمانية: الفصل الأول من العام الدراسي (2020-2021م). نظراً للظروف الصحية التي يمر بها العالم بشكل عام وفلسطين بشكل خاص (COVID19)، والانتقال للتعليم عن بعد. الحدود الموضوعية: تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم في فلسطين. وتتحدد نتائج الدراسة بالأداة المستخدمة لجمع البيانات. حدود المتغيرات: جنس، المديرية، المؤهل العلمي، طبيعة الوظيفة.

### الصعوبات التي واجهت الباحثة

- الكثير من أفراد مجتمع الدراسة لا يتعاونون مع الباحثة، والسبب في ذلك هو انعدام الوعي لدى الكثير منهم بأهمية الأبحاث العلمية، ودورها في تقدم المجتمع.
- لا تستطيع الباحثة في الكثير من الأحيان الوصول إلى المناطق التي يتركز بها مجتمع الدراسة وذلك لعدة أسباب إما عدم توافر شبكة النقل والمواصلات بهذه الأماكن، أو عدم توافر الأمن والأمان بها.
- قلة المراجع، والدراسات السابقة التي يمكن للباحثة الاعتماد عليها في إعداد رسالتها وهذا ما يجعل الباحثة تقضي وقتاً طويلاً سعياً وراء إيجاد هذه المعلومات، والمصادر المرتبطة بموضوعها.
- الكثير من المكتبات تكون غير مجهزة لاستقبال الباحثين وتفتقر إلى وجود التكنولوجيا المتقدمة اللازمة لمساعدتهم.
- عدم تعاون المؤسسات مع الباحثين، وعدم الدقة في الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها استمارات الاستقصاء التي يقوم الباحثين بتوزيعها، وهذا ما يؤدي إلى وجود خلل في النتائج.
- الإغلاق الناتج عن حالة الطوارئ المعلنة في فلسطين بسبب انتشار فيروس كورونا.
- العبء المالي لإعداد الرسالة بشكل مميز، فالباحثة تتحمل تكاليف الانتقال من مكان لآخر بحثاً عن المصادر، والمعلومات الدقيقة، وكذلك تكلفة الدراسة الميدانية، والتحليل الإحصائي للبيانات التي ستتوصل إليها.

## مصطلحات الدراسة

التأثير: هو عبارة عن توجيه نشاطات المنظمة أو الأفراد بالاتجاه الصحيح، عبر استخدام النشاطات الإدارية الأساسية، القيادة، التنظيم، الإشراف والتواصل (شفيق، 2010: 7).

تأثير الإعلام: هو ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي، وكلما استجاب المتلقي للرسالة يحدث التأثير، والتأثير هو نتاج التفاعل الواقعي بين خصائص الرسالة الإعلامية وخصائص المتلقين لها (القرشي، 2007: 4).

الصورة الذهنية: هي "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات إزاء منظمة ما وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم" (الكردي، 2011: 10).

تعرف الباحثة الصورة الذهنية اجرائياً بأنها: "تصور محدود يحتفظ به الإنسان في ذهنه عن أمر ما، وهذا التصور يختزل تفاصيل كثيرة في مشهد واحد".

مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية، التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاصة به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية" (راضي، 2003: 23).

العلاقات العامة: "هي النشاط الذي يختص بعلاقة واتصال المؤسسة بجمهورها، ويشمل هذا الجمهور كلا من المتلقين والمزودين وجمهور المواطنين بصفة عامة، وتهدف عملية الاتصال باستخدام هذا النشاط إلى خلق أو تدعيم الاتجاه الإيجابي نحو المؤسسة" (عجوة، 2003: 92).

ويعرفها يونس (2008: 193) بأنها: "وظيفة من الوظائف الإدارية المتمثلة بتقويم الاتجاهات العامة للإدارة نحو الآخرين، فضلاً عن موقف الآخرين من السياسات والأساليب التي تضعها الإدارة، إذ إن هذه الوظيفة تستكمل وظائف الإدارة الخاصة بالتخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والرقابة لبرامج العم اللازمة لفهم الجمهور المستهدف".

الاتصال: "انتقال المعلومات وتبادل الأفكار، أو هي عملية تكوين الأفكار وتوحيدها بين المرسل والمستقبل، ويعتمد نجاحه على عوامل مختلفة، منها: طبيعة الرسالة، وتفسير

المستهلكين لها، والبيئة التي يحصل فيها استلام الرسالة، وإدراك المستهلك لمصدر الرسالة،  
والقناة التي تستخدم لنقلها" (العاصي، 2006: 146).

## الفصل الثاني

### الأدبيات والدراسات السابقة

## الفصل الثاني

### الأدبيات والدراسات السابقة

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري وفي بناء فروضها على نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الصورة الذهنية، حيث حاولت الباحثة من خلال استخدامها لهذه النظريات أن تستكشف دوافع تعرض أولياء الأمور وطلبة المدارس لتطبيقات التواصل الاجتماعي الخاصة بمديرية التربية ومدى الرضا عن المعلومات المقدمة لهم.

### العلاقات العامة

#### تاريخ العلاقات العامة ونشأتها:

لقد كانت القبائل البدائية تحتاج إلى الإعلام للمحافظة على بقائها وذلك سواء للحصول على مصادر الغذاء أو الوقوف في التصدي للأعداء فكانت تعين من أجل ذلك حارساً على الأفق ينبئها على كل مستجد فيه، فقد يلوح في الأفق قطيع من حيوانات الصيد، أو غيوم تنذر بعاصفة شديدة أو عدو يغير عند ذلك تستعد القبيلة لمواجهة الموقف (باديس، 2016).

إن جذور العلاقات العامة تمتد إلى حضارات عريقة كون الإنسان كائن اجتماعي لا يمكن انزاله عن الآخرين نتيجة التفاعل بين الفرد وأسرته ومجتمعه، وكانت العلاقات العامة عند قدماء المصريين تتركز في اهتمام ملوك الفراعنة بالاتصال بالأهالي في مناسبات كثيرة. وكان الاتصال جماهيري وإقناعهم أن الاهتمام الرئيس بقضاياهم وأمورهم، شيء مهم فضلاً عن تسجيل ووصف الأحداث المهمة في المجتمع وعرضها على واجهات المعابد وجدرانها لنقش التعاليم الدينية كما كانوا يصورون عليها بعض الأحداث البارزة، والتي تكشف عن جوانب سياسية أو اقتصادية أو دينية باستعمال أدوات منها البردي وزهرة الزنبق (الصريرية، 2001).

وعند البابليين والآشوريين كان الاهتمام بالعلاقات العامة يظهر واضحاً عند تسجيل الصحف المتضمنة الحوادث اليومية والتعليمات، التي جسدها الملك حمورابي بدعوة عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات لاسيما في عيد حصاد القمح، واستخدام الآشوريون للوحدات الطينية التي تتضمن النشرات المصورة التي تروي حوادث انتصاراتهم وما فعلته جيوشهم بالأعداء، ويعرضونها في قاعاتهم وشوارعهم، أما العلاقات العامة عند اليونان والرومان كانت تتجسد بالاتصال وأبناء الشعب وزيادة ثقافة الشعب عن طريق

القوائد الشعريفة مثل أشعار هوميروس والنشرات اليومية لتوضيح أهم الأحداث وأكثر ما كان عليه الإنسان من كرامة واحترام لأفكاره هو في عصر الإسلام، إذ اعتمدت على التعامل الشخصي والتجاري وإقامة علاقات صادقة وعلى البراهين والإقناع والحجة في نشر الرسالة الإسلامية بدلاً من الإكراه وهذا ما اتبعه سيد الأنبياء وخاتمهم وخير خلق الله محمد (صلى الله عليه وسلم)، إذ يُعد أسلوب الإقناع من أهم الوسائل الحديثة التي يقوم عليها علم العلاقات العامة. وفي العصور المظلمة عصور الجهل والفساد والانحلال الاقتصادي والاجتماعي والفوضى وهي ما عليه العلاقات العامة في العصور الوسطى. وتم تخرج المتعلمين المتخصصين في الدين والنشر في الكنيسة الجديدة عن طريق ما ورد في الكتاب السماوي (الإنجيل) ومسؤولية الالتزام بتعليمات هذا الكتاب المقدس وغيرهما ممن أسهموا في النشر والإعلام وبعد الثورة البروتستانتية التي قام بها مارتن لوثر وتحديه لسلطان الكنيسة الكاثوليكية (صبطي ومسعودي، 2010).

أما العلاقات العامة في العصور الحديثة، فقد بدأت في القرن العشرين منذ التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية وظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الكبير. إذ مثل صعوبة على أصحاب الأعمال في الاتصال لتضاعف الجماهير وتكاثرهم الديموغرافي كما حرصوا على كسب الجماهير والحصول على رضاهم. هذا ما تمثلت به العلاقات العامة في هذه المدة بقيادة الرائد "إيفي لي" الذي دعا إلى معاملة المستخدمين معاملة أخلاقية إنسانية، وضرورة رعاية مصالح الجماهير الخارجية. ففي العصور الحديثة وبعد الحرب العالمية الثانية تطورت العلاقات العامة وازدادت أهميتها بصورة ملحوظة، فباتت تلعب دور كبير في المجتمعات العصرية وكان للتقدم العلمي والتكنولوجي وتنوع وسائل الاتصال والإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وأجهزة طباعة، تأثير كبير في زيادة أهمية وفعالية العلاقات العامة. (إبراهيم، 2009).

### مفهوم العلاقات العامة

هناك العديد من الباحثين والعلماء الذين تطرقوا إلى العلاقات العامة مفهوماً وتعريفياً، حيث عرفها بيرد (2008) بأنها الفعالية التي تعنى بالسمعة والتي لا بد من أن تكون ادارتها كفؤة

وفعالة إذ يتم عن طريقها تعزيز سمعة المؤسسة التي تعمل فيها داخلياً وخارجياً، لاسيما المؤسسة الحكومية.

وقد عرّفها العاصي (2006) بأنها وظيفة إدارية تدرس اتجاهات الجماهير وتحدد سياسات وأعمال فرد أو منظمة يتلاءم والصالح العام وتنفيذ البرامج لرضا الجمهور.

كما عرفها إبراهيم (2009) بأنها مهمة إدارية تنتهج منهج الاتصال في التفاعل سواء الاتصال الشخصي والجماهيري، وبجميع اتجاهات الاتصال الأفقي والعمودي.

وقد جاء في تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني أن العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها (غرسية، 2015).

وأما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كالعاملين والموظفين والمساهمين والجمهور العام (جودة، 2008).

### أهداف العلاقات العامة

إن العلاقات العامة قد أصبحت في الآونة الأخيرة وظيفة من الوظائف الإدارية والتي تمارس في كافة المستويات الإدارية في المؤسسة وهناك عدة أهداف تسعى إلى تحقيقها العلاقات العامة من أهمها كما أوردها العدوي (2011):

1. تعريف جماهير المؤسسة أهدافها وسياساتها ومنتجاتها من السلع والخدمات.
2. إعطاء فكرة للإدارة عن اتجاهات جماهير المنظمة وآرائها.
3. المساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المنظمة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها (من خلال وضع برامج للعلاقات العامة بهدف تحسين العلاقات مع الجماهير الداخلية).
4. الحصول على تأييد الجماهير ورضاها عن نشاطات المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها.
5. نصح أو إرشاد الإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة.

### أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

تكمن أهمية العلاقات العامة في هذه المؤسسات بالآتي: (غموقي، 2014)

- تأهيل القبول لأفكار وقرارات القيادات العليا من قبل الجمهور وحصول الرضا، أي بمثابة الرأي العام (وهو أحد مؤشرات الجودة في الأداء).
- توضيح مهمات المؤسسات ونوعية خدماتها للمستفيدين منها بشفافية مطلوبة بتوافر المعلومات المهمة في الوقت والشكل المناسبين كما أكده أرسطو سابقاً.
- التوعية بالأهداف التنموية للجهات الحكومية بغية تحقيق فهم الجمهور لها وإيمانه بها وتعاونها معها، ومن ثم تعاونه مع تلك الجهات في تحقيقها.
- نشر المعلومات والحقائق للجمهور والمؤسسة بما يخدم كلا الطرفين بفاعلية بما لا يتعارض مع الأنظمة والقوانين السائدة التي تنظم الحياة العامة.
- دراسة وبحث مشكلات وقضايا المؤسسة المتعلقة بشكل مباشر بالجمهور (الداخلية أو الخارجية) والخروج بحلول ومعالجات سليمة منها.
- تفعيل (الاتصال) لخلق التفاهم المصلي المشترك بين المؤسسة والبيئة المحيطة بها والتي تخدم ضمن نطاقها أهداف العلاقات العامة.
- تضيق الفجوة بين الأفراد والمجتمع ككل، وتحقيق الاندماج وخلق حالة من المعرفة والفهم لتوحيد الاتجاهات والقناعات .

### مبادئ العلاقات العامة

نظراً للتأثير الذي تمارسه وسائل الاتصال على الرأي العام للجمهور، فقد أصبح من الضروري، وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة، والتي تعكس الإطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة، ومن أهم هذه المبادئ: (جودة، 2008)

- المسؤولية الاجتماعية: إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن أن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فيؤثر بها وتتأثر به، ولذلك فإن هناك مسؤولية تقع على عاتق المنظمة مما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه.
- احترام رأي الفرد: يجب أن تركز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة الفرد لاحترام حقوقه الأساسية التي نص عليها وضمنها القانون، وأن تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع. فالإيمان بالشيء هو خير دافع للاهتمام به.
- عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور: إن نظام إخفاء المعلومات عن الجمهور تثير الشك وتفصح المجال للشائعات المغرضة، وتؤدي إلى وجود شرخ في الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها. وبالتالي فإن على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي

يحتاجها الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل والتي قد تضر مصالح المنظمة أمام المنافسين.

- الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة: تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة والنزاهة والصدق والعدالة. وهكذا فهي لا تخدع الجمهور ولا تغشه بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس الأقوال فقط، فالعلاقات العامة هي إعلام وسلوك. الجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق السامية، والجانب الإعلامي هو استخدام كافة وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها.

- إتباع الأساليب العلمية في البحوث: إن من أهم وظائف العلاقات العامة إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة. وفي هذا المجال فإنه لا بد لموظفي العلاقات العامة أن يتبعوا الطريقة العلمية في البحث وأن يبتعدوا عن التحيز الشخصي ويتصفون بالموضوعية في عملية إجراء البحث لكي يصلوا إلى النتائج الدقيقة.

- العلاقات العامة تبدأ من البيئة الداخلية: إن تحقيق المنظمة لأهدافها يتعلق بمعرفة الموظفين أهداف المنظمة والدور المطلوب منهم في هذا المجال. المنظمة تؤدي عملها بشكل أفضل إذا كان موظفيها يلمون بكل ما يحدث من إنجازات ومشاكل.

فالعلاقات العامة يتجه مسارها من الداخل إلى الخارج أي إلى الجماهير الخارجية. وهذا ما يستدعي الاهتمام بالموظفين وتوثيق الصلات معهم والحصول على تعزيزهم وتأييدهم لإدارة المنظمة وسياساتها (الدليمي، 2011).

### وظائف العلاقات العامة وأبرز خصائصها

#### أولاً: وظائف العلاقات العامة: (صبطي ومسعودي، 2010)

1- التوعية العامة: إن العلاقات العامة تساعد على توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات والبرامج التي تنفذها المنظمة، وحيوية ارتباطها بمصالح المجتمع.

2- كسب أعضاء جدد: توسع العلاقات العامة من اطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة وسياساتها وأهدافها، وكذلك تساعد على تقييم برامجها وخدماتها الاجتماعية مما يشجع إقبال المهتمين بالانضمام لها.

- 3- كسب التأييد: فالعلاقات العامة تساعد على إيصال السياسات والآراء التي تتبناها المنظمة عبر عدة وسائل وهو ما يؤثر في الرأي العام وبالتالي قد يؤدي إلى تأييده لمواقف المنظمة ودعمها.
- 4- تنمية الموارد المالية: فالعلاقات العامة تساعد المنظمة على عرض الخدمات والبرامج التي تنفذها، وتساعد على الوصول إلى الجهات التي من الممكن أن تتبنى مثل هذه الخدمات والبرامج وتمولها.
- 5- خلق علاقات طيبة مع الجمهور: وذلك من خلال استمرار تواصل وتفاعل المنظمة بالجمهور وتبادل المعلومات معهم في إطار من المصادقية.

### ثانياً: الخصائص الحديثة للعلاقات العامة

يمكن تحديد أهم خصائص العلاقات العامة على النحو الآتي: (الدليمي، 2011)

- 1- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية، بل تشكل عنصراً أساسياً في المنظمات، فهي ضرورية في جمع المنشآت وعلى مختلف المستويات، فرضها المجتمع الحديث.
- 2- العلاقات العامة وظيفة اتصالية أولاً ثم لها طبيعة إدارية أساسية ضمن وظائف الإدارة، وهي وظيفة مستمرة ومخططة، لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود أفعال آنية لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المنظمة.
- 3- العلاقات العامة وظيفة (استشارية - تنفيذية)، استشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كافة التعاملات مع جماهيرها، وتنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.
- 4- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل، حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الوسائل والأشكال والقنوات والأساليب الاتصالية المتاحة للمنظمة.
- 5- الرأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة وهدفها الأساسي، التأثير على اتجاهاته وكسب تعاطفه وتأييده ما يحقق الصالح العام للمنظمة وجماهيرها المعنية.
- 6- تعتمد العلاقات العامة في ممارسة أنشطتها على الأسلوب العلمي القائم على الدراسات والبحوث المستمرة، والتخطيط العلمي السليم، فهي ليست نشاطاً عشوائياً.

## دور العلاقات العامة في الصورة الذهنية للمؤسسة:

إن أحد أدوار عمل العلاقات العامة هو الصورة العامة للمؤسسة، ويقصد بها الانطباع العام الذي ينشأ طبقاً لمستوى المعرفة والفهم للحقائق، أي أن المعلومات الخاطئة أو غير المكتملة تعطي على العكس صورة خاطئة (الشرباتي، 2011).

وقد بدأ استخدام مصطلح "الصورة الذهنية" عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الأمريكية من بداية النصف الثاني من القرن العشرين، واهتمت العلاقات العامة بدراسة صورة الشخصيات القيادية للتعرف على وجهة نظر الجماهير عن تلك الشخصيات والمؤسسات ومعرفة العناصر الإيجابية والسلبية في تلك الصورة بغرض تدعيم الجانب الاجتماعي وتعديل الجانب السلبي، كما اهتم خبراء العلاقات العامة بدراسة العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية وتطورها في ظل ذلك التقدم التكنولوجي الهائل في وسائل الاتصال الجماهيري (شيبية، 2008).

وتعتبر الصورة الذهنية عن واقع المؤسسة وكل ما يتصل بها وما يصدر عنها ككيان في مجتمع، حيث تشمل السياسات والقرارات والتصرفات والعلاقات التي تتمكن من خلالها المؤسسة من تحقيق أهدافها، ويشمل كذلك مظهرها وتكويناتها المادية، تلك العناصر المادية والمعنوية للمؤسسة تشكل ملامحها من خلال ما يعرف بشخصية المؤسسة، ويعد ذلك هو المضمون الاجتماعي للعلاقات العامة الذي ينعكس في أذهان الجماهير على شكل تأثيرات تكون محصلتها النهائية الصورة الذهنية، وتلعب صورة المؤسسة دوراً كبيراً في نجاح المؤسسة أو فشلها وذلك بتأثيرها على سلوك الجماهير، وفي دراسة قام بها دكستر نيدل للتحقق من ذلك الفرض، وجد أن برامج العلاقات العامة تسهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة وإحداث تغيير في العادات السلوكية والمواقف (عجوة، 2006).

من هنا يظهر دور إدارة العلاقات العامة تجاه معرفة ماهية الصورة الذهنية الحالية للمؤسسة وكيفية تدعيمها وتعديلها أو حتى تغييرها، وذلك كما بيّنه (شيبية، 2008) في الآتي:

– التعرف على السمعة الحالية للمؤسسة ومدى اختلافها أو اتفاقها بين فئات الجمهور المختلفة.

- التعرف إلى وضع المؤسسة وصورتها الذهنية بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى المنافسة.
- الوقوف على نقاط الضعف أو القوة التي تتسم بها المؤسسة.
- تحديد أفضل التكنيكات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع الجمهور.
- تقييم فعالية الأنشطة والبرامج التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة.

## النظريات والاتجاهات التي اعتمدت عليها الدراسة

### أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع

اهتم الباحثون وعلى مدى عقود طويلة بدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، ودورها في تغيير قناعاتهم وثقافتهم أو قراراتهم، وتدرجت الأبحاث في نظرتها من تأثير مطلق للإعلام إلى تأثير متوسط وأحياناً تأثير ضعيف، وذلك حسب تطور الوسائل في حقب مختلفة، واعتياد الناس على هذه التقنيات، وتوفر عنصرَي الاختيار والانتقاء، وبالتالي أصبح الناس يبحثون عن أشياء معينة من هذه الوسائل ترضي رغباتهم، ومن هنا ظهرت نظرية "الاستخدامات والإشباع"، التي تعتمد على فكرة مفادها أن "استخدامات الأفراد للرسالة نفسها يمكن أن تختلف باختلاف الاحتياجات التي يسعى هؤلاء الأفراد إلى إشباعها، كما أن تأثيرات وسيلة إعلامية معينة ترتبط إلى حد كبير بالاختلافات القائمة بين الأفراد في تعاملاتهم مع الوسيلة، ومن ثم فإن حاجة الأفراد ورغباتهم وتوقعاتهم تعدّ جميعاً متغيرات وسيطة بين الرسائل الإعلامية وتأثيرات تلك الرسائل (الطرايبيشي والسيد، 2006).

لكل دراسة علمية منهج فكري يقود فكرها ويسير عمليات قياس متغيراتها، وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات العلمية الأصيلة في علم الاتصال بالجمهور وتدور فلسفتها في أن للجماهير احتياجات معرفية واجتماعية وسلوكية يسعون لإشباعها عبر تسويق مضامين الوسائل الإعلامية المختلفة، والتركيز الأساسي على تأثيرات هذه الوسائل في حياة الناس، كما أن خصائص وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وفي مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي عززت فروض النظرية ومفاهيمها، لأن التفاعلية واحدة من أهم مميزاتها، ما ساعد على تجسيد مفهوم الجمهور النشط، وهو ما تفترضه النظرية. وتصنّفه بأنه الجمهور الذي يتفاعل مع محتوى وسائل الاتصال ويختار الوسائل المناسبة والملائمة لتوجهاته واحتياجاته، وتتبع أهمية هذه النظرية للدراسة من كونها تقوم على دراسة مدى تأثير الجمهور

حيال ما تعرضه وسائل الاتصال من مضامين الأحداث وبحثه عن مصادر إخبارية تُلبّي احتياجاته (درويش، 2005).

تكمّن رؤية نظرية الاستخدامات والإشباع في إدراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، وتحكم عملية استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الإعلامية عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها: الخلفيات الثقافية، أسلوب الحياة، الجنس، مقدار الدخل، مستوى التعليم، المستوى الاقتصادي. ولعل أهم مدخل الاستخدامات والإشباع كما أوردها (العبد، 2008) ما يلي:

1. تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.
2. فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.
3. معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال.

وقد تطورت نظرية الاستخدامات والإشباع في التسعينيات لتغطي ثلاثة مجالات أساسية كما أشار إليها (مكاوي والسيد، 2010):

1. دور البحث عن الإشباع في التعرض لوسائل الاتصال.
  2. العلاقة بين الإشباع والأطر التفسيرية التي يدرك من خلالها الجمهور مضمون وسائل الاتصال.
  3. العلاقة بين مضمون وسائل الاتصال الجماهيري والإشباع.
- وفي ثناياها تركز هذه النظرية على تفسير أسباب متابعة وسائل الإعلام، وطرق التعرض لها من قبل كافة الشرائح، وتحاول النظرية الربط بين هذه الأسباب وأنماط استخدام الجمهور لهذه الوسائل.

### **فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع**

يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الفرضيات التي تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام، وهي: (الشامي، 2002)

– أعضاء الجمهور مشاركون فعّالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبّي توقعاتهم.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
  - أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، ووسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.
  - أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرّضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
  - يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.
  - تنافس الوسائل الإعلامية مع المصادر الأخرى لإشباع حاجات الأفراد، وهذا ما عبّر عنه كلاير بتأثيرات العوامل الوسيطة، وهذه المصادر هي قنوات الاتصال الشخصي كالأندية أو السينما أو غيرها، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام من خلال قنوات ووسائل أخرى.
- يُستنتج من هذه النظرية أن غاية وسائل التواصل والاتصال تكمن في سدّ حاجات الجمهور وتحقيق إشباعاته، ولا تعاني من أي إكراه في سبيل ذلك، ولا دور لها في صياغة هذه الحاجات وتوجيه الاهتمامات والانشغالات، وفي صقل الذوق، استلهمت هذه النظرية من المدرسة الوظيفية، فقد تم حصر أدوار وسائل الإعلام المختلفة في ثلاث وظائف، وهي: مراقبة البيئة للكشف عما يمكن أن يهدّد النظام الاجتماعي أو يخلّ بقيم المجموعة أو العناصر التي تشكّله (البحث عن الأخبار، والتواصل)، وربط مجموع الأجزاء التي تشكّل المجتمع (التفاعل والتنشئة الاجتماعية)، ونقل التراث الاجتماعي (التعلم، ونقل المعارف). وتؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع على هذه الوظائف انطلاقًا مما يفعله الفرد بوسائل الإعلام.
- وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات والإشباع تبعد عن النزعة التي تستخف بالجمهور التي تراه كقطيع، فالجمهور لم يعد -من منظور هذه النظرية- كتلة واحدة متجانسة؛ يخضع للرسائل التي يتعرض لها فتؤثر في سلوكه وآرائه، بل مجموعات مختلفة بعاداتها الثقافية وحاجاتها الاتصالية والنفسية واستخداماتها المختلفة لوسائل الإعلام، فقد جعلت هذه النظرية من الاختيار الفردي قوة مرجعية في دراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، إنها العلاقة التي حصرتها في الثنائية الآتية: الحاجات (الحوافز)، والتطلعات أو الغايات من التعرض لوسائل الإعلام (الإشباع).

وتساعد نظرية الاستخدامات والإشباع في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تؤثر هذه النظرية في عقول الجماهير وتعمل على تكوين الرأي العام من خلال القضايا التي تهم المجتمع.

### الصورة الذهنية

تعتبر الصورة الذهنية عن واقع المؤسسة وكل ما يصدر عنها، من سياسات وقرارات وتصرفات وعلاقات تتمكن من خلالها المؤسسة من تحقيق أهدافها والظهور أمام زبائنها بأحسن صورة، وتلعب صورة المؤسسة دوراً كبيراً في نجاحها أو فشلها وهذا حسب ردود أفعال الزبائن الذين يتأثرون ببرامج العلاقات العامة. ويؤكد الكثير من الباحثين بأن لهذه الأخيرة الدور الأساسي في تحسين الصورة الذهنية (الراشدية، 2016).

وتلعب الصورة الذهنية دوراً هاماً ومحورياً في تشكّل سلوك الأفراد وتكوّن الآراء واتخاذ القرارات وتؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والقطاعات المختلفة، فهي تعكس الواقع الذي مرّ بحياة الفرد، وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة، وإنما تتم المواجهة بشكل غير مباشر معتمداً على الوصف (خاطر، 2005).

### مفهوم الصورة الذهنية

ظهر مفهوم الصورة الذهنية كمصطلح متعارف عليه أوائل القرن العشرين، أطلقه "التر لبمان (Lipman)"، وهو يصلح أساساً لتفسير الكثير من عمليات التأثير التي تعمل بها وسائل الإعلام وتستهدف بشكل أساسي ذهن الإنسان (زهرا، 2012).

كما ظهر مفهوم الصورة الذهنية إلى حقل دراسات السلوك الدولي لا سيما بعد الحرب العالمية الثانية ضمن الاهتمام بما يسمى بالشخصية القومية، فظهر مفهوم الصورة النمطية القومية، ولأن الصورة النمطية جزء من الصورة الذهنية فإن ذلك لا يعني إن كل صورة ذهنية هي صورة نمطية، إذ أن مفهوم الصورة الذهنية أوسع وأشمل (الشطري، 2013).

ويستخدم مصطلح الصورة الذهنية من وجهة النظر النفسية للتعبير عن الأفكار التي يحملها الفرد وتؤثر في سلوكه، وتشتمل على المعلومات والأفكار والمعاني والانطباعات المختزنة عن موجودات معينة، سواء كانت متعلقة بذاته كشخص أو بالوسط المحيط به من أشخاص وتنظيمات وأفكار وأشياء (زهرا، 2012).

وعرّف قطب وعتريس (2007) الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة نحو شخصية معينة أو نظام ما أو فلسفة ما، أو أي شيء آخر، وهي أيضاً استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو الشم أو السمع أو اللمس أو التذوق.

والصورة الذهنية تعني أن إدراكها للآخرين لا يقوم على معرفة حقيقتهم في الواقع، وإنما ما تحمله من أفكار وتصورات ذهنية تنتج عنها عمليات استنتاج لا شعورية تمكنها من تشكيل انطباعات عن الآخر بناء على أدلة (صورة ذهنية) محددة المعالم (الشطري، 2013).

### الاتجاه النظري للصورة الذهنية

انطلق هذا الاتجاه من مفهوم محدد ألا وهو (الانطباع الصحيح)، فالصورة المنطبعة لأي مؤسسة هي بمثابة الشخصية للإنسان، فهي الصورة التي يحملها الجمهور عن المؤسسة والتي يتعامل على أساسها معها. فالدور الذي تؤديه في المجتمع والخدمات التي تقوم بها تحتم تكوين صورتها العامة ودعمها وترسيخها في المجتمع، وإذا فقدت مثل هذا التوافق بين صورتها والدور الذي يطلبه المجتمع منها فقدت مسوغ وجودها "فقوة المؤسسة للبقاء في المجتمع، تعتمد على طبيعة خزين الصور لذلك المجتمع عن هذه المؤسسة".

فمن هنا يمكننا الاستنباط بأن الصورة الذهنية تتكون من خلاصة التجارب المباشرة أو غير المباشرة للأفراد إزاء شخص معين أو مؤسسة ما. وللصورة الذهنية أنواع منها:

1. الصورة المرآة وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
2. الصورة الحالية وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
3. الصورة المرغوبة وهي التي تود المنشأة أن تكون لنفسها في أذهان الجماهير.
4. الصورة المثلى وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير، ولذلك يمكن أن تسمى بالصورة المتوقعة.

مما سبق تستنتج الباحثة أن مفهوم الصورة الذهنية حظي باهتمام واسع في حقول معرفية عدة، وهو ما جعل منه مفهوم متعدد الخطابات على وفق الحقل المعرفي الذي ينطلق منه ويستعمله، إن لاستعمال مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة أثراً خاصاً، ويكاد لا يخلو أي ذكر لأهداف العلاقات العامة من غير أن يذكر هدف بناء صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة أي كان نوع تلك المؤسسة وإمكانياتها وحجمها ووظائفها، وهو هدف تبذل أجهزة

العلاقات العامة الكثير من الجهود المتواصلة لتحقيقه والحفاظ على المتحقق منه، لذا فهي في حراك مستمر لتنفيذ أنشطة اتصالية متنوعة تتيح لها تقديم صورة المؤسسة للجمهور بالشكل الذي تخطط له وترمي إليه.

### التأثير

التأثير هو إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقي، تجعله عند تحركه مدفوعاً بهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه، ولهذه الحالة النفسية دور كبير جداً، بل أساسي في تغيير سلوك إنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين (الشاعر، 2009).

ويرى موسى (2003) أن التأثير هو نتيجة تفاعل اجتماعي بين عاملين وهما: المؤثر والمتأثر بحيث يخلق لدى المؤثر عليه رد فعل معين.

ويعرف النغيمش (2007) التأثير بأنه أحد مركبات عملية الاتصال؛ حيث أعطي التأثير مكانة مركزية في عملية الاتصال، وهو عبارة عن مركب ضروري وهام في كل عملية الاتصال.

ولا شك أن الرأي العام وكسب تأييد الجماهير محل اهتمام كل إدارة تسعى للنجاح والازدهار وتحقيق الأهداف حيث صارت الحاجة ملحة أن تعرف الإدارة آراء المواطن وتطلعاته لرسم سياستها وشرحها للجمهور بغية كسب ثقته واحترامه ورضاه.

تلعب العلاقات العامة دوراً كبيراً في تحقيق ثقة واحترام الجمهور وذلك من خلال العمل على تحسين صورة المؤسسة والمنظمة للجمهور من خلال العمليات الاتصالية بين الإدارة والجماهير الداخلية والخارجية والعمل على رسم السياسات والإستراتيجيات والسير بها نحو تحقيق أهداف المنظمة.

### شبكات التواصل الاجتماعي

تعتبر البداية الحقيقية لظهور شبكات التواصل الاجتماعي خلال أعوام التسعينيات من القرن الماضي، والتي تعرف بمواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت حيث صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995)، وأطلق عليه اسم (Classmates.com) وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل الكتروني افتراضي بين جميع أفراد المجتمع، و توالى بعد ذلك العديد من المواقع ومن

أبرزها: فيسبوك (Facebook)، وتويتر (twitter)، وماي سبايس (may space) لينكد إن (LinkedIn)، وجوجل بلس (+Google)، واليوتيوب (YouTube)، وسكايب (Skype).... وغيرها من المواقع الاجتماعية (محمددين، 2012).

## مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

هو وسيلة اتصالية تشارك الأصدقاء من خلال نقل المعلومات وتبادل الرسائل الفورية بين المنظمة وجمهورها عبر صفحات خاصة، وهي مرنة تجعل من المنظمة وسيلة فعالة في الترويج للمنتج الجديد (المنصور، 2012).

كما تعرف بأنها: عبارة عن عملية تتألف من أدوات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت، والمحتوى والمنشور المتبادل عبر تلك القنوات بين الجهات المختلفة، أفراد مع أفراد، أو أفراد مع منظمات، أو منظمات مع منظمات (حلاوة والعاطف، 2012).

وعرفها محمددين (2012) بأنها: التطبيقات ومنابر وسائل الإعلام عبر شبكة الانترنت التي تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات.

## أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

هناك العديد من الأنواع والتصنيفات لشبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في مختلف أنحاء العالم والتي لا تزال في توسع وانتشار سريع، ومنها: الفيس بوك، تويتر، يوتيوب، تيتوك، لنكد إن، سناب شات... الخ

ويمكن تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي حسب الهدف من إنشائها والخدمات التي تقدمها إلى ثلاثة أنواع وهي: (المقدادي، 2013)

- مواقع شخصية: تعني بالأفراد أو الأشخاص ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم مثل فيسبوك وتويتر.
- مواقع ثقافية: تختص بنشاط فني معين وترتبط المهتمين بموضوع أو تخصص معين مثل

the European library/ library thing

- مواقع مهنية: وهي التي تنشأ بواسطة المؤسسات المهنية بغرض تجميع المهتمين بمهنة معينة، مثل LinkedIn.

## مميزات شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة مميزات منها (حلاوة والعاطف، 2012):

- سهولة الاستخدام: طورت شبكات التواصل بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج إلى قليل من المعرفة في أسس تكنولوجيا من أجل نشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت.
- التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جذابة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت محل اهتمام العديد من مستخدمي الانترنت.
- تشكيل مجتمع بطرق جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعة وجدت منذ بداية التطبيقات الإلكترونية إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت سبلاً جديدة للاتصال، فقد ينظم المستخدمين للتواصل من خلال تبادل في الآراء والأفكار.
- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، ببساطة وسهولة.
- التفاعلية: يكون الفرد مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
- التكاليف القليلة.

## أهم استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي والتعلم: سجلت رابطة هيئات المدارس القومية بالولايات المتحدة الأمريكية في تقرير لها أن 60% من طلاب المدارس الأمريكية يستخدمون المواقع الاجتماعية يتحدثون في مواضيع تعليمية، بل كان من المفاجئات أن أكثر من 50% يتخاطبون بالتحديد في مواضيع خاصة بالواجبات الدراسية، لذا كان على العديد من المدارس التواجد عبر هذه المواقع للاستفادة منها وتوجيه المتعلمين إلى مزاياها، حيث أنشأت العديد من المدارس التعليمية حسابات خاصة لها عبر هذه المواقع المنوعة كالفيس بوك، ويتم من خلالها الربط بين المعلمين والطلاب وتعزيز العلاقات بينهم، وهذا أدى إلى التطوير المهني

للمعلمين والشراكة في المحتويات العلمية، إضافة إلى ذلك فإن شبكات التواصل الاجتماعي هي وسيلة اتصالية بين أولياء الطلبة ومدرسيهم أو الهيئات المكلفة بهم حيث من خلالها أصبح أولياء الأمور يسألون عن أبنائهم ويستفسرون عن أدائهم دون الحاجة للذهاب إلى المدرسة والمقابلة وجهاً لوجه، كما هو الحال بالنسبة للجامعات التي أصبحت لديها شبكات التواصل الاجتماعي من الأمور البديهية والضرورية (المنصور، 2012).

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة: إن استعمال تقنية الإنترنت وتطبيقاته في مجال العلاقات العامة يفرض فهماً عميقاً وتصوراً واضحاً من قبل الإدارة العليا ومسؤولي أجهزة العلاقات العامة للأدوار التي يمكن أن تؤديها هذه التقنية في دعم وإتمام مهام العلاقات العامة، مثل توجيه الرأي العام، واتساع انتشار الأخبار والأحداث الخاصة بالمنظمات والمؤسسات إلى مديات أبعد، وإدارة سمعة المؤسسة وصورتها (محمد، 2012).

ثالثاً: شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الاستثمار والأعمال: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة تجمع بين الناس بتكلفة قليلة مما يعود بالمنفعة على رجال الأعمال وأصحاب الأعمال الصغيرة الذين يتطلعون إلى توسعة دائرة اتصالاتهم، فمن الممكن أن تتحول هذه المواقع منبراً فعالاً لإدارة علاقات العملاء وبالأخص الشركات التي تبيع المنتجات، كما يمكن استعمالها كمنصة لعرض إعلاناتها والترويج (المقدادي، 2013).

رابعاً: شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق: من الاستخدامات الشائعة لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التسويق، حيث باتت تواجد الشركات فيها شيئاً معتاداً وذلك لما فيها من أسواق متنوعة ومتنوعة تمكن من عرض المنتجات وترسيخ العلامة التجارية والتفاعل وإدارة العلاقة مع الزبائن وهي المهمة الأهم والأصعب، وقد أصبح هذا التوجه يشغل كبار المسوقين والمختصين في مجال الأعمال.

### واقع التعليم في العالم العربي

يواجه تعليمنا الوطني، الكثير من الصعوبات والتحديات، تماماً ككل المجالات والقطاعات التي تملك مشروعاً نهضوياً وتنموياً، ولكن التعليم باعتباره الجسر المتين الذي يصل بنا إلى آفاق التطور والازدهار والتنمية، يُعتبر حجر الزاوية في بناء الوطن، فالتعليم، بما يمثله من رافعة قوية لصناعة تنمية شاملة لكل الأمم والشعوب والمجتمعات، لم يعد مجرد عناوين وفرضيات

وتجارب، ولكنه أصبح منظومة متكاملة لها أدواتها وآلياتها ومقوماتها التي يُمكن تحديدها وتوجيهها وقياسها (الأحمد، 2017).

لذا فنحن بحاجة إلى فهم أعمق لنظامنا التعليمي والمشكلات التي تواجهه، وبحاجة أيضاً إلى طرح حلول جديدة وإبداعية لتلك المشكلات.

ويمكن تلخيص أهم مشكلات النظام التعليمي في العالم العربي بما يلي:

- عدم وجود رؤية واضحة يتفق عليها المخططون للتعليم توجه المشروعات التطويرية التربوية ، لذا فمن الصعب التعرف على مسار محدد لتقدم التعليم، بل إن كثيراً من المشروعات والتوجهات التطويرية تنتج إما ردة فعل أو نتيجة اجتهادات شخصية من قيادات الوزارة؛ مما يسبب تقديم المشاريع دون وجود إطار نظري واضح تعتمد عليه ويربطها بغيرها، فضلاً عن ذوبان هذه المشاريع وتلاشيها التدريجي، وربما انحرافها عن مسارها الأساسي، دون تقويم النتائج تطبيقها وتطويرها (خصاونة، 2013).
- المناهج ومناسبتها للتقويم، وتقديمها من خلال طرق تدريس مناسبة، وتدريب المعلمين على تقويم الأداء، ومناسبة المحتوى للطلاب ومتطلبات بناء المجتمع.
- تدني تأهيل المعلمين، والذي على الرغم من إقرار درجة البكالوريوس التربوي حداً أدنى للتأهل لوظيفة (معلم)، إلا أنه في كثير من الأحيان يتم الاستعانة بالحاصلين على درجة البكالوريوس غير التربوي في بعض التخصصات مثل: (اللغة الإنجليزية والفيزياء والرياضيات)، نتيجة لندرة المعلمين في هذه المجالات. كما أنه لا يوجد معيار للاختيار من الحاصلين على البكالوريوس سوى المفاضلة بينهم بناءً على معايير يحكمها العرض والطلب (مؤتمن، 2014).
- المبنى المدرسي، فنتيجة للزيادة المتسارعة في النمو السكاني والتوسع الجغرافي، ونقص التخطيط المسبق، اضطرت الوزارة في العقود المتأخرة إلى استئجار مبانٍ سكنية واتخاذها مدارس، مع ما فيها من النقص الواضح في المرافق التربوية من ملاعب وصالات ونحوها، كذلك عدم مناسبة فصولها وتجهيزاتها للأداء التربوي، وهذا ما أسهم في إفشال كثير من الأنشطة التربوية سواء على مستوى الطلاب أو مستوى المدرسة أو أنشطة النمو المهني للمعلمين. كما أن تلك المباني أدت إلى ازدحام الطلاب بالفصول. كما أنّ (مخططات) المدارس الحكومية رغم أنها أفضل بكثير من المدارس المستأجرة،

إلا أنها تفشل في كثير من الأحيان في الإسهام في إيجاد بيئة تربوية جاذبة داخل المدرسة (مؤتمن، 2004).

- زيادة عدد الطلاب في الفصول، والذي يأتي على الرغم من أن النسب الإجمالية لعدد الطلاب في الفصول ونسبة عدد الطلاب للمعلمين متدنية، حيث يبلغ متوسط عدد الطلاب 25 طالباً، ونسبة الطلاب للمعلمين معلم لكل عشرة طلاب، إلا أن كثيراً من المدارس، لا سيما في المرحلة الثانوية داخل المدن تعاني من ارتفاع أعداد الطلاب داخل الفصول، وكذلك صغر حجم الفصول (خصاونة، 2013).
- النظام الإداري للمدرسة، إذ يغلب على إدارة المدرسة الطابع الإداري البيروقراطي الرتيب، الذي يقتصر في كثير من الأحيان على تنفيذ التعليمات بأقل قدر من الكفاءة. الصلاحيات تكاد تكون معدومة لدى مدير المدرسة، ويقتصر دوره في كثير من الأحيان على تسيير الأمور اليومية الروتينية في المدرسة. وهذا الوضع جعل مدير المدرسة مهتماً دائماً بالمحاسبة لمخالفة النظام. كما تشير كثير من الدراسات إلى عدم فعالية النظام الإشرافي، بوضعه التقليدي الذي يركز على الزيارات المتباعدة غير فاعل في تطوير أداء المعلمين ولا أداء المدارس (مؤتمن، 2003).
- عدم وجود آلية لقياس ناتج التعليم، فليس هناك آلية واضحة لمعرفة مدى تحقيق النظام التعليمي لأهدافه، سواء على المستوى المدرسي أو على مستوى المجتمع. فلا يوجد اختبارات مقننة معتمدة يمكن من خلالها الحكم على أداء المدارس، ولا توجد عمليات مقايسة خارجية "benchmarking" مع دول أخرى، للتعرف على المستوى الفعلي لطلاب المدارس. (الأحمد، 2017).

### الدول العربية بين التشابه والاختلاف

لا يمكن التعامل مع الدول العربية جميعاً بنفس الطريقة من حيث بحث وتحليل الواقع التعليمي فيها، وإن كان هناك العديد من المشكلات بين هذه الدول إلا أن الخصوصية التي تحملها كل دولة ترتبط بقضاياها الداخلية التي أثرت على مجمل مجريات الأحداث فيها منذ حقبة ما بعد الاستعمار حتى الثورات العربية ضد أنظمة الاستبداد التي نعيشها اليوم. وقد كانت الثورات العربية الحالية مؤذنة بتغيير كبير على جميع الصعد ومنها التعليم الذي يشكل رافعة النهضة الحقيقية لأي مشروع حضاري (واقع التعليم في العالم العربي، 2016).

ويمكننا تقسيم الدول العربية إلى قسمين، دول حققت نجاحات معينة في ميدان تطوير التعليم على المستوى المدرسي والجامعي. ودول أخرى لا تزال تعاني من مستوى تعليمي متدني لا يحقق أدنى متطلبات حاجات العصر والمجتمع.

دول الخليج والسعودية: لقد أحرزت نجاحات متقدمة على باقي الدول العربية في ميدان التعليم، فقد استطاعت هذه الدول أن ترفع من عدد الملتحقين بالتعليم المدرسي إلى مستويات متقدمة، ثم رفع كفاءة المعلمين واستيراد مناهج تعليمية متقدمة والسعي المتواصل في تطوير الأنظمة والقوانين والمظاهر العمرانية كالمدارس والجامعات والمباني التعليمية (وزارة التربية والتعليم السعودية، 2019).

ولقد أظهرت العديد من التقييمات الدولية تقدم هذه الدول في الميدان التعليمي مثل حصول قطر على المرتبة التاسعة في جودة التعليم على مستوى العالم تلتها الإمارات العربية المتحدة التي جاءت في المرتبة 13 عالمياً والبحرين 38 والسعودية 72 (الهيئة العامة للإحصاء، 2017).

سوريا: الواقع السوري اليوم قد أحال البلد بعد أكثر من 5 سنوات من الحرب المستمرة والمتشظية إلى دمار، وقد أظهر تقرير اليونيسيف أرقاماً صادمة حول واقع التعليم حيث يظهر التقرير: تدمير 33% من المدارس وأن هناك حوالي 8,2 مليون طفل سوري خارج المدرسة. كما أن نسبة الأطفال المشردين داخل سوريا وخارجها تبلغ حوالي 5,5 مليون طفل (bar9, 2016). هذا الواقع الأساوي يغلق الباب أمام أي محاولة للبحث في واقع التعليم في بلد تعيش حالة حرب مستمرة اجتمعت فيها كل مصالِح وتناقضات العالم لتتصارع على الأرض السورية.

العراق: لا تختلف العراق في واقعها الأساوي عن سورية وإن كان طول المدة وطبيعة النظام الحاكم قد أدت إلى عدم تسليط الضوء على واقعها كما هو الحال في دول أخرى. وتعيش العراق ضمن واقع مرتبك منذ احتلالها عام 2003 الذي دمرَّ البنية التحتية وأزاح الواقع السياسي انزياحاً تاماً باتجاه السيطرة الإيرانية الشاملة. التي بدأت بقتل العلماء العراقيين ولم تقف عند حدود التدخل في وضع المناهج العراقية (bar9, 2016). هذا بالإضافة إلى الطبيعة الطائفية التي تسيطر على واقع التعليم في العراق والتي أنتجت ولا تزال خطاباً طائفيّاً مدمراً

يجعل من التعليم ميداناً مساهماً لاستمرار الحرب الطائفية بين مكونات الشعب العراقي (bar9, 2016).

مصر: يبلغ معدل الأمية في مصر للسكان 15 سنة فأكثر 2,29% منهم 5,20% للذكور مقابل 1,38% للإناث (bar9, 2016). وتحتل مصر حسب تقرير التنافسية العالمية المركز الأخير عربياً و116 من بين 140 دولة على مستوى العالم. بينما تحتل المركز 139-أي قبل الأخير- عالمياً في جودة التعليم الأساسي. (bar9, 2016)

موريتانيا: تقول الأرقام الحكومية أن نسبة التحاق التلاميذ في المدارس تصل 84% ومع ذلك فإن 40% من هؤلاء التلاميذ لا يكملون دراستهم الابتدائية بل يتسربون من التعليم. أيضاً في موريتانيا توجد جامعة واحدة هي جامعة نواكشوط وهذه الجامعة تضم أربع كليات فقط هي الطب والآداب والعلوم وكلية القانون والاقتصاد إضافة إلى معهد تقني واحد، ولذلك فهناك نقص واضح وعدم ارتباط باحتياجات سوق العمل في موريتانيا من صيد وزراعة وتعيين وهندسة وغيرها، والنتيجة أن 12% فقط من خريجي هذه الجامعة يجدون فرص عمل (bar9, 2016). موريتانيا هي الدولة الأولى عربياً بنسبة الأمية التي تصل 48%.

ترتيب الدول العربية حسب مؤشر جودة التعليم الابتدائي:

- قطر 9 عالمياً 1 عربياً
- الإمارات 13 عالمياً 2 عربياً
- لبنان 14 عالمياً 3 عربياً
- البحرين 38 عالمياً 4 عربياً
- الأردن 69 عالمياً 5 عربياً
- السعودية 72 عالمياً 6 عربياً
- تونس 86 عالمياً 7 عربياً
- عمان 88 عالمياً 8 عربياً
- الكويت 103 عالمياً 9 عربياً
- المغرب 110 عالمياً 10 عربياً
- الجزائر 113 عالمياً 11 عربياً
- موريتانيا 137 عالمياً 12 عربياً

## واقع التعليم في فلسطين

يعتبر الحق في التعليم من أبرز الحقوق التي نصت عليها التشريعات الفلسطينية كالقانون الأساسي المعدل لعام 2011، وقرار بقانون رقم (8) لسنة 2017م بشأن التربية والتعليم العام.

وتعد وزارة التربية والتعليم من أهم مؤسسات السلطة الوطنية الفلسطينية؛ لأنها المؤسسة التي تؤثر في مختلف القطاعات، وهي من أهم الوزارات، كونها تشمل عدداً كبيراً من فئات المجتمع حيث يلتحق بالمدارس ما يقارب أكثر من ثلث سكان فلسطين.

فالسلطة الوطنية الفلسطينية تولت العملية التعليمية منذ العام 1994م، ومنذ ذلك الوقت حددت أهدافها ومهامها بالعمل على تنمية رؤى مستقبلية واضحة للتعليم الفلسطيني تتجاوز فيه الماضي وتعمل على إعادة بناء ما أحدثته سلطة الاحتلال الإسرائيلي من تخلف إلى التطلع لمستقبل يعيد ارتباط الأجيال الجديدة بتاريخها وينير طريقها إلى المستقبل (عيسى، 2012). فعملت على توحيد المناهج بين جناحي الوطن في الضفة الغربية وقطاع غزة ومن جهة أخرى أحدثت نقلة في المناهج من حيث محتواها.

## النظام التعليمي الرسمي الفلسطيني

ينقسم التعليم الرسمي الفلسطيني إلى ثلاث أنواع هي: التعليم ما قبل المدرسة (رياض الأطفال) والتعليم العام (التعليم المدرسي) والتعليم العالي وتمتد مدة التعليم ما قبل المدرسة إلى سنتين على الأكثر. أما مدة التعليم المدرسي إلى اثنتي عشرة سنة. أما التعليم العالي فينقسم إلى نوعين وهما التعليم العالي المتوسط (كليات المجتمع المتوسطة) ومدته سنتان إلى ثلاث سنوات والتعليم الجامعي (الجامعات) لنيل درجة البكالوريوس ومدته تتراوح بين 4-6 سنوات تعتمد بالدرجة الأولى على نوع التخصص (حبايب، 2001).

أما بالنسبة للتعليم العام فينقسم حالياً إلى مرحلتين هما:

1. المرحلة الأساسية ومدتها عشر سنوات من الصف 1-10

2. المرحلة الثانوية ومدتها سنتان 11،12 ينقسم فيها الطلبة في السنة الأولى إلى أربعة فروع (الأدبي، العلمي، والمهني، والتجاري) ويتقدم الطلبة في نهاية هذه المرحلة لامتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة (التوجيهي).

ويخضع التعليم الفلسطيني بجميع مراحله لثلاث جهات إشراف وهي:

1. حكومية: السلطة الوطنية تشرف على معظم المدارس، ويقدر عدد الطلاب فيها بنسبة 65%.

2. وكالة الغوث الدولية: التي تشرف على مدارس اللاجئين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، ويقدر عدد الطلاب فيها بنسبة 25%.

3. خاصة: وهي المدارس التي تشرف عليها مؤسسات خاصة، ويقدر عدد الطلاب فيها بنسبة 10%.

### إحصاءات عن واقع التعليم في فلسطين

أشار الكتاب الإحصائي السنوي الصادر عن وزارة التربية والتعليم في فلسطين حول الواقع التربوي للعام الدراسي 2018-2019، أن عدد المدارس في الأراضي الفلسطينية قد بلغ 3037 مدرسة، منها 2300 مدرسة في الضفة الغربية و 737 مدرسة في قطاع غزة. وتتنوع حسب جهات الإشراف كما يلي: 234,2 مدرسة حكومية و 370 مدرسة تابعة لوكالة الغوث و 433 مدرسة خاصة. وبينت النتائج أن عدد مدارس وكالة الغوث الدولية في قطاع غزة أعلى من عددها في الضفة الغربية، حيث بلغت 274 مدرسة في قطاع غزة و 96 مدرسة في الضفة الغربية (الإدارة العامة للتخطيط التربوي، 2019).

وأوضح الكتاب أيضاً أن 054,282,1 طالباً وطالبة يلتحقون في المدارس الفلسطينية، بينهم 662,635 ذكوراً و 392,646 إناثاً، منهم 943,720 طالباً وطالبة في الضفة الغربية، و 111,561 طالباً وطالبة في قطاع غزة. موزعين حسب جهات الإشراف كما يلي:- 084,836 طالب/ة في المدارس الحكومية و 862,324 طالب/ة في مدارس وكالة الغوث الدولية و 108,121 طالباً في المدارس الخاصة.

وفيما يتعلق بنسبة التسرب الكلية من كافة المدارس نوه الكتاب أنها بلغت في الضفة الغربية من 99,0% وبلغت في قطاع غزة 54,0% من كلا الجنسين، وهذه النسبة ترتفع عند الذكور في صفوف (التاسع والعاشر والحادي عشر والثاني عشر).

وبالنسبة لمرحلة التعليم قبل المدرسة يوجد 332,1 روضة أطفال في الضفة الغربية و 685 روضة أطفال في قطاع غزة. وحول عدد الطلبة في رياض الأطفال هناك 066,82 طفلاً في الضفة الغربية و 187,66 طفلاً في رياض الأطفال في قطاع غزة.

### أهم المشكلات التي يعاني منها النظام التعليمي في فلسطين

1. نقص الصفوف المدرسية وأعداد المدارس ذات البناء الهيكلي والبيئي السليم الذي لا يتناسب مع أعداد الطلبة المتزايد في كل عام.
2. المناهج التعليمية ومدى تناسبها مع المرحلة العمرية للطلاب، هل يُراعى عند إعدادها النمو العقلي والنفسي والجسدي للطلاب، وهل حجم المناهج والكتب المدرسية يتناسب مع بنية الطالب الجسدية، وهل هناك ممارسة واقعية وعملية بين ما يتعلم في المناهج وما يشاهد على أرض الواقع.
3. التعليم المدرسي في الأراضي الفلسطينية لا يُقدم مجاني من قبل الحكومة ووكالة الغوث، حيث يقوم الطلبة بدفع قسط سنوي عند بداية العام الدراسي بمعدل (35-70 شيكل).
4. التسرب والرسوب من المدارس يزداد مع زيادة الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية سوءاً، ولا يجد الطلبة المتسربين من يهتم بإعادتهم أو تأهيلهم أو منع تسربهم من المدارس.

### واقع التعليم في محافظة الخليل

أشار الكتاب الإحصائي السنوي الصادر عن وزارة التربية والتعليم في فلسطين حول الواقع التربوي للعام الدراسي 2018-2019، أن عدد المدارس في محافظة الخليل قد بلغ 592 مدرسة، منها 125 مدرسة تابعة لتربية شمال الخليل و 199 مدرسة تابعة لتربية الخليل و 180 مدرسة تابعة لتربية جنوب الخليل و 88 مدرسة تابعة لمديرية يطا. وتتوزع حسب جهات الإشراف كما يلي: في مديرية شمال الخليل هناك 104 مدارس تشرف عليها الحكومة و 9 مدارس تشرف عليها وكالة الغوث الدولية و 12 مدرسة تشرف عليها الجهات الخاصة. أما مديرية الخليل فهناك 153 مدرسة تشرف عليها الحكومة و 2 مدارس تشرف عليها وكالة

الغوث الدولية و44 مدرسة تشرف عليها جهات خاصة. مديرية جنوب الخليل ففيها 164 مدرسة تشرف عليها الحكومة و8 مدارس تشرف عليها وكالة الغوث الدولية و8 مدارس تشرف عليها جهات خاصة. تربية يطا عدد المدارس التي تشرف عليها الحكومة بلغ 85 مدرسة و3 مدارس تشرف عليها جهات خاصة.

وأوضح الكتاب أيضاً أن (641,200) طالباً وطالبة يلتحقون في المدارس التابعة لمحافظة الخليل، بينهم(883,97) ذكوراً و(758,102) إناثاً، منهم (807,44) طالب/ة في مديرية شمال الخليل و(373,77) طالب/ة في مديرية الخليل و(576,53) طالب/ة في مديرية جنوب الخليل و(885,24) طالب/ة في مديرية يطا. موزعين حسب جهات الإشراف كما يلي: (014,177) طالب/ة في المدارس الحكومية و(061,897) طالب/ة في مدارس وكالة الغوث الدولية و(678,13) طالب/ة في المدارس الخاصة.

وفيما يتعلق بنسبة التسرب الكلية من كافة المدارس لكلا الجنسين نوه الكتاب أنها بلغت في مديرية شمال الخليل(1,01%) و(7,0%) في مديرية الخليل و(7,1%) في مديرية جنوب الخليل و(7,2%) في مديرية يطا. وهذه النسبة ترتفع عند الذكور عن الإناث خاصة في صفوف(السابع والثامن والتاسع).

وبالنسبة لمرحلة التعليم قبل المدرسة يوجد (67) روضة أطفال في شمال الخليل و(93) روضة في الخليل و(108)روضات في جنوب الخليل و(28) روضة في يطا.

أما فيما يخص عدد المعلمين، فبلغ عدد المعلمين التابعين لمديرية شمال الخليل (490,2)معلم/ة و(164,4) معلم/ة تابعين لمديرية الخليل و(302,3) معلم/ة تابعين لمديرية جنوب الخليل و(529,1) معلم/ة تابعين لمديرية يطا.

### **واقع عمل دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل:**

يهدف هذا المبحث إلى تقديم رؤية واضحة عن طبيعة عمل دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل، حيث سيتم فيه بيان أهداف ومهام والرؤية المستقبلية لدوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل على وجه

التحديد، وذلك بسبب تشابه وتجانس الأهداف والمهام التي تقوم بها هذه الدوائر، وكونها تتبع مباشرة للإدارة العامة للعلاقات العامة والدولية في وزارة التربية والتعليم.

وسيتناول هذا المبحث الحديث عن دوائر العلاقات العامة بشكل مختصر ولكل مديرية على حده.

### **دائرة العلاقات العامة في مديرية الخليل:**

أنشئت دائرة العلاقات العامة في مديرية الخليل عام 2006. وتتركز رؤية المديرية على تطوير علاقاتها مع الجمهورين الداخلي والخارجي وكسب ثقة المجتمع المحلي وممثلي المؤسسات الدولية من خلال التسويق لإنجازات المديرية عبر وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بما يكسب ويستقطب المجتمعين كأسرة داعمة للتربية والتعليم في إنجازاتها.

أما بخصوص أهداف هذه الدائرة فهي تسعى باستمرار إلى تطوير العلاقة مع المجتمع المحلي وممثلي المؤسسات الدولية من أجل كسب مشاريع مستقبلية تدعم الرؤية التربوية وتحقيق مبدأ التعليم حق للجميع، وكذلك تطوير العمل وتحديثه باستمرار بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية الحديثة والمتغيرات المجتمعية، وزيادة عدد الطاقم الذي يعمل في هذا القسم وتزويدهم بأفضل المعدات والأدوات التي تسهم في الارتقاء بالأداء (مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية الخليل، 2021).

### **دائرة العلاقات العامة في مديرية شمال الخليل:**

تعتبر دائرة العلاقات العامة من الدوائر الهامة في المديرية. وقد أنشئت هذه الدائرة مع إنشاء المديرية عام 2007.

تأتي رؤية الدائرة في هذه المديرية إلى تطوير أداء العاملين في الدائرة، وإيصال رسالة المديرية للمجتمع بوضوح.

ومن أبرز الأهداف التي تسعى دائرة العلاقات العامة إلى تحقيقها: إبراز إنجازات المؤسسة من خلال الدائرة الإعلامية وبالتعاون مع وسائل الإعلام، وتحسين رؤية المجتمع المحلي للمؤسسة، بالإضافة إلى تعميق العلاقات الداخلية والخارجية في المؤسسة ومعها. وأخيراً تشجيع العاملين في المؤسسة لتطوير وتحسين أدائهم (مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية شمال الخليل، 2021).

## دائرة العلاقات العامة في مديرية جنوب الخليل:

نشأت دائرة العلاقات العامة في تربية جنوب الخليل عام 2008 وشغلت نيلا عبد الحليم عطية أول رئيس قسم للعلاقات العامة فيها. يمتلك هذا القسم كافة الإمكانيات والأدوات التي تساعد على خلق علاقة وطيدة بين المؤسسة والمجتمع، كما يمتلك أيضاً قسم إعلامي متخصص في مختلف جوانب الإعلام التربوي.

رؤيتنا المستقبلية هي التطوع لدور ريادي متميز في استخدام الإمكانيات الفنية والبشرية لتحقيق الوعي الثقافي من خلال التواصل مع الآخرين وكذلك التطوع إلى التميز بمهنية عالية.

أما بخصوص أهداف هذه الدائرة فهي تسعى إلى بناء علاقة وطيدة بين المؤسسة والمجتمع، وإعطاء صورة مشرفة عن جهاز التربية والتعليم، بالإضافة إلى إبراز كافة الإنجازات والإبداعات الطلابية والتعريف إعلامياً بها (مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية جنوب الخليل، 2021).

## دائرة العلاقات العامة في مديرية يطا:

دائرة العلاقات العامة هي إحدى أهم الدوائر في وزارة التربية والتعليم فهي تتبع مباشرة للوزير على مستوى الوزارة، وقسم العلاقات العامة يتبع مباشرة لمدير التربية والتعليم نظراً لأهمية هذا القسم. تأسست دائرة العلاقات العامة في مديرية يطا عام 2014، تم إشغال القسم من قبل موظفة لحين تعيين جبريل دباسة رئيساً للقسم عام 2017.

تأتي رؤية الدائرة في هذه المديرية إلى التميز بمهنية عالية لإيصال المديرية إلى مستوى عالٍ من التنسيق المؤسسي والإعلامي.

أما بخصوص أهداف هذه الدائرة فهي تسعى أولاً: إلى تحسين علاقات المؤسسة الداخلية بين طواقمها المختلفة، وتوطيد العلاقة بين المديرية والمؤسسات الأخرى بالمدينة، وتنسيق دخول وخروج المؤسسات المحلية والأجنبية إلى المدارس، وعقد معاهدات التوأمة بين المدارس، وتطبيق البروتوكولات الخاصة داخل المديرية، مثل: الإشراف على فقرات أي احتفال مركزي، وترتيب أسماء ملقى الكلمات في الاحتفال. بالإضافة إلى إدارة صفحة مديرية التربية والتعليم، وأخيراً متابعة المنح الخاصة الممنوحة للموظفين والطلبة (مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية يطا، 2021).

ويعتقد دراغمة (2011) أن دور العلاقات العامة في المؤسسات التربوية والتعليمية هو دور يظهر بوضوح في التواصل مع الجماهير الداخلية، وفي ربط المؤسسة مع المجتمع، وأخذت العلاقات العامة على عاتقها حسب الفكر الإداري الحديث، العمل على تحقيق أهداف المؤسسة الرئيسية وتعزيزها وبناء درجة عالية من الثقة المتبادلة بينها وبين جماهيرها المتعددة من خلال البرامج والأنشطة التي تقوم عليها، وأن أهداف العلاقات العامة ووظائفها في أية مؤسسة تربوية يجب أن تتسجم مع وسائط الإعلام المختلفة، والمتمثلة بالنشرات والاتصالات الاستراتيجية، والعلاقات مع الجماهير، وكذلك علاقتها مع الإدارة.

## الدراسات السابقة

### الدراسات العربية:

دراسة سلطان (2018) بعنوان: اتجاهات إدارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة ومعايير إدارتها نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة في مجال العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من خلال تتبع العوامل المؤثرة على استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة فيها، والتي تمثلت في العوامل الداخلية كالعوامل الديموغرافية للعاملين وعوامل فنية تقنية مرتبطة بالإنترنت، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من (60) مبحوثاً من الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، (38) مبحوثاً من الجامعات الحكومية (الأردنية والبلقاء)، و(22) مبحوثاً من الجامعات الخاصة (البتراء والشرق الأوسط)، وقد توصلت الدراسة إلى أن نسبة استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة بلغت (36%)، كما توصلت الدراسة إلى أن الذكور يستخدمون الإنترنت في مجال العلاقات العامة أكثر من الإناث، وأكد ما نسبته (77%) من أفراد العينة على أن استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة مهم جداً حيث عمل على تحسين آليات الاتصال في إدارات العلاقات العامة في الجامعة بنسبة (27%).

دراسة الجنابي (2016) بعنوان: دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبتراء أنموذجاً.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة بأبعادها المتمثلة بكل من (البعد المهني، البعد الشخصي، البعد المجتمعي) في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبتراء أنموذجاً، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، حيث تكونت عينة الدراسة من (570) أستاذ وطالب من جامعة الشرق الأوسط والبتراء، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تفاوت في طبيعة عمل كل من دائرتي العلاقات العامة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبتراء بقيامهما بوظيفتيهما في استقطاب الأساتذة والطلبة تبعاً لأبعادها الوظيفية من وجهة نظر الأساتذة والطلبة، وأوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها

الاهتمام بالبعد المجتمعي للأساتذة الجامعيين من دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية الخاصة.

دراسة أبو عرمانه (2013) بعنوان: دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظة غزة في استقطاب الطلبة وسُبل تفعيله.

هدفت الدراسة للتعرف إلى دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظة غزة في استقطاب الطلبة وسُبل تفعيله، وقد وظفت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لموضوع الدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام أداتين الأولى: الاستبانة مكونة من (29) فقرة موزعة على ثلاثة مجالات، طبقت على عينة عشوائية طبقية مقدارها (600) طالب وطالبة، بنسبة (3.5%) من مجتمع الدراسة المكون من (17337) طالباً وطالبة في خمس كليات هي: كلية العلوم والتكنولوجيا - خان يونس، الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية - غزة، كلية فلسطين التقنية - دير البلح، كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة - جامعة الأقصى، كلية الدراسات المتوسطة - جامعة الأزهر، أما الأداة الثانية: فكانت مقابلة مع عدد من رؤساء أقسام العلاقات العامة في بعض الجامعات والكليات الفلسطينية، وعدد عمداء الكليات التقنية لمعرفة سبل تفعيل دور العلاقات العامة في الكليات التقنية في استقطاب الطلبة. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج على النحو التالي: أن الدرجة الكلية لتقدير أفراد عينة الدراسة لدور العلاقات العامة في الكليات التقنية في استقطاب الطلبة بلغت (68.00%) بدرجة متوسطة، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظة غزة في استقطاب الطلبة تُعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، ومتغير نوع الكلية (حكومية، غير حكومية). ولكن كان هناك فروق دالة إحصائية تُعزى لمتغير المؤهل العلمي لصالح طلبة الدبلوم.

دراسة الفاضي (2013) بعنوان: "استخدامات إدارات العلاقات العامة للإنترنت في التواصل مع جماهيرها: دراسة تطبيقية على إدارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدامات إدارات العلاقات العامة للإنترنت في التواصل مع جماهيرها، واستندت الدراسة إلى نموذج رولر، واعتمدت على منهج المسح

لعينة عشوائية من الجامعات الحكومية والخاصة الأردنية، وتم توزيع الاستبيان على عينة بلغ قوامها (78) مبحوثاً من موظفي إدارات العلاقات العامة في تلك الجامعات. وتوصلت الدراسة إلى أن الإنترنت احتل المرتبة الأولى من بين وسائل التواصل المستخدمة من قبل الجامعات الأردنية للتواصل مع جماهيرها، كما نفى المبحوثون عدم وجود تفاعلية من قبل الجماهير مع الفعاليات والأحداث والخدمات والمعلومات المطروحة على موقع الجامعة، وأشارت النتائج إلى أن أكثر الخدمات التي يوفرها الإنترنت على موقع الجامعة، والتي تحظى بفاعلية من قبل الجمهور؛ هي خدمة البريد الإلكتروني بمتوسط حسابي (2.77).

**دراسة المشهداني (2012) بعنوان: العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة: دراسة ميدانية لأقسام العلاقات العامة في جامعتي المستنصرية والعراقية.**

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور العلاقات العامة في خلق حالة التواصل لدى جمهورها وبين المؤسسات الجامعية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث أجريت الدراسة على عينة مكونة من (40) شخص من العاملين في العلاقات العامة في جامعتي المستنصرية والعراقية في العراق، وتوصلت الدراسة إلى أن الهدف الرئيس لأقسام العلاقات العامة في الجامعات العراقية كان يتركز على بناء صورة ذهنية جيدة للجامعة لدى جمهورها، وخلصت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها ضرورة الاهتمام بأقسام العلاقات العامة الجامعية، ومشاركتهم بالدورات التطويرية لكسب الخبرة.

**دراسة الجمال (2012) بعنوان: واقع تطبيق العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية بين النظرية والتطبيق.**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية، وطبق الباحث الدراسة على عدد من الأفراد العاملين في إدارة العلاقات العامة، والعاملين في الوزارات الحكومية وعددهم عشر وزارات. وكان من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن الوزارات الفلسطينية لا تأخذ في الاعتبار التخصص الأكاديمي في العلاقات العامة والإعلام عند اختيار العاملين في دوائر العلاقات العامة، كما أوضحت الدراسة أن من أهم وظائف العلاقات العامة بالوزارات هي تنظيم الزيارات واستقبال الوفود. كذلك توصلت إلى عدم اعتماد دوائر العلاقات العامة على البحوث وعدم إجرائها. وكشفت الدراسة أيضاً أن من أهم

المشكلات التي تعانيها دوائر العلاقات العامة هي عدم فهم الإدارة العليا حقيقة عمل العلاقات العامة وقلة عدد العاملين المؤهلين في هذه الدوائر.

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

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في كل من الجامعات الفلسطينية الثلاث (النجاح وبيرزيت والجامعة الإسلامية) وأثره في جمهور الطلبة، وموازنة أدائها؛ بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع عليها، وعلى العاملين في دوائر العلاقات العامة فيها وطلبتها. كما سعت إلى إيضاح الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه جماهير الطلبة، وإيضاح الطريقة المناسبة التي تتأكد فيها دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث من نجاح برامجها، ووصول رسالتها إلى جمهور الطلبة، والوصول إلى نتائج تقييميه واضحة للدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه جماهير الطلبة، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام بإعداد استبانة مكونة من (62) سؤالاً. طبقت على عينة مكونة من (800) فرداً من أفراد العينة، استعاد الباحث منها (648) استبانة موزعة على النحو الآتي: (211) جامعة النجاح الوطنية، (201) جامعة بيرزيت، والجامعة الإسلامية (236). وتوصلت الدراسة إلى أن تقصير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة. كما توصلت إلى أن هناك تقصير لدور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء صورة إيجابية لدى الطلبة المسجلين فيها، كذلك توصلت إلى تقصير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في الحفاظ على صورة إيجابية لدى الطلبة الخريجين.

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

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية-الجامعات العاملة في الضفة الغربية- وذلك من خلال تحديد الدور الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة في إجراء التنسيق اللازم مع جماهيرها المختلفة، إضافة للتعرف إلى الواقع

الإداري والتنظيمي الذي يعمل به موظفو الدائرة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال استبيان تم توزيعه على عينة الدراسة المكونة من تسع جامعات تقليدية وتعليم مفتوح، موزعة على موظفي دائرة العلاقات العامة وموظفي الإدارة العليا في هذه الجامعات.

وتوصلت الدراسة إلى أن واقع إدارة العلاقات العامة بشكل عام مُرضٍ في الجامعات، إذ تقوم بتنفيذ مجموعة من النشاطات المختلفة موجهة للمجتمع المحلي بصورة مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (21,4)، إضافة إلى أن الدائرة تعمل في ظروف إدارية وتنظيمية جيدة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (64,3).

### دراسة الحديد (2010) بعنوان: واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من وجهة نظر الطلبة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها، وذلك بالتعرف على تقييم النشاطات والخدمات التي تقدمها الدائرة لهم وكذلك التعرف على مدى إشراك الطلبة بنشاطاتها وخدماتها. ولجمع البيانات تم تصميم استبانة وزعت على (1097) طالباً وطالبة، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية التطبيقية بنسبة (3%) من مجتمع الدراسة، حيث مثلت العينة متغيرات الجنس والكلية، والمرحلة الأكاديمية.

وتوصلت الدراسة إلى أن تقييم دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة بشكل عام قد جاء بدرجة منخفضة، وأن الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة بشكل عام قد جاءت بدرجة منخفضة أيضاً. كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لأداء دائرة العلاقات العامة تُعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث، وبتغير المرحلة الأكاديمية للطلاب لصالح البكالوريوس والماجستير، وبتغير السنة الدراسية للطلاب لصالح السنوات الدراسية الأولى. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية لأداء دائرة العلاقات العامة تُعزى لكل من متغير الكلية وبتغير مكان سكن الطالب وبتغير المعدل التراكمي للطلاب.

وعلى ضوء هذه النتائج أوصى الباحث بضرورة توجيه وتركيز الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة إلى الطلبة، وبضرورة إشراك الطلبة في نشاطات ومهام دائرة

العلاقات العامة في الجامعة الأردنية ليكونوا داعماً أساسياً في تكوين الصورة الذهنية الطيبة عن الجامعة.

**دراسة أبو جاموس وآخرون (2002) بعنوان: دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في تعزيز صورة جامعة النجاح كمؤسسة تربوية في المجتمع.**

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في تعزيز صورة جامعة النجاح كمؤسسة تربوية في المجتمع، وجاءت هذه الدراسة محاولة لوضع توصيات بناءة في سبيل رفع كفاءة الأداء في دائرة العلاقات العامة، كما استخدم الباحثون المنهج الوصفي، وقاموا بتصميم أداة الدراسة وهي عبارة عن استبانة من شقين، أحدهم موجه لجمهور الجامعة الداخلي (طلبة وأكاديميين وإداريين)، والآخر موجه لجمهور الجامعة الخارجي (مؤسسات ودوائر تتعامل مع الجامعة بصفة دورية)، وتوصلت الدراسة إلى أن دائرة العلاقات العامة لم تقم بالدور المطلوب منها بشكل فعّال في تحسين صورة الجامعة، وذلك لأسباب كثيرة أهمها أن الدائرة لا تقوم بقياس الرأي العام الداخلي في الجامعة دورياً.

**دراسة أبو خاطر (2001) بعنوان : تطوير إدارة العلاقات العامة في التعليم الجامعي الفلسطيني في ضوء الأبعاد التنظيمية المعاصرة.**

هدفت الدراسة لوضع تصور مقترح لتطوير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في ضوء الأبعاد التنظيمية المعاصرة وتصميمه، واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي التحليلي. ولجمع البيانات صمم الباحث استبانة موجهة لأعضاء الهيئتين الإدارية والأكاديمية في الجامعات الفلسطينية؛ لمعرفة اتجاهاتهم نحو عمل دوائر العلاقات العامة في جامعاتهم، وأعد كذلك استمارة شخصية لمقابلة قيادات العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وتوصلت الدراسة إلى وجود أهداف غير واضحة وغير محددة لعمل دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وهناك قصور في التنظيم الإداري في دوائر العلاقات العامة في بعض الجامعات الفلسطينية، وتفاوتت البرامج والأنشطة التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تبعاً للاهتمام والعناية التي توليها تلك الجامعات، ووجود تداخل في الصلاحيات والمهام والوظائف والمسؤوليات بين إدارات العلاقات العامة وإدارات أخرى.

دراسة الشبول(1995) بعنوان: تقييم الحاجات الإدارية اللازمة لأقسام العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على درجة ممارسة الكفايات(الوظائف) الإدارية لأقسام العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في الأردن، كما هدفت أيضاً للتعرف على ترتيب أولويات الكفايات(الوظائف) التي تناولتها: البحث، والتخطيط، والتنظيم، والاتصال، والتنفيذ، والتقييم وفقاً لدرجة ممارستها وأهميتها من وجهتي نظر مديري التربية والتعليم ومسؤولي العلاقات العامة. ولجمع البيانات تم تطوير استبانة مؤلفة من (59) فقرة تغطي المجالات المذكورة، وزعت على مجتمع الدراسة، وقد شمل جميع مديري التربية والتعليم ومسؤولي العلاقات العامة فيها، إذ بلغ عدد هذه المديريات في عام 1995(26) مديرية تربية وتعليم موزعة في محافظات وألوية المملكة، فيها (26) مدير تربية وتعليم و(26) مسؤولاً للعلاقات العامة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الترتيب التنازلي للكفايات الإدارية في أقسام العلاقات العامة من وجهة نظر مديري التربية والتعليم مرتباً حسب مقدار الفجوة بين درجة الممارسة ودرجة الأهمية كما يلي: التنظيم\_ التخطيط\_ التقييم\_ البحث\_ التنفيذ\_ الاتصال، في حين كان هذا الترتيب من وجهة نظر مسؤولي العلاقات العامة كما يلي: الاتصال\_ التنظيم\_ التقييم\_ البحث\_ التنفيذ\_ التخطيط.

وعلى ضوء هذه النتائج أوصت الدراسة بضرورة منح دوائر العلاقات العامة صلاحيات أكبر تتناسب مع مستوى مسؤوليتها والعمل على تضيق الفجوة القائمة بين درجة الممارسة ودرجة الأهمية للكفايات الإدارية في هذه الأقسام، وتعزيز دور مسؤولي العلاقات العامة فيها، وتعريف مديري التربية والتعليم بأهمية أقسام العلاقات العامة، ودورها في تعزيز الأهداف التربوية، ودعم انطلاقها في الميدان.

دراسة السكران (1990) بعنوان: واقع ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد كما يراها الإداريون والمدرسون.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد في مجالات التخطيط والتقييم، والاتصال مع جمهور الكلية الداخلي والخارجي، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على الفروق في هذه الممارسات وفقاً لمتغير جنس

الكلية (إناث، ذكور)، وملكيته (حكومية، خاصة). ولجمع البيانات صمم الباحث استبانة موجهة لجميع الإداريين والمدرسين في كليات مجتمع محافظة إربد الحكومية والخاصة، والبالغ عددهم (360) فرداً.

وتوصلت الدراسة إلى أن ترتيب ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد كانت كالآتي: الاتصال مع الجمهور الداخلي، الاتصال مع الجمهور الخارجي، التخطيط، التقويم. كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى للملكية وذلك لصالح كليات المجتمع الخاصة.

وعلى ضوء هذه النتائج أوصى الباحث بضرورة تحسين ممارسات العلاقات العامة، وعقد دورات متخصصة في هذا المجال وضرورة التأكيد على أهمية الممارسات المتعلقة بالتخطيط والتقويم.

### الدراسات الأجنبية:

دراسة أوكافور وانواتو (Okafor & Nwatu, 2018) بعنوان:

### **Public Relations as A Tool for Attaining Educational Institution Objectives in Enugu State**

هدفت الدراسة إلى فحص دور العلاقات العامة كأداة لتحقيق أهداف المؤسسة التعليمية في نيجيريا، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، حيث أجريت الدراسة على عينة مكونة من (77) شخصاً تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث استخدم الباحثان الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة السمعة وعلاقة العملاء والعلاقات الإعلامية ووسائل الإعلام الاجتماعية والمسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق أهداف المؤسسة التعليمية كانت ذات أهمية إيجابية على التوالي، كما توصلت إلى أن المؤسسات تولي اهتماماً كبيراً لتلك المتغيرات لتحقيق أهداف المؤسسة التعليمية.

دراسة ويلسون (Wilson, 2009) بعنوان:

**The Role of Communication Messages and Public Relations Strategies, In the Higher Education “Public Good” Debate: A Study of Four Public Research Universities.**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور ووظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي العامة، من خلال تسليط الضوء على الرسائل التي تعتبر حلقة الوصل ما بين هذه الجامعات البحثية الشرقية للدراسات العامة الأربعة. تناولت الدراسة امكانية قيام هذه الجامعات بإيصال السمعة الطيبة إضافة الى كيفية استقبال الاتصال من مجموعتين من الجماهير وهما: مراسلو التعليم العالي والسلطة التشريعية القانونية. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحليل رؤية ورسالة الجامعات، الخطط الاستراتيجية، طلبات ترخيص البرامج الاكاديمية، الخطابات الرئاسية، أظهرت الدراسة أهم المفاهيم الجوهرية ومنها الأبحاث، التدريس، والخدمات العامة ودور الجامعة في كونها محركاً للتطورات الاقتصادية، التنوع، الثقافة إنجازات الطلبة والكميات، هيبة الجامعة، كما وأوضحت الدراسة أن الجامعات تستخدم العلاقات العامة كأداة واستراتيجية لإيصال الرسائل الخاصة بها، إضافة إلى ملاحظة مراسلي التعليم العالي يقومون بتغطية التعليم العالي وذلك عبر رفع تقارير مباشرة إلى التعليم العالي لتغطية القضايا وليس للمؤسسة مباشرة. وظهرت كيفية المواءمة للحصول على التمويل الخاص.

دراسة كانج وهنا (Kang and Hanna, 2006) بعنوان:

**“Colleges and universities’ use of the World Wide Web: A public relations tool for the digital age”.**

هدفت هذه الدراسة إلى استعراض المواقع الإلكترونية الخاصة بمجموعة من الجامعات والكليات، وذلك من أجل تحديد مدى استخدام هذه المؤسسات وانتفاعها من شبكة الانترنت لإنجاز واتمام الأهداف المرجوة من العلاقات العامة. كما وتبحث الدراسة التنظيم الداخلي للموقع الإلكتروني وتصميم واجهة المستخدم، محتوى الموقع عناصر الاتصال... إلخ وعلاقتها بخصائص ونوعية الجامعة. تكونت عينة الدراسة من (129) جامعة في الولايات المتحدة الأمريكية. تم دراسة المواقع الإلكترونية الخاص بها بشكل تفصيلي وربط محتوى المواقع مع خصائص الجامعة والكلية، أظهرت الدراسة مدى تأثير استخدام أدوات الإنترنت الخاصة ببرمجة الموقع الإلكتروني وبينت الدراسة أن المواقع الإلكترونية الخاصة بالجامعات ذات

المستوى المتوسط والعالي من عدد الطلبة والخريجين تستخدم أداة الإنترنت عبر الموقع الإلكتروني الخاص بصورة أفضل وفعالة أكثر من الجامعات ذات العدد القليل. بالإضافة إلى أن الجامعات تبذل جهداً كبيراً من أجل استخدام الإنترنت كأهم وسائل العلاقات العامة من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الطلبة الجدد المستهدفين.

دراسة (Tamara Louise Gillis, 1997) بعنوان:

### **Change Agency and Public Relations Officers in Small Colleges and Universities.**

هدفت هذه الدراسة للتعرف على قدرة موظفي العلاقات العامة في الجامعات على إحداث التغييرات وفق الإمكانيات المتاحة، والإسهام في صنع القرار في المؤسسة. وأجرت الباحثة دراسة مسحية استخدمت فيها الاستبانة والمقابلات.

وتوصلت الدراسة إلى أن موظفي العلاقات العامة الذين يعملون ضمن الطاقم الاستشاري لرئيس الجامعة أو الكلية لديهم قدرة عالية على إحداث دوراً مهماً في إدارة التغيير في المؤسسة. وخلصت الدراسة إلى أن معظم موظفي العلاقات العامة في الجامعات يجري وضعهم في مستوى أقل من المستوى الاستشاري، ولا يعاملون على مستوى عالٍ من الهرم الوظيفي. وأكدت الدراسة أن موظفي العلاقات العامة لديهم القدرة على إحداث التغيير في مسيرة المؤسسة التعليمية، إلا أن هذه القدرة تتأثر وفق وضعها الوظيفي ضمن سلم المؤسسة الهرمي. وأوصت الباحثة بدعم مبدأ أهمية العلاقات العامة في إحداث التغيير في المؤسسة، وذلك من خلال إعطائهم الصلاحيات اللازمة، كما أوصت بضرورة الاهتمام والاطلاع على ما تقوم به العلاقات العامة من أنشطة وأعمال.

## تعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الباحثة للدراسات السابقة تبين أنها ركزت على دور العلاقات العامة في مؤسسات مختلفة كدراسة الجمال (2012)، ودراسة دراغمة (2011)، ودراسة ويلسون (Wilson, 2009).

وترى الباحثة أن ما يميز هذه الدراسة " استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي في رسم صورة إيجابية عن التعليم في أوساط المجتمع الفلسطيني" عن غيرها أنها ووفق علمها من الدراسات الفريدة في مجالها وبخاصة في مديريات التربية والتعليم؛ إذ إن الدراسات التي تختص بهذا المجال قليلة إن لم تكن غير موجودة. وتتميز هذه الدراسة أيضاً من خلال بيانها للدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في رسم صورة إيجابية عن التعليم في أوساط المجتمع الفلسطيني. وتسلط هذه الدراسة الأضواء جيداً على طبيعة عمل العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم موضحة مدى نجاحها أو ضعفها في الأداء.

واختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها أجريت على مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل، بينما جميع الدراسات السابقة أجريت على الجامعات والكليات، ما عدا دراسة الشبول (1995) التي أجريت على مديريات التربية والتعليم في الأردن. واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة سلطان (2018)، ودراسة أبو عرمانه (2013)، واختلفت مع دراسة الحديد (2010)، ودراسة دراغمة (2011)، ودراسة أبو جاموس وآخرون (2002). واتفقت الدراسة الحالية كذلك مع الدراسات السابقة في المنهج المستخدم، حيث استخدمت جميعها المنهج الوصفي.

## الفصل الثالث

### المنهجية (الطريقة والإجراءات)

## الفصل الثالث

### المنهجية (الطريقة والإجراءات)

#### مقدمة

تناول هذا الفصل وصفاً كاملاً ومفصلاً لطريقة وإجراءات الدراسة التي قامت بها الباحثة لتنفيذ هذه الدراسة وشمل وصف منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، أداة الدراسة، صدق الأداة، ثبات الأداة، والتحليل الإحصائي.

#### منهج الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الكمي ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على دراسة الظاهرة في الوقت الحاضر وكما هي في الواقع، وهو المنهج المناسب والأفضل لمثل هذه الدراسات. واستخدمت الاستمارة كأداة لجمع المعلومات.

#### مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع مديري ومعلمي المدارس في محافظة الخليل، وبلغ عدد مديري المدارس في محافظة الخليل (524) مديراً ومديرة، وبلغ عدد المدرسين في مدارس محافظة الخليل (10047) مدرساً ومدرسة، وبلغ المجموع الكلي لأفراد مجتمع الدراسة (10571) مدراء مدارس ومدرسين في مدارس محافظة الخليل.

#### عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (692) مديراً ومدرساً من مديري ومدرسي المدارس في محافظة الخليل، تم اختيارهم بالطريقة غير عشوائية/المتطوعة، والجدول التالية توضح خصائص أفراد العينة الديموغرافية. وهذا يمثل جمهور الدراسة عند نسبة خطأ (4%) حسب معادلة سلوفين.

Formula of Sloven =

Sample size =n

Population = N =10571

Error = e = (0.04)

??? =  $n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$

$10571 / 1 + 10571 * 0.0016$

$10571 / 17.9136 = 590$

## طرق جمع البيانات

للكشف عن تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؛ اعتمدت الباحثة في جمع البيانات الثانوية على مراجعة الأدبيات والمراجع والدوريات والنشرات والتقارير التي تحدثت عن موضوع الدراسة فيما يتعلق بالعلاقات العامة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على صورة التعليم في محافظة الخليل.

قامت الباحثة بالتواصل مع مركز البحث والتطوير في وزارة التربية والتعليم الفلسطينية وذلك من أجل الحصول على إذن ببدء تطبيق الدراسة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل، (ملحق رقم 2) وبعد الحصول على كتاب تسهيل المهمة الموجه إلى مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل، تم تحويل أدوات الدراسة إلى استبانة إلكترونية من خلال (google forms) تم تزويد مديريات التربية والتعليم برابط الاستبانة الإلكترونية، حيث قاموا بنشره على مواقعهم، ثم تلقت الباحثة الردود على إيميلها.

## خصائص أفراد عينة الدراسة

جدول (1): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	282	40.8%
	أنثى	410	59.2%
	المجموع	692	100.0%

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (1) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الإناث، إذ بلغ عدد الإناث (410) بنسبة مئوية بلغت (59.2%)، وبلغ عدد الذكور (282) بنسبة مئوية بلغت (40.8%).

جدول (2): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
الوظيفة	مدير/ة مدرسة	156	22.5%
	مدرس/ة	536	77.5%
	المجموع	692	100.0%

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (2) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من المدرسين والمدرسات، إذ بلغ عدد المدرسين والمدرسات (536) بنسبة مئوية بلغت (77.5%)، وبلغ عدد مديري المدارس (156) بنسبة مئوية بلغت (22.5%).

### جدول (3): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
المؤهل العلمي	دبلوم	57	8.2%
	بكالوريوس	562	81.2%
	دراسات عليا	73	10.6%
	المجموع	692	100.0%

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (3) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من أصحاب المؤهل العلمي (بكالوريوس)، إذ بلغ عدد الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس (562) بنسبة مئوية بلغت (81.2%)، تلاهم حملة الدراسات العليا الذين بلغ عددهم (73) بنسبة مئوية بلغت (10.6%)، ثم جاء ثلثاً حملة الدبلوم الذين بلغ عددهم (57) بنسبة مئوية بلغت (8.2%).

### جدول (4): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المديرية

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
المديرية	مديرية تربية شمال الخليل	160	23.1%
	مديرية تربية الخليل	198	28.6%
	مديرية تربية جنوب الخليل	185	26.7%
	مديرية تربية يطا	149	21.6%
	المجموع	692	100.0%

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (4) أن أفراد عينة الدراسة توزعوا على المديرية الأربعة كالآتي: حصلت مديرية تربية الخليل على المركز الأول من حيث عدد المستجيبين، إذ بلغ عدد المستجيبين في مديرية تربية الخليل (198) مستجيباً ومستجيبة، بنسبة مئوية بلغت (28.6%)، وجاء في المركز الثاني مديرية تربية جنوب الخليل من حيث عدد المستجيبين، إذ بلغ عدد المستجيبين في مديرية تربية جنوب الخليل (185) مستجيباً ومستجيبة، بنسبة مئوية بلغت (26.7%)، وجاء في المركز الثالث مديرية تربية شمال الخليل من حيث عدد المستجيبين، إذ بلغ عدد المستجيبين في مديرية تربية شمال الخليل (160) مستجيباً ومستجيبة، بنسبة مئوية بلغت (23.1%)، وجاء في المركز الرابع مديرية تربية يطا

من حيث عدد المستجيبين، إذ بلغ عدد المستجيبين في مديرية تربية يطا (149) مستجيباً ومستجيبة، بنسبة مئوية بلغت (21.6%).

**جدول (5): توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حسب استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل لوسائل التواصل الاجتماعي**

المتغير	الآراء	العدد	النسبة %
آراء أفراد عينة الدراسة حول استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	لا أعرف	241	34.8
	تستخدم بشكل بسيط للتواصل مع الأهل والطلبة	308	44.5
	تستخدم بشكل ممتاز	127	18.4
	غير ذلك	16	2.3
	المجموع	692	100.0%

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (5) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم بشكل بسيط للتواصل مع الأهل والطلبة، حيث بلغ عدد الذين يعتقدون ذلك (308) بنسبة مئوية بلغت (44.5%)، تلاهم الذين أجابوا بأنهم لا يعرفون مدى استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي وبلغ عددهم (241) بنسبة مئوية بلغت (34.8%)، ثم حل ثالثاً الذين يعتقدون أن دوائر العلاقات العامة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ممتاز، وبلغ عددهم (127) بنسبة مئوية بلغت (18.4%)، أما الذين أجابوا بغير ذلك فكان عددهم (16) بنسبة مئوية بلغت (2.3%).

**جدول (6): توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حسب وسائل التواصل المستخدمة للاتصال مع الأهل ومع الطلبة**

المتغير	وسائل التواصل المستخدمة	العدد	النسبة %
آراء أفراد عينة الدراسة حول وسائل التواصل المستخدمة للاتصال مع الأهل ومع الطلبة	الفيس بوك	378	54.6
	تويتر	5	0.7
	البريد	11	1.6
	الاتصال عبر الهاتف	298	43.1
	المجموع	692	100.0%

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (6) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن أكثر وسائل التواصل المستخدمة للتواصل مع الأهل والطلبة كان الفيس بوك في المقام الأول، حيث بلغ عدد الذين يعتقدون ذلك (378) بنسبة مئوية بلغت (54.6%)، تلاهم الذين أجابوا بأن الاتصال عبر الهاتف هو وسيلة التواصل مع الأهل والطلبة، وبلغ عددهم (298) بنسبة مئوية بلغت (43.1%)، ثم حل ثالثاً الذين يعتقدون أن التواصل مع الأهل والطلبة يكون عبر البريد،

وبلغ عددهم (11) بنسبة مئوية بلغت (1.6%)، أما الذين يعتقدون بأن تويتر هو وسيلة التواصل مع الأهل والطلبة فحلوا في المركز الرابع، وكان عددهم (5) بنسبة مئوية بلغت (0.7%).

**جدول (7): توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حسب مدى متابعة الناس لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم**

المتغير	متابعة وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم	العدد	النسبة %
آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى متابعة الناس لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم	لا أعلم	40	5.8
	اعتماد كبير	53	7.7
	اعتماد قليل	412	59.5
	زاد الاعتماد على وسائل التواصل بعد انتشار جائحة كورونا	187	27.0
	المجموع	692	100.0%

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول (7) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن متابعة الناس لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم كانت بأنه اعتماد قليل، حيث بلغ عدد الذين يعتقدون ذلك (412) بنسبة مئوية بلغت (59.5%)، تلاهم الذين أجابوا بأن متابعة الناس لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم زاد في ظل جائحة كورونا، وبلغ عددهم (187) بنسبة مئوية بلغت (27.0%)، ثم حل ثالثاً الذين يعتقدون أن متابعة الناس لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم كان بشكل كبير، وبلغ عددهم (53) بنسبة مئوية بلغت (7.7%)، أما الذين أجابوا بأنهم لا يعلمون مدى متابعة الناس لمواقع التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم فحلوا في المركز الرابع، وكان عددهم (40) بنسبة مئوية بلغت (5.8%).

### صدق أداة الدراسة

صدق البناء لمحور استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي:

تم التحقق من صدق الأداة بحساب معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لفقرات كل مجال مع الدرجة الكلية للمجال، وذلك كما هو واضح في الجدول (8).

**جدول (8): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Person correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات المجال مع الدرجة الكلية للمجال.**

الرقم	الفقرات	R	Sig.
<b>أولاً: التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور</b>			
1.	شجعت الأهالي للتواصل مع المدرسين	0.74**	0.000
2.	ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال المعلومات لأولياء الأمور حول نتائج تحصيل أبنائهم	0.77**	0.000
3.	أتاحت العلاقات العامة فرص التواصل المعرفي مع الزملاء	0.77**	0.000
4.	عززت من فرص تبادل الخبرات بين المدرسين والطلبة على حد سواء	0.81**	0.000
5.	تتلقى ملاحظات أولياء الأمور وتنقلها للمعلمين لأخذها بعين الاعتبار	0.82**	0.000
6.	ساهمت في كسب ثقة الرأي العام وتأييده في الإجراءات المتبعة في المدارس في ظل جائحة كورونا	0.81**	0.000
<b>ثانياً: المساهمة في التعليم الإلكتروني</b>			
7.	زودتني بالمعارف الخاصة بالتعليم الإلكتروني وطرق تنفيذه	0.77**	0.000
8.	أسهمت في تشجيع أولياء الأمور على استخدام التكنولوجيا الحديثة لمساعدة أبنائهم	0.76**	0.000
9.	تقوم بنشر بعض الحصص النموذجية على صفحاتها لإتاحة الفرصة للمعلمين للاستفادة منها	0.76**	0.000
10.	تساهم في تنمية اتجاهات الطلبة الإيجابية نحو التعليم الإلكتروني	0.81**	0.000
11.	تستضيف خبراء مختصين بشرح آليات التعليم الإلكتروني عبر مواقعها	0.81**	0.000
12.	عززت قدراتي على اختيار الأساليب المناسبة للتواصل مع طلبي	0.84**	0.000
13.	تقدم دائرة العلاقات العامة خلاصة التجارب الناجحة للتعليم الإلكتروني في بعض المدارس	0.83**	0.000
14.	زودتني بأحدث الأساليب العلمية في التعليم عن بعد	0.84**	0.000
15.	توفر دائرة العلاقات العامة للمعلمين النماذج الخاصة بإجراءات تقويم تحصيل الطلبة	0.80**	0.000
<b>ثالثاً: دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات</b>			
16.	تساعد دائرة العلاقات العامة على تنظيم المناخات المدرسية الداعمة	0.83**	0.000
17.	ساهمت في إنجاح حملات التوعية التي أقدمها لأهالي الطلبة	0.83**	0.000
18.	تساعد دائرة العلاقات العامة في نقل تصورات المعلمين لجهات الاختصاص في الإدارات العليا	0.84**	0.000
19.	تحقّر العلاقات العامة على المشاركة في المهرجانات التي تقيمها مديرية التربية والتعليم لتكريم أوائل الطلبة	0.80**	0.000
20.	تزودني بالإجابة حول أي استفسار اطرحه.	0.84**	0.000
21.	تساهم العلاقات العامة في تنظيم الرحلات التعليمية للطلبة (زيارة الجامعات، الأماكن الأثرية، معارض الكتب، ... الخ)	0.83**	0.000
22.	تقدم للطلبة توجيهات حول دورهم في عملية التعلم وكيفية تفعيله بما يخدم العملية التعليمية	0.85**	0.000

\*\* دالة إحصائياً عند: (0.01)، \* دالة إحصائياً عند (0.05)، نسبة الخطأ (4%)

تشير المعطيات الواردة في الجدول (8) إلى أن جميع قيم مصفوفة ارتباط فقرات كل مجال مع الدرجة الكلية للمجال دالة إحصائياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي لفقرات كل مجال من مجالات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، وهذا بالتالي يعبر عن صدق فقرات الأداة في قياس ما صيغت من أجل قياسه.

وللتحقق من ذلك قامت الباحثة بحساب معامل ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لكل مجال مع الدرجة الكلية لمحور استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، والجدول (9) يوضح ذلك.

**جدول (9): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط درجة كل مجال من مع الدرجة الكلية لمحور استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي.**

الرقم	العلاقات	(r)	Sig.
1.	التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور X الدرجة الكلية	0.87**	.0000
2.	المساهمة في التعليم الإلكتروني X الدرجة الكلية	0.94**	.0000
3.	دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات X الدرجة الكلية	0.91**	.0000

\*\* دالة إحصائياً عند (0.01)، ( $\alpha \geq 4\%$ )

تشير المعطيات الواردة في الجدول (9) إلى أن جميع قيم مصفوفة ارتباط درجة كل مجال من مجالات محور استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي مع الدرجة الكلية للمحور دالة إحصائياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي لفقرات الأداة وأنها تشترك معا في قياس مدى استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، على ضوء المقياس الذي تم اعتماده.

صدق البناء لمحور دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها

**جدول (10): نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط كل فقرة من فقرات المحور مع الدرجة الكلية للمحور.**

الرقم	الفقرات	معامل ارتباط بيرسون (r)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1.	ينواصل موظفو العلاقات العامة بشكل مستمر مع المدرسين لمواجهة التحديات في العملية التعليمية التي فرضتها جائحة كورونا	0.82**	0.000
2.	يساعدني موظفو العلاقات العامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في إيجاد الوسائل المناسبة لمتابعة واجبات الطلبة البيتية	0.87**	0.000
3.	ينقل موظفو العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي صورة واقعية عن واقع التعليم في المديرية	0.81**	0.000
4.	يقوم موظفو العلاقات العامة بتنظيم محاضرات توعوية عبر الفيسبوك لطلبة الثانوية العامة الناجحين لاختيار التخصص المناسب لهم	0.84**	0.000
5.	تقيم دائرة العلاقات العامة في المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جلسات حوارية بين المدرسين حول قضايا تعليمية تهمهم	0.87**	0.000
6.	تشارك دائرة العلاقات العامة المدرسين في اقتراح سبل ووسائل للنهوض بالمستوى التعليمي للطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.86**	0.000
7.	تقوم دائرة العلاقات العامة بتنظيم حوارات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المدرسين في اختيار أساليب التدريس الملائمة لحاجات الطلبة	0.87**	0.000

الرقم	الفقرات	معامل ارتباط بيرسون (r)	القيمة الاحتمالية (Sig.)
.8	تساهم دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعديل اتجاهات المعلمين السلبية نحو التعليم	0.89**	0.000
.9	تستخدم دائرة العلاقات العامة مواقع التواصل الاجتماعي لنشر أسماء وأعمال المدرسين المبدعين	0.83**	0.000
.10	تتواصل دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع المدرسين لإعلامهم بمواعيد الدورات التدريبية	0.77**	0.000
.11	تساعد دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير الكفاءة الذاتية للمدرسين	0.87**	0.000

\*\* دالة إحصائياً عند (0.01)، ( $\alpha$ ) نسبة الخطأ (4%)

تشير المعطيات الواردة في الجدول (10) إلى أن جميع قيم مصفوفة ارتباط فقرات المحور مع الدرجة الكلية للمحور دالة إحصائياً، مما يشير إلى قوة الاتساق الداخلي لفقرات الأداة وأنها تشترك معاً في قياس دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها، على ضوء المقياس الذي تم اعتماده.

### ثبات أداة الدراسة

#### الثبات بطريقة الاتساق الداخلي

قامت الباحثة بحساب الثبات بطريقة الاتساق الداخلي وبحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا، وذلك كما هو موضح في الجدول (11).

#### جدول (11): نتائج معامل كرونباخ ألفا لثبات أداة الدراسة

قيمة ألفا	عدد الفقرات	المتغير
0.88	6	التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور
0.93	9	المساهمة في التعليم الإلكتروني
0.93	7	دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات
0.96	22	الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي
0.96	11	الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها
0.97	33	الدرجة الكلية للأداة ككل

تشير المعطيات الواردة في الجدول (11) إلى أن جميع قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ لجميع مجالات الدراسة وكذلك للدرجة الكلية مرتفعة، حيث تراوحت قيم معاملات الثبات لمجالات

استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي ما بين (0.88-0.93)، وبلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ للدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي (0.96)، وبلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها (0.96)، وبلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ للدرجة الكلية للأداة (0.97) مما يشير إلى أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات وقابلة لاعتمادها لتحقيق أهداف الدراسة.

#### الثبات بطريقة التجزئة النصفية

تعمل هذه الطريقة على حساب معامل الارتباط بين درجات نصفي المقياس، ويتم تجزئة المقياس إلى نصفين متكافئين، ثم يتم إيجاد مجموع درجات المبحوثين لكل نصف من المقياس، ثم حساب معامل الارتباط بينهما، وتم استخدام معادلة سبيرمان براون للتصحيح، ومعادلة جتمان، وقد توصلت الباحثة إلى ما يلي:

#### جدول (12): الثبات بطريقة التجزئة النصفية

المتغير	عدد الفقرات	معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح لسبيرمان براون	معامل الارتباط المصحح لجتمان
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	6	0.76	0.87	0.86
المساهمة في التعليم الإلكتروني	9	0.80	0.89	0.88
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	7	0.82	0.90	0.89
الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	22	0.81	0.89	0.89
الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها	11	0.87	0.93	0.93
الدرجة الكلية للأداة ككل	33	0.80	0.89	0.89

يتضح من الجدول (12) أن معاملات الارتباط وكذلك معاملات الثبات لكل مجالات الدراسة وكذلك لجميع فقرات الأداة مرتفعة، مما يشير إلى أن الأداة على درجة عالية من الثبات، وهو يعطي درجة من الثقة عند استخدام الاستبانة كأداة للقياس في البحث الحالي.

## تصحيح المقياس

وزعت درجات الإجابة على فقرات الاستبانة بطريقة ليكرت (Likert) الخماسية، حيث يحصل المستجيب على (5) درجات عندما يجيب (دائماً)، (4) درجات عندما يجيب (غالباً)، (3) درجات عندما يجيب (أحياناً)، ودرجتان عندما يجيب (نادراً)، ودرجة واحدة عندما يجيب (نادراً جداً).

وتم تقسيم طول السلم الخماسي إلى ثلاث فئات لمعرفة درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل، وتم حساب فئات المقياس الخماسي كما يلي:

$$\text{مدى المقياس} = \text{الحد الأعلى للمقياس} - \text{الحد الأدنى للمقياس} = (5-1) = 4$$

$$\text{عدد الفئات} = 3$$

$$\text{طول الفئة} = \text{مدى المقياس} \div \text{عدد الفئات}$$

$$= 4 \div 3 = 1.33$$

بإضافة طول الفئة (1.33) للحد الأدنى لكل فئة نحصل على فئات المتوسطات الحسابية كما هو موضح في الجدول (13):

### جدول (13): فئات المتوسطات الحسابية لتحديد درجة الموافقة

درجة الموافقة	فئات المتوسط الحسابي
قليلة	1.00-2.33
متوسطة	2.34-3.67
كبيرة	3.68-5.00

### متغيرات الدراسة

#### المتغيرات التصنيفية

الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية.

#### المتغيرات المستقلة:

استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي وتشمل: (التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور، المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات).

## المتغير التابع:

دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها.

## الأساليب الإحصائية

قامت الباحثة بتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج (SPSS) وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات والنسب المئوية.
  - 2- المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية.
  - 3- اختبار كرونباخ ألفا لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
  - 4- معامل ارتباط سبيرمان براون ومعامل جتمان لمعرفة ثبات فقرات الأداة.
  - 5- معامل الارتباط بيرسون (Person correlation) لمعرفة صدق فقرات الاستبانة.
  - 6- اختبار الانحدار البسيط والمتعدد.
  - 7- اختبار الانحدار التدريجي لمعرفة تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة.
- اختبار (ت) (Independent samples T-Test)، لمعرفة الفروق بين متوسطات عينتين مستقلتين.
  - اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of Variance) للمقارنة بين المتوسطات أو التوصل إلى قرار يتعلق بوجود أو عدم وجود فروق بين المتوسطات.
  - اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات الثنائية البعدية لإيجاد مصدر الفروق.

الفصل الرابع  
نتائج الدراسة

## الفصل الرابع عرض نتائج الدراسة

### مقدمة

يتضمن هذا الفصل تحليلاً إحصائياً للبيانات الناتجة عن الدراسة، وذلك من أجل الإجابة على أسئلة الدراسة، وفحص فرضياتها.

### الإجابة عن أسئلة الدراسة

السؤال الأول: ما مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟

للإجابة عن السؤال الأول، تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأوزان النسبية لمدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

جدول (14): استخدام دوائر العلاقات العامة في المديريات لوسائل التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً

الرقم في الاستبانة	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	درجة الموافقة
1	التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	3.43	0.69	68.6	متوسطة
2	المساهمة في التعليم الإلكتروني	3.27	0.70	65.4	متوسطة
3	دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	3.15	0.73	63.0	متوسطة
	الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	3.28	0.71	65.6	متوسطة

تشير البيانات الواردة في الجدول (14) أن مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل كان بدرجة متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل (3.28)، ونسبة مئوية بلغت (65.6%).

وقد جاء مجال "التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور" في المركز الأول، بمتوسط حسابي بلغ (3.43)، ونسبة مئوية بلغت (68.6%)، وجاء مجال "المساهمة في التعليم الإلكتروني" في المركز الثاني، بمتوسط حسابي بلغ (3.27)، ونسبة مئوية بلغت (65.4%)، وجاء مجال "دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات" في المركز الثالث، بمتوسط حسابي بلغ (3.15)، ونسبة مئوية بلغت (63.0%).

أما فيما يتعلق بمدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل لكل مجال من مجالاته، فقد قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لكل مجال على النحو الآتي:

#### المجال الأول: التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات مجال التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور، ويبين الجدول (15):

جدول (15): استخدام دوائر العلاقات العامة في التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور، مرتبة تنازلياً.

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الرتبة	درجة الموافقة
1	شجعت الأهالي للتواصل مع المدرسين	3.53	0.92	70.6	1	متوسطة
3	أتاحت العلاقات العامة فرص التواصل المعرفي مع الزملاء	3.52	0.84	70.4	2	متوسطة
4	عززت من فرص تبادل الخبرات بين المدرسين والطلبة على حد سواء	3.43	0.83	68.6	3	متوسطة
2	ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال المعلومات لأولياء الأمور حول نتائج تحصيل أبنائهم	3.42	0.85	68.4	4	متوسطة
5	تتلقى ملاحظات أولياء الأمور وتنفذها للمعلمين لأخذها بعين الاعتبار	3.38	0.91	67.6	5	متوسطة
6	ساهمت في كسب ثقة الرأي العام وتأييده في الإجراءات المتبعة في المدارس في ظل جائحة كورونا	3.31	0.91	66.2	6	متوسطة
	الدرجة الكلية لمجال التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	3.43	0.88	68.6		متوسطة

تشير البيانات الواردة في الجدول (15) أن مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل المتعلقة بمجال التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور كان متوسطاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمجال التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور (3.43) ونسبة مئوية (68.6%).

ويتضح من الجدول (15) أن الفقرات: "شجعت الأهالي للتواصل مع المدرسين" و"أتاحت العلاقات العامة فرص التواصل المعرفي مع الزملاء"، قد حصلت على أعلى درجة موافقة بالنسبة لمجال التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور.

في حين أن الفقرات: "ساهمت في كسب ثقة الرأي العام وتأييده في الإجراءات المتبعة في المدارس في ظل جائحة كورونا"، و"تتلقى ملاحظات أولياء الأمور وتنقلها للمعلمين لأخذها بعين الاعتبار"، قد حصلت على أقل درجات الموافقة بالنسبة لمجال التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور.

#### المجال الثاني: المساهمة في التعليم الإلكتروني

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات مجال المساهمة في التعليم الإلكتروني، ويبينه الجدول (16):

جدول (16): استخدام دوائر العلاقات العامة في المساهمة في التعليم الإلكتروني، مرتبة تنازلياً.

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الرتبة	درجة الموافقة
7	زودتني بالمعارف الخاصة بالتعليم الإلكتروني وطرق تنفيذه	3.47	0.843	69.4	1	متوسطة
9	تقوم بنشر بعض الحصص النموذجية على صفحاتها لإتاحة الفرصة للمعلمين للاستفادة منها	3.36	0.864	67.2	2	متوسطة
8	أسهمت في تشجيع أولياء الأمور على استخدام التكنولوجيا الحديثة لمساعدة أبنائهم	3.31	0.868	66.2	3	متوسطة
10	تساهم في تنمية اتجاهات الطلبة الإيجابية نحو التعليم الإلكتروني	3.28	0.839	65.6	4	متوسطة
12	عززت قدراتي على اختيار الأساليب المناسبة للتواصل مع طلبتي	3.28	0.854	65.6	4	متوسطة
14	زودتني بأحدث الأساليب العلمية في التعليم عن بعد	3.22	0.880	64.4	5	متوسطة
15	توفر دائرة العلاقات العامة للمعلمين النماذج الخاصة بإجراءات تقييم تحصيل الطلبة	3.21	0.944	64.2	6	متوسطة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الرتبة	درجة الموافقة
13	تقدم دائرة العلاقات العامة خلاصة التجارب الناجحة للتعليم الإلكتروني في بعض المدارس	3.17	0.859	63.4	7	متوسطة
11	تستضيف خبراء مختصين بشرح آليات التعليم الإلكتروني عبر مواقعها	3.14	0.924	62.8	8	متوسطة
	الدرجة الكلية لمجال المساهمة في التعليم الإلكتروني	<b>3.27</b>	<b>0.875</b>	<b>65.4</b>		متوسطة

تشير البيانات الواردة في الجدول (16) أن مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل المتعلقة بمجال المساهمة في التعليم الإلكتروني كان متوسطاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمجال التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور (3.27) ونسبة مئوية (65.4%).

ويتضح من الجدول (16) أن الفقرات: "زودتني بالمعارف الخاصة بالتعليم الإلكتروني وطرق تنفيذه" و"تقوم بنشر بعض الحصص النموذجية على صفحاتها لإتاحة الفرصة للمعلمين للاستفادة منها"، قد حصلت على أعلى درجة موافقة بالنسبة لمجال المساهمة في التعليم الإلكتروني.

في حين أن الفقرات: "تستضيف خبراء مختصين بشرح آليات التعليم الإلكتروني عبر مواقعها"، و"تقدم دائرة العلاقات العامة خلاصة التجارب الناجحة للتعليم الإلكتروني في بعض المدارس"، قد حصلت على أقل درجات الموافقة بالنسبة لمجال المساهمة في التعليم الإلكتروني .

### المجال الثالث: دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات مجال دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات، ويبينه الجدول (17):

جدول (17): استخدام دوائر العلاقات العامة في مجال تنمية الدوافع وإشباع الحاجات، مرتبة تنازلياً.

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الرتبة	درجة الموافقة
17	ساهمت في إنجاح حملات التوعية التي أقدمها لأهالي الطلبة	3.22	0.85	64.4	1	متوسطة
19	تحقّر العلاقات العامة على المشاركة في المهرجانات التي تقيمها مديرية التربية والتعليم لتكريم أوائل الطلبة	3.21	0.89	64.2	2	متوسطة
20	تزودني بالإجابة حول أي استفسار أطرحه.	3.20	0.88	64.0	3	متوسطة
22	تقدم للطلبة توجيهات حول دورهم في عملية التعلم وكيفية تفعيله بما يخدم العملية التعليمية	3.16	0.90	63.2	4	متوسطة
18	تساعد دائرة العلاقات العامة في نقل تصورات المعلمين لجهات الاختصاص في الإدارات العليا	3.13	0.85	62.6	5	متوسطة
16	تساعد دائرة العلاقات العامة على تنظيم المناخات المدرسية الداعمة	3.13	0.83	62.6	5	متوسطة
21	تساهم العلاقات العامة في تنظيم الرحلات التعليمية للطلبة (زيارة الجامعات، الأماكن الأثرية، معارض الكتب،... الخ)	3.00	0.93	60.0	6	متوسطة
	الدرجة الكلية لمجال دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	<b>3.15</b>	<b>0.88</b>	<b>63.0</b>		متوسطة

تشير البيانات الواردة في الجدول (17) أن مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل المتعلقة بمجال دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات كان متوسطاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لمجال دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات (3.15) ونسبة مئوية (63.0%).

ويتضح من الجدول (17) أن الفقرات: "ساهمت في إنجاح حملات التوعية التي أقدمها لأهالي الطلبة" و"تحقّر العلاقات العامة على المشاركة في المهرجانات التي تقيمها مديرية التربية والتعليم لتكريم أوائل الطلبة"، قد حصلت على أعلى درجة موافقة بالنسبة لمجال دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات.

في حين أن الفقرات: "تساهم العلاقات العامة في تنظيم الرحلات التعليمية للطلبة (زيارة الجامعات، الأماكن الأثرية، معارض الكتب، ...الخ)"، و"تساعد دائرة العلاقات العامة على تنظيم المناخات المدرسية الداعمة"، قد حصلت على أقل درجات الموافقة بالنسبة لمجال دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات .

**السؤال الثاني:** ما دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟

للإجابة عن السؤال الثاني، تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأوزان النسبية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

**جدول (18): دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل، مرتبة تنازلياً**

رقم الفقرة	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
10	تتواصل دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع المدرسين لإعلامهم بمواعيد الدورات التدريبية	3.32	0.95	66.4	1	متوسطة
9	تستخدم دائرة العلاقات العامة مواقع التواصل الاجتماعي لنشر أسماء وأعمال المدرسين المبدعين	3.21	0.91	64.2	2	متوسطة
11	تساعد دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير الكفاءة الذاتية للمدرسين	3.14	0.95	62.8	3	متوسطة
3	ينقل موظفو العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي صورة واقعية عن واقع التعليم في المديرية	3.11	0.88	62.2	4	متوسطة
1	يتواصل موظفو العلاقات العامة بشكل مستمر مع المدرسين لمواجهة التحديات في العملية التعليمية التي فرضتها جائحة كورونا	3.10	0.96	62.0	5	متوسطة
8	تساهم دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعديل اتجاهات المعلمين السلبية نحو التعليم	3.02	0.90	60.4	6	متوسطة
2	يساعدني موظفو العلاقات العامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في	3.02	0.90	60.4	6	متوسطة

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
	إيجاد الوسائل المناسبة لمتابعة واجبات الطلبة البيئية					
4	يقوم موظفو العلاقات العامة بتنظيم محاضرات توعوية عبر الفيسبوك لطلبة الثانوية العامة الناجحين لاختيار التخصص المناسب لهم	3.01	0.92	60.2	7	متوسطة
6	تشرك دائرة العلاقات العامة المدرسين في اقتراح سبل ووسائل للنهوض بالمستوى التعليمي للطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	3.00	0.91	60.0	8	متوسطة
7	تقوم دائرة العلاقات العامة بتنظيم حوارات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المدرسين في اختيار أساليب التدريس الملائمة لحاجات الطلبة	3.00	0.88	60.0	8	متوسطة
5	تقيم دائرة العلاقات العامة في المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جلسات حوارية بين المدرسين حول قضايا تعليمية تهمهم	2.95	0.91	59.0	9	متوسطة
	الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها	<b>3.08</b>	<b>0.91</b>	<b>61.6</b>		متوسطة

تشير البيانات الواردة في الجدول (18) أن دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل كان متوسطاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها (3.08) ونسبة مئوية (61.6%).

ويتضح من الجدول (18) أن الفقرات: "تتواصل دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع المدرسين لإعلامهم بمواعيد الدورات التدريبية" و"تستخدم دائرة العلاقات العامة مواقع التواصل الاجتماعي لنشر أسماء وأعمال المدرسين المبدعين"، و"تساعد دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير الكفاءة الذاتية للمدرسين" قد حصلت على أعلى درجة موافقة لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها.

في حين أن الفقرات: "تقيم دائرة العلاقات العامة في المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جلسات حوارية بين المدرسين حول قضايا تعليمية تهمهم"، و"تقوم دائرة العلاقات العامة بتنظيم حوارات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المدرسين في اختيار أساليب التدريس الملائمة لحاجات الطلبة"، و"تشرك دائرة العلاقات العامة المدرسين في اقتراح سبل ووسائل للنهوض بالمستوى التعليمي للطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي" قد حصلت على أقل درجات الموافقة بالنسبة لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها .

**السؤال الثالث: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟**

للإجابة عن السؤال الثالث استخدمت الباحثة تحليل الانحدار، وقبل تطبيق تحليل الانحدار لاختبار فرضيات الدراسة، تم إجراء بعض الاختبارات وذلك من أجل ضمان ملاءمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار وذلك على النحو التالي: فيما يتعلق بافتراض ضرورة عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة "Multi-Collinearity" قامت الباحثة بإجراء معامل تضخم التباين، Variance Inflation Factor- VIF، واختبار التباين المسموح به "Tolerance لكل متغير من المتغيرات المستقلة، والجدول (19) يوضح ذلك:

**جدول (19): اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء**

المتغير	التباين المسموح به Tolerance	معامل تقييم التباين (VIF)	معامل الالتواء Skewness
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	0.43	2.31	0.42
المساهمة في التعليم الإلكتروني	0.31	3.26	0.33
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	0.34	2.90	0.22

(الارتباط عالي إذا كان معامل تضخم التباين (VIF) للمتغير يتجاوز (10) وكانت قيمة التباين المسموح به أقل من (0.05))

يشير الجدول (19) إلى أن قيمة أن قيمة (VIF) لجميع المتغيرات كانت أقل من (10) وتتراوح بين (2.31-3.26)، كما أن قيمة التباين المسموح به "Tolerance لجميع

المتغيرات كانت أكبر من (0.05) وتتراوح بين (0.31-0.43)، لذلك يمكن القول أنه لا توجد مشكلة حقيقية تتعلق بوجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة، كما أن قيمة معامل الالتواء (Skewness) لجميع متغيرات الدراسة كانت أقل من (1) ولذلك يمكن القول بأنه لا توجد مشكلة حقيقية تتعلق بالتوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

### فحص فرضيات الدراسة

انبثق عن السؤال الثالث الفرضية الرئيسة الأولى الآتية:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

للإجابة عن الفرضية السابقة تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد كما هو موضح في الجداول (20)، (21):

جدول (20): نتائج تحليل التباين للانحدار المتعدد لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الرئيسة الأولى

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000*	422.710	89.131	3	267.393	الانحدار
		0.211	688	145.069	مجموع مربعات البواقي
			691	412.461	المجموع

\* دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

من خلال النتائج الواردة في الجدول (20) يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسة الأولى، حيث بلغت (F) المحسوبة (422.710) وقيمة الدلالة الإحصائية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي تدل على قدرة تنبؤيه مرتفعة.

جدول (21): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة (ت) المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية
المقدار الثابت	0.195	0.093		2.101	0.036*
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	0.016	0.038	0.015	0.427	0.670
المساهمة في التعليم الإلكتروني	0.252	0.045	0.229	5.606	0.000*
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	0.636	0.041	0.600	15.593	0.000*
معامل الارتباط = 0.805	معامل التحديد=0.648	معامل التحديد المعدل=0.647			

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

يوضح الجدول (21) أن المتغيرات المستقلة (المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) هي أكثر أبعاد استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً في (صورة التعليم) استناداً إلى قيم (ت) المحسوبة التي بلغت لهذين المتغيرين على الترتيب (5.606، 15.593)، التي هي أكبر من قيمة (ت) الجدولية (1.96) عند مستوى دلالة (0.05)، مما يعني رفض الفرضية الرئيسية جزئياً فيما يتعلق (المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات)، والقبول بالفرضية البديلة، التي تقر بوجود أثر دال إحصائياً لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي (المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) (في صورة التعليم).

ويوضح الجدول (21) أن المتغير المستقل (التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور) ليس له تأثير في صورة التعليم، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة التي بلغت (0.427)، التي هي أقل من قيمة (ت) الجدولية التي تساوي (1.96) عند مستوى دلالة (0.05)، مما يعني قبول الفرضية الصفرية جزئياً فيما يتعلق بهذا المتغير.

وعند إجراء تحليل الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise Multiple Regression) لتحديد أهمية كل متغير مستقل على حدة في المساهمة في النموذج الرياضي، الذي يمثل أثر استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي (المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور

العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) في صورة التعليم، كما يتضح من الجدول (22):

جدول (22): نتائج تحليل الانحدار المتعدد التدريجي لاختبار دخول استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في معادلة التنبؤ بصورة التعليم

المتغيرات	B	معامل الارتباط (R))	معامل التحديد المعدل ((R <sup>2</sup> )	قيمة (F) المحسوبة	مستوى دلالة (F))
الثابت	0.210	-----	-----	-----	*0.000
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	0.641	0.792	0.627	1162.288	*0.000
المساهمة في التعليم الإلكتروني	0.260	0.805	0.647	634.728	*0.000

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.01$ )

يتضح من الجدول (22) ترتيب دخول استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في معادلة التنبؤ للانحدار في المتغير التابع (صورة التعليم)، حيث حاز (دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) على المرتبة الأعلى في القوة التفسيرية لصورة التعليم، حيث فسرت (62.7%) من التغير في صورة التعليم، تلاها (المساهمة في التعليم الإلكتروني) حيث فسرت مع متغير (دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) (64.7%) من التغير في المتغير التابع صورة التعليم.

وهذا يعني أن (64.7%) من التغير في (صورة التعليم) (المتغير التابع) تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية:

$$Y = 0.210 + (0.641)X_1 + (0.260)X_2$$

حيث:

Y: تحسين صورة التعليم

1X: دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات

2X: المساهمة في التعليم الإلكتروني

وانبثق عن الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للتفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

لفحص الفرضية الفرعية الأولى تم استخدام تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجداول (23)، (24):

جدول (23): نتائج تحليل التباين للانحدار البسيط لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000*	380.267	146.548	1	146.548	الانحدار
		0.385	690	265.913	مجموع مربعات البواقي
			691	412.461	المجموع

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

من خلال النتائج الواردة في الجدول (23) يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الأولى، حيث بلغت (F) المحسوبة (380.267) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي تدل على قدرة تنبؤيه مرتفعة.

جدول (24): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل

مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة (ت) المحسوبة	Beta	الخطأ المعياري	B	المتغيرات المستقلة
0.000*	6.608	-----	0.120	0.791	المقدار الثابت
0.000*	19.500	0.596	0.034	0.667	التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور
معامل التحديد المعدل=0.354			معامل التحديد=0.355		معامل الارتباط = 0.596

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

تبين من الجدول (24) أن التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور يؤثر على المتغير التابع (تحسين صورة التعليم)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.596)، ومعامل التحديد المعدل (0.354) وهذا يعني أن (35.4%) من التغير في (تحسين صورة التعليم) (المتغير التابع) ناتج عن التغير في التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور، وتم تمثيله من خلال العلاقة الخطية:

$$Y = 0.791 + (0.667)X$$

حيث:  $Y$  : تحسين صورة التعليم،  $X$ : التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور

ومن خلال النتائج السابقة فإنه يتم رفض الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أنه: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للتفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل" وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للتفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل."

**الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للمساهمة في التعليم الإلكتروني على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

لفحص الفرضية الفرعية الثانية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجداول (25)، (26):

**جدول (25): نتائج تحليل التباين للانحدار البسيط لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الفرعية الثانية**

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000*	725.727	211.435	1	211.435	الانحدار
		0.291	690	201.026	مجموع مربعات البواقي
			691	412.461	المجموع

\* دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

من خلال النتائج الواردة في الجدول (25) يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، حيث بلغت ( $F$ ) المحسوبة (725.727) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي تدل على قدرة تنبؤيه مرتفعة.

جدول (26): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر المساهمة في التعليم الإلكتروني على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة (ت) المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية
المقدار الثابت	0.499	0.098	-----	5.096	0.000*
المساهمة في التعليم الإلكتروني	0.789	0.029	0.716	26.939	0.000*
معامل الارتباط = 0.716	معامل التحديد=0.513	معامل التحديد المعدل=0.512			

\* دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

تبين من الجدول (26) أن المساهمة في التعليم الإلكتروني يؤثر على المتغير التابع (تحسين صورة التعليم)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.716)، ومعامل التحديد المعدل (0.512) وهذا يعني أن (51.2%) من التغير في (تحسين صورة التعليم) (المتغير التابع) ناتج عن التغير من المساهمة في التعليم الإلكتروني، وتم تمثيله من خلال العلاقة الخطية:

$$Y = 0.499 + (0.789)X$$

حيث: Y : تحسين صورة التعليم، X: المساهمة في التعليم الإلكتروني

ومن خلال النتائج السابقة فإنه يتم رفض الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للمساهمة في التعليم الإلكتروني على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل" وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للمساهمة في التعليم الإلكتروني على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل."

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لدور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

لفحص الفرضية الفرعية الثالثة تم استخدام تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجداول (27)، (28):

جدول (27): نتائج تحليل التباين للانحدار البسيط لإثبات صلاحية نموذج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

الدالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000*	1162.288	258.814	1	258.814	الانحدار
		0.223	690	153.647	مجموع مربعات البواقي
			691	412.461	المجموع

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

من خلال النتائج الواردة في الجدول (27) يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة، حيث بلغت (F) المحسوبة (1162.288) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي تدل على قدرة تنبؤيه مرتفعة.

جدول (28): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل

مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة (ت) المحسوبة	Beta	الخطأ المعياري	B	المتغيرات المستقلة
0.000*	5.488	-----	0.080	0.437	المقدار الثابت
0.000*	34.092	0.792	0.025	0.839	دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات
معامل التحديد المعدل=0.627			معامل التحديد=0.627		معامل الارتباط = 0.792

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

تبين من الجدول (28) أن دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات يؤثر على المتغير التابع (تحسين صورة التعليم)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.792)، ومعامل التحديد المعدل (0.627) وهذا يعني أن (62.7%) من التغير في (تحسين صورة التعليم) (المتغير التابع) ناتج عن التغير في دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات، وتم تمثيله من خلال العلاقة الخطية:

$$Y = 0.437 + (0.839)X$$

حيث:  $Y$  : تحسين صورة التعليم،  $X$ : دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات ومن خلال النتائج السابقة فإنه يتم رفض الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أنه: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لدور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل" وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لدور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل".

السؤال الرابع: هل تختلف درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل باختلاف (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية)؟

تم تحويل السؤال الرابع إلى الفرضية الرئيسية الثانية الآتية:

الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

قامت الباحثة بالإجابة عن الفرضية الرئيسية الثانية من خلال فحص الفرضيات الصفرية المنبثقة عنها من (4-1) الآتية:

الفرضية الصفرية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

لفحص الفرضية الصفرية الأولى، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent-Sample t-test) لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس، ويبيئه الجدول (29).

جدول (29) نتائج اختبار (ت) (Independent-Sample t-test) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

المتغير	الجنس	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة الإحصائية
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	ذكر	282	3.43	0.70	0.177	0.860
	أنثى	410	3.44	0.69		
المساهمة في التعليم الإلكتروني	ذكر	282	3.25	0.72	0.575	0.566
	أنثى	410	3.28	0.69		
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	ذكر	282	3.18	0.73	1.048	0.295
	أنثى	410	3.13	0.73		
الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	ذكر	282	3.28	0.66	0.069	0.945
	أنثى	410	3.28	0.64		

\*\*دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 690

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول (29) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الدرجة الكلية وفي جميع المجالات لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس. حيث كانت الدلالة الإحصائية المحسوبة للدرجة الكلية ولجميع المجالات أكبر من (0.05) وغير دالة إحصائياً، وعليه تقبل الفرضية الصفرية الأولى.

الفرضية الصفرية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

لفحص الفرضية الصفرية الثانية، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent-Sample t-test) لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من

وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة، ويبينه الجدول (30).

جدول (30) نتائج اختبار (ت) (Independent- Sample t-test) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

المتغير	الوظيفة	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة الإحصائية
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	مدير/ة	156	3.59	0.69	3.347	**0.001
	مدرس/ة	536	3.39	0.68		
المساهمة في التعليم الإلكتروني	مدير/ة	156	3.36	0.66	1.708	0.088
	مدرس/ة	536	3.25	0.71		
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	مدير/ة	156	3.25	0.71	1.964	*0.050
	مدرس/ة	536	3.12	0.73		
الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	مدير/ة	156	3.39	0.61	2.431	0.015*
	مدرس/ة	536	3.24	0.65		

\*\*دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 690

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول (30) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) (  $\leq$  ) في الدرجة الكلية وفي مجالات (التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة. حيث كانت الدلالة الإحصائية المحسوبة للدرجة الكلية ولهذه المجالات أصغر من (0.05) ودالة إحصائية، وقد كانت الفروق لصالح مدير/ة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية الثانية، وتقبل الفرضية البديلة.

بينما لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في مجال المساهمة في التعليم الإلكتروني من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة، حيث بلغت الدلالة الإحصائية المحسوبة لهذا المجال (0.088) وهي أكبر من (0.05) وغير دالة إحصائيةً.

الفرضية الصفرية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. لفحص الفرضية الصفرية الثالثة، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي، وذلك كما هو موضح في الجدول (31).

جدول (31): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي

المتغير	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	دبلوم	57	3.44	0.59
	بكالوريوس	562	3.43	0.70
	دراسات عليا	73	3.48	0.67
	المجموع	692	3.43	0.69
المساهمة في التعليم الإلكتروني	دبلوم	57	3.28	0.60
	بكالوريوس	562	3.26	0.72
	دراسات عليا	73	3.32	0.66
	المجموع	692	3.27	0.70
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	دبلوم	57	3.19	0.54
	بكالوريوس	562	3.15	0.74
	دراسات عليا	73	3.14	0.79
	المجموع	692	3.15	0.73
الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	دبلوم	57	3.30	0.51
	بكالوريوس	562	3.27	0.66
	دراسات عليا	73	3.31	0.66
	المجموع	692	3.28	0.65

يتضح من الجدول (31) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. وللتحقق من دلالة الفروق استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، كما هو موضح في الجدول (32):

جدول (32): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	بين المجموعات	0.169	2	0.084	0.177	0.838
	داخل المجموعات	329.412	689	0.478		
	المجموع	329.580	691			
المساهمة في التعليم الإلكتروني	بين المجموعات	0.188	2	0.094	0.190	0.827
	داخل المجموعات	339.677	689	0.493		
	المجموع	339.864	691			
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	بين المجموعات	0.118	2	0.059	0.110	0.896
	داخل المجموعات	367.440	689	0.533		
	المجموع	367.558	691			
الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	0.095	2	0.047	0.113	0.893
	داخل المجموعات	287.737	689	0.418		
	المجموع	287.831	691			

\*\* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01). \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول (32) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في الدرجة الكلية وفي جميع مجالات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. وعليه تقبل الفرضية الصفرية الثالثة.

الفرضية الصفرية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

لفحص الفرضية الصفرية الرابعة، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية، وذلك كما هو موضح في الجدول (33).

جدول (33): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المديرية	المتغير
0.65	3.50	160	مديرية تربية شمال الخليل	التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور
0.70	3.47	198	مديرية تربية الخليل	
0.72	3.42	185	مديرية تربية جنوب الخليل	
0.68	3.34	149	مديرية تربية يطا	
<b>0.69</b>	<b>3.43</b>	<b>692</b>	المجموع	
0.66	3.34	160	مديرية تربية شمال الخليل	المساهمة في التعليم الإلكتروني
0.69	3.28	198	مديرية تربية الخليل	
0.72	3.28	185	مديرية تربية جنوب الخليل	
0.72	3.19	149	مديرية تربية يطا	
<b>0.70</b>	<b>3.27</b>	<b>692</b>	المجموع	
0.67	3.24	160	مديرية تربية شمال الخليل	دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات
0.75	3.14	198	مديرية تربية الخليل	
0.76	3.10	185	مديرية تربية جنوب الخليل	
0.72	3.12	149	مديرية تربية يطا	
<b>0.73</b>	<b>3.15</b>	<b>692</b>	المجموع	
0.61	3.35	160	مديرية تربية شمال الخليل	الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي
0.65	3.29	198	مديرية تربية الخليل	
0.68	3.26	185	مديرية تربية جنوب الخليل	
0.64	3.21	149	مديرية تربية يطا	
<b>0.65</b>	<b>3.28</b>	<b>692</b>	المجموع	

يتضح من الجدول (33) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية. وللتحقق من دلالة الفروق استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، كما هو موضح في الجدول (34):

جدول (34): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية
التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور	بين المجموعات	2.180	3	0.727	1.527	0.206
	داخل المجموعات	327.400	688	0.476		
	المجموع	329.580	691			
المساهمة في التعليم الإلكتروني	بين المجموعات	1.738	3	0.579	1.179	0.317
	داخل المجموعات	338.127	688	0.491		

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية
	المجموع	339.864	691			
دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات	بين المجموعات	1.852	3	0.617	1.161	0.324
	داخل المجموعات	365.706	688	0.532		
	المجموع	367.558	691			
الدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	1.611	3	0.537	1.291	0.276
	داخل المجموعات	286.220	688	0.416		
	المجموع	287.831	691			

\*\* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01). \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05).

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول (34) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في الدرجة الكلية وفي جميع مجالات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية. وعليه تقبل الفرضية الصفرية الرابعة.

السؤال الخامس: هل تختلف درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل باختلاف (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية)؟

تم تحويل السؤال الخامس إلى الفرضية الرئيسة الثالثة الآتية:

الفرضية الرئيسة الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

قامت الباحثة بالإجابة عن الفرضية الرئيسة الثالثة من خلال فحص الفرضيات الصفرية المنبثقة عنها من (5-8) الآتية:

الفرضية الصفرية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم

والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

لفحص الفرضية الصفرية الخامسة، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent-Sample t-test) لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس، ويبينه الجدول (35).

جدول (35) نتائج اختبار (ت) (Independent-Sample t-test) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

المتغير	الجنس	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها	ذكر	282	3.07	0.81	0.344	0.731
	أنثى	410	3.09	0.75		

\*دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 690

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول (35) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في متوسطات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس. وعليه تقبل الفرضية الصفرية الخامسة.

**الفرضية الصفرية السادسة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

لفحص الفرضية الصفرية السادسة، استخدم اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent-Sample t-test) لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة، ويبينه الجدول (36).

جدول (36) نتائج اختبار (ت) (Independent- Sample t-test) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

المتغير	الوظيفة	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها	مدير/ة	156	3.04	0.81	0.653	0.614
	مدرس/ة	536	3.09	0.76		

\*\*دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، درجات الحرية = 690

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول (36) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) (  $\leq$  ) في متوسطات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة. وعليه تقبل الفرضية الصفرية السادسة.

**الفرضية الصفرية السابعة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. لفحص الفرضية الصفرية السابعة، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي، وذلك كما هو موضح في الجدول (37).

جدول (37): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي

المتغير	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها	دبلوم	57	3.04	0.70
	بكالوريوس	562	3.09	0.77
	دراسات عليا	73	3.03	0.82
	المجموع	692	3.08	0.77

يتضح من الجدول (37) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. وللتحقق من دلالة الفروق استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، كما هو موضح في الجدول (38):

**جدول (38): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي**

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية
الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها	بين المجموعات	0.366	2	0.183	0.306	0.736
	داخل المجموعات	412.095	689	0.598		
	المجموع	412.461	691			

\*\* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01). \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05).

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول (38) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. وعليه تقبل الفرضية الصفرية السابعة.

**الفرضية الصفرية الثامنة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

لفحص الفرضية الصفرية الثامنة، تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية، وذلك كما هو موضح في الجدول (39).

جدول (39): الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المديرية	المتغير
0.68	3.15	160	مديرية تربية شمال الخليل	الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها
0.82	3.10	198	مديرية تربية الخليل	
0.82	3.04	185	مديرية تربية جنوب الخليل	
0.75	3.02	149	مديرية تربية يطا	
0.77	3.08	692	المجموع	

يتضح من الجدول (39) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لدرجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية. وللتحقق من دلالة الفروق استخدم تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، كما هو موضح في الجدول (40):

جدول (40): نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية
الدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها	بين المجموعات	1.567	3	0.522	0.874	0.454
	داخل المجموعات	410.895	688	0.597		
	المجموع	412.461	691			

\*\* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01). \* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول (40) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية. وعليه تقبل الفرضية الصفرية الثامنة.

الفصل الخامس  
مناقشة النتائج والتوصيات

## الفصل الخامس

### أولاً: مناقشة النتائج

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟

تبين أن مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل كان بدرجة متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل (3.28)، ونسبة مئوية بلغت (65.6%).

وقد جاء مجال "التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور" في المركز الأول، بمتوسط حسابي بلغ (3.43)، ونسبة مئوية بلغت (68.6%)، وجاء مجال "المساهمة في التعليم الإلكتروني" في المركز الثاني، بمتوسط حسابي بلغ (3.27)، ونسبة مئوية بلغت (65.4%)، وجاء مجال "دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات" في المركز الثالث، بمتوسط حسابي بلغ (3.15)، ونسبة مئوية بلغت (63.0%).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سلطان (2018) التي توصلت إلى أن نسبة استخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة بلغت (36%)، واتفقت أيضاً مع دراسة أبو عرمانه (2013) التي بينت أن الدرجة الكلية لتقدير أفراد عينة الدراسة لدور العلاقات العامة في الكليات التقنية في استقطاب الطلبة بلغت (68.00%) بدرجة متوسطة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن العاملين في دوائر العلاقات العامة لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل إيصال رسائل حول التعليم للجمهور، ولكن بسبب الظروف الصحية التي يمر بها العالم أجمع فقد عمدت هذه الدوائر إلى استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الطلبة وأهاليهم من أجل إيصال الرسائل المطلوبة حول العملية التعليمية التعلمية. وهذا ما أكدت عليه نظرية الاستخدامات والإشباع بأن قوة التأثير تمتلكها وسائل الإعلام على الجمهور.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟

توصلت الدراسة إلى أن دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل كان متوسطاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية لدور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها (3.08) ونسبة مئوية (61.6%).

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة دراغمة (2011) التي توصلت إلى أن هناك تقصير من قبل دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة، وأن هناك تقصير من قبل دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في دورها في بناء صورة إيجابية لدى الطلبة المسجلين فيها، كذلك في دورها في الحفاظ على صورة إيجابية لدى الطلبة الخريجين. كما اختلفت مع دراسة أبو جاموس وآخرون (2002) التي توصلت إلى أن دائرة العلاقات العامة لم تقم بالدور المطلوب منها بشكل فعال في تحسين صورة الجامعة.

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن تواصل دوائر العلاقات العامة مع الطلبة وذويهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لبناء صورة إيجابية عن التعليم يعتبر عملاً حديثاً، كون التواصل مع الطلبة وذويهم يتم من خلال الإجراءات الرسمية أي من خلال المدارس، ولكن بسبب جائحة كورونا والإغلاقات المستمرة وتوجه الحكومة إلى التعليم المدمج، كل ذلك أدى إلى استخدام دوائر العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي لبناء صورة إيجابية عن التعليم، لذا جاء دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل بدرجة متوسطة. حيث بينت نظرية الاستخدامات والإشباع بأن استخدام أنواع الوسائل المختلفة يعبر عن الاحتياجات التي يريد الجمهور أن يقوم بتحقيقها، وهناك عدة أمور من شأنها أن تتحكم في ذلك، ومنها بالطبع التفاعل الاجتماعي بالإضافة إلى الفروق الفردية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل؟

لمناقشة نتائج السؤال الثالث تمت مناقشة نتائج الفرضية المنبثقة عنه:

مناقشة نتائج الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لاستخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

أظهرت النتائج أن المتغيرات المستقلة (المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) هي أكثر أبعاد استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً في (صورة التعليم). كما تبين أن المتغير المستقل (التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور) ليس له تأثير في صورة التعليم.

كما توصلت الدراسة إلى أن متغيرات (المساهمة في التعليم الإلكتروني، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) فسرت ما نسبته (64.7%) من التغير في المتغير التابع صورة التعليم.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة دراغمة (2011) التي توصلت إلى أن دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية لم تؤثر في استقطاب طلبة الثانوية العامة، كما أنها لم تؤثر في بناء صورة إيجابية لدى الطلبة المسجلين فيها.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الظروف التي مر بها طلبة المدارس بسبب جائحة كورونا التي أدت إلى إغلاق المدارس والانتقال إلى التعليم الإلكتروني، أدت إلى المساهمة في التعليم الإلكتروني الذي بدوره أدى إلى تحسين صورة التعليم، كذلك فإن دوائر العلاقات العامة عملت خلال من التواصل مع الطلبة عبر الانترنت على تنمية دافعيتهم نحو التعلم وهذا ساهم في تحسين صورة التعليم لديهم. وهذا ما أكدته نظرية الاستخدامات والإشباع بأنه من الممكن أن يتم التعرف على المفاهيم الثقافية والتعليمية التي تسود وتنتشر في المجتمع عن طريق استخدام وسائل الإعلام والاتصال ومنها وسائل التواصل الاجتماعي، وليس فقط عن طريق الرسائل الإعلامية.

مناقشة نتائج الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للتفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

أظهرت النتائج أن التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور يؤثر على المتغير التابع (تحسين صورة التعليم)، حيث فسر ما نسبته (35.4%) من التغير في (تحسين صورة التعليم) (المتغير التابع).

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور أدى إلى تفهم أولياء الأمور وأبنائهم الطلبة لطبيعة الواقع الذي تمر به المدارس والعملية التعليمية بسبب جائحة كورونا، وهذا أدى إلى ازدياد نسبة تواصل أولياء الأمور مع المسؤولين في التربية والتعليم من خلال دوائر العلاقات العامة، وهذا بدوره عمل على تحسين صورة التعليم. وهذا ما أكدت عليه نظرية الاستخدامات والإشباعات بأن استخدام أنواع الوسائل المختلفة يعبر عن الاحتياجات التي يريد الجمهور أن يقوم بتحقيقها، وهناك عدة أمور من شأنها أن تتحكم في ذلك، ومنها بالطبع التفاعل الاجتماعي بالإضافة إلى الفروق الفردية.

مناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للمساهمة في التعليم الإلكتروني على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

أظهرت النتائج أن المساهمة في التعليم الإلكتروني يؤثر على المتغير التابع (تحسين صورة التعليم)، حيث فسر ما نسبته (51.2%) من التغير في (تحسين صورة التعليم) (المتغير التابع).

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن زيادة استخدام الطلبة للإنترنت من أجل التعلم أدى إلى رفع دافعيتهم نحو التعليم الإلكتروني الذي بدوره أدى إلى تحسين صورة التعليم والمحافظة عليها لدى الطلبة وأولياء أمورهم. وهذا ما تعززه نظرية الاستخدامات والإشباعات بأن الجمهور أصبح بمثابة الأشخاص الذين يشاركون بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري، ويقوم باستخدام الوسيلة التي يرغب بها حيث يرى أنها تحقق له احتياجاته.

مناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لدور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات على تحسين صورة التعليم من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل.

أظهرت النتائج أن دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات يؤثر على المتغير التابع (تحسين صورة التعليم)، حيث فسر ما نسبته (62.7%) من التغير في (تحسين صورة التعليم) (المتغير التابع).

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن استخدام دوائر العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل توعية الطلبة بضرورة الانضمام إلى العملية التعليمية من خلال التعليم الإلكتروني أدى إلى زيادة وعي الطلبة كذلك زيادة دافعيتهم نحو التعليم، الأمر الذي ساهم في إشباع حاجاتهم التعليمية، وهذا بدوره أدى إلى تحسين صورة التعليم. وهذا ما أشارت إليه نظرية الاستخدامات والإشباع في إن الجمهور المتابع لوسائل التواصل الاجتماعي دائماً ما يوجه سعيه إلى تحقيق إشباعه من خلال أشياء معينة هي التي تحدد الرسائل التي يقوم بالتعرض لها بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا بالتالي يشبع حاجاته ويؤدي إلى تحسين صورة التعليم عنده.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: هل تختلف درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل باختلاف (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية)؟

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع، تمت مناقشة نتائج الفرضية المنبثقة عنه: مناقشة نتائج الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

قامت الباحثة بمناقشة نتائج الفرضية الرئيسية الثانية من خلال مناقشة نتائج الفرضيات الصفرية المنبثقة عنها من (1-4) الآتية:

مناقشة نتائج الفرضية الصفريّة الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي جميع المجالات لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة أبو عرمانه (2013) التي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظات غزة في استقطاب الطلبة تُعزى لمتغير الجنس، واختلفت مع دراسة الحديد (2010) التي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لأداء دائرة العلاقات العامة تُعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث.

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن عمل دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل محكوم بالأنظمة والقوانين التي تصدرها وزارة التربية والتعليم، كذلك في ظل جائحة كورونا فإن التعليمات التي تصدر عن لجنة البعثيات في فلسطين تلزم الجميع بتنفيذها، لذا فإن مديري المدارس والمدرسين في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل كانت آراؤهم متقاربة حول استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي.

مناقشة نتائج الفرضية الصفريّة الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي مجالات (التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور، دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات) لدرجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

بينما لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في مجال المساهمة في التعليم الإلكتروني من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة، لصالح مديري المدارس.

وتفسر هذه النتيجة إلى أن مديري المدارس أكثر تواصلًا مع إدارات العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل من المدرسين، كما أنهم يشاركون في وضع الخطط والآليات للتعليم ويتابعون تنفيذها، لذا جاءت الفروق لصالحهم في نظرهم لاستخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي.

مناقشة نتائج الفرضية الصفرية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي جميع مجالات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أبو عرمانه (2013) التي توصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية في دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظة غزة في استقطاب الطلبة تُعزى لمتغير المؤهل العلمي لصالح طلبة الدبلوم.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن مديري المدارس والمدرسين في مدارس مديريات تربية وتعليم محافظة الخليل بغض النظر عن مؤهلهم العلمي، فهم جميعاً يتلقون التعليمات من الجهات المسؤولة ويقومون بتنفيذها، أي أن جميع مديري المدارس والمدرسين يقومون بنفس العمل وهو العملية التعليمية وكيفية نجاحها في ظل جائحة كورونا، لذا فإن نظرهم لدور العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي جاءت متقاربة.

مناقشة نتائج الفرضية الصفرية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات بين متوسطات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي جميع مجالات درجات استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن المديرين والمدرسين في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل يلمسون عمل دوائر العلاقات العامة واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في هذه المديريات من أجل التفاعل مع الطلبة وأولياء أمورهم ومساهمة هذه الدوائر في إنجاح عملية التعليم الإلكتروني، كل ذلك ضمن الأنظمة والتعليمات التي تعمم عليهم من قبل وزارة التربية والتعليم الفلسطينية، لذا لم تظهر فروق في وجهات نظر مديري المدارس والمدرسين باختلاف المديرية التي يتبعون لها.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل تختلف درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل باختلاف (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية)؟

تم مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس من خلال مناقشة نتائج الفرضية الرئيسة الثالثة الآتية:

مناقشة نتائج الفرضية الرئيسة الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغيرات (الجنس، الوظيفة، المؤهل العلمي، المديرية).

قامت الباحثة بمناقشة الفرضية الرئيسة الثالثة من خلال مناقشة الفرضيات الصفرية المنبثقة عنها من (5-8) الآتية:

مناقشة نتائج الفرضية الصفرية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الجنس.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن مديري المدارس والمدرسين بغض النظر عن اختلاف جنسهم؛ إلا أنهم جميعاً يعملون في نفس الظروف ويتفقون نفس التعليمات حول كيفية إدارة المرحلة بسبب جائحة كورونا، بالتالي فإن نظرتهم إلى دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها جاءت متقاربة.

مناقشة نتائج الفرضية الصفرية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير الوظيفة.

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن العاملين في مجال التربية والتعليم بشكل عام ومديري المدارس والمدرسين بشكل خاص يعملون في ظروف استثنائية، بالتالي فإن العلاقات العامة في مديريات تربية وتعليم محافظة الخليل يعملون كذلك من أجل بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها، وهذا الأمر يدركه المديرين والمدرسين على حد سواء بغض النظر عن درجة تحقيقه.

مناقشة نتائج الفرضية الصفرية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن مديري المدارس والمدرسين بغض النظر عن اختلاف مؤهلاتهم العلمية إلا أنهم يرون أن دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل تعمل جاهدة من أجل بناء صورة إيجابية عن التعليم واستقطاب الطلبة للمشاركة في عملية التعليم الإلكتروني في ظل الظروف التي فرضتها جائحة كورونا والتي

أدت إلى إغلاق المدارس.

مناقشة نتائج الفرضية الصفرية الثامنة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها من وجهة نظر مديري المدارس والمدرسين في محافظة الخليل تُعزى لمتغير المديرية.

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل تعمل ضمن أنظمة وقوانين وتعليمات تصدر من الجهات المختصة، بالتالي فإن مدير المدارس والمدرسين يرون أن دوائر العلاقات العامة تعمل على بناء صورة إيجابية عن التعليم من خلال التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الطلبة وأولياء أمورهم، الأمر الذي ساهم في إنجاح عملية التعليم الإلكتروني في المدارس بشكل ملحوظ.

## ثانياً: التوصيات

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، توصي الباحثة بما يلي:

1. تدريب القائمين على العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض الترويج للتعليم لرسم صورة إيجابية عن التعليم لدى المجتمع الفلسطيني.
2. العمل على تطوير وتحسين العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم من خلال عقد الدورات المتقدمة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بأكثر الطرق فعالية لاستقطاب الطلبة وتحسين صورة التعليم لديهم.
3. العمل على متابعة التغذية الراجعة من مواقع التواصل الاجتماعي لمديريات التربية والتعليم وأخذها بعين الاعتبار.

4. ضرورة الاهتمام بالمحتوى، ونوعيته، وطرح كل ما هو جديد لرفع تفاعل الجمهور وزيادته.

5. تكليف ذوي الخبرة والكفاءة في إدارة العلاقات العامة.

#### المقترحات لدراسات مستقبلية:

6. إجراء دراسة حول دور العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في فلسطين في تعزيز الاتجاهات الإيجابية نحو التعليم المهني والتقني.

7. دور العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في فلسطين في متابعة خريجي الثانوية العامة وتقديم الدعم لهم.

## المصادر والمراجع

### المراجع العربية:

إبراهيم، محمد. (2009). مهارات ادارة العلاقات العامة وخدمة الزبائن، عمان: دار الاسراء للنشر والتوزيع.

أبو جاموس، أحمد ورامي حسونة ومحمد فريد وعامر سماعة. (2002). دور العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في تعزيز صورة الجامعة كمؤسسة تربوية في المجتمع. بحث غير منشور، قسم التسويق، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

أبو خاطر، خالد. (2001). تطوير إدارة العلاقات العامة في التعليم الجامعي في ضوء الأبعاد التنظيمية المعاصرة. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، مصر.

أبو عرمان، شادي. (2013). دور العلاقات العامة في الكليات التقنية بمحافظة غزة في استقطاب الطلبة وسبل تفعيله، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين.

الأحمد، رقية. (2017). التعليم بين المعوقات والممكنات.. 7 مشكلات أساسية تضعها "المواطن" أمام الوزير العيسى. صحيفة المواطن.

الإدارة العامة للتخطيط التربوي . (2019). الكتاب الإحصائي التربوي السنوي للعام الدراسي 2019/2018، رام الله، فلسطين: وزارة التربية والتعليم .

باديس، تونسي. (2016). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للإدارة الرياضية: دراسة ميدانية لعمال لمديرية الشباب والرياضة - بسكرة-، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

بضياف، عاطف. (2010). فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري-قسنطينة، الجزائر.

بيرد، مايك. (2008). إدارة دائرة العلاقات العامة؛ ترجمة حسام الدين خضور، دمشق: دار فيلات للنشر والتوزيع.

الجمال، مراد خالد. (2012). واقع تطبيق العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية بين النظرية والتطبيق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.

الجنابي، عاصم. (2016). دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبتراء أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

جودة، محفوظ. (2008). العلاقات العامة: مفاهيم وممارسات، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.

حبايب، علي. (2001). "مشاكل التعليم الفلسطيني في المرحلة الأساسية" نابلس: جامعة النجاح.

الحديد، علي. (2010). واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من وجهة نظر الطلبة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط. الأردن.

حلاوة، محمد السيد، والعاطف، رجاء علي. (2012). العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الانترنت والفييس بوك، مصر: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.

خاطر، أحمد. (2005). تنمية المجتمعات المحلّة (الاتجاهات- الاستراتيجيات- بحوث العمل وتشخص المجتمع). الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

خصاونة، سامي. (2013). سياسات إعداد المعلمين وبرامج تطويرهم المهني في البلدان العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الألكسو) وأكاديمية الملكة رانيا لتدريب المعلمين.

دراغمة، رافع أحمد. (2011). دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقة مع مجتمع الطلبة: دراسة مسحية مقارنة، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة لاهاي، مملكة هولندا.

درويش، عبد الرحيم. (2005). مقدمة إلى علم الاتصال، دمياط-مصر: دار نانسي للنشر. الدليمي، محمد عبد الرزاق. (2011). العلاقات العامة (رؤية معاصرة)، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

الراشدية، زيانة. (2016). الصورة الذهنية المدركة للعمل التطوعي وعلاقتها بالدافعية للتطوع لدى عينة من طلبة جامعة نزوى بسلطنة عمان في ضوء بعض المتغيرات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نزوى، سلطنة عمان.

راضي، زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، 1(15): 23-45.

رضوان، أحمد. (2011). اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير، المؤتمر العلمي - دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، إربد، 2011م.

زهران، سناء. (2012). فاعلية برنامج إرشادي معرفي سلوكي في تصحيح الصورة الذهنية عن المعالج النفسي لدى عينة من طلاب الجامعة غير المتخصصين، دراسات تربوية واجتماعية، 18(2): 369-414.

السكران، ياسر. (1990). واقع ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد كما يراها الإداريون والمدرسون. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

سلطان، محمد. (2018). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة ومعايير إدارتها نحو استخدام الانترنت كوسيلة اتصال حديثة في مجال العلاقات العامة في الجامعات الأردنية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 2(26): 771-801.

الشاعر، ديمة. (2009). التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية السورية الدولية.

الشامي، عبد الرحمن. (2002). استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية: الدوافع والإشباع، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، مصر.

الشبول، سامي. (1995). تقييم الحاجات الإدارية اللازمة لأقسام العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا، عمان، الأردن.

الشرباتي، ورود. (2011). واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، فلسطين.

شرباتي، ورود. (2011). واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الخليل، فلسطين.

الشطري، حامد. (2013). الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوّن الصورة الذهنية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

شلتز، داوون. (1983). نظريات الشخصية، ترجمة: حمد الكربولي وعبد الرحمن القيسي، بغداد: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

شبيبة، شذوان. (2008). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المعرفة الجامعية.

صبطي، عبيدة، مسعودي، كلثوم. (2010). مدخل إلى العلاقات العامة، الجزائر-القبة القديمة: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.

الصرايرة، محمد نجيب. (2011). العلاقات العامة: الاسس والمبادئ، إربد، الأردن: مكتبة الرائد العلمية.

الطرابيشي، ميرفت، والسيد، عبد العزيز. (2006). نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية.

العاصي، شريف. (2006). الترويج والعلاقات العامة: مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، الإسكندرية: الدار الجامعية.

العبد، عاطف. (2008). نظريات الإعلام والرأي العام: الأسس العلمية والتطبيقات العربية، القاهرة: عالم الكتاب.

عجوة، علي. (2006). العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة: عالم الكتب، القاهرة.

العدوي، فهمي. (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عيسى، حنا. (2012). واقع التعليم في الاراضي الفلسطينية المحتلة. مفتاح، رام الله.

غرسى، هدى. (2015). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية، دراسة مسحية على القائمين بالعلاقات العامة بجامعة العربي بن مهيدي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.

غموقي، حمزة. (2014). دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية لدى جمهورها الداخلي بمؤسسة صناعة الكوابل ENICAB / بسكرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر، الجزائر.

القاضي، محمد. (2013). استخدامات إدارات العلاقات العامة للإنترنت في التواصل مع جماهيرها- دراسة تطبيقية على إدارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة اليرموك، الأردن.

قطب، ميسون وعتريس، فاروق. (2007). الصورة الذهنية للعلامات التجارية بين العولمة وتحديات العصر. بحث مقدم إلى مؤتمر فيلاديلفيا الدولي الثاني عشر. جامعة حلوان.

الكردي، أحمد. (2011). إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية، جامعة بنها، مصر.

محمد، أحمد حسين. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الأحداث السياسية في مصر "دراسة حالة على الانتخابات الرئاسية، المؤتمر العلمي الدولي 18 بعنوان: "الإعلام وبناء الدولة الحديثة"، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2-1 يوليو 2012).

المشهداني، محمد. (2012). العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة: دراسة ميدانية لأقسام العلاقات العامة في جامعتي المستنصرية والعراقية، مجلة الباحث الإعلامي، 1(16): 108-121.

المقداوي، خالد. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.

مكاوي، حسن، والسيد، ليلي حسين. (2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

المنصور، عبدالله. (2010). دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للشركات: دراسة لاثنتان من الشركات اليمنية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة ميسور، الهند.

المنصور، محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدنمارك.

مؤتمن، منى. (2003). إعداد مدير المدرسة لقيادة التغيير (النمط القيادي المنشود لتحقيق التعايش الفاعل في القرن (21)، مركز الكتاب الأكاديمي عمان، الأردن.

مؤتمن، منى. (2004). التربية والتعليم في البلاد العربية من منظور مستقبلي: في ضوء العولمة والمعلوماتية وعالمية المعرفة، إدارة البحث والتطوير التربوي، وزارة التربية والتعليم. الأردن.

مؤتمن، منى. (2014). التعليم العام؛ الواقع والتطلعات، "ندوة إصلاح المنظومة التربوية في الأردن" المنتدى العالمي للوسطية. عمان.

الهيئة العامة للإحصاء. (2017). مسح التعليم والتدريب، المملكة العربية السعودية.

واقع التعليم في العالم العربي. (2016). مركز برق للأبحاث والدراسات.

وزارة التربية والتعليم السعودية. (2019). البوابة الإلكترونية لوزارة التعليم، المملكة العربية السعودية.

يونس، طارق شريف. (2008). إدارة العلاقات العامة: مفاهيم ومبادئ وسياسات، مع إشارة للمعطى العربي والإسلامي. عمان: إثراء للنشر والتوزيع.

### المراجع الأجنبية:

Kang. and Hanna. (2006). “Colleges and universities’ use of the World Wide Web: A public relations tool for the digital age”, *Public Relations Review* 32, 426–428.science direct.

Okafor, O. & Nwatu, C. (2018). Public Relations as A Tool for Attaining Educational Institution Objectives in Enugu State. *International Journal of Marketing and Management Research*, 9(3): 1-22.

Padman Eyrych, N., & Sweetser Kaye D., (2008). PR practitioners’ use of social media tools and communication technology ,*Public Relations Review*, 34(1): 412–414.

Tamara, G. (1997). *Change Agency and Public Relations Officers in small colleges and Universities*. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Pittsburgh, USA.

Wilson, Terry Angelo. (2009). *The Role of Communication Messages and Public Relations Strategies, In the Higher Education “Public Good” Debate: A Study of Four Public Research Universities”* Terry Angelo Wilson, for the Degree of Doctor of Philosophy. The University of Texas at Austin.

## المقابلات:

مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية الخليل. (2021). واقع عمل دائرة العلاقات العامة في مديرية الخليل.

مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية شمال الخليل. (2021). واقع عمل دائرة العلاقات العامة في مديرية شمال الخليل.

مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية جنوب الخليل. (2021). واقع عمل دائرة العلاقات العامة في مديرية جنوب الخليل.

مقابلة مدير دائرة العلاقات العامة في مديرية يطا. (2021). واقع عمل دائرة العلاقات العامة في مديرية يطا.

## مواقع الكترونية:

موقع ( 9,2016bar ) استرجع بتاريخ، 1 / 2 / 2021، من:  
(<https://www.ta7alil.com>)

الملاحق



ملحق رقم (1): أداة الدراسة

الجامعة العربية الأمريكية

كلية الدراسات العليا

استبانة للرأي

حضرة السيدة/المحترم/ة؛ تحية وبعد:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة حول (تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل)، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة من الجامعة العربية الأمريكية، لذا أرجو تعاونكم بالإجابة على كل أسئلة الاستمارة بكل أمانة ودقة وموضوعية، لما لأجوبتكم من أهمية بالغة في نتائج هذه الدراسة، علماً أن إجاباتكم ستحاط بالسرية التامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

مع فائق الاحترام والتقدير  
الباحثة: أريج الطل  
برنامج العلاقات العامة المعاصرة  
الجامعة العربية الأمريكية

القسم الأول: البيانات الشخصية

الرجاء وضع إشارة (x) في المربع أمام الإجابة التي تنطبق عليك.

1. الجنس: 1- ذكر  2- أنثى
2. الوظيفة: 1- مديرة/مدرسة  2- مدرس/ة
3. المؤهل العلمي: 1- دبلوم  2- بكالوريوس  3- دراسات عليا
4. المديرية: 1- شمال الخليل  2- الخليل  3- جنوب الخليل  4- مديرية

يطا

5. حسب رأيك، ما مدى استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل

لوسائل التواصل الاجتماعي؟ 1- لا اعرف  2. تستخدم بشكل بسيط للتواصل مع الأهل والطلبة

3. تستخدم بشكل ممتاز  4. غير ذلك حدد: -----

6. حسب رأيك، ما وسائل التواصل المستخدمة للاتصال مع الأهل ومع الطلبة؟ 1- الفيس بوك

2- توتير  3- البريد  4. الاتصال عبر الهاتف  5. لا اعرف  6. غير ذلك حدد: -----

---

7. حسب رأيك، ما مدى متابعة الناس لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التعليم؟ 1- لا

أعلم  2- اعتماد كبير  3- اعتماد قليل  4. زاد الاعتماد عل وسائل التواصل بعد

انتشار جائحة كورونا

القسم الثاني: الرجاء وضع إشارة (x) في المكان الذي يتفق مع رأيك الشخصي:

الرقم	الفقرة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	نادراً جداً
المحور الأول: استخدام دوائر العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي						
أولاً: التفاعل مع الطلبة وأولياء الأمور						
1	شجعت الأهالي للتواصل مع المدرسين					
2	ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال المعلومات لأولياء الأمور حول نتائج تحصيل أبنائهم					
3	أتاحت العلاقات العامة فرص التواصل المعرفي مع الزملاء					
4	عززت من فرص تبادل الخبرات بين المدرسين والطلبة على حد سواء					
5	تتلقى ملاحظات أولياء الأمور وتنقلها للمعلمين لأخذها بعين الاعتبار					
6	ساهمت في كسب ثقة الرأي العام وتأييده في الإجراءات المتبعة في المدارس في ظل جائحة كورونا					
ثانياً: المساهمة في التعليم الإلكتروني						
7	زودتني بالمعارف الخاصة بالتعليم الإلكتروني وطرق تنفيذه					
8	أسهمت في تشجيع أولياء الأمور على استخدام التكنولوجيا الحديثة لمساعدة أبنائهم					
9	تقوم بنشر بعض الحصص النموذجية على صفحاتها لإتاحة الفرصة للمعلمين للاستفادة منها					
10	تساهم في تنمية اتجاهات الطلبة الإيجابية نحو التعليم الإلكتروني					
11	تستضيف خبراء مختصين بشرح آليات التعليم الإلكتروني عبر مواقعها					
12	عززت قدراتي على اختيار الأساليب المناسبة للتواصل مع طلبتي					
13	تقدم دائرة العلاقات العامة خلاصة التجارب الناجحة للتعليم الإلكتروني في بعض المدارس					
14	زودتني بأحدث الأساليب العلمية في التعليم عن بعد					
15	توفر دائرة العلاقات العامة للمعلمين النماذج الخاصة بإجراءات تقويم تحصيل الطلبة					
ثالثاً: دور العلاقات العامة في تنمية الدوافع وإشباع الحاجات						
16	تساعد دائرة العلاقات العامة على تنظيم المناخات المدرسية الداعمة					
17	ساهمت في إنجاح حملات التوعية التي أقدمها لأهالي الطلبة					
18	تساعد دائرة العلاقات العامة في نقل تصورات المعلمين لجهات الاختصاص في الإدارات العليا					

					تحقق العلاقات العامة على المشاركة في المهرجانات التي تقيمها مديرية التربية والتعليم لتكريم أوائل الطلبة	19
					تزدني بالإجابة حول أي استفسار أطرحه.	20
					تساهم العلاقات العامة في تنظيم الرحلات التعليمية للطلبة (زيارة الجامعات، الأماكن الأثرية، معارض الكتب، ... الخ)	21
					تقدم للطلبة توجيهات حول دورهم في عملية التعلم وكيفية تفعيله بما يخدم العملية التعليمية	22
المحور الثاني: دور العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية عن التعليم والحفاظ عليها						
					يتواصل موظفو العلاقات العامة بشكل مستمر مع المدرسين لمواجهة التحديات في العملية التعليمية التي فرضتها جائحة كورونا	23
					يساعدني موظفو العلاقات العامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في إيجاد الوسائل المناسبة لمتابعة واجبات الطلبة البيتية	24
					ينقل موظفو العلاقات عبر مواقع التواصل الاجتماعي صورة واقعية عن واقع التعليم في المديرية	25
					يقوم موظفو العلاقات العامة بتنظيم محاضرات توعوية عبر الفيسبوك لطلبة الثانوية العامة الناجحين لاختيار التخصص المناسب لهم	26
					تقيم دائرة العلاقات العامة في المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جلسات حوارية بين المدرسين حول قضايا تعليمية تهمهم	27
					تشارك دائرة العلاقات العامة المدرسين في اقتراح سبل ووسائل للنهوض بالمستوى التعليمي للطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	28
					تقوم دائرة العلاقات العامة بتنظيم حوارات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المدرسين في اختيار أساليب التدريس الملائمة لحاجات الطلبة	29
					تساهم دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعديل اتجاهات المعلمين السلبية نحو التعليم	30
					تستخدم دائرة العلاقات العامة مواقع التواصل الاجتماعي لنشر أسماء وأعمال المدرسين المبدعين	31
					تتواصل دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع المدرسين لإعلامهم بمواعيد الدورات التدريبية	32
					تساعد دائرة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير الكفاءة الذاتية للمدرسين	33

مع جزيل الشكر والتقدير

ملحق رقم (2): قائمة بأسماء المحكمين

الرقم	الاسم	مكان العمل
1	د. محمد عجوة	جامعة الخليل
2	أ.د. عادل ريان	جامعة القدس المفتوحة
3	د. خالد كتلو	جامعة القدس المفتوحة
4	د. أمجد شحادة	الجامعة العربية الأمريكية
5	د. أيمن يوسف	الجامعة العربية الأمريكية
6	أ.د. محمد شاهين	جامعة القدس المفتوحة
7	د. يحيى الرفاعي	جامعة الخليل
8	د. كمال مخامرة	جامعة الخليل

ملحق رقم (3): كتاب تسهيل مهمة موجه من مركز البحث والتطوير التربوي إلى مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل



الرقم: و ت / ١٣ / ٧٥  
التاريخ: 2020 / 11 / 16 م

لمن يهمه الأمر

"تسهيل مهمة باحثة"

يهدىكم مركز البحث والتطوير التربوي أطيب تحية، ويرجو منكم التكرم بتسهيل مهمة الباحثة:

"أريج حسن طالب الطل"

من الجامعة العربية الأمريكية للحصول على المعلومات اللازمة لإعداد دراستها بعنوان:

"تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم

من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل"

**ملاحظات:**

- تتضمن الدراسة تطبيق استبيان على عينة عشوائية طبقية من مدراء ومعلمين في مدارس الخليل.
- ت/يتولى الباحث/ة أنشطة جمع البيانات، بالتنسيق مع "منسق البحث والتطوير والجودة" في المديرية.
- الاستجابة على الأدوات البحثية من قبل عينة المبحوثين طوعية.
- نظراً لظروف الجائحة يتم تطبيق أدوات البحث عبر النماذج المحوسبة دون تواصل وجاهي مع المبحوثين.

مع الاحترام،،

د. محمد مطر  
/مدير مركز البحث والتطوير التربوي



نسخة:

عطوفة وكيل الوزارة المحترم.  
عطوفة الوكلاء المساعدين المحترمين.  
الأخ مدير عام التربية والتعليم - الخليل المحترم.

د. نشأت الأقطش - المحترم/ المشرف على الدراسة- بريد الكتروني [naqtash@birzeit.edu](mailto:naqtash@birzeit.edu)

ملحق رقم (4): كتاب تسهيل مهمة موجه من مديري التربية والتعليم في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل لمديري المدارس

بسم الله الرحمن الرحيم

State of Palestine  
Ministry of Education  
Directorate of Education  
Southern Hebron



دولة فلسطين  
وزارة التربية والتعليم  
مديرية التربية والتعليم  
جنوب الخليل

التاريخ: 2020/11/22م

الرقم: ج خ / 4 / 1243/48

حضرات مديري ومديريات المدارس المحترمين

المبحث: تسهيل مهمة

الإشارة: كتاب مركز البحث والتطوير التربوي رقم (750/1/13) بتاريخ (2020/11/16)

بعد التحية،،،

لا مانع من تعبئة استبانة الباحث/ة " أريج حسن طالب الطل " لاتمام رسالة الماجستير، من جامعة العربية الأمريكية، والدراسة بعنوان "تأثير استخدام دوائر العلاقات العامة في مديريات التربية والتعليم لوسائل التواصل الاجتماعي على صورة التعليم من وجهة نظر مدراء المدارس والمدرسين في محافظة الخليل".

،،،، مع الاحترام،،،،

ملاحظات:-

- تتضمن الدراسة تطبيق استبيان على عينة عشوائية طبقية من مدراء ومعلمين في مدارس الخليل.
- يتولى الباحث أنشطة جمع البيانات، بتنسيق كامل مع منسق البحث والتطوير والجودة في المديرية..
- الاستجابة على الأدوات البحثية من قبل عينة المبحوثين طوعية.
- نظراً لظروف الجائحة يقوم الباحث بتطبيق أدواته البحثية عبر النماذج المحوسبة دون تواصل وجاهي مع المبحوثين.
- مرفق روابط الاستبانة.



فاكس رقم : 022282366

هاتف رقم : 022280002

مديرية التربية والتعليم جنوب الخليل/ قسم التعليم العام

## **Abstract**

The study aimed to identify the effect of the public relations departments in the education directorates' use of social media on the image of education from the point of view of school principals and teachers in the Hebron governorate, as the current study used the descriptive approach by designing a questionnaire distributed to a sample of school principals and teachers in the Hebron governorate. It consisted of (692) people chosen in a voluntary/non-random way, and the results showed that the extent of public relations departments in the education directorates' use of social media from the point of view of school principals and teachers in the Hebron governorate was of a moderate degree, and the field of interaction with students and parents came in the first place, then "Contribution to e-learning" in second place, and "The Role of Public Relations in Developing Motivations and Satisfying Needs" in third place, and it was found that the role of Public Relations in building and maintaining a positive image of education from the point of view of school principals and teachers in the Hebron governorate were average. The results showed that the independent variables (contribution to e-learning, the role of public relations in developing motivations and satisfying needs) are the most influential dimensions of public relations departments' use of social media on (education). It was also found that the independent variable (interaction with students and parents) has no effect on the education picture. The study found that there were no statistically significant differences in the total score and in all fields of degrees of public relations use of social media from the viewpoint of school principals and teachers in the Hebron governorate due to variables: (gender, educational qualification, directorate). The study also found that there are statistically significant differences in the overall degree

of the public relations departments' use of social media from the viewpoint of school principals and teachers in the Hebron governorate due to the job variable. The results showed that there were no statistically significant differences in the averages of the role of public relations in building and maintaining a positive image of education from the viewpoint of school principals and teachers in the Hebron governorate due to variables: (gender, job, educational qualification, directorate). In light of the findings of the current study, the researcher recommended several recommendations, the most important of which is training those in charge of public relations in education directorates to use social networking sites for the purposes of promoting education to draw a positive image of education in Palestinian society. And developing public relations in education directorates by holding advanced courses in using social media in the most effective way. Key words: Public Relations, Education Directorates, Social Media, Hebron Governorate.