



الجامعة العربية الأمريكية

كلية الدراسات العليا

مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها

إعداد:

قصي إبراهيم محمد حسين

إشراف:

د. محمود محمد مصطفى خلوف

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

ديسمبر/ ٢٠٢١

الجامعة العربية الأمريكية ٢٠٢١

جميع الحقوق محفوظة

إجازة الرسالة

إجازة الرسالة

مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها

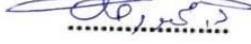
إعداد:

قصي إبراهيم محمد حسين

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 15-1-2022: وأجيزت.

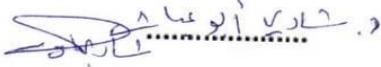
أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع


.....

مشرفاً

1- الدكتور محمود خلوف


.....

ممتحن داخلي

2- الدكتور شادي أبو عياش


.....

ممتحن خارجي

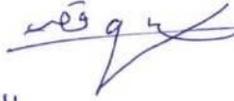
3- الدكتور محمود السماسيري

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها
أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت
الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل
الأخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

اسم الطالب: قصي ابراهيم محمد حسين



التوقيع: قصي حسين

الأربعاء / 12 - أكتوبر - 2022

التاريخ: 2022-9-16

آية قرآنية

بسم الله الرحمن الرحيم

" يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات "

صدق الله العظيم

سورة المجادلة الآية رقم (١١)

ويقول الحبيب المصطفى (صل الله عليه وسلم): " إذا مات ابن آدم انقطع عمله إلا من ثلاث صدقة جارية، أو علم يُنتفع به، أو ولد صالح يدعو له.

شكر وتقدير

الله سبحانه أولاً وأخيراً كل الحمد والشكر والثناء، على جلال فضله وعظيم نعمه التي لا تُعد ولا تُحصى، الحمد لله الذي وفقني وساعدني في إنجاز هذه الرسالة، ويسّر لي من العزيمة والإرادة والوقت ما أعانني على إتمامها، إنه واسع الفضل والرحمة وعلى كل شيء قدير.

أتقدم بكل معاني الشكر والتقدير وعظيم الامتنان والإخلاص من الدكتور المميز الرائع محمود خلوف أستاذ الإعلام الإلكتروني والعلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، وصاحب فكرة تأسيس هذا البرنامج النوعي في فلسطين، برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، الذي أشرف على دراستي هذه، وذلك على تحمله تعب الإشراف وعلى سهره الليلي الطوال معي وتوجيهي وتزويدي بملاحظاته القيمة وآرائه السديدة ودعمه المعنوي الذي أبداه لي، فجزاه الله عني خير الجزاء وجعل هذا العمل في ميزان حسناته.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير للجنة المناقشة الموقرة، كل باسمه ولقبه، وذلك على ملاحظتهما القيمة والسديدة، لكم مني كل الشكر والتقدير.

وأتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان من الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة، والذين مهدوا لي طريق العلم والمعرفة، جميع أساتذتي الأفاضل الذين تتلمذت على أيديهم منذ بداية مشواري التعليمي، لهم مني كل التقدير والاحترام.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير من المحكمين والأساتذة الذين حكموا أدوات البحث، والذين قدموا لي المشورة العلمية على أكمل وجه في إتمام الدراسة، وأخص الدكتور الفاضل محمود السماسيري، والدكتور أحمد عمر عوض.

وأتقدم بوافر الشكر والامتنان من أسرتي الغالية، أمي، وأبي، وأخي، وأخواتي، "وأخواتي بالرضاعة"، وأصدقائي علي زين، وأكرم حسين، وأحمد حسين، وعبد القادر عطوي، وعبد الرحمن أبو مويس، وعيد العيد، وأبو يامن الهصيص، وشادي عمران، وعدي الزين، وسعاد المجذوب، وهبة بطة، وممدوح المنسي، وهيثم مجدوبة، وحسن خليل، وعبد الرحمن الحيح، وليث سالم، وعماد حسين، وكل من له حق علي وغفلت عن ذكره، وفي الختام إلى زملائي وأصدقائي لوقوفهم معي وتحملهم غيابي وانشغالاتي بسبب الدراسة.

الباحث

قصي إبراهيم حسين

ملخص الرسالة

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها؛ وذلك لمعرفة مدى توظيف الجامعة أسس العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها، والتعرف على مواطن القوة والضعف في ممارسة هذه المهام، بهدف وضع أسس علمية يمكن الاعتماد عليها في توجيه العاملين في أقسام العلاقات العامة فيها.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وكذلك على نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي، وعلى أدوات الاستبانة والمقابلات.

وتوصلت الدراسة إلى أن العاملين في جامعة الدراسة يحرصون على استخدام ما يتاح لهم من وسائل للتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، وإلى أن النسبة العليا من العاملين في العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الدراسة -بمتوسط حسابي مقداره (٣,٨٢)- يتعرضون للاتصال الوسيط باستخدام: الهاتف، التلغراف، الفاكس، الرسائل، البرقيات، البريد الإلكتروني، وفي المرتبة الأخير جاءت وسائل الاتصال الجماهيري من صحف، ومجلات، وإذاعة، وتلفاز، ومسرح، وسينما، ومواقع إلكترونية -بمتوسط حسابي بلغ (٣,٤٠).

وفي سياق متصل توصلت الدراسة إلى ضرورة تفعيل دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني بجامعة الاستقلال من خلال توظيف كادر بشري مختص، وتدريب الكادر الحالي بما يتناسب مع التطور الإعلامي والتكنولوجي، وتفعيل الموقع الإلكتروني للجامعة وصفحاتها الرسمية، وإنشاء إذاعة خاصة بالجامعة، عدا عن توفير أحدث المعدات اللوجستية اللازمة.

وتوصلت كذلك إلى ضرورة تخصيص ميزانية كافية لعمل الدائرة، مع الفصل بين عمل العلاقات العامة والإعلام الأمني والعلاقات الدولية فيها، والاهتمام بتوظيف متخصصين في كل مجال، واتصال عمل دائرة العلاقات العامة بالإدارة العليا مباشرة.

واشتملت الدراسة على ثلاثة فصول، تضمن الفصل الأول الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة، والفصل الثاني الإطار النظري واشتمل على نظرية الدراسة، والعلاقات العامة، والإعلام الأمني، والرضا الوظيفي، فيما تناول الفصل الثالث نتائج الدراسة الميدانية، ونتائج مقابلة الخبراء ومناقشتهم.

المحتويات

ب	إجازة الرسالة
ت	الإقرار
ث	آية قرآنية
ج	شكر وتقدير
ح	ملخص الرسالة
ر	قائمة الجداول والرسوم البيانية
١	الفصل الأول
١	الإطار العام للدراسة
٢	١-١ مقدمة
٣	١-٢ مشكلة الدراسة
٣	١-٣ مبررات الدراسة
٥	١-٥ أهمية الدراسة
٦	١-٦ الدراسات السابقة
١٦	١-٧ اختلاف الدراسة عن الأبحاث السابقة:
١٧	١-٨ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:
١٧	١-٩ نوع الدراسة
١٨	١-١٠ منهج الدراسة
١٨	١-١١ أسئلة الدراسة
١٩	١-١٢ فروض الدراسة
١٩	١-١٣ أدوات جمع البيانات
١٩	أداة الدراسة
٢١	١-١٤ صدق القياس والثبات
٢١	١. الصدق الظاهري (صدق المحكمين) لأداة الدراسة:
٢١	٢. صدق المقياس والاتساق الداخلي: (Internal Validity)
٢١	ثبات أداة الدراسة (Reliability)
٢٢	١-١٥ مجتمع الدراسة وعينتها
٢٢	١-١٦ حدود الدراسة
٢٣	١-١٧ المعالجة الإحصائية للبيانات

٢٤	١-١٨ التعريفات الإجرائية
٢٥	١-١٩ الصعوبات التي واجهت الباحث
٢٦	الفصل الثاني
٢٦	الإطار النظري للدراسة ويشمل:
٢٧	أولاً: نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي
٣١	ثانياً: العلاقات العامة
٣١	١- ٢ تاريخ تطور العلاقات العامة
٣٢	٢- ٢ مفهوم العلاقات العامة
٣٣	٣- ٢ أهداف العلاقات العامة
٣٤	٤- ٢ العلاقات العامة والجامعات
٣٦	٥- ٢ خصائص العاملين في العلاقات العامة
٣٨	٦- ٢ الاتصال في العلاقات العامة ووسائله
٤٠	٧- ٢ النماذج المرتبطة بممارسة العلاقات العامة
٤٤	ثالثاً: الإعلام الأمني
٤٤	١- ٣-٢ الإعلام الأمني وعلاقته بوسائل الإعلام
٤٥	٢- ٣-٢ وظائف الإعلام الأمني
٤٧	٣- ٣-٢ خصائص الإعلام الأمني
٤٨	٤- ٣-٢ إشكالية العلاقة بين الأمن ووسائل الإعلام
٥٠	٥- ٣-٢ استراتيجيات الإعلام الأمني
٥١	٦- ٣-٢ مرتكزات الإعلام الأمني في فلسطين
٥٢	٧- ٣-٢-٧ الإعلام الأمني وتجربته في فلسطين
٥٣	٨- ٣-٢-٨ العلاقات العامة والإعلام الأمني
٥٤	رابعاً: الرضا الوظيفي
٥٤	١- ٤-٢ مقدمة
٥٥	٢- ٤-٢ مفهوم الرضا الوظيفي
٥٦	٣- ٤-٢ أهمية الرضا الوظيفي
٥٧	٤- ٤-٢-٤ محددات الرضا الوظيفي
٥٩	٥- ٤-٢-٥ نظريات الرضا الوظيفي

٦٢	٤-٢-٦ مقاييس الرضا الوظيفي
٦٣	٤-٢ عوائق الرضا الوظيفي
٦٥	الفصل الثالث
٦٥	نتائج الدراسة
٦٦	٣,١ مقدمة
٦٦	٣,٢ وصف محاور الدراسة
٧١	٣,٣ وصف خصائص عينة الدراسة الديمغرافية
٧٣	٣-٤ مقدمة
٧٤	٣-٥ نتائج أسئلة الدراسة:
٧٤	• النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:
٧٧	• النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:
٧٩	• النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:
٨١	• النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:
٨٤	• النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:
٨٧	• النتائج المتعلقة بالسؤال السادس
٩٩	• تفريغ محتوى المقابلات:
١٠٥	٣-٦ شرح وتعليق على إجابات المبحوثين:
١٠٦	٣-٧ توصيات الخبراء:
١٠٧	٣-٨ خلاصة نتائج الدراسة (الاستبانة):
١٠٨	٣-٩ مقترحات الرسالة
١٠٩	٣-١٠ نتائج الدراسة في ضوء النظرية
١١١	٣-١١ ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية
١١٢	قائمة المصادر والمراجع
١١٦	الملاحق
١٢٦	Abstract

قائمة الجداول والرسوم البيانية

الرقم	العنوان	الصفحة
١	الشكل رقم (١) يوضح تدرج الحاجات عند ماسلو، الحاجات الأكثر أهمية عند قاعدة الهرم	٦١
٢	الشكل رقم (٢) يوضح نظرية "كالتون ألدرفر" لتقسيم حاجات الإنسان	٦٢
٣	الشكل رقم (٣) يوضح مضمون نظرية العدالة	٦٣
٤	جدول (٤). مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)	٢٠
٥	جدول (٥). مقياس ليكرت الثلاثي (Likert Scale)	٢٠
٦	جدول (٦): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة والدرجة الكلية للمحور.	٦٧
٧	جدول (٧): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني والدرجة الكلية للمحور.	٦٨
٨	جدول (٨): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني والدرجة الكلية للمحور.	٦٩
٩	جدول (٩): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني والدرجة الكلية للمحور.	٧٠
١٠	جدول (١٠): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة والدرجة الكلية للمحور.	٧١
١١	جدول (١١): نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة حسب المحاور.	٧٢
١٢	جدول (١٢): التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب المتغيرات المستقلة المستخدمة في الدراسة	٧٢

٧٥	الجدول (١٤): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة مُرتبة حسب الأهمية	١٣
٧٧	الجدول (١٥): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور قياس نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها مُرتبة حسب الأهمية	١٤
٧٨	الجدول (١٥): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور قياس نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها مُرتبة حسب الأهمية	١٥
٨٠	الجدول (١٦): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال مُرتبة حسب الأهمية	١٦
٨٢	الجدول (١٧): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني بالجامعة مُرتبة حسب الأهمية	١٧
٨٥	الجدول (١٨): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة مُرتبة حسب الأهمية	١٨
٨٧	شكل (١٩): أهم المقترحات اللازمة لتطوير أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال	١٩
٨٩	الجدول (٢٠): نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها تعزى لمتغير الجنس.	٢٠
٩٠	الجدول (٢١): نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير طبيعة الوظيفة.	٢١
٩٢	الجدول (٢٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة	٢٢

	الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير المؤهل الدراسي	
٩٤	الجدول (٢٣): نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير المؤهل الدراسي	٢٣
٩٦	الجدول (٢٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة	٢٤
٩٨	الجدول (٢٥): نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة	٢٥
١٠٠	جدول رقم (٢٦): البيانات الشخصية للمبحوثين	٢٦
١٢٧	جدول رقم (٢٧) قائمة أسماء المحكمين	٢٧

الفصل الأول
الإطار العام للدراسة

١ - ١ مقدمة

مع التطور التكنولوجي والمهني، أصبحت العلاقات العامة والإعلام بأشكاله كافة في أي مؤسسة نوعاً من الأنشطة التي جوهرها الاتصال وليس الإدارة فقط، يقول جونسن اند جونسن، وهو رئيس كبرى شركات العلاقات العامة في بريطانيا: عندما تقع مؤسستك في أزمة أو مشكلة عليك الذهاب لدوائر العلاقات العامة قبل اللجوء للقانون والأمن، فهي تهدف إلى تكوين علاقات طيبة مع جماهيرها الداخلية والخارجية، محاولةً تلبية رغباتهم لكسب ثقتهم؛ لخلق بيئة عمل تؤثر إيجاباً على إنتاجية الموظفين من خلال تحسين الاتصال بين الموظفين والإدارة العليا. يقول ويبستر في تعريف العلاقات العامة إنها تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، وهنا يأتي دور الإعلام الفاعل في إيصال هذه الرسالة ونشر الحقائق وإعلام الناس، لكسب مزيد من تبادل الثقة والرضا.

ويعد الإعلام الأمني من المصطلحات الحديثة، فمع التطور التكنولوجي وتطور الدول ارتبط الإعلام الأمني بالعلاقات العامة، وغياب هذا الارتباط يسبب فقد المؤسسة أو المجتمع عنصراً مهماً من العناصر اللازمة لتقدم كل منهما ووعيه، وتتضح أهميته عبر تقديم المعلومات والمعرفة الأمنية للجمهور، في سياق رفع درجة الوعي الأمني وتحسين الواقع نحو الأفضل، ما يزيد من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة القضايا الأمنية للمؤسسة أو المجتمع. (الحقباني، ٢٠٠٦)

في ضوء ما تقدم، تأتي أهمية هذه الدراسة لإبراز أهمية إنشاء دوائر علاقات عامة وإعلام أمني في المؤسسات الأمنية كون المسؤولية مزدوجة بينهما، وهي مسؤولية تفرضها طبيعة التقدم الذي يشهده العالم سياسياً واقتصادياً واجتماعياً.

فقد سعت المؤسسات الأمنية إلى الاستعانة بدوائر العلاقات العامة والإعلام الأمني، كون هذه الدوائر تمتلك قدرة على الوصول للجماهير الداخلية والخارجية لهذه المؤسسات، واستمالاتها، والتأثير فيها، ومن ثم كان ذلك هو السبب الحقيقي لوجود التعاون بين دوائر العلاقات العامة والإعلام الأمني في المؤسسات الأمنية، لإرساء دعائم الشرعية والاستقرار، ودعم عملها.

وستعتمد هذه الدراسة على نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي الذي يمثل مجموعة النشاطات القائمة بين المنظمة والعاملين بها، وتمثل الأطراف المكونة لها الجزء الأكبر من هذه النشاطات التي يتم من خلالها التعرف على حاجات العاملين وشعورهم تجاه منظمتهم وقياس مدى تأثيرهم بها وبقيمها وعاداتها، كون الاتصال الاستراتيجي الداخلي يقع على عاتقه العديد من المهام والوظائف منها الوظيفة الإعلامية والتوجيهية والتنقيفية والإقناعية والانضباطية

والتكاملية.

فبحسب *Dètrie Philippe 2001* عرف الاتصال الاستراتيجي الداخلي على أنه علاقات العمل بين كافة الخلايا المكونة لهيكل المؤسسة وأنماط العمل وطرقه، فهو يرى أن عملية الاتصال الاستراتيجي الداخلي ما هي إلا تلك العلاقات القائمة بين مختلف دوائر المنظمة. (Dètrie، ٢٠٠١)

٢- ١ مشكلة الدراسة

تعد دوائر العلاقات العامة والإعلام الأمني أداة فعالة لخلق حلقة من التواصل مع الجماهير الداخلية والخارجية، ولذلك تأتي هذه الدراسة محاولة للكشف عن مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال (الكادر الأكاديمي والإداري) عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها؛ نظرًا للدور الواقع على عاتق العلاقات العامة والإعلام الأمني على صعيد الجمهور الخارجي والداخلي من جهة، وتعزيز أواصر التواصل، وتحسين الصورة من جهة أخرى.

ومن هنا سنتسعى الدراسة للإجابة على الأسئلة التالية:

١- ما درجة تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٢- ما نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض لها الباحثون في الجامعة؟

٣- ما أسباب تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٤- ما مدى رضا الباحثين عن الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٥- ما مدى رضا الباحثين عن أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٦- ما مقترحات الخبراء للارتقاء بأداء المكلفين بمهام الإعلام الأمني والعلاقات العامة في جامعة الدراسة، ولإفادة راسمي الخطط والاستراتيجيات الأمنية في دولة فلسطين؟

٧- التعرف على مدى رضا الخبراء عما قطعه جامعة الاستقلال على صعيد تطبيق العلاقات العامة والإعلام الأمني لأفكار نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي؟

٣- ١ مبررات الدراسة

تتمثل مبررات الدراسة فيما يلي:

- ١- **الدافع العلمي:** يتعلق بشح الأبحاث التي تدور حول العلاقات العامة والإعلام الأمني، كون مصطلح الإعلام الأمني حديثاً نسبياً في الوطن العربي بشكل عام وفلسطين بشكل خاص، فبحسب علم الباحث لم تنطرق أي دراسة لموضوع ربط العلاقات العامة والإعلام الأمني بالجامعات.
- ٢- **الإضافة النوعية للمكتبة:** من خلال الوقوف على نتائج هذه الدراسة يسعى الباحث إلى إثراء المكتبة العربية بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص فيما يتعلق بالعلاقات العامة والإعلام الأمني، نظراً لما اطلع عليه الباحث في الدراسات السابقة البعيدة عن صلب موضوع هذه الدراسة، إذ سيتم التركيز على واقع العلاقات العامة والإعلام الأمني ومدى رضا الموظفين عن أدائهما في الجامعات وخصوصاً الأمنية منها.
- ٣- **الدافع الذاتي:** إن موضوع الدراسة في صلب عمل الباحث واهتماماته، انطلاقاً من الحرص على متابعة عمل دوائر العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعات الأكاديمية الفلسطينية والمؤسسات الأمنية بشكل عام.

٤- ١ أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة لإظهار مدى رضا الكادر الأكاديمي والإداري في جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها، ومن أهم أهداف الدراسة التعرف على:
- ١- درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
 - ٢- نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض لها المبحوثون في الجامعة؟
 - ٣- أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
 - ٤- مدى رضا المبحوثين عن مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
 - ٥- مدى رضا المبحوثين عن أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٦- تقديم اقتراحات من قبل الخبراء للارتقاء بأداء المكلفين بمهام الإعلام الأمني والعلاقات العامة في جامعة الدراسة، وإفادة رسمي الخطط والاستراتيجيات الأمنية في دولة فلسطين.

٧- التعرف على مدى رضا الخبراء عما قطعتة جامعة الاستقلال على صعيد تطبيق العلاقات العامة والإعلام الأمني لأفكار نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي.

٥- ١ أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية العلاقات العامة والإعلام الأمني، إذ ظهرت كمفهوم مكن الجمهور من الاطلاع على آخر المستجدات وبت روح التعاون والثقة والانسجام بين المؤسسات وجمهوريها الداخلي والخارجي، لذلك كانت هذه الدراسة بمثابة خطوة علمية مهمة في تطوير العلاقات العامة والإعلام الأمني للنهوض بواقعها الأكاديمي والتعليمي.

• للدراسة أهمية علمية تتضح من خلال:

- كونها الأولى فلسطينياً التي تتحدث عن العلاقات العامة والإعلام الأمني في المؤسسات الأكاديمية الأمنية.

- من خلال طبيعة البحث واختلافه عن الدراسات الأخرى.

• أهمية مهنية: من المتوقع أن تعود نتائج هذه الدراسة بالفائدة على العاملين في مجال العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال وفي مؤسسات الإعلام الأمني عموماً، كون هذه الدراسة تعد الأولى فلسطينياً في تناول العلاقات العامة والإعلام الأمني في آن واحد في المؤسسات الأكاديمية الأمنية، عدا عن أن معظم الدراسات السابقة تناولت العلاقات العامة والإعلام الأمني كل على حدة وعلاقتها بالمجتمع أو الجمهور الخارجي فقط.

• أهمية الموضوع، انطلاقاً من:

- أهمية المؤسسات الأكاديمية الأمنية وبالذات في دولة فلسطين لما تمثله من دور ريادي على صعيد التدريب والتأهيل العلمي والأكاديمي بما ينسجم مع خطط البناء وإقامة أركان الدولة العصرية، وصولاً لتجسيد الاستقلال.

- سعي الدراسة للتعريف بطبيعة تجربة العلاقات العامة والإعلام الأمني وتطورهما في

المؤسسات الأمنية الفلسطينية.

- محاولة الوقوف على نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي ومدى تطبيقها وفعاليتها في المؤسسة الأمنية.

٦- ١ الدراسات السابقة

بعد اطلاع الباحث على مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث، ساهمت في تغطية جوانب مرتبطة بالموضوع، ارتأى أن يتناولها من خلال أربعة محاور:

المحور الأول: دراسات ذات علاقة بالرضا الوظيفي.

المحور الثاني: دراسات ذات علاقة بالعلاقات العامة.

المحور الثالث: دراسات ذات علاقة بالإعلام الأمني.

المحور الرابع: دراسات أجنبية ذات علاقة بالموضوع.

أولاً: دراسات ذات علاقة بالرضا الوظيفي

١- دراسة خلف الله، أنغام (٢٠٢١) بعنوان **توظيف العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال**

في تحقيق الرضا الوظيفي بالمؤسسات الحكومية

سعت الدراسة للإجابة على سؤالها الرئيس ما التكنولوجيا الاتصالية المستخدمة في المؤسسات الحكومية، ودور ذلك في تحقيق الرضا الوظيفي.

استخدم الباحث المنهج الوصفي والتاريخي من خلال استخدام المقابلة والاستبانة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات.

كان من أهم نتائج الدراسة استخدام العلاقات العامة سياسة الباب المفتوح مع الموظفين لتحقيق التفاعلية، وأن الأمان الوظيفي يسهم في تحقيق الرضا الوظيفي، وأن اطلاع العاملين على أحوال المؤسسة باستمرار يسهم في تحقيق الرضا الوظيفي، وبناء ثقة اتصالية داخلية يسهم في تحقيق الرضا الوظيفي.

٢- دراسة بخاري، ولاء (٢٠١٩) عن دور **العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي**

لدى العاملين في القطاع الصحي.

سعت الدراسة للتعرف على دور أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في القطاع الصحي بمكة المكرمة، بلغ عدد أفراد عينة الدراسة (٨٩) مفردة، إذ طبقت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لمعرفة فروض الدراسة وأسئلتها.

ومن أهم نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي ودرجة مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين في القطاع الصحي.

كما اتضح ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي لدى أغلبية العاملين في المؤسسة عن دور العلاقات العامة فيها بنسبة (٣,٧٧%)، واتضح انخفاض درجة مساهمة المهام والأنشطة التي تقدمها إدارة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي لدى معظم العاملين في المؤسسة بنسبة (٧,٥١%).

٣- دراسة بكر، أسيل وتسليم، لباط (٢٠١٨) عن دور العلاقات العامة في الرضا الوظيفي للموظفين.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بعينة طبقية عشوائية تكونت من (٥٠) مفردة، وهدفت إلى معرفة مدى رضا الموظفين عن دور قسم العلاقات العامة في جامعة القدس المفتوحة.

ومن أهم نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في مجال الجامعة تؤدي دورًا مهمًا في عمل العديد من الأنشطة، وتساهم بشكل كبير في خلق رضا وظيفي للموظفين من خلال هذه الأنشطة.

وتستخدم العلاقات العامة الاتصال الداخلي الصاعد والهابط بين الإدارة والموظفين لتحقيق نوع من التفاعلية والمرونة، ووجود نقص في عدد موظفي ومختصي العلاقات العامة في الجامعة، وهذا النقص أحدث فجوة في سير بعض الأنشطة.

٤- دراسة ميسون، شروف (٢٠١٦) بعنوان: الرضا الوظيفي لدى العاملات في مكاتب وزارة الشؤون الاجتماعية في جنوب الضفة الغربية من وجهة نظرهن

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة الرضا الوظيفي لدى العاملات في مكاتب وزارة الشؤون الاجتماعية في جنوب الضفة الغربية من وجهة نظرهن، والتعرف على تأثير المتغيرات الديمغرافية على الرضا الوظيفي لديهن.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي واستعانت بالاستبانة لتحقيق هدف الدراسة، وتألف مجتمع الدراسة من جميع العاملات في مكاتب وزارة الشؤون الاجتماعية في جنوب الضفة الغربية والبالغ عددهن (٨٣) عاملة، تم اختيارهن بطريقة مقصودة.

كان من أهم نتائج الدراسة أن الدرجة الكلية للرضا الوظيفي لدى العاملات جاءت بمتوسط (٣,٢٠) وانحراف معياري (٠,٥٩) وهذا يدل على درجة متوسطة للرضا الوظيفي.

وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات مجالات الرضا الوظيفي لدى العاملات تعزى لمتغير المؤهل العلمي والعمر ومكان السكن والحالة الاجتماعية ما عدا العلاقة مع المجتمع المحلي، وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الدخل الشهري بالشكل.

٥- دراسة شرفي، شهرة وجبار، جهاد (٢٠١٥) بعنوان: دور العلاقات العامة في تحقيق

الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي.

سعت الدراسة لمعرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي لجمهورها الداخلي من خلال دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز، وتم استخدام المنهج الوصفي وأسلوب الحصر الشامل، والاستعانة بالاستبانة والملاحظة لجمع البيانات من العينة العشوائية التي بلغ عدد أفرادها (٥٢) مفردة.

ومن أهم نتائج الدراسة أن للعلاقات العامة دورًا في تحقيق الرضا الوظيفي من خلال تأديتها مهامها بشكل منسق ودائم، وحفاظها على الاتصال من خلال خلق علاقة ثقة ووضوح بين الموظفين، وكذلك نجاح الأساليب التي تتبعها العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي فيها، ونجاح الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة ودورها الفعال في تحقيق الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي بالمؤسسة.

٦- دراسة سهام، بلخيري وحنان، عشيظ (٢٠١٢م)، بعنوان: أثر الرضا الوظيفي على

أداء الموظفين في المؤسسات الجامعية دراسة حالة جامعة البويرة

سعت الدراسة لقياس مدى تأثير الرضا الوظيفي على أداء الموظفين وما هي السبل المُنثلى لتحقيقه، وما هي آلية تقييمه بصفة عامة، وفي جامعة البويرة بصفة خاصة، وتكون عدد أفراد العينة من (١٢٢) مفردة.

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي، وتبلورت أهم نتائج الدراسة في أن مستوى الرضا عن المركز الوظيفي مقبول بنسبة (٣١,٣%) من أفراد العينة، وأن نسبة غير

الراضين (١١,٩%) وأن ما نسبته (٦٨,٨%) من أفراد العينة يجدون سهولة في تأدية عملهم ولا توجد صعوبة تعيق العمل.

وما نسبته (٣٤,٤%) غير راضين عن العدالة في توزيع المهام بينهم، فيما شكلت نسبة غير الراضين (٤,٤%)، وأن ما نسبته (٢٨,٨%) راضون عن القيمة الاجتماعية التي تحققها الوظيفة فيما كان (٩,٤%) غير راضين.

ثانياً: دراسات ذات علاقة بالعلاقات العامة

١- دراسة عبد الحكيم، بلقيس وعبد الله، زهرة (٢٠٢١) بعنوان: استخدام العاملين في

العلاقات العامة لتقنيات الاتصال الحديث وعلاقته بالجوانب الاتصالية والإدارية

سعت الدراسة لمعرفة تأثير استخدام العاملين في العلاقات العامة تقنيات الاتصال الحديثة وعلاقته بالجوانب الإدارية والاتصالية داخل شركة البريد في مدينة أبها.

تم اعتماد المنهج الوصفي من خلال جمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها بالاستعانة بأداة الاستبانة والمقابلات للوصول لنتائج الدراسة.

كان من أهم نتائج الدراسة أن استخدام التقنيات الحديثة يساعد العاملين في العلاقات العامة على توفير الجهد والوقت، ويساعد في سير العمل على أكمل وجه.

وأن (٩٠%) من أفراد عينة الدراسة يؤيدون استخدام تقنيات الاتصال الحديث في العمل وتفعيل دور السوشيال ميديا لخدمة أعمال البريد.

٢- دراسة المقرن، محمد (٢٠٢١) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية في إدارة العلاقات

العامة

هدفت الدراسة لقياس أثر المسؤولية المجتمعية في القطاع الخاص لكونها وظيفة رئيسية من وظائف العلاقات العامة، واستخدم الباحث فيها منهج البحث الاجتماعي.

كان من أهم نتائج الدراسة أن العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية جزء لا ينفك بعضه عن بعض، وأن المسؤولية الاجتماعية للشركات أصبحت القضية الأكثر اهتماماً في سياق التنمية

المستدامة والتي تتطلب من العلاقات العامة في المؤسسات أن تؤدي دورًا أعظم في تفعيلها بالمجتمع للحفاظ على سمعة طيبة للشركة.

وتبين أن هناك ارتباطًا بين وظيفة المسؤولية الاجتماعية وإدارة العلاقات العامة، وأن جميع الشركات لديها مجالات متفاوتة في المسؤولية الاجتماعية سواء عن طريق دائرة العلاقات العامة أم دوائر أخرى.

٣- دراسة العنود، إبراهيم (٢٠٢٠) بعنوان: دور العلاقات العامة في تشكيل صورة البنوك لدى أفراد الجمهور الداخلي

وهي دراسة وصفية هدفت للتعرف على دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية لدى عملائها في البنوك الكويتية، تمت الاستعانة فيها بالاستبانة للحصول على نتائج الدراسة، واختيار عينة قصدية تكونت من (١٥٥) مفردة.

ومن أهم نتائج الدراسة أن المبحوثين يفضلون أن يزودهم البنك بأي معلومة بطريقة سريعة ومباشرة، وأهمية الإعلان كوسيلة دعائية مهمة تساهم في ترسيخ صورة البنك والترويج له ولخدماته، وتنوع الوسائل التي تقوم البنوك بعرض خدماتها عليها.

٤- دراسة كلبونة، نور وخليل، نهيل (٢٠١٨) بعنوان: دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين

سعت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين في جامعة النجاح نموذجًا.

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (٤٦) مفردة.

توصلت الدراسة إلى أن دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية في الحفاظ على التواصل مع الطلبة الخريجين جاءت بمتوسط (٣,٤٧) وانحراف معياري (٠,٩٧٧٦)، وهذا يدل على درجة موافق كمؤشر على مستوى الأداء الجيد مع وجود هامش لعملية التطوير والتحسين.

ويعتقد ما نسبته (٧٧%) أن العلاقات العامة تقوم بنشر الوعي بأنظمة الجامعة وقوانينها داخلياً، وتُعَلِّم إدارة العلاقات العامة في الجامعة الطلبة والخريجين عن أهداف الجامعة ونشاطاتها.

٥- دراسة حميد، جلايبيية ومحمود، شطاب (٢٠١٨) بعنوان: واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية- جامعة ٨ ماي نموذجاً

حاولت الدراسة البحث في واقع العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية من خلال دراسة ميدانية برئاسة جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ بولاية قالمة.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال الاستعانة بالاستبانة والمقابلات من أجل الحصول على نتائج الدراسة، وطبقت الدراسة على عينة قصدية مقدارها (١٨٧) مفردة.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن العلاقات العامة لم تتطلع للتطوير في التنظيمات الإدارية، والرفع من مستوى كفاءة المؤسسة، كما أنها لم تسع لإقامة سمعة طيبة لها والتواصل مع جماهيرها الداخلية والخارجية، إلى جانب فقدانها لود العاملين وتعاطفهم فيما بينهم من أجل تحسين صورة المؤسسة، وعدم وجود قسم مخصص للعلاقات العامة داخل الجامعة، حيث يقوم موظفو مصلحة المستخدمين بوظائف العلاقات العامة، وتوصلت الدراسة إلى وجود جملة من المعوقات والمشاكل التي تواجه عملية الاتصال.

٦- دراسة عبد المنعم، سحر والخولي (٢٠١٨) بعنوان: دور العلاقات العامة في إدارة رعاية الشباب بالجامعات

سعت الدراسة إلى التعرف على أهمية العلاقات العامة في إدارة رعاية الشباب بالجامعات الحكومية بالتطبيق على جامعة الإسكندرية وجامعة الفيوم، والجامعات غير الحكومية بالتطبيق على الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح للحصول على معلومات حول دور العلاقات العامة، باستخدام المقابلات الشخصية والاستبانة التي وزعت على عينة مقدارها (١٦٠) مفردة.

كان من أهم نتائج الدراسة أن ممارسة الرياضة تتيح نشر السلام بين الطلاب، وأن رعاية الشباب تتيح العديد من الأنشطة المتنوعة التي تساعد الطلاب على اكتساب مهارات متنوعة، وأن ممارسة الرياضة تساعد على تكوين علاقات طيبة وخلق روح الفريق الواحد.

٧- دراسة بوكعبان، عبد الفتاح (٢٠١٦) بعنوان: دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي

بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي سعت الدراسة للتعرف على دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي بالنسبة لمؤسسة أوريدو الجوية في غرب الجزائر.

كان من أهم نتائج الدراسة أن (٨٨%) من المتعاملين مع خدمة أوريدو يتلقونها هاتفياً، وأن المشتركين بخدمة الإنترنت مقتصرون على المناطق التي فيها الجيل الثالث، وأن كل المبحوثين مشتركون بخدمة أوريدو، في حين تلقى (٣٠%) خدمة الإنترنت، وأن ما نسبته (٨٥%) من المبحوثين ليس لديهم علم بالأبواب المفتوحة التي تعقدها المؤسسة على مستوى الجامعات.

ثالثاً: دراسات ذات علاقة بالإعلام الأمني

١- دراسة الشلالة، عبد المهدي، (٢٠٢١) بعنوان: الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات في فلسطين (من وجهة نظر موظفي جامعة الاستقلال)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات في فلسطين من وجهة نظر موظفي جامعة الاستقلال، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، تمت الاستعانة بأداة الاستبانة وتوزيعها على ٢٥٠ موظفاً وموظفة.

وكان من أهم نتائج الدراسة وجود إدارة خاصة للإعلام الأمني في المؤسسات الأمنية، ووجود متحدث رسمي يمثل الإعلام الأمني الفلسطيني، ووجود تنسيق بين المؤسسات الأمنية الفلسطينية والإعلام الأمني الرسمي، وأن عدم إدارة الموارد المالية تسبب بحدوث الأزمات، وأن من أهم أسباب حدوث الأزمات الاحتلال والوضع السياسي في فلسطين، وقلة عدد المختصين في مجال الإعلام الأمني في فلسطين، وعدم الاهتمام الحقيقي من قبل المؤسسات الأمنية بدور الإعلام الأمني في مواجهة الأزمات.

٢- دراسة عبد الحكيم، إيمان، (٢٠٢١) بعنوان: المخاطر الأمنية لمواقع التواصل الاجتماعي على عينة من طلاب جامعة جنوب الوادي بقنا

هي دراسة وصفية سعت للتعرف على المخاطر الأمنية والاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي على الطلاب بجامعة الوادي بقنا، بالاستعانة بأداة الاستبانة التي طبقت على عينة قصدية مقدارها (١٠٥) مفردات للحصول على نتائج الدراسة.

كان من أهم نتائج الدراسة أن أكثر المواقع استخدامًا من قبل الطلبة هو الفيس بوك، حيث بلغت نسبته (٦٨,٨%)، وأن أكثر المخاطر الأمنية على الطلبة هي نشر الأخبار غير الصادقة والإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحتها، وترويج الثقافة الغربية التي عجز الإعلام الأمني المحلي عن التصدي لها.

٣- دراسة للحياني، كامل، (٢٠٢٠) بعنوان: دور العلاقات العامة في خدمات دوريات الأمن (بمدينة مكة المكرمة)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في خدمات دوريات الأمن بمدينة مكة المكرمة، استخدم الباحث فيها المنهج الوصفي واستعان بالاستبانة للحصول على نتائج الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن (٩٠%) من المبحوثين يعتقدون أن المشاركة في حالات المواساة والتنهاني وزيارة المرضى وتسهيل الإجراءات والاتصال المستمر بين أفراد الدوريات والجمهور يساعد على منع وقوع الجرائم والحوادث.

كما أكدت النتائج على وجود علاقة بين الأنشطة الترفيهية وأداء العاملين وكذلك توافر الوسائل الحديثة، وأن الاتصال المستمر مع غرفة العمليات يسهم بشكل فعال في سرعة الوصول إلى أماكن الحوادث، ما يعزز من فرص إجهاض الجريمة أو الإسهام في إنقاذ المصابين.

٤- دراسة آنسة، الشيكري (٢٠٢٠) عن أهمية الإعلام الأمني داخل المجتمع.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الاستنباطية، وهدفت للتعرف على دور الإعلام الأمني داخل المجتمع باعتباره إعلامًا متخصصًا يسعى لخدمة المجتمع، واعتمدت الباحثة فيها على أسلوب البحث المكتبي للوصول لنتائج الدراسة.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن للإعلام الأمني دورًا مهمًا في ترسيخ أمن المجتمع واستقراره، وتلبية احتياجات اجتماعية من تثقيف وتوعية وإرشاد وتوجيه، كما أن للإعلام الأمني دورًا مهمًا في التخطيط الاستراتيجي وبناء أمن الدولة.

٥- دراسة إيهاب، الغصين، (٢٠١٢م)، حول أثر الإعلام الأمني على أداء العاملين في الأجهزة الأمنية في قطاع غزة

هدفت الدراسة إلى التعرف على الإعلام الأمني والأداء الوظيفي وطبيعة العلاقة بينهما، وتم ذلك بالتعرف على وجهة نظر قيادات الأجهزة الأمنية في قطاع غزة، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، والاستعانة بالاستبانة لجمع المعلومات، وقد طبقت بطريقة الحصر الشامل على المبحوثين المكونين من (٣٢٧) شخصًا يمثلون مجتمع الدراسة وعينتها.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن (٦٦,٣%) من أفراد العينة يتأثرون بالإعلام الأمني على مستوى أداء العمل، وأن السياسة الإعلامية غير واضحة ولا تشمل القضايا الأمنية لما نسبته (٥٤%) من المبحوثين، وأن التغطية الأمنية ودور الإعلام الأمني هما بشكل نسبي، وبحاجة لإعادة النظر فيهما، وأن هناك التزامًا بالضوابط والمحاذير الأمنية من العاملين في الإعلام الأمني.

٦- دراسة حمراني، أمينة (٢٠١٠) بعنوان: الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره

سعت الدراسة لتقديم صورة حول الدور الذي تؤديه العلاقات العامة والإعلام الأمني في تفعيل الرسالة الإعلامية الأمنية وتطوير الإعلام الأمني في الجزائر ومدى فاعليتهما في الحد من حوادث المرور وتحسين الأمن المروري. استخدمت الباحثة أسلوب المسح بالعينة الذي يستهدف أنماط سلوك جمهور وسائل الإعلام بالاعتماد على الاستبانة والملاحظة والمقابلة. وكان من أهم نتائج هذه الدراسة أن العلاقات العامة والإعلام الأمني يساعدان على التواصل بين الشرطة والجمهور وأن (٦٨,٩%) من المبحوثين يعتقدون أن الشرطة تنحصر مهامها في المهام الأمنية فحسب.

رابعًا: الدراسات الأجنبية

١- دراسة Wang, Y., Cheng, Y., & Sun, J. عام (٢٠٢١) بعنوان
عندما تلتقي العلاقات العامة بوسائل التواصل الاجتماعي: مراجعة منهجية
لأبحاث العلاقات العامة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي من ٢٠٠٦ إلى
٢٠٢٠

تبحث هذه الدراسة في أنماط واتجاهات أبحاث العلاقات العامة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي المنشورة في ١٤ مجلة من ٢٠٠٦ إلى ٢٠٢٠.

من خلال الأسلوب الوصفي التحليلي للاتجاهات النظرية والاتجاهات العملية، ومنصات التواصل الاجتماعي المستخدمة في ٤٤٥ مقالة صحفية منشورة.

أظهرت النتائج مراحل تطور العلاقات العامة عبر ثلاث مراحل بالتزامن مع مراحل تطور وسائل التواصل الاجتماعي، وأهمية المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في عمل العلاقات العامة، وضرورة التحقق من الأخبار المزيفة في عمل العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

٢- دراسة Bernadas, J. M. A. C عام (٢٠٢١) بعنوان استكشاف تحديات

وفرص أبحاث العلاقات العامة في مجال الصحة العامة في الفلبين

سعت الدراسة لمناقشة أبحاث العلاقات العامة المتعلقة بالصحة العامة خلال ظهور فيروس كورونا، استخدم الباحث المنهج الوصفي بالاعتماد على المقابلات المعمقة والملاحظة. كان من أهم نتائج الدراسة أن المتخصصين وصفوا العلاقات العامة في الصحة العامة بأنها تنطوي على إشراك أصحاب المصلحة والثقة العملية، وأن الانخفاض في تناول التطعيم يعود لعدم قدرة العلاقات العامة على الحفاظ على ثقة جمهورها، وأهمية المحادثات المستمرة بين متخصصي العلاقات العامة ومقدمي الرعاية الصحية وواضعي السياسات لتحسين الصحة العامة بعد COVID-19.

٣- دراسة Ki, Kim, and Ledingham عام (٢٠١٥م) بعنوان: العلاقات

العامة كإدارة علاقات

هدفت الدراسة للتعرف على دور العلاقات العامة في إدارة العلاقة بين أقسام المؤسسات، باستخدام المنهج الوصفي والاستعانة بالاستبانة التي طبقت على عينة عشوائية مقدارها (٧٠) مفردة.

ومن أهم نتائج الدراسة أن للعلاقات العامة دورًا رئيسيًا في تفعيل عملية الاتصال بين الأقسام في المؤسسات، وأن (٧٠%) من أفراد العينة يعتقدون أن العلاقات العامة تستجيب للأقسام المرتبطة في الإدارة حسب السلم الهرمي أكثر من الأقسام الأخرى.

٤- دراسة Linjuan, Rita Men عام (٢٠١٤م) بعنوان: الاتصال الداخلي

الاستراتيجي: القيادة التحويلية وقنوات الاتصال ورضا الموظفين

تبحث الدراسة في كيفية تأثير الاتصال الاستراتيجي الداخلي وقنوات الاتصال ورضا الموظفين داخل المؤسسات، إذ طبقت الدراسة المنهج الوصفي بالاستعانة بالاستبانة والمقابلات للوصول لنتائج الدراسة على عينة مقدارها (١١٢) مفردة.

وكان من أهم نتائج الدراسة أن القادة يستخدمون قنوات غنية بالمعلومات للتواصل مع الجمهور المستهدف، وأن (٩٥%) من المبحوثين يرون أن التواصل الوجيه بين القادة والعاملين يزيد

من معدل الرضا الوظيفي، وأن (٨٠%) من الموظفين يفضلون تلقي رسائل البريد الإلكتروني بخصوص أي سياسات أو قرارات تخص الموظفين بشكل مباشر.

٥- دراسة **Ashley Beebea**، عام (٢٠٠٩م)، مدى مساهمة تدريب العلاقات

العامّة في تحقيق الرضا الوظيفي

حاولت هذه الدراسة معرفة مدى رضا المتدربين العاملين في دوائر العلاقات العامّة عن الأجر المدفوع لهم، استعان الباحث فيها باستطلاع عبر الإنترنت لعينة مكونة من (٢٩٠) من المتدربين العاملين في دوائر العلاقات العامّة.

أظهرت النتائج أن (٨٨%) من المتدربين الحاصلين على أجور مدفوعة مقابل التدريب يتمتعون برضا وظيفي أعلى مقارنة بالتدريب غير المدفوع، وأن (٨٥%) من المتدربين ذوي العلاقة مع المشرفين بشكل مباشر يتمتعون برضا وظيفي أعلى مقارنة بالمتدربين الآخرين.

٦- دراسة **Liquin Cao** عام (٢٠٠٢م)، بعنوان: تحليل دور العلاقات العامّة

لضابط الإعلام الأمني في الشرطة

هي دراسة وصفية سعت لتحليل علاقة قسم العلاقات العامّة في الشرطة بضابط الإعلام في الشرطة، وذلك بالاعتماد على الاستبانة التي وزعت على جميع العاملين في جمعية ضباط المعلومات الوطنية في نوكسفيل.

كان من أهم نتائج الدراسة أن (٩٣%) من موظفي العلاقات العامّة يرون أن هناك ضرورة للتدريبات المشتركة بين ضابط الإعلام ورجل العلاقات العامّة، وأن ضابط الإعلام في الشرطة يعتمد بشكل أساسي على قسم العلاقات العامّة لإصدار الأخبار والتصريحات.

وأن هناك تبادلاً معلوماتياً فيما يخص الأمور الإعلامية والتحريرية بين قسم العلاقات العامّة وضابط الإعلام في الشرطة.

وأن العديد من ضباط الإعلام في الشرطة يتواصلون مع الجماهير بخلاف وسائل الإعلام، ويستخدمون تقنيات العلاقات العامّة الموجهة التي تتطلب معرفة ومهارات تتجاوز أساسيات العلاقات الإعلامية.

٧-١ اختلاف الدراسة عن الأبحاث السابقة:

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث التالي:

- ١- أنها تتناول وظيفتي العلاقات العامّة والإعلام الأمني في آن واحد، انطلاقاً من أهمية عملهما في المؤسسة الأمنية كدائرتين متناسقتين متكاملتين بعضهما ببعض.

٢- استخدام نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي بشكل مختلف عن الدراسات السابقة التي اعتمدت على نظريات أخرى أبرزها: الرصاصة، ونظرية المجتمع الجماهيري، ونظرية ترتيب الأولويات.

٣- هذه الدراسة هي الأولى من نوعها في فلسطين والتي تناولت العلاقات العامة والإعلام الأمني في مؤسسة أكاديمية أمنية ممثلة بجامعة الاستقلال.

٨- ١ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

١. ساعدت الدراسات السابقة على فهم الموضوع بشكل جيد، وتحديد الجوانب التي سيتم التركيز عليها والتي من شأنها المساهمة في إثراء المكتبة الفلسطينية.

٢. ساعدت الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وأهميتها، إذ إن معظم الدراسات السابقة ركزت على دراسة الإعلام الأمني بشكل منفصل عن العلاقات العامة، وقد اقتصرت الدراسات التي تطرقت للحديث عن العلاقات العامة والإعلام الأمني على حصره داخل الأجهزة الأمنية، ولم تطرق للحديث عن الإعلام الأمني والعلاقات العامة داخل الجامعات الأمنية.

٣. ساعدت الدراسات السابقة الباحث في التعرف على الأدوات الملائمة لإجراء البحث وتحديد الإطار النظري المناسب، واستخدام الإجراءات المنهجية الملائمة للدراسة.

٤. ساعدت الدراسات السابقة الباحث في بلورة فرضيات الدراسة.

٩- ١ نوع الدراسة

يعد اختيار المنهج السليم من الأساليب الناجعة للوصول إلى الأهداف المحددة حول موضوع الدراسة، فالمنهج هو "الطريق المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة القواعد العلمية والعقلية للوصول إلى نتيجة معينة" (حسين، ٢٠٠٤).

تتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، إذ تقوم بوصف ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس وصفاً دقيقاً من أجل الوصول لنتائج محددة واستخلاصها (عاطف، فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية، ٢٠١٠).

١-١٠ منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الظواهر والأحداث والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره (عمر، ١٩٩٤).

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، ويعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها (عيسى، ٢٠١٢).

وقد استخدم الباحث مصدرين أساسيين للمعلومات وهما:

١. **المصادر الثانوية:** اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث إلى مصادر البيانات الثانوية التي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى الدوريات والمقالات والأبحاث والدراسات السابقة ومواقع الإنترنت التي تناولت موضوع الدراسة.

٢. **المصادر الأولية:** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للبحث، صممت خصيصاً لغرض الدراسة، إذ تم توزيعها على عينة متمثلة بجميع العاملين في جامعة الاستقلال المستهدفين ضمن الدراسة.

١-١١ أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية:

١. ما درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
٢. ما نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض لها المبحوثون في الجامعة؟
٣. ما أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
٤. ما مدى رضا المبحوثين عن مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٥. ما مدى رضا المبحوثين عن أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٦. ما مقترحات الخبراء للارتقاء بأداء المكلفين بمهام الإعلام الأمني والعلاقات العامة في جامعة الدراسة، والتي من شأنها إفادة راسمي الخطط والاستراتيجيات الأمنية في دولة فلسطين.

٧. ما مدى رضا الخبراء عما قطعه جامعة الاستقلال على صعيد تطبيق العلاقات العامة والإعلام الأمني لأفكار نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي.

١-١٢ فروض الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التحقق من بعض الفروض، ومن أبرزها:

١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية ونوعيتها؟

٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التعرض وأسباب التعرض للأنشطة الاتصالية؟

٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التعرض ومدى رضا المبحوثين عن الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى للمتغيرات الديمغرافية؟

٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى للمتغيرات الديمغرافية؟

١-١٣ أدوات جمع البيانات

أداة الدراسة

تم إعداد استبانة لقياس "مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها"، حيث تعد الاستبانة الأداة الرئيسية الملائمة للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات والبيانات التي تجري تعيبتها من قبل المستجيب، وقسمت الاستبانة إلى قسمين رئيسيين هما:

١. **القسم الأول:** البيانات الشخصية للمبحوث من حيث (الجنس، طبيعة الوظيفة، المؤهل الدراسي وسنوات الخبرة).
٢. **القسم الثاني:** عبارة عن خمسة محاور لقياس مدى الرضا لدى موظفي جامعة الاستقلال، حيث تتكون الاستبانة من ٤٦ فقرة موزعة على خمسة محاور على النحو التالي:
- **المحور الأول:** الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة، ويتكون من ١٣ فقرة.
 - **المحور الثاني:** نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها، ويتكون من ٥ فقرات.
 - **المحور الثالث:** أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة، ويتكون من خمس فقرات.
 - **المحور الرابع:** مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني بالجامعة، ويتكون من ١٤ فقرة.
 - **المحور الخامس:** أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة، ويتكون من ١٠ فقرات.
- تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي والخماسي لقياس استجابات المشاركين في الدراسة لفقرات الاستبانة على النحو التالي:

جدول (٤). مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)

التصنيف	دائمًا	غالبًا	أحيانًا	نادرًا	لا
الدرجة	5	4	3	2	1

جدول (٥). مقياس ليكرت الثلاثي (Likert Scale)

التصنيف	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
الدرجة	3	2	1

١-١٤ صدق القياس والثبات

ويقصد بصدق القياس أن تقيس أسئلة الاستبانة ما صُممت لقياسه من حيث: الشمولية، ومدى وضوح فقراتها ومفرداتها، أي بمعنى أن تكون الاستبانة مفهومة لكل من يستخدمها، وقد قام الباحث بالتأكد من صدق الأداة بطريقتين:

١. الصدق الظاهري (صدق المحكمين) لأداة الدراسة:

يقصد بالصدق الظاهري أو صدق المحكمين أن يختار الباحث عددًا من المُحكمين المختصين وأصحاب الخبرة في موضوع الدراسة، حيث قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين تتألف من ١٠ مختصين وأسمائهم في الملحق ضمن هذه الدراسة، وقد استجاب الباحث لآراء المُحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل وإضافة في ضوء المقترحات المُقدمة، وبذلك خرجت الاستبانة بصورتها النهائية.

٢. صدق المقياس والاتساق الداخلي: (Internal Validity)

يُعبّر الاتساق الداخلي عن مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، من خلال حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

ثبات أداة الدراسة (Reliability)

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة النتيجة نفسها لو تمت إعادة توزيعها مرة أخرى تحت الظروف والشروط نفسها، ويمكن القول إن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في النتائج وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تمت إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترة زمنية معينة.

وقد تحقق الباحث من ثبات الأداة من خلال حساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، إذ بلغت قيمة الثبات لكافة محاور الاستبانة (٠,٩٧٧)، وبذلك تتمتع الاستبانة بدرجة عالية جدًا من الثبات.

وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة، ما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

١-١٥ مجتمع الدراسة وعينتها

يُعرف مجتمع الدراسة بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبذلك فإن مجتمع الدراسة هو جميع الأشياء أو الأفراد الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة.

وبناء على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن مجتمع الدراسة المستهدف يتكون من جميع العاملين في جامعة الاستقلال والبالغ عددهم ٥٥٠ موظفًا بناء على السجلات الإدارية لجامعة الاستقلال لعام ٢٠٢١.

تم اختيار عينة الدراسة بحيث تكون ممثلة لمجتمعها البالغ عدده 174 موظفًا في جامعة الاستقلال، وبالاعتماد على الأسس العلمية للمسوح بالعينات الاحتمالية، تم اختيار أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، وحساب حجم العينة من خلال معادلة توماس تيمسون، مع الأخذ بعين الاعتبار هامش الخطأ بقيمة 6%، والدلالة الإحصائية عند مستوى 9٥%.

تم احتساب حجم العينة من خلال المعادلة التالية:

$$n = \frac{NP(1-P)}{(N-1)\left(\frac{d}{Z_{1-\alpha/2}}\right)^2 + P(1-P)}$$

حيث إن:

- n : حجم العينة.
- N : حجم المجتمع.
- d : نسبة الخطأ والتي تساوي في هذه الدراسة 6%.
- $Z_{1-\alpha/2}$ القيمة الحرجة للتوزيع الطبيعي المعياري عند مستوى دلالة إحصائية
- P : نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي 5٠%.

١-١٦ حدود الدراسة

- ١- الحدود المكانية: جامعة الاستقلال: أريحا/ الضفة الغربية- دولة فلسطين.
- ٢- الحدود الزمانية: فترة تنفيذ الدراسة.
- ٣- الحدود البشرية: الكادر الأكاديمي والإداري في جامعة الاستقلال.

١٧-١ المعالجة الإحصائية للبيانات

قام الباحث بجمع البيانات الأولية من خلال المقابلات الفردية مع أفراد العينة، وبعد الانتهاء من جمع البيانات ومراجعتها تم إدخالها على قاعدة البيانات التي تم تطويرها على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

حيث أعطيت إجابات المبحوثين حسب مقياس ليكرت الثلاثي أو الخماسي لكل فقرة من فقرات الاستبانة.

كما قام الباحث بالمعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات من خلال استخراج الأعداد والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الدراسة.

وتم فحص فرضيات الدراسة عند مستوى دلالة إحصائية $(0.05 \geq \alpha)$ عن طريق استخدام الاختبارات التالية:

أ. النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما وتفيد الباحث في وصف عينة الدراسة.

ب. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط: يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين، وقد استخدمه الباحث لحساب الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة.

ت. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.

ث. اختبار ت (T-Test) للمتغيرات المستقلة: لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.

ج. اختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA): لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات. استخدمه الباحث للفروق التي تعزى للمتغير الذي يشتمل على ثلاث مجموعات فأكثر.

ح. الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي: في تحليل البيانات والعمل على تحويل إجابات المبحوثين باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي إلى مقياس ليكرت الخماسي من أجل توحيد آلية تحليل البيانات.

١٨-١ التعريفات الإجرائية

- ١- **العلاقات العامة:** بحسب الميثاق المهني الفرنسي للعلاقات العامة على أنها تحديد ووضع سياسات اتصال دائمة، لتتمكن المؤسسة من إقامة علاقات وفاء وثقة مع الجمهور الداخلي والخارجي (حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ٢٠٠٧).
- ٢- **جامعة الاستقلال** (الأكاديمية الفلسطينية للعلوم الأمنية): وهي مؤسسة وطنية أمنية علمية والأولى من نوعها في فلسطين، بوشر العمل بينها عام ١٩٩٨ ولكن نتيجة للمعوقات التي وضعها الاحتلال تم افتتاحها وبوشر العمل فيها سنة ٢٠٠٧، تحت مسمى الأكاديمية الفلسطينية للعلوم الأمنية، وفي عام ٢٠١١ تم تحويلها إلى جامعة (الاستقلال، ٢٠٢١).
- ٣- **موظفو جامعة الاستقلال (الكادر الأكاديمي والإداري):** الكادر الأكاديمي: هم مجموعة الأعضاء البشرية التي تمتلك معلومات قادرة على تنمية المجتمع وتحسينه إذا أحسن استغلالها. (المعجم الوسيط، ٢٠٢٠)، الكادر الإداري: هم مجموعة الأعضاء البشرية المختصة بتوجيه وتنسيق ورقابة أعمال الآخرين. (معجم المعاني الجامع، ٢٠٢٠)
- ٤- **الرضا:** هو الشعور بالارتياح والقناعة والسعادة لإشباع الحاجات والرغبات والتوقعات من العمل نفسه (نبيل، ٢٠١٢).
- ٥- **الأداء:** مصطلح يعني تنفيذ مهمة أو تأدية عمل، وهو تحقيق الأهداف التنظيمية التي يؤديها الأفراد ومدى تفهمهم لدورهم واختصاصاتهم. (نبيل، ٢٠١٢)
- ٦- **دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني:** وهي دائرة مكلفة بإدارة العلاقات بين جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي ونشر المعلومات الأمنية بجامعة الاستقلال بما يتفق مع رؤية الجامعة، وصولاً لترسيخ بعض القنوات والآراء لدى الجمهور، بما يخدم الغايات التي تسعى المؤسسات الأمنية لتحقيقها بشكل عام (الاستقلال، ٢٠٢١).
- ٧- **الإعلام الأمني:** هو تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن أجهزة الأمن، وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الأمنية في أذهان الجماهير لتحقيق التفاعل الإيجابي بين الأمن والجماهير في إطار سياسة الدولة وقوانينها (مرزا، ٢٠٠٧م).

١-١٩ الصعوبات التي واجهت الباحث

- ١- ظهور دوائر الإعلام الأمني يعد حديثاً نسبياً في المؤسسات الأكاديمية الأمنية في فلسطين.
- ٢- عدم تفهم بعض المبحوثين للبحث العلمي، ما يمثل تحديات على الباحث خلال تنفيذ الاستبانة أو إجراء المقابلات.
- ٣- كون الباحث ملتزماً بدوام رسمي في قوات الأمن الوطني، ما يضطره لتذليل هذه الصعوبات بأخذ إجازات وقت الحاجة لإجراء الدراسة.
- ٤- ندرة الدراسات التي تحدثت عن العلاقات العامة والإعلام الأمني بشكل متوازٍ.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة ويشمل:

أولاً: نظرية الدراسة

ثانياً: العلاقات العامة

ثالثاً: الإعلام الأمني

رابعاً: الرضا الوظيفي

أولاً: نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي

يعد الاتصال جوهر عمل العلاقات العامة، فالاتصال هو: "العملية التي يتم من خلالها تبادل المعلومات، والآراء، والأفكار، بين طرفين أو أكثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وباستخدام وسيلة أو وسائل، أو أشكال اتصالية عدة" (خلوف، ٢٠١٩).

وفي إطار العلاقات العامة يُعرّف الاتصال بأنه التأثير في الرأي العام لكسب تأييده وفهمه من خلال نقل المعلومات والحقائق والمعرفة وتوصيلها له وتبادلها معه، وتنطلق معظم تعريفات العلاقات العامة من حقيقة مهمة هي أن كل فعل يصدر عن المؤسسات ما هو إلا شكل من أشكال الاتصال (خلوف، ٢٠١٩).

وتتبنى جيهان رشتي تعريف الاتصال بأنه: العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقو الرسالة ومرسلوها في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء (كامل، ٢٠٠٣، ص ٢٨٣).

ويُعرّف محمد عبد الحميد الاتصال بأنه: "العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في الرموز الدالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة" (الحميد، ١٩٩٣، ص ٢٥) وهو عملية نقل المعلومات من شخص لآخر، أي العملية التي تتضمن مرسلًا ومستقبلًا ورسالة ووسيلة والتغذية الراجعة مرة أخرى في بعض الأحيان.

ويرى الباحث من خلال ما سبق أن عملية الاتصال هي عملية ديناميكية مستمرة، تهدف لتبادل المعلومات ونقلها من مرسل إلى مستقبل من خلال وسط ناقل.

ولكي يستمر العمل داخل المؤسسة لا بد من وجود اتصال بين الأفراد داخلها، فالاتصال الداخلي هو عبارة عن اتصال موجه للأفراد العاملين للقيام بأعمالهم وتحفيزهم لضمان سير العمل داخل المؤسسة.

فبحسب Philippe Detrie "يعتبر الاتصال الداخلي علاقات العمل بين مختلف الخلايا المكونة لهيكل المنظمة وأنماط وطرق العمل"، فهو يرى أن الاتصال الداخلي هو تلك العلاقات القائمة بين مختلف المصالح في المنظمة، والطرق التي يتم بها العمل (Déturie, 1999 .p421).

بينما يعتقد آخرون أن عملية الاتصال الاستراتيجي الداخلي هي وظيفة عملية كمية تضمن معالجة نشر وصعود المعلومات في المنظمة، بحيث تضمن إنعاش دوران هذه المعلومات (éles, 1990).

ويوضح الباحث أن عملية الاتصال الاستراتيجي الداخلي هي عملية اتصالية بين الأفراد المكونين للمؤسسة يترتب عليها التعريف بالمنظمة من أجل نجاح العملية الاتصالية داخلها.

أهم النماذج الاتصالية

يعد النموذج محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات، وتهدف النماذج إلى تنظيم المعلومات، والمساعدة في السيطرة والتنبؤ بالظواهر أو التحكم بها وتشجيع القيام بالأبحاث، ومن أهم النماذج الاتصالية (دعبيس، ١٩٩٩):

- **أولاً نموذج أرسطو:** وهو من أشهر النماذج الاتصالية وأقدمها وحدد ثلاثة عناصر أساسية لعملية الاتصال وهي: المتحدث، واللغة، والجمهور، ورغم قدم هذا النموذج وبساطته إلا أن أغلب النماذج الحديثة بنيت على هذا النموذج.
- **ثانياً نموذج لازويل:** يفترض هذا النموذج الذي هو للعالم الأمريكي لازويل أن عملية الاتصال يمكن توضيحها عن طريق عبارات بسيطة: من يقول؟ وماذا يقول؟ ولمن يقول؟ وبأي وسيلة؟ وبأي تأثير؟
- **ثالثاً نموذج شانون وويفر:** ويعد من نماذج الاتصال المشهورة، إذ عُدَّ نموذجًا أساسيًا لنماذج أخرى حاولت شرح عملية الاتصال، فقد وصفا عملية الاتصال بأنها كل الطرق والسبل التي يمكن من خلالها أن يؤثر عقل على آخر، ومن وجهة نظرهما فإن الاتصال يتم عن طريق خمسة عناصر وهي مصدر المعلومة، والمرسل، والقناة، والمستقبل، ومصدر التشويش.
- **رابعاً نموذج شرام:** يعتقد شرام أن الاتصال عبارة عن مجهود هادف يرمي إلى توفير أرضية مشتركة بين المرسل والمستقبل، كما أنه اقترح أهمية التغذية الراجعة المرتدة كوسيلة للتغلب على مشاكل الضوضاء، باعتبار التغذية الراجعة هي الطريقة الوحيدة التي تخبرنا كيف تم فهم الرسالة.
- **خامساً نموذج دفيد برلو:** اهتم "برلو" بالاتصالات بصفقتها عملية تحتوي على العديد من الأنشطة، ويتكون الموقف الاتصالي الذي ذكره في كتابه سنة ١٩٦٠ من مصدر ورسالة ووسيلة ومستقبل، فقد ركز "بيرلو" في شرحه للنموذج على أن

الاتصال عملية تسلسلية، وأن المعاني موجودة في الناس بشكل رئيسي وليس في الكلمات، أي أن تفسير الرسالة يعتمد على المرسل والمستقبل معًا، فهناك مصدر لعملية الاتصال، وهذا المصدر لديه أفكار يود أن يعبر عنها ليأتي بعد ذلك القيام بترميز المعلومات أو صياغتها.

أهداف الاتصال الاستراتيجي الداخلي

للاتصال الداخلي أهداف تتوافق مع غايات المنظمة ومنها (كامل، ١٩٩٩):

- تسهيل عملية اتخاذ القرارات على المستوى التنفيذي والتخطيطي من خلال توفير المعلومات للجماعات والأفراد داخل المنظمة.
- تمكين المرؤوسين من التعرف على الغايات والأهداف المطلوبة منهم، والصلاحيات الممنوحة لهم.
- تعريف الجمهور الداخلي بالتعليمات المتعلقة بأصول تنفيذ الأعمال ودواعي تأجيلها أو تعديل الخطط قبل تنفيذها.
- التعرف على مدى تنفيذ الأعمال والمعوقات التي قد تواجه العمل.
- عمل التقييم المناسب لمعرفة ما إذا تمت الأعمال الموكلة للجمهور الداخلي بالطريقة المطلوبة أم لا.

مهام الاتصال الاستراتيجي الداخلي

نستطيع القول إنه بصرف النظر عن طبيعة النشاط الذي تقدمه المؤسسات فإنها تعتمد على الاتصال الاستراتيجي الداخلي كدعامة رئيسية في الإدارة، فمن دون اتصال داخلي بين أفراد المؤسسة لا يوجد اتصال خارجي، ولهذا الغرض نستطيع أن نُجمل أهم وظائف الاتصال الاستراتيجي الداخلي في (زغيدور، ١٩٩٧):

- **الوظيفة الإعلامية:** من خلال تدفق المعلومات تظهر المهام الإعلامية للاتصال، فاتخاذ القرار الناجح من إدارة المؤسسة يحتاج إلى معلومات سليمة وفي وقتها المناسب، وتساعد المعلومات والاتصال داخل المؤسسة في أداء المهام المطلوبة التي تمثل ضرورة حيوية بالنسبة للمؤسسة والعاملين فيها.
- **الوظيفة التوجيهية:** تتم من خلال تشكيل اتجاهات فكرية مرغوبة يراها المجتمع صالحة، وتعديل اتجاهات فكرية قديمة غير مرغوبة في المجتمع، على سبيل المثال

تعديل الاتجاه الذي يخفض مكانة أي عامل في المؤسسة بصرف النظر عن طبيعة العمل الذي يؤديه.

- **الوظيفة التثقيفية:** الثقافة عامل مهم لنجاح عمل المؤسسة، فثقافة العاملين في المؤسسة تعكس صورة المؤسسة نفسها أمام الجمهور الخارجي.
- **الوظيفة الإقناعية:** تهدف هذه الوظيفة إلى تقديم خطاب عقلاني يحاكي العقل والمنطق ويحاجج الجمهور بأدلة وبراهين واضحة تهدف إلى إقناع الجمهور بفلسفة معينة تحتويها الرسالة المرسله من قبل المرسل إلى جمهور معين، وكثيرًا ما نرى ذلك في الحملات الدعائية قبيل الانتخابات.
- **الوظيفة الانضباطية:** لضمان سير عمل المؤسسة على أكمل وجه لا بد من وجود سياسات واستراتيجيات وتعليمات توضح للأفراد داخل المؤسسة ما يجب فعله وما يجب تجنبه، فعملية الرقابة والضبط والتنسيق بين الأنشطة المختلفة تعد من الوظائف الانضباطية.

نستطيع أن نستنتج أن المسؤول عن وظيفة الاتصال الاستراتيجي الداخلي -أيًا كان- يجب أن يتمتع بقدرات ومواهب تمكنه من القيام بعمله على أكمل صورة ومنها:

- الاستماع
- إنتاج المعلومة
- التنشيط والتحرك
- النصح والإرشاد
- التخطيط والتنسيق

ثانيًا: العلاقات العامة

١- ٢ تاريخ تطور العلاقات العامة

في الحقيقة يعتقد الكثير من الناس أن العلاقات العامة هي مصطلح حديث وجديد، ظهر في الحرب العالمية الأولى والثانية، ولكن لو تمعنا جيدًا فيها لوجدنا أن الأمر ليس بالأمر الحديث، ولكنها وليدة الإنسان الأول على هذه الأرض.

فقد مارس قادة الرأي والزعماء العلاقات العامة منذ القدم بصورة عفوية، فمحاولة الخطابة والحوار مع الآخرين والإقناع والتأثير قديمة قدم الإنسانية، وهي أحد أشكال العلاقات العامة بمفهومها الحديث.

وقد استخدم مصطلح العلاقات العامة كأول مرة إثر محاضرة ألقاها محامٌ يدعى "درومان ايتوزن" بعنوان: العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية في جامعة بنينيوورك عام ١٨٨٢م.

ويعد إيفي لي أبا العلاقات العامة، كونه أول من فرق بين العلاقات العامة وبين الدعاية الكاذبة، وأكد على ضرورة معاملة العاملين والمستخدمين معاملة إنسانية حسنة ومنحهم الأجور التي يستحقونها.

ويعزو (أبو اصبع، ٢٠٠٤) تأخر دخول العلاقات العامة وعدم الاهتمام بها في الوطن العربي إلى الاستعمار وإلى عدم وجود مؤسسات كبيرة في تلك الأوقات، ويرى أن الإدارة الحديثة كمفهوم كانت نمطًا جديدًا على الوطن العربي دخلت من خلال الذين درسوا في الخارج.

ويدعم (علي، ١٩٧٦) في كتابه "المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة" رأي أبو اصبع، بقوله: "ولم أكن أتصور أن هذا العلم الذي قدمته لأول مرة سوف يلقي ذلك الاهتمام الكبير الذي لقيه داخل الجامعة وخارجها".

ويخلص الباحث مما سبق إلى أن فهم طبيعة عمل العلاقات العامة يسهم في معرفة نقاط الضعف والقوة فيها، ومعرفة طبيعة أعمالها، ومما لا شك فيه أن العلاقات العامة ظاهرة قديمة قدم البشرية، مارسها قادة القبائل وأصحاب النفوذ، بهدف التواصل مع جماهيرهم، وإقناعهم بأفكارهم.

ورغم وجود النقوش والمدونات والزخارف إلا أنها لم ترتق لدرجة المهنة الإدارية في العصور القديمة، ومما لا شك فيه أن رواد الولايات المتحدة الأمريكية أمثال ايفي لي وادوارد بيرنيز كان لهم الدور الأبرز في تعريف العلاقات العامة وظهورها واعتبارها علمًا ومهنة وفنًا لا مجرد ظاهرة اجتماعية تقوم على أساس الارتجال والمهارة الشخصية.

ويعزو الباحث الاهتمام بالعلاقات العامة في العصر الحديث إلى الانفتاح على التكنولوجيا وظهور شبكة واسعة من الإعلام، وظهور المؤسسات الضخمة التي من الصعب عليها الاتصال المباشر مع جماهيرها كافة، وقوة الرأي العام، وازدياد الحاجة إلى التأثير الجماهيري.

٢-٢ مفهوم العلاقات العامة

لقد دار جدل كبير حول مفهوم العلاقات العامة، والمتفحص لها يدرك جيدًا عدم المقدرة على وضع تعريف شامل للعلاقات العامة، لذا فإن حصرها في تعريف واحد جامع شامل يعد ضربًا من المستحيل.

وقد وُجِدَت تعريفات متعددة للعلاقات العامة، وسيحصر الباحث هنا عددًا من التعريفات الحديثة وأخرى مشهورة، منها:

تعريف قاموس ويبستر: قدم ويبستر في طبعته الثالثة تعريفًا حديثًا للعلاقات العامة يذهب فيه إلى أنها "تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين شخص أو منظمة، أو مشروع، أو أشخاص آخرين، أو جماهير معينة، أو المجتمع كله، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح، وتنمي علاقات متبادلة، ودراسة ردود الفعل وتقويمها (عبد الرحمن، ٢٠٠٦، ص ٦٢).

ويتفق مع هذا التعريف (جردات والشامي، ٢٠٠٩) حيث قال: "لا يوجد تعريف جامع للعلاقات العامة وإنها وظيفة مهمة للمؤسسة تسعى لكسب ثقة الجماهير وتوثيق العلاقة مع الجمهور الخارجي والداخلي، وبناء صورة طيبة في أذهانهم وفق التعامل الأخلاقي والإنساني السليم من خلال وسائل الإعلام والاتصال بشكل أساسي".

وقد عرفت جمعية العلاقات العامة الدولية العلاقات العامة بأنها: "تلك الوظيفة الإدارية المستمرة والمخططة التي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم الجماهير التي تهمها وتعاطفهم وتأييدهم، والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد" (الحلبي، ١٩٨٠، ص ١١).

ويتم ذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل والمخطط.

وينفق مع ما سبق تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية في أن العلاقات العامة هي "نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أية منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين جماهيرها" (خضر، ١٩٩٨، ص ٢٣).

وقد عرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها "الجهود الإدارية المرسومة المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين المنشأة وجمهورها" (الجوهري، ١٩٧١، ص ١٨).

٣- ٢ أهداف العلاقات العامة

إن تفحص ودراسة أهداف العلاقات العامة أمر بالغ الأهمية في البحوث والدراسات لتفسير مدى وجود ارتباط بين هذه الأهداف وبين المهام المطلوبة والنتائج المرجوة.

وتتعدد الأهداف التي تقوم بها العلاقات العامة، تبعاً للمؤسسة أو المنظمة، وحسب المجتمع والظروف المحيطة، وحجم الجماهير التي تتعامل معها، وحجم الإمكانيات المتاحة، والمناخ السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تعمل داخله.

وكون العلاقات العامة حديثة الظهور في الوطن العربي عمومًا وفي دولة فلسطين على وجه الخصوص، فهي تعد وظيفة كمالية يمكن الاستغناء عنها، ومن الفلسفات الخاطئة التي طرأت على واقع العلاقات العامة اعتبارها وظيفة تسعى لتصوير المسؤولين واستقبال الضيوف وكتابة التقارير اليومية لصالح المؤسسات، وفي الحقيقة فإن العلاقات العامة هي فن وعلم أعمق من هذه الرؤية والفلسفة (أبو رمضان، ٢٠١٧).

ويرى بيرنيز أن للعلاقات العامة ثلاث وظائف رئيسية هي: إعلام الناس وإقناعهم وإدماجهم بعضهم مع بعض (زويلف، ٢٠٠٣).

وتتعدد الأهداف التي تقوم بها العلاقات العامة، وهنا سيلخص الباحث أهم هذه الوظائف والأهداف، حيث يرى (الدليمي، ٢٠١٧ ص ٥١) "أن العلاقات العامة تعنى بتكوين صورة طيبة للمؤسسة من خلال الجهد المنظم والمخطط".

وبالنسبة للجامعات يوضح (الشامي وأحمد، ٢٠٠٩، ص ٤١) "أن طبيعة عمل العلاقات العامة في أي مؤسسة تعتمد على أهدافها وأنشطتها وجمهورها، إذ تختلف برامج العلاقات العامة وأنشطتها من منشأة إلى أخرى تبعاً لطبيعة مدخلات كل منشأة ومخرجاتها وفعاليتها".

ويرى الشامي وأحمد أن وظائف العلاقات العامة في الجامعات تتلخص في توضيح الصورة العامة للجامعة أمام جماهيرها الداخلية والخارجية، والبرامج والأنشطة الخاصة بالجامعة، بما في ذلك المؤتمرات، واللقاءات والمعارض (الشامي وأحمد، ٢٠٠٩)، وتخطيط الفعاليات وتصميمها وتنفيذها، وإجراء البحوث والتقييمات بشكل دوري للوقوف على قياس الرأي العام وتحسين صورة الجامعة الحقيقية بهدف إجراء مراجعة شاملة للمهام والأدوار التي تقوم بها (الشامي وأحمد، ٢٠٠٩).

إن أهمية العلاقات العامة لا تقتصر على المنظمات فحسب، بل تتسع هذه الضرورة بالمجتمع ككل بدءاً بالفرد وانتهاءً بالدولة، وكلما زاد حجم الجماعة والأفراد زاد العبء على عمل العلاقات العامة وازدادت أهميتها في حياة المجتمع (الشامي وأحمد، ٢٠٠٩).

ومن أهم المؤشرات التي تؤكد على أهمية أنشطة العلاقات العامة أنها تتقاطع مع المهن المتخصصة، فبحسب (البادي، ١٩٩١، ص ٢٣) "إن لكل مؤسسة هدفاً تروج تحقيقه وتتمثل هذه الأساليب في مجال العلاقات العامة في البحث والاتصال والتخطيط والتقييم والمراجعة".

وتوفر العلاقات العامة الإطار العام لكل مهنة، فهي تعمل في إطار الاتصال بين المؤسسات وجمهورها الداخلي والخارجي، ومحتوى هذا الاتصال.

٤- ٢ العلاقات العامة والجامعات

إن العلاقات العامة نشاط هام لأي مؤسسة ولا يمكن الاستغناء عنه، وعلى الرغم من حداثة في العالم العربي إلا أنه بدأ يحظى باهتمام المؤسسات والمعاهد والجامعات؛ نظراً لكون هذه المؤسسات تتعامل مع جمهور واسع من أفراد المجتمع، وهي غالباً ما تقدم لهم خدمات - كالتوعية والإرشاد- بحاجة للتواصل المستمر والمتفاعل بالإضافة إلى الوظائف الأخرى (جرار، ٢٠١٤).

ويقع على عاتق الجامعات شرح أهدافها للجمهور باستمرار، وتقديم التوجيهات والمعلومات الجديدة واللازمة، ومواكبة المتغيرات الخاصة بالجمهور واحتياجاته كافة، وهذا لا يتحقق بغير

قيام الجامعات بإنشاء جسور تواصل قوية مع الجمهور من خلال العلاقات العامة (جرار، ٢٠١٤).

ويرى (أبو خاطر، ٢٠٠١) أن الإدارات الجامعية تؤمن بأهمية وجود دوائر العلاقات العامة فيها، بحيث يعمل فيها موظفون متخصصون للقيام بمهام ووظائف متعددة، وغير ذلك من الأنشطة التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة، لأن عدم فهم الإدارات طبيعة عمل العلاقات العامة قد يحول دون تحقيق أهداف المؤسسة، ويعرقل عمل العلاقات العامة نتيجة لتداخل أعمالها مع أعمال الدوائر الأخرى.

ويشير (البدري، ١٩٩٢، ص ٢٧٧) إلى أنه "لتجنب الروتين ولسرعة إنجاز المهام المطلوبة، يجب أن يكون موقع جهاز العلاقات العامة على صلة مباشرة مع مدير الجامعة، وعلى علاقة مباشرة بوسائل الإعلام والاتصال المختلفة، حتى يكون مصدر ثقة للجماهير الداخلية".

ويناط به تنسيق العلاقة بين الجامعة وهيئتها التدريسية وطلابها، وتوثيق العلاقة مع الجامعات الأخرى، والقيام بالأعمال الثقافية والأكاديمية، والتنسيق مع عمادة شؤون الطلبة والأقسام الأخرى، واستقبال الضيوف وتقديم الاستشارات، والقيام بالأمر المتعلقة بالبحث العلمي حول تطوير الجامعة، عدا عن استطلاعات الرأي المختلفة، وشرح خطوات التسجيل بالتعاون مع قسم التسجيل، ومتابعة ما ينشر عن الجامعة والتعليم في الصحف العربية والأجنبية كافة، وإصدار النشرات التعريفية (دراغمة، ٢٠١١).

ويعد الجمهور المادة الخام التي تتعامل معها العلاقات العامة، فلا اتصال دون جمهور، وتحدد فاعلية الاتصال في كيفية استقبال الجمهور رسالة العلاقات العامة، وطبيعة التغذية الراجعة ومدى التفاعل مع هذه الرسالة وطبيعة الوسيلة المستخدمة لإيصال الرسالة، وعليه فإنه يقع على عاتق العلاقات العامة التوفيق بين هذه المصالح ومراعاة تحقيق الرغبات، على الرغم من ارتباط الجامعات بأنواع مختلفة من الجمهور (دراغمة، ٢٠١١).

ويمكن تقسيم جمهور الجامعات إلى:

١- **الجمهور الداخلي:** والمقصود به العاملون الذين تضمهم المؤسسة في أقسامها كافة، أو جمهور المؤسسة، وتكمن أهمية التعامل مع الجمهور الداخلي للمؤسسة من أجل تنمية الإحساس بالانتماء لديهم وتحقيق استقرارها واستقرارهم على حد سواء (الحبل، ٢٠١٥).

ولا بد للعلاقات العامة أن تكون على درجة عالية من الاتصال الفعال مع جمهورها الداخلي؛ لأنه لا يمكن لمؤسسة أن تصدر خدماتها للرأي العام وللجمهور الخارجي دون جمهورها الداخلي.

وسيركز الباحث في هذه الدراسة على قياس مدى رضا الكادرين الإداري والأكاديمي -بكونهما جمهورًا داخليًا- عن أداء عمل العلاقات العامة في جامعة الاستقلال، باعتبارها محور الدراسة.

٢- **الجمهور الخارجي:** "يتمثل في المستفيدين من خدمات المؤسسة، سواء من الأجهزة الحكومية الأخرى أو الإدارات الخاصة أو وسائل الإعلام أو الأفراد، ويركز هنا على أهمية التعامل مع هذه الجماهير بصدق والعمل على إبراز الحقائق كون ذلك هو الوسيلة الوحيدة لكسب ثقتهم وبناء علاقة جيدة معهم" (فطيمة، ٢٠٠٨، ص ٢٠٦).

٥- ٢ خصائص العاملين في العلاقات العامة

يحظى العاملون في العلاقات العامة في الجامعات الحكومية بأهمية استثنائية نظرًا للعديد من الأسباب والعوامل، أهمها أنهم يتعاملون مع أعداد كبيرة من الجمهور، وهم غالبًا ما يقدمون خدمات بحاجة مستمرة للإرشاد والتوعية إضافة للمهام والوظائف الأخرى.

إن تلك المهام تقع في صلب عمل الجامعات الحكومية ودوائرها المختلفة، وبالتحديد تقع المسؤولية على العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بهدف خدمة الجمهور قبل تحقيق الربح، على عكس القطاع الخاص، ولا توجد فائدة من إنشاء دوائر فارهة وعلى الطراز الحديث دون توافر الكادر البشري المؤهل للقيام بالواجبات التي يحددها التنظيم، إذ يتوقف نجاح الدوائر في العلاقات العامة على كفاءة العنصر البشري فيها (فرجاني، ٢٠١٧).

لقد أثبت الواقع أن نجاح الجهاز التنظيمي في تحقيق أهداف المؤسسة يعتمد على نجاح عمل الموارد البشرية وقدرتها، وذلك بتعيين الكوادر البشرية في الوظائف التي تناسب مهاراتهم وقدراتهم وسماتهم الشخصية، والقيام بتدريبهم للقيام بوظائفهم على أكمل وجه، وهذا بدوره ينعكس على كفاءتهم الإنتاجية (العلاطي، ٢٠١١).

ويتوقف النجاح في اختيار العاملين في العلاقات العامة على الفهم الواضح لما تتوقعه المؤسسة من العاملين فيها، فينبغي لمن يقومون بالاختيار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة إمداد دوائر العلاقات العامة بالممارسين ذوي الكفاءة والمقدرة، لزيادة كفاءة الخدمات وتحسين أداء العمل (العلاطي، ٢٠١١).

وللعاملين في تخصص العلاقات العامة مسميات متعددة، منها: الناشر الذي هو المسؤول عن جذب التغطية الإعلامية بمختلف أنواعها الصحفية والتلفزيونية والإذاعية لأخبار المؤسسة، والمسؤول الصحفي الذي لا يتميز مسماه بالوضوح لأنه يتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى أنه توكل إليه مهام العمل في العلاقات العامة بصورة عامة (خلوف، محاضرة في مساق الكتابة المتقدمة للعلاقات العامة، ٢٠١٨).

ومنها كذلك: ممارس العلاقات العامة الذي هو من يعمل لصالح شركة أو مؤسسة كممارس للعلاقات العامة وليس كمتخصص في شركة استشارات للعلاقات العامة، والمتحدث الرسمي ومهمته التحدث بالنيابة عن إدارة المؤسسة وخصوصًا في أوقات الأزمات، وخبير التشويش، حيث تستخدم بعض المؤسسات هذا اللقب بغية محاربة التشويش أو التضليل الذي قد ينجم من المؤسسات المنافسة (العلاطي، ٢٠١١).

وللعاملين في مجال العلاقات العامة سمات وخصائص معينة سعى عدد كبير من الباحثين العرب والأجانب إلى تصنيفها، فمنهم من صنفها إلى شروط مكتسبة، أو تعليمية أو فطرية، ومنهم من قسمها إلى قدرات ومعارف ومهارات، ومنهم من قسمها إلى مؤهلات إدارية وفنية (دياب، ٢٠٠٨).

ويمكن تصنيف أهم هذه السمات فيما يلي:

١- سمات شخصية كحسن المظهر، وبشاشة الوجه، والرغبة في المعرفة، وسعة الصدر، والقدرة على التعرف على مصالح الآخرين، والدقة والانتباه على التفاصيل الصغيرة، والمرونة، وسرعة البديهة، وتحمل المسؤولية، وتقبل النقد، والموضوعية، والانضباط في السلوك، وحسن التصرف، والمبادرة في إقامة الاتصال، والتمتع بالشخصية المتحركة وتعني القدرة على التفاعل مع الظروف المحيطة بالمؤسسة (رشوان، ١٩٩٣).

٢- سمات معرفية كالخبرات المعرفية في المجالات المرتبطة بمهنة العلاقات العامة، كعلم النفس والاجتماع والمعرفة بأصول البحث العلمي ومناهجه وأساليبه وطرق قياس اتجاهات الجمهور والرأي العام، والمعرفة في أصول السياسة والاقتصاد المحيطة ببيئة العمل، والمعرفة الإدارية والإلمام بطبيعة عمل المؤسسة وأهدافها وأنشطتها (Frank, 1993).

٣- **خبرات معرفية متخصصة** كالمهارات الاتصالية المتعلقة بفهم استخدام وسائل الاتصال ومواقع السوشيال ميديا المختلفة، وكيفية الاستفادة منها لخدمة العلاقات العامة، ومهارة الكلام ومهارة الإنصات، والقدرة على التعامل والاندماج بالجمهور المتنوع، والقدرة على تبسيط الموضوعات وتكوين علاقات طيبة مع وسائل الإعلام والقادة والمسؤولين (دياب، ٢٠٠٨).

٤- **مهارات فنية عملية** كالمعرفة بمهارات الكتابة الصحفية وتحليل رسائل الجمهور واستخدام نظريات الاتصال والتخطيط والإدارة، والمعرفة في القواعد الرسمية المتعارف عليها فيما يتعلق باستقبال الوفود والضيوف واللقاءات الرسمية، والتعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديث والإلمام بالتصوير والمونتاج (الشماخي، ٢٠٠١).

٢-٦ الاتصال في العلاقات العامة ووسائله

إن وسائل الاتصال الحديثة والمتنوعة جعلت العالم قرية صغيرة، ما أدى إلى دفع حركة التقدم الثقافي والحضاري والاجتماعي والاقتصادي.

ويعد الاتصال عملية يتم من خلالها نقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الانطباعات وتبادلها بين طرفين أو أكثر، باستخدام وسيلة أو عدة وسائل، وذلك بهدف الإعلام أو الدعاية أو الإعلان أو الإقناع أو التأثير العقلي أو العاطفي أو الإيحاء بأفكار واتجاهات وأهداف معينة، لذلك يعد الاتصال هو الدعامة الأساسية في عمليات العلاقات العامة واستخداماتها المختلفة (خلف، العلاقات العامة في العصر الرقمي، ٢٠١٩).

فالعلاقات العامة تُعد وسائل اتصال داخلية وخارجية مختلفة وتتم في اتجاهين، ويمكن تقسيم وسائل الاتصال المستخدمة في دوائر العلاقات العامة لتنفيذ سياساتها إلى وسائل اتصال عامة، وعادة ما تكون موجهة للجمهور العام من صحف وإذاعات ومحطات تلفزيونية، وعادة ما تستخدم على مستوى الدولة (حدادي، ٢٠١٨)، ووسائل اتصال خاصة عادة ما تكون موجهة إلى جمهور المؤسسة بشكل خاص، وتتميز بتركيزها على أهداف المؤسسة وأنشطتها، ويعد الاتصال ناجحًا وفعالاً إذا كان المعنى الذي يقصده المرسل هو المعنى نفسه الذي فسره المستقبل، وبالتالي يتحقق الهدف من الاتصال (حدادي، ٢٠١٨).

إن استخدام الوسائل الاتصالية المناسبة كالاجتماعات والمقابلات والتقارير والأشرطة، فضلاً عن جملة من الوسائل، كثيرًا ما يسهل عملية الاتصال ويزيد من فاعليتها في المؤسسة، في حين

أن نقص هذه الوسائل المناسبة كثيرًا ما يؤدي إلى ضعف الاتصال وصعوبة استعماله من طرف معظم العاملين (الجمهور الداخلي للمؤسسة) (ثامر، ٢٠٠٦).

وبالتالي يؤدي ذلك إلى قلة تدفق المعلومات وعدم تحديد جماعات الاتصال، التي من المفروض أن يتعرف عليها العمال حتى يتمكنوا من تلقي المعلومات اللازمة منها، ومن الجوانب التي تزيد من فاعلية الاتصال في العلاقات العامة (ثامر، ٢٠٠٦):

• **جانب اللغة:** فيجب أن تتلاءم اللغة المستخدمة مع جميع الأفراد المشاركين، وتتميز بالدقة وأن تكون سهلة ومفهومة للجميع.

• **الجانب الثقافي والاجتماعي:** فحتى يكون الاتصال فعالاً يجب مراعات الفروق الثقافية للأفراد وكذلك الاجتماعية.

• **الجانب الإنساني:** إن الاتصال الفعال في ميدان العلاقات العامة يجب أن يلتزم بالجانب الإنساني للجماهير كافة، داخلية أم خارجية، ومن أبرز مظاهره: توخي الصدق والإخلاص في الرسائل الاتصالية بمختلف أنواعها، ومراعاة الأمانة في تسليم ونقل المعلومات دون نقص أو زيادة، وتشجيع الآراء البناءة، خاصة من قبل المرؤوسين، وديمقراطية الاتصال، من خلال توفير لغة الحوار والنقد البناء داخل المؤسسة.

• **الجانب التنظيمي:** ويبرز في النقاط التالية (حدادي، ٢٠١٨):

١- عدم إهمال الاتصال غير الرسمي لأهميته في السير الطبيعي للعمل، والحرص على الاستفادة منه.

٢- الاعتماد على الاتصال ذي الاتجاهين (صاعد، نازل) نظرًا لفاعليته، وتشجيعه للمعلومات المرتدة، أي الاستجابة والاستفادة منها.

٣- الاعتماد على طريقة المشاركة في حل المشكلات الصعبة.

٤- تجنب المركزية المفرطة، لأنها تعيق عملية الاتصال الفعال.

٥- المعالجة الفورية والحاسمة لأي تشويه أو تحريف للمعلومات الصادرة عن إدارة التنظيم.

• **الجانب التكنولوجي:** نظرًا لما قدمته التكنولوجيا الحديثة من وسائل اتصال من شأن العلاقات العامة الاستفادة منها لتحقيق أسى أنواع الاتصال، فإنه يقع على عاتق العلاقات العامة مراعاة العوامل والاعتبارات التالية (حدادي، ٢٠١٨):

١- أن يكون موضوع الاتصال أو مضمون الرسالة واضحًا وعند مستوى فهم المرسل إليه وإدراكه، وأن يكون في نطاق اختصاصه وفي حدود السلطات المخولة له.

٢- أن تكون كمية المعلومات بالقدر الذي يمكن استقبله واستيعابه، وأن تكون هذه المعلومات مهمة بالنسبة للمرسل إليه وجديدة، وإلا فقدت أهميتها.

٣- أن تتم عملية الاسترجاع، وأن يتأكد المرسل من أن المرسل إليه قد أدرك الرسالة وانفعل معها، وذلك عن طريق ملاحظة رد فعله، سواء بالتعبير الشفوي أم التصرف العملي.

٤- يجب أن تركز الرسالة -شفوية كانت أم كتابية- على الحقائق والمعلومات المهمة، مع شرح المعلومات الفنية وتبسيطها.

٥- مواكبة التطورات والبرامج الحديثة في المجال التكنولوجي.

ومن أهم وسائل الاتصال في العلاقات العامة ما يلي (عاطف، فاعلية العلاقات العامة، ٢٠١٠):

١- الوسائل المكتوبة كالصحف والدوريات والمطبوعات التي تصدر بشكل دوري، ومجلة المؤسسة التي تصدر من أجل تزويد جمهور المؤسسة بالمعلومات التي يرغب في معرفتها عن المؤسسة، والنشرات والكتيبات والبريد والتقارير السنوي وهو تقرير يعطي حوصلة الأحداث والحقائق والأرقام والمدخلات والمخرجات طوال السنة عن المؤسسة، والفاكس الذي يتميز بسرعة الاتصال والسرية.

٢- الوسائل المنطوقة كالإذاعة والندوات والاجتماعات الرسمية التي تعد من أهم وسائل العلاقات العامة للاتصال ب جماهيرها، والمؤتمرات الإخبارية والدعوات والزيارات.

٣- الوسائل المرئية وتشمل كل ما يمكن رؤيته على وسائل الاتصال والأجهزة المختلفة، كالبرامج التلفزيونية والأفلام السينمائية ولوحة الإعلانات والمعارض والإنترنت.

ويرى الباحث أن وسائل الاتصال المختلفة في مجال العلاقات العامة تعتمد على فاعلية العنصر البشري وخبراته ومقدرته على إيصال الرسالة للجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء.

٢-٧ النماذج المرتبطة بممارسة العلاقات العامة

تعد العلاقات العامة نشاطاً أساسياً وهاماً من أنشطة المؤسسات كافة، وخاصة الجامعات، نظراً لتعاملها مع جمهور واسع، كما تعد عاملاً رئيسياً من عوامل نجاح الجمهور التنظيمية، حيث تستهدف العلاقات العامة دعم ومساندة أنشطة الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي الذي يتفاعل مع المؤسسات الأخرى.

ومن هذا المنطلق، فإن ممارس العلاقات العامة يحتاج إلى الوقوف على أرض صلبة، بحيث يستند العاملون في العلاقات العامة إلى أساس نظري سليم ومحدد، وقد جاءت نماذج العلاقات العامة كسبيل علمي لتحقيق الفاعلية، وتحقيق الهدف المناط من العلاقات العامة.

أولاً: نماذج جرونج Gronig:

١- نموذج الوكالة الصحفية أو المؤسسة الصحفية: وهو من أقدم أشكال الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة ويمثل الاتصال الهابط، ظهر في القرن التاسع عشر في الولايات المتحدة الأمريكية، كان الهدف منه دعائياً وجذب القراء وضبط سلوك الجمهور الداخلي والخارجي، يتميز بتدفق المعلومات باتجاه أحادي مع تجاهل رجع الصدى، ولم يكن إعلام الجمهور بالحقائق كاملة ضرورياً بالنسبة للمؤسسة (مكاوي، ١٩٩٨).

٢- نموذج الإعلام العام **Information Public**: الهدف من هذا النموذج هو بث المعلومات ونشرها بهدف تحسين سمعة المؤسسة، أي أن العلاقات العامة تكون شبيهة بمكتب للاستعلامات، يكون شكل الاتصال أحادياً من المؤسسة للجمهور ولكن تحرص المؤسسة على أن تكون تلك المعلومات منتقاة، وإن لم يكن لديها الاهتمام الكافي يرجع الصدى (مكاوي، ١٩٩٨).

٣- النموذج اللامستيري- نموذج الاتجاهين غير المتوازن **Two-way Asymmetrical**: والهدف الأساسي منه الإقناع عن طريق الاتصال، أي إدارة الاستجابة من قبل المجتمع والجمهور نحو المؤسسة (زهرة، ٢٠٠٦).

وبذلك يتم تحقيق مصلحة المؤسسة من خلال ممارسة الضبط الاجتماعي، وتهتم المؤسسة هنا بالجمهور من أجل تطوير العملية الاتصالية بينهما، فالهدف الرئيسي هنا التغيير في سلوك الجمهور والمجتمع بما يرجع بالفائدة على المؤسسة فقط، ويتوقع النموذج أنه إذا ما كونت الجماهير صورة إيجابية عن المؤسسة فإنها سترجع بفائدة لها ويحدث نوع من التكامل من شأنه تقبل الجمهور كل ما يصدر عن المؤسسة من منتجات أو خدمات أو سلع (زهرة، ٢٠٠٦).

٤- النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه **Two-way Symmetrical**: "تسعى المؤسسة لتقديم الأبحاث في هذا النموذج وتوظيفها لتقديم رسالة اتصالية تسهل عملية إقناع الجمهور، ويتميز بتوظيف البحث والحوار الموضوعي لبناء علاقات حسنة مع الجمهور، وتعمل العلاقات العامة وفق هذا النموذج كوسيط بين المؤسسة والجمهور،

وبطبيعة الحال فهناك اهتمام برجع الصدى لتحقيق أقصى قدر من التعاون والرضا بين المؤسسة و جماهيرها" (العدوي، ٢٠٠١، ص ٩٣).

وقد أضاف جرونج وزملاؤه نموذج النفوذ الشخصي إلى النماذج الأربعة السابقة، وفيه "يستخدم العاملون في العلاقات العامة نفوذهم الشخصي مع قادة الرأي والأجهزة الاتصالية ومديري وسائل الاتصال والجماعات والحركات النشطة لإقامة علاقات حسنة بين الجمهور والمؤسسة وإدارة الحوار بينهما، وخلص إلى أن المؤسسة تتعرض للمخاطر بالاعتماد على الحوار في جانب واحد، وأنه يجب تقديم توضيحات وتفسيرات للطرف الآخر". (العدوي، ٢٠٠١، ص ٩٣)

ثانياً: نموذج شارب sharpe

في هذا النموذج حدد شارب مجموعة من السلوكيات للعلاقات العامة من شأنها الحفاظ على العلاقة مع الجماهير وزيادة الانسجام، ويتحدد هذا الانسجام والسلوكيات من خلال خمسة أمور (عياد، ٢٠٠٩):

- ١- **أمانة الاتصال:** حيث تكون كلفة فقدان المصداقية من قبل الجماهير مرتفعة، وحينها يتعذر قبول الرسالة الاتصالية، كما تؤثر الأمانة والصدق سلبيًا أو إيجابًا في ولاء العاملين ودعمهم ثقة المستهلكين.
- ٢- **تحقيق الثقة:** حيث يفقد المديرون الثقة والمصداقية عندما تتناقض سلوكياتهم مع منطلقات برامجهم الاتصالية، أو عندما تكون الرسائل التي يقدمونها غير متسقة، أو عندما لا تتصف أفعالهم بالشفافية والوضوح، لذا يجب التأكيد بأن سلوكيات المنظمة هي انعكاس للأهداف المعلنة.
- ٣- **العدالة:** حيث تمثل عملية تحقيق العدالة في العلاقات بين المنظمات و جماهيرها تحديًا للإدارة والأفراد والمنظمات، وذلك بسبب التباين في إدراك العلاقات العامة لما يمكن اعتباره عدلاً من وجهة نظر الجماهير ويحقق مصالحهم من جانب، وإدراكها لأداء المنظمة وبرامجها الاتصالية من جانب آخر، لذا يتوجب إجراء بحوث لتحديد وتحليل آراء الجماهير وتوقعاتهم لسلوك المنظمة.
- ٤- **الاتصال المستمر لبناء العلاقات:** فهناك هدف آخر للاتصال مرتبط ببناء علاقات مع الجماهير، لذا يجب تصميم رسائل تخاطب الحاجات الشخصية للأفراد، وإحدى هذه الحاجات أن يشعر الفرد بأنه مهم للمنظمة.

٥- الاهتمام المستمر بالصورة الذهنية: يساعد تحليل الصورة الذهنية للمنظمة في عملية التغيير، ويعد تحليل الصورة عملية معقدة تتطلب بحثاً موضوعية مستمرة، هناك عوامل عديدة تتداخل في تحليل الصورة (حجم المنظمة، وتنوع العاملين، والتباين في أنماط الإدارة، والانتقاء).

ثالثاً: نموذج بيرسون Pearson

يقوم هذا النموذج على افتراض أن العلاقات العامة تعتمد في صناعة القرار على الحوار بين المنظمة وجماهيرها، وخلص بيرسون إلى أن المنظمة تتعرض للمخاطر عندما تعتمد على الحوار في اتجاه واحد "من المنظمة – الجماهير"، أي أن هذا النموذج يدعم رؤية أن العلاقات العامة الحقيقية لا تتحقق إلا إذا وصلت المنظمة إلى مستوى الاتصال المتماثل والمفتوح في اتجاهين، وتمكنت من تحقيق نوع من التكيف مع بيئتها الخارجية. ويتطلب الحوار وفقاً لبيرسون "تحقيق أربعة شروط أساسية وهي (الصالح، ٢٠١٥):

- ١- أن يكون للمشاركين في الحوار فرص متساوية في طرح الأفكار والمبادرات، والتأكيد على رؤاهم وأفكارهم.
- ٢- أن تكون للمشاركين فرص متساوية في تقديم تفسيرات وتوضيحات.
- ٣- التفاعل والحوار بين المشاركين يجب ألا يخضع لسيطرة طرف آخر.
- ٤- يكون لكل الأطراف المشاركة في الحوار درجة متساوية في السلطة.

ثالثاً: الإعلام الأمني

١- ٢- ٣ الإعلام الأمني وعلاقته بوسائل الإعلام

في ظل التطور العام في المجالات كافة، لم يعد الإعلام قادراً على مواكبة التطور الجذري والعميق في مفهوم الأمن، وبالرغم من وجود دراسات تطرقت إلى العلاقة بين الإعلام والأمن، لا توجد دراسات كثيرة عُنيت بموضوع الإعلام الأمني، ما جعل المصطلح في حد ذاته غامضاً لدى بعض الدارسين.

فمع تطور الحياة والمجتمعات بشكل عميق، لم تعد وسائل الإعلام الجماهيري التقليدية كفيلة بمواكبة التطور المقابل في مفهوم الأمن ومتطلباته، وهو ما استدعى بروز مجال جديد يتمثل في الإعلام الأمني.

وقد ساعد ظهور الإعلام الجديد في تداول المعلومات والأخبار بمرونة وسهولة من خلال الشبكة العنكبوتية، وهو ما استفاد منه حقل الإعلام الأمني، ويشير المفهوم للوهلة الأولى إلى العلاقة بين الإعلام والأمن (سعود، ١٩٩٨).

فالوسيلة الإعلامية على اختلاف نوعها (مقروءة، سمعية، سمعية وبصرية) تسهم في تعزيز المعرفة الأمنية، وقد تنوعت تعريفات الإعلام الأمني بالنظر إلى تنوع زوايا النظر لدى كل باحث.

فمنهم من يرى أن الإعلام الأمني هو "كافة الأنشطة الإعلامية المقصودة والمخطط لها، وما يتم إعداده من رسائل إعلامية بهدف إلقاء الضوء والتعريف بجميع الجهود والإنجازات التي تحققها وزارة الداخلية في إطار استراتيجيتها الأمنية الشاملة، عبر جميع وسائل الإعلام والاتصال المختلفة" (الجحني، ٢٠٠٠، ص ٢٢).

فيما عرفه (الحربي، ٢٠١١) بأنه تلك النشاطات الاتصالية والإعلامية المتخصصة التي توجهها الأجهزة الأمنية لتوعية المواطنين والمقيمين والزوار عبر وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى توجيههم لكيفية المشاركة الإيجابية في تلك الجهود الأمنية لضمان بيئة أكثر أمناً واستقراراً.

من خلال التعريفات السابقة، يمكن استنتاج أن الإعلام الأمني هو إعلام هادف، يعتمد على أسلوب التوعية ونشر ثقافة المسؤولية الأمنية لدى الأفراد، ما يؤدي إلى المساهمة المشتركة في حفظ الأمن.

ويعد الإعلام الأمني نمطًا من أنماط الإعلام الهادف لخدمة المجتمع، وأحد الموضوعات العصرية المهمة، ولا سيما بعد التطور الهائل في وسائل الاتصال والمعلومات بعد أن اتسعت مجالات استخدام الإعلام، لتشمل موضوعات عديدة منها الموضوعات الأمنية (الجابري، ٢٠١١).

إذ يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم خدمات جليلة لزيادة الوعي الأمني في المجتمع، حيث يحق لهذا الأخير أن يعرف عبر القنوات الإعلامية ما يدور حوله من أخبار، فعندما تنتشر وسائل الإعلام الأخبار والمعلومات عن الظواهر الإجرامية التي يشهدها المجتمع فإنها تعطي تحذيرًا من الخطر المحدق به، ما يساعد على درء الخطر (الجابري، ٢٠١١).

كما يتيح النشر للأفراد فرصًا للإحساس بالخطر والاستعداد لمواجهة، لذا يسعى المسؤولون عن الأمن إلى توظيف هذه الوسائل، وذلك لما لها من دور في تشكيل الوعي الأمني ونشره والمحافظة على توحيد المجتمع ودعوته إلى التمسك بالقيم الأخلاقية والدينية (الجابري، ٢٠١١).

٢-٢-٣ وظائف الإعلام الأمني

إن أهم وظيفة للإعلام الأمني هي إعطاء صورة ذهنية إيجابية لدى المواطنين عن مختلف المؤسسات والأجهزة الأمنية، باعتبارها موجهة للمصلحة العامة، من خلال التعاون مع وسائل الإعلام الأخرى بإعداد الأخبار والبيانات المتعلقة بالجوانب الأمنية والتغطية الإعلامية للأحداث المتعلقة بالمؤسسات والأجهزة الأمنية كافة (السرطان، ٢٠٠١).

بالإضافة إلى تقريب وجهات النظر والتعريف بالأنشطة التي تقدمها للمواطنين، وتوعية المواطنين بكل ما هو جديد حول الجانب الأمني، وغرس مفاهيم أمنية من شأنها تحصين المواطنين من الوقوع في الجريمة أو الانجرار نحو الشائعات والقدرة على الخروج من الأزمات بأقل الخسائر (السرطان، ٢٠٠١).

ويمكن تحديد وظائف الإعلام الأمني فيما يلي:

١- **وظائف عامة:** باعتبار الإعلام الأمني هو أحد أنواع الإعلام المتخصص، فإن أهم وظائفه تكمن في الإعلام بشكل عام من خلال إمكانية تدفق المعلومات الصحيحة للمواطنين بالتعاون مع وسائل الإعلام، وبأسرع وقت ممكن، بغرض عدم التعرض للإشاعات والتأويلات والوقائع الخاطئة (ميرازا، ٢٠٠٦).

ومن الوظائف العامة للإعلام الأمني وظيفة التنشئة الاجتماعية والتنقيف التي تهدف لبث روح المسؤولية والتوعية الأمنية عن طريق نشر وبث كل ما من شأنه تبصير الجماهير بواجبها من الناحية الأمنية، ووظيفة التوجيه والإرشاد التي تهدف لخلق مناخ أمني صحي عن طريق توعية المواطن بما يحيط به من ظواهر وأحداث (ميرازا، ٢٠٠٦).

ويتم ذلك بتقديم المعلومات الأمنية التي تساعده على اتخاذ القرارات السليمة، وأخيرًا وظيفة الإعلان التي لا ترتبط بالإعلان التجاري، وإنما الإعلان عن بعض الإجراءات الجديدة، أو الإعلان عن مفقودين أو عن حدث أمني حصل أو سيحصل (ميرازا، ٢٠٠٦).

٢- **وظائف خاصة:** وتتمثل هذه الخصائص في كون الإعلام الأمني إعلامًا متخصصًا يختلف في مجاله عن باقي أنواع الإعلام الجماهيري العام، كالتعاون مع الأجهزة الإعلامية فيما يخص متابعة ما تقوم ببثه ونشره، والتعاون مع الأجهزة الإعلامية بصناعة التقارير والأخبار والقصص الصحفية الهادفة التي من شأنها أن تلقي الضوء على الأحداث الأمنية وتصحيح المفاهيم الخاطئة (خصور، ١٩٩٩).

وكذلك دعم الأجهزة الأمنية من خلال رصد ما تقوم به المؤسسة الأمنية من إنجازات والإسهام في تطوير الاستراتيجية الأمنية ودعم اتخاذ القرار، ومحاولة دعم التواصل بين أبناء المؤسسة الأمنية بعضهم مع بعض، والاهتمام بفئات الجمهور الداخلي والخارجي، وتعميق روح الانتماء والاتصال المباشر بهم، وكذلك تتبع آراء المواطنين وشكاواهم (خصور، ١٩٩٩).

وتكمن أهمية الإعلام الأمني في أنه لا يقف عند حد نقل المعلومات الأمنية إلى الجمهور، بل يسعى إلى تأسيس وعي أمني يثري الروح المعنوية والمادية لكل مقومات النجاح التي تكفل الالتزام بالتعليمات والأنظمة من أجل سلامة الإنسان وأمنه في شتى مجالات الحياة، الأمر الذي أوجب التعاون بين مختلف قطاعات الدولة لخدمة استقرار هذا الأمن (الحقباني، ٢٠٠٦).

وللإعلام الأمني أهمية بالغة تكمن في أنه يقرب وجهات النظر ويحاول بناء رأي موحد حول القضايا الأمنية، بما يدعم الجهود الرسمية الرامية إلى مواجهتها.

كما يعمل الإعلام الأمني على تزويد المواطنين بالمعلومات الأمنية التي من شأنها أن تساعدهم على مسابرة التطور والتقدم في جميع الميادين (عدلي، ٢٠٠٦).

كما أن الاهتمام بالإعلام الأمني من شأنه أن ينقل المواطنين من مرحلة التقليد إلى مرحلة أكثر تطوراً، ويشكل الإعلام الأمني مدخلاً لعرض القضايا الأمنية على المواطنين، وبالتالي يسهل التعامل معها وتقبلها (عدلي، ٢٠٠٦).

وقد تحدث (الحوشان، ٢٠٠٤) حول أهمية الإعلام الأمني بالقول إنه يستمد أهميته من حياة الشعوب والدول على اختلاف درجات ووعيها وتطورها، إضافة إلى أنه يكتسب أهميته من جوهره المتمثل في الأمن ومن أهميته في استقرار الشعوب وحياتها وقدرتها على مواكبة التطور والازدهار، فشعور الفرد بالأمن يدفعه إلى العطاء المستمر والإسهام في حركة التقدم والبناء.

وتكمن أهميته في حاجة الأجهزة والمؤسسات الأمنية إلى تعاون المواطنين معها، ليحدث عملية تكاملية بين المواطنين والإعلام الأمني، كما يزيد من الارتباط بين وسائل الإعلام والمجال الأمني، وغياب هذا الارتباط يؤدي لفقد المجتمع عنصرًا مهمًا من العناصر المطلوبة لوعيه وتقدمه (الحوشان، ٢٠٠٤).

كما تظهر أهميته في المؤسسات الأمنية التي تسعى لتعريف الجمهور الداخلي على أهداف المؤسسة الأمنية التي يعملون فيها وأهميتها وأنشطتها، ومحاولة تقريب وجهات النظر بين دوائر المؤسسة الأمنية، وتشكيل حلقة وصل بين الجمهور الداخلي للمؤسسة أو الجهاز الأمني والجمهور الخارجي لإحداث التناغم المطلوب، إضافة إلى الوقائية باعتبار التوعية هي السبيل الأمثل للوقاية من مختلف المخاطر الأمنية التي قد تحيط بالفرد.

٣-٢-٣ خصائص الإعلام الأمني

مع التطور في مجالات الحياة، لم يعد الإعلام الجماهيري العام قادرًا على مواكبة التطور الجذري والعميق في مفهوم الأمن، وبالتالي كان لا بد من وجود إعلام أمني متخصص في القضايا الأمنية، ولهذا الإعلام المتخصص خصائص يتميز بها عن الإعلام الجماهيري العام، وهي على النحو التالي (خضور، ٢٠٠٥):

١- خصوصية الحياة الأمنية أو المجال الأمني: فكما ضاق مفهوم الأمن ضاقت الحياة الأمنية واتسعت واغتننت، فأصبح المجال الأمني غنيًا، متنوعًا، ومعنيًا بالكثير من المجالات في حياة الشعوب، فانعكس هذا التطور على الجمهور المعني بالإعلام الأمني ليؤثر ويتأثر به.

٢- الموضوع الأمني: إذ يتميز الموضوع الأمني بأنه حساس جدًا، بسبب ارتباطه بأمن الفرد والجماعة أو صلته الوثيقة بقيم ومعايير واتجاهات الفرد والجماعة، ويمتاز الإعلام الأمني بالشمولية والاتساع نتيجة اتساع إطاره الأمني، وحساسية الآثار المترتبة على نشره والخوض فيه، ومخاطر تسريب معلومات من شأنها أن تؤدي إلى الإشاعة، والدقة في تفسير الوقائع والمعلومات.

٣- جمهور الإعلام الأمني: يتسم جمهور الإعلام الأمني بسمات تتمثل في تنوعه، وكثرته، وتفاوت درجات تركيز فئاته، وتباين حاجاته.

٤- كادر الإعلام الأمني: حيث يشترط في الكادر الإعلامي الأمني أن يكون ذا خبرة وتأهيل في مجال الإعلام الأمني المتخصص، يستطيع التفرقة بينه وبين الإعلام الجماهيري العام.

٥- مصادر الإعلام الأمني: حيث تعد المصادر الرسمية هي المصادر الرئيسية للإعلام الأمني، وتخضع المصادر الرسمية لأنظمة وقوانين وقواعد تضبطها، تجعلها في بعض الأحيان غير متعاونة ومتكتمة، ويعود ذلك لاعتبارات أمنية تتعلق بطبيعة الحدث الأمني، والمصادر الخاصة للإعلام الأمني ويقصد بها الأشخاص والمؤسسات التي وقع معها الحدث الأمني.

وبالإضافة للخصائص السابقة للإعلام الأمني فهو إعلام هادف، يهدف للتأثير بالآخرين في المجال الأمني، وهو إعلام صادق متعاون مع وسائل الإعلام الجماهيري، وإعلام تفاعلي يهدف لتحقيق التفاعل الإيجابي بين الجمهور والمؤسسة الأمنية (عصمت، ٢٠٠٥).

٤-٢-٣ إشكالية العلاقة بين الأمن ووسائل الإعلام

إن الإعلام الأمني أصبح مفهومًا متخصصًا، نشأ نتيجة التداخل بين الإعلام كعلم ووظيفة، والأمن كغاية ووظيفة، فأصبح من الضروري كسر الحاجز بين رجل الأمن ورجل الإعلام في سبيل الحصول على المعلومة الدقيقة والحديثة التي لا تُفضي إلى الإشاعة (يزيد، ٢٠٠٧).

ويتوقف وجود إعلام أمني ناجح وفاعل على مدى استيعاب المؤسسة الأمنية لأهميته، ويعتمد في تغذيته على مدى تعاون الوسائل الإعلامية التي تقدم المادة الإخبارية والحقائق إلى الجمهور، ما يحقق الانسجام التام بين رجل الأمن ورجل الإعلام (يزيد، ٢٠٠٧).

والأصل أن تكون العلاقة بين كل من رجل الأمن ورجل الإعلام علاقة ارتباطية، بسبب التغيير الجذري والعميق في مفهوم المسؤولية الأمنية، بحيث أضحت الأمن مسؤولية تضامنية تشارك فيها مختلف الجهات الرسمية والأهلية (عبده، ١٩٩٢).

فالإعلام الجماهيري بمختلف أنواعه يلعب دورًا بارزًا في دعم عمل المؤسسات الأمنية، كما أنه أداة رئيسية في التوعية والتثقيف وفي بث نشاطات المؤسسة الأمنية، وكل هذا يفضي إلى حقيقة لا شك فيها وهي ضرورة توثيق العلاقة بين الإعلام والأمن (عبده، ١٩٩٢).

إن وسائل الإعلام تستمد قوتها من المعلومة، وفي الموضوع الأمني، فإنها تبقى رهينة للمصادر التي تزودها بالمعلومات، وهي المؤسسات الأمنية التي تمتلك المعرفة والحقائق أثناء الحدث الأمني، ولا شك أن الإعلام له تأثير بالغ على الأمن، فالإعلام يقوم على مخاطبة الجماهير، والأمن شعور يحس من خلاله الفرد بالأمن والاطمئنان (الحريري، ١٩٩١).

لذلك، فإن مخاطبة هذا الشعور من خلال وسائل الإعلام تؤثر تأثيرًا بالغًا وسريعًا، فقد يصنع هذا التأثير صورة إيجابية عن المؤسسة الأمنية، وقد يكون العكس بإحداث تأثير سلبي لا يخدم الأمن والمؤسسة الأمنية، الأمر الذي يؤدي إلى تقليل أهمية المؤسسة الأمنية وإظهارها بغير مظهرها الحقيقي (الحريري، ١٩٩١).

ومن هنا ندرك أهمية قيام المؤسسة الأمنية بالتنسيق مع وسائل الإعلام، ويكمن ذلك في التزام وسائل الإعلام بأنواعها كافة- باستقاء المعلومات من المصدر الأصلي في المؤسسة الأمنية وعدم الانجرار خلف الإشاعات للحصول على السبق الصحفي. من جانبها، على المؤسسة الأمنية أن تقوم بتزويد وسائل الإعلام بالمعلومات لعدم إتاحة الفرصة لإحداث الإشاعات والبلبلّة (يزيد، ٢٠٠٧).

إن اختلاف فلسفة وأخلاقيات كل من رجل الأمن ورجل الإعلام في النظر بالحدث الأمني وأسلوب معالجته إعلاميًا من شأنه أن يؤدي إلى حدوث شرخ بينهما، فهذه الفجوة أحدثت تراشقًا إعلاميًا، حيث يرى رجل الأمن أن الإعلاميين متسرعون ولا يميلون إلى التريث في الحصول على المعلومات، وأنهم يبحثون عن السبق الصحفي والإثارة (فلاح، ١٩٩٩).

وقد يعتقد رجل الأمن أن الإعلامي لا يفرق بين ما يذاع وينشر، ويهتم بالتفاصيل التي من شأنها أن تضيق العدالة في الحدث الأمني، ويرى رجل الإعلام أنه يملك حرية إعلامية تساعد على تحقيق العدالة، ويعتقد رجل الإعلام أن رسالة الإعلام الأمني هي مسؤولية رجل الأمن وحده، بينما هي رسالة عامة مشتركة يجب أن يقوم بها أفراد المجتمع ومؤسساته كافة (فلاح، ١٩٩٩).

٥-٢-٣ استراتيجيات الإعلام الأمني

بالنظر إلى طبيعة الوظيفة التي يضطلع بها الإعلام الأمني عن طريق الحث على المشاركة في إقرار الأمن والتوعية الجماهيرية وإيجاد برامج موحدة تُصنع بحرفية وعناية لتوجيه الرأي العام الداخلي والخارجي، فإنه من المناسب تبني الاستراتيجيات التالية (الشرعة، ٢٠٠٥):

١- الاستراتيجية الديناميكية النفسية: تقوم هذه الاستراتيجية على الافتراضات الأساسية لعلم النفس، أي على فكرة أن السيطرة على السلوك داخليًا يتم وفقا لصيغة التعليم الأساسية: المؤثر- الفرد- الاستجابة، وعليه يمكن أن تتباين سلوكيات أشخاص كانوا قد تعرضوا للمؤثر نفسه (الشرعة، ٢٠٠٥).

وتركز هذه الاستراتيجية على العوامل المكتسبة لدى الفرد والتي تضم: المفاهيم، الاحتياجات، الدوافع، المعتقدات، أسباب القلق، المصالح، القيم، الآراء والمواقف، كمزيج معقد من مكونات سوسولوجية وجدانية وإدراكية قابلة للتعديل، عكس الخصائص البيولوجية التي من الصعب أو المستحيل تعديلها (روكيتش، ٢٠٠٢).

وإذا كانت العواطف تمثل أساسًا واضحًا لاستراتيجيات الإقناع والقدرة على التأثير، فإن النظرية الديناميكية النفسية تركز أكثر على العوامل الإدراكية لكونها عوامل مكتسبة يمكن استخدامها في عملية التطبيع الاجتماعي والترويج لتعليم جديد يعدل من السلوك أو يُكون سلوكًا جديدًا (روكيتش، ٢٠٠٢).

٢- الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية: تقترح هذه الاستراتيجية تقديم رسائل إعلامية مقنعة، تحدد أو تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع، بحيث يؤدي ذلك إلى تعديل في السلوك الاجتماعي (الشرعة، ٢٠٠٥).

والفكرة الأساسية لهذه الاستراتيجية هي أن السلوك الفردي تسيطر عليه ضوابط وتوقعات اجتماعية داخل النظم الاجتماعية، وبالتالي فإن إقناع الفرد يأتي بخلق تعديل في الضوابط

الثقافية الاجتماعية داخل المجتمع وإعادة صياغتها بما يخدم تحقيق أمن المواطن ومصالحه (روكيتش، ٢٠٠٢).

إن الشخص الذي نشأ في مجتمع أو جماعة لا تحترم إشارات المرور قد يغير سلوكه إذا انتقل إلى بيئة اجتماعية يراعي أعضاء الجماعة فيها قانون المرور، وتقوم فيها وسائل الإعلام بدورها في الإخبار بأهمية احترام القانون وعقوبة اختراقه (مصباح، ٢٠٠٥، ص ٥٣).

٣- **استراتيجية إنشاء المعاني وبنائها:** تقوم هذه الاستراتيجية على أن التأثير الإعلامي أو الإقناع يحدث عندما تنجح وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالإنسان، وإكسابها معاني جديدة، ذلك أن وسائل الإعلام تعمل على خلق صور ذهنية عن العالم في أذهان الناس، تجعلهم يتصرفون بناء على هذه الصور والرموز، وبالتالي تحدد سلوكياتهم تجاه القضايا التي تعالجها وخاصة الأمنية منها (بول، ٢٠٠٢).

٤- **استراتيجية الموقف المشكل:** يستخدم رجال الإعلام هذه الاستراتيجية كتقنية سليمة أثناء حدوث أزمات أمنية وكوارث قد تهدد الأمن العام للدولة، وتتميز هذه الاستراتيجية عن سابقتها في كونها لا تهدف إلى تحقيق الإقناع بشكل مباشر، بل إلى مساعدة الجمهور على متابعة الأحداث وتحليلها كمقدمة لتشكيل الرأي والرأي العام (شقران، ١٩٨٨، ص ٤٥).

كما أنها تستخدم لتقييم مدى كفاءة وفاعلية النظام الإعلامي ووحداته المختلفة في القيام بدوره ووظائفه في توفير المعلومات وحرية تداول الآراء أثناء تعرض الدولة لتهديدات وأخطار على أمنها، سواء كانت من إنتاج الأوضاع الداخلية المحلية، أم من جهات خارجية لها القدرة على اختراق المجتمع وقيمه (شقران، ١٩٨٨، ص ٤٥).

٦- ٢- ٣ مرتكزات الإعلام الأمني في فلسطين

يعتمد الإعلام الأمني في سبيل تحقيق أهدافه التوعوية والتوجيهية والتنقيبية وغيرها، على مجموعة من الأسس والركائز التي يجب أن يتقيد بها العمل الإعلامي بشكل عام والمضامين الإعلامية الأمنية بشكل خاص.

ويمكن تلخيص بعض هذه الركائز المتبعة في العمل الإعلامي الأمني على النحو التالي (الدعجة، نجم، والشرماني، ٢٠١٦):

- ١- تحسين الصورة الذهنية عن المؤسسة الأمنية بما يحقق الرضا ويخلق الثقة ويوطد التعاون بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية.
- ٢- الصدق والشفافية في نشر الحدث الأمني، القائم على فحص الحقائق وتقديمها بصورتها الحقيقية للجمهور.
- ٣- الاستخدام المناسب والمتوازن لوسائل الإعلام، نظرًا لتباين هذه الوسائل في درجة تأثيرها ووزنها على الجمهور، وبالتالي اختيار تلك التي تتفق مع المضمون الأمني.
- ٤- تحقيق أمن المجتمع من خلال دعم العمل الأمني كركيزة أساسية في عمل الإعلام الأمني الهادف لتوعية الجماهير وإشاعة الأمن.
- ٥- التشريعات والقوانين، حيث تمثل أهم مرتكزات الإعلام الأمني.
- ٦- الثقافة الاجتماعية والعادات والتقاليد.

٣-٢-٧ الإعلام الأمني وتجربته في فلسطين

في ظل المتغيرات الأمنية والمستجدات التي حدثت في الساحة العالمية، أدركت الدول العربية ضرورة وجود نظام أمني يدعم جهود المؤسسات الأمنية في الدول العربية ويدافع عن شعوبها ويعمل على توعيتها من أنواع الجرائم كافة، ونتيجة ذلك فقد تم إنشاء المكتب العربي للإعلام الأمني في تونس عام ١٩٩٣ ومقره القاهرة (العرب، ٢٠٢١).

وفي فلسطين على وجه الخصوص، ورغم الحالة التي يعيشها الشعب الفلسطيني وتعييدات قضيته التي سببها "الاحتلال الإسرائيلي" فإن التجربة الفلسطينية في مجال الإعلام الأمني تستحق الدراسة في وقت أثبت فيه أن السيطرة على وسائل الإعلام والمعلومات في ظل التطور الكبير في عالم الاتصالات هي ضرب من الخيال (الغصين، ٢٠١٢).

إن أمن المجتمع مسؤولية جماعية وليست مسؤولية الإعلام الأمني وقطاع الأمن وحده، وقد لعب الإعلام الأمني الفلسطيني دورًا رئيسيًا في النضال الوطني الفلسطيني للاستقلال والتحرر وبناء مؤسسات الدولة، وفي التوعية الأمنية الفلسطينية، ولم يتعارض الإعلام الأمني الفلسطيني مع الإعلام المهني القائم على الحقيقة والموضوعية والمصداقية (محسن، ٢٠١٣).

ففي عام ٢٠٠٨م أصدر الرئيس الفلسطيني محمود عباس "أبو مازن" مرسومًا رئاسيًا بتعيين ناطق رسمي باسم الأجهزة الأمنية كخطوة أولى لتفعيل دور الإعلام الأمني وزيادة الاهتمام به، ومن ثم أصبح لكل جهاز أمني مكتب إعلامي خاص به (محسن، ٢٠١٣).

وبالرغم من أهمية الإعلام الأمني في تحقيق الأمن والاستقرار وتقليص الفجوة بين المؤسسة الأمنية والجمهور، إلا أن هذا الدور يتقلص بسبب بعض المعوقات التي يمكن إجمالها في (أحمد، ٢٠١٨):

- ١- احتلال "إسرائيل" وسيطرتها على الأراضي الفلسطينية، فهذا يشكل العقبة الأولى في محاولة تطور الشعب الفلسطيني من جميع النواحي، وخصوصاً الأمن والإعلام.
- ٢- نقص الإمكانيات البشرية والافتقار إلى فلسفة أمنية إعلامية، كنقص الخطط والاستراتيجيات والنظريات التي يقوم عليها الإعلام.
- ٣- انخفاض الوعي بين أفراد المجتمع حول أهمية رسالة الإعلام الأمني، باعتبارها رسالة لأفراد المجتمع كافة، لا للعاملين في مجال الإعلام أو الأمن.
- ٤- الاعتماد على غير المتخصصين في الإعلام الأمني، ما من شأنه أن يؤدي إلى نتائج كارثية وعكسية.
- ٥- مشكلة الحدث الأمني نفسه، إذ إن بعض الأحداث الأمنية تتطلب التكتّم على الحدث الأمني.
- ٦- المشاكل التقنية من عدم توفر أجهزة إعلام أمني حديثة تساعد على إيصال الرسالة الإعلامية بسهولة.
- ٧- شح التدريب المناسب للعاملين في أجهزة الإعلام الأمني.
- ٨- قلة المتخصصين في مجال إعداد حملات إعلام أمني فعالة من شأنها تغيير اتجاهات الجماهير وسلوكهم وتوجيههم.

٨-٢-٣ العلاقات العامة والإعلام الأمني

تسعى العلاقات العامة إلى إيجاد توافق وتفاهم بين أفراد المجتمع ومنظماته، وتهدف العلاقات العامة لتحقيق الانسجام بين أفراد المؤسسة (جمهورها الداخلي) وتكوين صورة ذهنية وانطباعات إيجابية عنها.

وتعد ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بشكل إقناعي ومتفاعل من ضروريات العمل الأمني وأساسياته، حيث تعرف العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بأنها فن إبراز الجهود الصادقة التي تؤديها المؤسسات الأمنية للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم، ولكسب تعاون وتأييد أفراد المجتمع مع المؤسسات الأمنية (ارزيقات، ٢٠١٦).

فعمل العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية يبني على التواصل بالإعلام الأمني والتعاون معه لكسب التأييد العام لأنشطة المؤسسة الأمنية وتحسين الصورة الذهنية لدى الجماهير الداخلية والخارجية، وتتم من خلال ثلاث مراحل (أحمد، ٢٠٠٦):

١- إعلام الجمهور.

٢- إغراؤه لتعديل اتجاهاته وتصرفاته.

٣- بذل الجهود للتوفيق بين هذه الاتجاهات.

وبالتالي فإن العلاقات العامة والإعلام الأمني يقومان بدور متكامل في المؤسسات الأمنية، من خلال محاولة كسب احترام الرأي العام ومعرفة السبل لتبصير الجمهور وكشف الحقائق، لا عن طريق فرض أساليب خاصة في مخاطبة الجمهور.

وتتم عملية التنسيق بين العلاقات العامة والإعلام الأمني داخل المؤسسات الأمنية عن طريق النشاط الداخلي للعلاقات العامة القائم على تصحيح الأخطاء، أو عن طريق النشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل التعبير والنشر الممكنة.

رابعاً: الرضا الوظيفي

١- ٢- ٤ مقدمة

إن نجاح أي مؤسسة يعتمد بشكل أساسي على مدى فاعلية الموارد البشرية فيها، ومن الطبيعي أن تزيد الفاعلية كلما تحقق الرضا الوظيفي للموارد البشرية العاملة في المؤسسة، فهناك علاقة طردية بين الرضا الوظيفي وأداء العاملين، إذ إنه كلما زاد مستوى الرضا الوظيفي سيعود ذلك بالإيجاب على مصلحة المؤسسة (عبد الشكور، ٢٠٢١).

وينطبق ذلك بشكل خاص على المؤسسات التي تعمل على تقديم خدمات متميزة للجمهور المستفيد منها، لذلك يعد تحسين مستوى الأداء الوظيفي مطلباً هاماً تسعى إليه كل منظمة، وذلك من خلال محاولاتها الدائمة للعمل على تعزيز الرضا الوظيفي وتدعيمه وترسيخ الولاء التنظيمي لدى العاملين فيها (عبد الشكور، ٢٠٢١).

وتعد دوائر العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعات الواجهة الأولى التي تقوم بتقديم الخدمات المعلوماتية للجمهور المستفيد (الداخلي والخارجي) بما يتفق مع أهداف الجامعة، لذلك يحتل العنصر البشري العامل في هذه الدوائر الأولوية في اهتمامات الإدارة في الجامعات.

ويرى (عليان، ٢٠٠٤) أنه مهما توافر لأي دائرة أو قسم في مؤسسة ما من موارد مادية ومالية وتكنولوجية وهيكل تنظيمية، فإنها كلها تبقى خامات لا بد من وجود العنصر البشري لاستثمارها بطريقة تخدم أهداف هذه الدائرة أو هذا القسم.

إن موضوع الرضا الوظيفي حظي باهتمام كبير من جانب الباحثين والمتخصصين في هذا المجال، وتعد نظرية الإدارة العلمية النظرية الرائدة التي حاولت تفسير الرضا عن العمل ومسبباته وعوامله، واهتمت على يد روادها فيبر وفايول وتايلور بالحوافز المادية باعتبارها الحافز الوحيد المحقق للرضا عن العمل (خيرة، ٢٠١٩).

وفي الجهة المقابلة، نجد أن مدرسة العلاقات الإنسانية أولت النواحي الإنسانية للعاملين في أي مؤسسة اهتمامًا كبيرًا، فقد جاءت تجارب هوثورن لتؤكد أن العوامل المادية لم تكن الحافز الوحيد المحقق للرضا عن العمل، بل إن هناك عوامل متعددة كان لها كبير الأثر في تحقيق الرضا (خيرة، ٢٠١٩).

٢-٢-٤ مفهوم الرضا الوظيفي

لقد تعددت تعريفات الرضا الوظيفي بحيث أصبح الإجماع على تعريف واحد أمرًا في غاية الصعوبة، ويرجع ذلك إلى تعدد المدارس والأبحاث التي تناولت الموضوع من زوايا مختلفة وربطته بمواضيع متعددة.

فوجد أن كامبل وسكارابيل (شروف، ٢٠١٦) قد عرفاه بأنه حصول الفرد على مكافأة إضافية عما كان متوقعًا الحصول عليه، وجاء في تعريف هيربيرت أنه إدراك الكادر البشري بما هو كائن وما يفترض أن يحققه منصبه من ناحية أخرى، ويعتمد ذلك على مشاعر القوة العاملة تجاه عمل الكادر.

ويعرف أبو شيخة الرضا الوظيفي بأنه الاتجاه الإيجابي نحو الوظيفة التي يعمل فيها الفرد مقابل الشعور بالرضا عن مختلف العوامل البيئية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والفنية المتعلقة بالوظيفة (أبو شيخة، ١٩٩٨).

في المقابل عرفه محمد حافظ حجازي بأنه الشعور الإيجابي المتكون نتيجة الرضا عن الراتب وفرص الترقية وساعات العمل والعلاقة مع المرؤوسين والزملاء، والرضا عن العمل يمثل ردود فعل عاطفية إيجابية ولكنها مؤقتة لا تتصف بالديمومة والثبات، وإنما تتغير وتتماشى مع ظروف العمل (الحربي، ٢٠٠٦).

أما تعريف هوبيك للرضا الوظيفي فهو أنه الاهتمام بالظروف المادية والنفسية والبيئية والاجتماعية التي تجعل الفرد يقول من أعماقه بصدق إنه راضٍ عن وظيفته، وبعبارة أخرى فإن الرضا يقابله التكافؤ، ويرى (الصريفي، ٢٠٠٧) أنه المساواة بين ما تقدمه الوظيفة للفرد من ارتياح وانسجام ومكانة مع ما يقع على عاتق الفرد من مهام داخل وظيفته، بمعنى المزايا والفوائد المرجوة من الوظيفة مقابل العمل بها.

٣-٢-٤ أهمية الرضا الوظيفي

يرتبط الرضا الوظيفي بالعنصر البشري للمنظمة، وهو الأساس الذي تقوم عليه أي مؤسسة، بحيث لا قيمة لمؤسسة خدمتية دون عنصر بشري، ولا يمكن تسويق أي خدمات للجمهور الخارجي بصورة مثالية دون عملية إرضاء الجمهور الداخلي، وتظهر أهمية الرضا الوظيفي في أنه يدعم تحقيق التوافق الاجتماعي والنفسي للفرد الذي بدوره يقود لعمل ناجح وإنتاجية مضاعفة (دلال وخيرة، ٢٠١٩).

وتشير (حسن، ٢٠٠٤) إلى أن رضا العاملين يؤدي إلى إرضاء الزبائن وبناء علاقة جيدة معهم والاحتفاظ بهم، وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة، ويساعد رضا العاملين أيضاً في زيادة انتمائهم للخدمة وبقائهم فيها.

ويمكن تلخيص أهمية الرضا الوظيفي بالنسبة للعاملين والمؤسسة والمجتمع في التالي (دلال وخيرة، ٢٠١٩):

● الأهمية بالنسبة للعاملين ومن نتائج ذلك (دلال وخيرة، ٢٠١٩):

١. زيادة الانتماء والثقة لدى الفرد العامل في المؤسسة.
٢. الطموح يؤدي إلى إشباع حاجاته الشخصية.
٣. التخفيف عن العامل والتقليل من الضغوطات التي تقع عليه.
٤. رفع الروح المعنوية التي بدورها تؤدي إلى العمل بجد.
٥. القدرة على التواصل بين العاملين بسلاسة.

٦. الشعور باحترام الذات.

٧. زيادة الإبداع والابتكار.

٨. تطور العاملين

● نتائج الرضا الوظيفي بالنسبة للمؤسسة (دلال وخيرة، ٢٠١٩):

١. كلما شعر العامل بالرضا الوظيفي زادت نسبة الولاء لمكان العمل الذي يعمل فيه.

٢. الحصول على طاقات العاملين ومواهبهم على أكمل وجه.

٣. يعد العاملون سفراء للمؤسسة أينما ذهبوا.

٤. يشكلون حاجزًا منيعًا وقت الأزمات والإشاعات.

٥. عدم التفكير بترك العمل.

٦. عدم التغيب عن العمل.

● نتائج الرضا الوظيفي على المجتمع (دلال وخيرة، ٢٠١٩):

١. ارتفاع معدلات الخدمات والكفاءات.

٢. تقليل البطالة من خلال الاعتماد على الأيدي العاملة المحلية.

٣. ارتفاع معدل الازدهار والتنمية للمجتمع.

٤. زيادة الاستقرار الأسري وبالتالي استقرار المجتمع.

٥. انخفاض معدل الجرائم والإشاعات.

٤-٢-٤ محددات الرضا الوظيفي

يتحدث ناصيف عبد الخالق في كتابه "الرضا الوظيفي وأثره على إنتاجية العمل" عن عوامل الرضا الوظيفي ومحدداته التي نلخصها في (الخالق، ١٩٨٦):

١- عوامل ذاتية ترجع لمهارات العاملين أنفسهم وقدراتهم ومؤهلاتهم، فقد أظهرت الدراسات أن هناك أشخاصًا يميلون بطبيعتهم إلى الرضا أو الاستياء، ومن مسببات ذلك احترام الذات، والشخصية النرجسية، وتحمل ضغط العمل.

٢- عوامل تنظيمية تتعلق بقوانين العمل وظروفه وشروطه، وأنواع الحاجات النفسية والمادية كافة التي تقدمها المؤسسة للكادر البشري الخاص بها لتحقيق درجة من الإشباع بقدر ما يقدمونه من جهد لهذه المؤسسة، كسياستها، والأجر، والإشراف، والحوافز، وقيم المؤسسة وأهدافها، وساعات العمل ومحتواه.

٣- الظروف البيئية المؤثرة على كل من العامل والعمل، إذ في الغالب تنعكس الحياة الشخصية على بيئة العمل، فالأشخاص السعداء في حياتهم يكونون سعداء في وظائفهم، أما غير السعداء وغير الراضين عن حياتهم الاجتماعية وبيئتهم وعائلاتهم فعادة ما يتعرضون لصراعات ومشاكل تنظيمية في أعمالهم (برياح، ٢٠١٦).

وفي السياق نفسه أضافت (عباس، ٢٠٠٦) في كتابها "إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي" مجموعة من المحددات والعوامل للرضا الوظيفي نبلورها في التالي:

١- الرواتب والأجور: فلا شك أن هناك علاقة طردية بين مستوى الأجر والرضا عن العمل، فكلما تحسن دخل الفرد ارتفع رضاه وإخلاصه لعمله والعكس صحيح، ويعد الراتب وسيلة لإشباع الحاجات الفسيولوجية للأفراد.

٢- محتوى العمل: إن تنوع مهام العمل، والحرية الذاتية المتاحة في العمل، ودرجة السيطرة وخبرات العاملين تلعب دورًا في مستوى رضا العامل، فكلما تنوعت مهام العمل زاد الشعور بالرضا عن هذا العمل، وكلما شعر العامل بحرية التصرف وزيادة السيطرة الذاتية شعر بالثقة والمسؤولية والنشوة التي بدورها تزيد الرضا والاندماج في العمل.

٣- رغبة الشخص ومهاراته في العمل: إن توكيل مهام تتوافق مع قدرات العاملين ورغباتهم ينعكس إيجابًا على أدائهم، وبالتالي على رضاهم عن العمل، ولذلك يقع على عاتق الإدارة رفع مستوى معرفة العاملين وإمكانياتهم وقدراتهم من خلال ورشات تدريبية يشعر العامل من خلالها بأنه جزء مهم في المؤسسة، ويزيد ذلك من درجة رضاه عن العمل.

٤- الترقية والتطوير: يتحقق رضا العاملين كلما صار طموحهم واقعيًا، من خلال إتاحة فرص الترقية بناءً على مستوى الطموح، فكلما وفرت المؤسسة فرصًا للترقية حظيت برضا العاملين فيها.

٥- طريقة الإشراف: يرجع ذلك للأسلوب المتبع من قبل المسؤولين في المؤسسة، فكلما كان الإشراف ديمقراطيًا ويتسم بعلاقات اتصالية ناجحة، زاد شعور العامل بالرضا، وكلما كان الاتصال والإشراف فوضويًا وتعسفيًا، شعر العامل بالقلق وقل رضاه.

٦- ساعات العمل: يجب على المؤسسة التنسيق بين مصلحتها وبين مصلحة العاملين من خلال تحديد ساعات للعمل والراحة متناسبة مع راحة العاملين قدر المستطاع، فمن

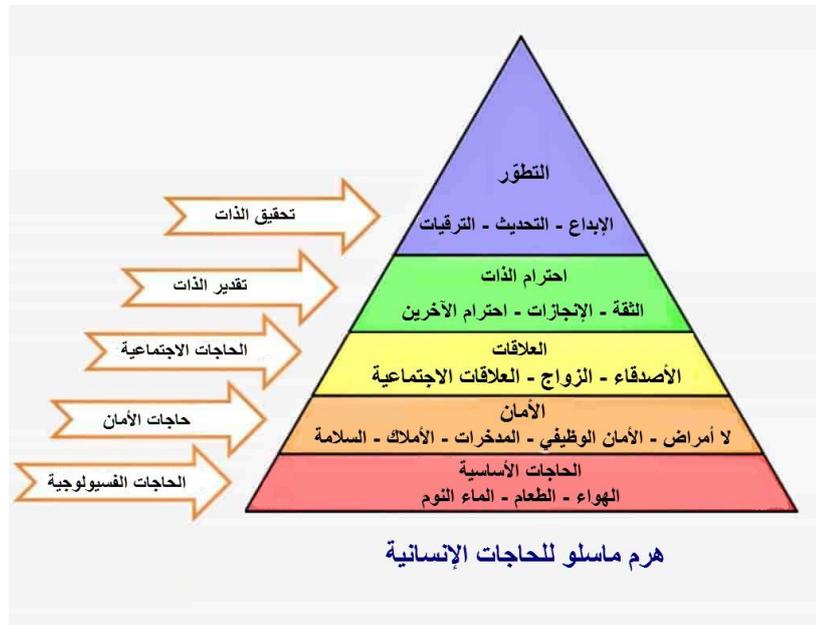
الطبيعي أنه كلما زادت ساعات العمل زاد التعب، وبالتالي زاد شعور العامل بأنه آلة فيقل رضاه.

٤-٢-٥ نظريات الرضا الوظيفي

بعد اطلاع الباحث على مدارس العلاقات العامة ومدارس الفكر الإداري وإدارة القوى البشرية في بيئات العمل المختلفة، تبين لديه العديد من النظريات والنماذج التي من شأنها أن تفسر الرضا الوظيفي للعاملين.

ومن خلال اطلاع الباحث على طبيعة المهام والخطط والبرامج التي تقوم عليها دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال، اتضح له أن هناك بعض الأمور التي من شأنها أن تحفز الشعور بالرضا الوظيفي لدى العاملين في الجامعة، وفي هذا السياق يسعى الباحث لاستعراض أهم النظريات التي تتوافق وموضوع الدراسة الحالية، ومنها:

١- **نظرية تدرج الحاجات لماسلو:** حيث تناقش هذه النظرية ترتيب حاجات الإنسان ووصف الدوافع التي تحركه، وهي نظرية قدمها أبراهام ماسلو عام ١٩٤٣م، وتتلخص هذه الحاجات في الحاجات الفسيولوجية، وحاجات الأمان، والحاجات الاجتماعية، والحاجة للتقدير، والحاجة لتحقيق الذات (الزعيبي، ٢٠١١).



الشكل رقم (١) يوضح تدرج الحاجات عند ماسلو، الحاجات الأكثر أهمية عند قاعدة الهرم

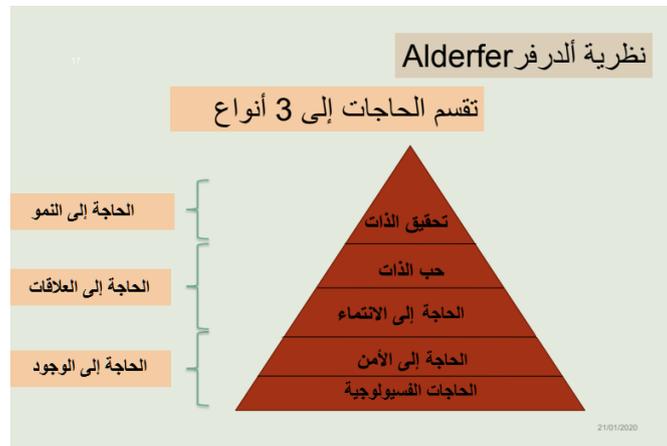
ويمكن إسقاط هذا النموذج على مستوى بيئة العمل في الجامعات التي تعد الحاجات الفسيولوجية من أبسط وأهم الحاجات، كالحصول على الأجر المناسب وتوفير أبسط الحاجات كالمرافق الصحية والمعدات اللازمة للعمل، تليها الحاجة للأمن وعلى مستوى الجامعات تتمثل في عدم إقالة العامل بشكل تعسفي، وحمايته من تصرفات المسؤولين التعسفية، وتوفير وسائل السلامة في محيط العمل وبيئته، بالإضافة لتوفير نظام التأمين أو التقاعد ... إلخ.

وتتعلق الحاجات الاجتماعية والحاجة للانتماء بالحاجة لإقامة العلاقات، سواء بين العاملين أنفسهم أم بين العاملين والمديرين، والحاجة لإقامة علاقات ود مع الأصدقاء والبيئة الاجتماعية المحيطة بالعاملين.

وتأتي في مرتبة أعلى بعدها حاجات الاحترام والتقدير، وتنطلق من رغبة الفرد في التطور والحصول على مكانة أرفع في عمله، أو من خلال شعوره بالثقة واحترام الآخرين له، وحصوله على عبارات الثناء والشكر والترقيات والمكافآت والحوافز التي يستحقها.

وتأتي الحاجة الأخيرة في ترتيب ماسلو حاجات تحقيق الذات من خلال محاولة الفرد أن يكون مميزًا أكثر من غيره، وإتاحة الفرصة له لتوظيف قدراته وإمكانياته لتحقيق إنجازات من خلال مكانته الوظيفية.

٢- **نظرية ألدرفر:** استندت نظرية "كاليتون ألدرفر" أيضًا إلى حاجات الإنسان، ولكن قسمت النظرية الحاجات إلى ثلاث مجموعات بدلاً من خمس كما عند "ماسلو"، ويمكن توضيحها من خلال الصورة التالية (السعودي، ٢٠١٣):



الشكل رقم (٢) يوضح نظرية "كاليتون ألدرفر" لتقسيم حاجات الإنسان

وتتمثل الحاجة إلى الوجود والبقاء في الحاجات الفسيولوجية والحاجة للشعور بالأمان عند ماسيو، أما الحاجة للارتباط وإقامة العلاقات فتعبر عن درجة ارتباط الفرد ببيئة عمله وتمثل الحاجة للانتماء وجزء من حب الذات عند ماسلو.

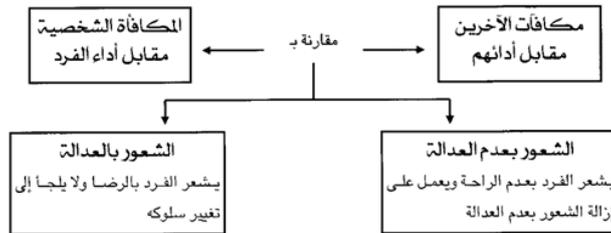
أما الحاجة للنمو فتعني سعي الفرد نحو التطوير وزيادة قدراته ومؤهلاته.

ويرى الباحث من خلال الاطلاع على النموذجين السابقين أنهما وجهان لعملة واحدة ويكمل أحدهما الآخر، فكلاهما يرى أن إشباع الحاجات الأساسية من أساسيات تحقيق الرضا الوظيفي، لكنهما يختلفان في أن نظرية ماسلو تنظر إلى ضرورة إشباع الحاجات من خلال التدرج بها إلا أن ألدرفر يرى أن بالإمكان السعي لإشباع أكثر من حاجة في الوقت نفسه.

٣- **نظرية العاملين لهزربرج:** وتقوم هذه النظرية بقياس الرضا الوظيفي بطريقة كيفية، بالاستناد إلى مجموعتين أساسيتين، تتعلق أولاهما بالعمل نفسه، أي بالعوامل التي تدفع الأفراد نحو العمل وتؤدي بدورها إلى الشعور بالرضا الوظيفي، وتشمل وضوح مسؤوليات الأفراد، والقدرة على إنجاز العمل، وتوفر فرص التقدم والترقية والشعور بالتقدير والاحترام (حنان، ٢٠١٥).

أما المجموعة الثانية، فترتبط بمحيط العمل، وتقود بدورها للحد من التهرب من العمل وحالة عدم الرضا، وتسمى العوامل الوقائية (حنان، ٢٠١٥).

٤- **نظرية العدالة وتفسير الرضا الوظيفي:** وتفترض هذه النظرية أن الرضا الوظيفي للعامل يتوقف على مقدار ما يلتزمه من عدالة بين ما يقدمه من مجهود وبين العائد الذي يحصل عليه مقابل هذا المجهود، فكلما كان ما يقدمه من مجهود عادلاً بما يحصل عليه كان راضياً عن عمله، وحسب النظرية، فإن الموظف لا يقتصر في عملية المقارنة على نفسه فقط وإنما يقارن مجهودات الموظفين الآخرين وعائدهم (نورهان، ٢٠١٥).



الشكل رقم (٣) يوضح مضمون نظرية العدالة

٦-٢-٤ مقاييس الرضا الوظيفي

يعد الرضا الوظيفي من الأساسيات التي اهتم العلماء بقياسها، فمن أهم أهداف برامج العمل الوصول إلى رضا الأفراد داخل المؤسسة، وبالتالي فإن قياس الرضا الوظيفي يعد ضرورة لتقييم فاعلية البرامج الخاصة بالمؤسسات، ومن المقاييس الشائعة أخذ رأي المشرف المباشر أو رأي الكادر البشري بشكل مباشر من داخل المؤسسة، وعقد اجتماعات دورية يُتاح فيها للعاملين التعبير عن مشاعرهم وآرائهم.

وفي السياق ذاته لا بد من التركيز على قياس الرضا الوظيفي من خلال طرق موضوعية وأخرى ذاتية (رشيد، ٢٠١٦):

١- **المقاييس الموضوعية لقياس الرضا الوظيفي:** وهي التي تقيس الرضا بالآثار السلوكية بطريقة غير مباشرة وتعتمد على دراسة السلوكيات الناجمة عن عدم الرضا كترك الخدمة والغياب.

فالغياب المتكرر عن العمل دون داعٍ أو عذر رسمي يعبر عن عدم رضا الموظف عن عمله وشعوره بالاستياء تجاه عمله، على عكس الفرد الراضي عن عمله الذي يكون أكثر ارتباطاً بهذا العمل، وحريصاً على الحضور.

ويمكن اعتبار ترك الخدمة بمبادرة من العاملين أنفسهم مؤشراً للرضا العام عن الوظيفة، وترك الخدمة بشكل متكرر من الأفراد يفيد في التنبيه إلى وجود خلل جوهري في برامج وسياسات العمل.

٢- **المقاييس الذاتية لقياس الرضا الوظيفي:** ويتم ذلك من خلال تقسيم الحاجات الإنسانية، ومن رواد هذا التقسيم ماسلو الذي سرد الحاجات الفسيولوجية والحاجات الاجتماعية وحاجات الأمن وتحقيق الذات والتقدير.

فتتم الإجابة من العاملين على هذه الأسئلة ليتم الحصول على معلومات من شأنها أن تحدد مستوى الإشباع وبالتالي مستوى الرضا الوظيفي عن تلك الحاجات.

كما نجد هناك طرقاً أخرى لقياس مستوى الرضا الوظيفي نذكر منها:

- ١- نموذج استطلاع الرأي: من خلال عمل استقصاء لآراء عينة مستهدفة وقياس مستوى رضاهم بناءً على أهداف الباحث.
- ٢- السرد القصصي: من خلال السماح للعاملين بسرد الحالات المتعلقة بالعمل والتعبير عن مستوى رضاهم عنها.
- ٣- طريقة المقابلة المكتبية: حيث يناقش المسؤول مع الكادر البشري وجهًا لوجه بعض الأمور المتعلقة بالعمل، وبناءً على الإجابات يمكن التخمين عن مدى الرضا الوظيفي لديهم.

بعد اطلاع الباحث على نظريات الرضا الوظيفي ومقاييسه المذكورة، سيتم توظيفها في الدراسة الحالية للوصول لنتائج علمية حقيقية للدراسة، إذ سيتم التركيز على إسقاط نظرية تدرج الحاجات لماسلو ونظرية العدالة في تفسير الرضا الوظيفي، لمعرفة مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها، وسيتم التركيز على المقاييس الذاتية لقياس مدى الإشباع، وبالتالي مستوى الرضا الوظيفي.

٧-٢-٤ عوائق الرضا الوظيفي

كثيرًا ما تهتم المؤسسات بعوائق الرضا الوظيفي وهي العوامل الأساسية التي تعد عقبة أمام تحقيق الرضا الوظيفي، والتي من شأنها أن تقود إلى عدم الرضا، وبالتالي تقل كفاءة العنصر البشري الذي يعد الأساس لأي مؤسسة، لذلك نبرر معيقات الرضا الوظيفي التي يمكن إجمال أهمها في التالي (شيخة، ٢٠١٥):

- ١- الخلافات الشخصية والإدارية: إذ إن الخلافات بين الموظفين أنفسهم أو بين الموظفين والإدارة تعد من أهم معيقات الرضا الوظيفي، ومن شأنها أن تقف حاجزًا أمام تحقيق المؤسسة هدفها المنشود (Rothwell, 1995).
- ٢- غياب الشفافية والوضوح: فعدم الشفافية والوضوح في بيئة العمل يؤدي إلى عدم فهم السياسات والقوانين والقرارات التي تعتمدها الإدارة، ويؤدي إلى ضعف حلقة الاتصال بين الموظفين أنفسهم وبينهم وبين الإدارة، ما ينعكس بشكل سلبي على تحقيق الرضا الوظيفي.

- ٣- **غياب التكافؤ:** فوجود فجوة كبيرة في الأجور وعدم منح الفرص والإنصاف في تقدير المسؤولية يعد من عوائق تحقيق الرضا الوظيفي، رغم أن خبراء الموارد البشرية لا يعدون الأجور العامل الأهم في تحقيق رضا وظيفي إيجابي.
- ٤- **البيروقراطية:** وتعني البيروقراطية التسلسل في الإجراءات ومنع التجاوزات، وتقود إلى الملل والرتابة في المهام، وهذا الأسلوب الإداري يقف عقبة أمام تحقيق الرضا الوظيفي، لأنه يطمس الإبداع والمواهب لدى الموظفين.
- ٥- **إهمال الإدارة للموظفين:** فشعور الموظفين بالانفصال التام عن الإدارة، بسبب اتخاذها قرارات وسياسات دون مشاركتهم وتعديلها بشكل متكرر من شأنه أن يقوّض عمل العاملين وهو نتيجة طبيعية لرضا وظيفي سلبي.
- ٦- **بيئة العمل غير المناسبة:** إن وجود بيئة عمل غير مناسبة، كانهدام الأمان والضجيج والإزعاج من شأنها أن تساهم في عرقلة عمل الكادر البشري الذي بدوره يقل رضاه الوظيفي.
- ٧- **عدم وجود فرص للتعلم والتدريب داخل العمل:** مع التقدم التكنولوجي، يحتاج الكادر إلى الاطلاع على آخر المستجدات والأدوات والطرق الحديثة التي تمكنه من ممارسة عمله بأقل جهد ووقت، وقلة هذه الدورات تعد عاملاً سلبياً لتحقيق الرضا الوظيفي.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة

٣,١ مقدمة

تُعدّ منهجية الدراسة وإجراءاتها محورًا رئيسيًا يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وعن طريقها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء أدبيات الدراسة المتعلقة بموضوع الدراسة، وبالتالي تحقق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة.

٣,٢ وصف محاور الدراسة

وقد كانت النتائج على النحو التالي:

١. المحور الأول: الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة

يتضح من الجدول رقم (٦) أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات المحور الأول "الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة" مع الدرجة الكلية للمحور كانت دالة إحصائية، ما يُشير إلى أن هناك اتساقًا داخليًا لفقرات المحور وأنها تشترك معًا في قياس مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها، وبذلك يُعدّ المحور صادقًا وقد قاس ما صُمم لقياسه.

جدول (٦): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig).
1	الندوات	0.690**	0.000
2	مجلة الجامعة	0.658**	0.000
3	المحاضرات	0.720**	0.000
4	ورش العمل	0.783**	0.000
5	المعارض	0.808**	0.000

0.000	0.830**	المتاحف الفنية	6
0.000	0.798**	المعسكرات	7
0.000	0.791**	الحملات الإعلانية	8
0.000	0.733**	صحف الحائط الخاصة بالجامعة	9
0.000	0.757**	النشرات الدورية والأدلة الإرشادية	10
0.000	0.732**	المؤتمرات	11
0.000	0.664**	الخطب الرسمية	12
0.000	0.667**	الاجتماعات والمناظرات	13

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

II. المحور الثاني: نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني

يتضح من الجدول (٧) أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات المحور الثاني الخاص بنوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني من وجهة نظر العاملين "مع الدرجة الكلية للمحور كانت دالة إحصائيًا، وبذلك يُعدّ المحور صادقًا وقد قاس ما صُمم لقياسه".

جدول (٧): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig).
1	الاتصال الوسيط باستخدام: الهاتف، التلغراف، الفاكس، الرسائل، البرقيات، البريد الإلكتروني	0.725**	0.000
2	الاتصال غير المباشر (غير الإلكتروني) بالاعتماد على: التقارير المكتوبة، المذكرات، لوحة الإعلانات الداخلية، المقترحات التي يقدمها الموظفون.	0.796**	0.000
3	اتصال مباشر (لقاءات مقصودة، المشاركة في الأنشطة المختلفة، الزيارات المختلفة، المقابلات، المناقشات)	0.883**	0.000

0.000	0.800**	الاتصال الجمعي (الندوات، ورش العمل، المحاضرات، المؤتمرات، المناظرات، الملصقات والياقات ... إلخ)	4
0.000	0.606**	وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، مجلات، إذاعة، تلفاز، مسرح، سينما، مواقع إلكترونية)	5

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

III. المحور الثالث: أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني

يتضح من الجدول (٨)، أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات محور "أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني" مع الدرجة الكلية للمحور كانت دالة إحصائية، ما يُشير إلى أن هناك اتساقاً داخلياً لفقرات المحور وأنها تشترك معاً في قياس مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها، وبذلك يُعدّ المحور صادقاً وقد قاس ما صُمم لقياسه.

جدول (٨): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig).
1	أسباب معرفية	0.775**	0.000
2	أسباب إدارية	0.691**	0.000
3	أسباب قانونية	0.830**	0.000
4	أسباب تنفيذية	0.789**	0.000
5	أسباب تعليمية	0.756**	0.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

IV. المحور الرابع: مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني

يتضح من الجدول (٩) أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات المحور الثاني الخاص بمخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني من وجهة نظر

العاملين "مع الدرجة الكلية للمحور كانت دالة إحصائياً، وبذلك يُعدّ المحور صادقاً وقد قاس ما صُمم لقياسه".

جدول (٩): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig).
1	تبصير جمهور الجامعة بالمعلومات والمشاكل المتوقع حدوثها، للحصول على التغذية العكسية عن ردود فعله.	0.637**	0.000
2	تنمية الشعور القومي لجمهور الجامعة .	0.685**	0.000
3	شرح أهداف واتجاهات الجامعة لجمهورها.	0.619**	0.000
4	إعداد المواد الإعلامية وإصدارها.	0.565**	0.000
5	الإشراف على عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وورش العمل والمهرجانات والمتاحف.	0.569**	0.000
6	تقديم خدمة الاستعلامات عن الجامعة.	0.606**	0.000
7	الرد على الاستفسارات التي تصل المكلفين بأداء وظيفة العلاقات العامة.	0.645**	0.000
8	تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.	0.687**	0.000
9	العمل على جذب الموظفين الأكفاء.	0.756**	0.000
10	رفع مستوى الألفة بين الموظفين.	0.702**	0.000
11	تحسين مستوى الاتصال بين الموظفين وإدارة المؤسسة.	0.670**	0.000
12	ما تقوم به دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني من عمل تنسيقي داخل الجامعة ينعكس بشكل إيجابي على عملي.	0.700**	0.000
13	أشعر بالرضا الكافي عن نشاطات العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.	0.633**	0.000
14	تساهم إدارة العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة بتعريف جمهورها الداخلي بأقسام الجامعة ورؤيتها وسياستها.	0.678**	0.000
15	تبصير جمهور الجامعة بالمعلومات والمشاكل المتوقع حدوثها، للحصول على	0.637**	0.000

		التغذية العكسية عن ردود فعله.
--	--	-------------------------------

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

٧. المحور الثالث: أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.

يتضح من الجدول (١٠)، أن قيم مصفوفة ارتباط فقرات محور أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة مع الدرجة الكلية للمحور كانت دالة إحصائياً، ما يُشير إلى أن هناك اتساقاً داخلياً لفقرات المحور وأنها تشترك معاً في قياس مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها، وبذلك يعدّ المحور صادقاً وقد قاس ما صُمم لقياسه.

جدول (١٠): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين كل فقرة من فقرات محور أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة والدرجة الكلية للمحور.

الرقم	الفقرة	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig).
1	القدرة على الإقناع وطرح الأفكار.	0.652**	0.000
2	الموضوعية وعدم التحيز.	0.665**	0.000
3	التمتع بمهارة القراءة والاستماع.	0.645**	0.000
4	القدرة على التخاطب مع الجمهور الداخلي	0.662**	0.000
5	العمل بروح الفريق	0.710**	0.000
6	معرفة التشريعات والقوانين الخاصة بالجامعة	0.747**	0.000
7	المعرفة بفن القيادة وإدارة الوقت	0.687**	0.000
8	متابعة كل ما تنتشره وسائل الإعلام عن الجامعة	0.649**	0.000
9	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالجامعة	0.665**	0.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

جدول (11): نتائج معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة الدراسة حسب المحاور

الرقم	المحور	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	الثبات*
1	الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	13	0.934	0.967
2	نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها.	5	0.814	0.902
3	أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.	5	0.826	0.909
4	مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.	14	0.897	0.947
5	أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.	9	0.852	0.923
6	جميع محاور الاستبانة	46	0.954	0.977

*الثبات = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ

٣,٣ وصف خصائص عينة الدراسة الديمغرافية

يتناول هذه القسم عرضاً للبيانات الديموغرافية لأفراد العينة، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (١٢): التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب المتغيرات المستقلة المستخدمة في الدراسة

المتغير	مستويات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	119	68.4%
	أنثى	55	31.6%
المجموع		174	100.0%
طبيعة الوظيفة	أكاديمي	86	49.4%

%50.6	88	إداري	
100.0%	174	المجموع	
%13.2	23	دبلوم أو أدنى	المؤهل العلمي
%31.6	55	بكالوريوس	
%37.4	65	دكتوراه	
%17.8	31	ماجستير	
100.0%	174	المجموع	
%12.6	22	أقل من ٣ سنوات	سنوات الخبرة
%43.1	75	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	
%24.1	42	من ٧ إلى أقل من ١٠ سنوات	
%20.1	35	أكثر من ١٠ سنوات	
100.0%	45	المجموع	

أشارت نتائج تحليل الدراسة إلى أن نسبة الذكور قد بلغت ٦٨,٤%، في حين بلغت نسبة الإناث ٣١,٦%.

وبينت النتائج أن ٥٠,٦% هم من الإداريين في جامعة الاستقلال، في حين بلغت نسبة أفراد العينة من الأكاديميين ٤٩,٤%.

أما على صعيد المؤهل العلمي، فقد أظهرت نتائج التحليل أن النسبة الأعلى هم من حملة شهادة الدكتوراه وبنسبة بلغت ٣٧,٤%، بينما بلغت نسبة أفراد العينة من حملة شهادة البكالوريوس ٣١,٦%، ووجد أن نسبة حملة شهادات الماجستير والدبلوم هي ١٧,٨% و ١٣,٢% على التوالي.

وأظهرت نتائج التحليل أن ٤٣,١% من أفراد العينة يملكون سنوات خبرة أكثر تتراوح من ٣ إلى ٧ سنوات في مجال عملهم، في حين لوحظ أن ٢٤,١% يملكون خبرة تتراوح من ٧ إلى ١٠ سنوات، و ٢٠% من أفراد العينة يملكون خبرة أكثر من عشر سنوات.

٣-٤ مقدمة

يتضمن هذا الفصل عرضًا لتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات، وذلك من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها والوقوف على متغيرات الدراسة.

لهذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المجتمعة لاستبانة الدراسة، إذ تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS) للحصول على نتائج الدراسة والتي سيتم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

حيث يبدأ الفصل بتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة بما يتناسب مع أسئلة الدراسة، وهذه المحاور هي: الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة، ونوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها، وأسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة، ومخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة، وأداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.

وفي القسم الثالث يتطرق الباحث لاختبار فرضيات الدراسة، كما يستعرض الباحث في هذا الفصل مدى توافق نتائجه مع الدراسات السابقة في المجال نفسه، وذلك للاستدلال على مدى صحة ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، كما يطرح الباحث وجهة نظره وتفسيره لهذه النتائج الجزئية من منظور ما أورده في الإطار النظري لهذه الدراسة.

كما قام الباحث بتحديد درجة متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة، فقد تم اعتماد الدرجات التالية:

جدول (١٣) مفتاح المتوسطات الحسابية

الدرجة	منخفضة	متوسطة	مرتفعة
مدى	2.3	2.4	٣,٨٦
متوسط	3	3-	أعلى

	3.6	فأقل	سطها
	7		الحسا لي

٣-٥ نتائج أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيسي: ما هو مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها؟

ستتم الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية على النحو التالي:

• النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

"ما هي درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة على هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الأول الخاص بقياس درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة، وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول (١٤): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
متوسطة	1	72.4%	0.851	3.62	الندوات
متوسطة	2	68.0%	0.874	3.40	المحاضرات
متوسطة	3	67.0%	0.912	3.35	صحف الحائط الخاصة بالجامعة

متوسطة	4	65.6%	0.979	3.28	مجلة الجامعة
متوسطة	5	64.7%	0.809	3.23	ورش العمل
متوسطة	6	64.2%	0.892	3.21	المؤتمرات
متوسطة	7	63.7%	0.848	3.19	الخطب الرسمية
متوسطة	8	63.3%	0.822	3.16	النشرات الدورية والأدلة الإرشادية
متوسطة	9	62.7%	0.931	3.13	الاجتماعات والمناظرات
متوسطة	10	60.3%	0.948	3.02	المعارض
متوسطة	11	60.3%	0.931	3.02	الحملات الإعلانية
متوسطة	12	57.3%	0.949	2.87	المعسكرات
متوسطة	13	55.5%	0.861	2.77	المتاحف الفنية
متوسطة 3.18					جميع فقرات المحور معاً

بشكل عام أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني قد بلغ ٣,١٨، ما يُشير إلى أن إجابة العاملين في جامعة الاستقلال على هذا المحور كانت بدرجة متوسطة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن درجة تعرض أفراد العينة للأنشطة الاتصالية كانت متوسطة نوعاً ما، وأن هناك تفاوتاً في درجة تعرض المبحوثين لهذه الأنشطة معتمداً بالدرجة الأولى على مدى تكرار هذا النوع من الأنشطة وتوفرها من قبل العاملين في العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال.

أما على صعيد النتائج الإحصائية على مستوى الفقرات الخاصة بمحور واقع العلاقات العامة والإعلام الأمني في مؤسسة الدراسة، فقد كانت النتائج على النحو التالي: (تم ترتيب النتائج حسب الأهمية):

بالنظر إلى أكثر الأنشطة الاتصالية التي يتعرض لها المبحوثون، فقد أشارت نتائج التحليل إلى أن المتوسط الحسابي "الندوات" جاء في المرتبة الأولى، فقد بلغ ٣,٦٢ وبدرجة متوسطة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة.

ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن الندوات من الأنشطة الاتصالية المنفذة من قبل العاملين في العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال، وأن متطلبات تنفيذ الندوات أقل جهداً من غيرها من الأنشطة الاتصالية الأخرى، وهذا يتفق مع ما جاءت به (العلاء، ٢٠١٨) على أن الندوات تشكل عاملاً أساسياً في تغيير الثقافة التعليمية الجامعية لدى المجتمع وإضافة خبرة علمية جديدة.

كما أظهرت نتائج تحليل الدراسة أن المحاضرات جاءت في المرتبة الثانية من حيث أكثر الأنشطة الاتصالية التي يتعرض لها المبحوثون، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٤٠، أي بدرجة متوسطة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن المحاضرات من الأنشطة الاتصالية المهمة التي يستخدمها طاقم العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال، وأن لها دوراً إيجابياً كوسيلة تواصل مع المجتمع الجامعي.

وبينت نتائج الدراسة أن نشاط صحف الحائط الخاصة بالجامعة، جاء في المرتبة الثالثة من حيث أكثر الأنشطة الاتصالية استخداماً، بمتوسط حسابي بلغ ٣,٣٥، أي بدرجة متوسطة.

وهذه النتيجة قريبة من دراسة (سمور، ٢٠١٧) التي أكدت على أهمية صحف الحائط في ترسيخ الثوابت الوطنية لدى مجتمع الطلبة.

ويعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن هذه النتيجة تنبع من أهمية صحف الحائط الخاصة بالجامعة كوسيلة للأنشطة الاتصالية على الرغم من تطور تكنولوجيا المعلومات، إلا أن صحف الحائط ما زالت تعتمد كوسيلة للأنشطة الاتصالية ما بين العلاقات العامة ومجتمع جامعة الاستقلال.

أما بخصوص أقل الأنشطة الاتصالية التي يتعرض لها أفراد العينة في جامعة الاستقلال، فقد بينت نتائج التحليل أن الحملات الإعلانية تأتي في المرتبة الحادية عشرة من حيث الأنشطة الاتصالية التي يتعرض لها المبحوثون، وبلغ المتوسط الحسابي لهذه الأنشطة ٣,٠٢، أي بدرجة متوسطة، وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن الحملات الإعلانية بحاجة إلى ميزانية أكبر من غيرها من الأنشطة الاتصالية.

وأشارت نتائج التحليل إلى أن المتوسط الحسابي للمعسكرات قد بلغ ٢,٨٧ وهذا ما يقارب درجة المتوسط.

يُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث لقلة الخبرة والمتخصصين في هذا المجال، إلى جانب الحاجة إلى ميزانيات وتنسيق أكثر من البنية التحتية المتوفرة لطاقت العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال.

كما بينت نتائج التحليل أن المتاحف الفنية تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث أكثر الأنشطة الاتصالية التي يتعرض لها أفراد العينة المستهدفة ضمن الدراسة، وقد بلغ متوسطها الحسابي 2.77، وبدرجة متوسطة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة.

وهذه النتيجة من وجهة نظر الباحث تعود إلى ضعف الإمكانيات المتوفرة لتنفيذ هذا النوع من الأنشطة.

• النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

"ما طبيعة الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة على هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور قياس نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها.

وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول (١٥): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور قياس نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها مرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	76.4%	0.760	3.82	الاتصال الواسطي باستخدام: الهاتف، التلغراف، الفاكس، الرسائل، البرقيات، البريد الإلكتروني)
متوسطة	2	71.3%	0.964	3.57	الاتصال غير المباشر (غير الإلكتروني) بالاعتماد على: التقارير المكتوبة، المذكرات، لوحة الإعلانات الداخلية، المقترحات التي يقدمها الموظفون).
متوسطة	3	69.5%	0.894	3.47	اتصال مباشر (لقاءات مقصودة، المشاركة في الأنشطة المختلفة،

الزيارات المختلفة، المقابلات، المناقشات)					
متوسطة	4	68.0%	0.894	3.40	وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، مجلات، إذاعة، تلفاز، مسرح، سينما، مواقع إلكترونية)
متوسطة	5	67.2%	0.813	3.36	الاتصال الجمعي (الندوات، ورش العمل، المحاضرات، المؤتمرات، المناظرات، الملصقات والياقظات ... إلخ)
متوسطة				3.53	جميع فقرات المحور معاً

يوضح الجدول أعلاه، مستوى إجابات أفراد عينة جامعة الاستقلال حول نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض لها، وأظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور قد بلغ ٣,٥٣، ما يُشير إلى أن إجابة العاملين على هذا المحور كانت بدرجة متوسطة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة.

وعليه يمكن القول إن درجة تعرض الباحثين في جامعة الاستقلال للأنشطة الاتصالية جيدة ولكن بحاجة إلى المزيد من الاهتمام من قبل العاملين في قسم العلاقات العامة والإعلام الأمني من أجل زيادة درجة تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية وقياس أثرها على أفراد جامعة الاستقلال.

أما بخصوص النتائج الإحصائية للعبارات التي تناولها هذا المحور، فقد جاءت النتائج كما يلي مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم ترتيب العبارات حسب الأهمية:

أشارت نتائج التحليل إلى أن "الاتصال الواسطي باستخدام: الهاتف، التلغراف، الفاكس، الرسائل، البرقيات، البريد الإلكتروني" يأتي في المرتبة الأولى من حيث تعرض الباحثين له بمتوسط حسابي ٣,٨٢ وبدرجة مرتفعة.

وهذا يتفق مع ما جاءت به دراسة (أمجوج، ٢٠١٤) حول أهمية استخدام الاتصال الواسطي في عمل العلاقات العامة داخل الجامعات.

ويليه في المرتبة الثانية "الاتصال غير المباشر (غير الإلكتروني) بالاعتماد على: التقارير المكتوبة، المذكرات، لوحة الإعلانات الداخلية، المقترحات التي يقدمها الموظفون" بمتوسط حسابي بلغ ٣,٥٧، وبدرجة متوسطة وفقاً لمقياس هذه الدراسة.

أي بمعنى أنه ما زال هناك اعتماد على الاتصال غير المباشر (غير الإلكتروني) من قبل طاقم العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال على الرغم من التقدم التكنولوجي في مجال الأنشطة الاتصالية، وهذا يتفق مع ما أوردته (الغلا، ٢٠١٨) حول أهمية الاتصال غير المباشر باعتباره رسمياً أكثر في أغلبية الحالات.

أما بالنسبة "للاتصال المباشر (لقاءات مقصودة، المشاركة في الأنشطة المختلفة، الزيارات المختلفة، المقابلات، المناقشات)"، فقد احتل المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٣,٤٧، وبدرجة متوسطة وفقاً لمقياس هذه الدراسة.

وفي المرتبة الرابعة جاءت "وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، مجلات، إذاعة، تلفاز، مسرح، سينما، مواقع إلكترونية)" بمتوسط حسابي بلغ ٣,٤٠، وبدرجة متوسطة، وهذا من وجهة نظر الباحث يعود إلى ضعف تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على مجتمع جامعة الاستقلال في ظل تطور الأنشطة الاتصالية واستخدام التكنولوجيا في هذا المجال.

وأظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لـ "الاتصال الجمعي (الندوات، ورش العمل، المحاضرات، المؤتمرات، المناظرات، الملصقات والياطات)" قد بلغ ٣,٣٩، وبدرجة متوسطة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى ضعف تنفيذ وسائل الاتصال الجمعي من قبل القائمين على العلاقات العامة والإعلام الأمني، لذا لا بد من العمل على تعزيز وسائل الاتصال الجمعي في جامعة الاستقلال، وخاصة أن هذا النوع من الأنشطة الاتصالية لا يحتاج إلى ميزانية مقارنة مع غيره من الأنشطة، أضف إلى ذلك أن مستوى تأثير الاتصال الجمعي كبير مقارنة مع غيره من الأنشطة الاتصالية.

• النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

"ما أهم أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة على هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الخاص بأسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال.

وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول (١٦): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال مُرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	80.3%	0.618	4.01	أسباب إدارية
مرتفعة	2	79.5%	0.623	3.98	أسباب معرفية
مرتفعة	3	79.2%	0.650	3.96	أسباب تعليمية
مرتفعة	4	77.4%	0.627	3.87	أسباب تثقيفية
مرتفعة	5	74.1%	0.681	3.71	أسباب قانونية
3.91 مرتفعة					جميع فقرات المحور معًا

يوضح الجدول أعلاه، مستوى إجابات أفراد العينة حول أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ ٣,٩١، وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية.

وفيما يلي عرض لأسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم ترتيبها حسب الأهمية:

حيث جاء في الترتيب الأول "الأسباب الإدارية" بمتوسط حسابي بلغ ٤,٠١ وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة، وهذا يتفق مع دراسة (طه وآخرون، ٢٠١٦) حول أهمية تفعيل الإدارة للعمل جنباً إلى جنب مع العلاقات العامة من أجل تبصير جمهورها بخطر الأزمات.

ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث لكون هذه الأنشطة تشكل وسيلة تواصل ما بين إدارة الجامعة من خلال طواقم العلاقات العامة والإعلام الأمني مع مجتمع جامعة الاستقلال.

وفي المرتبة الثانية جاءت الأسباب المعرفية بمتوسط حسابي بلغ ٣,٩٨ وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة.

وهذا يدل على توجه أفراد جامعة الاستقلال للتعرض للأنشطة الاتصالية من أجل زيادة المعرفة في المواضيع التي يتم طرحها في الأنشطة الاتصالية.

أما بالنسبة للأسباب التعليمية، فقد حصلت على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قيمته ٣,٩٦ ودرجة مرتفعة وفقاً لمقياس مفتاح المتوسطات الحسابية لهذه الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن جزءاً من الأنشطة الاتصالية تستخدم بهدف خدمة القطاع التعليمي في جامعة الاستقلال وخاصة الندوات والمحاضرات.

وفي المرتبة الرابعة جاءت الأسباب التثقيفية بمتوسط حسابي ٣,٨٧ وبدرجة مرتفعة، ما يدل على أهمية الأنشطة الاتصالية في تعزيز الدور الثقافي لمجتمع جامعة الاستقلال.

كما بينت نتائج التحليل أن الأسباب القانونية جاءت في المرتبة الأخير (المرتبة الخامسة) بمتوسط حسابي بلغ ٣,٧١ وبدرجة مرتفعة، ويعزى ذلك إلى أن الأسباب القانونية رغم أهميتها إلا أنها تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث أسباب تعرض أفراد جامعة الاستقلال للأنشطة الاتصالية المنفذة من قبل طاقم العلاقات العامة والإعلام الأمني.

● النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

"ما مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة على هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الذي يعبر عن مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.

وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول (١٧): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة مُرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن	الانحراف	المتوسط	الفقرة

		النسبي	المعياري	الحسابي	
مرتفعة	1	78.5%	0.731	3.92	شرح أهداف الجامعة واتجاهاتها لجمهورها.
مرتفعة	2	78.4%	0.626	3.91	الإشراف على عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وورش العمل والمهرجانات والمتاحف.
مرتفعة	3	77.8%	0.701	3.89	ما تقوم به دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني من عمل تنسيقي داخل الجامعة ينعكس بشكل إيجابي على عملي.
مرتفعة	4	77.2%	0.978	3.86	إعداد المواد الإعلامية وإصدارها.
مرتفعة	5	77.0%	0.931	3.85	أشعر بالرضا الكافي عن نشاطات العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.
مرتفعة	6	76.5%	0.698	3.82	الرد على الاستفسارات التي تصل المكلفين بأداء وظيفة العلاقات العامة.
مرتفعة	7	76.5%	0.690	3.82	تحسين مستوى الاتصال بين الموظفين وإدارة المؤسسة.
مرتفعة	8	76.1%	0.802	3.80	تقديم خدمة الاستعلامات عن الجامعة.
مرتفعة	9	75.9%	0.821	3.80	تبصير جمهور الجامعة بالمعلومات والمشاكل المتوقعة حدوثها، للحصول على التغذية العكسية عن ردود فعله.
مرتفعة	10	75.0%	0.710	3.75	العمل على جذب الموظفين الأكفاء.
مرتفعة	11	73.9%	0.701	3.70	تساهم إدارة العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة بتعريف جمهورها الداخلي بأقسام الجامعة ورؤيتها وسياستها.
مرتفعة	12	73.6%	0.939	3.68	تنمية الشعور القومي لجمهور الجامعة.
متوسطة	13	72.9%	0.765	3.64	رفع مستوى الألفة بين الموظفين.
متوسطة	14	72.6%	0.703	3.63	تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.
مرتفعة 3.79					جميع فقرات المحور معاً

يبين الجدول السابق، مستوى إجابات أفراد العينة حول مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة من أجل تحسين حضور العلاقات العامة، وأظهرت نتائج التحليل أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات قد بلغ ٣,٧٩ وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس التحليل المتبع في هذه الدراسة، ما يُشير إلى أهمية الأنشطة الاتصالية

المنفذة من قبل العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال في تعزيز مخرجات هذه الأنشطة وإيصالها لأفراد الجامعة.

أما بالنسبة للنتائج الإحصائية لمخرجات الأنشطة الاتصالية، فقد كانت على النحو التالي مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم ترتيب العبارات حسب الأهمية:

حيث جاء في الترتيب الأول من حيث المخرجات العبارة التي تُعبر عن شرح أهداف الجامعة واتجاهاتها لجمهورها بمتوسط حسابي بلغ ٣,٩٢ وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أهمية الأنشطة الاتصالية في تعزيز أهداف جامعة الاستقلال وتوجهاتها لأفرادها.

وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (أبو سليم، ٢٠٠٦) في أن من أهم أهداف دائرة العلاقات العامة تبصير جمهورها بأهداف الجامعة واتجاهاتها وبناء صورة إيجابية عنها.

وفي المرتبة الثانية من حيث المخرجات جاءت العبارة التي تنص على "الإشراف على عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وورش العمل والمهرجانات والمتاحف". بمتوسط حسابي بلغ ٣,٩١ وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة.

وهذا يدل على دور الأنشطة الاتصالية لدى العلاقات العامة والإعلام الأمني في عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وغيرها من الأنشطة الاتصالية.

أما بالنسبة للعبارة التي تنص على "ما تقوم به دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني من عمل تنسيقي داخل الجامعة ينعكس بشكل إيجابي على عملي"، فقد حصلت على المرتبة الثالثة من حيث المخرجات بمتوسط حسابي قيمته ٣,٨٩ ودرجة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل الدراسة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى تأكيد الدور الإيجابي الذي تشكله العلاقات العامة والإعلام الأمني من خلال الأنشطة الاتصالية داخل جامعة الاستقلال.

كما أظهرت نتائج التحليل أن أغلبية مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال، قد حصلت على درجات مرتفعة وفق مقياس هذه الدراسة، ما عدا الفقرة الثالثة عشرة التي تنص على "رفع مستوى الألفة بين الموظفين" بمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٤ وبدرجة متوسطة، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى ضرورة تكثيف الأنشطة الاتصالية المنفذة التي تساهم في تعزيز الألفة بين الموظفين، وهذا

منافٍ للنتائج التي توصلت إليها دراسة (أبو سليم، ٢٠٠٦) حول أن العلاقات العامة تعمل على تعزيز الألفة بين موظفيها وتشرکہم في نشاطاتها.

كما بينت نتائج التحليل أن "تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور" جاء في المرتبة الأخيرة من حيث المخرجات بمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٣ وبدرجة متوسطة، وهنا لا بد من العمل على خلق برامج وأنشطة تساهم بشكل مباشر في كيفية التعامل مع الجمهور من قبل العاملين في جامعة الاستقلال مع الأخذ بعين الاعتبار التنسيق مع مسؤولي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.

وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (أبو سليم، ٢٠٠٦) في أن التوظيف لموظفي العلاقات العامة يتم بصورة عشوائية وبالتالي يحصل نقص في الخبرات العلمية والعملية في عمل العلاقات العامة وأهم ذلك كيفية التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء.

• النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

"تقييم أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟"

يحاول الباحث في هذا القسم الإجابة على هذا السؤال عن طريق حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على الأسئلة الخاصة بأداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.

وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول (١٨): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لمؤشرات محور أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة مُرتبة حسب الأهمية

الدرجة	الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	1	81.7%	0.596	4.08	العمل بروح الفريق
مرتفعة	2	78.5%	0.662	3.93	متابعة كل ما تنشره وسائل الإعلام عن الجامعة
مرتفعة	3	78.2%	0.586	3.91	معرفة التشريعات والقوانين الخاصة بالجامعة
مرتفعة	4	78.2%	0.651	3.91	المعرفة بفن القيادة وإدارة الوقت

مرتفعة	5	77.0%	0.595	3.85	التمتع بمهارة القراءة والاستماع
مرتفعة	16	77.0%	0.623	3.85	القدرة على التخاطب مع الجمهور الداخلي
مرتفعة	27	75.3%	0.651	3.76	القدرة على الإقناع وطرح الأفكار
مرتفعة	8	75.1%	0.764	3.75	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالجامعة
مرتفعة	9	73.8%	0.614	3.69	الموضوعية وعدم التحيز
مرتفعة 3.86					جميع فقرات المحور معاً

بشكل عام أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي الكلي لأداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة قد بلغ ٣,٨٦، ما يُشير إلى أن إجابة أفراد العينة على هذا المحور كانت بدرجة مرتفعة وفقاً لمعيار مفتاح المتوسطات الحسابية، ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى كفاءة العاملين في قسم العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال من جانب ومن جانب آخر أهمية وجود العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال من أجل تعزيز مخرجات الأنشطة الاتصالية والقيام بدورها بشكل فعال ومناسب.

أما بالنسبة للنتائج الإحصائية للعبارات التي تناولها محور أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال، فقد أظهرت النتائج أن العمل ضمن روح الفريق يأتي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ٤,٠٨ وبدرجة مرتفعة وفقاً لمقياس التحليل لهذه الدراسة، ما يدل على أهمية العمل ضمن روح الفريق وأثره الإيجابي على أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال من أجل القيام بالمهام بكفاءة عالية.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن العبارة التي تنص على "متابعة كل ما تنشره وسائل الإعلام عن الجامعة" تأتي في المرتبة الثانية من حيث تقييم أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني، وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٩٣، أي بدرجة مرتفعة.

ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أهمية العلاقات العامة في تتبع ما يتم نشره حول جامعة الاستقلال ودورها في شرح الأهداف التي تسعى الجامعة لتبصير الجمهور بها، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (أبو سليم، ٢٠٠٦) في أن إدارة العلاقات العامة تعتمد على وسائل الإعلام في التعامل مع الجمهور المحلي.

وفي المرتبة الثالثة، جاءت العبارة التي تنص على "معرفة التشريعات والقوانين الخاصة بالجامعة" بمتوسط حسابي بلغ ٣,٩١ أي بدرجة مرتفعة، وهذا ما يؤكد على أهمية دور العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال في توضيح التشريعات والقوانين الخاصة بالجامعة للجمهور بأفضل طريقة ممكنة وبشكل مبسط.

وبينت نتائج التحليل أن كافة عبارات المحور الخاص بأداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال قد حصلت على درجات مرتفعة وفقا لمقياس التحليل لهذه الدراسة.

ولكن جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة التي تنص على "الموضوعية وعدم التحيز" بمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٩ أي بدرجة مرتفعة.

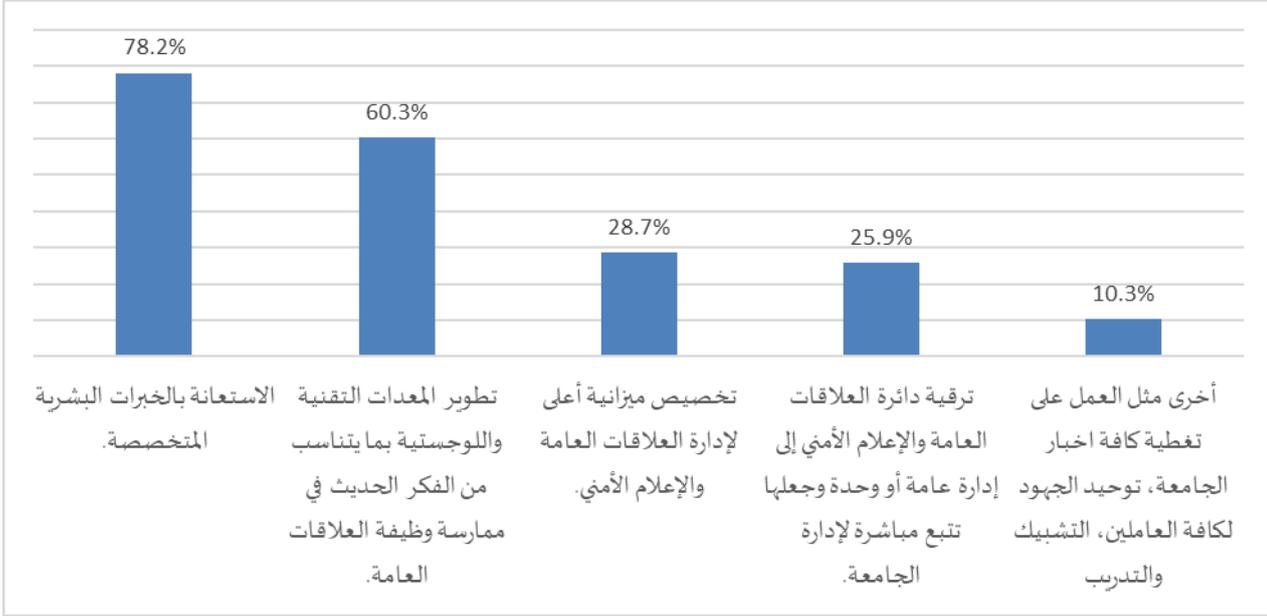
وهنا يؤكد الباحث على ضرورة العمل بموضوعية وعدم التحيز لدى القائمين على العلاقات العامة والإعلام الأمني من أجل القيام بالدور الذي يجب أن تلعبه العلاقات العامة في أي مؤسسة من جانب، ومن جانب آخر إيصال الرسالة بشكل مقنع ومتوازن لجمهور جامعة الاستقلال كافة.

وعند سؤال أفراد العينة المستهدفة في جامعة الاستقلال حول أهم المقترحات اللازمة لتطوير أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال، بينت النتائج أن الاستعانة بالخبرات البشرية المتخصصة تأتي في المرتبة الأولى للمقترحات وبنسبة ٧٨,٢% من الذين تم استهدافهم حيث أكدوا على أهمية هذا المقترح.

وهذا يتفق مع دراسة (بكر ولباط، ٢٠١٨) التي كان من أهم نتائجها لتطوير قسم العلاقات العامة في الجامعات اختيار الكفاءات العلمية المتخصصة في مجال العلاقات العامة ووضع قسم العلاقات العامة على مقربة من الإدارة العليا.

وفي المرتبة الثانية جاء العمل على تطوير المعدات التقنية واللوجستية بما يتناسب مع الفكر الحديث في ممارسة وظيفة العلاقات العامة وبنسبة ٦٠%، وذلك بسبب الأثر الكبير الذي يخلقه توفر البنية التحتية للعلاقات العامة والإعلام الأمني، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (عساف، ٢٠٢٠) بضرورة توفر التدريب المناسب للعاملين في العلاقات العامة ليكونوا أكثر جاهزية للعمل في ظل التطور التكنولوجي والرقمي مع ضرورة تطوير المعدات اللوجستية في هذا المجال.

وفي المرتبة الثانية يأتي تخصيص ميزانية أعلى لإدارة العلاقات العامة والإعلام الأمني. (انظر الشكل أدناه)



شكل (١٩): أهم المقترحات اللازمة لتطوير أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال

● النتائج المتعلقة بالسؤال السادس

"هل هناك تأثير للجنس، طبيعة الوظيفة، المؤهل الدراسي وعدد سنوات الخبرة في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها؟"

للإجابة على السؤال تم تحويله إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

❖ السؤال الفرعي الأول:

هل هناك تأثير للجنس في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني؟

للإجابة على السؤال الفرعي الأول تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير الجنس"

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة.

واستخدم الباحث اختبار ت (Independent Samples Test) للمتغيرات المستقلة بحكم أن المتغير المستقل يتكون من درجتين فقط هما: (ذكر، أو أنثى) وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (٢٠) التالي:

الجدول (٢٠): نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها تعزى لمتغير الجنس.

المحور	الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	ذكر	119	3.40	0.795	172	2.35	0.127
	أنثى	55	2.69	0.961			
نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها	ذكر	119	3.62	0.794	172	0.05	0.819
	أنثى	55	3.32	0.895			
أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	ذكر	119	4.02	0.767	172	0.36	0.551
	أنثى	55	3.65	0.882			
مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	ذكر	119	3.95	0.660	172	2.71	0.10
	أنثى	55	3.45	0.785			
أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	ذكر	119	3.95	0.676	172	1.70	0.194
	أنثى	55	3.67	0.769			
الدرجة الكلية	ذكر	119	3.79	0.596	172	0.39	0.534
	أنثى	55	3.36	0.647			

تُشير المُعطيات الواردة في الجدول السابق إلى أن قيمة الدلالة الإحصائية للدرجة الكلية قد بلغت ٠,٥٣٤ وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير الجنس، وبذلك تم قبول الفرضية.

ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى الرضا العام من قبل أفراد العينة سواء أكانوا ذكورًا أم إناثًا حول العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال نتيجة الأنشطة الاتصالية المنفذة التي تلامس احتياجات مجتمع الجامعة بشكل عام بصرف النظر عن الجنس، بالإضافة إلى المخرجات الأساسية للأنشطة التي تتناسب مع مجتمع جامعة الاستقلال.

وهذا يتفق مع ما جاءت به دراسة (اليقوبي، ٢٠١٦) أنه لا أثر للجنس على مخرجات الرضا الوظيفي سواء بالسلب أم بالإيجاب.

❖ السؤال الفرعي الثاني:

هل هناك تأثير لطبيعة الوظيفة للمستهدفين ضمن الدراسة في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني؟

للإجابة على السؤال الفرعي الثاني تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($0.05 \geq \alpha$) في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لطبيعة الوظيفة"

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني.

وقد قام الباحث باستخدام اختبار ت (Independent Samples Test) للمتغيرات المستقلة بحكم أن المتغير المستقل يتكون من درجتين فقط هما: (أكاديمي، أو إداري) وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (٢١) التالي:

الجدول (٢١): نتائج اختبار ت (Independent Samples Test) لدلالة الفروق من حيث استجابة عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير طبيعة الوظيفة.

المحور	الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	أكاديمي	86	3.38	0.803	172	2.49	0.116
	إداري	88	2.98	0.969			
نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها.	أكاديمي	86	3.67	0.746	172	1.03	0.312
	إداري	87	3.38	0.898			
أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	أكاديمي	86	4.03	0.787	172	0.02	0.879
	إداري	88	3.78	0.838			
مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	أكاديمي	86	3.85	0.659	172	2.45	0.120
	إداري	88	3.74	0.807			
أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	أكاديمي	86	3.89	0.670	172	2.34	0.128
	إداري	88	3.83	0.763			
الدرجة الكلية	أكاديمي	86	3.76	0.532	172	5.61	0.019
	إداري	88	3.54	0.721			

يلاحظ أن قيمة ف للدرجة الكلية قد بلغت ٥,٦١ ومستوى الدلالة الإحصائية للدرجة الكلية قد بلغ ٠,٠١٩ وهذه القيمة أقل من مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير طبيعة الوظيفة، وبذلك تم رفض الفرضية.

وهذا ما كان واضحاً في قيم المتوسط الحسابي لمحاور الدراسة لصالح فئة الأكاديميين مقارنة بفئة الإداريين على كافة محاور الدراسة والدرجة الكلية، حيث وصلت هذه الفروقات إلى مستوى ذي دلالة إحصائية، لذلك تم رفض الفرضية.

ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن الأكاديميين في جامعة الاستقلال أكثر تعرضًا للأنشطة الاتصالية المنفذة من قبل العلاقات العامة والإعلام الأمني، بالإضافة إلى انخراطهم في الأنشطة الاتصالية أكثر من الطواقم الإدارية في الجامعة.

❖ السؤال الفرعي الثالث:

هل هناك تأثير للمؤهل الدراسي في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني؟

للإجابة على السؤال الفرعي الثالث تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير المؤهل الدراسي"

من أجل التأكد من صحة الفرضية قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير المؤهل الدراسي.

الجدول (٢٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني لمتغير المؤهل الدراسي

المحور	المؤهل الدراسي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
درجة تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	دبلوم أو أدنى	23	2.94	0.731
	بكالوريوس	55	3.04	0.968
	ماجستير	65	3.31	0.951
	دكتوراه	31	3.32	0.796
	المجموع	174	3.18	0.910
نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي	دبلوم أو أدنى	23	3.07	0.836
	بكالوريوس	55	3.48	0.927

0.750	3.66	65	ماجستير	العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها
0.748	3.63	31	دكتوراه	
0.836	3.52	174	المجموع	
0.915	3.84	23	دبلوم أو أدنى	أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
0.745	3.84	55	بكالوريوس	
0.820	3.92	65	ماجستير	
0.897	4.04	31	دكتوراه	
0.821	3.91	174	المجموع	
0.634	3.80	23	دبلوم أو أدنى	مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
0.766	3.69	55	بكالوريوس	
0.747	3.88	65	ماجستير	
0.745	3.79	31	دكتوراه	
0.737	3.79	174	المجموع	
0.726	3.98	23	دبلوم أو أدنى	أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
0.676	3.81	55	بكالوريوس	
0.785	3.89	65	ماجستير	
0.647	3.80	31	دكتوراه	
0.717	3.86	174	المجموع	
0.653	3.54	23	دبلوم أو أدنى	الدرجة الكلية
0.692	3.57	55	بكالوريوس	
0.631	3.73	65	ماجستير	

0.559	3.71	31	دكتوراه
0.642	3.65	174	المجموع

يلاحظ من الجدول أعلاه أن هناك فروقاً بين المتوسطات الحسابية لفئات المؤهل الدراسي لدى الباحثين حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني. وللتحقق مما إذا كانت الفروق في المتوسطات الحسابية قد وصلت إلى مستوى الدلالة الإحصائية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي والجدول أدناه يوضح ذلك.

الجدول (٢٣): نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني حسب المؤهل الدراسي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
درجة تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	المربعات بين الفئات	4.2	3	1.41	1.72	0.165
	المربعات الداخلية	139.2	170	0.819		
	المجموع الكلي	143.4	173			
نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض الباحثون لها	المربعات بين الفئات	6.2	3	2.06	3.06	0.030
	المربعات الداخلية	113.9	170	0.674		
	المجموع الكلي	120.1	173			
أسباب تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها	المربعات بين الفئات	1.0	3	0.322	0.473	0.701
	المربعات الداخلية	115.6	170	0.680		

			173	116.6	المجموع الكلي	ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
0.560	0.690	0.377	3	1.1	المربعات بين الفئات	مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
		0.547	170	93.0	المربعات الداخلية	
			173	94.1	المجموع الكلي	
0.763	0.386	0.200	3	0.6	المربعات بين الفئات	أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
		0.519	170	88.3	المربعات الداخلية	
			173	88.9	المجموع الكلي	
0.401	0.986	0.407	3	1.2	المربعات بين الفئات	الدرجة الكلية
		0.412	170	70.1	المربعات الداخلية	
			173	71.3	المجموع الكلي	

تشير نتائج اختبار التباين الأحادي الواردة في الجدول أعلاه إلى أن قيمة F للدرجة الكلية قد بلغت 0.986 ومستوى الدلالة الإحصائية قد بلغ 0.0401، وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($\alpha \geq 0.05$)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني حسب المؤهل الدراسي، وبذلك تم قبول الفرضية.

كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها، حيث بلغ مستوى الدلالة لهذا المحور 0.03، وهذه القيمة أقل من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($\alpha \geq 0.05$).

ويُعزى ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن المؤهل الدراسي يؤثر على مدى الرضا في نوعية الأنشطة التي يتعرض لها المبحوثون وأن هناك علاقة طردية بين المؤهل الدراسي ومستوى الرضا عن نوعية الأنشطة الاتصالية.

أي بمعنى آخر يمكن القول إن الرضا عن نوعية الأنشطة الاتصالية التي يتعرض لها حملة شهادة الدكتوراه والماجستير أكثر مما هي متوفرة لدى حملة شهادة البكالوريوس والدبلوم وما دون.

❖ السؤال الفرعي الرابع:

هل هناك تأثير لسنوات الخبرة في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني؟

للإجابة على السؤال الفرعي الرابع تم تحويله للفرضية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة"

من أجل التأكد من صحة الفرضية قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير عدد سنوات الخبرة.

الجدول (٢٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	عدد سنوات الخبرة	المحور
0.760	3.10	22	أقل من ٣ سنوات	درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في
0.967	3.13	75	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	
0.865	3.36	42	من ٧ إلى أقل من ١٠ سنوات	
0.932	3.10	35	أكثر من ١٠ سنوات	

0.910	3.18	174	المجموع	الجامعة
0.701	3.18	22	أقل من ٣ سنوات	نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها
0.861	3.51	75	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	
0.830	3.70	42	من ٧ إلى أقل من ١٠ سنوات	
0.830	3.56	35	أكثر من ١٠ سنوات	
0.836	3.52	174	المجموع	
0.656	3.80	22	أقل من ٣ سنوات	
0.830	3.84	75	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	
0.875	4.02	42	من ٧ إلى أقل من ١٠ سنوات	
0.836	3.98	35	أكثر من ١٠ سنوات	
0.821	3.91	174	المجموع	
0.475	3.81	22	أقل من ٣ سنوات	مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
0.774	3.75	75	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	
0.730	3.90	42	من ٧ إلى أقل من ١٠ سنوات	
0.813	3.75	35	أكثر من ١٠ سنوات	
0.737	3.79	174	المجموع	
0.606	3.73	22	أقل من ٣ سنوات	
0.711	3.99	75	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	
0.698	3.90	42	من ٧ إلى أقل من ١٠ سنوات	
0.764	3.61	35	أكثر من ١٠ سنوات	
0.717	3.86	174	المجموع	

0.448	3.53	22	أقل من ٣ سنوات	الدرجة الكلية
0.683	3.64	75	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	
0.650	3.78	42	من ٧ إلى أقل من ١٠ سنوات	
0.644	3.60	35	أكثر من ١٠ سنوات	
0.642	3.65	174	المجموع	

يلاحظ من الجدول أعلاه أن هناك فروقاً بين المتوسطات الحسابية تبعاً لعدد سنوات الخبرة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لعدد سنوات الخبرة.

وللتحقق مما إذا كانت الفروق في المتوسطات الحسابية قد وصلت إلى مستوى الدلالة الإحصائية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

الجدول (٢٥): نتائج اختبار التباين الأحادي (one-way analysis of variance) لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لعدد سنوات الخبرة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة	المربعات بين الفئات	1.86	3	0.620	0.745	0.527
	المربعات الداخلية	141.55	170	0.833		
	المجموع الكلي	143.41	173			
نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة	المربعات بين الفئات	3.94	3	1.314	1.912	0.130
	المربعات الداخلية	116.17	170	0.687		

			173	120.11	المجموع الكلي	والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها
0.565	0.681	0.462	3	1.38	المربعات بين الفئات	أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
		0.678	170	115.19	المربعات الداخلية	
			173	116.58	المجموع الكلي	
0.723	0.443	0.243	3	0.73	المربعات بين الفئات	مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
		0.549	170	93.36	المربعات الداخلية	
			173	94.09	المجموع الكلي	
0.054	2.601	1.300	3	3.90	المربعات بين الفئات	أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة
		0.500	170	84.99	المربعات الداخلية	
			173	88.89	المجموع الكلي	
0.430	0.925	0.382	3	1.15	المربعات بين الفئات	الدرجة الكلية
		0.074	170	70.19	المربعات الداخلية	
			173	71.33	المجموع الكلي	

يتبين من الجدول رقم (٢٥) أن قيمة ف للدرجة الكلية 0.925، في حين بلغ مستوى الدلالة 0.430، وهذه القيمة أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية لهذه الدراسة ($0.05 \geq \alpha$).

أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني تعزى لعدد سنوات الخبرة، وبذلك تم قبول الفرضية.

ولعل ذلك يعود من وجهة نظر الباحث إلى أن عدد سنوات الخبرة لمجتمع جامعة الاستقلال لا يؤثر على مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني، وخاصة أنه لا توجد أنشطة اتصالية مفصلة حسب عدد سنوات الخبرة من جانب، ومن جانب آخر أن الأنشطة الاتصالية التي تنفذ تستهدف كافة أفراد مجتمع جامعة الاستقلال.

٣-٥ تحليل المقابلات

• البيانات الشخصية للمبحوثين جدول رقم (٢٦)

الاسم واللقب	الجنس	الوظيفة	المستوى التعليمي	مؤسسة الانتماء
المبحوث الأول: د. نايف جرّاد	ذكر	مدير عام معهد فلسطين لأبحاث الأمن القومي	دكتور	معهد فلسطين لأبحاث الأمن القومي
المبحوث الثاني: أ. د زهير عابد	ذكر	بروفيسور الإعلام والعلاقات العامة بجامعة الأقصى/ بغزة	بروفيسور	جامعة الأقصى - غزة
المبحوث الثالث: د. أسامة عبد الله	ذكر	دكتور الإعلام في جامعة النجاح الوطنية، ومحاضر سابق للإعلام الأمني بجامعة الاستقلال	دكتور	جامعة النجاح الوطنية - نابلس
المبحوث الرابع: د. يحيى المدهون	ذكر	دكتور إعلام ومختص في الأمن السيبرالي	دكتور	جامعة الأزهر - غزة
المبحوث الخامس: العميد د. غسان نمر	ذكر	الناطق باسم وزارة الداخلية	دكتور	وزارة الداخلية
المبحوث السادس: العميد رنا الخولي	أنثى	مسؤولة العلاقات العامة والإعلام الأمني في قوات الأمن الوطني الفلسطيني	ماجستير	قوات الأمن الوطني الفلسطيني

• تفريغ محتوى المقابلات:

السؤال الأول: ما مقترحاتكم لتطوير أداء جهاز العلاقات العامة في جامعة الاستقلال ليكون أكثر تأثيراً على صعيد خدمة الجمهورين الداخلي والخارجي؟

١- إجابة د. نايف جرّاد

وضع استراتيجية جديدة للعلاقات العامة والإعلام، تأخذ بعين الاعتبار نقاط القوة والضعف والتحديات والفرص المتاحة في البيئتين الداخلية والخارجية، وتلحظ ضرورة تعزيز وتفعيل وسائل الاتصال الداخلية، وضرورة استخدام وسائل الاتصال الحديثة ووضع برامج لكسب وإشراك الجمهورين الداخلي والخارجي، وهو ما يتطلب توفير ما يلزم من كادر بشري متخصص وأجهزة وتكنولوجيا حديثة وموازنات كافية.

٢- إجابة أ. د. زهير عابد

يلزم كادر مؤهل مختص، وتخصيص ميزانية كافية، وتدريب الكادر الحالي، وتوفير المعدات اللوجستية الحديثة، وضرورة الاهتمام بإدارة العلاقات العامة من قبل الإدارة العليا في جامعة الاستقلال.

٣- إجابة د. أسامة عبد الله

تطوير الأداء من خلال الاستعانة بخبرات خارجية وتدريب الكادر الحالي.

٤- إجابة د. يحيى المدهون

يلزم تنظيم إداري متماسك، وعاملون مختصون في المجال، واتصال العلاقات العامة مع الإدارة مباشرة.

٥- إجابة د. غسان نمر

تعزيز دائرة العلاقات العامة بالمختصين وذوي الخبرة، وأن تكون على اتصال مباشر بالإدارة العليا، وتوضيح الوصف الحقيقي للدائرة وإعطائهم دورًا حقيقيًا.

٦- إجابة العميد رنا الخولي

الانفتاح على المجتمع المدني ومؤسساته، وضرورة التشبيك مع جهات الاختصاص، والاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي وجمهور وسائل التواصل الاجتماعي.

السؤال الثاني: بنظرك كيف يمكن الارتقاء بأداء الإعلام الأمني في جامعة الاستقلال بما يحقق التكاملية المأمولة مع عمل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة؟

١- إجابة د. نايف جراد

توفير قاعدة معلوماتية لكل منهما، وتفعيل دور المكتبة ومراكزها ذات العلاقة لتحقيق التكاملية. وإنشاء إذاعة للجامعة تقوم بدورها في توفير قناة للإعلام الأمني الفلسطيني.

٢- إجابة أ. د. زهير عابد

عمل دورات تدريبية لتعريف العاملين في العلاقات العامة بمجال عمل الأجهزة الأمنية، وحث رجال الأمن على المشاركة في دعم الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة، وعمل برامج توعوية تشترك فيها إدارة العلاقات العامة ومختصون أمنيون.

٣- إجابة د. أسامة عبد الله

هنا يأتي دور العلاقات العامة في الترويج ونشر ما يقوم به الإعلام الأمني، من خلال استخدام وسائل الاتصال التقليدية والحديثة.

٤- إجابة د. يحيى المدهون

إن الاهتمام بوجود خبراء في الإعلام الأمني في دائرة العلاقات العامة من شأنه أن يطور طبيعة عمل الإعلام الأمني وتحقيق أهدافه المنشودة، ولا شك أن هذا الأمر يحتاج إلى إجراء دورات تدريبية لمختصي الإعلام الأمني والعلاقات العامة بشكل متوازٍ.

٥- إجابة د. غسان نمر

تعزير الدائرة بأصحاب الاختصاص، وتدريب العاملين في الدائرة لمواكبة التطور الإعلامي، وتفعيل منصات التواصل بهدف الوصول للجمهور، ودعم المنصات بالتمويل لتحقيق أوسع انتشار.

٦- إجابة العميد رنا الخولي

عمل برامج مشتركة للعاملين في الدائرتين، ووضع أخصائيين في المجالين يؤدي كل منهم دوره بحرية.

السؤال الثالث: ما التوصية التي تقدمها لوضعي الاستراتيجية المستقبلية لجامعة الاستقلال حول الوضع الأنسب لجامعة الاستقلال في ظل الدمج الحالي لكل من وظائف العلاقات العامة، والإعلام الأمني، والعلاقات الدولية؟

١- إجابة د. نايف جراد

لا بد من وجود تقسيم مهني للعمل في أقسام متخصصة بالمجالات الثلاثة تعمل بشكل تكاملي لتحقيق غايات الخطة الاستراتيجية العامة للجامعة، مع توفير الكادر المتخصص في كل مجال، وكذلك الاتصال والتنسيق والتكامل مع الجهات الرسمية الأمنية الإعلامية وغيرها من الجهات ذات العلاقة.

٢- إجابة أ. د. زهير عابد

تحليل الوضع القائم (البيئة الداخلية (القوة والضعف) والخارجية (الفرص والتهديدات) لجامعة الاستقلال التي في ضوءها يجب أن تعمل العلاقات العامة.

٣- إجابة د. أسامة عبد الله

بداية يجب تحديد المهام والمسؤوليات لكل قسم من الأقسام، بحيث لا يحدث تداخل في المهام، ويجب إعطاء الصلاحية الكافية للعلاقات العامة والدولية هناك، وأوصي بتخصيص موازنة تليق بحجم عمل الدائرة وجهدها.

٤- إجابة د. يحيى المدهون

التركيز على اختيار الكادر المؤهل والمختص في كل مجال من مجالات العمل، وبذلك نضمن وجود عناصر بشرية مؤهلة، وكذلك لا بد من توافر الإمكانيات المادية والمالية الملائمة لطبيعة كل تخصص.

٥- إجابة د. غسان نمر

توضيح اختصاص كل وحدة على حدة، وتعزيز الكادر البشري حسب الاحتياج.

٦- إجابة العميد رنا الخولي

يمكن دمج العلاقات العامة والإعلام الأمني، ولكن العلاقات الدولية يجب أن يكون لها متخصصون لكي تؤدي كل دائرة مهامها العلمية بشكل يحقق أهداف المؤسسة.

السؤال الرابع: أظهرت نتائج الدراسة المطبقة على جامعة الاستقلال مطالبة معظم المبحوثين (٦٠%) بتطوير المعدات التقنية واللوجستية بما يتناسب مع الفكر الحديث في ممارسة وظيفة العلاقات العامة، فما الأفكار المحددة التي تقدمها في هذا الجانب بما يسهم في مواكبة هذه الجامعة للتطورات الاتصالية المتسارعة؟

١- إجابة د. نايف جراد

إعادة النظر أولاً في الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في جامعة الاستقلال، وتوفير الكادر المختص القادر على الاستخدام الكفؤ للتقنيات ووسائل الاتصال الحديثة، وثانياً توفير الأجهزة والتقنيات والبرامج الحديثة، وثالثاً تطوير الموقع الإلكتروني للجامعة وشفحة العلاقات العامة والإعلام واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والقنوات الرقمية، وإقامة علاقات وثيقة مع وسائل الإعلام والاتصال العامة.

٢- إجابة أ. د. زهير عابد

توفير كل وسائل الإيضاح من LCD وأجهزة حاسوب حديثة، وكاميرات فيديو وفوتو وسبورة ذكية... الخ، وتوفير الكادر المتخصص.

٣- إجابة د. أسامة عبد الله

الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة، والاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، وبعض التطبيقات الإلكترونية الحديثة التي تتعلق باستخدام الهواتف النقالة، كما يجب توفير طاقم متخصص لمتابعة الأحداث ونشرها أولاً بأول، كما يمكن الاستفادة من المطبوعات الورقية وتوزيعها بشكل دوري على الجمهور الداخلي والخارجي.

٤- إجابة د. يحيى المدهون

تدريب الكوادر العاملة في العلاقات العامة على الاستخدام الفعال والأمثل لمختلف التقنيات والأدوات التكنولوجية.

٥- إجابة د. غسان نمر

اقتناء أحدث الأدوات المختصة بعمل العلاقات العامة والإعلام وتدريب العاملين عليها لاستخدامها بأفضل طريقة.

٦- إجابة العميد رنا الخولي

توفير ما يلزم من معدات لمواكبة التطورات التكنولوجية وتوفير كادر متخصص لهذه الأدوات.

السؤال الخامس: من مهام الاتصال الاستراتيجي الداخلي في أية مؤسسة ومن ضمنها جامعة الاستقلال القيام بالوظيفة الإعلامية، والوظيفة التوجيهية لموظفي المؤسسة، وتعزيز ثقافة العاملين، وتأدية الوظيفة الإقناعية عبر تقديم خطاب عقلائي يحاكي العقل والمنطق ويحاجج الجمهور بأدلة وبراهين، وكذلك زيادة الانضباط لضمان سير عمل المؤسسة على أكمل وجه، فمن وجهة نظرك، إلى أي حد استطاعت العلاقات العامة وكذلك الإعلام الأمني في هذه الجامعة القيام بهذه المهام بكفاءة؟ وماذا تقترح ليتم الارتقاء بأداء المكلفين بمهام الإعلام الأمني والعلاقات العامة؟

١- إجابة د. نايف جراد

العمل الجدي لرسم وصياغة استراتيجية جديدة للعلاقات العامة والإعلام والعلاقات الدولية تتجاوز النظرة التقليدية للعمل في هذا المجال، بحيث يجري تمثّل مبادئ وقواعد الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والاتصال المواكبة لثورة الاتصال والمعلومات والتكنولوجيا الحديثة، وتوفير الكادر المختص القادر على القيام بهذه المهمة بكفاءة عالية، مع العناية بتدريب المكلفين بهذه المهام باستمرار لرفع مستوى معارفهم وقدراتهم ومهاراتهم ومواكبة التطورات المتسارعة على هذا الصعيد.

٢- إجابة أ. د. زهير عابد

إذا قامت بأداء واجباتها على أكمل وجه واستطاعت أن تكسب ود واحترام الجماهير الداخلية والخارجية في هذه الحالة يمكن القول إن العلاقات العامة في الاتجاه السليم.

٣- إجابة د. أسامة عبد الله

تتميز جامعة الاستقلال بالطابع الأمني، هذه الميزة جعلت إدارة الجامعة تتحرى المعلومات التي يجب أن يتم نشرها للعموم وحتى للجمهور الخارجي، الأمر الذي جعل عمل العلاقات العامة ينتظر التعليمات حتى يتم التعامل مع الظروف العادية وغير العادية، ما أدى إلى بطء التعامل والرد من قبل العلاقات العامة، لذي أقترح أن يتم رفع سقف الحرية والصلاحيات وذلك ضمن حدود مفهوم المؤسسة الأمنية، كما أقترح أن يتم التواصل أكثر مع الجمهور الداخلي وإعلامه بما يلزم المؤسسة.

٤- إجابة د. يحيى المدهون

إقناع الإدارة العليا للجامعة بأهمية منح العلاقات العامة الصلاحيات والسلطات اللازمة؛ لتتمكن من تنفيذ أنشطتها بيسر وسهولة، وكذلك التأكيد على دور الإعلام الأمني في تنمية روح المسؤولية لأفراد المجتمع، وتزويد العاملين في مجال الإعلام الأمني بالمعرفة المتخصصة في المجال الأمني ومصادره المتنوعة الخاصة والرسمية، وتدريب العاملين في الإعلام الأمني على سبل الكتابة المتخصصة وتحرير المادة الإعلامية في الإعلام الأمني، ومتابعة البحوث والدراسات المهمة في المجال ذاته؛ لتمكينهم من امتلاك المهارات والمتطلبات الإعلامية المهنية.

٥- إجابة د. غسان نمر

ضرورة العمل على إنتاج مواد إعلامية خاصة بكل تفاصيل الجامعة والسعي لنشرها لتعريف الجمهور الفلسطيني بهذه الجامعة عن قُرب.

٦- إجابة العميد رنا الخولي

الاهتمام بعقد دورات مشتركة وتوضيح مهام كل فرع على حدة لتحقيق التكاملية بينهما.

٦-٣ شرح وتعليق على إجابات المبحوثين:

ربط الخبراء الخمسة بشكل عام بين المسار الذي يفترض أن تسير عليه وظيفة العلاقات العامة في جامعة الاستقلال والتطورات الاتصالية النوعية والمتسارعة.

وجاءت محصلة نتائج مقابلات الخبراء على النحو التالي:

١- دعوة هؤلاء الخبراء إلى إعادة النظر أولاً بالاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في جامعة الاستقلال وكيفية الاستفادة القصوى من التقنيات والأساليب الرقمية الحديثة في تطوير عمل العلاقات العامة بما يطور ويخدم وظائفها علمياً ومهنياً.

٢- اتفق أربعة خبراء من أصل خمسة على أهمية توفير كادر مختص في مجال العلاقات العامة والإعلام الأمني يستطيع مواكبة تطورات التكنولوجيا والعصر.

٣- أكد ثلاثة من الخبراء على ضرورة تدريب الكادر الحالي في دورات مختصة في المجال، وتماشياً مع ما تم ذكره أكد (جراد، ٢٠٢١) على أهمية إنشاء إذاعة للجامعة تقوم بدورها في توفير قناة للإعلام الأمني الفلسطيني.

٤- أشار كل من (عبدالله وعابد، ٢٠٢١) إلى أهمية اتصال قسم العلاقات العامة بالإدارة العليا مباشرة؛ لتتمكن من تنفيذ أنشطتها بيسر وسهولة على أكمل وجه، ولتبقى إدارة الجامعة على اطلاع دائم بالوضع القائم في المؤسسة.

- ٥- تحدث خبيران عن أهمية الحرص على إجراء (التحليل الرباعي SWOT Analysis)، الذي يركز على دراسة نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات للمؤسسة، لتتمكن من الاستفادة القصوى للمصادر المتاحة وتجاوز العقبات التي تحدث.
- ٦- أجمع الخبراء كافة على أهمية تخصيص ميزانية كافية لعمل دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني، وتطوير المعدات التكنولوجية واللوجستية في الدائرة.
- ٧- أوصى هؤلاء الخبراء بالفصل في العمل بين كل من العلاقات العامة والإعلام الأمني والعلاقات الدولية.

٣-٧ توصيات الخبراء:

قدم الخبراء مجموعة من الأفكار والتوصيات بهدف الارتقاء بأداء العلاقات العامة والإعلام الأمني، والعمل بتناغم بما يحقق أهداف هذه الوظائف الإدارية بكفاءة، وبما يتناسب وخصوصية المؤسسة لكونها تتسم بطابع أمني من جهة، وبما يتوافق مع التطورات المتسارعة في الاتصال من جهة أخرى، وهي على النحو التالي: خلاصة نتائج الدراسة (المقابلات):

- ١- العمل الجدي على بلورة استراتيجية جديدة للعلاقات العامة والإعلام والعلاقات الدولية تتجاوز النظرة التقليدية للعمل في هذا المجال، على أساس التقسيم المهني للعمل في أقسام متخصصة بالمجالات الثلاثة تعمل بشكل تكاملي لتحقيق غايات الخطة الاستراتيجية العامة للجامعة، مع توفير الكادر المتخصص في كل مجال.
- ٢- وضع استراتيجية جديدة للعلاقات العامة والإعلام، تأخذ بالحسبان نقاط القوة والضعف والتحديات والفرص المتاحة في البيئتين الداخلية والخارجية.
- ٣- إعادة النظر في الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في جامعة الاستقلال بما يضمن الاستفادة القصوى من التقنيات والأساليب الرقمية الحديثة في تطوير عمل العلاقات العامة بما يطور ويخدم وظائفها علمياً ومهنياً.
- ٤- تطوير الموقع الإلكتروني للجامعة وصفحة العلاقات العامة والإعلام واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية والمجموعات الإخبارية والمدونات،

واستثمارها في التواصل الداخلي ومع الجهات الخارجية ذات العلاقة، وفي التعرف على احتياجات الجمهور وأصحاب المصلحة.

٥- الحرص على توضيح رؤية الجامعة ورسالتها لدى العاملين فيها، وتوعيتهم وكسب تأييدهم ودعمهم وتعزيز عملهم الجماعي ومشاركتهم في صنع القرار.

٦- ضرورة استخدام وسائل الاتصال الحديثة ووضع برامج متنوعة إعلامية وتأثيرية وتنقيفية وخدمائية وترفيهية لإشراك الجمهورين الداخلي والخارجي.

٧- توفير ما يلزم من كادر بشري متخصص وأجهزة وتكنولوجيا حديثة وموازنات كافية.

٨- توفير قاعدة معلوماتية عن المؤسسة الأمنية وقطاع الأمن والقضايا الأمنية في فلسطين، والتنقيف بقضايا الأمن ونشر الوعي الأمني والأبحاث والدراسات الأمنية العلمية التي تظهر حقيقة الواقع وأداء المؤسسة الأمنية وعلاج التحديات والتهديدات الأمنية الماثلة.

٩- إنشاء إذاعة للجامعة تقوم بدورها في توفير قناة للإعلام الأمني الفلسطيني.

٣-٨ خلاصة نتائج الدراسة (الاستبانة):

١. جاءت نسبة مشاركة الباحثين بتقدم الذكور على الإناث، فقد بلغت ٦٨,٤% للذكور، في حين بلغت نسبة الإناث ٣١,٦%. وبينت النتائج أن ٥٠,٦% هم من الإداريين في جامعة الاستقلال، في حين بلغت نسبة أفراد العينة من الأكاديميين ٤٩,٤%. أما على صعيد المؤهل العلمي، فقد أظهرت نتائج التحليل أن النسبة العليا كانت من حملة شهادة الدكتوراه وبلغت ٣٧,٤%، بينما بلغت نسبة أفراد العينة من حملة شهادة البكالوريوس ٣١,٦%، ووجد أن نسبة حملة شهادات الماجستير والدبلوم هي ١٧,٨% و ١٣,٢% على التوالي. وأظهرت نتائج التحليل أن ٤٣,١% من أفراد العينة يملكون سنوات خبرة أكثر تتراوح من ٣ إلى ٧ سنوات في مجال عملهم، في حين لوحظ أن ٢٤,١% يملكون خبرة تتراوح من ٧ إلى ١٠ سنوات، و ٢٠% من أفراد العينة يملكون خبرة أكثر من عشر سنوات.

٢. أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي الكلي لمحور تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني قد بلغ ٣,١٨، ما يشير إلى أن إجابة العاملين في جامعة الاستقلال على هذا المحور كانت بدرجة متوسطة وفقاً لمعيار مقياس مفتاح المتوسطات الحسابية، وهذا ما أشار إليه جدول رقم (١٤).

٣. بينت نتائج التحليل أن "الاتصال الواسطي باستخدام: الهاتف، التلغراف، الفاكس، الرسائل، البرقيات، البريد الإلكتروني" يأتي في المرتبة الأولى من حيث تعرض المبحوثين له بمتوسط حسابي ٣,٨٢ وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الأخيرة جاءت "وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، مجلات، إذاعة، تلفاز، مسرح، سينما، مواقع إلكترونية)" بمتوسط حسابي بلغ ٣,٤٠ وبدرجة متوسطة، وهذا ما أشار إليه جدول رقم (١٥).

٤. كشفت الدراسة أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية حيث جاء في الترتيب الأول "الأسباب الإدارية" بمتوسط حسابي بلغ ٤,٠١ وبدرجة مرتفعة، والأسباب القانونية جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ٣,٧١ وبدرجة مرتفعة، وهذا ما أشار إليه الجدول رقم (١٦).

٥. أظهرت نتائج مخرجات الأنشطة الاتصالية أن العبارة التي تُعبر عن شرح أهداف الجامعة واتجاهاتها لجمهورها جاءت بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ٣,٩٢ وبدرجة مرتفعة، وفي المرتبة الأخيرة العبارة التي تُعبر عن "تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور" بمتوسط حسابي بلغ ٣,٦٣ وبدرجة متوسطة، وهذا ما أشار إليه الجدول رقم (١٧). وهذا منافعٍ للنتائج التي توصلت إليها دراسة (أبو سليم، ٢٠٠٦) بأن العلاقات العامة تعمل على تعزيز الألفة بين موظفيها وتشرکهم في نشاطاتها.

٦. أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي الكلي لأداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة قد بلغ ٣,٨٦، ما يُشير إلى أن إجابة أفراد العينة على هذا المحور كانت بدرجة مرتفعة. وهذا ما أشار إليه الجدول رقم (١٨).

٣-٩ مقترحات الرسالة

مقترحات تخص الجامعة بشكل عام والقائمين على قسم العلاقات العامة في جامعة الاستقلال بشكل خاص.

١. يقترح الباحث تفعيل الموقع الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعة، ومحاولة إدارتها من قبل مختصين.
٢. يقترح الباحث أن يتم ربط قسم العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة بالإدارة العليا مباشرة.

٣. إنشاء إذاعة للجامعة.

٤. يدعو الباحث لتفعيل ميزة التعليقات والاتصال عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي

وعن طريق الموقع الإلكتروني، الأمر الذي من شأنه تعزيز التفاعل وجذب الصحافيين.

٥. ينبغي على إدارة الجامعة والقائمين على قسم العلاقات العامة الاهتمام بمؤشرات

الاتصال الاستراتيجي الداخلي لما له من تأثير إيجابي على العملية الاتصالية داخل

الجامعة.

٦. يدعو الباحث لتحديث الموقع الإلكتروني والاهتمام بتصميمه بطريقة يسهل التعامل

معها.

٣-١٠ نتائج الدراسة في ضوء النظرية

تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال الحديث عن أهداف ومهام وطرق واتجاهات نظرية الدراسة (الاتصال الاستراتيجي الداخلي) في ضوء ما توصل إليه الباحث من نتائج.

فالاتصال الاستراتيجي الداخلي هو محاولة نقل وتبادل المعلومات داخل أفراد المجتمع أو داخل المؤسسة بطريقة تضمن إيصالها بالطريقة الصحيحة في اتجاهين، لإنعاش عملية الاتصال.

ومن أهم أهداف الاتصال الاستراتيجي الداخلي (سيف الدين، ٢٠٢١) - التي سبق ذكرها في الإطار النظري للدراسة - ما يلي:

١. توفير المعلومات ونقلها بطريقة تسهل عملية اتخاذ القرارات.

٢. تعريف الجمهور الداخلي بالمعلومات المتعلقة بمهامهم داخل المجتمع أو المؤسسة.

٣. عمل التقييم المناسب للتأكد من تنفيذ الأعمال بالطريقة الصحيحة، ودراسة اتجاهات الرأي العام.

ومن أهم مهام الاتصال الاستراتيجي الداخلي (سيف الدين، ٢٠٢١) ما يلي:

١. التنسيق بين الوحدات المختلفة.

٢. توجيه الأفراد وإرشادهم.

٣. تحفيز الأفراد وتحسين أدائهم.

٤. التعريف بالمشاكل وتحديد سبل علاجها.

ومن أهم طرق واتجاهات الاتصال الاستراتيجي الداخلي (سيف الدين، ٢٠٢١) ما يلي:

١. الاتصالات المكتوبة.

٢. الاتصالات الشفوية.

٣. الاتصالات الإلكترونية.

أظهرت نتائج الدراسة أن ما نسبته (٧٥,٩%) من أفراد عينة الدراسة، وبمعيار نسبي مرتفع، وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة يوافقون على أن قسم العلاقات العامة يعمل على نقل المعلومات بين الأفراد بطريقة سلسة وسليمة، وأن ما نسبته (٧٣,٩%) من أفراد عينة الدراسة، وبمعيار نسبي مرتفع، وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة، يوافقون على أن قسم العلاقات العامة يعمل على تعريف الجمهور الداخلي بالمعلومات المتعلقة بمهامهم، وعند الحديث عن عمل التقييم المناسب للتأكد من تنفيذ الأعمال بالطرق الصحيحة، ودراسة اتجاهات الرأي العام فقد جاء بنسبة (٧٥,١%) من أفراد عينة الدراسة، وبنسبة مرتفعة وفقاً لمقياس تحليل هذه الدراسة.

وبالنظر إلى مهام الاتصال الاستراتيجي الداخلي بحسب (سيف الدين، ٢٠٢١) ونتائج هذه الدراسة نجد أن قسم العلاقات العامة يقوم بتنفيذ أهداف الاتصال الاستراتيجي الداخلي بصورة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة.

وفي السياق ذاته فقد أظهرت نتائج الدراسة أن ما نسبته (٧٧,٨%) من أفراد عينة الدراسة، وبنسبة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، يوافقون على أن العلاقات العامة تقوم بعمل التنسيق المناسب بين الوحدات والأقسام المختلفة في الجامعة، وأن ما نسبته (٧٢,٦%) من أفراد عينة الدراسة، وبنسبة متوسطة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، يوافقون على أن العلاقات العامة في جامعة الاستقلال تقوم بمهمة تحفيز وتدريب العاملين وتوجيههم وإرشادهم، فيما حصلت مهمة التعريف بالمشاكل وتحديد سبل علاجها على نسبة (٧٥,٩%) وهي نسبة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة.

وبالنظر إلى أهداف الاتصال الاستراتيجي الداخلي بحسب (سيف الدين، ٢٠٢١) ونتائج هذه الدراسة نستنتج أن قسم العلاقات العامة يقوم بتنفيذ مهام الاتصال الاستراتيجي الداخلي بصورة مرتفعة، مع الحفاظ على صورة متوسطة لصالح مهمة تدريب وتحفيز العاملين وتوجيههم وإرشادهم.

وعليه لا بُد من محاولة مواكبة العلاقات العامة في جامعة الاستقلال للتقدم العلمي في هذا المجال من خلال تدريب العاملين وتحفيزهم وإرشادهم، واستقطاب الخبرات ذات الكفاءة لهذا المجال.

وعلى صعيد طرق واتجاهات الاتصال الاستراتيجي الداخلي فقد أظهرت النتائج أن ما نسبته (٣.٧١%) من أفراد عينة الدراسة، وبنسبة متوسطة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، يوافقون على استخدام العلاقات العامة في جامعة الاستقلال للاتصال المكتوب، وأن ما نسبته (٦٩,٥%) من أفراد عينة الدراسة، وبنسبة متوسطة وفقاً لمقياس هذه الدراسة يوافقون على استخدام العلاقات العامة للاتصال الشفوي، وفيما يتعلق بالاتصال الإلكتروني فإن ما نسبته (٧٦,٤%) من أفراد عينة الدراسة، وبصورة مرتفعة وفقاً لمقياس هذه الدراسة، يوافقون على استخدام العلاقات العامة للاتصال الإلكتروني.

وبالنظر إلى أهم طرق واتجاهات الاتصال الاستراتيجي الداخلي بحسب (سيف الدين، ٢٠٢١) ونتائج هذه الدراسة نجد أن قسم العلاقات العامة يقوم بالعملية الاتصالية بصورة مرتفعة فقط في الاتصالات الإلكترونية مع الجماهير الداخلية، وما دون ذلك جاءت بنسب متوسطة.

وعليه لا بُد من الأخذ بعين الاعتبار باقي الوسائل الاتصالية (وسائل الاتصال الجمعي، وغير الإلكترونية، والمكتوبة،... إلخ) في عملية الاتصال لما لها من دور في عملية نقل المعلومات وتبادلها بطريقة تساعد في تحقيق اتصال استراتيجي داخلي بكفاءة عالية.

١١-٣ ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية

بناءً على ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج، فإنها تثير مواضيع لإجراء بحوث مستقبلية حولها أكثر تحديداً فيما يخص الجامعات الأمنية والعلاقات العامة والرضا الوظيفي فيها:

١- دور العلاقات العامة في جامعة الاستقلال في إدارة الأزمات المستقبلية

٢- مدى قدرة العلاقات العامة في جامعة الاستقلال على إدارة سمعتها

٣- واقع جامعة الاستقلال في منصات التواصل الاجتماعي

٤- قدرة العلاقات العامة على بناء علاقة طيبة مع الطلبة

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

أ- القرآن الكريم (المجادلة، ١١)

ب- المقابلات الشخصية

المدهون، يحيى، دكتور الاعلام في جامعة الأزهر، مقابلة عبر الهاتف، بتاريخ: ٨-١١-٢٠٢١.
عابد، زهير، عميد كلية الاعلام في جامعة الأقصى سابقاً، مقابلة عبر الهاتف، بتاريخ: ٢٠-١١-٢٠٢١.

عبدالله، أسامة، دكتور الاعلام بجامعة النجاح، مقابلة عبر الهاتف، بتاريخ: ٢٢-١١-٢٠٢١.
نمر، غسان، الناطق باسم وزارة الداخلية، مقابلة عبر الهاتف بتاريخ ٢٩-١١-٢٠٢١.
خولي، رنا، مسؤولة العلاقات العامة في جهاز الامن الوطني الفلسطيني، مقابلة عبر الهاتف بتاريخ ١٠-١٢-٢٠٢١

جرار، نايف، مدير عام معهد فلسطين لأبحاث الأمن القومي، مقابلة بتاريخ ٥-١١-٢٠٢١

ثانياً: المراجع

أ- المراجع العربية

اسيل بكر، و تسنيم لباط، ٢٠١٨، دور العلاقات العامة في الرضا الوظيفي للموظفين، نابلس: جامعة القدس المفتوحة.

زهرة، ايمان، ٢٠٠٦، العلاقات العامة في الشركات متعددة الجنسية العاملة في مصر، القاهرة: كلية الاعلام جامعة القاهرة.

الغصين، اهاب، ٢٠١٢، أثر الإعلام الأمني على أداء العاملين في الأجهزة الأمنية في قطاع غزة، غزة: الجامعة الاسلامية بغزة عمادة الدراسات العليا.

عاطف، بضياف، ٢٠١٠، فاعلية العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية، الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية في جامعة منتوي.

بن يوب، دلال، و لبيض خيره، ٢٠١٩، الرضا الوظيفي وأثره في تحسين أداء العاملين دراسة ميدانية لمؤسسة عمر بن عمر، الجزائر، قالمه: قسم العلوم الانسانية جامعة جامعة ٨ ماي ١٩٤٥.

الدعجة، حسن وآخرون، ٢٠١٦، تأثير الإعلام الأمني على الشباب والناشئة، الرياض: المجلة العربية للدراسات الامنية والتدريب المجلد ٣١ العدد (٦٤).

طه، حسين وآخرون، ٢٠١٦، تفعيل دور العلاقات العامة في ادارة الازمات، القاهرة: الدار المصرية للنشر.

رشيد، حمدوني، ٢٠١٦، الضغوط المهنية وآثارها على الرضا الوظيفي لدى الأساذ الجامعي، الجزائر: الملحقه الجامعية مغنية .

شيخة، حنان، ٢٠١٥، تسيير الحياه المعنوية وعلاقته بالرضا الوظيفي، الجزائر: جامعة العربي بن مهدي ام البواقي.

الجابري، خالد، ٢٠١١، الإعلام والأمن شريكات في مكافحة الإرهاب، الرياض: جريدة عكاظ.

عساف، ديماء، ٢٠٢٠، استخدام العلاقات العامة الرقمية في عمل مرسسات التعليم العالي: جامعتنا "العربية الأميكية" و "خضوري" نموذجًا، رام الله: الجامعة العربية الأمريكية.

دراغمة، رافع، ٢٠١١، دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقة مع مجتمع الطلبة، هولندا: جامعة لاهاي كلية الصحافة والاعلام قسم العلاقات العامة.

أمجوج، زينب، ٢٠١٤، أثر المناخ التنظيمي على الرضا الوظيفي للعاملين دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلم التسيير، الجزائر: جامعة أم البواقي .

سمور، شادي، ٢٠١٧، دور الصحافة المدرسية في ترسيخ الثوابت الوطنية لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدارس محافظات غزة "دراسة تحليلية وميدانية"، غزة: الجامعة الاسلامية غزة.

جرار، صادق، ٢٠١٥، العلاقات العامة مهنة فنية في العالم العربي، مصر، بدون دار نشر.

الدليمي، عبد الرزاق، ٢٠١٥، المدخل إلى العلاقات العامة، عمان : مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص ٥١.

اليعقولي، عبد الله، ٢٠١٦، أثر خصائص العمل على الدافعية والرضا الوظيفي للعاملين بشكل حر، غزة: الجامعة الاسلامية غزة.

أحمد، عزاوي، ٢٠١٨، دور الإعلام الأمني في مكافحة الجريمة الالكترونية: مجلة الجيش الجزائرية أنموذجًا، الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الاسلامية في الجامعة الافريقية.

الصالحي، علي، ٢٠١٥، استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العاملة في اليمن . القاهرة: جامعة صنعا، كلية الاعلام قسم العلاقات العامة.

عجوة، علي، ٢٠٠١، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة: دار الفكر للنشر والتوزيع.

فرجاني، علي، ٢٠١٧، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.

- نورهان، غزولي، ٢٠١٧، دور الاتصال التنظيمي في تحقيق الرضا الوظيفي للموظفين، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي.
- الشامي، لبنان، وناصر، أحمد، ٢٠١٩، الاتصال في العلاقات العامة، القاهرة: دار الحكمة للنشر والتوزيع.
- خيرية، لبيض، ٢٠١٩، الرضا الوظيفي وأثره في تحسين أداء العاملين دراسة ميدانية لمؤسسة "عمر بن عمر"، الجزائر: كلية العلوم الانسانية جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ -قالمة.
- برياح، محمد، ٢٠١٦، تأثير الرضا الوظيفي على أداء الموارد البشرية، الجزائر: جامعة ابي بكر بلقيا .
- أبو رمضان، محمد، ٢٠١٧، العلاقات العامة بين المنظور الغربي والتهميش العربي، غزة: الجامعة الاردنية.
- العلاطي، محمد، ٢٠١٥، المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية، الكويت: كلية الاعلام جامعة الشرق الاوسط.
- الحبل، محمد، ٢٠١٥، استخدام ممارسي العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديث للتواصل مع الجمهور الداخلي بجامعة قطاع غزة، مصر: جامعة حلوان قسم الإعلام.
- كامل، محمود، ٢٠١٣، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط١، ص٢٨٣.
- الجوهري، محمود، ٢٠١٨، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، ص١٨.
- خوف، محمود، ٢٠١٩، العلاقات العامة في العصر الرقمي، الاردن - عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- الزعبى، مروان، ٢٠١١، الرضا الوظيفي مفهومه، طرق قياسه، تفسير درجاته، وأساليب زيادته في العمل، عمان، الاردن: الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- محسن، معتصم، ٢٠١٣، الإعلام الأمني ودوره في خدمة المجتمع دراسة تطبيقية في الأمن المروري بمدينة رام الله - فلسطين، رام الله: معهد وبحوث ودراسات العالم الإسلامي .
- مزاخرة، منال، ٢٠١٩، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.
- السعودي، موسى، ٢٠١٣، اثر الحوافز المادية على الرضا الوظيفي لدى العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي الأردنية، عمان، الاردن: كلية دراسات العلوم الإدارية في الجامعة الاردنية المجلد ٤٠ العدد ١.
- شروف، ميسون، ٢٠١٣، الرضا الوظيفي لدى العاملات في مكاتب وزارة الشؤون الاجتماعية في جنوب الضفة الغربية من وجهات نظرهن ، نابلس: مكتبة جامعة النجاح.

أبو شيخه، نادر، ٢٠١٨، الرضا الوظيفي لرجل الامن في أجهزة الامن العربية، الرياض: مركز الدراسات والبحوث اكادمية نايف العربية للعلوم الامنية .

عبد الشكور، هاني، ٢٠٢١، إيمان العمل كمتغير معدل للعلاقة بين المناخ النفسي ومخرجات الرضا للعاملين في شركات الهاتف المحمول بمصر/ الاسكندرية: مجلة جامعة الاسكندرية للعلوم الإدارية المجلد (٥٨) العدد الأول - يناير ٢٠٢١.

حدادي، وليد، ٢٠١٨، العلاقات العامة الالكترونية في الوطن العربي، الجزائر: مجلة العلوم الاجتماعية جامعة العربي بن مهدي.

الغلا، ياسمين، ٢٠١٨، دور العلاقات العامة في الرضا الوظيفي، الجزائر: دار الرائد للنشر والتوزيع.

ب- المراجع الأجنبية

Détrie, P. (1999p421). *Catherine Boroyez*. op cite .

éles, d. (1990). *la communication institutionnelle et de management*. Paris: communication oblige , Pascale WEIL 4 d'organisation.

Frank, J. (1993). *Planned Press and Public Relations, 3rd*. London: Blackie A cadmic & Professional Ltd.,.

Harrison, S. &. (2004). *Comparing two public relations pioneers: American Ivy Lee and British John Elliot*.

McDonald, H. &. (2002). *The marketing and public relations practices of Australian performing arts presenters*. . International journal of nonprofit and voluntary sector marketing,.

ثالثاً: المحاضرات

ارزيقات، لوي، السلامة الامنية للصحفي، محاضرة خلال دورة بعنوان السلامة الامنية للصحفي، اريحا/ كلية الشرطة، بتاريخ ٤-٤-٢٠١٦.

خلوف، محمود، "الكتابة للعلاقات العامة"، محاضرة في مساق الكتابة المتقدمة للعلاقات العامة، رام الله/ الجامعة العربية الامريكية، بتاريخ ١٠-٣-٢٠١٨.

الملاحق

أولاً: أداة الاستبانة:



كلية الدراسات العليا

قسم العلاقات العامة المعاصرة

بسم الله الرحمن الرحيم.

عزيزي/تي الأكاديمي/ة، الإداري/ة في جامعة الاستقلال،

بعد التحية والسلام، يرجى التكرم بتعبئة هذه الاستبانة التي تعد جزءاً أساسياً لاستكمال متطلبات إتمام رسالتني الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، التي بعنوان: "مدى رضا موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها"، بإشراف د. محمود خلوف.

يرجى مراعاة الدقة والموضوعية في تعبئة الاستبانة بوضع إشارة (x) على الجواب المناسب، علماً بأن المعلومات التي سيحصل عليها الباحث ستستخدم فقط لغاية البحث العلمي، وستكون الإجابات سرية.

ولكم جزيل الشكر والاحترام على حسن تعاونكم.

الباحث: قصي حسين

مفاهيم مفيدة:

العلاقات العامة: بحسب الميثاق المهني الفرنسي للعلاقات العامة على أنها تحديد ووضع سياسات اتصال دائمة، لتتمكن المؤسسة من إقامة علاقات وفاء وثقة مع الجمهور الداخلي والخارجي (حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ٢٠٠٧)

الرضا: هو الشعور بالارتياح والقناعة والسعادة لإشباع الحاجات والرغبات والتوقعات من العمل نفسه (نبيل، ٢٠١٢).

الأداء: مصطلح يعني تنفيذ مهمة أو تأدية عمل، وهو تحقيق الأهداف التنظيمية الذي يؤديها الأفراد ومدى تفهمهم لدورهم واختصاصاتهم. (نبيل، ٢٠١٢)

دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني: وهي دائرة مكلفة بإدارة العلاقات بين جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي ونشر المعلومات الأمنية بجامعة الاستقلال بما يتفق مع رؤية الجامعة، وصولاً لترسيخ بعض القناعات والآراء لدى الجمهور بما يخدم غايات المؤسسات الأمنية بشكل عام (الاستقلال، ٢٠٢١).

الإعلام الأمني: هي تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن أجهزة الأمن، وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الأمنية في أذهان الجماهير في إطار سياسة الدولة وقوانينها (مرزا، ٢٠٠٧م).

المحور الأول: البيانات الشخصية

■ الجنس

١. ذكر
٢. أنثى

■ طبيعة الوظيفة

- ١- أكاديمي
- ٢- إداري

■ المؤهل الدراسي

١. دبلوم أو أدنى.
٢. بكالوريوس
٣. ماجستير
٤. دكتوراه

■ سنوات الخبرة

١. أقل من ٣ سنوات
٢. من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات
٣. من ٧ إلى أقل من ١٠ سنين
٤. أكثر من ١٠ سنين

المحور الثاني: قياس درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية
لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟:
الرجاء وضع اشارة (x) أمام الاجابة التي تتفق مع وجهة نظركم

ما درجة تعرضك للأنشطة الاتصالية التالية؟

الرقم	العبرة	الإجابة				
		دائمًا	غالبًا	أحيانًا	نادرًا	لا
١	الندوات					
٢	مجلة الجامعة					
٣	المحاضرات					
٤	ورش العمل					
٥	المعارض					
٦	المتاحف الفنية					
٧	المعسكرات					
٨	الحملات الاعلانية					
٩	صحف الحائط الخاصة بالجامعة					
١٠	النشرات الدورية والأدلة الإرشادية					
١١	المؤتمرات					
١٢	الخطب الرسمية					
١٣	الاجتماعات والمناظرات					

المحور الثالث: قياس نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات
العامة والإعلام الأمني التي يتعرض المبحوثون لها.

إلى أي مدى تتعرض للأنواع التالية من الأنشطة الاتصالية؟

الرقم	العبرة	الإجابة				
		دائمًا	غالبًا	أحيانًا	نادرًا	لا
١٤	الاتصال غير المباشر باستخدام: هاتف، تلغراف، فاكس، رسائل، برقيات، بريد الكتروني)					
١٥	الاتصال غير المباشر (غير الالكتروني) بالاعتماد على: التقارير المكتوبة، المذكرات، لوحة					

				الإعلانات الداخلية، المقترحات التي يقدمها الموظفون).	
				اتصال مباشر (لقاءات مقصودة، المشاركة في الأنشطة المختلفة، الزيارات المختلفة، المقابلات، المناقشات)	١٦
				الاتصال الجمعي (الندوات، ورش العمل، المحاضرات، المؤتمرات، المناظرات، الملتقيات والياقظات ..الخ)	١٧
				وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، مجلات، إذاعة، تلفاز، مسرح، سينما، مواقع الكترونية)	١٨

المحور الرابع: قياس أسباب تعرض الباحثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.
إلى أي حد تعد الأسباب التالية سبب في تعرضك للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟

الرقم	العبرة	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
١٩	أسباب معرفية			
٢٠	أسباب إدارية			
٢١	أسباب قانونية			
٢٢	أسباب ثقافية			
٢٣	أسباب تعليمية			

المحور الخامس: مدى رضا الباحثين عن مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.
إلى أي حد أنت راضٍ عن الأنشطة الاتصالية التالي التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.

الرقم	العبرة	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
٢٤	تبصير جمهور الجامعة بالمعلومات والمشاكل المتوقع حدوثها، للحصول على التغذية العكسية عن ردود فعله.			
٢٥	تنمية الشعور القومي لجمهور الجامعة.			
٢٦	شرح أهداف واتجاهات الجامعة لجمهورها.			
٢٧	إعداد المواد الإعلامية وإصدارها.			
٢٨	الإشراف على عقد المؤتمرات والندوات والمحاضرات وورش العمل			

			والمهرجانات والمتاحف.
٢٩			تقديم خدمة الاستعلامات عن الجامعة.
٣٠			الرد على الاستفسارات التي تصل المكافين بأداء وظيفة العلاقات العامة.
٣١			تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.
٣٢			العمل على جذب الموظفين الأكفاء.
٣٣			رفع مستوى الألفة بين الموظفين.
٣٤			تحسين مستوى الاتصال بين الموظفين وإدارة المؤسسة.
٣٥			ما تقوم به دائرة العلاقات العامة والإعلام الأمني من عمل تنسيقي داخل الجامعة ينعكس بشكل ايجابي على عملي.
٣٦			أشعر بالرضا الكافي عن نشاطات العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.
٣٧			يساهم قسم العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة بتعريف جمهورها الداخلي بأقسام الجامعة ورؤيتها وسياستها.

المحور السادس: مدى رضا المبحوثين عن أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة.

إلى أي درجة تعتقد ان موظف العلاقات العامة يمتلك القدرة أو المهارة في العبارات التالية؟

الرقم	العبرة	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
٣٨	القدرة على الاقتناع وطرح الأفكار.			
٣٩	الموضوعية وعدم التحيز.			
٤٠	التمتع بمهارة القراءة والاستماع.			
٤١	القدرة على التخاطب مع الجمهور الداخلي			
٤٢	العمل بروح الفريق			
٤٣	معرفة التشريعات والقوانين الخاصة بالجامعة			
٤٤	المعرفة بفن القيادة وإدارة الوقت			
٤٥	متابعة كل ما تنشره وسائل الاعلام عن الجامعة			
٤٦	القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف المحيطة بالجامعة			

٤٧- ما مقترحاتكم لتطوير أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني بجامعة الاستقلال؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الاستعانة بالخبرات البشرية المتخصصة
- تطوير المعدات اللوجستية المتوفرة
- تخصيص ميزانية أعلى لقسم العلاقات العامة والإعلام الأمني
- تقريب قسم العلاقات العامة والإعلام الأمني من الإدارة
- أذكره _____

أشكركم على تعاونكم

ثانياً: أداة اسئلة المقابلة المعمّقة:

تحية طيبة وبعد،

الموضوع: طلب مساعدة بحثية

عظفا على الموضوع أعلاه، فأنا الطالب قصي حسين(ماجستير علاقات عامة معاصرة/ الجامعة العربية الأمريكية)، أنفذ دراسة تحت عنوان: "مدى رضى موظفي جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها"، بإشراف د. محمود خلوف.

وعملا بتوجيهات الباحث وتطبيقاً لتوجهات لجنة "السيمنار" في الجامعة فإنني أوجه الأسئلة الموجودة في نهاية هذا الملف، إلى حضرتكم أملا التكرم بالإجابة عليها لكي يتم توظيفها بشكل علمي في رسالتي.

وحتى أضع حضرتكم في جو رسالتي أضع أبرز النتائج التي قد تفيدهم، وكذلك أهداف الدراسة وهي:

أولاً: أبرز الصعوبات والمشكلات التي تحدث عنها المبحوثون، وأظهرتها نتائج الدراسة التي طبقت على العاملين في جامعة الاستقلال/أريحا، وهي:

١- عدم فعالية دور العلاقات العامة في جامعة الاستقلال بتنفيذ أنشطة تسهم في رفع مستوى الألفة بين الموظفين.

٢- أظهرت النتائج عدم اقتناع المبحوثين بشكل مرضي عن مدى الجهود التي تبذلها دائرة العلاقات العامة وكذلك الإعلام الأمني لدى الجهات ذات الاختصاص داخل الجامعة حول تدريب العاملين على كيفية التعامل مع الجمهور.

- ٣- أظهرت ما نسبتهم (٧٨,٢%) من المبحوثين يؤيدون الاستعانة بالخبرات البشرية المتخصصة لتطوير أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني في جامعة الاستقلال.
- ٤- أظهرت النتائج مطالبة معظم المبحوثين (٦٠% منهم) بضرورة تطوير المعدات التقنية واللوجستية بما يتناسب من الفكر الحديث في ممارسة وظيفة العلاقات العامة.
- ٥- كما أظهرت النتائج عدم قناعة المبحوثين بكفاية الموازنات المخصصة من قبل الجامعة لإدارة العلاقات العامة والإعلام الأمني.

ثانياً: أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة لإظهار مدى رضا الكادر الأكاديمي والإداري في جامعة الاستقلال عن أداء العلاقات العامة والإعلام الأمني فيها، ومن أهم أهداف الدراسة التعرف على:
- ٨- درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
- ٩- نوعية الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني التي يتعرض لها المبحوثون في الجامعة؟
- ١٠- أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
- ١١- مدى رضا المبحوثين عن مخرجات الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
- ١٢- مدى رضا المبحوثين عن أداء ممارسي العلاقات العامة والإعلام الأمني في الجامعة؟
- ١٣- تقديم اقتراحات من قبل الخبراء للارتقاء بأداء المكلفين بمهام الإعلام الأمني والعلاقات العامة في جامعة الدراسة، وإفادة راسمي الخطط والاستراتيجيات الأمنية في دولة فلسطين.
- ١٤- التعرف على مدى رضا الخبراء عما قطعتة جامعة الاستقلال على صعيد تطبيق العلاقات العامة والإعلام الأمني لأفكار نظرية الاتصال الاستراتيجي الداخلي.

نص الأسئلة الموجهة للخبراء:

١- في ضوء إجابات الباحثين أعلاه ما مقترحتكم لتطوير أداء جهاز العلاقات العامة في جامعة الاستقلال ليكون أكثر تأثيرًا على صعيد خدمة الجمهورين الداخلي والخارجي؟.

.....

.....

.....

٢- بنظرك كيف يمكن الارتقاء بأداء الإعلام الأمني في جامعة الاستقلال بما يحقق التكاملية المأمولة مع عمل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة؟.

.....

.....

.....

٣- ما التوصية التي تقدمها لوضعي الاستراتيجية المستقبلية لجامعة الاستقلال حول الوضع الأنسب لجامعة الاستقلال في ظل الدمج الحالي لكل من وظائف العلاقات العامة، والإعلام الأمني، والعلاقات الدولية؟

.....

.....

.....

٤- أظهرت نتائج الدراسة المطبقة على جامعة الاستقلال مطالبة معظم الباحثين (٦٠%) بتطوير المعدات التقنية واللوجستية بما يتناسب من الفكر الحديث في ممارسة وظيفة العلاقات العامة، فما الأفكار المحددة التي تقدمها في هذا الجانب بما يسهم بمواكبة هذه الجامعة للتطورات الاتصالية المتسارعة؟

.....
.....
.....
٥- من مهام الاتصال الاستراتيجي الداخلي في أية مؤسسة ومن ضمنها جامعة الاستقلال القيام بالوظيفة الإعلامية، والوظيفية التوجيهية لموظفي المؤسسة، وتعزيز ثقافة العاملين، وتأدية الوظيفة الإقناعية عبر تقديم خطاب عقلاني يحاكي العقل والمنطق ويحاجج الجمهور بأدلة وبراهين، وكذلك زيادة الانضباط لضمان سير عمل المؤسسة على اكمل وجه، فبنظرك إلى أي حد استطاعت العلاقات العامة وكذلك الإعلام الأمني في هذه الجامعة القيام بهذه المهام بكفاءة؟، وماذا تقترح ليتم الارتقاء بأداء المكلفين بمهام الإعلام الأمني والعلاقات العامة؟.

.....
.....
.....

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

الباحث قصي حسين

جوال: ٠٥٦٨٠٩٠٣٧٤

ايميل: qusai113199666@gmail.com

ثالثاً: جدول رقم (٢٧) قائمة أسماء المحكمين لأدوات الدراسة:

الرقم	الاسم
١	د. احمد الترك: أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الإسلامية في غزة.
٢	أ.د. تيسير ابو عرجه: دكتور الاعلام في جامعة البتراء.
٣	أ.د. زهير عابد: عميد كلية الاعلام في جامعة الأقصى سابقاً
٤	د. شادي أبو عياش: دكتور الاعلام في جامعة القدس المفتوحة.
٥	د. علاء عياش: رئيس قسم تكنولوجيا الاعلام – جامعة فلسطين التقنية خضوري
٦	د. فريد أبو ظهير: دكتور الاعلام – جامعة النجاح الوطنية
٧	د. ماجد تريان: قسم الصحافة – جامعة الأقصى.
٨	د. محمود يوسف السماسيري: أستاذ الإعلام المشارك بجامعة سوهاج بمصر.
٩	د. نبيل حسن طهراوي: أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الأقصى/ غزة.
١٠	د. يحيى المدهون: دكتور الاعلام في جامعة الأزهر.

Abstract

This thesis constitutes a relatively new area which has emerged from the relationship between Al-Istiqlal University employee's and Public Relations Department and the Security Media. This study aims to investigate the employees' satisfaction with the performance of Public Relations Department and the Security Media at Al-Istiqlal University. The thesis mainly aims to estimate to which extent Al-Istiqlal University uses the foundations of public relations and security media. It also keens to identify the strengths and weaknesses in the exercise of these tasks to establish scientific foundations that can be relied upon in guiding the employees at Public Relations Department. The study uses the descriptive approach to achieve the goals of the study. It also adopted internal strategic communication theory. For data collection, the researcher used two tools which are a questionnaire and interviews. The results of the study indicate that the employees are keen to use the available means of communication to communicate with the internal and external public. The thesis also found that he highest percentage of the public relations and security media employees, with an average of (3.82), are exposed to the average communication using many tools such as phone, Telegraph, fax, letters, telegrams, e-mail. Another promising finding was that the last place came the means of mass communication such as newspapers, magazines, radio, television, theater, cinema, websites, with an average of (3.40). A further novel finding is that there is an urgent need to activate the Department of Public Relations and Security Media at Al-Istiqlal University effectively by employing specialized experts, training the current employees in proportion to the media and technological development, activating its website and official pages, and establishing a private radio station for the university not to mention providing the latest necessary logistics equipment. Moreover, the need to allocate a sufficient budget for the work of the department, with the necessity of separating the work of public relations, security media and international relations, the concern to employ experts in each field, and ensure there is a proper connection of the employees of the Public Relations Department with their respective senior management directly. The thesis includes four chapters, the first chapter discusses the methodological and procedural framework of the study, the second chapter discusses the theoretical framework of the study and includes the study theory; public relations; security media; and job satisfaction, while the third chapter discusses the results of the field study, and the fourth chapter includes the results of the descriptive study and its discussion.