



الجامعة العربية الأمريكية
كلية الدراسات العليا
برنامج العلاقات العامة المعاصرة

دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في
المدارس الخاصة في محافظة رام الله والبيرة

إعداد

شروق عدنان عيسى يوسف

إشراف

د. محمود السماسيري

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

كانون أول، 2022

© الجامعة العربية الأمريكية - 2022، جميع حقوق الطبع محفوظة

إجازة الرسالة

دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المدارس
الخاصة في محافظة رام الله والبيرة

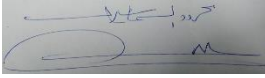
إعداد

شروق عدنان عيسى يوسف

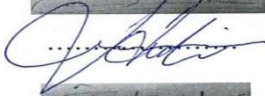
نوقشت هذه الرسالة بتاريخ : 2023/1/31 وأجيزت .

التوقيع

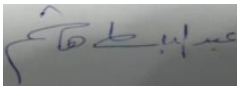
أعضاء لجنة المناقشة:



1. د. محمود السماسيري مشرفاً ورئيساً



2. د. حسين الأحمد ممتحناً داخلياً



3. د. عبد الباسط أحمد هاشم ممتحناً خارجياً

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:
**دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المدارس
الخاصة في محافظة رام الله والبيرة.**

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 الآخرين لنيل درجة أو لقب
علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى. وأن حقوق النشر محفوظة للجامعة العربية
الأمريكية .

اسم الطالب: شروق عدنان عيسى يوسف

الرقم الجامعي : 201912708

التوقيع : شروق عدنان

التاريخ : 31 /01/ 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

وَرَحَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ)

سورة المجادلة: الآية 11

إهداء

إلى أمي وأبي أطال الله بأعمارهم
إلى أخوتي وأختي الحبيبة
إلى زوجي وسندي وسر نجاحي
إلى بناتي وفلذات كبدي
إلى مؤسستي ومدرستي والمكان الذي أعشق وأحب
إلى صديقاتي الغاليات على قلبي
إلى الزملاء والزميلات
لأرواح شهداء فلسطين
للأسرى في سجون الاحتلال فك الله أسرهم

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين
الحمد لله الذي أعانني على إتمام رسالتي ويسر لي من أهل العلم من كانوا لي خير مرشد ومشرف،
فالشكر لله أولاً ثم للدكتور المشرف محمود السماسيري ثانياً...حيث كان خير مرشد وناصح.
وأقدم بالشكر الجزيل لجميع الأساتذة والدكاترة في قسم الإعلام والاتصال في الجامعة العربية
الأمريكية وأخص بالذكر الدكتور الياس كوكالي...حيث تعلمت منه الكثير وقدم لي كل الدعم
خلال رحلة الدراسة.
كما أتوجه بالشكر والتقدير للأخت والصديقة الدكتورة رانية قسراوي لدعمها المتواصل خلال
رحلة الدراسة .
وأتوجه بالشكر والتقدير لأسرتي زوجي وبناتي لما تحملوه معي من ظروف صعبة خلال
رحلة العمل والدراسة.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات التربوية في مدينة رام الله والاطلاع على أبرز الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتحقيق هذا الدور، إضافة إلى معرفة كثافة التعرض لهذه الأنشطة ومعرفة الأسباب التي تحفزهم للتعرض لهذه الوسائل والتي تساهم في تعديل وتغيير سلوك العاملين بما يعزز الهوية التنظيمية لدى العاملين في هذه المؤسسات.

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي في تنفيذ الدراسة وتم جمع المعلومات والبيانات من خلال استبانة تم توزيعها على موظفي المدارس الخاصة في مدينة رام الله، والبالغ عددها 70 مدرسة. وتكونت عينة الدراسة من 300 من المبحوثين والعاملين في هذه المدارس. وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في ارتفاع استخدام دائرة العلاقات العامة لوسائل الاتصال في المدرسة بنسبة 2.85، وارتفاع التعرض لهذه الوسائل خاصة وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال الشخصي بنسبة 2.69، وجاءت أهمية الأنشطة الاتصالية لدائرة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية من خلال كثافة التعرض لهذه الأنشطة وتعزيز الأسباب التي تجعل الموظف يتعرض لوسيلة اتصالية أكثر من غيرها واحتلت سهولة الوصول للمعلومات بنسبة 2.71 أعلى الدرجات يليها الأسباب التي ساهمت بالعمل بروح الفريق. كما أعتبر المبحوثين بأن الاطلاع على أنشطة المدرسة وخططها ورسالة المدرسة من أهم المعارف التي تم اكتسابها من خلال الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة والهدف التأثير على سلوك العاملين بما يخدم مصلحة المؤسسة ويحقق أهدافها ويعكس رسالتها ويرفع شأنها وبالتالي يعزز هوية موظفيها التنظيمية.

وجاءت نتائج فرضيات الدراسة بوجود علاقة ارتباط إيجابية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التربوية وبين درجة المعارف والمعلومات التي يكتسبونها حول أبعاد الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات، كما جاءت نتائج الفرضيات بوجود علاقة إيجابية أيضا بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التربوية وبين طبيعة المشاعر التي تتشكل لديهم نحو الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات، والتي تساهم في تعديل سلوك العاملين لتعزيز الهوية التنظيمية من خلال العمل بروح الفريق والانتماء للمدرسة وتحقيق التماثل بين سمات الموظف وسمات مؤسسته والعمل ضمن خططها

الاستراتيجية بما يحقق أهدافها وسمعتها الطيبة ، كما وجاءت نتائج الفروض بعدم وجود ارتباط بين العوامل الديموغرافية والوسائل الاتصالية للعلاقات العامة وكثافة التعرض لها وأسباب التعرض. الكلمات المفتاحية: الهوية التنظيمية، أنشطة العلاقات العامة، المؤسسات التربوية، المدارس الخاصة تعزيز الهوية.

الفهرس

أ	إجازة الرسالة
ب	الإقرار
ث	إهداء
ج	شكر وتقدير
ح	ملخص الدراسة:
د	الفهرس
ز	الجداول
س	الملاحق
1	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
2	1.1 المقدمة
3	2.1 مشكلة الدراسة
4	3.1 أهمية الدراسة
4	4.1 أهداف الدراسة
5	5.1 تساؤلات الدراسة
5	6.1 فروض الدراسة
6	7.1 الأدبيات
6	1.7.1 دراسات اهتمت بالقيادة وعلاقتها بالهوية التنظيمية
7	2.7.1 دراسات اهتمت بالهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية
9	3.7.1 دراسات اهتمت بالعلاقة بين الثقافة التنظيمية والهوية التنظيمية
10	5.7.1 دراسات اهتمت بالعلاقة بين الدعم التنظيمي والهوية التنظيمية
12	6.7.1 التعقيب على الدراسات السابقة
13	8.1 نظرية الدراسة
16	9.1 مصطلحات الدراسة

10.1	نوع الدراسة ومنهجها	18
11.1	مجتمع الدراسة وعينتها	18
12.1	أداة الدراسة	19
13.1	إجراءات الصدق والثبات:	20
جدول (2):	معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الاستبانة	20
14.1	المقاييس الإحصائية	20
15.1	متغيرات الدراسة	21
16.1	حدود الدراسة	21
22	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
1.2	تمهيد	23
2.2	المبحث الأول : الهوية التنظيمية من المفهوم إلى الأبعاد	24
1.2.2	الهوية لغة واصطلاحاً	24
2.2	مكونات الهوية التنظيمية	26
3.2.2	أهمية الهوية التنظيمية	26
4.2.2	أشكال الهوية التنظيمية	27
5.2.2	آليات بناء وتشكل الهوية التنظيمية	28
6.2.2	اليات تفعيل الهوية التنظيمية	28
7.2.2	أبعاد الهوية التنظيمية	29
8.2.2	علاقة مفهوم الهوية التنظيمية بالمفاهيم الأخرى	31
3.2	المبحث الثاني: العلاقات العامة: من المفهوم إلى المهام	33
1.3.2	مفهوم العلاقات العامة	33
2.3.2	التطورات التي مرت العلاقات العامة بها	34
3.3.2	أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة	35
4.3.2	أدوات والأنشطة التي تستخدمها العلاقات العامة في تحقيق اهدافها	36
5.3.2	الأهداف الرئيسة للعلاقات العامة	36
6.3.2	وظائف العلاقات العامة	37

37	7.3.2 أسس نجاح العلاقات العامة في المؤسسات مع الجمهور الداخلي
39	4.2 المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية
39	1.4.2 مفهوم المؤسسات التربوية والمدارس الخاصة
40	2.4.2 أدوار العلاقات العامة في المؤسسات التربوية
41	3.4.2 انعكاسات أنشطة العلاقات العامة على تعزيز الهوية التنظيمية
42	4.4.2 الأنشطة التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى منتسبي ..
42	المؤسسات التربوية
	5.4.2 المهام التي تسهم أنشطة العلاقات العامة خلالها في تعزيز الهوية التنظيمية لمنتسبي
43	المؤسسات التربوية.
45	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية
47	1.3 المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية
47	1.1.3 المحور الأول: نتائج الاجابة على تساؤلات الدراسة
55	2.1.3 المحور الثاني: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
63	2.3 المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية
63	1.2.3 مناقشة نتائج تساؤلات الدراسة
68	2.2.3 مناقشة نتائج الفرضيات:
71	مقترحات الدراسة
75	المصادر والمراجع
81	الملاحق
89	Abstract

الجداول

جدول (1): البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة	19
جدول (3): أبرز وسائل الاتصال التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في المدرسة	47
جدول (4): مدى تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال المستخدمة من قبل العلاقات العامة في المدرسة التي يعملون بها	48
جدول (5): أسباب تعرض عينة الدراسة لوسيلة اتصال معينة من الوسائل التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة	49
جدول (6): الخبرات والمعارف المكتسبة عند تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة	50
جدول (7): الأبعاد الوجدانية (العاطفية) المتحققة لدى عينة الدراسة عند التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة	51
جدول (8): السلوكيات المكتسبة لدى عينة الدراسة من التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة	52
جدول (9): مقترحات عينة الدراسة لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة	54
جدول (10): نتائج اختبار الفرضية الأول	55
جدول (11): نتائج اختبار الفرضية الثانية	56
أ- جدول (12): اثر السمات الديموغرافية على احداث فروق في معارف المبحوثين المتعلقة بأبعاد الهوية التنظيمية	57
ب- جدول (13): اثر السمات الديموغرافية على احداث فروق في مشاعر المبحوثين المتعلقة بأبعاد الهوية التنظيمية	58
ج- جدول (14): اثر السمات الديموغرافية على احداث فروق في مسالك المبحوثين المتعلقة بأبعاد الهوية التنظيمية	59
أ- جدول (15): نتائج اختبار العلاقة بين كثافة التعرض والمعارف	60
ب- جدول (16): نتائج اختبار العلاقة بين كثافة التعرض والمشاعر	60
ج- جدول (17): نتائج اختبار العلاقة بين كثافة التعرض والسلوك	61
جدول (18): نتائج اختبار الفرضية الخامسة	61

الملاحق

- ملحق رقم (1): استبيان رسالة ماجستير 82
- ملحق رقم (2): أسماء السادة محكمي استبيان الدراسة: 88

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1.1 المقدمة

حققت العلاقات العامة قبولاً متزايداً ارتبط بتطور المؤسسات في جميع المجالات السياسية الاقتصادية، الاجتماعية، الإعلامية والتربوية وغيرها من المؤسسات. حيث أصبحت العلاقات العامة بؤرة الاتصال في جميع المؤسسات، وأصبح للمؤسسات الحديثة نظام مفتوح له عدة مدخلات مادية وبشرية، تكنولوجية ومعلوماتية، تتأثر بالظروف الخارجية الاقتصادية والسياسية، الاجتماعية والتنافسية باعتبارها الأساس لتنسيق الأعمال والحصول على النتائج المطلوبة.

ويتطلب عمل المؤسسات بفاعلية إدراكها لماهية عملها ، ومعرفة شعور أعضائها أو موظفيها تجاه مؤسستهم وهو ما يتطلب ضرورة بناء هوية تنظيمية موحدة منبثقة من الثقافة التنظيمية للمؤسسة وأهدافها الواضحة، والتي تساهم في توجيه الأفراد وتشكيل قيمهم واتجاهاتهم تجاه عملهم ، إيماناً من هذه المؤسسات بأن المورد البشري العنصر الأهم بإنجاح أي مؤسسة من خلال معرفة كيف يفكر الموظفون تجاه المؤسسة إيجاباً أو سلباً فنعزيز الإيجابيات لتساهم في تحقيق الأهداف بفعالية وكفاءة عالية ، وتحد من السلبيات وتعالجها عند الموظفين للمساهمة في استمرارية العمل وتحقيق

أهداف المؤسسة (Saichaie, 2018, p.1)

وتنتشر كلمة الهوية بشكل كبير وواضح في العلوم الاجتماعية وتشمل مجالاتها الرئيسة الفلسفة، علم النفس، علم النفس الاجتماعي، ويمكن فهم الهوية على مستويات متعددة ومختلفة منها الفردي والجماعي، والمؤسسي وفي جميع الأحوال تعتبر الهوية تميزاً وتفرداً وفهماً واضحاً للأعضاء لماهية المؤسسة ولماذا وجدت وبماذا تتميز.

وتنبثق الهوية التنظيمية من ثقافة المؤسسة التي تعكس مهمة المؤسسة ورؤيتها بالصورة التي تميزها عن المؤسسات الأخرى، خاصة المنافسة منها والتي تنعكس على سلوك الأفراد داخلها واندماجهم وذوبانهم فيها وهذا يزيد من الولاء والانتماء عند الموظفين ويزيد الكفاءة والفعالية أيضاً، كما وتؤثر في الوقت نفسه على أنواع الأهداف والغايات التي تسعى المنظمة لتحقيقها وغرسها، وتعزيز استراتيجية الاتصال الداخلي والخارجي.

فالمنظمة ذات الثقافة القوية ينتج عنها أفراد يمتلكون انتماءً عالياً وولاءاً مختلفاً يتجسد من خلال الممارسة وحسن الأداء، وبذلك تضمن المؤسسة طرقاً مميزة في ممارسة العمل الداخلي وانعكاس هذه النتائج على الجمهور المستهدف (صالي، 2019 ص 41-42)

وبالطبع تلعب دوائر العلاقات العامة عبر أنشطتها الاتصالية المختلفة دورا بارزا في تعزيز هذه الثقافة، والتي تساهم في الحفاظ على سمعتها بالتعاون الكامل بين إدارة المؤسسة وموظفيها وذلك بالتدريب والعمل المستمر، والعمل على زرع القيم وبناء الاتجاهات الإيجابية نحو العمل لدى الموظفين للارتقاء بهم وحثهم على تقديم أفضل الإمكانيات لمؤسساتهم.

وتعتبر المؤسسات التربوية والمدارس تحديا من أكثر المؤسسات حاجة لبناء هوية تنظيمية عند موظفيها تعكس القيم والاتجاهات المنوطة بها ، وتبرز الثقافة الموجودة في المؤسسة من خلال القيادات العليا بشكل أساسي ، وتنعكس هذه الثقافة بالالتزام والنظام، والانتماء عند الموظفين. ومن هنا تنطلق الحاجة لوجود دوائر علاقات عامة بهذه المؤسسات تستطيع عبر انشطتها الاتصالية أن تحقق هذه الاهداف.

أما كيف تقوم هذه الدوائر بدعم الهوية التنظيمية لدى موظفي المؤسسات التربوية-لاسيما الخاصة – منها في وطننا فلسطين. فهذا ما تسعى الدراسة إلى التصدي للإجابة عليه.

2.1 مشكلة الدراسة

رغم أن موضوع الهوية التنظيمية من المواضيع التي قد نالت اهتماما واضحا من قبل الباحثين في مجال الإدارة وذلك لدورها الفعال في صياغة معايير ضابطة للعلاقات الفردية والجماعية في المؤسسة ، الأمر الذي ساهم في تحقيق أهداف المؤسسة ابتداء من بناء اتجاهات إيجابية نحو العمل ووصولاً لتبني الموظفين لهذه المبادئ والقيم والاتجاهات التي تتجسد خلال أدائهم لعملهم ، ورغم أن للعلاقات العامة دور واضح في بناء وتعزيز هذه الهوية في أية مؤسسة من المؤسسات إلا أن الباحثين العرب لم يلتفتوا كثيرا إلى الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في هذا الصدد.

ولما كان تتبع دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في أنواع المؤسسات كافة امرا يحتاج إلى جهود مؤسسية تتبناها الدولة ذاتها. فقد سعت الباحثة إلى التصدي لهذه الفجوة أو الإشكالية العلمية – عبر هذه الدراسة – وتلمس الدور الذي تلعبه إدارات أو أقسام العلاقات العامة داخل نوع ذي أهمية قصوى من المؤسسات التي يعج بها المجتمع الفلسطيني، وهي المدارس الخاصة التي تلعب دورا هاما في بناء جيل مثقف وواع ، مهني قادر على تلبية آمال المجتمع الفلسطيني.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في صورة تساؤل رئيس هو ما الدور الذي تضطلع به الأنشطة الاتصالية لإدارات العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات التربوية في الضفة الغربية – المدارس الخاصة؟

3.1 أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها العلمية من أهمية الموضوع الذي تتناوله والمعلومات التي تقدمها، حيث تركز على دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية والمدارس الخاصة في مدينة رام الله تحديدا وهي مؤسسات تسهم في صناعة الإنسان الفلسطيني ولها الدور الأكبر في تعزيز القيم السلوكية التي تغرس روح الانتماء عند الأفراد. وبناء الهوية الإنسانية عند العاملين في أي مؤسسة يتطلب بناء هوية تنظيمية منبثقة عن الثقافة التنظيمية للمؤسسة والتي تساهم في تحسين الصورة الذهنية داخليا وانعكاس هذه الصورة على المجتمع الخارجي.

كما تستمد من كونها الدراسة الأولى في حدود علم الباحثة التي تهتم بوضع اليد على الدور الذي تضطلع به إدارات العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات التربوية الفلسطينية.

وهو ما يعني أنها تسد نقصا في الدراسات الإعلامية العربية في هذا الصدد، كما أنها تحمل أهمية تطبيقية تتمثل في كونها يمكن أن تضيء الطريق عبر النتائج التي توصلت إليها أمام المؤسسات التربوية في فلسطين حول كيفية تفعيل دور إدارات العلاقات العامة بها بصورة أكبر في بناء الهوية التنظيمية لدى موظفيها تحديدا في المدارس الخاصة.

4.1 أهداف الدراسة

يتطلب التصدي لإشكالية الدراسة الماثلة في معرفة الدور الذي تضطلع به الأنشطة الاتصالية لإدارات العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات التربوية في مدينة رام الله ، تحقيق عدد من الأهداف هي :-

1. معرفة أبرز الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية للتواصل مع المبحوثين (المدرسين والموظفين).
2. قياس كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية للتواصل معهم.
3. الكشف عن الأسباب التي تحفز المبحوثين للتعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التعليمية للتواصل معهم من عدمها.

4. وضع اليد على أهم المعارف التي يستقيها المبحوثون حول الهوية التنظيمية للمؤسسات التي يعملون بها من خلال تعرضهم للأنشطة الاتصالية لإدارات العلاقات العامة بهذه المؤسسات. وأهم المشاعر التي انبنت على هذه المعارف وأبرز السلوكيات التي انبثقت من هذه المشاعر.

5.1 تساؤلات الدراسة:

1. ما أبرز الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية للتواصل مع المبحوثين (المدرسين والموظفين)
2. ما مدى كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية للتواصل معهم؟
3. ما الأسباب التي تحفز المبحوثين للتعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التعليمية للتواصل معهم؟
4. ما المعارف والمعلومات التي يستقيها المبحوثون حول أبعاد الهوية التنظيمية للمؤسسات التي يعملون بها من خلال تعرضهم للأنشطة الاتصالية لإدارات العلاقات العامة بهذه المؤسسات وما أهم المشاعر التي انبنت على هذه المعارف وأبرز السلوكيات التي انبثقت من هذه المشاعر؟

6.1 فروض الدراسة:

1. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية تعزى لسماتهم الديموغرافية.
2. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في اسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية تعزى لسماتهم الديموغرافية.
3. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في المعارف التي استقاها المبحوثون أو المشاعر التي انبنت عليها حول ابعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التربوية تعزى لسماتهم الديموغرافية.
4. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في طبيعة السلوكيات التي تعزز الهوية التنظيمية للمؤسسات التربوية لدى المبحوثين تعزى لسماتهم الديموغرافية.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة وبين كل من : درجة المعارف والمعلومات التي يكتسبونها حول أبعاد الهوية

التنظيمية لتلك المؤسسات و درجة المشاعر التي تتكون لديهم حول هذه الأبعاد و طبيعة السلوكيات التي تنبني عليها .

6. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاعر التي تتشكل لدى المبحوثين نحو الهوية التنظيمية لمؤسساتهم وبين طبيعة سلوكياتهم التي تعزز الهوية التنظيمية لديهم.

7.1 الأدبيات:

تم تقسيم الأدبيات (الدراسات السابقة) العربية والأجنبية إلى دراسات تناولت خمسة محاور تمثلت في دراسات اهتمت بالهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية و دراسات اهتمت بالقيادة وعلاقتها بالهوية التنظيمية و دراسات اهتمت بالعلاقة بين الثقافة التنظيمية والهوية التنظيمية ، إضافة إلى دراسات اهتمت بأثر الفجوة التنظيمية على العاملين في المؤسسات ودراسات اهتمت بالعلاقة بين الدعم التنظيمي والهوية التنظيمية.

1.7.1 دراسات اهتمت بالقيادة وعلاقتها بالهوية التنظيمية

دراسة (كشكوشة، 2021) "أثر القيادة المستتيرة في دعم الهوية التنظيمية بالتطبيق على العاملين بالشركة القابضة للتأمين" هدفت الدراسة الى التعرف على مستوى توافر نمط القيادة المستتيرة والتي تتضمن الأبعاد (القوة، المطور، الخدم، قائد التغير، ذو الرؤية، المتصل) في الشركة القابضة للتأمين وتحديد مستوى إدراك العاملين لأبعاد الهوية التنظيمية وهي (التمائل، الفخر، الاحترام) ومعرفة العلاقة بين القيادة المستتيرة والهوية التنظيمية. وأجريت الدراسة على عينة مكونة من 274 موظف من الموظفين الإداريين بشكل عشوائي من أصل 951 هو مجتمع الدراسة . وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في ثبوت صحة الافتراض الرئيس لها والذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد القيادة المستتيرة وأبعاد الهوية التنظيمية، على نحو انعكس إيجاباً على أبعاد الهوية التنظيمية والشعور بها.

دراسة (علي، 2020) "الدور الوسيط للهوية التنظيمية في العلاقة بين القيادة التحويلية والالتزام التنظيمي: دراسة تطبيقية على عينة من الجامعات العراقية في مدينة كركوك" هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة التي تربط بين القيادة التحويلية والالتزام التنظيمي وتحديد ما اذا كان هناك دور وسيط للهوية التنظيمية في تلك العلاقة، وتكون مجتمع الدراسة من عدد من العاملين في الجامعات الخاصة العراقية في كركوك وتم سحب عينة عشوائية من 300 مفردة.

وتمثلت أبرز النتائج في وجود علاقة إيجابية بين القيادة التحويلية بأبعادها (الاستثارة الفكرية، التأثير المثالي) على الالتزام التنظيمي بإبعاده (الالتزام المستمر، الالتزام التنظيمي)، وأنه لا توجد فروق تعزى للمتغيرات الديمغرافية في القيادة التحويلية والالتزام التنظيمي، وتوسطت الهوية التنظيمية العلاقة الإيجابية بين القيادة التحويلية والالتزام التنظيمي.

دراسة (kose.2016) هدفت الدراسة الى التعرف على أثر القيادة الأخلاقية على الهوية التنظيمية كدور وسيط للمناخ الأخلاقي وتأثير القيادة الأخلاقية على الهوية التنظيمية ، و تم جمع البيانات من عينة عددها 322 من العاملين في مجال الرعاية الصحية والاداريين في المستشفيات في مقاطعة (Kocaeli) في تركيا وأظهرت النتائج أن سلوك القيادة الأخلاقي يؤثر بشكل مباشر و غير مباشر على الهوية التنظيمية و أن سيادة المناخ الأخلاقي في التعامل بين منتسبي المنظمة يعد أكبر مؤثر على تعزيز الهوية التنظيمية لدى منتسبيها.

2.7.1 دراسات اهتمت بالهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية

دراسة (أحمد، 2020) "الهوية التنظيمية للأقسام التربوية بكلية التربية جامعة عين شمس في جمهورية مصر العربية: دراسة اثنوجرافية" هدفت إلى الكشف عن واقع الهوية التنظيمية ومحدداتها لقسم التربية والإدارة التعليمية لكلية التربية. اتبع الباحث المنهج وطبقه على أعضاء الهيئة التدريسية في كلية التربية، جامعة عين شمس في جمهورية مصر العربية. وتوصلت الباحثة من خلال الدراسة النظرية والميدانية إلى أربع قواعد حاكمة للمحددات التنظيمية وهي المحافظة على سمعة القسم وتحقيق الريادة الأكاديمية، الثقافة العائلية الإنسانية، التنشئة التنظيمية، تطوير التسويق للقسم وتفعيل البرامج والأنشطة والخدمات التي يقدمها.

دراسة (مسودي، 2018) "دور الثقافة التنظيمية في التطوير الأكاديمي" هدفت الدراسة الى معرفة دور الثقافة التنظيمية في التطوير الأكاديمي وتم اجراء الدراسة على الجامعات الفلسطينية العامة في الضفة الغربية وتم استخدام المنهج التحليلي الوصفي للإجابة على أسئلة الدراسة التي تناولت مستوى الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية العامة من وجهة نظر الأكاديميين الإداريين، و مستوى التطوير الأكاديمي في الجامعات الفلسطينية العامة من وجهة نظر الأكاديميين الإداريين.

وتم تصميم استبيان وزع على عينة عشوائية من الأكاديميين الإداريين بلغ عددهم 169 وتمثلت أبرز النتائج في وجود دور هام للثقافة التنظيمية في مستوى التطوير الأكاديمي، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقافة التنظيمية من جهة وبين التطوير الأكاديمي من جهة أخرى، وان هناك

اختلاف في تصورات أفراد العينة لمستوى الثقافة التنظيمية في الجامعات الفلسطينية باختلاف الجامعة التي ينتمون إليها وجاءت الفروق لصالح جامعة النجاح الوطنية.

دراسة (أبو صاع وآخرون، 2018) " الانتماء التنظيمي لدى المعلمين في المدارس الحكومية في مديرية تربية جنين من وجهة نظرهم " هدفها التعرف إلى مستوى الانتماء التنظيمي للمعلمين في المدارس الحكومية في مديرية تربية جنين من وجهة نظرهم. وتكوّن مجتمع الدراسة من جميع معلمي ومعلمات المدارس الحكومية في مديرية جنين، والبالغ عددهم (2230) معلماً ومعلمة موزعين على (152) مدرسة حكومية، أما عينة الدراسة فكانت عينة طبقية عشوائية بلغ عدد أفرادها (400) فرداً، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي (الارتباطي)، حيث استخدم الباحثون الاستبانة أداة لقياس مستويات الانتماء التنظيمي. وتمثلت أبرز النتائج في ضرورة "الاهتمام بموضوع الانتماء التنظيمي من قبل الوزارة من خلال عقد الورش والتدريبات، اعتماد نظام المكافآت والحوافز وفق معايير على المستويين المادي والمعنوي، و" تحسين المناخ المدرسي للمحافظة على مستوى مرتفع من الانتماء.

دراسة (jarne and martiz.2014) هدفت الدراسة إلى معرفة مدى ادراك العاملين لهويتهم التنظيمية واندماجهم فيها من خلال ممارستهم اليومية في العمل وانعكاس ذلك على صورة المؤسسة الخارجية وسمعتها ، تم اجراء العديد من المقابلات المعمقة مع مديري التسويق والموارد البشرية في شركة Arla Food في السويد . وتمثلت أبرز النتائج في أن الموظفين يؤمنون بالهوية التنظيمية لمؤسستهم ، لكن يوجد فجوة بين ما يمارسه الموظفون وبين ما يعكسوه في عملهم ، الأمر الذي يؤثر سلباً على سمعة المؤسسة . والذي يتطلب سعي المؤسسة لتلافي هذه الفجوة.

دراسة (العويسي، 2010) " التعلم التنظيمي: مدخل لتطوير المؤسسات التربوية دراسة ميدانية بالتطبيق على المدارس الحكومية بسلطنة عمان " هدفت الدراسة للتعرف على مفهوم التعلم التنظيمي وأهميته التربوية، والتعرف على درجة وجود عناصر التعلم التنظيمية في المدارس وأهمية الوصول إلى مقترحات تساهم في التطوير في هذا الموضوع. وتم اختيار عينة من المديرين والمعلمين العاملين بمدارس التعليم العام في الشرقية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، وكانت الاستبانة هي الأداة البحثية. وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في " وجود رؤية مشتركة موضوعية من قبل إدارات المؤسسات التربوية ونشرها بين الموظفين، وتعزيز ثقة العاملين بها، العمل على غرس ثقافة التعلم التنظيمي دون شعور من قبل الموظف أنه عبء إضافي.

3.7.1 دراسات اهتمت بالعلاقة بين الثقافة التنظيمية والهوية التنظيمية

دراسة (نصيحة وآخرون، 2020) "علاقة الثقافة التنظيمية بتشكيل الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسة الجزائرية" وهدفت التعرف على علاقة الثقافة التنظيمية بتشكيل الهوية التنظيمية من خلال متغيرين (القيادة التنظيمية وعلاقات العمل) وتم اختيار عينة عشوائية من عمال ميناء جن، واتباع المنهج الوصفي بالاعتماد على الاستمارة كأداة بحثية، بالإضافة إلى إجراء عدد من المقابلات. وتوصلت أبرز النتائج إلى وجود علاقة للقيادة التنظيمية في بناء الهوية التنظيمية، الأمر الذي يساعد في تحقيق أهداف المؤسسة، وإلى وجود علاقة بين علاقات العمل وتشكيل الهوية التنظيمية من خلال العمل بروح الجماعة وخلق بيئة عمل مناسبة.

دراسة (عبد اللطيف وجودة، 2010) " دور الثقافة التنظيمية في التنبؤ بقوة الهوية التنظيمية "هدفت الدراسة إلى توصيف الإطار الثقافي العام لدى الجامعات الأردنية الخاصة والتعرف على دور الثقافة التنظيمية في التنبؤ بقوة الهوية التنظيمية، تمثل مجتمع الدراسة في الجامعات الأردنية الخاصة والبالغ عددها 13 جامعة وقد تم اختيار 4 جامعات بشكل عشوائي، وقد تم توزيع 280 استبانة على الهيئة التدريسية في الجامعات الأربعة أخضعت للتحليل التمييزي وأظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الموظفين فيما يتعلق بالهوية التنظيمية تعود إلى الجنس أو العمر أو الرتبة الأكاديمية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية تعود إلى تعزيز الوعي بأهمية الهوية التنظيمية فضلاً عن توفير الثقافة التنظيمية الداعمة للإبداع والعمل الجماعي. وقد توصلت النتائج إلى أن هناك رؤية مشتركة عند أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعات الخاصة بالأردن اتجاه الهوية التنظيمية، وأنه كلما زادت مدة العمل في الجامعات الخاصة ترسخت الهوية التنظيمية بشكل أعمق.

4.7.1 دراسات اهتمت بأثر الفجوة التنظيمية على العاملين في المؤسسات

دراسة (علي، 2018) " فجوة الهوية التنظيمية وتأثيرها في سلوك العاملين العكسي : دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في تربية النجف الأشرف " وهدفت الدراسة إلى معرفة مستوى الفجوة بين الهوية التنظيمية الحالية والمثالية في مديرية النجف، ومعرفة العلاقة بين فجوة الهوية التنظيمية وسلوك العاملين العكسي في عينة البحث. وقد تم إجراء هذه الدراسة على عينة من موظفي المديرية العامة للتربية في النجف الأشرف، واستخدمت الباحثة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتكونت العينة من 270 عامل في موظفي المديرية العامة لتربية النجف الأعلى. واثبتت

النتائج قلة الاهتمام بالهوية التنظيمية التي تلبي طموح العاملين، زيادة الإجراءات والممارسات التي تسبب سلوكيات عكسية عند الموظفين، ضعف الجهود التدريبية التي تنمي العمل بروح الجماعة وروح الفريق الواحد.

دراسة (ربيعه، 2017) "دراسة دور العلاقات العامة في تحقيق التطوير التنظيمي : دراسة حالة مديرية التجارة لولاية تيزي- وزو" وسعت لمعرفة دور العلاقات العامة في تطوير التنظيمي لمديرية التجارة، في الولاية المذكورة واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة واستخدمت الاستبيان والمقابلة كأدوات بحثية للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة. أما عينة الدراسة فكانت من موظفي غرفة التجارة بولاية تيزي وزو- الجزائر وبدأ العمل والتطبيق بسنة 2015 وانتهت بسنة 2017 .

وتوصلت النتائج لأهمية بناء علاقات عامة قوية مبنية على أسس صحيحة للوصول إلى أهداف المؤسسة. وامتلاك موظف العلاقات العامة مهارات مهنية متعددة لممارسة مهنته، ورصد الميزانيات الكافية لعمل دوائر العلاقات العامة.

دراسة (السعود والصراير، 2009) "التماثل التنظيمي لدى أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات الأردنية الرسمية وعلاقته بأدائهم الوظيفي" هدفت الدراسة الى معرفة درجة التماثل التنظيمي لدى أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات الأردنية وبيان علاقته بأدائهم الوظيفي. تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء الهيئات التدريسية الأردنيين ومن رؤساء الأقسام الأكاديمية وتم اختيار عينة تتألف من 582 عضو هيئة تدريسية و77 رئيس قسم ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام استبيان التماثل التنظيمي واستبانة الأداء الوظيفي. بينت اهم نتائج الدراسة ارتفاع مستوى التماثل التنظيمي لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية بشكل عام، والانسجام بين أهداف العاملين وأهداف المنظمة. كما بينت النتائج أن مستوى الأداء الوظيفي لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية من وجهة نظر رؤساء الأقسام مرتفعة وقد احتل مجال الكفايات الوظيفية المرتبة الأولى وجاء في المرتبة الثانية الأداء التعليمي وفي المرتبة الأخيرة مجال البحث العلمي.

5.7.1 دراسات اهتمت بالعلاقة بين الدعم التنظيمي والهوية التنظيمية

دراسة Luo, H. (2020) هدفت الدراسة إلى توضيح العلاقة بين الدعم التنظيمي والهوية التنظيمية وارتباطهما بأداء المنظمة، وتأثيرهما على التنمية المستدامة، وتحقيق الأهداف الاستراتيجية معتمدة على أهمية معرفة الموظف بأهداف منظمته واتساق عمله الوظيفي ووجوده. كما هدفت إلى معرفة الأبعاد المشتركة وطرق القياس للدعم التنظيمي والهوية التنظيمية. وقد تم

تطبيق الدراسة على منظمتي OI و POS لكشف مدى ارتباط متغيري البحث ببعضهما البعض وهما الدعم التنظيمي كمتغير مستقل وتأثيره على الهوية التنظيمية عند الموظف كمتغير تابع مستندة إلى نظرية التبادل الاجتماعي ونظرية الدعم التنظيمي. ودلت النتائج على وجود ارتباط وتأثير للدعم التنظيمي على سلوك الأفراد وعواطفهم داخل المؤسسة، وأن الموظفين الذين يتمتعون بدعم أعلى يتصرفون وفقا لمصالح المؤسسة وتحقيق أهدافها، ويكونوا أكثر استعدادا لاستثمار جهودهم في المنظمة.

دراسة (Thomas. J Zagenczy and others.2011) هدفت هذه الدراسة الى قياس مستوى الدعم التنظيمي والعقود النفسية المبرمة مع الموظفين وتأثيره على هويتهم التنظيمية ، واعتمدت الدراسة على نظرية الدعم التنظيمي والتي تعتبر الأساس الذي انبثق منها مفهوم الدعم التنظيمي وتركز النظرية على العلاقة التبادلية القائمة على المنفعة بين المؤسسة والموظفين والدوافع وراء الاتجاهات والسلوكيات المتبادلة بين الأفراد وذلك حسب نظرية التبادل الاجتماعي. وافترضت الدراسة أن الخرق للعقد النفسي يرتبط سلبيا بمستوى الدعم التنظيمي الموجود والذي يؤثر على الشعور بالأمان الوظيفي. وأن هناك علاقة مباشرة بين خرق العقد النفسي والهوية التنظيمية . تم إجراء الدراسة عبر استبيان عبر الانترنت على عينة من 274 من أعضاء الهيئة التدريسية والموظفين في جامعة كليمسون في الولايات المتحدة الأمريكية ، وأثبتت أن الخرق للعقد النفسي يرتبط سلبيا بمستوى الدعم التنظيمي الموجود والذي يؤثر على الشعور بالأمان الوظيفي ، كما أظهرت النتائج وجود ارتباط بين العقد النفسي العلائقي والهوية التنظيمية من خلال التعريف والدعم التنظيمي.

دراسة (Ruee, Yunna. 2002) دراسة الباحثة يونا (2002) وهدفت للتعرف على مؤشرات التميز لدى ممارسي العلاقات العامة وتطبيق المبادئ العامة لنظرية الامتياز. اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي واستخدمت الاستبيان لجمع المعلومات من عينة عددها 212 من العاملين في العلاقات العامة بالمؤسسات والشركات الكورية، وجاءت نتائج الدراسة بإمكانية تطبيق نماذج جرونج الأربعة وأهمها النموذج الرابع وكان هناك توافق بين ثقافة المؤسسات وبين نظرية الامتياز، كما أظهرت النتائج مدى تأثير الثقافة المجتمعية بممارسة العلاقات العامة في كوريا الجنوبية وتعزيز أنشطتها من خلال العمل الجماعي والعمل بروح الفريق والالتزام بمبادئ الحركة للكونفوشيوسية والتي تعزز الالتزام الاخلاق والآداب والقيم الاجتماعية في الحياة العملية ، وتحدد أنماط الحياة وسلم القيم الاجتماعية وهذا يتقارب مع مبدأ الهوية التنظيمية التي تسعى لغرس قيم وأعراف العمل في الأفراد والتماثل معها .

6.7.1 التعقيب على الدراسات السابقة

- أظهرت الدراسات السابقة أهمية بناء الهوية التنظيمية عند الموظفين سواء كان موظف قطاع خاص أو قطاع حكومي، وتطرقت الدراسات إلى تأثير الفجوة في الهوية التنظيمية على أداء الموظفين وانعكاس ضعف الهوية التنظيمية على تحقيق أهداف المؤسسة. وركزت الدراسات على الية بناء الهوية التنظيمية المنبثقة من الثقافة التنظيمية للمؤسسة والتي يتم بناؤها من خلال التدريب والتأهيل ومشاركة الموظفين في وضع الأهداف الاستراتيجية والرؤى المشتركة بين إدارة المؤسسة والموظفين، وتناولت الدراسات السابقة أهمية العمل بروح الفريق وتشجيع المبادرات الفردية والجماعية في تحقيق الانتماء الذي يقود الموظف لبناء هوية تنظيمية تدعم اتجاهاته وتساهم في تحقيق أهداف المؤسسة.

- أجمعت الدراسات السابقة على ضرورة وجود ثقافة تنظيمية في المؤسسات الحكومية والخاصة على اختلاف عملها، أهدافها، أنظمتها وأكدت الدراسات على تعزيز الثقافة التنظيمية في المؤسسات على اختلاف عملها والتربوية منها تحديدا ودورها في تحقيق الأهداف وبناء منظومة معرفية، قيمة ينبثق عنها أداء مميز للموظفين من خلال تعزيز الهوية التنظيمية وتأثيرها على مستوى الأداء.

- أجمعت الدراسات على قلة الأبحاث التي تناولت موضوع الهوية التنظيمية وتأثيرها على تحقيق أهداف المؤسسات، وضرورة وجود أبحاث حديثة تتناول الهوية التنظيمية والولاء التنظيمي المنبثق عن الالتزام التنظيمي وأهمية انعكاسه في تحقيق الأهداف وتميز المؤسسة.

وتعتبر الدراسة الحالية حسب علم الباحثة أنها من الدراسات النادرة التي تتناول دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية وتم التواصل مع مجموعة من الباحثين في الجامعات الأمريكية والكندية لتزويدي بدراسات أجنبية وكان هناك اتفاق بوجود ندرة في هذا النوع من الدراسات.

- اعتمدت معظم الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي، واختارت الاستبانة كأداة بحثية للحصول على معلومات الدراسة، ومنهم من اعتمد على المنهج الوصفي التجريبي والتاريخي، ومنهم من اعتمد التحليل التمييزي، والمنهج الاثنوجرافي والمقابلات الفردية.

- اتفقت الدراسة الحالية بنتائجها مع دراسة Luo (2020) بأهمية وتأثير الدعم على سلوك الأفراد وعواطفهم داخل المؤسسة، وأن الموظفين الذين يتمتعون بدعم أعلى يتصرفون وفقا لمصالح المؤسسة وتحقيق أهدافها ، واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (السعود والصراير ، 2009) في تأثير التماثل التنظيمي أو الهوية التنظيمية على ارتفاع مستوى الأداء الوظيفي والتطور في أداء العاملين بما يحقق

أهداف المؤسسة ، واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (أبو صاع وآخرون، 2018) في أهمية انتماء الموظف لمؤسسته والانتماء مؤشر من امتلاك الهوية التنظيمية لدى العاملين ، كما اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (نصيحة وآخرون ، 2020) في أهمية إدارة علاقات العمل وعلاقتها بتعزيز الهوية التنظيمية .

كما قامت الدراسة الحالية على نظرية جرونج بنماذج الأربعة واتفقت في ذلك مع دراسة يونا (2002)

وأهم ما يميز الدراسة الحالية هو البحث في دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المدارس الخاصة تحديداً.

حيث تعتبر هذه الدراسة إضافة علمية ومرجع للمهتمين في تعزيز الهوية التنظيمية لدى موظفيهم، وتوسيع دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات التربوية بحيث تساهم هذه الأنشطة في الوصول للغايات والأهداف المرجوة في المؤسسات التربوية التعليمية وتحديداً المدارس الخاصة.

8.1 نظرية الدراسة

يتمثل الإطار النظري للدراسة في نظرية المنظمة ، نماذج جرونج الأربعة

أ- نظرية المنظمة

تعرف نظرية المنظمة بأنها الحقل المعرفي الذي يهتم بآلية عمل المنظمة ، وآلية تأثيرها وتأثرها بالبيئة المحيطة من خلال العديد من المبادئ والمفاهيم والفرضيات ترتبط بعضها ببعض لتفسير سلوك المنظمة وتهيئة المعرفة المناسبة علمياً وعملياً بما يتعلق بالأمور التالية:-

- 1- حاجة المنظمات للتطوير والتغير.

- 2- فهم عمل المنظمة وربطها ببيئات العمل المتطورة.

- 3- تهيئة اليات تساعد في تطبيق المفاهيم والمبادئ اللازمة في عمل المنظمة

- 4- بناء منظومة التحكم بسلوك المنظمات

فوائد نظرية المنظمة

- 1- رصد المشكلات التنظيمية واليات حلها

- 2- الاستعانة بأدوات قياس لحل المشكلات التنظيمية

- 3- العمل ضمن اتجاهات فكرية متطورة
- 4- بناء مساحة من الوعي بعمل المنظمات وأساليبها
- 5- العمل على تحقيق انجاز أداء مميز (الغلي والخفاجي ، 2018)

دور نظرية المنظمة

تتمثل فرضيات النظرية في ثلاثة أبعاد

- 1- هيكل المنظمة ويتمثل بالمركزية في المؤسسة لتحقيق الأهداف وتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض مع استغلال الموارد المتاحة لإنجاز وتحقيق الأهداف.
وتشير المركزية، الوجه الثاني للهيكل التنظيمي، إلى الدرجة التي تتركز فيها قوة اتخاذ القرارات واستراتيجية التخطيط على مستويات أعلى داخل المنظمة.
كما يتوجب العمل على وضع منظومة للتعزيز والتحفيز والمراقبة لسلوك الأفراد داخل المؤسسة، والإستجابة الفعالة للمتغيرات البيئية والتكنولوجية وإمكانية التغير والتطوير المستمر (العلاقات العامة جزء من الهيكلية التنظيمية)
- 2- التصميم والتغير التنظيمي الذي يرتبط بالتطورات والتغيرات المطلوبة ضمن أنشطة معينة وإعادة هيكلة المنظمة بطريقة مناسبة تخلق التوازن المطلوب (وجود قسم علاقات عامة في المدارس الخاصة)
- 3- الهوية التنظيمية وتتجسد بمجموعة من القيم والمبادئ والتفاعلات الداخلية والخارجية، والأخلاق التي تساهم في التعبير عن هوية الأفراد وانتماءهم للمؤسسة ودورهم في تحقيق الأهداف والتطوير المستمر والمحافظة على استمرارية المؤسسة.
وبالتالي فإن دور نظرية المنظمة يتجسد في قدرة قسم العلاقات العامة في المؤسسة على غرس المبادئ واسقاط النظريات والمفاهيم إيجاباً على عمل المؤسسات ومستوى أدائها وتطورها بطريقة فعالة من خلال خلق هوية تنظيمية قوية عند موظفي المدارس الخاصة مرتبطة بعلاقة واضحة لدور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز هذه الهوية (بدر والصباغ ، 2020)

نماذج جرونج:

نشر الباحثان جيمس جرونج وتود هنت عام 1984 كتابا بعنوان إدارة العلاقات العامة ، قاما فيه بعرض أربعة نماذج ساهمت في تطور أقسام العلاقات العامة في المؤسسات ، وتتناول هذه النماذج أنماط الاتصال للعلاقات العامة مع جماهيرها الداخلية والخارجية التي تتعامل معها وتستهدفها (درة والمجالي ، 2010 : 38)
ويؤمن جرونج بأن العلاقات العامة يتم تعريفها من خلال سلوك المنظمة المبني على الية الاتصال في المنظمة وشكل الاتصال ، مدى التوازن ، الوسيلة ، والاخلاقيات.

وفيما يلي عرض للنماذج الأربعة: -

1. نموذج الوكالة الصحفي ويعتبر من أقدم اليات الاتصال، ظهر في القرن التاسع عشر ويعتبر من أول نماذج الاتصال الذي ظهرت ، والهدف من تطبيق النموذج دعائي باتجاه واحد ، رأسي من الإدارة العليا للعاملين، ومن المؤسسة للجمهور، ويقوم الموظفون في العلاقات العامة بنشاط اتصالي من خلال نشر المعلومات دون انتظار أي ردود أو التفاعل معها ، استخدمت المؤسسات هذا النموذج والهدف ضبط سلوك الجماهير الداخلية والخارجية دون استقبال أي ردود أفعال من الجماهير.
2. نموذج الإعلام العام ، ظهر هذا النموذج في مطلع القرن العشرين حيث يعتمد هذا النموذج على تقديم المعلومات للجمهور ليس بهدف الترويج لخدمات المؤسسة أو منتجاتها بل بهدف تحسين سمعة المؤسسة وبهذا الوصف يختلف نموذج الإعلام العام عن النموذج السابق ، طبيعة الاتصال في هذا النموذج اقناعي ويستخدم في اتجاه واحد ويشبه عمل العلاقات العامة بمكتب استعلامات ويطبق بالمؤسسات الحكومية والمؤسسات غير الربحية والاتحادات النقابية. وكلما زادت الحاجة للمعلومات زاد النشاط الاتصالي لتوفير المعلومات الكافية والتي قد يحتاجها الجمهور، وقد توظف المؤسسة صحفيين يقوموا بتغطية هذه المهمة ليقودوا معلومات دقيقة للجمهور والهدف مصالح المؤسسة دون الاهتمام للتغذية الراجعة الواردة من الجمهور .
3. النموذج غير المتوازن حيث يكون فيه الاتصال باتجاهين من المنظمة للجمهور وبالعكس وسمي بغير المتوازن لاهتمامه بخدمة مصالح وأهداف المؤسسة، يطلق عليه نموذج الاتصال الاقناعي وبإمكاننا التعرف على الجمهور أكثر من خلال استطلاعات الرأي وجلسات العصف الذهن والبؤر المعمقة، والمقابلات، لأمر الذي يساهم في بناء برامج عمل العلاقات العامة في المؤسسات معتمدة على احتياجات الجمهور واهتماماتهم والهدف النهائي اقناع الجمهور بسياسات المؤسسة

وأهدافها والعمل على تغيير اتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي ، كما يهدف هذا النموذج الى
توظيف الأبحاث لاختيار أفضل الرسائل الاتصالية لكسب تأييد الجمهور دون أن تغير المؤسسة
في سلوكها التنظيمي ، فالهدف تغيير سلوك الجمهور بما يخدم مصالح المؤسسة .

4. النموذج المتوازن وهو نسخة متطورة عن النموذج السابق، يركز على بناء علاقة استراتيجية مع
جمهور المؤسسة أساس العلاقة التفاهم المتبادل والاتصال الفعال باتجاهين، بحيث يكون جمهور
المؤسسة على مقدرة عالية من التكيف مع أي متغيرات تطرأ على المؤسسة (الجمال وعياد،
2005: 56)، وتسعى الباحثة لفهم عملية الاتصال التي تجريها ادارات العلاقات العامة في
المؤسسات التربوية محل دراستها سعيا لتعزيز الهوية التنظيمية في ضوء هذه النماذج لاسيما
النموذج الرابع وهو النموذج الذي يعتبر النموذج المتوازن المثالي لعمل العلاقات العامة التي
تهدف لنشر المعارف وتعديل الاتجاهات وتغيير السلوك لدى العاملين .

9.1 مصطلحات الدراسة

ثمة مصطلحات عدة لابد من العروج عليها هنا لارتباطها الوثيق بدراستنا هذه وتلك المصطلحات
هي الهوية التنظيمية، العلاقات العامة، المؤسسات التربوية والمدارس الخاصة.

- الهوية التنظيمية:

الهوية (Identity) لغويا هي الشيء نفسه أو حقيقة الشيء من حيث تميزها عن غيرها وتسمى
أيضا هوية الذات.

اصطلاحا: هي كيان يجمع بين انتماءات متكاملة.. وهوية المجتمع تمنح الأفراد الأمن والاستقرار ،
فالهوية القومية تمنح الشعوب الامن والطمأنينة والاستقرار وتحترم التعددية في الانتماءات
والأحزاب والأديان ، ويقع على عاتق الحكومات دمج هذه الاختلافات وصولا لهوية مشتركة تضمن
عدم التضارب بين هوية الفرد وهوية المجتمع.

ويمكن تعريف الهوية التنظيمية على انها: المعنى العام الذي تتبناه المنظمة وينشأ من أعضائها
وقيمهم وانتماءهم للمنظمة، كما يتم تعريف الهوية بأنها السمات والخصائص الجوهرية للمؤسسة
تميزها عن المؤسسات الأخرى (Abdullah, Nordin & Abdul Aziz, 2013,p.453,

454)

اجرائيا: تقصد الباحثة بالهوية التنظيمية " المعنى العام الذي تتبناه المؤسسات التربوية الماثلة في
المدارس الخاصة في الضفة الغربية وينشأ من أعضائها وقيمهم وانتماءهم للمنظمة بالإضافة للسمات
والخصائص الجوهرية لهذه المؤسسات التربوية والتي تميزها عن المؤسسات الأخرى.

العلاقات العامة: لغويا تتكون من كلمتين الأولى العلاقات، والثانية العامة. علاقات جمع علاقة وأصلها من الفعل (علق) بفتح العين وكسر اللام وفتح القاف ومنها قول بعضهم تربطهم علاقة وهي من الصلة والنسب، والعلاقات تعبر عن فن التفاهم بين الناس أو بين المؤسسة وجمهورها (نغميش ، 2010)
أما كلمة العامة فهي جمع عوام وهي مؤنث العام وتعني عامة الناس على العكس من كلمة الخاصة (ادريس، 2002)

التعريف الاصطلاحي: يعرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها جهود مخططة ومرسومة المقصود منها إقامة التفاهم المستمر بين المؤسسة وجمهورها.
ويعرف (إمام، 1981 ص4) العلاقات العامة بأنها علم يدرس سلوك الافراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بهدف تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من المحبة والتعاون والوعي.
التعريف الاجرائي: العلاقات العامة هي المهام التي تمارسها إدارة مختصة في المدارس الخاصة وتسعى للتواصل مع جمهور هذه المؤسسات الداخلي والخارجي بغرض المساهمة في تحقيق اهداف المؤسسة ومنها تعزيز الهوية التنظيمية لدى موظفيها.

المؤسسات التربوية: هي كيان مجتمعي يلتقي فيه العديد من الأفراد بمراحل عمرية مختلفة والهدف اكتساب المعارف والخبرات، وتتكون المؤسسات التربوية من إدارة ومعلمين ومتعلمين تنشأ بينهم علاقة مشتركة تعود بالفائدة عليهم وعلى المجتمع بأكمله (سرحان ، 2022)
وتعتبر المؤسسات التربوية مؤسسات متخصصة بالتنشئة الاجتماعية، تساهم في تنشئة الأطفال منذ الصغر، وتساهم في تنمية الفرد من النواحي العقلية، الجسمية، الاجتماعية والنفسية. حيث يكون الفرد جاهزا للتواصل مع الآخرين، وتبدأ التربية بتشكيل الاسرة ثم ينتقل الطفل بعد البيت الى الحضانة ومن ثم المدرسة والجامعة (كامل، 2016)

المدارس الخاصة: هي المدارس التابعة لأشخاص أو هيئات أهلية أو جمعيات خيرية محلية أو أجنبية أو جمعيات دينية، ويتولون الإنفاق عليها من أموالهم أو من الأقساط المدرسية أو من الهيئات والتبرعات المرتبطة بها، ويتولى إدارتها والإشراف عليها من قبل هذه الجهات.
المدارس الخاصة اجرائيا: عرفت دائرة الإحصاء المركزية الفلسطينية المدارس الخاصة بأنها: أي مؤسسة تعليمية أهلية أو أجنبية غير حكومية مرخصة يؤسسها أو يرأسها أو يديرها أو ينفق عليها فرد أو أفراد أو جمعيات أو هيئات فلسطينية أو أجنبية (Ministry of Education & Higher Education)

10.1 نوع الدراسة ومنهجها:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والدراسة الوصفية: "هي طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث".

وتستخدم الدراسة منهج المسح وهو أسلوب أو طريقة تغطي مجتمع الدراسة بأكمله أو تغطي العينة معظم مجتمع الدراسة بهدف تحديد الواقع ووصفه وصفا شاملا، ويعد المنهج المسحي من أبرز المناهج في مجال الدراسات الإعلامية، حيث يتيح للباحث استخدام البيانات التي يحصل عليها للتحليل الإحصائي، الأمر الذي يساهم في التحقق من الفروض المطروحة والإجابة على تساؤلات الدراسة. ويعتبر المنهج المسحي من أنسب المناهج لدراسة الظواهر والتعرف عليها ودراسة نقاط القوة والضعف لمعرفة مدى صلاحية هذه الظاهرة أو ما تحتاجه من تعديلا جزئية أو أساسية بخطوات منهجية مدروسة. (عبد الأمير، 2016 ص115)

11.1 مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة هو جميع الافراد أو الشخوص أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضائها جزء من عينة الدراسة، وفي دراستنا الحالية يتكون مجتمع الدراسة من المؤسسات التربوية (التعليمية) متمثلة بالمدارس الخاصة في مدينة رام الله والتي يبلغ عددها 70 مدرسة تابعة لمديرية التربية والتعليم في محافظة رام الله والبيرة ومديرية بيرزيت.

اما عينة الدراسة فهي عبارة عن جزء من مجتمع الدراسة المقصود في البحث أو الدراسة، وفي الدراسة الحالية تم استخدام عينة غير احتمالية مقدارها 300 مفردة من منسوبي المدارس الخاصة التي تمثل مجتمع الدراسة حيث تم الوصول إليها عبر استبيان وزع عبر موقع المديرية الالكتروني وتم تعميمها على المدارس الخاصة التابعة لكل مديرية وبلغ من قاموا بتعبئته 300 مفردة من معلمي و موظفي هذه المدارس ويوضح الجدول رقم (1) سمات هذه العينة

جدول (1): البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	61	20.3%
	أنثى	238	79.7%
المستوى التعليمي	دبلوم	6	2%
	بكالوريوس	220	73.3%
	دراسات عليا	74	27.7%
الوظيفة	موظف إداري	72	24%
	معلم	228	76%
المستوى الوظيفي	موظف أو مدرس	252	84%
	مدير	36	12%
	مدير عام	12	4%
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	71	23.7%
	5 – أقل من 10 سنوات	108	36%
	10 سنوات فأكثر	121	40.3%
المجموع (ن) = 300			

12.1 أداة الدراسة

تم تصميم الاستبيان لجمع بيانات الدراسة من العينة في ضوء تحقيق أهداف الدراسة ، حيث يتمثل الجزء الأول بالمعلومات الأساسية (الجنس ، المستوى التعليمي ، الوظيفة ، المستوى الوظيفي ، عدد سنوات الخبرة)

- واشتملت الاستبانة على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة للحصول على مزيدا من المعلومات حول الدراسة والمتعلقة بالبحث العلمي، وجاءت محاور الاستبيان كالتالي: -
- 1- وسائل الاتصال المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة في مؤسستك.
 - 2- الأسباب التي تجعل الموظف يتعرض لوسيلة اتصالية أكثر من غيرها.
 - 3- المعارف والمعلومات المكتسبة عند التعرض للوسائل الاتصالية من قبل دائرة العلاقات العامة.
 - 4- الأبعاد الوجدانية المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال من دائرة العلاقات العامة.
 - 5- السلوكيات المكتسبة من التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة.

وقد اشتمل كل محور مجموعة من الفقرات التي عالجت وتناولت أهمية هذا الدور في غرس الهوية التنظيمية حسب المبحوثين.

13.1 إجراءات الصدق والثبات:

تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة عبر عرضها على عدد من المحكمين الذين أبدوا ملاحظات عليها و تم الأخذ بهذه الملاحظات عبر تعديل أو حذف أو دمج أو إضافة ما تم طرح ملاحظات عليه ، وثمة جدول في ملاحق الدراسة بأسماء السادة المحكمين. وفيما يتعلق بالثبات تم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) أو ما يسمى الاتساق الداخلي لقياس مدى اتساق عبارات الاستبانة مع المحور أو المجال المراد قياسه، وقد أظهر معامل كرونباخ ألفا أن ثبات الاستبانة الكلي قد بلغ (88.6%)، فيما تراوح ثبات المحاور بين (86.9%) و(87.8%)، وتعتبر هذه القيم مقبولة في البحوث والدراسات الإنسانية وتشير إلى ثبات أداة الدراسة، ويوضح الجدول رقم (2) قيمة معامل الثبات لكل محور من هذه المحاور.

جدول (2): معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الاستبانة

المحور	معامل
الخبرات والمعارف المكتسبة عند التعرض لوسائل الاتصال من قِبل إدارة العلاقات العامة.	87%
الأبعاد الوجدانية (العاطفية) المتحققة عند التعرض لوسائل الاتصال من قِبل دائرة العلاقات العامة.	87.8%
السلوكيات المكتسبة من التعرض لوسائل الاتصال من قِبل دائرة العلاقات العامة.	86.9%
الثبات الكلي للأداة	88.6%

14.1 المقاييس الإحصائية

تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS/V25) لتحليل بيانات الدراسة، حيث تم الاعتماد على المقاييس الإحصائية التالية: الوسط الحسابي (Mean)، الانحراف المعياري (Standard Deviation)، اختبار (Independent T-Test)، اختبار تحليل التباين الأحادي (-ONE WAY ANOVA)، اختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، اختبار معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho)

15.1 متغيرات الدراسة

المتغير المستقل دور أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات التربوية
المتغير التابع تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات التربوية (المدارس الخاصة)

16.1 حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسات التربوية (المدارس الخاصة في مدينة رام الله كحالة دراسية)
الحدود البشرية: معلمي وموظفي المدارس الخاصة في مدينة رام الله.
الحدود المكانية: تطبيق الدراسة على المدارس الخاصة في مدينة رام الله.
الحد الزمني: تم تطبيق الدراسة في شهر تشرين أول للعام 2022/2023

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراس

1.2 تمهيد:

يتكون هذا الفصل من مباحث ثلاثة يستهدف الاول منها تلمس ملامح المتغير الاول وهو المتغير التابع في الدراسة وهو الهوية التنظيمية من المفهوم إلى الأبعاد، اما المبحث الثاني فيتناول المتغير الثاني وهو المتمثل في العلاقات العامة والمهام و الأنشطة التي تقوم بها لتحقيق اهداف المؤسسات التي تعمل بها وتمثل هنا المتغير المستقل، ثم يأتي المبحث الثالث ليربط بين المتغيرين محاولا وضع اليد على الدور الذي تقوم به أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى المؤسسات عام والمؤسسات التربوية محور هذه الدراسة خاصة .. وفي ضوء ذلك ينقسم هذا الفصل الي مباحث ثلاثة هي:

المبحث الأول: الهوية التنظيمية من المفهوم إلى الأبعاد

المبحث الثاني: العلاقات العامة: من المفهوم الى المهام

المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية

2.2 المبحث الأول : الهوية التنظيمية من المفهوم إلى الأبعاد

تسعى المؤسسات المعاصرة على اختلاف أنواعها وعملها للتميز بما تقدم من خدمات عن مثيلاتها أو المؤسسات التي تقدم نفس الخدمة، ويتطلب من المؤسسات معرفة ماهية عملها، رسالتها، شعور موظفيها اتجاه عملهم سواء كان إيجابيا أو سلبيا فتعمل إدارة المؤسسة على تعزيز الشعور الإيجابي واستثماره والحد من السلبي وعلاجه، والمحصلة تحقيق أهداف المؤسسة وفق رسالتها ورؤيتها وهذا ما يسمى الهوية التنظيمية.

ويمكن تناول الهوية على أنها بنية اجتماعية قد تكون فردية أو جماعية، على مستوى المنظمة أو التنظيم وتفهم على جميع المستويات بأنها خلاصة مجموعة من التفاعلات مع الآخرين. (Gioia,2000,p.64)

وتنتشر كلمة الهوية بشكل واسع في العلوم الاجتماعية و العلوم السياسية و علم النفس و علم النفس التربوي وتتعدد المعاني والتفسيرات لمفهوم الهوية (Dowling&Otubanjo, 2011, p.171) ومن المفترض أن تعكس كل من رؤية المؤسسة ورسالتها هويتها التنظيمية التي تميزها عن غيرها من المؤسسات التي تعمل في نفس القطاع، فتسعى من خلال تطلعاتها الى التميز والريادة في الأعمال التي تقدمها، والتفوق عن منافيسها من المؤسسات محققة أهدافها وفق رسالتها ورؤيتها. وفيما يلي نتناول مفهوم الهوية التنظيمية لغة واصطلاحا ثم أهميتها، أبرز أشكالها، وآليات تفعيل الهوية التنظيمية، ومن ثم أبعادها.

1.2.2 الهوية لغة واصطلاحا.

أ -الهوية لغة

تنشق كلمة الهوية لغة من الفعل هوى أي سقط من علو، أو قاع البئر، ولفظ هوية مصدر صناعي مركب من "هو" ضمير المفرد الغائب المعرف بأداة التعريف "ال"، ومن اللاحقة المتمثلة في ال "ي" المشددة وعلامة التأنيث ة.

يقابل معنى الهوية باللغة الإنجليزية Identity و Identite باللغة الفرنسية، والكلمة لاتينية وتعني الشيء نفسه، أو ما هو الشيء عليه، أو حقيقة الشيء من حيث تميزها عن غيرها، وتسمى أيضا هوية الذات.

ب-الهوية اصطلاحا

يعرف قاموس أكسفورد الهوية " بأنها الشيء نفسه وليس شيئاً آخر " ويعرف Albert and Whetten (1985) "الهوية التنظيمية فهم أعضاء المنظمة او المؤسسة للسمات الأكثر جوهرية في المنظمة والتي ترتبط بتاريخ المنظمة".

ويعرف Aust (2004) "الهوية التنظيمية بأنها الشخصية المميزة للمؤسسة" ويذكر (Lane and Scott ، 2000) بأن "هوية الفرد ترتبط ارتباطاً قوياً بالهوية التنظيمية وللوهية التنظيمية تأثير كبير في السلوك الفردي داخل العمل أو خارجه و بالتالي مفهوم الهوية التنظيمية يكون في الإجابة عن استفسارات العاملين في المنظمة من نحن؟" وتعرف هوية المنظمة بأنها الدليل، البروفایل أو القيم التي تنقلها المنظمة، والشخصية التي تسعى المؤسسة لتأسيسها لنفسها في أذهان المستفيدين، وتعزز الهوية بالألوان والشعارات المستخدمة (Ditlevsen, 2012, p.380).

ويقدم الناس أنفسهم في تعريف هوياتهم كجزء من مؤسساتهم، بصفاتهم موظفين بالمؤسسة وجزء لا يتجزأ من طاقمها فالعمل مهم للفرد للتعريف عن نفسه ضمن مجموعة يعمل معها، ينسجم مع قيمها ومبادئها وسماتها، مع وجود روابط بين الفرد ومؤسساته بحيث يشعر أنه أكثر التصاقاً بأهداف المؤسسة ورسالتها ويعمل الفرد ويسعى لتحقيق هذه الأهداف (حريم، 2004: ص328) وتعقياً على التعريفات السابقة يمكن تعريف الهوية التنظيمية للمؤسسة بأنها ما يميز المؤسسة عن غيرها ويقع على عاتق الإدارة دوراً رئيسياً بتعزيز الهوية التنظيمية عند الموظفين خاصة المؤسسات الأوائل للمؤسسة، بامتلاكهم ميزة تنافسية مختلفة عن المؤسسات، وتعزيز نقاط الاتصال مع الموظفين للتعزيز هذه الميزة وهذا يجعل سمات وصفات الأفراد متسقة مع سمات المؤسسة، التي تصبح سمات جوهرية تميز المؤسسة لسنوات طويلة وكأنها سمات موروثة تنتقل من جيل إلى جيل. ويمكن تعريف الهوية التنظيمية في المؤسسات التعليمية (من قبل الباحثة) بأنها السمات والخصائص التي تميز المؤسسة عن المؤسسات التي تقدم نفس الخدمات التعليمية وتعتبر عن شخصيتها، وينظر الموظفون لمؤسساتهم نظرة إيجابية يتم نقلها وتعزيزها لجمهور المؤسسة، وتكون هذه السمات موروثة ومتناقلة عبر الأجيال قابلة للتعديل وفق الظروف البيئية المحيطة.

2.2 مكونات الهوية التنظيمية :

وتبعاً لـ (Dörrenbächer , Tomenendal & Stanske, 2017, p.2) يمكن تفكيك الهوية التنظيمية الى ثلاث وحدات أولا ماهية المؤسسة، ثانيا اعتقادات الموظفين حول السمات المميزة للمؤسسة، ثالثا التطلعات المستقبلية لصورة الهوية في المؤسسة.

ومن خلال تحليل التعريف السابق نلاحظ إضافة ركن جديد وهو التطلعات المستقبلية لصورة الهوية في المؤسسة جنبا الى اعتقادات الموظفين وماهية المنظمة، الأمر الذي يعكس روح المؤسسة وعملها ويتم توصيل هويتها بأكثر من وسيلة اتصال تتضمن الرمزية والتواصل اللفظي وسلوك المؤسسة.

(Pérez and del Bosque, 2014, p.19)

وإجمالاً لما سبق يتضمن تعريف الهوية التنظيمية السمات والخصائص التي تحقق المعايير الثلاثة التالية :-

1. معيار الشخصية المطلوبة للمؤسسة وتمثل السمات والخصائص المميزة لنجاح وبقاء المؤسسة.
2. معيار التميز المطلوب من وجهة نظر العاملين في المؤسسة.
3. معيار الاستمرارية في التميز بمرور الوقت (Abari, Mohammed & Oyetola, 2012, p.9)

وبإمكاننا تلخيص المعايير السابقة للهوية التنظيمية _ والتي ستستخدمها الدراسة في جانبها الميداني – بالمعيار الجوهرى والمعيار المميز والمعيار المستمر.

3.2.2 أهمية الهوية التنظيمية:

تعكس الهوية التنظيمية سواء كانت معلنة أو غير معلنة أهداف المؤسسة والعاملين فيها، حيث تعتبر الهوية من أهم موارد المؤسسة الناجحة التي تقوم باستخدام العديد من الآليات لبنائها وإدارتها وتفعيلها والهدف تحقيق النجاح المطلوب والوصول الى الأهداف المنشودة.

وكلما كانت الهوية أكثر عمقا في قيم المؤسسة وأعرافها كلما كان الموظفون أكثر انضباطا والتزاما وانجازا للمهام.

وتزود الهوية التنظيمية المؤسسة بالعديد من الخصائص ومنها: (براهمة، 2018 ص 197)

1. الهوية التنظيمية كإطار للقرار حيث يؤكد كل من ألبرت وويتن على ثلاث صفات تعريفية وهي الصفات الجوهرية والسمات الرئيسية لوجود المؤسسة، والتميز بنظر موظفي المؤسسة، حيث

يشعرون انهم يعملون بمؤسسة فريدة من نوعها. والصفة الثالثة القدرة على الاستمرارية مهما تغيرت الظروف المحيطة بالمؤسسة.

2. الهوية التنظيمية كقيمة اقتصادية: تسعى المؤسسات الى التميز عن مثيلاتها، وهذا التميز لا يتحقق الا بهوية تنظيمية واضحة ومحددات استراتيجية تجعلها أكثر فاعلية وتميز وأثر كبير على موظفيها والمجتمع الخارجي.

3. الهوية التنظيمية كأداة للتسيير: يوجد عوامل عديدة تؤثر في قيم العاملين وسلوكهم في العمل وتحدد مستوى دافعيتهم ومن ثم تؤثر في مستوى الأداء وتحقيق الأهداف ونجاح هذه الأدوات الميسرة.

4.2.2 أشكال الهوية التنظيمية:

ثمة تقسيمات عدة لأشكال الهوية التنظيمية منها

أ-حسب الهدف منها:

1. الهوية المعيارية والتي تركز على في عملها ونشاطها على معايير معينة منها اجتماعية ، ثقافية ، تعليمية ودينية . ويعمل هذا النوع على أساس أيديولوجي معين يحفز تعزيز القيم والمبادئ عند الموظفين في سبيل اتخاذ القرارات اليومية الصائبة وحسن تنفيذ هذه القرارات (علي والعنزي ، 2013 ص456) .

2. الهوية النفعية والتي تتجسد في المؤسسات الربحية الاقتصادية وهذا النوع من الهوية يسعى الى التكيف والوصول الى أكبر قدر من الربحية سواء الذاتية أو على مستوى المؤسسة . ويلعب الجهد المبذول واستغلال الموارد الدور الأكبر في تحقيق الهوية النفعية(عبد الستار ، 2014، ص107)

ب-حسب القوة والضعف:

1- الهوية التنظيمية الضعيفة حيث يعرف العاملون السمات المميزة للمؤسسة لكن شعورهم ضعيف وضئيل بهذه السمات، الأمر الذي يؤثر سلبا في تنفيذ الأعمال ويعيق تحقيق أهداف المؤسسة وتميزها.

2- الهوية التنظيمية القوية حيث يشعر العاملون بالسمات المميزة للمؤسسة وينعكس هذا الشعور على عملهم بتحقيق أفضل النتائج والوصول للأهداف المرجوة.

5.2.2 آليات بناء وتشكل الهوية التنظيمية

يرى "كلود دوبار" في كتابه "التنشئة الاجتماعية وبناء الهوية الاجتماعية والمهنية" بأن التنشئة الاجتماعية مرتبطة ببناء الهوية التنظيمية والتي تعني تنمية روح الانتماء وبناء علاقات مع الآخرين في العمل. ومن هنا تتشكل أهمية بناء الهوية التنظيمية. وتحقيق أهداف أي مؤسسة ونجاحها مرتبط بتوظيف أفضل الكوادر البشرية وتدريبها، وتعزيز روح الانتماء والولاء للمؤسسة وتحفيزهم على الإنجاز والعطاء.

ويقول فيليب برنو أننا بحاجة لثلاث خطوات لبناء الهوية التنظيمية عند العامل: -

1- التكوين: ويكون بداية ببناء الأطر العامة لعمل الموظف في المؤسسة وبناء المسار المهني له، وتتضح للموظفين مع الوقت المنظومة القيمية للمؤسسة والتي تعتبر من أهم مقومات النجاح للمؤسسة. وقد يشمل التكوين اقتراحات مقدمة من الموظفين ومساهمة في اتخاذ القرارات الداعمة لتحقيق أهداف المؤسسة ونجاحها (سالم، 2018 ص94).

2- الخبرة المهنية: والتي يكتسبها الموظف من خلال عمله وتساهم في تشكيل هويته المؤسساتية والتي تتأثر بكفاءة الموظف وحسن قيادته، ونعني بالسلوك القيادي تأثيره على الآخرين من حوله من خلال العلاقات الاجتماعية مع الموظفين والانخراط بالعمل بحكم ما هو مطلوب منه وهذا يعزز بث الروح الإيجابية والعمل بهمة عالية والسعي للإنجاز وتحقيق الأهداف مع الالتزام بمنظومة القيم الموجودة (بوخمم ، 2011 ص232).

الاعتراف بالانتماء: يرتبط الانتماء بسؤال الموظف لنفسه من أنا؟ وللموظفين في المؤسسة من نحن؟ وهنا يكمن العديد من التناقضات التي تواجه العاملين في المؤسسة من اثبات الذات والتخلي بالهوية الاجتماعية التي تعتبر المحطة للوصول للهوية التنظيمية بعد الاندماج مع الجماعة وتعزيز روح الانتماء للمؤسسة (يعقوب سالم 2018 ص89)

6.2.2 آليات تفعيل الهوية التنظيمية

ثمة آليات ثلاثة لتفعيل الهوية التنظيمية للمؤسسة تتمثل في: (براهمة، 2018 ص201)

1- البعد الثقافي: تساهم دراسة البعد الثقافي للموظفين في المؤسسة في الاطلاع على هوياتهم الثقافية ومعرفة القيم الاجتماعية التي تشكل نواة الهوية التنظيمية والتي تساهم في نجاح المؤسسة.

- وتعتبر الهوية التنظيمية امتدادا لهوية المجتمع وثقافته ، فمعرفة القيم الثقافية والمجتمعية للموظف تساهم في تصميم العمليات التنفيذية في المؤسسة من الاتصال والتعزيز والحوافز التي ترفع من مستوى الأداء وتساهم في تحقيق أهداف المؤسسة .
- 2- الصورة الذهنية للمؤسسة: وهي الصورة التي تطبع في أذهان الناس عن المؤسسة وتتكون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وقد تعتمد على الأدلة والبراهين أو على الشائعات. وقد تبني المؤسسة صورتها الذهنية بنفسها أو تبني بطريقة عشوائية غير منظمة. ويساهم قادة المؤسسة في السلم الهرمي في بناء ثقافة تنظيمية قوية تساهم إيجابيا في بناء هوية تنظيمية لدى العاملين أو الجمهور الداخلي ويكون الانعكاس على الجمهور الخارجي للمؤسسة.
- 3- رسالة المؤسسة: وهي اعلان المؤسسة لرؤيتها وأهدافها وما يميزها عن غيرها من المؤسسات، فرسالة المؤسسة تحدد الغاية من وجودها، وتعتبر رسالة المؤسسة أداة تحديد هوية المؤسسة ومدى تفردها وتميزها، ويرى Kaplan and Norton بأن تحديد الاتجاه الاستراتيجي يعتمد على رسالة المؤسسة ومنها تتشكل منظومة القيم الخاصة بالمؤسسة.

7.2.2 أبعاد الهوية التنظيمية

- تتحدد أبعاد الهوية التنظيمية بثلاثة أبعاد أساسية وهي (السمات المركزية، السمات المتفردة، الاستمرارية) (عبد الستار، 2013: 106-107)
- 1- السمات المركزية هي عبارة عن سمات جوهرية وأساسية للمؤسسة وتمثل أفكار ومعتقدات عامة اتفق عليها أعضاء المؤسسة بحيث تساهم في فهم واضح لطبيعة عمل المؤسسة ومهمتها الأساسية.
- وهناك من يعتقد بأن سمات المؤسسة تتدرج من المهمة الى الأقل أهمية وصولا لجوهر عمل المؤسسة والهدف من وجودها (Tyworth, Michael, 2014, p70)
- ويوجد عدة أبعاد لتحديد الجوهرية منها الشفافية والنزاهة والوضوح بماهية المؤسسة والغاية من وجودها وتوصيف واضح لرسالتها ورؤيتها ، ومن هنا يتضح جوهرية الهوية التنظيمية بالمدارس الخاصة بما يجب عليهم فعله من خلال تعزيز قيم وأعراف المدارس لدى موظفيها والانسجام مع معاييرها وبناء الاستراتيجيات الخاصة بها وصولا لتحقيق أهدافها والانسجام مع رسالتها كمؤسسة تعليمية لها خصوصية معينة ودور رائد ومختلف في المجتمع الفلسطيني .

2- السمات المتفردة وهي عبارة عن سمات تميز المؤسسة عن غيرها من المؤسسات ويعطي المؤسسة تصنيف يجعلها مختلفة عن المؤسسات التي تقدم نفس الخدمة من خلال المقارنة بين مؤسستنا والمؤسسات المنافسة (Whetten,2006,p220-221)

وبناء على ما ذكر فإن السمات المميزة للمدارس الخاصة والتي تبرز شخصيتها المميزة من حيث ادائها المختلف وقيم وأعرافها وتجعلها تمتلك ميزة تنافسية تظهر من خلال امتلاك الموظف لهذه القيم والأعراف.

3- الاستمرارية والحفاظ على سمات المؤسسة والهدف ديمومة العمل والخدمات التي تقدمها المؤسسة بنفس المواصفات.

وترى الباحثة بأن هذه السمات المركزية التي يشترك بها الموظفين، ويتفرد بها القائد الموجود بالمؤسسة تساعد في اتخاذ القرار وتميز مؤسسته عن المؤسسات المشابهة ، وتجعل العمل بروح الجماعة أساس للحفاظ على استمرارية المؤسسة بنجاح وتحقيق الرضى الوظيفي الذي يضمن للمؤسسة استقرار وديمومة من خلال قناعة الموظف بمكانة مؤسسته في مجتمعه المحلي وأهمية دوره كموظف في الوصول لأهداف مدرسته ، كمؤسسة تعليمية وأساس متين لبناء المجتمع .

ويعتبر الالتزام والاتساق من معايير قياس استمرارية أي مؤسسة ، الالتزام بقوانين العمل والاتساق مع قيم المؤسسة وانعكاسها من خلال الممارسة ، وحسن الأداء بحيث يسخر الموظف كل طاقاته لضمان ديمومة مؤسسته.

ومما سبق يتضح بأن الجوهرية كأحد أبعاد الهوية التنظيمية للمدارس الخاصة تبرز من خلالها سماتها العامة المستمدة من وظيفتها وقوانينها وتعليماتها ، وتأتي السمات المميزة كمعيار آخر من معايير الهوية التنظيمية ويبرز قيم المدارس الخاصة وأعرافها والميزة التنافسية لها ، وتأتي الاستمرارية كمعيار نهائي للمحافظة على ديمومة عمل المؤسسة والمحافظة على تاريخها .

بينما تناول (مشري ، 2016) الهوية التنظيمية من عدة جوانب :-

1- المجال المعرفي وهو ما يمتلك العاملين من معارف وخبرات تنعكس على الأداء من خلال المهام والمسؤوليات الموكلة لهم.

2- الإدارة والعضوية الأسلوب المتبع في إدارة المؤسسة وشعور الفرد بأنه جزء من هذه المؤسسة ينتمي إليها من خلال العلاقات الرسمية وغير الرسمية ومن المهم التركيز على التعزيز والتحفيز وزيادة الدافعية والانجاز عند الموظفين.

3- البعد الشخصي وتتعلق بسمات الأفراد وقيمهم واتجاهاتهم التي تساهم في نجاح عملهم بالمؤسسة وتشكل هويتهم التي تتسق مع هوية المؤسسة.

4- الصورة الخارجية للمؤسسة عند المجتمع المنعكسة عن الصورة الداخلية والتي يمثلها موظفين المؤسسة، فعلى الرغم من تأثر الموظفين بالهوية التنظيمية للمؤسسة الى أن الصورة الخارجية تؤثر عليهم أيضا.

وتعقبا على ما سبق يمكن القول إن بناء الهوية وتشكيلها يقع على عاتق قيادات المؤسسات التي تسعى لتحقيق الولاء عند موظفيها بتلبية رغباتهم وتحقيق الرضى الوظيفي، وأعانتهم على رسم أهدافهم بطريقة متناسقة مع أهداف المؤسسة، وهذا يتطلب معرفة ودراية بأهمية تقديم الحوافز وتعزيز قنوات الاتصال بين جميع الأقسام أفقيا وعموديا.

وترى الباحثة ان ثمة أهمية كبرى في العمل الجماعي الذي يعزز القيم الاجتماعية والثقافية بما يتوافق مع قيم المؤسسة، كما ان ثمة أهمية واضحة لاستخدام جميع الآليات التي تساهم في بناء الهوية وتعزيز رسالة المؤسسة التي تنعكس على وعي الجمهور الداخلي من الموظفين.

8.2.2 علاقة مفهوم الهوية التنظيمية بالمفاهيم الأخرى :-

تدور هوية المؤسسة حول تحديد الصورة الصحيحة للمؤسسة ، وتوصيلها بشكل فعال لتحفيز مجموعة من الموظفين على العمل بشكل يحقق أهداف المؤسسة .

ولكل مؤسسة شخصية مختلفة ويشير مصطلح "هوية المؤسسة" إلى مجموعة من الطرق التي يتم التعبير عن شخصية المؤسسة من خلالها.

و هوية المؤسسة الواضحة والمُدارة جيداً يمكن أن تقطع شوطا كبيرا في التأثير على صورة مهمة من الناحية الاستراتيجية ، وقد ترسل هوية المؤسسة المهمة جميع الرسائل بشكل مغلوطة وتفترض مؤسسة ما بشكل عام أنها تتواصل فقط عندما تريد ذلك، بالرغم من أهمية التواصل لإدارة هوية المؤسسة والرمزية والسلوك (Wood , 79)

هناك العديد من المصطلحات التي تسبق تشكيل الهوية التنظيمية في أي مؤسسة ومن هذه المصطلحات السمعة والصورة التنظيمية للمؤسسة .

1- السمعة التنظيمية ، عند الحديث عن سمعة المؤسسة فأنا نتحدث عن مجموعة من الانطباعات المتشكلة عند الفئة المستهدفة والمستفيدة من المؤسسة ، وتراكم هذا الانطباع نتيجة الاتصال والتفاعل مع جمهور المؤسسة والذي يساهم في تشكيل رؤى واضحة تعزز لديهم الاختلاف والميزة التنافسية الموجودة بمؤسساتهم .

وترتبط الهوية التنظيمية بالتصورات المتشكلة عند جمهور المؤسسة الداخلي وهم الموظفين والجمهور الخارجي المستفيد من الخدمة التي تقدمها المؤسسة ، حيث يقوم هذا الجمهور بتقييم المؤسسة من حيث الأداء وتأثيرهم وتقديرهم لخدماتها من خلال الرسائل التي ينقلها جمهور المستفيدين والتي تعبر عن آرائهم واتجاهاتهم وارتباطهم بالمؤسسة والذي يعزز من انتماءهم وولائهم للمؤسسة.

وفي دراستي الحالية تتمثل سمعة المؤسسة في التقييم العام للموظفين حول عملهم وأدائهم في المؤسسة ويتم نقل هذه السمعة للمجتمع الخارجي (عبد الفتاح ، 2014، ص552) ومن هنا ترتبط السمعة بقيم المؤسسة واتجاهاتها التي يتم التعبير عنها بتعزيز الهوية التنظيمية عند الموظف .

2- الصورة التنظيمية وهي الطريق التي يرغب أفراد الإدارة بإبراز مؤسستهم للمجتمع الخارجي وتتأثر هذه الصورة بطبيعة التفاعلات وعلاقات العمل التي تجمع الموظفين .

وقد جمعت العديد من الدراسات بين الصورة التنظيمية والهوية على اعتبار أن الهوية تعبر عن الصورة الداخلية والتي تؤثر على صورة المؤسسة الخارجية المرغوب فيها والتي يساهم أفراد المؤسسة في تشكيلها وبناءها من خلال تبنيهم لقيم المؤسسة والعمل على تحقيقها ، وكلما تعززت هوية الموظفين أكثر وزاد ادراكهم لأهمية أدوارهم في المؤسسة زادت قدرتهم على التعبير بإيجابية عن مؤسستهم وأصبحت الصورة العامة عن المؤسسة أكثر وضوحاً وتميزاً Wood

(74،)

3.2 المبحث الثاني: العلاقات العامة: من المفهوم إلى المهام

يسعى هذا المبحث لوضع اليد على مفهوم العلاقات العامة لغة و اصطلاحا ثم نبذه تاريخية عن التطورات التي مرت بها ثم أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة ثم أدواتها وأنشطتها و أهداف العلاقات العامة ثم مهامها الرئيسية التي تحقق بها هذه الاهداف ثم أسس نجاح العلاقات العامة في المؤسسات مع الجمهور الداخلي الذي يهنا هنا باعتباره الجمهور الذي تتمحور حوله هذه الدراسة وذلك على النحو التالي:

1.3.2 مفهوم العلاقات العامة

أ: العلاقات العامة لغة:

تتكون من كلمتين، الكلمة الأولى العلاقات والثانية العامة.
العلاقات: جمع علاقة وأصلها من الفعل علق بفتح العين وكسر اللام وفح القاف أي تعلق وبينهم علاقة مثل الصلة والنسب، والعلاقات فن التفاهم بين الأشخاص أو بين الافراد والمؤسسة.
العامة: جمع عوام من عم وهي مؤنث العام وتعني عامة الناس أي خلاف خاصة (غيث، قاموس علم الاجتماع ص390)

ب-العلاقات العامة اصطلاحا:

تعرف بأنها بناء علاقات متبادلة بين المنظمات وعامة الناس، من خلال الاتصال فيما بينهم بطرق استراتيجية لتحقيق منفعة متبادلة، ويهدف هذا الاتصال لبناء صورة عامة عن المؤسسة من خلال التواصل وتبادل العلاقات والمصالح والتأثير والمشاركة بين الأطراف المعنية (الصوالحة، 2021) كما عرف (Canfield and Moore) العلاقات العامة "نوع من أنواع الفلسفة الاجتماعية والتي يتم التعبير عنها عن طريق الأنشطة والسياسة المعلنة التي تتوافق مع إدارة المؤسسة أو الشركة بحيث يتيح لها كسب ثقة الجمهور وزيادة تفاهمه"

وقد نال هذا التعريف أهمية خاصة حيث أنه عملية التبادل تحقق العديد من المميزات وتعمل على تحقيق قدر كبير من التفاهم وبناء الثقة بين المؤسسة والجمهور.

وعرف Griswold العلاقات العامة " أنها وظيفة من اختصاص الإدارة حتى يتم تقويم اتجاهات المؤسسة والمجال بشكل مستمر، واختيار البرنامج المناسب لكسب رضا الجمهور وتنفيذه بشكل سريع بما يتماشى مع اتجاهات المؤسسة ومصلحة الفرد"

وعرف ادوارد روبنسون رئيس قسم البحوث بمعهد العلاقات العامة الأمريكي العلاقات العامة

" أنها علم اجتماعي وسلوكي وتطبيقي، وهي وظيفة يتم عن طريقها قياس وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي تتعلق بالمؤسسة، كما أنها تساهم في تحديد الأهداف بشكل يضمن زيادة التفاهم بين الجمهور والمؤسسة وزيادة نسبة قبول الجمهور لخدمات المؤسسة وتجربتها، مما يساهم في تحقيق التوازن بين أهداف المؤسسة وبين احتياجات الجمهور"

وعرفت الجمعية العامة الدولية العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تأييد من تنق بهم عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها وربط إجراءاتها وسياساتها قدر الإمكان، لتحقيق أكبر قدر من التعاون المثمر وكفاءة عالية لممارسي العلاقات العامة من خلال التخطيط المنظم لنشر المعلومات (الطراونة، 2012،

2.3.2 التطورات التي مرت العلاقات العامة بها:

نشأت العلاقات العامة بعد الثورة الصناعية في أوروبا، حيث ظهرت المصانع والشركات والمؤسسات الكبرى، والتي أصبحت من أولوياتها التواصل وتوثيق الصلة مع جمهورها، ومتلقي خدماتها (الطراونة، 2012)

وقد ارتبط ظهور مفهوم العلاقات العامة الحديث بعدد من المتغيرات والتطورات التي نشأت بعد التطور التكنولوجي والصناعي والتقني الحديث، ونتج عن هذا التطور قيام العديد من المؤسسات والمنظمات الكبيرة بالتأسيس لدوائر العلاقات العامة، وارتباط الظهور بتعزيز دور الاتصال بين المؤسسات وجمهورها (سلوى ، 2015 ص39)

وارتبط تطور دوائر العلاقات العامة بالتطور الاقتصادي لوجود خطط ذات أهداف استراتيجية بعيدة الأمد تحتاج لتحقيقها عمل دؤوب مستمر تدعمه أنشطة العلاقات العامة من خلال التعرف على اتجاهات الجمهور واحتياجاتهم واهتماماتهم.

ومن العوامل المسببة لظهور العلاقات العامة أساليب الإدارة الحديثة والتي تركز على تعزيز الحوار ووجود الرأي والرأي الآخر إضافة الى اشراك الموظف في التخطيط لعمل المؤسسة والتنوع في رغبات الجمهور مما يزيد من الحاجة إلى أفكار متنوعة لتلبية حاجات الجمهور المستهدف.

إضافة إلى ذلك التطور الكبير الذي شهدته وسائل الاتصال بين المؤسسات والتطورات التكنولوجية المعتمدة على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بل وتعداه أيضا للفكر الاستهلاكي عند الجمهور، حيث ظهرت خدمات وسلع جديدة، الأمر الذي تطلب معرفة هذه السلع واستراتيجيات الوصول لجمهورها (ناصر، 2020)

وساعد انتشار التعليم بشكل كبير الى دراسة تخصص العلاقات العامة بشكل علمي والعمل على تشكيل دوائر علاقات عامة في المؤسسات الخدمائية والإنتاجية والقطاع الخاص والعام، بحيث تزود المواطنين بالمعلومات الصحيحة والتأثير على الرأي العام بما يخدم مصلحة المؤسسة ويحقق أهدافها القريبة والبعيدة الأمد.

3.3.2 أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة:

تبرز أهمية أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة لكونها تعكس صورة المؤسسة أمام الرأي العام وتعد البوابة الرئيسة لتحقيق أهداف المؤسسات، وفي ظل التغيرات والتطورات التكنولوجية السريعة لا بد من وجود دائرة علاقات عامة تقوم ببناء الصورة الذهنية عند الجمهور (هاشم، 2011) ويرى الجمال وعياد (2005) بأن العلاقات العامة تشكل مدخلا لتنظيم العملية الإدارية ومرتكزا هامة للتطبيقات الإعلامية في ظل النمو السريع لوسائل التواصل الاجتماعي.

كما تتمثل أهمية العلاقات العامة في كونها تقوم دوائر العلاقات العامة بالتنسيق بين الدوائر المختلفة في المؤسسة، الأمر الذي يرفع من أداء الأقسام جميعها بحسن التنسيق والمتابعة، بالإضافة الى رعاية الموظفين من الناحية النفسية والاجتماعية والذي ينعكس على رفع مستوى الأداء عند الموظفين (جرادات، 2014)

وقد أشار (أبو عرمانه، 2013 ص43) إلى أهمية الدور الحيوي الذي تلعبه العلاقات العامة داخل المؤسسات مما جعلها جزء لا يتجزأ من العمل الإداري لأي مؤسسة تخطط، تنظيم، ممارسة وتقويم. كما وتلعب الدور الحقيقي في بناء قنوات الاتصال والوصول للجمهور بشتى الطرق والوسائل المتاحة.

وتعتبر العلاقات العامة الأساس في التسويق والترويج لأنشطة وأعمال المؤسسة ومنتجاتها داخليا وخارجيا (أبو عرمانه، 2013)

وأشار أبو عرمانه على أن العلاقات العامة وظيفة إدارية لكنها الأساس في جميع المجالات الإنسانية، وتعكس الصورة الإيجابية عن المؤسسة وأنشطتها وإدارة خططها وتنفيذها، وإدارة الأزمات عند وقوعها والحد منها قبل الوقوع في معظم الأوقات، والوصول للرأي العام مهما كان عمل المؤسسة أو أنشطتها أو منتجها الذي تسوق له.

4.3.2 أدوات والأنشطة التي تستخدمها العلاقات العامة في تحقيق اهدافها

تساعد أدوات وأنشطة العلاقات العامة الفعالة على تعزيز العمل والقيم والاتجاهات اتجاه المؤسسة، ومنها وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق نشر المواد الإعلامية لجذب الصحفيين والاعلاميين وبناء علاقات إيجابية معهم، الإعلانات الدعائية التي تنشر القصص والأخبار وتصمم من قبل مختصين، إضافة الى المحاضرات التي تساهم في العروض التقديمية وبناء السمعة الإيجابية. ومن الأدوات والأنشطة المعارض التجارية التي تساهم في الترويج للمنتجات والسلع التجارية (الصوالحة، 2021)

ومن أحدث أدوات العلاقات العامة الرقمنة في العلاقات العامة، حيث أثرت تكنولوجيا الاتصالات الحديثة كالمواقع الالكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع نشر الصور والفيديوهات، على إعطاء العلاقات العامة ميزة عالية.

وتجلت قوة العلاقات العامة في وسائل التواصل الاجتماعي حيث جعلت التواصل والتفاعل بين الأفراد أسرع، الأمر الذي يخلق توجه حديث ومعاصر اتجاه المحتوى الذي يقدم والذي يحتاج إلى دعم مادي كبير، وفي الدراسة الحالية استخدمت الباحثة العديد من وسائل الاتصال.

5.3.2 الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة

من الأهداف الجوهرية للعلاقات العامة بناء استراتيجيات تفاعلية بين المؤسسة وجمهورها وتوفير الأدوات المناسبة لوصول رسالة المؤسسة لجمهورها، إضافة إلى المتابعة المستمرة للأحداث والاطلاع المتابعة والتحقق منها قبل النشر (الصوالحة، 2021)

ومن أهداف العلاقات العامة التنسيق بين الأقسام لرفع مستوى أداء العاملين وبث روح العمل الجماعي والعمل ضمن أهداف المؤسسة وخلق روح الانتماء والولاء للمؤسسة والمساهمة في تحقيق أهدافها ووصول رسالتها.

ومن أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي:

تحقيق التفاهم بين الموظفين والمؤسسة بزيادة انتاجهم، وزيادة الأرباح، الامر الذي ينعكس على زيادة رواتب الموظفين وزيادة الحوافز والرضى الوظيفي. رفع وعي الموظفين بأهمية أعمالهم وأدوارهم في المؤسسة وانعكاس هذا الدور على المجتمع. معرفة العاملين برسالة المؤسسة وسياساتها، أهدافها وأنشطتها.

مشاركة المؤسسة موظفيها من حيث الاقتراحات، الأفكار ، الأنشطة مما يساعد في سهولة التطبيق والتنفيذ من قبل الموظفين.

الترويج لرؤية المؤسسة ومهامها، أهدافها، ومنتجاتها(كشك ،2010)

6.3.2 وظائف العلاقات العامة

تسعى العلاقات العامة في أي مؤسسة الى خلق التفاهم والثقة مع جمهورها الداخلي والخارجي وبناء سمعة طيبة وصورة ذهنية ممتازة عند جماهيرها والهدف الترويج لخدماتها ومنتجاتها.

وحتى تقوم بعملها على أكمل وجه لا بد من ممارسة أربع وظائف رئيسية وهي: -

البحث وهو القيام بجمع المعلومات واجراء الدراسات والبحوث وتوزيع الاستبانات والهدف معرفة مدى نجاح الحملات أو تعلق الجمهور بالمنتجات أو وصول أهداف المؤسسة لجمهورها المقصود. التخطيط ويقصد به وضع الأهداف القصيرة وطويلة الأمد حيث تقوم العلاقات العامة بتحديد عملها وسياستها وميزانيتها بناء على هذه الأهداف.

الاتصال حيث تختار العلاقات العامة وسائل الاتصال الإعلامية بالجماهير لتحقيق أهدافها والوصول اليها.

التقويم وهو وسيلة للتأكد من مدى تحقق الأهداف وأخذ تغذية راجعة حول أي قصور حدث خلال الحملات أو التسويق للمنتجات، ومتابعة الأزمات والمشاكل في حال حدوثها (سلطان ، 2011 ص191)

7.3.2 أسس نجاح العلاقات العامة في المؤسسات مع الجمهور الداخلي

لما كانت دراستنا هنا تتعلق بالجمهور الداخلي وهو جمهور منتسبي المؤسسات التربوية الفلسطينية فحري بنا هنا ان نتلمس الاسس التي تمكن العلاقات العامة من النجاح في التعامل مع هذا الجمهور الداخلي وفي هذا الصدد يشير سليم بطرس إلى أن نجاح برنامج العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي يتوقف على العديد من العوامل منها:

اشباع الحاجات الإنسانية حسب هرم ما سلو، حيث صنف احتياجات الانسان إلى احتياجات فسيولوجية واحتياجات اجتماعية.

العدالة مع الموظفين وتطبيق قواعد غير متحيزة فيما بينهم.

القدوة الحسنة من قبل الإدارة بحسن التطبيق لقواعد العمل مثل الانضباط والالتزام والوقت والعطاء
والحرص على مصالح المؤسسة (جلدة، 2008: 120-122)

4.2 المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية

يتطلب تلمس دور العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية وضع اليد على مفهوم المؤسسات التربوية ثم المدراس الخاصة أولا ثم معرفة ادوار العلاقات العامة في المؤسسات التربوية ثم انعكاسات أنشطة العلاقات العامة على تعزيز الهوية التنظيمية ثم المهام التي تسهم أنشطة العلاقات العامة خلالها في تعزيز الهوية التنظيمية لمنتسبي المؤسسات التربوية ثم استعراض الأنشطة التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى منتسبي المؤسسات التربوية:

1.4.2 مفهوم المؤسسات التربوية والمدراس الخاصة:

أ- المؤسسات التربوية:

التربية هي مصطلح يطلق على تنمية الشخصية وصقلها من جميع الجوانب النفسية والعقلية والاجتماعية بما يتناسب مع قيم الجماعة التي يعيش معها الفرد.

وعملية التربية عملية مستمرة تبدأ منذ نشأة الفرد وتستمر معه طوال حياته، وقد تم إيجاد مؤسسات

تعنى بالفرد ومن هذه المؤسسات الأسرة، المدرسة، وسائل الاعلام (شريم، 2016)

وتعرف المؤسسة بأنها هيكل تنظيمي مستقل مالياً، تعمل ضمن إطار قانوني واجتماعي، لها خصائص تنظيمية، هدفها رفع مستوى الإنتاج باستغلال جميع الموارد البشرية والمالية والعملية.

وتحقيق أكبر قدر من المنفعة وتحقيق أهداف المؤسسة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية.

ب- المدرسة

المدرسة هي المؤسسة الثانية بعد الأسرة التي تساهم في تنشئة الطفل، حيث يتعامل فيها الطالب مع زملائه ومعلميه، ينمو جسدياً وفكرياً واجتماعياً ويكتسب العديد من المهارات فتتسع دائرة الطالب ويتسع أفقه.

وتساهم المدرسة في اكتساب الطالب معارف وقيم واتجاهات وطرق لحل ومواجهة مشاكله، وتقديم

الارشاد النفسي والمهني للطالب (شريم، 2016)

وتقسم المدارس إلى أنواع، المدارس الحكومية والمدارس الخاصة.

المدارس الحكومية: هي المدارس التابعة لوزارة التربية والتعليم، يتولى الانفاق عليها من ميزانية الحكومة مباشرة ويكون التعليم للطلاب مجانياً، يتم تحديد مناهجها على مستوى الوطن ويتم توحيد هذه المناهج لجميع الطلبة.

تشمل المدارس الحكومية جميع المراحل الأساسية والثانوية ويكون التعليم في المرحلة الأساسية اجباري حتى الصف العاشر ويمنع التسرب أو ترك المدرسة قبل هذه المرحلة. يرتبط قبول الطالب في المدارس الحكومية حسب منطقة السكن، ويكون أعداد الطلاب داخل الغرف الصفية مرتفع نسبياً.

المدارس الخاصة : هي المدارس التابعة لأشخاص أو هيئات أهلية أو جمعيات خيرية محلية أو أجنبية أو جمعيات دينية، ويتولون الإنفاق عليها من أموالهم أو من الأقساط المدرسية أو من الهيئات والتبرعات المرتبطة بها، ويتولى إدارتها والإشراف عليها من قبل هذه الجهات، وهي مرخصة من وزارة التربية والتعليم، وقد عرفت دائرة الإحصاء المركزية الفلسطينية المدارس الخاصة بأنها: أي مؤسسة تعليمية أهلية أو أجنبية غير حكومية مرخصة يؤسسها أو يرأسها أو يديرها أو ينفق عليها فرد أو أفراد أو جمعيات أو هيئات فلسطينية أو أجنبية (Ministry of Education & Higher Education)

2.4.2 أدوار العلاقات العامة في المؤسسات التربوية:

تبدأ العلاقات العامة دورها في المؤسسات التربوية كغيرها من المؤسسات، بداية من داخل المؤسسة ويكون لها عدة أدوار تسعى من خلالها لخلق روح العمل الجماعي والتفاهم والتعاون بين الموظفين على صعيد جميع الأقسام والدوائر.

كما تقوم العلاقات العامة في المؤسسات التربوية بإعداد البرامج الخاصة بأنشطة العلاقات العامة في المؤسسة وتنفيذها، الترتيبات لإعداد واستقبال الوفود الرسمية والتجهيز لحفلات التكريم، التواصل مع قسم الإعلام التربوي لتغطية أي فعاليات في المؤسسة، ويتطلب هذا العمل الصدق والأمانة في المعلومات التي تقدم حتى لا تفقد المؤسسة ثقة موظفيها أو جمهورها الخارجي.

كما تقوم دائرة العلاقات العامة بتسهيل تقديم جميع الخدمات وتيسير الرد على استفسارات وتوجيه الناس للدوائر المطلوبة، إضافة إلى إعداد التقارير المطلوبة عن إنجازات الإدارة، ومعوقات الإنجاز في العمل، اعداد الميزانية السنوية بالتنسيق مع الجهات المعنية، وتقديم الأنشطة الاجتماعية والثقافية بالتنسيق بين جميع الأطراف (عتوم، 2019)

كما انها تقوم بتهيئة الرأي العام لتقبل أفكار جديدة ومساندة المؤسسة في طروحاتها، إضافة لنشر الثقافات المختلفة وبث الوعي الكافي لاحترامها وتعديل القوانين وبث الاتجاهات الإيجابية وتعديل الاتجاهات السلبية (بدوي، 2005)

كما تسعى العلاقات العامة في المؤسسات التربوية لمعرفة احتياجات العاملين من النواحي التثقيفية والتربوية وتشجيعهم للمشاركة في المناسبات الاجتماعية والثقافية، والتعاون مع الهيئات المحلية من باب المسؤولية المجتمعية.

ومن الأدوار الأساسية للعلاقات العامة المساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة من خلال الدراسات التي يعدها طاقم متخصص والهدف إيصال رسالة المؤسسة.

كما تقوم العلاقات العامة بإعداد برامج الزيارات للوفود والهيئات وتنظيم الأنشطة الداخلية والخارجية والزيارات والندوات (البخشوندي، 2005)

3.4.2 انعكاسات أنشطة العلاقات العامة على تعزيز الهوية التنظيمية:

إن لم تتطور ستتقوض حكمة يتم تداولها في كثير من الأدبيات، ما هو التطوير وكيف يكون؟ هل يكون بالتغيير أو التعديل أو الاستمرارية في العمل والإنتاج. وعملية التطوير هي عملية تهدف إلى تعديل المهارات والاتجاهات والسلوك للعاملين من أجل الحصول على أعلى درجات الكفاءة.

والمحافظة على مكانة المؤسسة وسمعتها الطيبة لابد من المواظبة على تطوير أداء العاملين فيها بشكل مستمر، الأمر الذي ينعكس على رضى جمهور المؤسسة ولا شك ان رضا الجمهور من المقومات الرئيسية التي تضمن الاستمرارية، ولأن التحديات والتغييرات التي قد تتعرض لها المؤسسات متجددة بحيث تحتاج أن تظهر دائما بحلة جديدة وخدمات جديدة ومنتجات متنوعة لا بد من هوية واضحة ومميزة عند الموظفين يبرزون من خلالها سمات وقيم مؤسساتهم.

وفي مجال التعليم نحتاج الى مواكبة التطور والتقدم في كافة التخصصات والمجالات، يحتاج العاملون في هذه المؤسسات إلى التطوير والتدريب المستمر على كل ما هو جديد، وبالصورة التي تتوافق مع سمات مؤسساتهم المتفردة، النابعة من رسالتها التي تسعى لتحقيقها.

وهذا التطور لا ينبغي ان يكون فقط تطورا مدروسا بحيث لا يتعارض مع هوية المؤسسة التنظيمية وإنما يجب ان يسهم في تعزيز هذه الهوية، لأن هذه الهوية التنظيمية هي التي تمنح المؤسسة تفردا بين غيرها من المؤسسات المنافسة وهي التي تضمن ان يتم صبغ هذه التغييرات بصبغة الهوية الراسخة التي تتميز بها المؤسسة لكونها تعد اطارا مرجعيا للعديد من القرارات الاستراتيجية التي يتم اتخاذها من قبل المؤسسة في سعيها لتطوير نفسها

كما ان الهوية التنظيمية تعد مصدرا للميزة التنافسية التي تجعل اية مؤسسه ومنها المؤسسات التربوية تكتسب سمات جوهرية تميزها عن غيرها وتجعل من الصعب تقليدها ومحاكاتها) عبد اللطيف

(وجوده، 2010، ص130)

كما تساهم الهوية التنظيمية الواضحة في تعزيز انتماء العاملين والتزامهم والتعاون فيما بينهم وتمثل دليلا لحل ومواجهة العديد من المشاكل والنزاعات. كما تعد الهوية التنظيمية من العوامل التي تؤثر في قيم وقناعات والية تفكير الموظفين اتجاه المؤسسة.

وللعلاقات العامة أدوار أساسية تساهم في تعزيز الهوية التنظيمية من خلال ممارسة هذه الأدوار وهي: -

- 1- الحفاظ على العلاقات الحسنة مع موظفي المؤسسة وجمهورها الخارجي.
- 2- مساعدة المؤسسة على الاتصال والتواصل مع جماهيرها
- 3- تكييف قيم المؤسسة وأعرافها مع المجتمع المحلي ومؤسساته.
- 4- دعم الموظفين من خلال الأنشطة المقدمة من دائرة العلاقات العامة ووسائل الاتصال والأنشطة المتبعة والتي تساهم في تعزيز قيم الموظفين وتحقيق التماثل بين الموظف ومؤسسته (الأمين، 2016 ص71)

4.4.2 الأنشطة التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى منتسبي المؤسسات التربوية:

بالطبع لا يمكن الادعاء ان ثمة أنشطة خاصة يمكن ان تتخذها العلاقات العامة لتعزيز الهوية التنظيمية لدى منتسبي المؤسسات التربوية بل يمكن لأي مؤسسة ان تستخدمها للتواصل مع جمهورها الداخلي وتتمثل هذه الأنشطة في:

1. وسائل التواصل الاجتماعي.
2. الاتصال الشخصي.
3. الاجتماعات.
4. موقع المدرسة الإلكتروني.
5. المسابقات الرياضية والفنية والثقافية.
6. البريد الإلكتروني.
7. ورش العمل.
8. تنظيم الزيارات.
9. المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة الإعلانات).
10. الندوات.

5.4.2 المهام التي تسهم أنشطة العلاقات العامة خلالها في تعزيز الهوية التنظيمية لمنتسبي المؤسسات التربوية.

تري الباحثة أن لأنشطة العلاقات العامة الدور الأكبر في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية، حيث تقوم إدارة العلاقات العامة بأنشطة اتصالية معرفية تساهم في: -

1. تعريف الموظفين برسالة المؤسسة.
2. تعريفهم بالسمات الأساسية والمميزة للمؤسسة.
3. تعريفهم ببنية الهيكل الإداري للمؤسسة.
4. تحفيزهم على المساهمة في وضع الخطة الاستراتيجية للمؤسسة.
5. شرح القيم الرئيسية للمؤسسة.
6. التعريف بالنظام الداخلي للمؤسسة.
7. اطلاع المنتسبين على سير العمل.
8. إتاحة الفرصة امامهم للمشاركة في تنفيذ الخطط التطويرية.
9. تحفيزهم على المشاركة في فعاليات وأنشطة المؤسسة.
10. تعريفهم بالاستراتيجيات المستخدمة لتطوير العمل الجماعي.
11. حثهم على استغلال الآليات الاتصالية المختلفة للتواصل مع المجتمع المحلي.
- 12-تحفيزهم على التدريب المستمر.

ومنطقيا بعد اكتساب المعارف السالفة الذكر من قبل منتسبي المؤسسات التربوية، انعكاس ذلك على مشاعرهم نحو مؤسساتهم وبالتالي على سلوكهم بشكل مباشر أو غير مباشر فيبدأ الموظف بالعمل ضمن رسالة مؤسسته، يحترم التسلسل الإداري فيها، يساهم في وضع الخطة الاستراتيجية لها، ويبنى أهدافه بشكل يتناسق مع أهداف مؤسسته، ويشارك بجميع النشاطات الداخلية والخارجية التي تساهم في تطوير مؤسسته، بصورة تعكس قيم المؤسسة وأعرافها.

ووفقا لمكونات الهوية فأن العمل على تعديل سلوك العاملين هو الجزء الأهم الذي يضمن العمل على استمرارية وتطوير المؤسسة.

كما أن الإدراك لماهية المؤسسة وسماتها يعزز لدى الموظفين مدى التماثل بين الموظف ومؤسسته وهذا الدور تعززه العلاقات العامة من خلال الأنشطة الاتصالية التي تقدمها.

أما معيار التميز المطلوب لغرس الهوية التنظيمية فيكون بالميزة التنافسية التي تتسم بها المؤسسة من خلال علاقات الموظفين الداخلية وإيمانهم برسالة مؤسستهم وتمثيلهم لها بجميع المحافل خير تمثيل. وتصبح هوية المؤسسة قوية بمقدار شعور الموظف بسمات مؤسسته وإيمانه بقيم المؤسسة واعرافها وتمثله معها وقدرته على الاستمرارية. أما إذا كان شعور الموظف بسمات مؤسسته شعورا ضعيفا فلا بد من عمليات اتصالية تتلافى هذا القصور ومن يقوم بها هو العلاقات العامة ومن خلال أنشطتها.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

ينقسم هذا الفصل إلى مبحثين هما:
المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية
وينقسم إلى محورين المحور الأول : نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة
المحور الثاني : نتائج اختبار فروض الدراسة
أما المبحث الثاني فيشمل التعليق على نتائج الدراسة وأهم التوصيات.

1.3 المبحث الأول: نتائج الدراسة الميداني

1.1.3 المحور الأول: نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة

سعت الدراسة إلى الإجابة على العديد من التساؤلات وفيما يلي نتائج إجابة المبحوثين على العبارات التي شملتها الدراسة الميدانية:

أولاً: أبرز وسائل الاتصال التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في المدرسة

جدول (3): أبرز وسائل الاتصال التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في المدرسة

وسائل الاتصال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1. وسائل التواصل الاجتماعي.	2.85	0.444	مرتفعة
2. الاتصال الشخصي.	2.66	0.553	مرتفعة
3. الاجتماعات.	2.63	0.515	مرتفعة
4. موقع المدرسة الإلكتروني.	2.59	0.795	مرتفعة
5. المسابقات الرياضية والفنية والثقافية.	2.36	0.792	مرتفعة
6. البريد الإلكتروني.	2.20	1.002	مرتفعة
7. ورش العمل.	2.03	0.826	مرتفعة
8. تنظيم الزيارات.	2.03	0.838	مرتفعة
9. المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة	1.96	0.940	متوسطة
10. الندوات.	1.76	0.870	متوسطة
11. المعارض.	1.71	0.851	متوسطة
المتوسط العام	2.25	0.766	مرتفعة

* تم استخدام مقياس رباعي لقياس هذا السؤال كما يلي (3) غالباً (2) أحياناً (1) نادراً (0) أبداً.

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن استخدام دائرة العلاقات العامة لوسائل الاتصال في المدرسة التي تعمل بها عينة الدراسة قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز الوسائل المستخدمة في "وسائل التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي (2.85) وبدرجة مرتفعة، يليها "الاتصال الشخصي" بمتوسط حسابي (2.66) وبدرجة مرتفعة، ثم "الاجتماعات" بمتوسط حسابي (2.63) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل الوسائل استخداماً من قبل دائرة العلاقات العامة في "المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة الإعلانات)" بمتوسط حسابي (1.96) وبدرجة متوسطة، يليها "الندوات" بمتوسط حسابي (1.76) وبدرجة متوسطة، ثم "المعارض" بمتوسط حسابي (1.71) وبدرجة متوسطة.

ثانياً: مدى التعرض لوسائل الاتصال المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة في المدرسة
جدول (4): مدى تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال المستخدمة من قبل العلاقات العامة في
المدرسة التي يعملون بها

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التعرض لوسائل الاتصال
مرتفعة	0.624	2.69	1. وسائل التواصل الاجتماعي.
مرتفعة	0.650	2.60	2. الاتصال الشخصي.
مرتفعة	0.607	2.55	3. الاجتماعات.
مرتفعة	0.901	2.46	4. موقع المدرسة الإلكتروني.
مرتفعة	0.923	2.14	5. المسابقات الرياضية والفنية والثقافية.
مرتفعة	0.970	2.13	6. البريد الإلكتروني.
مرتفعة	0.835	2.07	7. ورش العمل.
متوسطة	0.927	1.90	8. تنظيم الزيارات.
متوسطة	0.978	1.85	9. المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة
متوسطة	0.937	1.82	10. الندوات.
متوسطة	0.932	1.79	11. المعارض.
مرتفعة	0.844	2.18	المتوسط العام

* تم استخدام مقياس رباعي لقياس هذا السؤال كما يلي (3) غالباً (2) أحياناً (1) نادراً (0) أبداً.

تكشف النتائج في الجدول رقم (4) أن مدى تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة في المدرسة التي يعملون بها قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز الوسائل الاتصالية التي يتعرضون لها في "وسائل التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي (2.69) وبدرجة مرتفعة، يليها "الاتصال الشخصي" بمتوسط حسابي (2.60) وبدرجة مرتفعة، ثم "الاجتماعات" بمتوسط حسابي (2.55) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل الوسائل التي تتعرض لها عينة الدراسة في "المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة الإعلانات) بمتوسط حسابي (1.85) وبدرجة متوسطة، يليها "الندوات" بمتوسط حسابي (1.82) وبدرجة متوسطة، ثم "المعارض" بمتوسط حسابي (1.79) وبدرجة متوسطة.

ثالثاً: أسباب التعرض لوسيلة اتصال معينة تستخدمها دائرة العلاقات العامة

جدول (5): أسباب تعرض عينة الدراسة لوسيلة اتصال معينة من الوسائل التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة

أسباب التعرض	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1. بسبب سهولة الوصول إلى المعلومات التي تقدمها.	2.71	0.561	مرتفعة
2. أفضل وسيلة اتصال معينة وفقاً للتواصل الدائم الذي تقدمه مع فريق المؤسسة.	2.59	0.645	مرتفعة
3. للتوافق بين وقتها وظروف عملي.	2.58	0.615	مرتفعة
4. لرغبتني في متابعة كل ما هو جديد في شؤون المؤسسة.	2.58	0.657	مرتفعة
5. لقدرتها على مساعدتي في الوصول لمعارف معينة	2.56	0.628	مرتفعة
6. لارتباطها بطبيعة عملي.	2.55	0.700	مرتفعة
7. لكون التعرض لها نتيجة لرغبة الإدارة.	2.53	0.651	مرتفعة
8. لانسجامها مع اداء مهامي.	2.53	0.691	مرتفعة
9. وفقاً للإيجابية التي تقدم بها.	2.51	0.672	مرتفعة
10. وفقاً لمصداقية المعلومات التي تقدمها.	2.50	0.672	مرتفعة
11. وفقاً لكفاءة القائمين عليها.	2.49	0.692	مرتفعة
12. لأثر الموضوعات التي تقدمها على تطور أدائي.	2.40	0.732	مرتفعة
المتوسط العام	2.54	0.660	مرتفعة

* تم استخدام مقياس رباعي لقياس هذا السؤال كما يلي (3) كبيرة (2) متوسطة (1) محدودة (0) مطلقاً.

يبين الجدول رقم (5) أن أسباب تعرض عينة الدراسة لوسيلة اتصالية معينة من الوسائل التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في المدرسة التي يعملون بها قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز أسباب التعرض لتلك الوسائل في "أفضل وسيلة اتصال معينة بسبب سهولة الوصول إلى المعلومات التي تقدمها" بمتوسط حسابي (2.71) وبدرجة مرتفعة، يليها "أفضل وسيلة اتصال معينة وفقاً للتواصل الدائم الذي تقدمه مع فريق المؤسسة" بمتوسط حسابي (2.59) وبدرجة مرتفعة، ثم "أفضل وسيلة اتصال معينة للتوافق بين وقتها وظروف عملي" بمتوسط حسابي (2.58) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل أسباب التعرض للوسائل الاتصالية في "أفضل وسيلة اتصال معينة وفقاً لمصداقية المعلومات التي تقدمها" بمتوسط حسابي (2.50) وبدرجة مرتفعة، يليها "أفضل وسيلة اتصال معينة وفقاً لكفاءة القائمين عليها" بمتوسط حسابي (2.49) وبدرجة مرتفعة، ثم "أفضل

وسيلة اتصال معينة لأثر الموضوعات التي تقدمها على تطور أدائي" بمتوسط حسابي (2.40) وبدرجة مرتفعة.

رابعاً: الخبرات والمعارف المكتسبة عند التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة .
جدول (6): الخبرات والمعارف المكتسبة عند تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الخبرات والمعارف المكتسبة
مرتفعة	0.522	2.71	1. مكنتني من الاطلاع على الفعاليات في مدرستي.
مرتفعة	0.638	2.63	2. ساعدتني على فهم رسالة مدرستي.
مرتفعة	0.662	2.61	3. مكنتني من فهم رؤية مدرستي.
مرتفعة	0.621	2.61	4. جعلتني اتعرف على السمات المميزة لمدرستي.
مرتفعة	0.673	2.61	5. اسهمت في اكتسابي معارف تطور ادائي الإداري
مرتفعة	0.577	2.61	6. جعلتني على اطلاع مستمر على سير العملية التعليمية في مدرستي.
مرتفعة	0.613	2.60	7. مكنتني من التعرف على السمات الأساسية لمدرستي.
مرتفعة	0.646	2.59	8. جعلتني ملماً بالمهام التي ينبغي ان اقوم بها لتحقيق رسالة مدرستي.
مرتفعة	0.625	2.58	9. جعلتني اتعرف على طرق تنفيذ الاستراتيجيات المستخدمة لتطوير العمل الجماعي من قبل إدارة مدرستي.
مرتفعة	0.677	2.58	10. أسهمت في فهمي لكيفية تحويل القيم الرئيسية لمدرستي الى واقع تطبيقي
مرتفعة	0.639	2.56	11. جعلتني اعرف تطور مكانة مدرستي بين المدارس المنافسة.
مرتفعة	0.639	2.55	12. ساعدتني على التعرف على تفاصيل النظام الداخلي لمدرستي.
مرتفعة	0.700	2.55	13. اسهمت في تعريفني بتفاصيل الخطة الاستراتيجية لمدرستي.
مرتفعة	0.700	2.54	14. مكنتني من التعرف على الاعمال الذي يقوم بها الهيكل الإداري لمدرستي.
مرتفعة	0.701	2.52	15. أسهمت في تعريفني بآليات تواصل مدرستي مع مجتمعها المحلي
مرتفعة	0.701	2.51	16. جعلتني على دراية دائمة بالخطط التطويرية للإدارة في مدرستي.
مرتفعة	0.652	2.50	17. مكنتني من الإلمام بطرق حل المشكلات التي تتبعها إدارة مدرستي.
مرتفعة	0.814	2.45	18. مكنتني من معرفة سبل المساهمة في اتخاذ القرارات في مدرستي .
مرتفعة	0.656	2.57	المتوسط العام

* تم استخدام مقياس رباعي لقياس هذا السؤال كما يلي (3) كبيرة (2) متوسطة (1) محدودة (0) مطلقاً.

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن الخبرات والمعارف المكتسبة عند تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة في المدرسة التي يعملون بها قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز الخبرات والمعارف المكتسبة لدى عينة الدراسة نتيجة هذا التعرض في "مكنتني من الاطلاع على الفعاليات في مدرستي" بمتوسط حسابي (2.71) وبدرجة مرتفعة، يليها "مكنتني من

فهم رسالة مدرستي" بمتوسط حسابي (2.55) وبدرجة مرتفعة، ثم "مكنتني من فهم رؤية مدرستي" بمتوسط حسابي (2.63) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل الخبرات والمعارف المكتسبة لدى عينة الدراسة في "مكنتني من معرفة الخطط التطويرية للإدارة في مدرستي" بمتوسط حسابي (2.51) وبدرجة مرتفعة، يليها "مكنتني من الإلمام بطرق حل المشكلات التي تتبعها إدارة مدرستي" بمتوسط حسابي (2.50) وبدرجة مرتفعة، ثم "مكنتني من المساهمة في اتخاذ القرارات في مدرستي" بمتوسط حسابي (2.45) وبدرجة مرتفعة.

خامسا: الأبعاد الوجدانية (العاطفية) المتحققة عند التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة

جدول (7): الأبعاد الوجدانية (العاطفية) المتحققة لدى عينة الدراسة عند التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الأبعاد الوجدانية (العاطفية)
مرتفعة	0.566	2.65	1. تعزز لدي العمل بروح الفريق الواحد.
مرتفعة	0.627	2.63	2. أصبحت أكثر انتماء للمدرسة.
مرتفعة	0.606	2.62	3. أصبحت أفخر بمكانة مدرستي بين المدارس المنافسة.
مرتفعة	0.610	2.60	4. أصبحت أكثر إيمانا بقدرة مدرستي على مواكبة التطور في العملية التعليمية.
مرتفعة	0.614	2.59	5. أصبحت أكثر إدراكا لأهمية وجود هيكل تنظيمي في مدرستي.
مرتفعة	0.603	2.59	6. أصبحت راضيا عن تطور أدائي.
مرتفعة	0.697	2.58	7. أصبحت أكثر إيمانا بقدرتي على انجاز اهدافي في العمل.
مرتفعة	0.688	2.57	8. أصبحت أكثر إيمانا برسالة مدرستي.
مرتفعة	0.648	2.57	9. أصبحت أكثر ثقة بالسبل المتبعة من قبل إدارة مدرستي في حل المشاكل.
مرتفعة	0.639	2.56	10. أصبحت أكثر ثقة بقدرتي على التعامل مع مشاكل العمل.
مرتفعة	0.670	2.55	11. أصبحت أكثر ثقة بقدرة مدرستي على خدمة المجتمع المحلي.
مرتفعة	0.681	2.54	12. أصبحت أكثر إيمانا برؤية مدرستي.
مرتفعة	0.640	2.54	13. أصبحت أكثر اقتناعا بسمات مدرستي المميزة.
مرتفعة	0.681	2.53	14. أصبحت أكثر توافقا مع قيم مدرستي.
مرتفعة	0.701	2.51	15. أصبحت أكثر ثقة بأهمية دوري في اتخاذ القرار في مدرستي.

الأبعاد الوجدانية (العاطفية)	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
16. أصبحت أكثر حماسا للمشاركة في تطبيق الخطة الاستراتيجية لمدرستي.	2.49	0.711	مرتفعة
17. أصبحت أشعر بقدر أكبر من الأمان الوظيفي.	2.43	0.787	مرتفعة
المتوسط العام	2.56	0.657	مرتفعة

* تم استخدام مقياس رباعي لقياس هذا السؤال كما يلي (3) كبيرة (2) متوسطة (1) محدودة (0) مطلقاً.

يظهر من بيانات الجدول رقم (7) أن الأبعاد الوجدانية (العاطفية) المتحققة لدى عينة الدراسة عند التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز الأبعاد الوجدانية المتحققة لدى عينة الدراسة في "من خلال وسائل الاتصال التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة تعزز لدي العمل بروح الفريق الواحد" بمتوسط حسابي (2.65) وبدرجة مرتفعة، يليها "من أصبحت أكثر انتماء للمدرسة" بمتوسط حسابي (2.63) وبدرجة مرتفعة، ثم "أصبحت أفخر بمكانة مدرستي بين المدارس المنافسة" بمتوسط حسابي (2.62) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل الأبعاد الوجدانية المتحققة لدى عينة الدراسة في "أصبحت أكثر ثقة بأهمية دوري في اتخاذ القرار في مدرستي" بمتوسط حسابي (2.51) وبدرجة مرتفعة، يليها "أصبحت أكثر حماسا للمشاركة في تطبيق الخطة الاستراتيجية لمدرستي" بمتوسط حسابي (2.49) وبدرجة مرتفعة، ثم "أصبحت أشعر بقدر أكبر من الأمان الوظيفي" بمتوسط حسابي (2.43) وبدرجة مرتفعة.

سادسا: السلوكيات المكتسبة من التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة

جدول (8): السلوكيات المكتسبة لدى عينة الدراسة من التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة

السلوكيات المكتسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1. جعلتني أعكس رسالة المدرسة في العمل.	2.65	0.530	مرتفعة
2. أصبحت أكثر تعاوناً مع الزملاء/ات لرفع شأن مدرستي.	2.63	0.576	مرتفعة
3. أصبحت أكثر التزاماً بتعليمات مدرستي بشكل	2.61	0.600	مرتفعة
4. أصبحت أعكس السمات المميزة لمدرستي في تصرفاتي.	2.60	0.600	مرتفعة
5. أصبحت أكثر التزاماً بالتسلسل الإداري في مدرستي.	2.59	0.592	مرتفعة
6. جعلتني أعكس قيم مدرستي في عملي.	2.59	0.635	مرتفعة
7. جعلتني أكثر مشاركة في الأنشطة التي تعزز المسؤولية المجتمعية.	2.58	0.593	مرتفعة
8. أصبحت أكثر تعاملًا بروح الفريق في مدرستي.	2.56	0.606	مرتفعة
9. أصبحت أكثر قدرة على التعامل بشكل مهني مع أولياء الأمور.	2.56	0.639	مرتفعة

السلوكيات المكتسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
10. التفاعل الايجابي على وسائل التواصل الاجتماعي بما يخص مدرستي.	2.56	0.618	مرتفعة
11. أصبحت اتابع كل جديد في مجال عملي.	2.55	0.650	مرتفعة
12. أصبحت أرتب أهدافي بما يتوافق مع رسالة مدرستي.	2.54	0.597	مرتفعة
13. أصبحت أتعامل بشكل أفضل مع الطلبة.	2.51	0.641	مرتفعة
14. أصبحت أكثر قدرة على حل المشكلات التي أتعرض لها في مجال العمل.	2.50	0.652	مرتفعة
15. شجعتني على طرح مزيد من المقترحات التي تسهم في تطوير مدرستي.	2.47	0.681	مرتفعة
16. أصبحت أكثر فاعلية في المساهمة في اتخاذ القرار في مدرستي.	2.45	0.728	مرتفعة
17. جعلتني اسعى للمشاركة في وضع الخطة الاستراتيجية لمدرستي.	2.43	0.716	مرتفعة
المتوسط العام	2.55	0.627	مرتفعة

* تم استخدام مقياس رباعي لقياس هذا السؤال كما يلي (3) كبيرة (2) متوسطة (1) محدودة (0) مطلقاً.

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن السلوكيات المكتسبة لدى عينة الدراسة من التعرض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز السلوكيات المكتسبة لدى عينة الدراسة نتيجة هذا التعرض في "مكنتني من ان اعكس رسالة المدرسة في العمل" بمتوسط حسابي (2.65) وبدرجة مرتفعة، يليها "مكنتني من التعاون مع الزملاء/ات لرفع شان مدرستي" بمتوسط حسابي (2.63) وبدرجة مرتفعة، ثم "مكنتني من الالتزام بتعليمات مدرستي بشكل أفضل" بمتوسط حسابي (2.61) وبدرجة مرتفعة، فيما تمثلت أقل السلوكيات المكتسبة لدى عينة الدراسة في "مكنتني من طرح مقترحات تسهم في تطوير مدرستي" بمتوسط حسابي (2.47) وبدرجة مرتفعة، يليها "مكنتني من المساهمة في اتخاذ القرار في مدرستي" بمتوسط حسابي (2.45) وبدرجة مرتفعة، ثم "مكنتني من المشاركة في وضع الخطة الاستراتيجية لمدرستي" بمتوسط حسابي (2.43) وبدرجة مرتفعة.

سابعا: مقترحات المبحوثين لتطوير دور إدارة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسة

جدول (9): مقترحات عينة الدراسة لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة

المقترحات	التكرار	النسبة النسبة المنمية	النسبة لكل حالة
استمرارية التواصل بين الموظف والإدارة وإشراكهم في اتخاذ القرارات.	20	%27.4	%46.5
الورش والدورات التدريبية والتأهيلية.	14	%19.2	%32.6
وضع الخطط المسبقة والعمل وفقها.	9	%12.3	%20
الاستفادة من المؤسسات الأخرى التي تعمل في نفس المجال.	8	%11	%18.6
مواكبة التطور التكنولوجي (البريد الإلكتروني، منصات التواصل الاجتماعي، الموقع الإلكتروني للمدرسة).	6	%8.2	%14
فهم رؤية ورسالة المؤسسة وأهدافها.	5	%6.8	%11.6
الاهتمام بتحقيق الرضا الوظيفي للموظفين في المدرسة.	5	%6.8	%11.6
الحفاظ والحرص على بناء الثقة مع الجمهور.	4	%5.5	%9.3
متابعة المقترحات والشكاوى.	2	%2.7	%4.7
مجموع التكرارات	73	%100	***

* أتيح لعينة الدراسة إمكانية اختيار أكثر من إجابة، وبلغ عدد المجيبين على هذا السؤال (43) مفردة. يظهر من خلال الجدول رقم (9) أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة في المؤسسات التي يعملون بها قد تمثلت في "استمرارية التواصل بين الموظف والإدارة وإشراكهم في اتخاذ القرارات" بنسبة (%46.5)، وكذلك "الورش والدورات التدريبية والتأهيلية" بنسبة (%32.6)، فيما تمثلت أقل هذه المقترحات في "الحفاظ والحرص على بناء الثقة مع الجمهور" بنسبة (%9.3)، وكذلك "متابعة المقترحات والشكاوى" بنسبة (%4.7) من إجمالي المجيبين على هذا السؤال.

2.1.3 المحور الثاني: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

جدول (10): نتائج اختبار الفرضية الأولى

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
T-test	النوع	ذكر	2.2414	0.801	0.425 غير دال
		أنثى	2.1662		
One-Way Anova	المستوى التعليمي	دبلوم	2.3636	0.347	0.707 غير دال
		بكالوريوس	2.1831		
		دراسات عليا	2.1622		
T-test	الوظيفة	موظف إداري	2.2071	0.435	0.664 غير دال
		معلم	2.1734		
One-Way Anova	المستوى الوظيفي	موظف أو مدرس	2.1728	0.994	0.371 غير دال
		مدير	2.1667		
		مدير عام	2.4091		
One-Way Anova	سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	2.2407	0.851	0.428 غير دال
		5-أقل من 10 سنوات	2.1296		
		10 سنوات فأكثر	2.1931		

يتضح من الجدول رقم (10) صحة الفرضية السابقة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في درجة تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) مع جميع المتغيرات، وهو ما يشير إلى اهتمام جميع المبحوثين بمتابعة أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات التربوية والتعليمية التي يعملون بها، بصرف النظر عن الاختلافات والفروقات الفردية في سماتهم وخصائصهم الديموغرافية، وهو ما يعد مؤشراً على قوة تأثير هذه الأنشطة على المبحوثين.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية.

جدول (11): نتائج اختبار الفرضية الثانية

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
T-test	النوع	ذكر	2.4932	-0.886	0.376 غير دال
		أنثى	2.5579		
One-Way Anova	المستوى التعليمي	دبلوم	2.6944	5.517	0.004 دال
		بكالوريوس	2.5966		
		دراسات عليا	2.3784		
T-test	الوظيفة	موظف إداري	2.6458	2.285	0.024 دال
		معلم	2.5128		
One-Way Anova	المستوى الوظيفي	موظف أو مدرس	2.5360	0.265	0.767 غير دال
		مدير	2.5787		
		مدير عام	2.6250		
One-Way Anova	سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	2.6796	3.324	0.037 دال
		5-أقل من 10 سنوات	2.4985		
		10 سنوات فأكثر	2.5069		

يتضح من الجدول رقم (11) صحة هذه الفرضية فيما يتعلق بالنوع والمستوي الوظيفي وعدم صحتها فيما يتعلق بالمستوى التعليمي والوظيفة وسنوات الخبرة عند مستوى الدلالة (0.05) وذلك على النحو التالي:

- **المستوى التعليمي:** تشير المتوسطات الحسابية إلى أن من يحملون مؤهل دبلوم قد جاءوا في المرتبة الأولى بين المبحوثين الذين لديهم أسباب للتعرض للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية، يليهم من يحملون مؤهل بكالوريوس، ثم من يحملون مؤهل دراسات عليا.
- **الوظيفة:** تشير المتوسطات الحسابية إلى أن من يعملون في وظيفة "موظف إداري" لديهم أسباب للتعرض للأنشطة للعلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية أكثر ممن يعملون في وظيفة "معلم".

- سنوات الخبرة: تشير المتوسطات الحسابية إلى أن من تتراوح سنوات خبرتهم "أقل من 5 سنوات" قد جاءوا في المرتبة الأولى بين المبحوثين الذين لديهم أسباب للتعرض للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية، يليهم من تتراوح سنوات خبرتهم "10 سنوات فأكثر"، ثم "5-أقل من 10 سنوات".

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في المعارف التي استقها المبحوثون أو المشاعر أو المسالك التي انبنت عليها حول أبعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التربوية تعزى لسماتهم الديموغرافية. وقد تم وضع نتائج اختبار هذه الفرضية في جداول ثلاثة منفصلة هي: أ- جدول (12): اثر السمات الديموغرافية على احدث فروق في معارف المبحوثين المتعلقة بأبعاد الهوية التنظيمية

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
T-test	النوع	ذكر	2.5000	-1.192-	0.234 غير دال
		أنثى	2.5914		
One-Way Anova	المستوى التعليمي	دبلوم	2.7037	2.207	0.112 غير دال
		بكالوريوس	2.6063		
		دراسات عليا	2.4625		
T-test	الوظيفة	موظف إداري	2.5880	0.329	0.742 غير دال
		معلم	2.5680		
One-Way Anova	المستوى الوظيفي	موظف أو مدرس	2.5787	0.145	0.865 غير دال
		مدير	2.5556		
		مدير عام	2.5000		
One-Way Anova	سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	2.5923	1.831	0.162 غير دال
		5-أقل من 10 سنوات	2.6368		
		10 سنوات فأكثر	2.5041		

يتضح من الجدول رقم (12) صحة الفرضية السابقة بعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في المعارف والمعلومات التي يستقيها المبحوثون حول أبعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التربوية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) مع جميع المتغيرات، وهو ما يشير إلى تشابه المعارف والمعلومات المتشكلة لدى المبحوثين حول أبعاد الهوية التنظيمية

لمؤسساتهم التربوية نتيجة تأثرهم بدرجات متقاربة بالأنشطة الاتصالية لدائرة العلاقات العامة في تلك المؤسسات بصرف النظر عن الاختلافات والفروقات الفردية في سماتهم وخصائصهم الديموغرافية، وهو ما يعد مؤشراً على تركيز الأنشطة الاتصالية على معارف ومعلومات محددة وواضحة لدى جميع المبحوثين، مما أدى إلى تقارب إدراكهم لأبعاد الهوية التنظيمية للمؤسسة التي يعملون بها.

ب-جدول (13): اثر السمات الديموغرافية على احداث فروق في مشاعر المبحوثين المتعلقة بأبعاد الهوية التنظيمية

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
T-test	النوع	ذكر	2.5641	0.009	0.993 غير دال
		أنثى	2.5634		
One-Way Anova	المستوى التعليمي	دبلوم	2.7059	2.441	0.089 غير دال
		بكالوريوس	2.6011		
		دراسات عليا	2.4404		
T-test	الوظيفة	موظف إداري	2.6895	2.432	0.016 دال
		معلم	2.5237		
One-Way Anova	المستوى الوظيفي	موظف أو مدرس	2.5509	0.394	0.675 غير دال
		مدير	2.6340		
		مدير عام	2.6176		
One-Way Anova	سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	2.6371	1.072	0.344 غير دال
		5-أقل من 10 سنوات	2.5708		
		10 سنوات فأكثر	2.5139		

يتضح من الجدول رقم (13) صحة الفرضية السابقة بعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في طبيعة المشاعر التي تتشكل لدى المبحوثين حول أبعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التربوية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) مع جميع المتغيرات إلا متغير الوظيفة، وهو ما يشير في مجمله إلى عدم اختلاف طبيعة التأثيرات الوجدانية والعاطفية والمشاعر المتشكلة لدى المبحوثين حول أبعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التربوية،

ج- جدول (14): اثر السمات الديموغرافية على احداث فروق في مسالك المبحوثين المتعلقة
بأبعاد الهوية التنظيمية

المعامل الإحصائي	المتغير الديموغرافي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	مستوى الدلالة
T-test	النوع	2.6075	.463270	1.048	0.297
	ذكر	2.5358	.527450		
One-Way Anova	المستوى التعليمي	2.5294	.368290	1.304	0.273
	دبلوم	2.5789	.496680		
	بكالوريوس	2.4674	.572710		
T-test	الوظيفة	2.5343	.486350	-0.303-	0.753
	موظف إداري	2.5555	.524800		
One-Way Anova	المستوى الوظيفي	2.5558	.523700	0.090	0.914
	موظف أو مدرس	2.5261	.478290		
	مدير	2.5098	.471480		
One-Way Anova	سنوات الخبرة	2.5783	.587140	1.133	0.323
	أقل من 5 سنوات	2.5926	.485720		
	5-أقل من 10 سنوات	2.4964	.494660		

يتضح من الجدول رقم (14) صحة الفرضية السابقة بعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في طبيعة السلوكيات التي تعزز الهوية التنظيمية للمؤسسات التربوية لدى المبحوثين تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية، حيث كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) مع جميع المتغيرات، وهو ما يشير وجود تشابه في طبيعة السلوكيات لدى المبحوثين والتي من شأنها أن تعزز الهوية التنظيمية للمؤسسات التربوية لديهم، وهذا يعني أن الأنشطة الاتصالية لدائرة العلاقات العامة في تلك المؤسسات ذات تأثير قوي على المبحوثين إلى الدرجة التي لم يتغير تأثيرها عليهم بتغير متغيراتهم الديموغرافية.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة وبين كل من : درجة المعارف والمعلومات التي يكتسبونها حول أبعاد الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات و درجة المشاعر التي تتكون لديهم حول هذه الأبعاد و طبيعة المسالك التي تنبني عليها :

وقد تم وضع نتائج اختبار هذه الفرضية في جداول ثلاثة منفصلة هي:

أ- جدول (15): نتائج اختبار العلاقة بين كثافة التعرض والمعارف

درجة المعارف والمعلومات المكتسبة حول أبعاد الهوية التنظيمية			
كثافة التعرض	التكرار	معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho)	مستوى الدلالة
للأنشطة الاتصالية	300	0.383**	0.000

** دالة عند مستوى (0.01).

يظهر من خلال معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) في الجدول رقم (15) وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التربوية وبين درجة المعارف والمعلومات التي يكتسبونها حول أبعاد الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.383**) عند مستوى عند الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات التربوية، زادت لديهم المعارف والمعلومات التي يكتسبونها حول أبعاد الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات.

ب- جدول (16): نتائج اختبار العلاقة بين كثافة التعرض والمشاعر

طبيعة المشاعر المتشكلة نحو الهوية التنظيمية			
كثافة التعرض	التكرار	معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho)	مستوى الدلالة
للأنشطة الاتصالية	300	0.385**	0.000

** دالة عند مستوى (0.01).

يظهر من خلال معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) في الجدول رقم (16) وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التربوية وبين طبيعة المشاعر التي تتشكل لديهم نحو الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.383**) عند مستوى عند الدلالة (0.000)،

وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.01)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض المبحوثين لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات التربوية، زادت لديهم التأثيرات الوجدانية والعاطفية والمشاعر التي يكتسبونها حول أبعاد الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات.

ج- جدول (17): نتائج اختبار العلاقة بين كثافة التعرض والسلوك

طبيعة السلوكيات التي تعزز الهوية التنظيمية			
كثافة التعرض	التكرار	معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho)	مستوى الدلالة
للأنشطة الاتصالية	300	0.454**	0.000

** دالة عند مستوى (0.01).

يظهر من خلال معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) في الجدول رقم (17) وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التربوية وبين طبيعة سلوكياتهم التي تعزز الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.454**) عند مستوى عند الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.01)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت كثافة تعرض المبحوثين لأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات التربوية، زادت السلوكيات التي تعزز الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات لديهم.

الفرضية الخامسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاعر التي تتشكل لدى المبحوثين نحو الهوية التنظيمية لمؤسساتهم وبين طبيعة سلوكياتهم التي تعزز الهوية التنظيمية لديهم.

جدول (18): نتائج اختبار الفرضية الخامسة

طبيعة السلوكيات التي تعزز الهوية التنظيمية			
طبيعة المشاعر المتشكلة نحو الهوية التنظيمية	التكرار	معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho)	مستوى الدلالة
	300	0.835**	0.000

** دالة عند مستوى (0.01).

يظهر من خلال معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) في الجدول رقم (18) وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائيًا بين طبيعة المشاعر التي تتشكل لدى المبحوثين نحو الهوية

التنظيمية لمؤسساتهم وبين طبيعة سلوكياتهم التي تعزز الهوية التنظيمية لديهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.835^{**}) عند مستوى عند الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.01)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت المشاعر المتشكلة لدى المبحوثين نحو الهوية التنظيمية لمؤسساتهم؛ زادت السلوكيات التي تعزز الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات لديهم.

2.3 المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

بعد استعراض اجابة المبحوثين على تساؤلات الدراسة الميدانية ونتائج اختبارات الفروض التي انبنت على هذه التساؤلات يمكن مناقشة أبرز هذه النتائج في الصفحات التالية. وذلك على النحو التالي:

1.2.3 مناقشة نتائج تساؤلات الدراسة

أ- مناقشة نتائج السؤال الأول: -

- ما أبرز الانشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية للتواصل مع المبحوثين (المدرسين و الموظفين)

وقد تمت الإجابة على السؤال الأول من خلال سؤال المبحوثين حول أبرز الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مدارسهم وكانت هذه الأنشطة (وسائل الاتصال الاجتماعي، الاتصال الشخصي الاجتماعات، المسابقات الفنية والرياضية والثقافية، موقع المدرسة الالكتروني، البريد الالكتروني، ورش العمل، تنظيم الزيارات، المطبوعات، الندوات، المعارض)

وتشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن استخدام دائرة العلاقات العامة لوسائل الاتصال في المدرسة التي تعمل بها عينة الدراسة قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز الوسائل المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي يليها الاتصال الشخصي ومن ثم الاجتماعات وأقلها المعارض.

وتعتبر الباحثة نتائج السؤال الأول نتائج منطقية جدا نتيجة التطور الحالي والسيطرة لوسائل التواصل الاجتماعي بأشكالها على الأفراد والمؤسسات، حيث لوسائل التواصل الاجتماعي دور في الانفتاح على العالم والتطور التكنولوجي ومتابعة كل ما هو جديد، والمساهمة في متابعة الاخبار وتطورات الاحداث محليا وعالميا، وترى الباحثة دور هام لوسائل التواصل الاجتماعي في تطوير أداء العاملين من خلال التدريب المقدم لهم عبر هذه الوسائل والعمل على تطوير مهاراتهم وهذا من الأنشطة المتوقعة لدائرة العلاقات العامة والساعية لتعزيز الهوية التنظيمية عند العاملين.

وبالنسبة للاتصال الشخصي ترى الباحثة أنه من الوسائل التي يتم فيها تفاعل مباشر وجها لوجه، حيث يساهم هذا النوع من الاتصال في نقل المعلومات وتبادل الآراء والتأثير على اتجاهات العاملين والهدف تحقيق أهداف المؤسسة والوصول للغايات المتوقعة.

وعندما يكون العاملين في العلاقات العامة من قادة الرأي أو المؤثرين أو أفراد يمتلكون صفات مميزة يكون التأثير كبير نحو تغير اتجاهات الأفراد وقيمهم بما يتناسب مع قيم المؤسسة.

وبالنسبة للاجتماعات التي احتلت المرتبة الثالثة في الاستخدام من قبل العلاقات العامة حسب المبحوثين، ترى الباحثة دور للاجتماعات في ابداء الرأي والتأثير في اتخاذ القرار وتعزيز دور الموظفين في وضع الخطط وتنفيذها وتقييمها، كما تفتح المجال للتواصل الإنساني الذي يعزز العلاقات الإنسانية بين العاملين الذي تعزز هويتهم وانتماءهم للمدرسة. ومن أقل الوسائل استخداما من قبل العلاقات العامة في المدارس الخاصة المطبوعات، الندوات والمعارض.

ب- مناقشة نتائج السؤال الثاني:

ما مدى كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية للتواصل معهم؟ تمت الإجابة على هذا السؤال من خلال سؤال المبحوثين عن مدى تعرضهم للأنشطة الاتصالية الواردة في الجدول 4.

حيث كشفت النتائج في الجدول رقم (4) أن مدى تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال المستخدمة من قبل دائرة العلاقات العامة في المدرسة التي يعملون بها قد جاءت بدرجة مرتفعة، وتمثلت أبرز الوسائل الاتصالية التي يتعرضون لها في "وسائل التواصل الاجتماعي" بدرجة مرتفعة، يليها "الاتصال الشخصي" وبدرجة مرتفعة، ثم "الاجتماعات"، فيما تمثلت أقل الوسائل التي تتعرض لها عينة الدراسة في "المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة الإعلانات) والندوات، ثم المعارض. وتبرر الباحثة نتائج هذا السؤال بكثافة تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة حيث تحتل وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الحالي الدور الأكبر في تبادل المعلومات والتشاركية بين الموظفين حيث تفتح هذه الوسائل المجال للتفاعل المباشر وصناعة المحتوى المفيد لهم ، كما تعتبر اللقاءات الفردية والاتصال الشخصية من أبرز الأنشطة الاتصالية التي يتعرض لها الموظفين في المدارس الخاصة والتي تساهم في تعزيز الهوية التنظيمية من خلال الدور الذي تمارسه هذه الأنشطة سواء بتدريب وتطوير الموظفين أو تعزيز روح الولاء والانتماء للمؤسسة من خلال الأنشطة الاجتماعية .

ج- مناقشة نتائج السؤال الثالث: -

ما الأسباب التي تحفز المبحوثين للتعرض للوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التعليمية للتواصل معهم؟

لكل منا أسبابه الخاصة في التعرض لأي وسيلة من وسائل الاتصال ، وفي هذا السؤال جاءت نتائج المبحوثين لتبين ارتفاع المتوسط الحسابي العام لأسباب تعرض عينة الدراسة لوسائل الاتصال التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في المدرسة التي يعملون بها للتواصل معهم وهو ما يشير إلى اهتمام المبحوثين بهذه الوسائل والأنشطة كونها تسهل عليهم الوصول الى المعلومات وتجعلهم على تواصل مباشر مع المسؤولين والزملاء، ومتابعة كل ما هو جديد في مجال العمل والتطور الدائم بما يسهم في تحقيق أهدافهم، والتي تصب في النهاية في تعزيز مكانة المؤسسات التعليمية التي ينتمون إليها.

د - مناقشة نتائج السؤال الرابع: -

ما المعارف والمعلومات التي يستقيها المبحوثون حول أبعاد الهوية التنظيمية للمؤسسات التي يعملون بها من خلال تعرضهم للأنشطة الاتصالية لإدارات العلاقات العامة بهذه المؤسسات وما أهم المشاعر التي انبنت على هذه المعارف وأبرز السلوكيات التي انبثقت من هذه المشاعر؟

- أشارت بيانات الجدول رقم (6) إلى أنه ثمة نجاحا واضحا لأنشطة العلاقات العامة في المدارس الخاصة الفلسطينية في تشكيل البعد المعرفي من الهوية التنظيمية حيث جاء المتوسط العام للعبارات التي تقيس الالمام بالسمات العامة للمؤسسة والتي تمثل البعد الأول من أبعاد الهوية التنظيمية مرتفعا بنسبة بلغت (2.58) وهي العبارات الماثلة في "مكنتني من الاطلاع على فعاليات مدرستي" ، "مكنتني من التعرف على السمات الأساسية لمدرستي"، "جعلتني أتعرف على طرق تنفيذ الاستراتيجيات المستخدمة لتطوير العمل الجماعي من قبل إدارة مدرستي" ، "ساعدتني على التعرف على تفاصيل النظام الداخلي لمدرستي" ، "مكنتني التعرف على الأعمال التي يقوم بها الهيكل الإداري لمدرستي" ، إضافة الى "الالمام بطرق حل المشكلات التي تتبعها إدارة مدرستي".

ونفس الأمر تكرر تقريبا في باقي العبارات التي تمثل و تقيس البعد الثاني من أبعاد الهوية التنظيمية حيث جاءت العبارات بمتوسط حسابي عام مرتفع بلغ (2.57) و التي تمثلت في قياس السمات المميزة للمؤسسة وهي العبارات الماثلة في "مكنتني من التعرف على السمات المميزة للمؤسسة" ومن "فهم رسالة مدرستي وسبل تحقيق هذه الرسالة" ، إضافة إلى "فهم قيم المؤسسة وتحويلها لواقع تطبيقي" و "معرفة تطور مكانة مدرستي بين المدارس المنافسة" ، و"فهم رؤية المدرسة" و "معرفة سبل المساهمة في اتخاذ القرارات" .

كما تكرر ارتفاع المتوسط الحسابي مع العبارات التي تقيس دور المعارف التي تبثها الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المدارس الخاصة الفلسطينية في تشكيل البعد الثالث من أبعاد الهوية

التنظيمية وهو بعد الاستمرارية حيث جاء بمتوسط حسابي عام (2.55) وتمثلت في " اكتساب معارف ساعدت في تطور ادائي الإداري " مكننتي من فهم سبل تطور أدائي في المدرسة " ، "ومن الاطلاع على استمرار سير العملية التعليمية" و " أسهمت في تعريفني بتفاصيل الخطة الاستراتيجية لمدرستي " ، إضافة الى " معرفة سبل التواصل المثلى مع المجتمع المحلي " و "جعلتني على دراية دائمة بالخطط التطويرية للإدارة في مدرستي " .

وهكذا ومن خلال هذه الاجابات التي طرحها المبحوثون يتبين لنا الدور الفاعل الذي تقوم به الانشطة الاتصالية التي تضطلع بها إدارات العلاقات العامة في المدارس الخاصة الفلسطينية في تشكيل البعد المعرفي من الهوية التنظيمية لدى العاملين بها سواء كانوا معلمين أو إداريين.

-وعند الحديث عن أهم المشاعر التي تشكلت لدى المبحوثين حول أبعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التعليمية والتي انبنت على المعارف التي تم اكتسابها من التعرض للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة فيها:-

أشارت بيانات الجدول رقم (7) إلى أنه ثمة نجاحا واضحا لأنشطة العلاقات العامة الاتصالية في المدارس الخاصة الفلسطينية في تشكيل البعد الوجداني من الهوية التنظيمية، والتي انبنت على المعارف التي تم اكتسابها من خلال تلك الأنشطة: حيث جاء المتوسط العام للعبارات التي تقيس المشاعر المرتبطة بالسماوات العامة للمؤسسة والتي تمثل البعد الاول من أبعاد الهوية التنظيمية مرتفعا بنسبة بلغت 2.60 وتمثلت العبارات في " أصبحت أكثر ايمانا بقدرات الهيكل التنظيمي لمدرستي " و "أصبحت أكثر ثقة بالسبل المستخدمة لحل المشاكل من قبل الإدارة " و "أشعر بالفخر بمكانة مدرستي بين المدارس المنافسة" و"تعزز لدي الشعور بأهمية العمل بروح الفريق الواحد" و "أصبحت أكثر ايمانا بقدرتي على انجاز اهدافي" و " أصبحت أكثر ثقة بقدرتي على التعامل مع مشاكل العمل"

كما جاء المتوسط العام للعبارات التي تقيس المشاعر المرتبطة بالسماوات المتفردة للمؤسسة والتي تمثل البعد الثاني من أبعاد الهوية التنظيمية مرتفعا ايضا بنسبة بلغت 2.55 وجاءت العبارات كالتالي "أصبحت أكثر شعور بالانتماء للمدرسة" و "أكثر ايمانا برسالة المدرسة ورؤيتها" و " أكثر قناعة بسمات المدرسة المميزة" و "أكثر شعورا بالتوافق مع قيم المؤسسة" و "أكثر ثقة بأهمية دوري في اتخاذ القرار بمدرستي " .

كما جاء المتوسط العام للعبارات التي تقيس المشاعر المرتبطة بالاستمرارية والتي تمثل البعد الثالث من ابعاد الهوية التنظيمية مرتفعا ايضا بنسبة بلغت 2.53 وجاءت كالتالي " أصبحت أكثر ايمانا بقدرة مؤسستي على مواكبة التطور" و "راضيا عن تطور ادائي" و " أكثر ثقة بقدرة المدرسة على

خدمة المجتمع "و" أكثر حماسا للمشاركة في تطبيق الخطة الاستراتيجية "و" "لدي شعور بقدر أكبر من الأمان الوظيفي".

وهكذا جاء المتوسط الحسابي للمشاعر المبحوثين التي تتعلق بأبعاد الهوية التنظيمية الثلاثة للمؤسسة مرتفعا وهو ما يتوافق مع ارتفاع نسبة المعارف التي تم اكتسابها من قبلهم حول الهوية التنظيمية من خلال الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في المدارس الفلسطينية الخاصة.

أما السلوكيات التي تشكلت من المعارف التي اكتسبها المبحوثون من تعرضهم للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة فيها، والتي تبرز مدى تعزيز الهوية التنظيمية لديهم، أشارت بيانات الجدول رقم (8) إلى أنه ثمة نجاحا واضحا للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المدارس الخاصة الفلسطينية في تشكيل البعد السلوكي من الهوية التنظيمية والذي انبنى على إيجابية المشاعر التي تشكلت من المعارف التي اكتسبها المبحوثون من خلال تلك الأنشطة، حيث جاء المتوسط العام للعبارات التي تقيس السلوكيات المرتبطة بالسمات العامة للمؤسسة، والتي تمثل البعد الأول من أبعاد الهوية التنظيمية مرتفعا بنسبة بلغت 2.56 وجاءت العبارات كالتالي "أصبحت أكثر التزاما بتعليمات المدرسة" و"أكثر التزاما بالتسلسل الإداري" و"قادرا على التعامل بشكل مهني مع أولياء الأمور والطلبة" و"أكثر قدرة على حل المشكلات" و"أكثر قدرة على التعامل بروح الفريق" و"تعزيز المسؤولية المجتمعية"، و"التفاعل بشكل إيجابي على وسائل التواصل الاجتماعي".

كما جاء المتوسط العام للعبارات التي تقيس المسالك المرتبطة بالسمات المتفردة للمؤسسة والتي تمثل البعد الثاني من أبعاد الهوية التنظيمية مرتفعا بنسبة بلغت 2.57 وجاءت كالتالي "تمكنت من أن أعكس رسالة مؤسستي" وأصبحت "أكثر تعاوننا مع الزملاء لرفع شأن المدرسة" و"أظهر سمات المدرسة المميزة في تصرفاتي" إضافة "لقيم المدرسة التي تظهر جليا في عملي" و"توافق أهدافي مع رسالة المؤسسة" و"المشاركة في اتخاذ القرار".

كما جاء المتوسط العام للعبارات التي تقيس المسالك المرتبطة بالاستمرارية والتي تمثل البعد الثالث من أبعاد الهوية التنظيمية مرتفعا وان كان بنسبة أقل وهي 2.45 وتمثلت العبارات التي تقيسها في "شجعتني على" طرح مقترحات تساهم في التطوير المستمر لمدرستي" و"المشاركة في وضع الخطة الاستراتيجية للمدرسة".

وهكذا تشير نتائج إجابات المبحوثين على تساؤلات الدراسة إلى وجود دور واضح للأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى منتسبي المؤسسات التربوية والذي تمثل جليا في ارتفاع المتوسط العام للمعارف التي اكتسبها المبحوثون والتي أسهمت في تعزيز أبعاد

الهوية التنظيمية الثلاثة لديهم (السمات الأساسية والمميزة والاستمرارية) وما ترتب على هذه المعارف من تشكل مشاعر إيجابية نحو أبعاد الهوية الثلاثة والذي انعكس بعد ذلك بصورة إيجابية واضحة على سلوكيات المبحوثين التي تتجلى فيها روح الهوية التنظيمية في المؤسسات التي ينتمون إليها .

ولعل ما يفسر ارتفاع التأثيرات المعرفية و ما انبني عليها من ارتفاع التأثيرات الوجدانية ثم السلوكية للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المدارس الفلسطينية هو كون جل هذه الأنشطة اقرب لعمليات

التفاعل المباشر التي يتم فيها تبادل المعارف و الافكار و ردود الافعال بين طرفي عملية الاتصال. انه ذلك الاتصال ذي الاتجاهين المتماثلين طبقا لنموذج "جرونج" الرابع الذي صنع دوائر عدة من الفهم المتبادل بين الإدارة العليا والموظفين، والعلاقات العامة والموظفين، والموظفين فيما بينهم أنفسهم بالصورة التي تجعل أنشطة العلاقات العامة في اية مؤسسة تؤدي أكلها على النحو الامثل لاسيما في تلك الأنشطة التي تستهدف الجمهور الداخلي في مؤسسات تعد من الحجم الصغير مثل المدارس الخاصة التي أجريت عليها الدراسة.

2.2.3 مناقشة نتائج الفرضيات:

1- يظهر ثبوت الفرضية الاولى "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية" ، ضخامة درجة اهتمام جميع الموظفين بأنشطة العلاقات العامة بغض النظر عن سماتهم وخصائصهم الديموغرافية ، يدل على تأثير مباشر وقوي لهذه الأنشطة على المبحوثين (موظفي المدارس الخاصة) لاسيما وانها تتم في جلها وفقا لنموذج الاتصال المتوازن وهو النموذج الرابع من نماذج "جرونج" .

2- كما يظهر ثبوت الفرضية الثانية "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في أسباب تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسساتهم التربوية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، والمستوى الوظيفي" ، تعرض جميع المبحوثين بحكم الانتماء للعمل المؤسسي بينما يشير عدم ثبوتها بوجود فروق تعزى لمتغير المستوى التعليمي والوظيفة وسنوات الخبرة ، إلى دور هذه المتغيرات الديموغرافية في خلق تباين في أسباب تعرض المبحوثين لهذه الأنشطة حيث كانت الفروق لصالح الإداريين أكثر من المعلمين ولعل ذلك

لوقوع دور أكبر عليهم في تسيير دولاب العمل في هذه المؤسسات ، والحديثي الخبرة من المعلمين أكثر من ذوي الخبرة ، وذلك -ربما لرغبتهم في تلقي المزيد من المعارف التي تبثها الأنشطة الاتصالية التي تمكنهم من اتقان عملهم بصورة أكبر و أسرع .

3- ويشير ثبوت **الفرضية الثالثة** " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في المعارف التي استقتها المبحوثون أو المشاعر أو المسالك التي انبنت عليها حول ابعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التربوية تعزى لسمااتهم الديموغرافية إلى :

أ- قوة التأثير المعرفي للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ، ويمكن تفسير ذلك بكون هذه الأنشطة أقرب الى أنشطة الاتصال المباشر بين العلاقات العامة وجمهورها الداخلي والذي يعتبر اكثر أنواع الاتصال قدرة على التأثير وهو الأمر الذي يتفق مع النموذج الرابع لدى جرونج الذي يشير الى أهمية الاتصال المباشر والمتبادل بين المؤسسة وجمهورها.

ب- كما يشير عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في طبيعة المشاعر التي تتشكل لدى المبحوثين حول أبعاد الهوية التنظيمية لمؤسساتهم التربوية تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية" ، ما عدا الوظيفة . فهي نتيجة تعضد- في مجملها- النتيجة السابقة التي تشير الى قوة الرسائل الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في تشكيل المعارف لدى المبحوثين بغض النظر عن متغيراتهم الديموغرافية وهو امر كان من الطبيعي ان ينعكس ايجابيا على مشاعر المبحوثين نحو الجوانب التي تمثل ابعاد الهوية التنظيمية للمؤسسات التي يعملون بها.

ج- كما يعزز عدم وجو فروق ذات دلالة احصائية في طبيعة السلوكيات التي تعزز الهوية التنظيمية للمؤسسات التربوية لدى المبحوثين تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية" النتائج السابقة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المعارف التي اكتسبها المبحوثون والمشاعر التي انبنت عليها وتعزى لمتغيراتهم الديموغرافية . وهو ما يعني استمرارية القوة التي تحملها التأثيرات المعرفية للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مستوياتها الثلاثة المعرفي و الوجداني و السلوكي وهو ما يعني قوة هذه التأثيرات و نجاحها في تحقيق هدفها في الجانب الذي تقيسه دراستنا هنا الا و هو تعزيز الهوية التنظيمية بأبعادها الثلاثة.

4- أما ثبوت **الفرضية الرابعة** " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة وبين كل من : درجة المعارف والمعلومات التي يكتسبونها حول ابعاد الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات و درجة المشاعر التي تتكون لديهم حول هذه الابعاد و طبيعة المسالك التي تتبنى عليها " فهو يشير إلى :

أ- أهمية تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في اكتساب المعارف التي تتعلق بأبعاد الهوية التنظيمية من ناحية. ويشير من ناحية؛ أخرى لنجاح هذه الأنشطة في المؤسسات التربوية الفلسطينية في تحقيق أهدافها في اكتساب المعارف التي تسهم في تعزيز هذه الهوية.

ب- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التربوية وبين طبيعة المشاعر التي تتشكل لديهم نحو الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات" الى تخطي أثر كثافة التعرض مرحلة التأثيرات المعرفية الإيجابية الى مرحلة خلق مشاعر إيجابية أيضا وهو ما يسهم في التحرك خطوة ثانية نحو الهدف النهائي وهو التأثير في السلوك.

ج- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المشاعر التي تتشكل لدى المبحوثين نحو الهوية التنظيمية لمؤسساتهم وبين طبيعة سلوكياتهم التي تعزز الهوية التنظيمية لديهم" لتؤكد بشكل مباشر سلامة صحة الفرضية من ناحية وتؤكد بشكل غير مباشر قوة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية ليس فقط على مستوى المعارف أو المشاعر و إنما على مستوى السلوك العملي و هو الهدف النهائي لأية عملية اتصالية.

5- وقد عضد الاستنتاج السابق ثبوت صحة الفرضية الخامسة وهي" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في المؤسسات التربوية وبين طبيعة سلوكياتهم التي تعزز الهوية التنظيمية لتلك المؤسسات" والتي تشير الى أهمية تكثيف هذه الأنشطة، وأهمية حرصنا على بنائها بشكل سليم حين يتم التعرض لها بكثافة، لأن مثل هذا التعرض الكثيف هو ما يضمن في النهاية تحقيق التأثير المأمول في سلوكيات منتسبي هذه المؤسسات وهو المائل في دراستنا هنا في تعزيز الهوية التنظيمية بأبعادها الثلاثة، وهو ما يسهم في النهاية في بناء مؤسسة قوية مترابطة ومتناغمة و قادرة على تحقيق الأهداف التربوية التي تصبو اليها ... وبالصورة التي تصنع منها أداة من أدوات بناء إنسان قادر على تحقيق التطور الذاتي وقادر على بناء مجتمع فلسطيني قوى ومتطور.

مقترحات الدراسة

في ضوء ما انتهت اليه نتائج الدراسة يمكن تقديم عدد من المقترحات لتطوير اداء إدارات العلاقات العامة في المؤسسات التربوية الفلسطينية بالصورة التي تمكنها من تحقيق اهدافها وتتمثل هذه المقترحات في نوعين من المقترحات :

أ- مقترحات لتطوير عمل ادارات العلاقات العامة في المؤسسات التربوية الفلسطينية

- تفعيل دور العلاقات العامة في المؤسسات التربوية من خلال تعزيز الأنشطة الاتصالية في المؤسسة.
- تأهيل وتدريب اخصائي العلاقات العامة في المؤسسات التربوية الفلسطينية على النحو الذي يمكنهم من تحقيق مزيد من النجاح في تحقيق اهداف مؤسساتهم .
- العمل على المزيد من الابتكار في أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات التربوية و الاستخدام الامثل لكل ما حملته التطورات التكنولوجية من قدرات اتصالية .
- توفير كل الامكانات اللازمة التي يتطلبها النشاط الاتصالي للعلاقات العامة حتى تستطيع القيام بواجبها على النحو الأمثل.

ب- اقتراحات تتعلق بإجراء المزيد من الدراسات :

- دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية الحكومية .
- العوامل التي تسهم في بناء إدارات احترافية للعلاقات العامة في المؤسسات التربوية الفلسطينية.
- اتجاهات القيادات العليا في المؤسسات التربوية الفلسطينية نحو مهنة العلاقات العامة.
- الصورة الذهنية لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات التربوية الفلسطينية .

المساهمة العلمية

قدمت الدراسة الحالية تصورا من نوع آخر لأهمية الهوية التنظيمية وضرورة غرسها عند الموظفين من خلال أنشطة العلاقات العامة المعرفية والوجدانية والسلوكية والتي تحفز التعرض لهذه النشاطات بشكل مستمر في المدارس الخاصة الفلسطينية وتجعل من تحقيق الأهداف ووصول رسالة هذه المؤسسات أمرا في غاية الضرورة لخصوصية هذا القطاع وهو قطاع التعليم.

كما وتتمثل مساهمة هذه الدراسة في طرح عدد من الإجراءات التي يمكن من خلالها تفعيل الهوية التنظيمية في المدارس الخاصة والتي اهتمت بالمسؤولية الملقاة على قيادة المؤسسات في تفعيل ثقافة المؤسسة التنظيمية وتأثيرها على غرس الهوية لدى الموظفين وذلك من خلال :

أ- دور القيادة في المدارس الخاصة

توصلت الدراسة إلى أهمية الدور القيادي لمدراء المؤسسات في تفعيل الهوية التنظيمية من خلال دعم الموظفين وتقبل وجهات نظرهم ومساهماتهم في اتخاذ القرار بالمؤسسة ، ومنحهم المزيد من الصلاحيات بعد اكتساب المعارف الخاصة بالعمل بالمؤسسة واتفقت مع دراسة (كشكوشة، 2021) ودراسة (علي، 2020) بوجود علاقة إيجابية بين أبعاد القيادة وأبعاد الهوية التنظيمية .

- توصلت الدراسة الحالية إلى أهمية العمل على تنمية مهارات الاتصال بين الأقسام المختلفة ومن خلال أنشطة العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة والانطباع الجيد عن المؤسسة وسيادة السلوك الأخلاقي بين الموظفين وصولاً لتحقيق أهداف المؤسسة واتفقت مع دراسة (kose.2016) بتأثير القيادة الأخلاقية على تشكيل الهوية التنظيمية .

- توصلت الدراسة الحالية إلى أهمية اطلاع الموظف على النظام الداخلي واحترام التسلسل الوظيفي الذي يساهم في حسن الأداء ومعرفة الثواب والعقاب الذي يعزز مبدأ الرقابة الذاتية وبالتالي يضمن المحافظة على سمعة المؤسسة وصورتها ويعزز عند الموظف التماثل مع هوية مؤسسته واتفقت مع دراسة (السعود والصراير، 2009)

- جاءت نتائج الدراسة الحالية بأهمية تركيز قيادة المؤسسة على أبعاد الهوية التنظيمية والتي تساهم في فهم الأعضاء لهوية مؤسستهم والالتزام بالعمل والممارسات التي تعزز الهوية لديهم واتفقت مع دراسة (نصيحة وآخرون، 2020) وأضافت الدراسة الحالية أهمية دور العلاقات العامة من خلال أنشطتها المتنوعة في تعزيز الجانب المعرفي عند الموظف والتأثير على الجانب الوجداني لديهم الأمر الذي يساهم في التأثير الإيجابي على سلوك العاملين وعلاقات العمل.

ب- تطوير الية التسويق للمدارس الخاصة

- أثبتت الدراسة الحالية من خلال أنشطة العلاقات العامة بأهمية وضع خطة واضحة للتسويق للمؤسسة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والأنشطة التي تعزز الدور المجتمعي للمدارس الخاصة والتي تساهم في تبادل ثقافي يساهم في غرس الهوية الثقافية التي تنبثق منها هوية المؤسسة وموظفيها .

- ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي بما يخدم تسويق عمل المدارس الخاصة ووصول رسالتها بالسرعة الممكنة والهدف بناء الصورة الإيجابية عنها والمحافظة على سمعتها .
- تطوير الخدمات التعليمية التي تقدمها المدارس الخاصة وتجديد أنشطتها بشكل دوري .
- دعم الدور الذي تقوم به المدارس الخاصة من وزارة التربية والتعليم الفلسطينية.

ت-المساهمة في تعزيز الثقافة التنظيمية للمؤسسة

- عززت الدراسة الحالية الثقافة الإنسانية من خلال القيادة القدوة والاستعانة بالمؤثرين وإعداد خطط تدريب خاصة للموظفين الجدد.
- قدمت الدراسة الحالية تصورا واضحا لأهمية العمل على تعزيز ثقافة العمل الجماعي وغرس أهميته في تحقيق النجاح وذلك من خلال دمج الموظفين الجدد وتعزيز قيم المؤسسة وأعرافها لديهم وغرس أهمية دورهم في تحقيق أهداف المؤسسة .
- تبنت الدراسة الحالية أهمية العمل على غرس الثقافة الإيجابية والعمل على تناقل القيم والأعراف الموروثة من جيل لآخر ، وانعكاس ذلك بالممارسات والعمل وحسن الأداء.
- أهتمت الدراسة الحالية بتنمية الرقابة الذاتية والبعد عن روح السلبية التي تؤثر على سمعة المدرسة ومكانتها بين المدارس .
- عملت الدراسة الحالية على تعزيز القيمة التنافسية للمؤسسة بالعمل المميز والأفكار المختلفة والنوعية والقدرة على الاستمرارية بالمحافظة على الموارد البشرية ، المادية ، وتعزيز متطلبات النجاح.

ث-التماثل مع هوية المؤسسة

- اهتمت الدراسة الحالية بدعم شعور الموظفين بمكانة مؤسستهم في المجتمع وتعزيز الولاء والانتماء لها.
- سلطت الدراسة الحالية الضوء على أهمية التحفيز المالي والمعنوي للموظفين وزيادة الرضى الوظيفي كمتطلب لغرس الهوية التنظيمية لدى العاملين .
- ركزت الدراسة الحالية على تقييم أداء الموظفين باستمرار ومعرفة نقاط القوة والضعف ومعالجتها بالتدريب المستمر من خلال الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة .

- اهتمت الدراسة الحالية من خلال التركيز على أنشطة العلاقات العامة في تقوية شعور الموظفين باستقرارهم الوظيفي ، الأمر الذي يساهم في قدرة المؤسسة على الاستمرارية والنجاح .
- دعم الدراسة للموظفين والمساهمة في التطور العلمي والعملية بالبحث المستمر والدائم ومواكبة التطور.
- عقد الاجتماعات والندوات بشكل دوري وفق خطط تساهم في تطوير العمل والعاملين .
- العمل على تعزيز القيم والاهداف التي تتشابه بين الموظفين والمؤسسة ودعم التماثل بين الموظف وسمات مؤسسته .

المصادر والمراجع

1- كتب عربية ومترجمة :

- ادريس، سهيل (2002). النهل قاموس فرنسي عربي، بيروت : دار الاداب.
- الأمين، مرتضى (2016) الاتصال في العلاقات العامة ، الأردن ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- ايما، وود (2004). دليل العلاقات العامة
- البخشوندي، حمدي عبد الحارث(2005). العلاقات العامة في الدول النامية، مصر: المكتب الجامعي الحديث.
- بدر، فاطمة . الصباغ، معاذ (2020) نظرية المنظمة .الجامعة السورية الافتراضية.
- بدر، فاطمة. الصباغ، معاذ (2020) نظرية المنظمة. الجامعة السورية الافتراضية.
- بدوي، هناء حافظ(2001) العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية أسس نظرية ومجالات تطبيقية، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث.
- جرادات، ناصر(2014) المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات. الشارقة: دار اثراء للتوزيع والنشر.
- جلدة، سليم بطرس(2008) . مدخل معاصر إلى العلاقات العامة، ، عمان: دار الأعلام للنشر.
- الجمال، راسم والعياد خيرت. (2005) إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، القاهرة، مصر: دار النشر والتوزيع.
- دودين، احمد(2012) ادارة الأعمال الحديثة (وظائف المنظمة) ، الأردن : دار اليازوري العلمية .سعد، علي. العنزي، محمود (2013) الفكر التنظيمي في إدارة الاعمال، عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
- سلطان، محمد صاحب (2011) العلاقات العامة ووسائل الاتصال، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع. ط1.
- عبد الرحمن، عبدالله(2002) سبسيولوجيا الاتصال والاعلام، مصر، دار المعارف الجامعية.
- عبد الفتاح بوخمم(2011) تسيير الموارد البشرية مفاهيم أساسية وحالات تطبيقية، الجزائر :
- دار الهدى للنشر والتوزيع.
- عبد اللاوي، حسين (2020) النظرية الوظيفية في السوسيولوجيا الحديثة: من النظرية الوظيفية إلى النظريات الوظيفية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر .

غيث، محمد عاطف: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، مصر: دار النشر والتوزيع.

كشك، محمد بهجت (2010) العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، اسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

المزاهرة، منال (2012) نظريات الاتصال. الأردن : دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1.
نغميش، هاشم أحمد (2010) الاعلام في الجامعات الإسلامية، عمان : دار الغنائم للنشر.

2- أبحاث ودراسات عربية

أبو صاع، جعفر وآخرون (2018) دراسة الانتماء التنظيمي لدى المعلمين في المدارس الحكومية في مديرية تربية جنين من وجهة نظرهم.

أحمد ، منال (2020) دراسة الهوية التنظيمية للأقسام التربوية بكلية التربية جامعة عين شمس في جمهورية مصر العربية .دراسة اثنوجرافية.

براهمة، صونية (2018) دراسة ورقة بحثية بعنوان الهوية التنظيمية والية تفعيلها بالمؤسسة .
العدد 27 مجلد 15 ص 193-207.

بوخناف، هشام (2010) وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المنظومة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة باجي مختار عنابة ، الجزائر.

البوني، عفيف (1984) في الهوية القومية العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 57، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، شباط / 1984.

جودة ، عبد اللطيف محفوظ (2010) دراسة دور الثقافة التنظيمية في التنبؤ بقوة الهوية التنظيمية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية -المجلد 26 -العدد الثاني .

الخفاجي، نعمة عباس . الغلبي ، طاهر محمد (2018) ، نظرية المنظمة : مدخل التصميم مجموعة اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن .

ربيعة ، بخنوقة (2017) دراسة دور العلاقات العامة في تحقيق التطوير التنظيمي / دراسة حالة مديرية التجارة لولاية تيزي- وزو . الجزائر .

زغلول ، ايمان (2020) الهوية التنظيمية للأقسام التربوية ، دراسة إثنوجرافية ، مجلة دراسات تربوية اجتماعية ، كلية التربية جامعة عين شمس ، جمهورية مصر العربية .ص-283

السعود ، راتب . الصرايرة ، خالد أحمد (2009) دراسة التماثل التنظيمي لدى أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات الأردنية الرسمية وعلاقته بأدائهم الوظيفي . مجلة العلوم التربوية . المجلد 36 .

عبد الستار، ماجدة (2014) القوة التنظيمية وعلاقتها بالهوية التنظيمية لدى مدراء المدارس الاعداية في مديرية الكرخ الاولى، مجلة كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، المجلد 36 العدد 4 ص24، ص30-33، ص107

عبد الفتاح، إيمان صالح حسن (2014) نمذجة العلاقة بين السمعة التنظيمية والقدرة التنافسية في ظل وجود الصورة الذهنية كمتغير معدل: دراسة ميدانية على جامعة بورسعيد، مجلة البحوث المالية والتجارية، جامعة بورسعيد، كلية التجارة، عدد2

عبد اللطيف ، عبد اللطيف . جودة، محفوظ (2010) دور الثقافة التنظيمية في التنبؤ بقوة الهوية التنظيمية مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية . المجلد 26 . العدد الثاني .

علي ، عدي أحمد (2020) دراسة الدور الوسيط للهوية التنظيمية في العلاقة بين القيادة التحويلية والالتزام التنظيمي . دراسة تطبيقية على عينة من الجامعات العراقية الخاصة في مدينة كركوك . علي ، ولاء محسن (2018) دراسة فجوة الهوية التنظيمية وتأثيرها في سلوك العاملين العكسي / دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في تربية النجف الأشرف . علي، سعيد إسماعيل(2005) الهوية والتعليم، ط1، القاهرة ، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.

العويسي ، رجب بن علي (2010) دراسة التعلم التنظيمي: مدخل لتطوير المؤسسات التربوية دراسة ميدانية بالتطبيق على المدارس الحكومية . سلطنة عمان.

الكحلاني، حسن(2009) الهوية الثقافية الوطنية (رؤية مستقبلية) صحيفة 26سبتمبر، العدد 1231 .

كشكوشة ، نجوى متولي (2021) دراسة أثر القيادة المستنيرة في دعم الهوية التنظيمية بالتطبيق على العاملين بالشركة القابضة للتأمين .

محمد، صالي(2019) دور الثقافة في بناء الهوية، دار المنظومة، المجلد 17، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية.

مسودي، بشائر إبراهيم (2018) دراسة دور الثقافة التنظيمية في التطوير الأكاديمي . دراسة على الجامعات الفلسطينية العامة في الضفة الغربية.

نصيحة، كحلي . أمينة ، عبدالله (2020) دراسة علاقة الثقافة التنظيمية بتشكيل الهوية التنظيمية لدى العاملين في المؤسسة الجزائرية . دراسة ميدانية بميناء جن جن ولاية جيجل.
يعقوب، سالم(2018) أخلاقيات العمل الوظيفي ودورها في بناء الهوية التنظيمية في الادارة الجزائرية، دراسة ميدانية ببلديات الوادي، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص إدارة وأعمال، جامعة محمد خيضر، الجزائر.

3- أبحاث ودراسات اجنبية:

Abdullah, Zulhamri, Nordin, Shahrina Md & Abdul Aziz, Yuhanis (2013)

"Building a unique online corporate identity", Marketing Intelligence & Planning, Vol. 31 Issue: 5.

Haimes , G. (2006). Organizational Culture and Identity: A Case Study **from the Australian Football League. Unpublished Dissertation, Victoria** Univeristy.

Jarne, S., and Maritz, L. (2014). Organization Identity in Practice, How Theoretical Concepts of Organization Identity are Perceived in the Empirical Setting of Arla foods. Master's Dissertation, Uppsala University, Uppsala, Sweden.

Kose, S. (2016). The effect of ethical leadership on perceived organizational identification: The mediating role of ethical climate. The International Journal of Business and Management, 4(1), 368-369.

Luo, H. (2020) Review of Research Progress on Perceived Organizational - Support and Organizational Identity. *Open Journal of Business and Management*, 8, 809-819.

Ruee, Yunna. (2002). Global Public Relations : A Cross-Cultural Study of the Excellence Theory in South Korea, *Journal of Public Relations Research*, 14(3), 159-184 .

Saichaie, Kem (2018) Organizational Identity in Higher Education, in: J.C. Shin, P. Teixeira (eds.), *Encyclopedia of International Higher Education Systems and Institutions*, Springer Science+Business Media Dordrecht.

Theaker, Alison. (2004). The public Relations Handbook, part 2 corporate Identity. Emma Wood p.74.

Zagenczy, Thomas. Scot, Kristin. Gibne, Ray. (2011). Psychological Contracts and Organizational Identification: The Mediating Effect of Perceived Organizational Support, 32, 254–281.

4- مواقع الكترونية

صوالحة ، رشا : بحث عن العلاقات العامة . موقع موضوع

↑ “About Public Relations”, PRSA, Retrieved : <https://mawdoo3.com/>

available at 2022/9/8

سرحان، وليد: المؤسسات التربوية وأثرها على تربية المجتمع . موقع موضوع، available at

22/7/2022 <https://mawdoo3.com/>

ناصر ، أية: تعريف العلاقات وأهميتها. موقع مقال available at

<https://mqaall.com/definition-public-relations-importance>

12/10/2022

عتوم ، اسلام : دور العلاقات العامة في المؤسسات التربوية .موقع عربي(2019)

available at <https://e3arabi.com/money-and-business> 2022/9/4

كامل، هبة: تعريف المؤسسة التعليمية. موقع موضوع، available at 2016

<https://mawdoo3.com/> 11/10/2022

شريم ، صفاء : تعريف المؤسسة التربوية .موقع موضوع (2016).

available at <https://mawdoo3.com> 2022 /8/12

الملاحق



بسم الله الرحمن الرحيم

ملحق رقم (1): استبيان رسالة ماجستير

في تخصص العلاقات العامة المعاصرة من الجامعة العربية الامريكية

بعنوان

دور أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية لدى العاملين في
المؤسسات التربوية

(المدارس الخاصة في مدينة رام الله كحالة دراسية)

إعداد الباحثة

شروق عدنان

زملائي الأعزاء بالمؤسسات التربوية بعد التحية، تهدف هذه الدراسة الى تقصي دور
أنشطة العلاقات العامة في تعزيز الهوية التنظيمية في المؤسسات التربوية ، وذلك
كمطلب للحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة ، لذا نرجو
قراءة الفقرات بتمعن قبل الإجابة عليها و بما يتناسب مع المؤسسات التربوية التي
تعملون بها ، مع التأكيد أن البيانات الواردة في الاستبيان ستستخدم لغرض البحث
العلمي فقط .

لمزيد من المعلومات يرجى التواصل مع الباحثة على الإيميل

shorooqadnan79@gmail.com

أولاً: البيانات الشخصية والوظيفية

- أ- الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
- ب- المستوى التعليمي: ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا
- ج- الوظيفة: ☐ موظف اداري ☐ معلم
- د- المستوى الوظيفي ☐ موظف أو مدرس ☐ مدير ☐ مدير عام
- هـ- عدد سنوات الخبرة: ☐ أقل من 5 سنوات ☐ من 5 – أقل من 10 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات

ثانياً: مجالات الدراسة

المجال الأول: أبرز وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المدرسة

- 1- قيم/ي مدى استخدام وسائل الاتصال أدناه من قبل دائرة العلاقات العامة في المدرسة التي تعمل بها.

الدرجة الإجابة	غالبا	احيانا	نادرا	ابدا
1. وسائل التواصل الاجتماعي.				
2. الاتصال الشخصي.				
3. الاجتماعات.				
4. موقع المدرسة الإلكتروني.				
5. المسابقات الرياضية والفنية والثقافية.				
6. البريد الإلكتروني.				
7. ورش العمل.				
8. تنظيم الزيارات.				
9. المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة الإعلانات).				
10. الندوات.				
11. المعارض.				

2- قِيم/ي مدى تعرضك لوسائل الاتصال أدناه من قبل دائرة العلاقات العامة في المدرسة التي تعمل بها.

الإجابة الدرجة	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
1. وسائل التواصل الاجتماعي.				
2. الاتصال الشخصي.				
3. الاجتماعات.				
4. موقع المدرسة الإلكتروني.				
5. المسابقات الرياضية والفنية والثقافية.				
6. البريد الإلكتروني.				
7. ورش العمل.				
8. تنظيم الزيارات.				
9. المطبوعات (الكتيبات، النشرات، لوحة الإعلانات).				
10. الندوات.				
11. المعارض.				

المجال الثاني: الأسباب التي تجعلك تتعرض لوسيلة اتصال معينة دون غيرها من تلك الوسائل الاتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في مدرستك.

الإجابة الدرجة	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة محدودة	مطلقا
1. بسبب سهولة الوصول إلى المعلومات التي تقدمها.				
2. أفضل وسيلة اتصال معينة وفقا للتواصل الدائم الذي تقدمه مع فريق المؤسسة.				
3. للتوافق بين وقتها وظروف عملي.				
4. لرغبتني في متابعة كل ما هو جديد في شؤون المؤسسة.				
5. لقدرتها على مساعدتي في الوصول لمعارف معينة.				
6. لارتباطها بطبيعة عملي.				
7. لكون التعرض لها نتيجة لرغبة الإدارة.				
8. لانسجامها مع اداء مهامتي.				
9. وفقا للإيجابية التي تقدم بها.				
10. وفقا لمصداقية المعلومات التي تقدمها.				
11. وفقا لكفاءة القائمين عليها.				
12. لأثر الموضوعات التي تقدمها على تطور أدائي.				

المجال الثالث: الخبرات والمعارف المكتسبة عند التعرّض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة.

الاجابة الدرجة	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة محدودة	مطلقا
1. مكنتني من الاطلاع على الفعاليات في مدرستي.				
2. ساعدتني على فهم رسالة مدرستي.				
3. مكنتني من فهم رؤية مدرستي.				
4. جعلتني اتعرف على السمات المميزة لمدرستي.				
5. اسهمت في اكتسابي معارف تطور ادائي الإداري				
6. جعلتني على اطلاع مستمر على سير العملية التعليمية في مدرستي.				
7. مكنتني من التعرف على السمات الأساسية لمدرستي.				
8. جعلتني ملما بالمهام التي ينبغي ان اقوم بها لتحقيق رسالة مدرستي.				
9. جعلتني اتعرف على طرق تنفيذ الاستراتيجيات المستخدمة لتطوير العمل الجماعي من قبل إدارة مدرستي.				
10. أسهمت في فهمي لكيفية تحويل القيم الرئيسية لمدرستي الى واقع تطبيقي				
11. جعلتني اعرف تطور مكانة مدرستي بين المدارس المنافسة.				
12. ساعدتني على التعرف على تفاصيل النظام الداخلي لمدرستي.				
13. اسهمت في تعريفي بتفاصيل الخطة الاستراتيجية لمدرستي.				
14. مكنتني من التعرف على الاعمال الذي يقوم بها الهيكل الإداري لمدرستي.				
15. أسهمت في تعريفي بآليات تواصل مدرستي مع مجتمعها المحلي				
16. جعلتني على دراية دائمة بالخطط التطويرية للإدارة في مدرستي.				
17. مكنتني من الإلمام بطرق حل المشكلات التي تتبعها إدارة مدرستي.				
18. مكنتني من معرفة سبل المساهمة في اتخاذ القرارات في مدرستي.				

المجال الرابع: الابعاد الوجدانية (العاطفية) المتحققة عند التعرّض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة.

الاجابة الدرجة	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة محدودة	مطلقا
1. تعزز لدي العمل بروح الفريق الواحد.				
2. أصبحت أكثر انتماء للمدرسة.				
3. أصبحت أفخر بمكانة مدرستي بين المدارس المنافسة.				
4. أصبحت أكثر إيمانا بقدرة مدرستي على مواكبة التطور في العملية التعليمية.				
5. أصبحت أكثر إدراكا لأهمية وجود هيكل تنظيمي في مدرستي.				
6. أصبحت راضيا عن تطور أدائي.				
7. أصبحت أكثر إيمانا بقدرتي على انجاز اهدافي في العمل.				
8. أصبحت أكثر إيمانا برسالة مدرستي.				
9. أصبحت أكثر ثقة بالسبل المتبعة من قبل إدارة مدرستي في حل المشاكل.				
10. أصبحت أكثر ثقة بقدرتي على التعامل مع مشاكل العمل.				
11. أصبحت أكثر ثقة بقدرة مدرستي على خدمة المجتمع المحلي.				
12. أصبحت أكثر إيمانا برؤية مدرستي.				
13. أصبحت أكثر اقتناعا بسمات مدرستي المميزة.				
14. أصبحت أكثر توافقا مع قيم مدرستي.				
15. أصبحت أكثر ثقة بأهمية دوري في اتخاذ القرار في مدرستي.				
16. أصبحت أكثر حماسا للمشاركة في تطبيق الخطة الاستراتيجية لمدرستي.				
17. أصبحت أشعر بقدر أكبر من الأمان الوظيفي.				

المجال الخامس: السلوكيات المكتسبة من التعرّض لوسائل الاتصال من قبل دائرة العلاقات العامة.

الاجابة الدرجة	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة محدودة	مطلقا
1. جعلتني اعكس رسالة المدرسة في العمل.				
2. أصبحت أكثر تعاونا مع الزملاء/ات لرفع شان مدرستي.				
3. أصبحت أكثر التزاما بتعليمات مدرستي بشكل				
4. أصبحت أعكس السمات المميزة لمدرستي في تصرفاتي.				
5. أصبحت أكثر التزاما بالتسلسل الإداري في مدرستي.				
6. جعلتني أعكس قيم مدرستي في عملي.				
7. جعلتني أكثر مشاركة في الأنشطة التي تعزز المسؤولية المجتمعية.				

				8. أصبحت أكثر تعاملًا بروح الفريق في مدرستي.
				9. أصبحت أكثر قدرة على التعامل بشكل مهني مع أولياء الأمور.
				10. التفاعل الايجابي على وسائل التواصل الاجتماعي بما يخص مدرستي.
				11. أصبحت اتابع كل جديد في مجال عملي.
				12. أصبحت أرتب أهدافي بما يتوافق مع رسالة مدرستي.
				13. أصبحت أتعامل بشكل أفضل مع الطلبة.
				14. أصبحت أكثر قدرة على حل المشكلات التي أتعرض لها في مجال العمل.
				15. شجعتني على طرح مزيد من المقترحات التي تسهم في تطوير مدرستي.
				16. أصبحت أكثر فاعلية في المساهمة في اتخاذ القرار في مدرستي.
				17. جعلتني اسعى للمشاركة في وضع الخطة الاستراتيجية لمدرستي.

9- ما مقترحاتك لتطوير أداء ادارة العلاقات العامة في مؤسستك

.....

.....

.....

.....

شكرا على حسن تعاونكم معنا

ملحق رقم (2): أسماء السادة محكمي استبيان الدراسة:

- 1- د. عبدالباسط شاهين، أستاذ العلاقات العامة المشارك / جامعة سوهاج – مصر.
- 2- د. زهير طاهات، أستاذ الإعلام المشارك / جامعة اليرموك – الأردن.
- 3- د. صابر حارص، أستاذ الإعلام المشارك / جامعة سوهاج – مصر.
- 4- د. عزام عنانزة، أستاذ الإعلام / جامعة اليرموك – الأردن.
- 5- د. الياس كوكالي، كلية الاعلام والاتصال الدراسات العليا- الجامعة العربية الأمريكية.
- 6- د. رانية قصراوي، كلية الاداب والتربية - جامعة بيرزيت.

Abstract

This study aimed at identifying the role of public relations in strengthening the organizational identity of the employees in Ramallah's private schools . It also investigated the communication activities used by public relations departments to enhance this identity. In addition to that, the current effort targeted revealing the intensity of the exposure to such activities and identifying the reasons that motivate the employees to expose themselves to these activities in a way that changes their acts and enhances their organizational identity in their institutions.

The researcher used a survey method in the current study. To obtain data, a questionnaire was distributed to the employees of private schools in Ramallah, which consisted of 70 schools. The participants were 300 employees working in these schools. The most prominent results revealed were the high use of the means of communication in schools by the public relations department (2.85) in addition to the high exposure to these means, especially social media and personal communication (2.69). The significance of the communication activities of the public relations department in strengthening the organizational identity was through providing intensive exposure as well as enhancing the reasons that make the employee willing to be exposed to one means of communication more than others. Thus, the accessibility to information registered the highest score with a rate of 2.71 followed by the reasons that contributed to enhancing teamwork. The participants also considered their awareness of the school's activities, plans and school

mission as one of the most important domains of knowledge acquainted through the communication activities of public relations, which promoted the employees' behaviors

in a way that can achieve the institution's goals and mission and enhance their organizational identity.

The results of the study's hypotheses confirmed a positive correlation between the intensity of the participant's exposure to the communication activities used by public relations in educational institutions and the degree of knowledge and information that they acquire about the aspects of the organizational identity of their institutions. Additionally, a positive correlation was revealed between the intensive exposure to the communication activities used by public relations departments in educational institutions and the feelings that the employees had towards the organizational identity of their institutions, which can contribute to changing their behaviors and enhancing their organizational identity through demonstrating teamwork and belonging to their schools. This can create harmony between the characteristics of the employee and his/her institution; which can align with its strategic plan, achieve its goals and enhance the institution's good reputation. The results of the hypotheses, however, showed that there was no correlation between the demographic factors and means of communication for public relations or the intensity of exposure to these means, or the causes of exposure.

Keywords: organizational identity, public relations activities, educational institutions, identity promotion