

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر- جامعة الأزهر- كلية الإعلام- ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء الأول - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
 - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
 - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
 - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
 - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
 - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
 - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
 - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
 - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي عبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٧ الإعلام واللغة الإخبارية: في إطار نظرية الأطر الخبرية
أ.د. خالد صلاح الدين حسن علي
- ٢٧ العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة والصحفيين «دراسة تطبيقية على المنظمات الحكومية والمؤسسات الإعلامية السعودية»
أ.م.د. عبد الرحمن بن نامي المطيري
- ١٠١ تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي
أ.م.د. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف
- ١٨١ أطر معالجة العلاقات المصرية الأفريقية في مواقع القنوات الإخبارية التليفزيونية المصرية
أ.م.د. ميرال مصطفى عبد الفتاح
- ٢٤٩ اتجاهات الصحفيين نحو قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨ والممارسات الصحفية المتصلة بها
أ.م.د. ميرال صبري العشري
- ٣٣٣ مدى إشراك دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في الإدارة الاستراتيجية: دراسة مقارنة بين جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية «خضوري»
د. معين فتحي محمود الكوع
حليمة إيهاب أحمد أبو صالحية
- ٣٧١ تقييم فاعلية أساليب التسويق التآثري عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي «دراسة كيفية»
د. محمد مصطفى رفعت محرم

- التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية:
٤٠٥ دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الشراء الإعلامي
د. أماني رضا عبد المقصود مصطفى
-
- التماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية ٢٠٣٠ للمملكة
٤٨١ العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية
وعلاقته بمستوى إدراكهم لها د. غادة مصطفى البطريق
-
- تعرض طلاب أقسام الإعلام التربوي لمعوقات التدريب الميداني
٥٢٩ وعلاقته بفاعلية الذات الإبداعية لديهم د. زينهم حسن علي
-
- مشاركة الجمهور في تقنيات الهندسة الاجتماعية عبر موقع فيس
٥٨٩ بوك وعلاقتها بالخصوصية والتعويض النفسي لديهم
د. حسام فايز عبد الحي
-

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9158	2366- 9158	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 5836	1110- 5836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 5844	1110- 5844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

مدى إشراك دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في الإدارة الاستراتيجية:

دراسة مقارنة بين جامعتي النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية «خضوري»

- **The Extent to which Public Relations Departments in Palestinian Universities are involved in Strategic Management: A Comparative Study between An-Najah National University and Palestine Technical University**

● د. معين فتحي محمود الكوع – أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والاتصال،
جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين – moeen.koa@hotmail.com

حليمة إيهاب أحمد أبو صالحية – باحثة بقسم العلاقات العامة والاتصال، جامعة
النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين – haleemaihab@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إشراك وإسهام دوائر العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية «خضوري») في الإدارة الاستراتيجية لكلتا الجامعتين، ومدى تمكينها في الإدارة العليا. ولتحقيق هذا الهدف، استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي من خلال الاستبانة كأداة رئيسة، والتي تم تطبيقها على جميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في الجامعتين المذكورتين، والبالغ عددهم 30 من مدراء وموظفين، موزعين كالتالي (19) موظفًا وموظفة في دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، و(11) في جامعة فلسطين التقنية «خضوري» المقر الرئيس في محافظة طولكرم. تم اختيار المسح الشامل لضمان تمثيل جميع الجمهور نظرًا لصغره. وقد بينت نتائج الدراسة أن درجة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية وتمكينها في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا في جامعتي (النجاح وفلسطين التقنية «خضوري»)، كانت أكبر لصالح جامعة النجاح الوطنية، وبينت أيضًا أن درجة استجابة أفراد مجتمع الدراسة لبعد إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لكلتا الجامعتين كانت بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة، وأن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لبعد تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا فيهما بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الإدارة الاستراتيجية، التخطيط الاستراتيجي، نظرية التميز، الجامعات الفلسطينية، الائتلاف المهيمن.

Abstract

The study aims at identifying the extent to which public relations departments at An-Najah National University and Palestine Technical University «Khadouri» are involved in the strategic management process and the extent to which these departments of both universities are enabled in the senior management. To achieve this goal a quantitative approach was employed using a questionnaire designed for data collection from a census of PR practitioners from all levels working in the PR departments of An-Najah National University and Palestine Technical University «Khadouri» (N=30; 19 from An-Najah and 11 from Khadouri). Of the study population, 100% of the subjects completed and returned the questionnaire. The questionnaire was designed particularly and comprehensively to answer the main two questions of the study; (1) To what extent are public relations departments at An-Najah National University and Palestine Technical University empowered in senior management? (2) To what extent do the public relations departments at An-Najah National University and Palestine Technical University contribute to strategic management?

The results of the study indicated that the degree to which public relations involved in strategic management and empowered in the dominant coalition at An-Najah and Palestine Technical Universities was greater for the benefit of An-Najah National University. The results also indicated that the response of PR practitioners to the dimension of public relations involvement in the strategic management of both universities was between medium and large and the response to the total score was large. The response of the PR practitioners to the dimension of enabling public relations in the dominant coalition of both universities was between medium and large and the response to the overall degree was large.

Keywords: Public Relations, strategic management, strategic planning, excellence theory, Palestinian Universities, dominant coalition.

تتسم بيئة المنظمات في يومنا هذا بدرجة عالية من التعقيد، فهي تعيش في بيئة متغيرة تشمل التغيرات في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والتكنولوجية، حيث تتأثر المنظمات بالتطور المتسارع الذي نشهده في عالمنا اليوم، وهذا بدوره يجعل مهمة الإدارة أصعب في تحقيق الأهداف المرجوة للمنظمة، مما يتطلب من المنظمات أن تكون قادرة على التكيف والتأقلم مع بيئتها الداخلية والخارجية؛ حتى يتسنى لها الاستمرار والبقاء والنمو، وهنا تكمن الحاجة للتخطيط الاستراتيجي الفعال، وإشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية (الشويخ، 2007، ص.21)، حيث تعد العلاقات العامة من الوظائف المهمة في الإدارات والمنظمات، وتبرز أهميتها في المحافظة على نمط اتصال مستمر وفعال مع الجمهور، فمن خلال بناء علاقات عامة متميزة تستطيع المنظمات تحقيق أهدافها الاتصالية، ولا يحدث هذا إلا عبر خطة استراتيجية فاعلة يتم تنفيذها وفق برامج وأنشطة متنوعة مستندة إلى خبرات علمية وعملية برؤية تستوعب الاحتياجات والمتطلبات الناشئة، وكيفية تنفيذها ضمن إطار زمني محدد للوصول إلى الغايات على الوجه المطلوب وبأقل تكلفة وأقصر فترة زمنية ممكنة (الزبير، 2018، ص.28).

ونظرًا لأهمية المؤسسات التعليمية وخاصة الجامعات بمختلف قطاعاتها وما تقدمه من خدمات لشريحة واسعة من الناس، ففي بعض الأحيان على الرغم من ممارستها التخطيط الاستراتيجي إلا أن هذا التخطيط غير مبني على أسس علمية واضحة ومدروسة، وإذا لم يكن هناك تخطيط استراتيجي سليم فإن ذلك يعد مشكلة تؤدي إلى تشتيت الجهود واستنزاف الموارد وعدم قدرة المنظمات على إثبات فاعلية برامج عملها؛ مما يؤدي إلى زعزعة الثقة بين المنظمات وجمهورها. وعليه فإن مشاركة العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي يعد أحد أهم المداخل الإدارية التي تساعد المنظمات كافة على النجاح والاستمرارية والتغلب على المخاطر التي تواجه

المنظمة في محيط عملها، والمحافظة على الصورة الذهنية الإيجابية للمنظمة. لذلك جاءت هذه الدراسة؛ لتقيس مدى إشراك وإسهام دوائر العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكينها في الإلتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا لكلتا الجامعتين.

مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة في قياس مدى إشراك وإسهام دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكينها في الإلتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا، وبخاصة لكل من جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") . وتمثل هاتين الجامعتين نموذجًا للجامعات الفلسطينية، حيث تعد جامعة النجاح الوطنية جامعة أهلية، أما فلسطين التقنية فتتمثل الجامعات الحكومية.

وعليه تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤالين البحثيين الآتيين:

1. ما مدى تمكين دائرتي العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") في الإدارة العليا؟
2. ما مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لجامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") ؟

أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إشراك وإسهام دوائر العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") في الإدارة الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، والصلاحيات الموكلة لهم، والتعرف على مدى تمكين دائرة العلاقات العامة لكلتا الجامعتين في الإدارة العليا، أي مدى تطبيقها لمبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومبدأ تمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا وفقاً لمبادئ نظرية التميز.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تبحث وتدرس وتستقصي مدى إسهام دائرتي العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكينها في الإلتلاف المهيمن في الإدارة العليا في كل من الجامعتين، حيث تشير نظرية التميز في العلاقات العامة إلى ضرورة إشراك العلاقات العامة في

الإدارة الاستراتيجية والاتتلاف المهيمن لضمان فاعليتها، وبذلك تضيف هذه الدراسة إضافة نوعية جديدة إلى دراسات العلاقات العامة الحديثة التي تدرس واقع العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات وفقاً لنظرية التميز. وعلى الصعيد العملي تتجلى الأهمية التطبيقية للدراسة الحالية في أنها تسعى إلى تقديم توصيات لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية لتعزيز مشاركتها في الإدارة الاستراتيجية، ومعالجة مواطن الضعف لديها في مجال موضوع الدراسة.

حدود الدراسة:

- الحد البشري: جميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في جامعة (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") من مدراء وموظفين.
- الحد المكاني: جامعة النجاح الوطنية، وجامعة فلسطين التقنية "خضوري" المقر المركزي.
- الحد الزمني: تم تطبيق هذه الدراسة خلال شهري أبريل/نيسان ومايو/أيار 2020، وهي فترة توزيع الاستبانات على عينة الدراسة.

الإطار النظري:

بني الإطار النظري لهذه الدراسة على مبدئين مهمين من نظرية التميز Excellence theory، وهما: (1) إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، و(2) تمكين العلاقات العامة في الاتتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا كونهما مبدئين مهمين لضمان تميز عمل العلاقات العامة في المؤسسات كافة على اختلاف أنشطتها ومجالات عملها وحجمها (Grunig, 2008, pp. 1-2).

إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية:

تعرف الإدارة الاستراتيجية على أنها العملية التي تتضمن تصميم وتنفيذ وتقييم الاستراتيجيات التي من شأنها تمكين المنظمة من تحقيق أهدافها (القحطاني، 2010، ص. 10). إن مشاركة العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية في المؤسسات والمنظمات تساعد الإدارات العليا على اتخاذ قرارات أكثر شمولاً، وتسمح بسياسة تنظيمية أفضل من منظور الجماهير وقرارات أكثر دواماً ومستويات أعلى من الرضا لدى الجماهير حيث إن العلاقات العامة تزود الإدارات العليا بتوصيات قائمة على دراسة الجمهور وتوجهاتهم، ولا بد من تمكين وظيفة العلاقات العامة من تقديم تقرير مباشر إلى الرئيس التنفيذي من أجل تقديم المشورة بشأن الأمور التي تتعلق بالجماهير، والقيم، وصنع القرار الأخلاقي الذي لا يتنافى مع الذوق العام.

تعتمد المنظمات الفعالة عادة على التخطيط الاستراتيجي الطويل الأجل الذي يمكنها من بناء رسالتها ورؤيتها وأهدافها بما يتناسب مع البيئة المحيطة، وعليه فإن إشراك العلاقات العامة في عملية التخطيط الاستراتيجي هذه، تساعد المنظمات على التعرف على أجزاء البيئة التي تؤثر على رسالة المؤسسة وأهدافها ورؤيتها، ويمكن تسمية الأجزاء ذات الصلة من البيئة بأصحاب المصلحة أو الجماهير الاستراتيجية، ولذلك فإن المنظمات التي تمارس العلاقات العامة استراتيجيًا تقوم بتطوير برامج للتواصل مع الجمهور الاستراتيجي؛ الخارجي والداخلي، على حد سواء، وتسعى إلى إقامة علاقات جيدة مع جماهيرها.

إن بناء العلاقات الجيدة مع الجماهير الاستراتيجية يزيد إلى أقصى حد من قدرة المنظمات على تحقيق أهدافها، وهو أمر مهم لأن المؤلفات تظهر أن التنظيم الفعال هو الذي يختار الأهداف المناسبة ثم يحققها. عندما تساعد العلاقات العامة في المنظمة على بناء العلاقات فإنها توفر أموال المنظمة من خلال خفض تكاليف التقاضي، أو التنظيم، أو التشريع، أو حملات الضغط، أو المقاطعة التي تنتج عن العلاقات السيئة مع الجماهير. الجماهير التي تصبح مجموعات ناشطة عندما تكون العلاقات سيئة. كما تساعد العلاقات الجيدة مع جماهير المنظمة في جمع المال من خلال رعاية العلاقات مع الجهات المانحة، والمستهلكين، والمساهمين، والمشرعين. ومن خلال النقاش أعلاه يتبن لنا كيف تسهم العلاقات العامة في تحقيق الأهداف النهائية للمنظمة أو المؤسسة مهما كان نشاطها أو مجال عملها أو حجمها (Verčič, Grunig & Grunig, 1996, p.37).

تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا:

يعرف الائتلاف المهيمن إجرائيًا على أنه "الجهة التي تهيمن على اتخاذ القرار، قد تكون إدارة عليا، نقابات عمال، أصحاب رؤوس الأموال وفي الدراسة الحالية المقصود بهم "ممثلو النخبة ذوو الصلاحية والسلطة في اتخاذ القرار في الإدارة العليا في الجامعة"، ومن المفترض أن تكون الإدارة الاستراتيجية للعلاقات العامة جزءًا لا يتجزأ من الإدارة الاستراتيجية للمنظمة ككل، ولكي يحدث ذلك يجب أن يكون المسؤول التنفيذي الأول للعلاقات العامة عضوًا في الائتلاف المهيمن للمنظمة وأن يكون لكبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة علاقة إبلاغ مباشرة مع كبار المديرين الذين يشكلون جزءًا من الائتلاف المهيمن الذين يتخذون قرارات استراتيجية للمنظمة. إن العلاقات العامة لن يكون لها سلطة التأثير على القرارات التنظيمية الرئيسية ما لم يكن كبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة جزءًا من مجموعة كبار المديرين الذين يتمتعون بأكثر

سلطة في المنظمة أو متاح لهم إمكانية الوصول إليه، فإن المنظمات الفعالة تضع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بحيث يكون كبير موظفي العلاقات العامة جزءًا من هذه المجموعة (Grunig, Grunig & Dozier, 2002, p. 13).

وفقًا لنظرية التميز النظرية تفحص هذه الدراسة مدى تميز دائرة العلاقات العامة في جامعة (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") ، وذلك وفقًا لمدى إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا لكلا الجامعتين، حيث يعد هذان البعدان مهمين وأساسيين في تفعيل دوائر العلاقات العامة.

مفهوم الإدارة الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي:

تعد الإدارة الاستراتيجية طائل لتطوير مفهوم التخطيط الاستراتيجي، وإثراء لنطاقه وأبعاده، والتخطيط الاستراتيجي هو عنصر مهم من عناصر الإدارة الاستراتيجية وليست الإدارة الاستراتيجية بحد ذاتها، لأن الإدارة الاستراتيجية تعني أيضًا إدارة التغيير التنظيمي، وإدارة الثقافة التنظيمية، وإدارة الموارد، وإدارة البيئة، وفي نفس الوقت الإدارة الاستراتيجية تهتم بالحاضر والمستقبل في آن واحد، فهي نظرة داخلية إلى الخارج ونظرة تحليل لحاضر المنظمة، أي أن الإدارة الاستراتيجية هي في الواقع عملية خلق هادفة في حين أن التخطيط الاستراتيجي هو عملية تتبؤ لفترة طويلة الأجل، وتوقع ما سيحدث وتخصيص الموارد والإمكانات المتاحة، ضمن نطاق زمني تحدده الخطة (صيام، 2010، ص.16).

ويرى بن حبتور، أن التطور الذي حصل في مفهوم الإدارة الاستراتيجية يرتبط إلى حد ما بتطور وظيفة التخطيط وتطور مفهومها وأدوات تطبيقها، ومن ثم تطورت هذه الوظيفة إلى تخطيط استراتيجي، وتطور التخطيط الاستراتيجي إلى مفهوم الإدارة الاستراتيجية (بن حبتور، 2004، ص.50).

كما يرى القطامين، أن التخطيط الاستراتيجي هو المرحلة الثانية من مراحل الإدارة الاستراتيجية، وأن المرحلة الأولى هي مرحلة التحليل الاستراتيجي البيئي (القطامين، 2004، ص.92).

ويرى الباحثان أن التخطيط الاستراتيجي هو نظام لوضع الاستراتيجيات والأهداف والسياسات وتدابير الموارد المادية والبشرية، لتطبيق تلك الاستراتيجيات وتحقيق الأهداف ضمن نطاق زمني محدد، آخذين بعين الاعتبار الظروف البيئية الداخلية والخارجية ذات العلاقة، أي تقدير وضع المنظمة في بيئتها وهو ما يطلق عليه التحليل الاستراتيجي،

والحرص على وجود نظام رقابة مستمر لرصد وتقييم مؤشرات الأداء للمنظمات، لذلك تحاول هذه الدراسة قياس هذا البعد من خلال الاستبانة وهي الأداة الرئيسة لجمع البيانات من ممارسي العلاقات العامة في جامعتي فلسطين التقنية والنجاح الوطنية.

خطوات ومراحل الإدارة الاستراتيجية:

وقد لخص (الدوري) الإدارة الاستراتيجية بمجموعة من الخطوات التالية:

1. صياغة رؤية ورسالة المنظمة وتحديد غاياتها وأهدافها.
2. التحليل الاستراتيجي ويتضمن تحليل الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية للمنظمة، وتحليل نقاط القوة والضعف في البيئة الداخلية للمنظمة.
3. صياغة الاستراتيجية، ويحدد هذا المكون العناصر الرئيسة المتعلقة بكيفية تحقيق النتائج المستهدفة، أي أنها هي الوسيلة لتحقيق الأهداف ومن ثم الغايات، ويعتمد وضعها على نتائج تحليل البيئة الخارجية والبيئة الداخلية للمنظمة، إذ تبدأ عملية صياغة الاستراتيجية بتحليل الوضع الراهن (الرجي، 2012)
4. الخيارات الاستراتيجية وتأخذ مستويات متعددة أهمها: على مستوى المنظمة، على مستوى الوحدات، وعلى مستوى الوظيفي.
5. تنفيذ الاستراتيجية، ويقصد بها وضع الاستراتيجية موضع التطبيق العملي، وجعل الأفراد والكيانات التنظيمية الفرعية تبدأ في تنفيذ أدورها أو ما يخصها من الخطة الاستراتيجية بنجاح، وذلك من خلال بناء هيكل تنظيمي قادر على تنفيذ الخطة الاستراتيجية، وتخصيص الموازنات والبرامج الداعمة لتنفيذ الاستراتيجية، ووضع نظام معلومات وتقارير يتابع ويراقب مدى تقدم عملية التنفيذ، وكذلك خلق ثقافة للمنظمة أو مناخ تنظيمي داخلي ينسجم مع الاستراتيجية بما يضمن نجاحها (الرجي، 2012)
6. تقييم ورقابة الأداء للتأكد بأن أهداف المنظمة مدركة ومنجزة واتخاذ الإجراءات التصحيحية (الدوري، 2010، ص.27).

التخطيط الاستراتيجي وتحقيق أهداف العلاقات العامة في المنظمات:

من أهداف التخطيط للعلاقات العامة ما يأتي: (مصطفى، 2009، ص.158)

1. إيجاد حلول مرتبطة وحاسمة للمشكلات والأزمات، وتلافي تكرار وقوعها في المستقبل.
2. الحفاظ على العلاقات الطبيعية بين المؤسسة وجمهورها.
3. تنمية وتوثيق العلاقات بصفة دائمة.

أهمية التخطيط الاستراتيجي لوظيفة العلاقات العامة للمنظمات (أحمد ويوسف، 2018، ص.170)

تتمثل أهمية التخطيط للعلاقات العامة في الآتي:

- يوفر الأسس العلمية السليمة لمتابعة تنفيذ برامج العلاقات العامة والرقابة على أدائها.
- يهتم في دراسة وفهم العوامل الداخلية والخارجية للمنظمة.
- يوفر التخطيط للعلاقات العامة مرونة عالية في مواجهة الكوارث والأزمات، حيث إن دائرة العلاقات العامة تكون على استعداد وتهيؤ لمواجهة التغيرات، والاحتمالات المستقبلية التي تطرأ على المنظمة، وكما أنها تستند في عملها إلى استخدام نظريات وسياسات وبرامج وهيكل تنظيمية مرنة.
- يسهل التخطيط لوظيفة العلاقات العامة إعلام الجمهور بإسهامات وإنجازات المنظمة.

• يسهم التخطيط للعلاقات العامة في تحسين كفاءة المؤسسة وزيادة فاعليتها. في ضوء الإطار النظري للدراسة الحالية تم تصميم أداة الدراسة الاستبانة، والتي اشتملت على فقرات تضمنت عناصر ومراحل الإدارة الاستراتيجية لمعرفة الوظائف والأنشطة التي تشارك بها العلاقات العامة، ولمعرفة المهام والصلاحيات الموكلة لدوائر العلاقات العامة لكلتا الجامعتين، بغية قياس مدى إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، واشتملت على فقرات تفحص مدى تمكين العلاقات العامة من الإدارة العليا، وذلك من خلال التعرف على موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لكلتا الجامعتين، وكذلك طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة، ومدى الدعم المقدم من الجهة المخولة باتخاذ القرار في كلتا الجامعتين لدوائر العلاقات العامة.

الدراسات السابقة:

في هذا الجزء من الدراسة سوف يتم مناقشة الدراسات السابقة التي كان لها علاقة ولو جزئية بموضوع الدراسة الحالية وتم ترتيبها تاريخياً من الأحدث إلى الأقدم كما يأتي: (Bashir, 2019, Kriyantono, 2019, Elshobaki, 2017, Mykkänen, 2017, العلوي, 2017, Yue, 2016, Shamsan, 2015, Oldenbanning, 2013, Alkhouli, 2012, حسين, 2012, Yang, 2010).

هدفت دراسة Bashir (2019) إلى دراسة مدى تطبيق مبادئ التميز في دولة الكويت، وتكوين رؤى حول العوامل التي تؤثر على الممارسة الاستراتيجية وإدارة العلاقات العامة عبر الشركات والمنظمات الحكومية وغير الربحية، واعتمدت الدراسة على المقابلة المتعمقة كأداة حيث أجريت مقابلات متعمقة مع 21 من ممارسي العلاقات العامة الكويتيين، وشملت العينة 10 من الممارسين الحكوميين (شركتان للبترول وكيماويات، وثلاث وزارات، ومؤسسة بحثية علمية، وحكومة، ومؤسسة تعليمية، وسلطة بيئية، ومنظمة للخدمات المدنية)، و9 ممارسين في مجال الشركات (شركتان للاتصالات، ثلاثة بنوك، فندق خمس نجوم، شركة عقارية، وشركة استثمار، وخدمات مالية، وجامعة خاصة) وممارسين من منظمات غير ربحية (مؤسسة خيرية، ومنظمة خدمات اجتماعية). استندت الدراسة على نظرية التميز واقتصر الباحث دراسته على المبادئ الأربع المرتبطة مباشرة بالمفهوم الأساسي للإدارة الاستراتيجية في نظرية التميز، والمتمثلة في الآتي: مبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيم، واتباع أنموذج تماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة، وإمكانية المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة. وقد كشفت النتائج أن العلاقات العامة في الكويت لا تتم بشكل عامٍ "بامتياز" حيث أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من الذين تمت مقابلتهم يعتقدون أن الإدارة العليا تنظر إلى العلاقات العامة على أنها أقل أهمية من الإدارات الأخرى، وتبين أن ممارسي العلاقات العامة أقل مشاركة في الإدارة الاستراتيجية، وأقل قدرة على المشاركة في التحالف المهيم، ولقد قدم الممارسون العديد من العوائق بما في ذلك انعدام العلاقات العامة لدى الإدارة العليا، وتعيين موظفين غير مؤهلين لشغل مناصب العلاقات العامة، مما خلق تفاوت في فهم التواصل المتوازن للعلاقات العامة، كما أن ثقافة الشركات، وقطاع التنظيم ونظام العمالة قد أسهم في تدني مستوى أداء العلاقات العامة. وعليه أوصت الدراسة الممارسين والأكاديميين على ضرورة العمل من أجل تغيير ممارسة العلاقات العامة وكيفية التعامل معها في الكويت، وذلك من خلال تحسين المناهج الدراسية، وإقناع الإدارة العليا بأهمية العلاقات العامة فهي لا تقتصر فقط على الدعاية والتخطيط للأحداث، فهي تضيف قيمة للمنظمات، وتدير الاتصالات والعلاقات بين المنظمة وجمهورها؛ وعليه يتوجب إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وأن تكون أكثر قوة، وأن تكون متماثلة، وأن تدار من قبل ممارسين على قدر كبير من المعرفة والخبرة في مجال العلاقات العامة.

اختلفت دراسة مناف بشير مع الدراسة الحالية في المنهج والأداة، حيث اعتمدت الدراسة على المقابلات المعمقة، وتشابهت مع الدراسة الحالية في اعتمادها على نظرية التميز إلا أن دراسة مناف بشير درست أربعة مبادئ في نظرية التميز لقياس مدى تطبيقها في الكويت، والمتمثلة في الآتي: مبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن، واتباع أنموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة، وإمكانية المعرفة بالنسبة للدور الإداري والعلاقات العامة المتماثلة، أما الدراسة الحالية فاقترنت على مبدئين وهما: مبدأ إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومبدأ تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن لدى جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري")، ما يجعلها أكثر تركيزاً في موضوعها.

أما دراسة Kriyantono (2019) فهدفت إلى وصف أنشطة العلاقات العامة التي تقوم بها جامعات الولايات في إندونيسيا، وذلك من خلال الاطلاع على مهامها، بحيث يستند مستوى النشاط إلى نظرية التميز. بين الباحث Rachmat Kriyantono أن نوعية أنشطة العلاقات العامة ذات صلة بالغة الأهمية في عصر الانفتاح الإعلامي الذي يتطلب من الجامعات أن تدير الخدمات العامة وأن تكون جزءاً من الحكم الرشيد. واستندت الدراسة على نظرية التميز، فهي النظرية الأكثر هيمنة لدراسات العلاقات العامة في العالم كمعيار لممارسة العلاقات العامة الجيدة، واستخدم الباحث الدراسة الاستقصائية واعتمد الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكانت الأساليب التي تم بها ترتيب الاستبانة تستند إلى مبادئ نظرية التميز، لتقييم فعالية أنشطة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في إندونيسيا، حيث تم توزيع الاستبانات على 59 من ممارسي العلاقات العامة في جامعات الولايات، وكما أن الباحث أجرى ثلاث مقابلات مع ممارسي العلاقات العامة في جامعة براويجيا، وجامعة ولاية مالانج، وجامعة ولاية مالانغ الإسلامية، وذلك لاستكمال بيانات الاستبانة.

أشارت النتائج أن أنشطة العلاقات العامة كانت جيدة في مؤسسات التعليم العالي في إندونيسيا، وأن الإدارة الاستراتيجية تشارك في هذه الأنشطة، وتبين مشاركة العلاقات العامة في تصميم وتنظيم البرامج الاستراتيجية للمنظمة، وتبين أن ممارسي العلاقات العامة راضون عن مشاركتهم في عملية صنع القرار في المنظمة، وتبين أن مشاركة العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية تسمح باتخاذ قرارات أكثر موضوعية، وأظهرت النتائج أن مؤسسات التعليم العالي في إندونيسيا في جامعات الولايات تتيح للعلاقات العامة الفرصة لتقديم الاقتراحات مباشرة إلى أعلى مستوى إداري أي أن يتم تمكين

العلاقات العامة من الائتلاف المهيمن، وتبين أن العلاقات العامة تتمتع بالسلطة والاستقلالية كونها وظيفة متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى، إضافةً إلى اتباع نظام تماثل للاتصال الداخلي، وقدرة على ممارسة الأدوار الإدارية؛ حيث أدرجت هذه الجامعات أنشطة العلاقات العامة كجزء من الأنشطة الإدارية. كما تبين أن هذه الجامعات تحترم التنوع المتجسد في جميع الأدوار، وتبين أنها تتبع مدونة قواعد السلوك والأخلاق والنزاهة في ممارسة العلاقات العامة، وعليه تبين أن ممارسي العلاقات العامة يطبقون مبادئ نظرية التميز في مؤسسات التعليم العالي في إندونيسيا.

تشابهت دراسة Rachmat Kriyantono مع الدراسة الحالية في المنهج واستخدامها الاستبانة كأداة، وتشابهت أيضًا في اعتمادها على نظرية التميز، إلا أن دراسته جاءت بغرض وصف أنشطة العلاقات العامة التي تقوم بها جامعات الولايات في إندونيسيا، وذلك من خلال الاطلاع على مهامها، بحيث يستند مستوى النشاط إلى نظرية التميز، أما الدراسة الحالية استندت لنظرية التميز وذلك بغية قياس مدى تطبيق كل من مبدأ إشراك دوائر العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين دوائر العلاقات العامة من الإدارة العليا لكل من جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري").

هدفت دراسة Elshobaki (2017) إلى التعرف على التميز التنظيمي، والمؤسسي في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، من وجهة نظر الإدارة العليا، حيث أجريت الدراسة في الجامعة الإسلامية، والأزهر، وجامعة الأقصى في عام 2016. لم تُبنى هذه الدراسة على نظرية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتوزيع الاستبانات على الإدارة العليا في الجامعات الفلسطينية المذكورة في قطاع غزة، حيث بلغ حجم العينة (344) موظفًا في الإدارة العليا في هذه الجامعات، وقام باختيار عينة عشوائية طبقية من العاملين فيها تتكون من (182) موظفًا. توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: توافق الإدارة العليا إلى حد كبير على أهمية محور التميز في القيادة وقطاعات خدمة التميز، كما توافق بشكل معتدل على أهمية محور التميز المعرفي، وأهمية التفوق التنظيمي، وأظهرت الدراسة وجود ضعف في توظيف البحث العلمي لخدمة المجتمع، كما أن هناك ضعف في متابعة إدارة الجامعات لأداء خريجائها في المؤسسات التي يعملون فيها.

ويرى الباحثان أن الدراسة المذكورة عانت من قصور سببه عدم اعتمادها على أي من نظريات الإدارة أو العلاقات العامة كإطار ناظم لبناء الاستبانة وتفسير النتائج، وتختلف الدراسة الحالية عنها في ذلك وبتميز موضوعها.

هدفت دراسة العلوي (2017) إلى التعرف على واقع وكيفية عمل إدارة العلاقات العامة ومكانتها داخل الهيكل التنظيمي لشركة نفط البحرين (بابكو)، ومحاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاطها، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج دراسة الحالة، واستخدمت الاستبانة كأداة، أما العينة فقد تم اختيارها بطريقة طبقية عشوائية، لم تستند الدراسة إلى نظرية، وجاءت لتجيب على سؤال البحث الرئيس الآتي وهو: هل يوجد اهتمام بموضوع العلاقات العامة داخل شركة نفط البحرين (بابكو)؟. أظهرت نتائج الدراسة أن جهاز العلاقات العامة تتداخل وظائفه مع الكثير من الوظائف الأخرى بالشركة، وأن العلاقات العامة لا تحتل مكانة مرموقة ضمن الهيكل التنظيمي للشركة، ولا يقوم بأنشطتها متخصصون في مجال العلاقات العامة والاتصال، ولا تعتمد على الأساليب والوسائل الاتصالية الفعالة والمناسبة، وعليه خرجت الدراسة بعدة توصيات أهمها: ضرورة إعادة النظر في أهمية العلاقات العامة كإدارة مرتبطة بالإدارة العليا ضمن الهيكل التنظيمي للشركة، ضرورة توفير الإمكانيات اللازمة لإدارة العلاقات العامة، وزيادة المخصصات المالية بحيث تتناسب مع المسؤوليات التي تقع على عاتقها، ومحاولة إزالة القيود الروتينية المعوقة لإدارة العلاقات العامة، ومحاولة الاستفادة من وسائل الاتصال، ودراسة الأساليب الاتصالية داخل الشركة.

تشابهت دراسة العلوي مع الدراسة الحالية في اعتمادها المنهج لوصفي، واستخدامها الاستبانة كأداة، وتشابهت مع الدراسة الحالية في تركيزها على أهمية الاهتمام بالعلاقات العامة وضرورة أن تكون مرتبطة بالإدارة العليا ضمن الهيكل الإداري للشركة، أي تحقيق بعد تمكين العلاقات العامة من الإدارة العليا والذي يمثل مبدأ من مبادئ نظرية التميز والذي قيس في الدراسة الحالية على الجامعات الفلسطينية قيد الدراسة، إلا أن دراسة العلوي لم تستند إلى نظرية.

أما عن دراسة Mykkänen (2017) فجاءت بغرض مناقشة وتوضيح المهام التي يسهم من خلالها أخصائيو الاتصالات والعلاقات العامة في اتخاذ القرارات التنظيمية في فنلندا، حيث تقدم هذه الدراسة تمثيلاً شاملاً لمختلف المهام التي يسهم من خلالها العاملون في مجال العلاقات العامة في اتخاذ القرارات التنظيمية، وتقدم وصفاً مفصلاً لمختلف المهام على امتداد مراحل عملية اتخاذ القرار، وعليه تسعى الدراسة إلى الإجابة على سؤال البحث الرئيس الآتي: كيف يرى المهنيون الفنلنديون في مجال العلاقات العامة مهمتهم في الإسهام في صنع القرار التنظيمي؟. لم تستند الدراسة إلى نظرية، واعتمد الباحث المقابلة كأداة، حيث أجرى 12 مقابلة مع مهنيي العلاقات العامة الفنلنديين من

منظمات مختلفة، وكانت ست منظمات من القطاع الخاص، وخمس من القطاع العام، وواحدة من المنظمات غير الحكومية في فنلندا، وذلك بشأن كيفية إسهامهم في صنع القرار التنظيمي. أظهرت النتائج أن مهنيي العلاقات العامة يسهمون في عمليات صنع القرار التنظيمي بتسع مهام مختلفة تمثلت في الآتي (النشر، التنسيق، الحوار/ المناقشة، التنفيذ، البحث، الاستشارة، المشاركة، التخطيط، بناء السياق)، وعلاوة على ذلك، تشير النتائج إلى أن المهنيين يقومون بتغيير عملهم من مهمة إلى أخرى بمرور الوقت أثناء عملية اتخاذ القرارات التنظيمية، ويعملون في آن واحد على عدة مهام. واستنادًا إلى النتائج، تقدم هذه الدراسة أنموذج يمكن استخدامه كأداة في الممارسة العملية لتعزيز عمليات التواصل المتصلة بالاستراتيجية التنظيمية وصنع القرار، ودعم الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة.

اختلفت دراسة Markus Mykkänen مع الدراسة الحالية في المنهج والأداة حيث اعتمدت المقابلة كأداة، ولم تستند الدراسة إلى نظرية، إلا أنها تشابهت مع الدراسة الحالية في تركيزها على إسهام ممارسي العلاقات العامة في صنع واتخاذ القرار حيث إن هذا يعد جزءًا من الإدارة الاستراتيجية، وأن دراسته جاءت لتناقش وتوضح المهام التي يسهم من خلالها أخصائيو الاتصالات والعلاقات العامة في اتخاذ القرارات التنظيمية في فنلندا، والدراسة الحالية جاءت لتقيس بعد إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لكلتا الجامعتين قيد الدراسة.

أما دراسة Yue (2016) فقد انطلقت من نظرية التميز في تحليلها لاستراتيجيات إدارة العلاقات العامة في الصين، وهدفت الدراسة إلى توسيع نطاق المعرفة في العلاقات العامة العالمية من خلال دراسة ما إذا كانت العلاقات العامة تدار بشكل استراتيجي في الصين، وما إذا كانت تسهم في صنع السياسة التنظيمية، وإجراء تحليلًا مفصلاً للحالة الراهنة لإدارة العلاقات العامة الاستراتيجية في الصين. ولتحقيق هذه الغاية استخدمت الباحثة April Cen Yue المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبانة موجهة إلى عينة تبلغ (92) ممارسًا للعلاقات العامة، كما قابلت (20) ممارسًا آخر في الصين. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة نادرًا ما تدار بطريقة استراتيجية في الصين، على وجه الخصوص، حيث بينت الدراسة أن العلاقات العامة تتخبط في الدور الفني وليس في صنع السياسة التنظيمية، وبينت النتائج أن العلاقات العامة لم تكن عضوًا في الائتلافات المهمة، كما أن أنموذج الصحافة كان الأكثر استخدامًا في الصين في حين أن الاتصالات المتماثلة ثنائية الاتجاه لم تمارس كثيرًا، وأكدت الدراسة أن الممارسة الحالية للعلاقات

العامة غير كافية، وتواجه تحديات في توظيف المهارات المؤهلة في العلاقات العامة، وبناء العلاقات الجيدة مع الوكالات، واستخدام وسائل الإعلام الرقمية بشكل أفضل. وأوضحت النتائج أنه لم يظهر كبار مديري المؤسسات اهتمامًا كبيرًا بالارتقاء بمكانة العلاقات العامة، ولم يتم تقييم العلاقات العامة بدرجة كافية من قبلهم لتمكينها من الانضمام إلى أعلى هيئة لصنع القرار- الائتلاف المهيمن. وفسرت الدراسة الافتقار إلى المهارات الإدارية في العلاقات العامة بسبب عدم حصول الممارسين على أدوار إدارية أو ممارسة التواصل في اتجاهين، وأوصت الدراسة بضرورة قيام ممارسي العلاقات العامة الصينيين بتدعيم معارفهم الإدارية من أجل ممارسة التواصل المتماثل ثنائي الاتجاه بشكل أفضل، واستخدام الوسائط الرقمية للتواصل بدلاً من التعامل معها كتهديد.

وتتشابه الدراسة الحالية مع هذه الدراسة في قياس بعدي إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا، وتتميز بنطاق البحث في مؤسسات التعليم العالي في فلسطين ممثلة بجامعتي النجاح الوطنية وفلسطين التقنية.

أما دراسة Shamsan (2015) فهدفت إلى مناقشة الآثار المحتملة للعلاقات العامة للصليب الأحمر في كينيا على الأداء التنظيمي مع التركيز على تحديد آثار إدارة الأزمات، وتنظيم المنظمات، والعلاقات الإعلامية، وعلاقات المانحين. والمشكلة التي دفعت هذه الدراسة إلى التنفيذ هي أن جمعية الصليب الأحمر تعرضت للكوارث في كينيا وقت تقديم هذا الاقتراح البحثي. وتراوحت هذه البلدان بين الجفاف والمشردين داخليًا ومأساة الحريق التي وقعت في مطار جومو كينيا الدولي في 7 آب/ أغسطس 2013. وكانت جمعية الصليب الأحمر مسؤولة في جميع هذه الكوارث عن مهام الإغاثة. وعلى هذا فقد سعى البحث إلى التعرف على فاعلية إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية وأثرها على أداء منظمة جمعية الصليب الأحمر في كينيا، واستندت الدراسة على نظرية الإدارة الاستراتيجية، واستخدم الباحث العينة الطبقية، لتحديد العينة المستهدفة حيث زار الباحث فروع أوكوندا، ومومومباسا، وكليفي في جمعية الصليب الأحمر وجمع قائمة بالعاملين في كل فرع للحصول على حجم العينة. واعتمد الباحث الاستبانة كأداة حيث وزع 40 استبانة على الباحثين، وتلقى 30 استبانة منهم، وكانت معدل الاستجابة 75%. وأشارت النتائج إلى أن هناك أثرًا كبيرًا للعلاقات العامة الاستراتيجية على أداء المنظمة، وبينت الدراسة أن العلاقات العامة في جمعية الصليب الأحمر في كينيا تشكل جزءًا من الإدارة الاستراتيجية على المستوى التنظيمي، ففي حين

أنها تدير برامجها على الصعيد الاستراتيجي، فهي تسعى إلى إيجاد توازن بين الأنشطة الداخلية والاستراتيجيات التي تتعامل مع البيئة الخارجية من أجل تحقيق مهمة المنظمة وأهدافها، وتبين أن استراتيجية العلاقات العامة تأتي كنتيجة لعملية تفكير استراتيجي تقوم بها الإدارة العليا في الأساس لتحسين الإدارة الاستراتيجية من أجل نقل صورة الشركة إلى عامة الناس بشكل أفضل، وتوفر العلاقات العامة الاستراتيجية للإدارة العليا وسائل اتصال واسعة من أجل التواصل مع الجمهور.

وتختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسة في أنها تتبنى نظرية التميز كإطار ناظم للدراسة، في حين استخدمت دراسة شامسان نظرية الإدارة الاستراتيجية، وبالتالي فقد اختلفت فقرات الاستبانة لكلا الدراستين، حيث ركزت فقرات استبانة شامسان على فقرات متعلقة بإدارة الأزمة من قبل الصليب الأحمر الدولي، في حين ركزت استبانة الدراسة الحالية على قياس مدى إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا في الجامعات الفلسطينية.

أما دراسة Oldenbanning (2013) فقد استندت هي أيضًا إلى نظرية التمييز في شرحها لمفهوم احتراف العلاقات العامة، حيث ركزت على الصفات والأبعاد المهمة لممارسة الاحترافية للعلاقات العامة، التي تؤدي دورًا مهمًا في المساعدة في فهم عمليات اتصالات العلاقات العامة. حاولت هذه الدراسة تضييق الفجوة بين ممارسي العلاقات العامة الأقل خبرة والأكثر خبرة، وذلك بجعل الفروق بين ممارسي العلاقات العامة الأقل خبرة والأكثر خبرة أكثر وضوحًا، وهدفت الدراسة إلى تقديم توصيات، أو مراجعات مفيدة لجمهور العلاقات العامة (الذي يتألف من المعلمين والمهنيين والطلاب) لتحسين مجال القيادة في العلاقات العامة. أجريت هذه الدراسة على مرحلتين: الأولى توضح الاختلافات بين ممارسي العلاقات العامة من خلال مسح إلكتروني لبيانات جمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA)، والثانية من خلال إجراء مقابلات معمقة مع 37 من كبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة والمهنيين. توصلت الدراسة إلى أن القدرة الاستراتيجية على اتخاذ القرارات، والقدرة على حل المشكلات، ومعرفة وخبرات التواصل تشكل أهم ثلاث سمات للقيادة الاحترافية، علاوة على ذلك، صنف المبحوثون أن التدريب على مهارات الاتصال، والمبادرة الفردية، والرغبة، والخبرات أثناء العمل تؤدي إلى ممارسة احترافية للعلاقات العامة. كما أشار نصف المبحوثين تقريبًا إلى أن قيادة العلاقات العامة تختلف في ثلاث طرق عن القيادة في المجالات الأخرى، ويشمل ذلك

القدرة على بناء الرسائل بشكلٍ استراتيجي، وامتلاك رؤية شاملة لكيفية التواصل مع جمهورها في النظام الاجتماعي الأوسع، والإيمان بأهمية الاتصالات والإجراءات المنظمة الصادقة والأخلاقية.

كما تناولت دراسة Alkhouli (2012) تطور ممارسة العلاقات العامة في التعليم العالي في فلسطين، في الفترة الواقعة ما بين 1994 - 2012، وهدفت الدراسة إلى توفير أساس علمي من الأدلة التجريبية على هيكل وممارسة ودور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، وتصورات حول هذه الجوانب، من المشاركين في ذلك كالكافة والممارسين للعلاقات العامة، والأكاديميين، والموظفين الآخرين في هذه الجامعات الذين يتأثرون بشكلٍ مباشرٍ أو غير مباشرٍ بأنشطة العلاقات العامة. ركزت الدراسة على الوضع التنظيمي والقوى العاملة والأنشطة والوظائف والأهداف في الجامعات الفلسطينية، واكتشاف ما إذا كانت هناك اختلافات كبيرة بين الجامعات فيما يتعلق بوجود قسم علاقات عامة في الجامعة، وموقف مديري العلاقات العامة والممارسين تجاه مفاهيم وأنشطة العلاقات العامة، والعديد من الأهداف الأخرى. ولتحقيق هذه الغاية استخدم الباحث المنهج المقارن، والمنهج الوصفي التحليلي كذلك، وقام بإجراء مسح بحثي لمديري وممارسي العلاقات العامة في أربع جامعات فلسطينية، وهي جامعة النجاح الوطنية، وجامعة بيرزيت، وجامعة الأزهر، والجامعة الإسلامية في غزة، وبلغ معدل الاستجابة 83%، من حجم العينة العشوائية البسيطة للموظفين في هذه الجامعات. لم تستد الدراسة إلى نظرية، وتوصلت إلى أن هناك محاولات لتوسيع أقسام العلاقات العامة من خلال الأنشطة والبرامج التي أدت إلى زيادة في عدد الممارسين للعلاقات العامة، ورغم ذلك لا يزال هناك بعض الالتباس حول ماهية العلاقات العامة بالضبط، وربطها بالدعاية، وبينت الدراسة أهم العقبات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، ومن أهمها: قلة التمويل وعدم توفر الوصف الوظيفي، والافتقار إلى فهم حقيقي للعلاقات العامة من قبل الموظفين. وأوصت الدراسة بتطوير العلاقات العامة داخل الجامعات الفلسطينية، من خلال البحث، وتوظيف حملة شهادات العلاقات العامة فيها، وتنظيم برنامج تدريبي لهم لتحسين مهاراتهم الشخصية، وإقامة تنسيق بين مؤسسات التعليم العالي وإدارات المنظمات الحكومية، وخاصة مع وزارة التعليم والتعليم العالي.

وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسة إلا أنها تعد قديمة لمجال متطور ونشط يتطور بشكلٍ هائل وسريع بفعل تطور وتقدم التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة التي أثرت جذريًا

على عمل العلاقات العامة وأهميتها حتى أضحت من الركائز الأساسية والتنظيمية للمؤسسات على مختلف أنشطتها ومجالات عملها مهما صغر حجمها أو كبر، لذلك جاءت الدراسة الحالية لسد هذه الفجوة الزمنية بالإضافة إلى تفردتها في إطارها النظري القائم على نظرية التميز.

أما دراسة حسين (2012) هدفت إلى دراسة واقع العلاقات العامة في الوطن العربي، وتحديد مكانة العلاقات العامة في واقع الممارسة عند مسؤولي وموظفي أقسام العلاقات العامة وعند المشرفين والمسيرين في مؤسسات الوطن العربي، ووضع العلاقات العامة في مجتمعنا، كما تطرقت الدراسة إلى العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسات، وكذلك مهام ووظائف العلاقات العامة، والتعرف على علاقة العلاقات العامة بالمحيط الداخلي والخارجي، ودورها وقت الأزمات، ودراسة الآراء والمقترحات للنهوض بأقسام العلاقات العامة. لم تستند هذه الدراسة إلى أي من نظريات العلاقات العامة، وإنما قدمت شرحاً للنماذج الأربعة في العلاقات العامة التي أسسها "جرونج وهانت"، وهي: أنموذج الدعاية (الوكالة الصحفية)، أنموذج المعلومات العامة، أنموذج الاتصال غير المتوازن، وأنموذج الاتصال المتوازن باتجاهين دون توظيفها بالشكل الصحيح في الدراسة. واعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة ومنهج المسح، حيث استعمل الباحث استبانةً مكونةً من 30 سؤالاً وزع على ممارسي العلاقات العامة والمسؤولين في المؤسسات الخاصة والعامة بعدد من الدول العربية، وهي مصر، السودان، عمان، الكويت، السعودية، والإمارات العربية المتحدة، حيث تم توزيع 500 استبانة. وأكدت نتائج الدراسة أن موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي غير واضح وفي معظم الأحيان يكون قسم العلاقات العامة والمشرف عليه تابعاً لإدارات أخرى، كما أوضحت الدراسة أن عدد الموظفين في أقسام العلاقات العامة قليل جداً وغير كافٍ للقيام بالمهام المسندة للعلاقات العامة، إضافة إلى النقص الكبير في المعدات والأجهزة والإمكانات المادية.

وتعد هذه الدراسة قديمة في مجال عمل العلاقات العامة المتطور بتسارع هائل وكبير، ولم توظف النماذج الأربعة بشكلٍ كاملٍ في تفسير النتائج وبناء أداة جمع البيانات.

وهدفت دراسة جودة (2011) بشكلٍ رئيسٍ إلى اقتراح أنموذج لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء الفلسطيني، وهدفت بشكلٍ فرعي إلى التعرف على واقع دائرة العلاقات العامة الحالية في الأمانة العامة، كانت من أهم العوامل وراء القيام بهذه الدراسة عدم تفعيل دائرة العلاقات العامة رغم وجودها على الهيكل التنظيمي كمسمى وظيفي دون أن يشغلها كادر وظيفي، وبالإضافة إلى ذلك عدم اهتمام

الإدارات العليا بموضوع العلاقات العامة. استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتم الاستعانة بالاستبانة، والمقابلات لتعزيز نتائج الاستبانة، بأخذ عينة عمدية ممثلة من رؤساء وحدات شؤون مجلس الوزراء في (وزارة التربية والتعليم، وزارة الاقتصاد، وزارة الحكم المحلي، ديوان الرقابة المالية والإدارية، الإحصاء، سلطة جودة البيئة). وعينة عمدية أخرى من مدراء عامين العلاقات العامة في (جهاز الإحصاء، وزارة الاقتصاد، وزارة الأشغال، وزارة الثقافة، وزارة الحكم المحلي)، لم تستند الدراسة إلى نظرية، وتوصلت إلى أن هناك قصور في عمل العلاقات العامة، وعدم الاهتمام بالعلاقات العامة في المؤسسة وخارجها.

تشابهت دراسة جودة مع الدراسة الحالية في استخدامها البحث الوصفي، واعتمادها الاستبانة كأداة، وجاءت دراسة جودة لتأكد على أهمية ربط وتمكين العلاقات العامة من قبل الإدارة العليا حيث تبين عدم اهتمام الإدارة العليا بالعلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء الفلسطيني، واختلفت مع الدراسة الحالية كونها لم تستند إلى نظرية، وهدفت دراسة جودة إلى التعرف على واقع العلاقات العامة في الأمانة العامة بشكل عام، أما الدراسة الحالية فكانت محددة في التعرف على مدى إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكين العلاقات العامة في الإدارة العليا لدى جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") وذلك وفقاً لمبادئ نظرية التميز.

أما دراسة Yang (2010) فقد هدفت إلى تحديد العوامل التنظيمية والفردية التي لها آثار كبيرة على أداء ممارسة العلاقات العامة من حيث وظائف العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في تايوان. لم تستند الدراسة إلى نظرية واعتمد الباحث المنهج الكمي من خلال الاستبانة التي تم توزيعها على عينة مكونة من 600 موظف إداري كانت وظائفهم تتعلق بالعلاقات العامة الجامعية، من جميع الجامعات والكليات البالغ عددها في تايوان في ذلك الوقت -أي في عام 2010 وهي سنة إجراء الدراسة- 164 جامعة وكلية، وقد شملت الدراسة ممارسي العلاقات العامة الموظفين في مكاتب العلاقات العامة، ومكاتب الشؤون العامة، والمكاتب الصحفية، ومكاتب الأمانة العامة في الجامعات في تايوان، وقد استرد الباحث 301 استبانة صالحة للتحليل فقط، أي ما نسبته 50٪ من الاستبانات الموزعة على عينة الدراسة. وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك أربعة عوامل تنظيمية مؤثرة في مجال عمل العلاقات العامة، وهي:

1. مستوى التسلسل الهرمي للعاملين في العلاقات العامة في الجامعات/ الكليات.
2. القيمة والدعم الذي يقدمه رئيس الجامعة للعلاقات العامة.

3. محاولة الكلية للحصول على تصديق كجامعة.

4. استقرار الجامعة/ الكلية.

وبين الباحث أن هناك خمسة عوامل فردية تؤثر على ممارسة العلاقات العامة التعليمية التي تم استكشافها في دراسة Yang النوعية التي أجراها عام 2005، وهي: عمر ممارس العلاقات العامة، الخصائص الشخصية، خبرة العمل السابقة في العلاقات العامة والاتصال، والخلفية التعليمية في العلاقات العامة والاتصال؛ والنوع. ولكن في دراسته الحالية، لم يتم فحص سوى الخلفية التعليمية من العوامل الخمسة الفردية التي ترتبط بشكل كبير بأداء ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في تايوان. واستناداً إلى تصور المشاركين للعلاقات العامة التعليمية، فإن الاستنتاج من هذه الدراسة هو أن ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في تايوان لا تزال تحتاج إلى المزيد من التطوير. وأن أحد العقبات الرئيسية التي تحول دون تطوير العلاقات العامة هو أن المؤسسات التعليمية نادراً ما توظف مهنين في هذا المجال بشكل عام، حيث لا يملك الممارسون المسؤولون عن العلاقات العامة التعليمية خلفيات تعليمية، ولا خبرة عمل ذات صلة في العلاقات العامة أو الاتصال. بالإضافة إلى ذلك، تم اكتشاف أن العوامل التنظيمية لها تأثير أكبر من العوامل الفردية على أداء العلاقات العامة التعليمية. ولذلك، اقترح الباحث تعزيز أداء العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا، وذلك بإيلاء الاهتمام إلى الجوانب التنظيمية الأربعة سالفة الذكر والتي تعطي ممارسي العلاقات العامة في الجامعات/ الكليات قدرًا من السلطة لإدارة شؤون العلاقات العامة، والإذن بالانضمام إلى فريق الإدارة، ومن المهم أن يكون لدى رؤساء الجامعات والكليات في تايوان فهم ودعم مناسبين للعلاقات العامة، وذلك لتطوير هذا المجال.

إجمالي التعقيب على الدراسات السابقة:

في ضوء الدراسات سابقة الذكر تبين أنه للوصول إلى أنموذج متطور لأداء دائرة العلاقات العامة والنهوض به، لا بد من الاهتمام بأقسام العلاقات العامة من الناحية التنظيمية (الهيكل التنظيمي) وضرورة ربط دائرة العلاقات برأس الهرم الإداري، وتناولت الحديث عن مسؤوليات موظف العلاقات العامة ومهامه، والعوامل التنظيمية والفردية التي لها تأثير كبير على أداء ممارسة العلاقات العامة، وركزت على الأبعاد والصفات المهمة لممارسة الاحترافية للعلاقات العامة والتميز التنظيمي. أن ما يميز الدراسة الحالية عن غيرها أنها وفق علم الباحثين فريدة في مجالها وبخاصة في الجامعات الفلسطينية، وذلك تبين في الدراسات سابقة الذكر أن الدراسة الحالية هي الأولى في

فلسطين، والتي تبحث في نظرية التميز وتركز على بعد إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وبعد تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا.

منهجية الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة البحث الوصفي المسحي، والذي يعرف بأنه "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم؛ لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عنها، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة" (الزويني، 2013، ص.15). فقد استخدمت الدراسة الحالية المنهج الكمي باعتباره يحقق أهداف الدراسة، والذي يعرف بأنه المنهج الذي يقوم الباحث فيه بعمل القياسات الضرورية للمتغيرات ذات العلاقة بمشكلة دراسته، ويستخدم الأرقام لتفسير نتائجها (الحيزان، 2004، ص.17)، واعتمد البحث أسلوب المقارنة، حيث تفحص هذه الدراسة مدى تميز دائرة العلاقات العامة في جامعة (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري")، وذلك وفقاً لمدى إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكينها في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا، والمقارنة بين دوائر العلاقات العامة لكلتا الجامعتين.

مجتمع الدراسة وعينته:

استخدام الباحثان المسح الشامل لجميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في جامعة (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") والبالغ عددهم 30 من مدراء وموظفين، موزعين كالآتي: (19) موظفًا وموظفة في دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، و (11) في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" المقر الرئيس في طولكرم، تم اختيارهم لأنهم هم من يقومون بتأدية المهام الموكلة إليهم والإشراف؛ فهم الأقدر على وصف مشكلة الدراسة وصفاً دقيقاً والإجابة على تساؤلاتها بشكلٍ علمي دقيق، وتم اختيار المسح الشامل؛ وذلك لضمان تمثيل مجتمع الدراسة نظراً لصغره.

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، واستتدت استبانة الدراسة على استبانة أعدها Grammer (2005) في بحثه حول استكشاف المبادئ العامة للتميز في العلاقات العامة في أستراليا وإيطاليا وموريشيوس وأوغندا، والذي استند على استبانة أعدها Rhee (1999) في بحثه بعنوان: الثقافة الكونفوشيوسية والعلاقات

العامة الممتازة: دراسة للمبادئ العامة والتطبيقات المحددة في ممارسة العلاقات العامة الكورية الجنوبية، والذي استند في بحثه على عناصر استبانة أعدتها رابطة (IABC) لدراسة التميز، إلا أنه تم التعديل على فقرات الاستبانة وذلك بحذف فقرات وإضافة فقرات جديدة بما يتناسب مع الظروف والبيئة المحيطة في الجامعات الفلسطينية، وتوصيات المحكمين. وتم توزيع الاستبانات على مدراء وموظفي دوائر العلاقات العامة في كلٍّ من الجامعتين قيد الدراسة، وتضمنت الاستبانة مجالين، وفقاً لنظرية التميز وهي: إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا.

صدق الأداة:

تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في شؤون الدراسات الإعلامية والعلاقات العامة والقياس والتقويم، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى المحكمون بضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات، ولقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من مجالين و(16) فقرة، وبذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية.

ثبات الأداة:

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، Cronbach's Alpha

والجدول (1) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

جدول رقم (1)

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

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	14	96.9
2	تمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	2	77.7

يتضح من الجدول رقم (1) أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (96.9 - 77.7) وهي معاملات ثبات عالية تفي بأغراض البحث العلمي.

المعالجات الإحصائية:

بعد تفريغ إجابات أفراد المجتمع على أداة الدراسة (الاستبانة) جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب ثم تمت معالجة البيانات إحصائيًا باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

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

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

عرض النتائج ومناقشتها:

فيما يأتي عرضًا لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساسًا للبحث وللإجابة عن هذه التساؤلات، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة المتمثلة في (إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكين دائرة العلاقات العامة من الإدارة العليا لكلتا الجامعتين)؛ إذ تم احتساب طول المدى وهو $(5-1 = 4)$ ثم قسمته على 5 فترات $(5/4 = 0.8)$ وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمدت الباحثة التقدير التالي، للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يأتي:

المتوسط الحسابي (4.21) فأكثر ويعادل $(84.2\%$ فأعلى) درجة كبيرة جدًا.

المتوسط الحسابي $(3.41 - 4.20)$ ويعادل $(68.2\% - 84.0)$ درجة كبيرة.

المتوسط الحسابي $(2.61 - 3.40)$ ويعادل $(52.2\% - 68.0\%)$ درجة متوسطة.

المتوسط الحسابي $(1.81 - 2.60)$ ويعادل $(36.2\% - 52.0\%)$ درجة قليلة.

المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة قليلة جدًا.

وعليه فقد بينت النتائج بشكلٍ عامٍ أن درجة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") كانت كبيرة، بينما درجة تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا كانت كبيرة في جامعة النجاح الوطنية ومتوسطة في جامعة فلسطين التقنية كما يوضح جدول (2).

جدول رقم (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لدرجة مجالات مدى إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية وتمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا في الجامعات الفلسطينية، وفقاً لنظرية التميز، في جامعة (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري")

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
نتائج جامعة النجاح الوطنية					
1	إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	3.83	0.75	76.6	كبيرة
2	تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	3.71	0.58	74.2	كبيرة
نتائج جامعة فلسطين التقنية "خضوري"					
1	إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية	3.38	1.13	67.6	متوسطة
2	تمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا	3.63	1.00	72.6	كبيرة

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما مدى تمكين دائرتي العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") في الإدارة العليا؟

جدول رقم (3)

توزيع استجابات عينة الدراسة حسب طريقة نقل التقارير وموقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لجامعة (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري")

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة	اتصال مباشر	30	100.0
	المجموع	30	100.0
موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة	أسفل الإدارة العليا مباشرة	30	100.0
	المجموع	30	100.0

يتبين من الجدول السابق أن طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة جميعها تتم بالاتصال المباشر، وأن موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة أسفل الإدارة العليا مباشرة، وهذا يبين مدى تمكين وظيفة العلاقات العامة في كلتا الجامعتين.

النتائج المتعلقة في جامعة النجاح الوطنية

جدول رقم (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لتمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا

رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	مدى دعم الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة	4.10	0.73	82.0	كبيرة
2	الميزانية المخصصة لدائرة العلاقات العامة في الجامعة تمكنها من القيام بعملها بكفاءة	3.31	1.00	66.2	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.71	0.58	74.2	كبيرة

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (4) أن درجة مدى تمكين دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح كانت ما بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.31) إلى (4.10) وهما الفقرات (الميزانية المخصصة لدائرة العلاقات العامة في الجامعة تمكنها من القيام بعملها بكفاءة) و (مدى دعم الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة).

النتائج المتعلقة في جامعة خضوري:

جدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لتمكين العلاقات العامة في الإئتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا

رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	مدى دعم الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة	3.72	1.10	74.4	كبيرة
2	الميزانية المخصصة لدائرة العلاقات العامة في الجامعة تمكنها من القيام بعملها بكفاءة	3.54	1.12	70.8	كبيرة
	الدرجة الكلية	3.63	1.00	72.6	كبيرة

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (5) إن درجة مدى تمكين دائرة العلاقات العامة في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" كانت كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.54) إلى (3.72) وهما الفقرات (الميزانية المخصصة لدائرة العلاقات العامة في الجامعة تمكنها من القيام بعملها بكفاءة) و (مدى دعم الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة).

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لجامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري")؟
النتائج المتعلقة في جامعة النجاح الوطنية:

جدول رقم (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لمجال إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	رقم الفقرات
كبيرة	78.8	1.02	3.94	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للجامعة	1
كبيرة جدًا	87.2	0.76	4.36	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة	2
كبيرة	83.0	0.83	4.15	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تطوير الرؤية المستقبلية للجامعة	3
كبيرة	75.6	0.63	3.78	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للجامعة	4
كبيرة	78.8	1.02	3.94	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في إجراء أنشطة بحثية منتظمة وروتينية	5
كبيرة	69.4	1.02	3.47	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في إجراء بحث محدد للإجابة عن أسئلة محددة	6
كبيرة	68.4	1.12	3.42	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة	7
كبيرة	73.6	0.82	3.68	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تحديد وتنفيذ خطط العمل (Action Plans) المنبثقة عن الأهداف الاستراتيجية للجامعة	8
كبيرة	70.4	1.17	3.52	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التحليل الرباعي (SOWT Analysis) للدائرة والجامعة	9
كبيرة	71.4	1.07	3.57	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في متابعة ورصد مؤشرات الأداء (KPIs)	10
كبيرة جدًا	84.2	0.78	4.21	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات	11
كبيرة	77.8	0.93	3.89	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرار وفق نهج رسمي يستند إلى البحث	12
كبيرة	71.4	1.07	3.57	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وفق نهج غير رسمي يستند إلى التقدير والحكم القائم على الخبرة	13

كبيرة	82.0	0.73	4.10	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التواصل مع الأشخاص ذوي الخبرة والدراية خارج الجامعة	14
كبيرة	76.6	0.75	3.83	الدرجة الكلية	

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (6) أن درجة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات في جامعة النجاح كانت ما بين المتوسطة والكبيرة جدًا، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.78) إلى (4.21) وهما الفقرات (مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للجامعة)، (ومدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات).

وجاءت النتائج كما يأتي:

1. تسهم دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للجامعة بدرجة متوسطة بنسبة 78.8٪.
2. تسهم دائرة العلاقات العامة في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 87.2٪.
3. تسهم دائرة العلاقات العامة في تطوير الرؤية المستقبلية للجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 83.0٪.
4. تسهم دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للجامعة بدرجة متوسطة بنسبة 75.6٪.
5. تسهم دائرة العلاقات العامة في إجراء أنشطة بحثية منتظمة وروتينية بدرجة كبيرة بنسبة 78.8٪.
6. تسهم دائرة العلاقات العامة في إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة بدرجة كبيرة بنسبة 69.4٪.
7. تسهم دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 68.4٪.
8. تسهم دائرة العلاقات العامة في تحديد وتنفيذ خطط العمل (Action Plans) المنبثقة عن الاهداف الاستراتيجية للجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 73.6٪.
9. تسهم دائرة العلاقات العامة في التحليل الرباعي (SOWT Analysis) للدائرة والجامعة بدرجة كبية بنسبة 70.4٪.

10. تسهم دائرة العلاقات العامة في متابعة ورصد مؤشرات الأداء (KPIs) بدرجة كبيرة بنسبة 71.4%.
11. تسهم دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات بدرجة كبيرة جدًا بنسبة 84.2%.
12. تسهم دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرار وفق نهج رسمي يستند إلى البحث بدرجة كبيرة بنسبة 77.8%.
13. تسهم دائرة العلاقات العامة التخطيط الاستراتيجي وفق نهج غير رسمي يستند إلى التقدير والحكم القائم على الخبرة بدرجة كبيرة بنسبة 71.4%.
14. تسهم دائرة العلاقات العامة في التواصل مع الأشخاص ذوي الخبرة والدراية خارج الجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 82.0%.

النتائج المتعلقة في جامعة خضوري:

جدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لمجال إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات

رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للجامعة	3.18	0.98	63.6	متوسطة
2	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة	3.81	1.07	76.2	كبيرة
3	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تطوير الرؤية المستقبلية للجامعة	3.81	1.32	76.2	كبيرة
4	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للجامعة	3.18	1.40	63.6	متوسطة
5	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في إجراء أنشطة بحثية منتظمة وروتينية	3.36	1.20	67.2	متوسطة
6	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة	3.27	1.27	65.4	متوسطة
7	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة	3.00	1.34	60.0	متوسطة
8	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تحديد وتنفيذ خطط العمل (Action Plans) المنبثقة عن الأهداف الاستراتيجية للجامعة	3.54	1.21	70.8	كبيرة

متوسطة	60.0	1.48	3.00	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التحليل الرباعي (SOWT Analysis) للدائرة والجامعة	9
متوسطة	61.8	1.44	3.09	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في متابعة ورصد مؤشرات الأداء (KPIs)	10
كبيرة	78.0	1.30	3.90	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات	11
متوسطة	63.6	1.47	3.18	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرار وفق نهج رسمي يستند إلى البحث	12
متوسطة	63.6	1.40	3.18	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وفق نهج غير رسمي يستند إلى التقدير والحكم القائم على الخبر	13
كبيرة	78.0	1.37	3.90	مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التواصل مع الأشخاص ذوي الخبرة والدراية خارج الجامعة	14
متوسطة	67.6	1.13	3.38	الدرجة الكلية	

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (7) إن درجة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" كانت ما بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.00) إلى (3.90) وهما الفقرات (مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة ومدى إسهام دائرة العلاقات العامة في التحليل الرباعي (SOWT Analysis) للدائرة والجامعة) و (مدى إسهام دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات).

وجاءت النتائج كما يأتي:

1. تسهم دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للجامعة بدرجة متوسطة بنسبة 63.6%.
2. تسهم دائرة العلاقات العامة في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 76.2%.
3. تسهم دائرة العلاقات العامة في تطوير الرؤية المستقبلية للجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 76.2%.
4. تسهم دائرة العلاقات العامة في وضع القرارات ذات البعد الاستراتيجي للجامعة بدرجة متوسطة بنسبة 63.6%.

5. تسهم دائرة العلاقات العامة في إجراء أنشطة بحثية منتظمة وروتينية بدرجة متوسطة 67.2%.
 6. تسهم دائرة العلاقات العامة في إجراء بحث محدد للإجابة على أسئلة محددة بدرجة متوسطة 65.4%.
 7. تسهم دائرة العلاقات العامة في تحديد أهداف استراتيجية قابلة للقياس على مستوى الجامعة بدرجة متوسطة بنسبة 60.0%.
 8. تسهم دائرة العلاقات العامة في تحديد وتنفيذ خطط العمل (Action Plans) المنبثقة عن الاهداف الاستراتيجية للجامعة بدرجة كبيرة بنسبة 70.8%.
 9. تسهم دائرة العلاقات العامة في التحليل الرباعي (SOWT Analysis) للدائرة والجامعة بدرجة متوسطة بنسبة 60.0%.
 10. تسهم دائرة العلاقات العامة في متابعة ورصد مؤشرات الأداء (KPIs) بدرجة متوسطة بنسبة 61.0%.
 11. تسهم دائرة العلاقات العامة في تقديم المشورة والنصيحة للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات بدرجة متوسطة بنسبة 78.0%.
 12. تسهم دائرة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرار وفق نهج رسمي يستند إلى البحث بدرجة كبيرة بنسبة 63.6%.
 13. تسهم دائرة العلاقات العامة التخطيط الاستراتيجي وفق نهج غير رسمي يستند إلى التقدير والحكم القائم على الخبرة بدرجة متوسطة بنسبة 63.6%.
 14. تسهم دائرة العلاقات العامة في التواصل مع الاشخاص ذوي الخبرة والدراية خارج الجامعة بدرجة كبيرة 78.0%.
- وبالمقارنة بين الجامعتين، أشارت النتائج إلى:

1. أن درجة مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز كانت أكبر لجامعة النجاح الوطنية حيث تبين أن درجة إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لجامعة النجاح الوطنية كانت كبيرة بنسبة 76.6%، أما جامعة فلسطين التقنية "خضوري" جاءت بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 67.6%، وتبين أن درجة تمكين العلاقات العامة في الإلتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") كانت كبيرة، حيث بلغت نسبتها لدى

جامعة النجاح الوطنية 74.2%، و 72.6% لدى جامعة فلسطين التقنية "خضوري".

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة Elshobaki (2017) التي أظهرت توافق الإدارة العليا إلى حد كبير على أهمية محور التميز في الجامعة الإسلامية، والأزهر، وجامعة الأقصى في عام 2016. وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Alkhoul (2012) التي أظهرت أن العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تُمارس بطريقة شبه غريبة، حيث بينت الدراسة أهم العقبات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، من أهمها قلة التمويل وعدم توفير الوصف الوظيفي، والافتقار إلى فهم حقيقي للعلاقات العامة من قبل الموظفين، وأن هناك بعض الالتباس حول ماهية العلاقات العامة، وربطها بالدعاية، واختلفت أيضًا مع نتائج دراسة Yang (2010) التي توصلت إلى أن ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العليا في تايوان لا تزال تحتاج إلى المزيد من التطوير، وأن أحد العقبات الرئيسية التي تحول دون تطوير العلاقات العامة المدرسية هو أن المؤسسات التعليمية نادرًا ما توظف مهنيين في هذا المجال بشكل عام، لا يملك الممارسون المسؤولون عن العلاقات العامة التعليمية خلفيات تعليمية، ولا خبرة عمل ذات صلة في العلاقات العامة أو الاتصالات، وتختلف أيضًا مع دراسة جودة (2011) التي توصلت إلى أن هناك قصور في عمل العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء الفلسطيني، حيث إن دائرة العلاقات العامة غير مفعلة رغم وجودها على الهيكل التنظيمي كمسمى وظيفي دون أن يشغلها كادر وظيفي، وبالإضافة إلى ذلك عدم اهتمام الإدارات العليا بموضوع العلاقات العامة.

2. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لبعث إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لكلتا الجامعتين بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة لجامعة النجاح الوطنية.

تعزى هذه النتيجة إلى إسهامها في الاستجابة للقضايا الرئيسية التي تواجه الجامعة، وتقديم المشورة والنصح للإدارة العليا فيما يخص التنبؤ بالأزمات، إضافة إلى إسهام الجامعات في تحديد وتنفيذ خطط العمل المنبثقة عن الأهداف الاستراتيجية، وإسهامها في التخطيط الاستراتيجي وصنع واتخاذ القرارات وفق نهج رسمي يستند إلى البحث، وإسهامها في تحليل وإجراء المسوح وقياس ومتابعة ورصد مؤشرات الأداء.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Oldenbanning (2013) التي توصلت إلى أن القدرة الاستراتيجية على اتخاذ القرارات، والقدرة على حل المشكلات، ومعرفة وخبرات

التواصل تشكل أهم ثلاث سمات للقيادة الاحترافية، كما أشار حوالى نصف الباحثين إلى أن قيادة العلاقات العامة تختلف في ثلاث طرق عن القيادة في المجالات الأخرى، ويشمل ذلك القدرة على بناء الرسائل بشكل استراتيجي، وامتلاك رؤية شاملة لكيفية التواصل مع جمهورها، والإيمان بأهمية الاتصالات والإجراءات المنظمة الصادقة والأخلاقية، وأكدت الدراسة على أهمية إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية واتخاذ القرارات للوصول إلى التميز والاحتراف، وتشابهت مع دراسة Kriyantono (2019) التي أشارت نتائجها إلى أن أنشطة العلاقات العامة كانت جيدة في مؤسسات التعليم العالي في إندونيسيا، وأن الإدارة الاستراتيجية تشارك في هذه الأنشطة، وتبين مشاركة العلاقات العامة في تصميم وتنظيم البرامج الاستراتيجية للمنظمة، وتبين أن ممارسي العلاقات العامة راضون عن مشاركتهم في عملية صنع القرار في المنظمة، وتشابهت أيضاً مع دراسة Mykkänen (2017) حيث أظهرت نتائجها أن مهنيي العلاقات العامة الفنلنديين يسهمون في عمليات صنع القرار التنظيمي بتسع مهام مختلفة متمثلة بالآتي (النشر، التنسيق، الحوار/ المناقشة، التنفيذ، البحث، الاستشارة، المشاركة، التخطيط، بناء السياق) باعتبار أن هذه العمليات تشكل جزء من الإدارة الاستراتيجية، وتختلف مع نتيجة دراسة Yang (2010) التي بينت أن ممارسي العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العليا في تايوان لا يتمتعون بالقدر الكافي من السلطة لإدارة شؤونهم وكذلك إشراكهم في الإدارة الاستراتيجية، وتشابهت أيضاً مع دراسة Shamsan (2015) التي بينت أن العلاقات العامة في جمعية الصليب الأحمر في كينيا تشكل جزءاً من الإدارة الاستراتيجية على المستوى التنظيمي، ففى حين أنها تدير برامجها على الصعيد الاستراتيجي، فهي تسعى إلى إيجاد توازن بين الأنشطة الداخلية والاستراتيجيات التي تتعامل مع البيئة الخارجية من أجل تحقيق مهمة المنظمة وأهدافها.

3. تبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لبعث تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيم أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا لكلا الجامعتين بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة لكلا الجامعتين.

تعزى هذه النتيجة إلى أن العلاقات العامة في كلا الجامعتين تقع تحت الإدارة العليا وأن نقل التقارير والمعلومات تتم عن طريق اتصال دائرة العلاقات العامة بشكل مباشر مع الإدارة العليا، إضافة إلى الدعم المادي والمعنوي الذي تقدمه الجهة المخولة باتخاذ القرار في الجامعة لدوائر العلاقات العامة في كلا الجامعتين لتمارس عملها بكفاءة.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة Yue (2016) التي أشارت إلى أن العلاقات العامة نادرًا ما تدار بطريقة استراتيجية في الصين، على وجه الخصوص، حيث بينت الدراسة إن العلاقات العامة تتخبط في الدور الفني وليس في صنع السياسة التنظيمية، وبينت أن العلاقات العامة لم تكن عضوًا في الائتلافات المهيمنة وأوضحت النتائج أنه لم يظهر كبار مديري المؤسسات اهتمامًا كبيرًا بالارتقاء بمكانة العلاقات العامة، ولم يتم تقييم العلاقات العامة بدرجة كافية من قبلهم لتمكينها من الانضمام إلى أعلى هيئة لصنع القرار- الائتلاف المهيمن، وتختلف أيضًا مع دراسة Yang (2010) التي بينت افتقار رؤساء الجامعات والكليات في تايوان أي الإدارة العليا لفهم وظيفة العلاقات العامة وقلة الدعم المقدم لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية في تايوان، وتختلف كذلك مع دراسة Bashir (2019) التي كشفت نتائجها أن العلاقات العامة في الكويت لا تتم بشكلٍ عامٍ "بامتياز" حيث تبين أن الغالبية العظمى من الذين تمت مقابلتهم يعتقدون أن الإدارة العليا تنظر إلى العلاقات العامة على أنها أقل أهمية من الإدارات الأخرى، وتبين أن ممارسي العلاقات العامة أقل مشاركة في الإدارة الاستراتيجية، وأقل قدرة على المشاركة في التحالف المهيمن، وتشابهت مع دراسة Kriyantono (2019) التي أظهرت نتائجها أن مؤسسات التعليم العالي في إندونيسيا في جامعات الولايات تتيح للعلاقات العامة الفرصة لتقديم الاقتراحات مباشرة إلى أعلى مستوى إداري، أي أنه يتم تمكين العلاقات العامة من الائتلاف المهيمن، وتبين أن العلاقات العامة تتمتع بالسلطة والاستقلالية كونها وظيفة متكاملة منفصلة عن الوظائف الأخرى.

4. تبين أن طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة في جامعة (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") جميعها تتم بالاتصال المباشر، وأن موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لكلتا الجامعتين تقع تحت الإدارة العليا مباشرة، وهذا يبين مدى تمكين وظيفة العلاقات العامة لكلتا الجامعتين.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة حسين (2012) والتي بينت أن موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي غير واضح، وفي معظم الأحيان يكون قسم العلاقات العامة والمشرف عليه تابعًا لإدارات أخرى، واختلفت أيضًا مع دراسة العلوي (2017) التي أظهرت نتائجها أن جهاز العلاقات العامة تتداخل وظائفه مع الكثير من الوظائف الأخرى لشركة نفط البحرين (بابكو)، وأن العلاقات العامة لا تحتل مكانة مرموقة ضمن الهيكل التنظيمي للشركة.

خلاصة الدراسة وتوصياتها:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إشراك وإسهام دوائر العلاقات العامة في جامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") في الإدارة الاستراتيجية، ومدى تمكين دائرة العلاقات العامة لكلتا الجامعتين من الإدارة العليا، والمقارنة بين دوائر العلاقات العامة لكل من الجامعتين بهدف قياس مدى تميز كل منها في ممارسة العلاقات العامة فيها وفقاً لنظرية التميز.

إن درجة مجالات مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية حول إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية، وتمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا وفقاً لنظرية التميز في جامعتي النجاح وفلسطين التقنية "خضوري" كانت أكبر لجامعة النجاح الوطنية، حيث كانت درجة الاستجابة لأفراد مجتمع الدراسة لبعد إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لجامعتي (النجاح الوطنية، وفلسطين التقنية "خضوري") بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة وبلغت نسبتها لجامعة النجاح الوطنية 76.6%، أما جامعة فلسطين التقنية فقد كانت متوسطة وبلغت نسبتها 67.7%، وتبين أن استجابة أفراد مجتمع الدراسة لبعد تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا لكلتا الجامعتين بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة، وبلغت نسبتها لجامعة النجاح 74.2%، أما جامعة خضوري فقد بلغت نسبتها 72.6%، وتبين أن طريقة نقل التقارير والمعلومات بين دائرة العلاقات العامة وإدارة الجامعة في كلتا الجامعتين جميعها تتم بالاتصال المباشر، وأن موقع دائرة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لكلتا الجامعتين تقع تحت الإدارة العليا مباشرةً، وهذا يبين مدى تمكين وظيفة العلاقات العامة لكلتا الجامعتين.

التوصيات

في ضوء ما تقدم من نتائج، خرجت الدراسة بعدة توصيات، أهمها:

- إتاحة الفرصة لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، للمشاركة في الإدارة الاستراتيجية وصنع القرار، وذلك من خلال إشراكها في عمليات التخطيط الاستراتيجي، وتحديد الأهداف الاستراتيجية فيما يتعلق بالجمهور، وإجراء البحوث والمسوح الميدانية، وقياس ومتابعة ورصد مؤشرات الأداء وتقديم النصح والمشورة للإدارة العليا وفقاً لذلك، حيث أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن هناك فروقات في بعض عناصر الإدارة الاستراتيجية أظهرتها فقرات

الاستبانة بين كلتا الجامعتين، منها عمليات البحث والتقييم والقياس حيث جاءت بدرجة متوسطة، وتبين أيضاً أن إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية لدى جامعة فلسطين التقنية "خضوري" جاء بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 67.6%.

- ضرورة زيادة الموازنات المخصصة لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية لتمكينها من القيام بواجباتها المنوط بها بشكل أكبر، حيث بينت النتائج أن الميزانية المخصصة لدوائر العلاقات العامة والتي تمكنها من تنفيذ برامجها وأنشطتها للقيام بعملها بكفاءة كانت متوسطة لدى جامعة النجاح الوطنية حيث بلغت نسبتها 66.2%.
- زيادة عدد العاملين في دوائر العلاقات العامة من ذوي الخبرة والاختصاص، وتوفير المزيد من الدورات المهنية في المجالات التي يحتاجها ممارسو العلاقات العامة، وذلك لتمكينهم في ممارسة الأدوار الإدارية، حيث تبين أن إمكانات ومهارات العاملين في التخطيط الاستراتيجي وإجراء البحوث كأحد الأدوار الإدارية لدائرة العلاقات العامة في جامعة فلسطين التقنية "خضوري" جاءت بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 63.6%، أما في جامعة النجاح الوطنية جاءت بدرجة كبيرة بلغت نسبتها 77.8%.
- كما توصي الدراسة الباحثين والأكاديميين بإجراء دراسات مستقبلية في نفس مجال الدراسة، ولكن باستخدام أداة الملاحظة كونها من الممكن أن تعطي نتائج أكثر دقة، ففي حالة استخدام الاستبانة فقد يدعي المبحوثون أحياناً عكس الواقع الموجود من خلال إظهارهم لمؤسساتهم بمظهر الكمال.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

- أحمد، ولاء، ويوسف، أسامة. (2018). *فاعلية التخطيط للعلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات (دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الشؤون الاستراتيجية والمعلومات بولاية الخرطوم)*. السودان، الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- بن حبتور، عبد العزيز. (2004). *الإدارة الاستراتيجية: أداة جديدة في عالم متغير*. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- جودة، نبيلة. (2011). *أ نموذج مقترح لتطوير أداء دائرة العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء*. القدس، فلسطين: جامعة القدس.
- حسين، هشام. (2012). *العلاقات العامة بين القناعة والتهميش في الوطن العربي*. بريطانيا: الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي.
- الحيزان، محمد. (2004). *البحوث الإعلامية*. السعودية، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- القحطاني، فيصل. (2010). *الإدارة الاستراتيجية لتحسين القدرة التنافسية للشركات وفقاً لتحسين معايير الأداء الاستراتيجي وإدارة الجودة الشاملة*. المملكة المتحدة: الجامعة الدولية البريطانية.
- الدوري، زكريا. (2010). *الإدارة الاستراتيجية: مفاهيم وعمليات وحالات دراسية*. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الرجى، منصور. (2012). *دور نظام المعلومات الاستراتيجي في التخطيط الاستراتيجي*. عمان، الأردن: جامعة جرش.
- الزبير، أحمد. (2018). *فاعلية العلاقات العامة في تطوير التخطيط الاستراتيجي النظامية (دراسة وصفية تحليلية على الشرطة السودانية والقطرية)*. السودان، الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- الزويني، ابتسام. (2013). *مناهج البحث التربوي*. العراق، بغداد: جامعة بابل.
- الشويخ، عاطف. (2007). *واقع التخطيط الاستراتيجي في مؤسسات التعليم التقني في محافظات غزة*. غزة، فلسطين: الجامعة الإسلامية.
- مصطفى، عبد الحكيم خليل. (2009). *العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي*. مصر، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- صيام، آمال. (2010). *تطبيق التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بأداء المؤسسات الأهلية النسوية في قطاع غزة*. غزة، فلسطين: جامعة الأزهر.
- القطامين، أحمد. (2004). *التخطيط الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية*. عمان، الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- العلوي، روى. (2017). *العلاقات العامة في شركة نضط البحرين بابكو (دراسة حالة)*. البحرين: جامعة البحرين.

- Alkhouli, M. (2012). *Public Relations practic in Palestinian universities, 1994-2012*. England: University of Exeter.
- Bashir, M. (2019). Toward excellence in public relations: identifying practices and barriers in Kuwaiti corporate, governmental and non-profit organizations. *Journal of Public Relations Research*, 31(3-4), 118-132.
- Elshobaki, N. (2017). *Organizational Excellence in Palestinian Universities of Gaza Strip*. Gaza: Al-Azhar university.
- Grammer, E. (2005). *An Exploration of the Generic*. USA: University of Maryland, College Park.
- Gruing, L., Gruing, J. & Dozier, D. (2002). *Excellent public relations and effective organizations: a study of communication*. New York & London: University of Maryland.
- Gruing, J. (2008). *Excellence Theory in Public Relations*. USA: University of Maryland.
- Gruing, L., & Gruing, J. (2000). *Public Relations in Strategic Management and Strategic Management of Public Relations: Theory and Evidence from the IABC Excellence Project*. USA: University of Maryland, College Park.
- Kriyantono, R. (2019). Public Relations Activities of State Universities Based on Excellence Theory. *Avant Garde*, 7(2), 154-170.
- Oldenbanning, R. (2013). *Excellent leadership in Public Relations: A question of experience and the PR Practitioner*. Tampa: University of south Florida.
- Mykkänen, M. (2017). Clarifying Communication Professionals' Tasks In Contributing To Organizational Decision Making. *International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 4 (5), 3460-3468.
- Shamsan, R. (2015). *Effects of Strategic Public Relations on Organization Performance: A Case Study of Kenya Red Cross Society*. Mombasa: Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology.

- Verčič, D., Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (1996). *Global and specific principles of public relations: Evidence from Slovenia*. Mahawa: University of Maryland.
- Yang, M. (2010). *A countrywide study on factors influencing the public relations practice in higher education in Taiwan*. Korea: Seoul National University
- Yue, C. (2016). *Strategic public relations management in China*. West Lafayette, Indiana: Purdue University.