



جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

تأثير الاتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة
المعاصرة في الممارسة المهنية - جامعة النجاح الوطنية نموذجاً

إعداد

رناد صالح محمود محمود

إشراف

د. سمر الشنار

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة،
من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

تأثير الاتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة
المعاصرة في الممارسة المهنية - جامعة النجاح الوطنية نموذجاً

إعداد

رناد صالح محمود محمود

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2025/02/27م، وأجيزت:


التوقيع

التوقيع

التوقيع

د. سمر الشنار

المشرف الرئيسي

د. قيس أبو عياش

الممتحن الخارجي

د. إبراهيم العكة

الممتحن الداخلي

الإهداء

بمجرد أن تولد فأنت تحب وطنك، أنا جزء من فلسطين، وهي ظلي.

لأرواح الشهداء، والأمهات الثكالي، والأسرى البواسل، للشعب الجبار المرابط.

إلى معلمي الأول، قدوتي، ورفيقي، ومن زرع حب العلم بداخلي من الصغر، حبيب القلب الغائب
الحاضر الذي اقترن اسمي باسمه ما حييت، إلى والدي الذي تمنيت لو أرى دموع الفخر بعيني، رحمك
الله يا أبا محمود.

إلى صاحبة القلب الحنون، التي رافقتني دعواتها في كل خطوة، هذا النجاح لأجل عينيك يا أمي.

إلى من شدّ الله بهم عضدي، فكانوا خير معين، إخواني وأخواتي.

إلى من أمسك بيدي، وساندني بلا تردد، رفيق العمر، زوجي الغالي أبو وطن.

إلى من أتعب لأجل أن يكون فخورا بي، إبني البكر، وطني الغالي.

لكل من كان عوناً لي وساندني، من الأهل والرفاق.

الشكر والتقدير

قال تعالى في كتابه العزيز: ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

[المجادلة:11]

الحمد لله الذي بفضله، وحمده يتم كل شيء، والشكر لله الذي منّ علي، وأعانني، اللهم إنفعني خيرا بما علمتني، وزدني علما.

أتوجه بالشكر، والعرفان للدكتورة الجديرة سمر الشنار، التي لم تبخل علي بعلمها، وكان لها الفضل في إعداد بحثي هذا.

كما يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأساتذة، والدكاترة الذين لم يألوا جهدا في سبيل المعرفة والعلم.

خالص الشكر للأهل الداعمين، وتحديدًا لأختي الغالية أم مصطفى، الأم الحنون الثانية.

وكل الشكر لرفيقة الخطوة الأولى، والتي كان لها الفضل في إتمام هذا البحث، عزيزة القلب نيفين، وللصديقة الغالية الداعمة شيماء، ولصديقتي التي أول من لمحت الشغف في عيني ثناء.

كما أتوجه بالشكر لإدارة شركة العديلي، تحديداً للمدير مفلح عديلي، الذي بالفعل كان خير داعما لي.

كل الشكر لإدارة جامعة النجاح الوطنية، ولكل شخص في كلية الدراسات العليا، الذين ذلّلوا الصعوبات لأجل إنجاز هذا البحث، بجودة وكفاءة.


الإقرار

أنا الموقعة أدناه مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

تأثير الاتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الممارسة المهنية - جامعة النجاح الوطنية نموذجا

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

اسم الطالبة: رناد صالح محمود محمود

التوقيع: 

التاريخ: 27/12/2025

فهرس المحتويات

ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ط	فهرس الملاحق
ي	الملخص
1	الفصل الأول: سياق الدراسة والإطار النظري
1	1.1 مقدمة الدراسة
2	1.2 العلاقات العامة
11	1.3 الإتجاهات البحثية في بحوث العلاقات العامة
12	1.4 جامعة النجاح الوطنية
15	1.5 أطاريح ماجستير العلاقات العامة
15	1.6 حدود الدراسة
16	1.7 الدراسات السابقة
17	1.7.1 الدراسات العربية
23	1.7.2 الدراسات الأجنبية
25	1.7.3 التعقيب على الدراسات السابقة:
26	1.8 نظرية الدراسة
32	1.9 مصطلحات الدراسة
33	1.10 مشكلة الدراسة

34	1.11 أسئلة الدراسة
35	1.12 أهداف الدراسة
36	1.13 أهمية الدراسة
37	الفصل الثاني: منهجية الدراسة
37	2.1 منهج الدراسة
37	2.2 عينة الدراسة
39	2.3 أداة الدراسة
44	2.4 إجراءات الدراسة
45	2.5 الأساليب الإحصائية
46	الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة
47	3.1 نتائج تحليل المضمون
51	3.2 النتائج المتعلقة بالمقابلات
62	3.3 عرض نتائج الدراسة المتعلقة بالسؤال المركزي
65	الفصل الرابع: مناقشة النتائج
66	4.1 تحليل ومناقشة نتائج كل من الأسئلة الفرعية للدراسة
78	4.2 التوصيات
79	المراجع العلمية
84	الملاحق
b	Abstract

فهرس الجداول

- جدول (1): حجم الرسائل الكلي 47
- جدول (2): مسارات الطلبة الخريجين 48
- جدول (3): المواضيع الرئيسة للرسائل 48
- جدول (4): المؤسسات المستهدفة 49
- جدول (5): الأدوات البحثية 50

فهرس الملاحق

- ملحق (أ): أسماء السادة المحكمين للاستبانة وأسئلة المقابلات 84
- ملحق (ب): استبانة تحليل المحتوى 85
- ملحق (ج): أسماء المقابلين 87
- ملحق (د): المقابلات 89

تأثير الاتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الممارسة المهنية - جامعة النجاح الوطنية نموذجاً

إعداد

رناد صالح محمود محمود

إشراف

د. سمر الشنار

الملخص

تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير الإتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج، بالإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها، وبتحليل مضمون لأطاريح خريجي ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، بعينة المسح الشامل ل (81) مفردة، كما أجرت المقابلات مع عينة قصدية من أصحاب جهات العمل، وأعضاء الهيئة التدريسية، وبلغ حجم العينة القصدية (8) مفردات، كما أجرت مقابلات بعينة عشوائية مع (7) خريجين من برنامج العلاقات العامة المعاصرة من جامعة النجاح الوطنية.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: الإتجاهات البحثية لخريجي برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة لا تلبى احتياجات سوق العمل الفلسطينية، حيث اندرجت النسبة الأكبر للأطاريح تحت موضوع وظائف العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الحكومية وذلك بمعدل 43%.

أهم ما أوصت به الدراسة: تشكيل لجنة تدقيق ورقابة محايدة خارج الصندوق، لتدقيق، ومراجعة الرسائل المنجزة، والتي ستتجز؛ لضمان عدم تكرار المواضيع البحثية نفسها للرسائل، لضمان أصالتها.

الكلمات المفتاحية: الإتجاهات البحثية، برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، الممارسة المهنية، جامعة النجاح الوطنية.

الفصل الأول

سياق الدراسة والإطار النظري

1.1 مقدمة الدراسة

نشأت العلاقات العامة كوظيفة في الثلاثينيات من القرن العشرين، خلال فترة الطفرة الصناعية الكبيرة التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية. وقد برزت الحاجة إليها كوسيلة للتعامل مع الفائض الكبير من الإنتاج الذي تراكم في مخازن الشركات والمصانع. حيث أوصى الخبراء وأساتذة الجامعات أصحاب رؤوس الأموال بضرورة التأثير في الجمهور (المستهلكين) من خلال بناء علاقات جيدة، ما يساعد في تفضيل منتجاتهم على السلع المنافسة الأخرى (شعبان، 2008).

ومع التطورات المستمرة في وسائل الإتصال، وتكنولوجيا المعلومات، تدرك المؤسسات، والشركات أهمية بناء العلاقات القوية مع الجماهير، والعملاء، وبالتالي إن لحملة شهادة العلاقات العامة دورا مهما في تحقيق هذا الهدف، وعلى الرغم من تعدد الدراسات، والأبحاث العلمية عن العلاقات العامة، وعلى الرغم من إدراك أهميتها في الممارسة المهنية، لا تزال العلاقات العامة تواجه مشكلات عملية، أو تطبيقية، تجعل واقع، ومستقبل العلاقات العامة في محور للتساؤلات.

إن البحث العلمي يمكن أن يسهم في إحداث النقلة المرجوة في مجال العلاقات العامة، وهو ما يفسر الإهتمام الكبير بمهاراته لاسيما في الدول المتقدمة، فلو أخذنا مثالا على ذلك جامعة ماساشوسيتس بوسطن (University of Massachusetts Boston) نجد أنها تركز من خلال أحد مراكزها المتخصصة على التدريب الفعال للمعلمين، ونلاحظ أن من أبرز المهارات تلك التي يسعى المركز إلى إكسابها لهم مهارات البحث العلمي، وهو الأمر الذي أسهم في تبوأ المركز موقعا متميزا، وأهمية كبيرة على مستوى الولاية، وأدى إلى مساعدة العديد من الطلبة في الحصول على وظائف بعد التخرج وقبله (الشيخي، 2011).

بالإطلاع على مجتمع بحث علمي، يشمل دراسات، وكتبا منشورة، وأطاريح جامعية عدة، شهدت دراسات العلاقات العامة الفلسطينية نموا مطردا خلال السنوات الأخيرة، فهناك تراكم في البحوث العلمية على مستوى الرسائل العلمية (في درجتي الماجستير والدكتوراه) بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية إلى جانب الإهتمام بالبحوث العلمية، ونشرها في الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في الإعلام، إضافة إلى البحوث التي قدمت في المؤتمرات. وحرصاً على متابعة التطورات في دراسات العلاقات العامة المعاصرة، والإرتقاء بالبحث العلمي في جامعة النجاح الوطنية، تأتي هذه الدراسة لترصد أهم المواضيع البحثية لأطاريح الباحثين في ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، ومعرفة تأثير الإتجاهات البحثية تلك في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية، إضافة إلى المساهمة في دعم الجهود المبذولة لوضع خريطة بحثية مستقبلية تساهم في تقليص الفجوة المعرفية، وتعالج في الوقت نفسه إحتياجات العلاقات العامة الفلسطينية على المستويات المعرفي، والمنهجي، والأكاديمي من جانب، والمهني من جانب آخر.

1.2 العلاقات العامة

نشأة العلاقات العامة وتطورها

حقيقة الأمر أن العلاقات العامة موجودة منذ القدم مع اختلاف مسمياتها وطرق ممارستها، تؤكد الكثير من الآثار التي تركتها الحضارات العربية في العصور القديمة على ممارسة الإتصال الجماهيري لنشر ثقافة كل حضارة، وإيصال آراء الحكام للشعوب، على سبيل المثال: استخدم الفراعنة أوراق البردي وسيلة للإعلان عن إنجازاتهم الحضارية والمعمارية في مواسم الزراعة والحصاد؛ لنشرها بين أنحاء البلاد كافة، واهتموا بالتبادل التجاري مع الشعوب المختلفة كنوع من الإتصال بين المجتمعات. واستخدم حكام بابل في العراق القديم العديد من الألواح المكتوب عليها للتواصل مع أفراد الشعب، وتدوين الأفكار، وتسجيل الأحداث، والإنتصارات العسكرية، واستخدم الآشوريون اللوحات المصورة للاتصال الجماهيري. برزت العلاقات العامة بشكل أوضح في العصور الوسطى الإسلامية التي اتبعت أساليب

البرهان، والإفناع لنشر الدعوى الإسلامية، فقد حرص رسولنا الحبيب على الشورى في الحكم، ومعاملة الناس بالحسنى، والإستماع لهم، وكان عليه أفضل الصلاة والسلام لين القلب، صبوراً، يحرص على مشاورة أصحابه في مكائد الحرب، وعند لقاء العدو، ونستدل على ذلك من قوله تعالى: ﴿فِيمَا رَحِمَهُ مِّنَ

اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا

عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾ [آل عمران: 159]. في أوائل القرن العشرين تم تأسيس

أول مكتب عالمي للعلاقات العامة على يد "إيفي لي" والصحفي "جوزيف باركر" في نيويورك عام 1906 حيث كانا يعملان في مجلة "World"، وفي نهاية الحرب العالمية الثانية عام 1945 تطورت العلاقات العامة في مختلف أنحاء العالم، وبرزت المكاتب والهيئات المتخصصة بإدارة العلاقات العامة (بخوش، 2012).

يلاحظ من الرجوع لتاريخ الحضارات أن العلاقات العامة نشأت منذ ولادة الإنسان مع اختلاف مسمياتها وطرق ممارستها، وتطورت مع تطور العصور، وتقدم التكنولوجيا، وبرزت حاجة المؤسسات، ومختلف القطاعات لإدارة العلاقات العامة حتى أصبحت علما يدرس للأجيال، وتقوم عليه الأبحاث، وتوضع له المبادئ، والقواعد؛ ليتمكن خريجو هذا العلم من ممارسة مهنة العلاقات العامة بالشكل الصحيح الذي يترك أثرا مرئيا، وملموسا في مؤسسات المجتمع المختلفة.

مفهوم العلاقات العامة

عند البحث في مصطلح العلاقات العامة نجد الكثير من الجدل المثار حول أول من استخدم هذا المصطلح، فيرى البعض أن رئيس الولايات المتحدة الأمريكية الثالث "توماس جيفرسن" استعمل مصطلح العلاقات العامة عام 1802، والبعض أرجع استخدام المصطلح لمحامي أمريكي يدعى "دورمان ايتيون" خلال محاضرة له في جامعة ييل عام 1882 تحت عنوان "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية".

لكن الحقيقة أن مفهوم العلاقات العامة ظهر لأول مرة في القرن العشرين على يد "إيفي لي" مؤسس هذا العلم (بخوش، 2012).

أوضح جرادات والشامي (2009) بأنه لا يوجد تعريف جامع للعلاقات العامة، إلا أنه بنظرهما أن العلاقات العامة تعتبر من الوظائف المهمة لأي مؤسسة حتى تتمكن من بناء العلاقة وتوطيدها مع المجتمع المحلي والعاملين؛ لإنشاء صورة إيجابية في أذهان الجماهير وتدعيمها بناء على التعامل الإنساني والأخلاقي السليم، من خلال الرسائل الإتصالية ووسائل الإعلام المناسبة والمتاحة، التي من شأنها نقل آراء الجمهور، ورغباتهم إلى إدارة المؤسسة بشفافية وموضوعية، باعتبارها نشاطا إتصاليا ذا اتجاهين (دراغمة، 2011، صفحة 139). ترى الباحثة في ضوء ما ذكر أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية، مهمتها تكوين صورة وسمعة جيدتين للمؤسسة، وبناء العلاقات الحسنة مع الجماهير، من خلال الإتصال ثنائي الإتجاه، كما يشير إلى أهمية الشفافية والموضوعية في إدارة العلاقات العامة.

وقد ناقشت العديد من التعريفات العديد من أدوار العلاقات العامة حتى سمعة المؤسسة، تعتقد هذه المجموعة أن: "العلاقات العامة تتعلق بالسمعة - نتيجة ما تفعله، وما تقوله، وما يقوله الآخرون عنك. ممارسة العلاقات العامة، هي الانضباط الذي يُعنى بالسمعة - بهدف كسب الفهم، والدعم، والتأثير في الرأي، والسلوك. إنه الجهد المخطط والمستدام لتأسيس والحفاظ على حسن النية، والتفاهم المتبادل بين المنظمة والجمهور لذلك، كخلاصة، فإن العلاقات العامة، هي جميع استراتيجيات التواصل التي تستخدمها المنظمة للتأثير في رأيها العام، وكسب دعمها، والتفاهم المتبادل بهدف تحقيق هدفها، والدفاع عن سمعتها، أو صورتها التنظيمية.

وتعرف العلاقات العامة اصطلاحاً بأنها "فن التعامل الناجح الذي يقوم على أسس علمية مع الأفراد والجماعات داخل المنظمة وخارجها بطريقة واعية متبادلة، لتحقيق أهداف الهيئة، أو المنشأة، أو الفكرة، مع مراعاة القيم الأخلاقية والقوانين، والمعايير الإجتماعية، والتقاليد السليمة السائدة" (نوير، 2020،

صفحة 35). يشير هذا التعريف إلى أن العلاقات العامة علم وفن في آن واحد، للعمل من أجل استمرارية المنشأة، وتحقيق أهدافها بجانب اتباع الإجراءات القانونية، ومراعاة العادات الاجتماعية للناس.

بينما عرفها جرادات (2019) بأنها "نشاط يهدف إلى تحقيق وخلق تعاون وتفاهم متبادلين بين المؤسسة و جماهيرها" (جرادات، 2019، صفحة 10). ويعرف معهد العلاقات العامة البريطاني: "العلاقات العامة بأنها جهود مقصودة، ومخططة، ودائمة تهدف إلى بناء حالة الفهم المشترك بين المؤسسة، وجمهورها، والمحافظة عليها" (عياد، 2019). يشير هذا التعريف إلى أن العلاقات العامة، هي مجموعة الجهود المستمرة، والمنظمة، التي تهدف إلى تحقيق الفهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها.

أما الإتحاد الوطني الأمريكي للعلاقات العامة فعرفها، بأنها: "وظيفة إدارية مخططة، ومنهجية للمساعدة في تحسين، وتطوير البرامج التي تقدمها المؤسسة، معتمدة على عملية إتصال ذات إتجاهين، بهدف التنمية، وتنشيط فهم أفضل لدور سياسات المؤسسة" (العدوي ، 2011، صفحة 16). يشترك هذا التعريف مع جرادات والشامي (2009) في جعل العلاقات العامة وظيفة إدارية، مع التركيز على الإتصال الثنائي.

كما تعرف العلاقات العامة بأنها " إقامة علاقات حسنة بين المنظمة وعمالها الداخليين والخارجيين، مبنية على التفاهم والثقة المتبادلتين، والعمل على تكييف المنظمة حسب الظروف البيئية المحيطة بها (أنمار، 2016، صفحة 44).

حسب تعريف إمام: إن العلاقات العامة تعتمد على الإتصال الأحادي، بينما أشار الإتحاد الوطني الأمريكي للعلاقات العامة أن العامل الأساس للتواصل، هو الإتصال ذو الاتجاهين. وهذا يبرز تعدد التعريفات للعلاقات العامة، وتضاربها أحيانا، ما يؤكد أنه لا يوجد تعريف مشترك للعلاقات العامة.

وبحسب تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها: وظيفة إدارية مستمرة، ومخططة تحاول المنظمات العامة والخاصة من خلالها تحقيق التفاهم، والتأييد، وكسب ثقة أولئك الذين تتعامل معهم، أو يمكن أن تتعامل معهم في الحفاظ على هذه الثقة، ويتم ذلك من خلال تقييم الرأي العام المتعلق بها، والعمل على التكيف في سياساتها، وتصرفاتها مع اتجاهات الجماهير المختلفة، للوصول إلى تطبيق برامج الإعلام الشامل، وتكوين تعاون فعّال يؤدي إلى تحقيق المصالح المتبادلة جميعها (رحال، 2015، صفحة 23).

وقال إدوارد بيرنيز: إن "العلاقات العامة، هي وظيفة إدارية تتضمن جدولة المواقف العامة، وتحديد السياسات، والإجراءات، والمصالح الخاصة بمنظمة يتبعها تنفيذ برنامج عمل، لكسب فهم الجمهور وقبوله". عرف جيمس إي غرونينغ، وتود هانت "العلاقات العامة: على أنها إدارة الإتصال بين المنظمة، والجمهور" (Heath , 2005)

والعلاقات العامة: هي أيضًا جهود منظمة لكسب تعاون مجموعات من الناس: العلاقات العامة تساعد المنظمات على التواصل بشكل فعّال مع جمهورها الأساس (Harrison, 2001) بينما يرى كوتليب وسنتر وبروم (1994) إن للعلاقات العامة دورا مؤثرا في الرأي العام، فقد رأوا أن: "العلاقات العامة محاولة للتأثير في الآراء من خلال حسن الخلق، والأداء المسؤول على أساس التواصل الثنائي المرضي المتبادل" (Lin, 2007, p. 14).

أجمعت غالبية التعريفات السابقة على وصف العلاقات العامة بالوظيفة التي لها مهام عدة، ومن أهمها إدارة الاتصال والتواصل مع جماهير المنظمة، وكسب الثقة، وبناء الصورة الإيجابية، والحفاظ على سمعة المنشأة، والتأثير في الرأي العام، من خلال وسائل الإتصال والإعلام الملائمة. من وجهة نظر الباحثة العلاقات العامة علم، وفن، وعمل، فهي علم قائم على النظريات، والبحث عن حلول المشكلات، والكشف عن أية أزمات قد تواجه المؤسسة، وإجراء الأبحاث، ووضع الخطط لنجاح المؤسسة واستمراريتها. وفن التعامل مع الجماهير، وكسب ثقتهم.

ترى الباحثة أن معظم التعريفات السابقة تناقش الأدوار الرئيسة للعلاقات العامة، أو المهام التي تقوم بها، بدلا من محاولة البحث في تعريف عبارة العلاقات العامة، فبالرجوع لمعاجم اللغة نجد أن كلمة علاقة اصطلاحا تعني الأمر المشترك بين الشئيين، من هنا ندرك أنها، تعني إرتباطا بين شئى معين قد يكون مؤسسة، أو دولة وغيرها، وبين الجماهير العامة.

وظائف العلاقات العامة

تقوم العلاقات العامة بوظائف عدة في المؤسسات، تتمثل في: معرفة آراء الجمهور، وتحليلها، ووجهة نظر الرأي العام تجاه المؤسسة، وعلامتها. وضع إستراتيجيات ترويجية تستخدم وسائل الإعلام لتوضيح، وبيان نشاطات وأهداف المنظمة، إضافة إلى كتابة بيانات صحفية تعمل على توجيهها لجمهورها، وغير ذلك من أساليب الترويج. إنشاء محتوى يعمل على وضع إستراتيجيات، وأهداف تقوي العلامة التجارية للمؤسسة. وضع أنشطة، وتنفيذها تعمل على توعية الجماهير، وتمكين العلاقات الإعلامية، ووضع إستراتيجيات من شأنها إدارة الأزمات المختلفة. نشر الوعي للجمهور حول وسائل التواصل وعن العلامة التجارية. إرشاد الموظفين في المؤسسات بالمسؤوليات، وطريقة القيام بالأعمال، وكيفية التعامل مع المؤسسات حول السياسات الإجتماعية، والعديد من السياسات الأخرى....كتابة النشرات، والخطابات، ومحتوى الويب، إضافة إلى متابعة مواقع التواصل للمؤسسة، والتفاعل، والرد على الجماهير، وتشكيل خلية أزمة، والعمل على بناء شراكات مع المستثمرين، وتقديم التقارير بشكل دوري (Pahawa, 2020).

أهداف العلاقات العامة

للعلاقات العامة العديد من الأهداف التي تسعى إلى كسب ثقة الجمهور، وتكوين صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، ومواجهة الأزمات المختلفة. وتتمثل الأهداف الرئيسة للعلاقات العامة في دعم سياسات المنظمة، وزيادة دعم الجمهور لها. التنبؤ باتجاهات الجمهور، وتقييمها، والإستجابة لها. تشكيل نظام تحذير مسبق للمؤسسة بشكل يسهل على الإدارة القيام بأعمالها.

تنشيط التواصل بين الادارة العليا والإدارة التنفيذية وبالعكس. مواجهة الأزمات التي تتعرض لها المنظمة، سواء الأزمات الداخلية، والخارجية.زيادة ثقة الجمهور بالمؤسسة، ودعم صورتها أمامهم من أجل الاستمرار والبقاء (كنعان ، 2017، الصفحات 9-10).

فأهداف العلاقات العامة تتمحور في مجملها في تكوين صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة، وذلك من خلال تحقيق الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي، وكسب ثقة الجمهور الخارجي، وينعكس ذلك على بناء سمعة طيبة، تعزز القدرة التنافسية لهذه المؤسسة، وتجعلها الخيار الأول للجمهور الخارجي (رضوان، 2012).

خصائص العلاقات العامة

أوضح صلاح الدين (2018، ص664) خصائص العلاقات العامة كما يأتي:عملية مخططة: وهي بأن العلاقات العامة عملية تخطيطية ومنظمة، غير عشوائية، للوصول للأهداف المنشودة لملاءمة أغراضا محددة، ونشاطاً اجتماعياً، وإتصالياً. الخاصية الثانية هي المسؤولية الاجتماعية: تعني أن العلاقات العامة لا تعد نشاطاً أحادي الفائدة للمؤسسة، أو المنظمة، أو الشركة فقط، وإنما تحاول الموازنة أيضاً فيما يخدم مصالح المجتمع، والبيئة المحيطة، والعملاء.أما الخاصية الثالثة تعتبر العلاقات العامة إتصالياً ذا اتجاهين: وهي بأن العلاقات العامة ليست إتصالياً أحادي الاتجاه، وإنما إتصالياً ذا اتجاهين بينها وبين الرأي العام. الخاصية الرابعة هي الصدق: أي أن العلاقات العامة يجب أن تتبنى مبدأ الصدق في عملها، وتبتعد قدر المستطاع عن المراوغة. خامسا، الأداء الجيد: وهو الدور الذي يقع على عاتق العلاقات العامة تجاه المنظمة، أو المنشأة التي تعمل لديها لكسب ثقة عملائها و جماهيرها. الخاصية الخامسة هي المشاركة والحوار: حيث تقوم العلاقات العامة على مبدأ تكوين بيئة ودية متفاهمة تقوم على الحوار والإنسجام والتفاهم، وتبادل الآراء مع الجمهورين الداخلي والخارجي؛ لتحقيق الصورة الذهنية الجيدة (أنمار، 2016).

وقد أصبحت العلاقات العامة في العصر الحديث أداة فعالة عملية وعلمية، إذ لا يمكن التغاضي عنها وعن دورها المهم الذي تقوم به؛ لأنها تحقق الأهداف في مختلف المجالات، وتتغلغل في مختلف الميادين الحياتية، فضلا عن أنها تحقق مبدأ التفاهم بين المؤسسات و جماهيرها المختلفة (حاج أحمد، 2010، صفحة 35).

العلاقات العامة في الممارسة المهنية

إن التطور التكنولوجي والتقني المواكب للعصر، أدى إلى تعقيد أعمال المنظمات، وزيادة تخصصاتها، حيث أصبح الفرد عاجزا عن الإلمام بطبيعة أعمالها دون وجود نظام، أو تخصص يوفر المعلومات التي يحتاجها، وباللغة التي يسهل التواصل بها، سواء كان الفرد من داخل المؤسسة، أو من خارجها، من هنا يتضح أهمية عمل العلاقات العامة القائم على الإتصال بين المؤسسة و جماهيرها بشكل أساس بناء على الصدق، والثقة، والتفاهم.

ومثلما اختلف الخبراء في صياغة مفهوم العلاقات العامة، برز الإختلاف أيضا في الحياة العملية، والتسمية الوظيفية، فالعلاقات العامة سواء في القطاع الحكومي أو الخاص، تمارس تحت مسميات عدة منها، المعلومات العامة، والشؤون العامة، والإعلام والاستعلامات، وركن الاتصال، وغير ذلك من المسميات، وهذا الاختلاف في التسمية ليس غريبا، فهو نتيجة كون العلاقات العامة أحد فروع العلوم الإجتماعية التطبيقية التي من الصعب تحديد تعريف لها صالح لكل زمان ومكان، كونها ترتبط بالفرد، والمجتمع، وما يطرأ عليه من تغيرات (درار و الدناني ، 2020).

وفي دراسة أجراها "إدوارد روبينسون" رئيس قسم البحوث في المعهد الأمريكي للعلاقات العامة، على ممارسي العلاقات العامة في مؤسسات الأعمال ذات الأنشطة المختلفة، توصل إلى ست عناصر أساسية يجب توافرها في مهنة العلاقات العامة، وهي: أولا: الإتصال، هو الوظيفة الأولى لممارسي العلاقات العامة، وقصد بالإتصال الإعلام الصاعد، والهابط بين المؤسسة، و جماهيرها الداخلية والخارجية، سواء

عن طريق البحوث، أو رسائل المؤسسة الموجهة إلى جماهيرها، لكسب ثقتهم وتأييدهم. ثانياً: ضرورة فهم سلوك البشر، باعتباره العامل الرئيس للدراسات الإجتماعية، والنفسية. ثالثاً: قدرة موظف/موظفة العلاقات العامة على التخطيط، والتدريب على مهارات الإدارة، والتنسيق، وهذا يتطلب توفر خلفية علمية في إدارة الأعمال. رابعاً: أهمية عمل العلاقات العامة جنباً إلى جنب مع الإدارة العليا، وذلك لتتسق سياسات المؤسسة مع برامج العلاقات العامة، حيث أن سياسات المؤسسة ينبغي أن تصب في مصالح الجماهير. خامساً: تحلي العلاقات العامة بالأخلاق، ومراعاة المعايير الإجتماعية السائدة. سادساً: أهمية، وضرورة توفر رجع الصدى للبرامج، والأعمال التي تمارسها العلاقات العامة، بهدف تقويم فاعليتها في تحقيق الأهداف، ومعالجة المشكلات (عجوة، 2008).

ومن خلال دراسة "روبينسون" السابقة استخلص التعريف الآتي للعلاقات العامة: العلاقات العامة كعلم إجتماعي، وسلوكي، وتطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن قياس، وتقويم، وتفسير اتجاهات الجماهير المتصلة بالمنظمة، ومساعدة الإدارة في الوصول لأهدافها من خلال زيادة التفاهم بين المنظمة، وجماهيرها، وقبول هذه الجماهير لخدمات ومنتجات المنظمة، مع أهمية تحقيق التوازن بين مصالح المنظمة، ومصالح الجماهير، كما تتضمن تخطيط، وتنفيذ، وتقويم البرامج التي تهدف إلى كسب رضا الجماهير، ونفاهمها مع المنظمة، والعاملين فيها (عجوة، 2008).

وترجح الباحثة أن هذا التعريف هو الأقرب في تحديد وظائف العلاقات العامة، كونه استند إلى أساس علمي من خلال الدراسة التي أجراها "روبينسون"، ويشير التعريف إلى العناصر الآتية في مهنة العلاقات العامة: العمل بما يخدم المصلحة المتبادلة، مراعاة القوانين، والمعايير الأخلاقية، والإتصال الثنائي، تعاون العاملين جميعهم في تحقيق أهداف المنظمة، أهمية إتباع الأسس العلمية في عمل العلاقات العامة، متابعة تنفيذ الخطط المرسومة، وأهمية العمل بشكل يتلاءم مع علم الإدارة. ويصب هذا التعريف في التأكيد على أن العلاقات العامة علماً، وفناً، إلى جانب كونها وظيفة.

1.3 الإتجاهات البحثية في بحوث العلاقات العامة

لذا يعتبر الاهتمام بالمستقبل شيئاً مميزاً، أو سمة بشرية ظهرت منذ فجر التاريخ، وبهذا كان للفلاسفة والمؤرخين دوراً كبيراً في الماضي، في الإغلاء من شأن التفكير بالمستقبل بصورة مباشرة وغير مباشرة، وبهذا اهتم البشر دائماً بالمستقبل، وكان ذلك ظاهراً بوضوح في الحضارات القديمة كلها، حيث سعت بهذا إلى تطوير وسائل التنبؤ، وأساليبه بالمستقبلات. حيث تعتبر الدراسات المستقبلية محاولة لاستكشاف المستقبل وفق الأهداف والخطط، وهي ليست نتاجاً للتقدم العلمي الحديث، بل هي جزء من الثقافة البشرية وتفسير للعملية المستقبلية (العجمي، 2019).

فقد أصبح البحث العلمي يشكل سمة العصر الراهن، وقد زادت أهمية البحوث العلمية منذ خمسينيات القرن الماضي بحيث أصبحت ركيزة أساسية في تشكيل خطط التنمية الشاملة وتطويرها، كما أصبحت آمال المجتمع في الرقي، والتقدم في مختلف القطاعات معلقة على البحث العلمي فيما يقدمه من دراسات وبحوث علمية أصيلة يقوم بها أعضاء هيئة التدريس بالجامعات والباحثون والمهنيون، ولا شك في أن البحث العلمي ركن أساس من أركان علم المكتبات والمعلومات، إذ يقع عليه الدور الأكبر في إرساء أسس هذا العلم ونظرياته وفلسفته، وبيان دوره في خدمة المجتمع، فضلاً عن إضافة الجديد إلى معارفه والمساهمة في التغلب على المشكلات والصعوبات التي تواجه العاملين في مرافق المعلومات بمختلف فئاتها (مرسي، 2020، صفحة 150).

وبهذا تعد الرسائل الجامعية أحد أهم مصادر المعلومات، وترجع أهميتها إلى سببين رئيسيين؛ يتمثل الأول منهما في: كونها ثمرة جهدٍ علمي أصيل بذل لسنواتٍ عديدة من أجل دراسة موضوع غير مسبق دراسته، أو استكمال لجهد سابق يتناول بالبحث ما استجد في هذا الموضوع، أما السبب الثاني: فيرجع إلى كونها جهداً أكاديمياً يتبع منهجاً علمياً في إعدادها، كما يُشرف عليه ويُحكّمه أساتذة متخصصون في المجال الموضوعي للرسائل تلك. ولما كانت الرسائل الجامعية أحد الروافد المهمة التي

يمكن استغلالها من أجل إيجاد حلول لمختلف المشكلات التي تواجه المجتمعات والتخصصات العلمية، أصبح من الأهمية بمكان ضرورة التحقق من أن الجهود تلك التي تبذل من أجل إعداد هذه الرسائل العلمية تعالج مختلف الإتجاهات الموضوعية، التي من شأنها أن تساهم في علاج المشكلات التي تواجهها التخصصات والمجتمعات، وتلبي محاور الخطط البحثية للتخصص في الجامعات المختلفة، وتواكب الإتجاهات الموضوعية العالمية، فتعرف الرسائل الجامعية بمعجم Harrods's لاختصاصي المكتبات بأنها الأطروحات، أو الدراسات التي تُعد شرطاً لمنح درجة علمية، أو الحصول على شهادة (محمد، 2021، صفحة 424).

وتزداد أهمية إعداد بحوث العلاقات العامة، مع التطورات التكنولوجية، والعصرية، التي تواكب حاجة المؤسسات، والقطاعات المختلفة لوظيفة العلاقات العامة، التي تعود ممارستها بالفوائد الكثيرة على المؤسسات، من خلال إدارة الأزمات، والإتصال والتواصل، وتشكيل الصورة الذهنية، وفن التعامل مع الجماهير، وغيرها من وظائف العلاقات العامة، التي كلما كانت ممارستها نابغة من أسس علمية، ونظرية، زاد نجاح التطبيق العملي.

1.4 جامعة النجاح الوطنية

تعد من أبرز وأكبر وأقدم الجامعات الفلسطينية، تقع في مدينة نابلس شمال الضفة الغربية المحتلة، وهي كذلك تعد من إحدى أكبر الجامعات من حيث عدد الطلبة، كانت في بداية تأسيسها عام 1918 مدرسة ابتدائية، ثم تطورت بشكل كبير وملحوظ الى أن أصبحت إحدى أهم وكبرى الجامعات الفلسطينية التي تستقبل الطلبة من جميع أنحاء فلسطين، وبعض الدول العربية، خرّجت الجامعة العديد من الشخصيات، الذين كان لهم دور عظيم للقضية الفلسطينية، تحوي الجامعة أكثر من 80 برنامج بكالوريوس، و54 للدراسات العليا، وبرامج عدة للدكتوراه (جامعة النجاح الوطنية، 2019).

لمحة عن الجامعة

جامعة فلسطينية توجد في مدينة نابلس وفرع آخر في مدينة طولكرم، وهي من أكبر جامعات فلسطين من ناحية عدد الطلبة. وللجامعة أدوار بارزة في فلسطين على المستويات السياسية والاقتصادية، وفيها تخرج عدد من الشخصيات، الذين كان لهم الأثر في القضية الفلسطينية (جامعة النجاح الوطنية، 2019).

وتقدم الجامعة تعليماً له مميزات بمستوى عال، وعملت من خلال ثلاثة وستين سنة شريكا في التطوير على المستوى المحلي والإقليمي، وأسهمت في الإبقاء على معايير التعليم بوساطة كفاءات تعمل بالجامعة. وتسعى إلى إعطاء طلبتها المساحة اللازمة لتزويد أنفسهم بالمعارف القيمة، والقدرات على إكتشاف مواهبهم، وتطويرها، وتميئتها. ليصنعوا بصمة مميزة بخريطة الإبداع. هذا وتتميز الجامعة بخمسة مرافق وهي: الحرم القديم، والحرم الجديد، وكلية هشام حجاوي، وكلية الزراعة والطب البيطري -خضوري، ومستشفى النجاح الوطني الجامعي، ويبلغ عدد طلبة الجامعة 23000 طالباً وطالبة من مدن ودول عدة، ويوجد فيها 11 كلية، 114 برنامج للبكالوريوس، 70 طليعة للماجستير، 9 للدكتوراه (مركز المعلومات الفلسطينية وفا ، 2022).

على مستوى البحث العلمي فلمكتبة الجامعة دور بدعم القاصدين لها، وتوفير بيئة ملائمة للبحث العلمي، ودعم خطط الجامعة المختلفة للرقى وتبادل المعارف، بحيث تحوي المكتبة على 269130 كتاباً ورقياً و566658 كتاباً الكترونياً، ولها اسهاماتها في دعم البحث العلمي، بحيث أن الأبحاث العلمية المنتجة في فلسطين ثلثها منها. وقد أضافت الجامعة تخصصات جديدة، ليكون هناك فرصة للطلبة لتنوع دراساتهم ومنها العلاقات العامة، والإذاعة والتلفاز، والتخطيط العمراني، وماجستير دراسات المرأة، ومختبر التقنيات الحيوية، الذي يحوي أحدث الأجهزة والتقنيات في العالم (مركز المعلومات الفلسطينية وفا ، 2022).

أهداف الجامعة

- تكوين طاقم بشري متميز جاهز للقيادة، وقدرتها على تطوير مجالات الحياة.
- تزويد طلبة الجامعة بالخبرات المميزة، التي تمكنهم من المنافسة على المستوى المحلي والعالمي.
- تطوير البحوث العلمية، وتوفير تنمية مستدامة للمجتمع، واحتياجاته في مناحي الحياة كافة، الإقتصادية والإنسانية.
- تطوير المعرفة البشرية، والمحافظة على إرث الشعب الفلسطيني (مركز المعلومات الفلسطينية وفا ، 2022).

قيم الجامعة

- تقوية القيم الوطنية.
- الشفافية، والإحترام، والتميز، والانتماء، والنزاهة (مركز المعلومات الفلسطينية وفا ، 2022).

تخصص ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الجامعة

يسعى برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة إلى بناء قادة مستقبليين في حقل صناعة العلاقات العامة في السوقين المحلية والإقليمية، وذلك من خلال تزويد الطلبة بالمعرفة النظرية المكثفة والمهارات العملية اللازمة، والتي تقود إلى درجة الماجستير في مسارين بارزين في حقل العلاقات العامة وهما: إدارة العلاقات العامة، والإتصال المؤسستي. ولتحقيق ذلك يسعى البرنامج إلى توسيع مدارك الطلبة بتاريخ حقل الإتصال والعلاقات العامة، وأخلاقياته، والأسس النظرية والمفاهيمية. وكذلك يهدف البرنامج إلى تزويد الطلبة بالمهارات اللازمة، والتي تمكنهم من الإتصال بوسائل الإعلام المختلفة بفاعلية في الأوضاع الإقتصادية، والسياسية، والإجتماعية، ومخاطبة الجمهور (جامعة النجاح الوطنية ، 2022).

إضافة إلى ذلك، يسعى البرنامج إلى تعميق مهارات الطلبة في التفكير النقدي باعتباره شرطاً أساسياً للإتصال الفاعل، وتوقع المشكلات المستقبلية، وتصور الخطط الإتصالية والإستراتيجية المناسبة لإدارة مختلف أنواع الأزمات ومعالجتها. كذلك يعمل البرنامج على تعزيز المهارات النظرية والعملية لإدارة العلاقات الإعلامية، وفهم حاجات المجتمع وتوقعاته، والرأي العام، والمقدرة على جمع البيانات من أجل وضع الخطط الإتصالية الإستراتيجية، وإدارة السمعة، والتعامل مع وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات للترويج والمناصرة. ويعتمد البرنامج طرقاً متعددة في التعليم والتعلم من بينها: محاضرات دراسية، ونقاشات صفية، وورشات عمل، إضافة إلى عقد مؤتمرات على المستويات المحلية، والإقليمية، والعالمية. وكذلك يعمل البرنامج على توفير أحدث المصادر والمراجع العلمية في حقل العلاقات العامة والإتصال، والأبحاث الأكاديمية والإشتراك في المجالات، والدوريات العربية، والعالمية. كما يستخدم البرنامج الطرق الحديثة في التعلم والتعليم، ومن بينها: استخدام شبكة الإنترنت، والتعامل مع أحدث التقنيات والأدوات التكنولوجية (جامعة النجاح الوطنية ، 2022).

1.5 أطاريح ماجستير العلاقات العامة

أطروحة/رسالة: "هي تقرير كامل ومنظم، كما أنها معالجة مكتوبة، لموضوع أو تخصص، حول موضوع معين يكتبه طالب الدراسات العليا تحت إشراف أكاديمي متخصص، وتقدم لنيل درجة علمية في الجامعة سواء كانت ماجستير، أو دكتوراه" (الخطيب، 2009، صفحة 159).

1.6 حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يأتي:

الحد الموضوعي: تناقش هذه الدراسة تأثير الإتجاهات البحثية في أطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لخريجي جامعة النجاح الوطنية للأعوام (2020-2023). من خلال تحليل مضمون رسائل طلبة تخصص العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

الحد الزمني: تتحدد هذه الدراسة برسائل طلبة الماجستير لتخصص العلاقات العامة المعاصرة خلال الأعوام (2020-2023). وهي فترة جديدة بالدراسة بعد مرور ثلاثة أعوام على انطلاقة البرنامج، علاوة على أنها دراسة وليدة، لم يتم تناولها في دراسات الباحثين من قبل في حدود علم الباحثة.

الحد المكاني: شملت رسائل الماجستير تخصص العلاقات العامة المعاصرة لطلبة جامعة النجاح الوطنية - فلسطين، خلال الفترة الزمنية المحددة أعلاه، حيث تعتبر الجامعة الأولى الحاضنة للبرنامج، وهي إحدى أكبر الجامعات على مستوى الوطن.

الحد البشري: تستهدف الدراسة كلا من طلبة برنامج ماجستير العلاقات العامة، وأساتذته في جامعة النجاح الوطنية، وبعض المسؤولين عن دوائر العلاقات العامة في القطاعات الحكومية، والخاصة، والأهلية، الموجودة في الوطن.

1.7 الدراسات السابقة

اطلعت الباحثة على نوعين من أدبيات الدراسة حرصا على شمولية المعرفة بالمحاور ذات الصلة بمشكلة الدراسة، يمكن تقسيم هذه الأدبيات إلى قسمين: الدراسات العربية، والدراسات الأجنبية، لمواكبة التطورات العالمية في مجال الدراسة.

وأبرز ما يميز الدراسات العربية أنها تركز على المواضيع الآتية: التعليم، والكفاءة المهنية، وممارسة العلاقات العامة، والعلاقات العامة الرقمية، والإتصال المؤسسي، والإرتباط الوظيفي. وانحصرت بين الفترة الزمنية 2016-2023. أما الدراسات الأجنبية اتسمت بتحليل أطاريح خريجي دكتوراه العلاقات العامة، وخريجي برنامج العلاقات العامة في كل من إندونيسيا، وإسبانيا، والبرتغال، وتميزت عن الدراسات العربية باستخدام مصطلحات أخرى للعلاقات العامة مثل: الإتصال المؤسسي، والإتصال التنظيمي، وإتصال الشركات.

1.7.1 الدراسات العربية

دراسة الشنار (2023). بعنوان "اتجاهات الهيئة التدريسية لدى مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية نحو التعلم الإلكتروني ضمن جائحة كورونا: دراسة وصفية تحليلية". هدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات أعضاء منظومة التعليم العالي الفلسطيني في جائحة كوفيد-19، وقياس جودة استجاباتهم لها، وقياس درجة جودة مخرجات التعلم الإلكتروني المتوقعة من وجهة نظرهم. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بالاستناد إلى أداتي المقابلة، والاستبانة. وكانت عينة الدراسة مكونة من 214 عضواً من أعضاء الهيئة التدريسية، في سبع من الجامعات الفلسطينية. توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أبرزها: واجه معلمو التعلم الإلكتروني عقبات عدة منها: الوقت، والجهد اللازمين لاستخدام التعلم الإلكتروني أثناء الجائحة. ومن الجوانب الإيجابية للتعلم الإلكتروني آلية تسجيل المحاضرات. أهم ما أوصت به الدراسة: لا بد لمؤسسات التعليم العالي الفلسطينية إعداد خطة موحدة، ومفصلة لآلية التعلم الإلكتروني في حالات الطوارئ. وإيجاد طرقاً للدمج بين التعليم الإلكتروني، والتعليم الوجاهي في الأوقات الطبيعية، ما سيساعد على إزالة الخوف، وعنصر المفاجأة في حالة الطوارئ.

التعقيب على الدراسة: تشابهت الدراسة السابقة مع الحالية في المنهج المتبع، وهو الوصفي التحليلي، كذلك تتشابهان في أداتي المقابلة، والاستبانة. بينما يوجد اختلاف في طريقة التحليل، فدراسة الدكتور سمر الشنار اعتمدت على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، للبيانات المجمع من الاستبيان، في حين تعتمد الدراسة الحالية على استمارة تحليل المضمون لرسائل طلبة ماجستير العلاقات العامة. لقد أفادت الدراسة السابقة الباحثة في إختيار النظرية البحثية، وهي البنائية في التعلم. أهم ما تضيفه الدراسة الحالية على مخرجات الدراسة السابقة هو دراسة أثر التعليم في الطالب بممارسة مهنة العلاقات العامة، وهذا يضيف بعداً حيوياً للعملية التعليمية، من خلال ما يتوقع أن تصل إليه هذه الدراسة من مخرجات تساعد في تطوير آلية التعليم في الجامعات.

دراسة الجعيد ويوسف. (2020). بعنوان "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية". هدفت الدراسة إلى تحديد اتجاهات ممارسي العلاقات العامة السعوديين نحو المعارف، والمهارات، والكفاءات المطلوبة لممارسة العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية. وهي دراسة وصفية اعتمدت على المنهج الكمي في جمع البيانات، وتحليلها. وقد تكونت عينة الدراسة القصدية من 172 مبحوثاً من ممارسي العلاقات العامة، والمشرفين، والاستشاريين، والمديرين من كلا الجنسين، وفي القطاعات جميعها. ورأى غالبية المشاركين في الاستطلاع، أن العلاقات العامة تتطلب المعرفة، والفن، والموهبة في آن واحد، بنسبة 77.9%. وكانت المصادر الأكثر استخداماً للممارسين للحصول على الخبرة، والمعلومات في مجال العلاقات العامة هي الإنترنت (41.9%)، تليها الدورات التدريبية (27.3%)، وأخيراً المجلات العلمية (9.3%). وفي ختام الدراسة الاستقصائية، تم تقديم التوصيات الآتية: إطلاق دراسة استقصائية على المستوى الوطني لتحديد الوضع الحالي للمهارات العملية للممارسين، وتطوير برامج التعليم، والتدريب، في مجال العلاقات العامة، مع التركيز على المعلومات، والنظريات، والنماذج المهنية.

التعقيب على الدراسة: سعت الدراسة السابقة إلى الربط بين المحاور الثلاث، المرتبطة بالممارسة المهنية في مجال العلاقات العامة، والتي تتمثل في المعرفة، والمهارة، والكفاءة المهنية، من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة، وقد أفادت الدراسة الحالية من هذه المحاور في تحديد الإطار النظري العام، وما أضاف بعداً آخرًا للدراسة الحالية أنها تحاول الكشف عن واقع مهنة العلاقات العامة في ظل التطور التعليمي الحاصل، أفادت الدراسة الباحثة في اختيار نظرية الدراسة، التي تشابهت فيها الدراسات، وهي نظرية الامتياز. بينما اختلفت الدراسات في المنهج المتبع، بين الوصفي الكمي في دراسة الجعيد، ويوسف، واعتماد الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، كما اختلفت الدراسات في مجتمع الدراسة، وعينته.

دراسة المديفر وآخرون. (2020). بعنوان "الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة: ورقة تحليلية من المستوى الثاني". هدفت الدراسة التعرف إلى مدى إنعكاس التطور في ثورة المعلومات والاتصالات على دراسات العلاقات العامة المحلية والدولية من خلال رصد الإتجاهات البحثية وتحليلها، والمداخل النظرية، والأطر المنهجية لعينة الدراسة. تعد الدراسة وصفية تحليلية باتباع المنهج الوصفي التحليلي، وباستخدام أداة التحليل من المستوى الثاني، ولتحقيق ذلك اختار الباحثون عينة عمدية قصدية تمثلت في 26 دراسة من مجتمع بحث شمل بحوث العلاقات العامة والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد خلال عام 2014. أبرز ما توصلت إليه الدراسة أن عينة الدراسات العربية في مجال العلاقات العامة الرقمية وصفية فقط، وتشتمت النظريات والمداخل المستخدمة فيها. بينما عينة الدراسات الدبلوماسية الرقمية تميزت بالرسوخ وبالتماسك والتراكم المعرفي المنظم. خرجت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها: أن على المتخصصين في العلاقات العامة إعادة النظر في الاستراتيجيات الإتصالية في ظل التطور التكنولوجي الرقمي. كما أوصت بضرورة دمج الدبلوماسية العامة في حقل العلاقات العامة الدولية؛ لما له من أهمية في عصر المعلومات.

التعقيب على الدراسة: تشابهت الدراسة السابقة مع الحالية في المنهج الوصفي التحليلي، واختلفتا في الأداة، والعينة، والمجتمع البحثي، وأيضاً سلطت الدراسة السابقة الضوء على العلاقات العامة الرقمية، بينما تحلل الدراسة الراهنة 81 رسالة لخريجي برنامج ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية. أفادت الباحثة من الدراسة السابقة الاطلاع الموسع على أهم النظريات، والمناهج المستخدمة في أبحاث العلاقات العامة.

قدمت الدراسة السابقة تحليلاً لعينة من الأبحاث العامة في مجال العلاقات العامة في ظل الرقمنة، من خلال عرض تلك الأبحاث ونقدها، دون التطرق لقياس أي متغيرات، وهذا ما عالجت الدراسة الحالية من خلال محاولة الكشف عن أثر التوجه البحثي لطلبة ماجستير العلاقات العامة في ممارستهم للمهنة.

دراسة عياد (2019). "الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية: دراسة تحليلية". هدفت الدراسة إلى مراجعة الأبحاث في العلاقات العامة الرقمية من بداية الألفية الثالثة، وتحديد أهم القضايا التي جاءت في هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها، والنظريات، والنماذج، والمناهج العلمية المعتمدة فيها. اعتمدت الدراسة المدخل النظري ل (Briner & Denyer, 2012) في المراجعة المنظمة للدراسات ذات الموضوع المحدد، والمدخل المتكامل الذي جاءت به ليز فيكتور. جاءت هذه الدراسة في إطار دراسات المستوى الثاني، أو ما يسمى بالمراجعة المنظمة لمجموعة من البحوث ذات الموضوع المحدد، حيث اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح الشامل في تحليل 115 بحثا منشورا في العلاقات العامة الرقمية في الفترة الزمنية (2000-2017). أبرز ما توصلت إليه الدراسة أن نسبة كبيرة من البحوث اعتمدت على تبني نظريات ونماذج تؤكد فاعلية العلاقات العامة تعتمد على إدارة علاقات متوازنة بين المؤسسة وجماهيرها مثل: نظرية الحوار، والامتياز، والنموذج المتماثل في الإتصال. كما توصلت إلى نتيجة مفادها: أن المناهج الكمية أكثر استخداما في بحوث العلاقات العامة الرقمية، وأهمها المنهج المسحي، ومنهج تحليل المضمون. أوصت الدراسة بإجراء المزيد من الأبحاث في مجال مراجعة الأبحاث المنشورة ضمن محاور وطرق مختلفة آخذة بعين الاعتبار الجماهير المستهدفة، وما سيتم تحليله من مضامين.

التعقيب على الدراسة: قدمت الدراسة السابقة نقدا نظريا لعينة من الأبحاث في مجال العلاقات العامة الرقمية، في ضوء التطور التكنولوجي الحاصل، الذي أصبح جزءا أساسيا من متطلبات سير الأعمال، فأفادت الباحثة من مخرجات الدراسة السابقة في وضع الإطار العام للجانب النظري، والاطلاع على أهم النماذج، والنظريات البحثية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة، وأثر نظرية التميز في كفاءة العمل. اختلفت الدراسات، في المنهج، والأداة، والنظرية البحثية. بينما تشابهتا في أسلوب المسح الشامل للعينة، وفي محاولة الكشف عن واقع الإتجاه البحثي في العلاقات العامة، لكن الدراسة السابقة لم تربط

الإتجاهات تلك بأية متغيرات، كالعمر، أو النوع الاجتماعي، أو الوظيفة، أو دوافع اختيار التخصص، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية معالجته.

دراسة عبد المعطي (2018). بعنوان "اتجاهات دراسات العلاقات العامة الرقمية بجامعة الأزهر". هدفت الدراسة إلى وصف، وتحليل ونقد دراسات وبحوث العلاقات العامة الرقمية لمرحلتى الماجستير والدكتوراه في جامعة الأزهر من أجل رصد حالة التحول من العلاقات العامة إلى العلاقات العامة الرقمية. اعتمدت هذه الدراسة الوصفية منهج المسح الإعلامي مستخدمة أسلوب البحث المقارن، وأداة تحليل المضمون. تمثل مجتمع الدراسة في الرسائل العلمية، وخطط البحث لدرجتي الماجستير والدكتوراه والبحوث المنشورة بمجلة البحوث الإعلامية بجامعة الأزهر لتخصص العلاقات العامة والإعلان جميعها، في الفترة الزمنية يناير 2007 - ديسمبر 2017، وبلغت عينة المسح الشامل 58 دراسة. أهم ما توصلت إليه الدراسة محدودية المواضيع التي تناولتها دراسات العلاقات العامة، وتحديدًا الرقمية حيث ركزت على موضوعات معينة، وأهملت موضوعات أخرى. تميزت البحوث المدروسة بالغموض وعدم وضوح المنهجية فيها. وقد أوصت الدراسة بالاهتمام بدراسة التأثيرات التكنولوجية في العلاقات العامة الرقمية، وضرورة تطوير المناهج البحثية، واستخدام مناهج تجريبية، ومناهج الدراسات التطورية.

التعقيب على الدراسة: أهم ما تشابهت به الدراسة السابقة مع الحالية، دراسة الإتجاهات البحثية لطلبة الدراسات العليا، لكن اختلفنا في الهدف الرئيس، فقد ركزت السابقة على رصد التحول من العلاقات العامة التقليدية إلى العلاقات العامة الرقمية، بينما تحاول الدراسة الحالية الكشف عن أثر التعليم العالي في ممارسة المهنة. اختلفت الدراسات في منهج البحث، وتشابهتا في أداة تحليل المضمون. أفادت الدراسة السابقة الباحثة في أهمية مخرجاتها التي شكلت إطارًا نظريًا مهمًا.

دراسة عباس وآخرون (2017). "تطور الإتجاهات البحثية في دراسات العلاقة بين الإتصالات الداخلية المؤسسية والإرتباط الوظيفي: رؤية نظرية". هدفت الدراسة إلى رصد تطور الدراسات العلمية المنشورة العربية والأجنبية حول العلاقة بين الإتصالات الداخلية، والإرتباط الوظيفي خلال الفترة (1990-2016). اعتمدت الدراسة منهجيا على أسلوب المسح التحليلي الشامل ضمن إطار دراسات المستوى الثاني (المراجعة المنظمة). تمثل مجتمع البحث للدراسة في الكتب، والأبحاث العلمية، والدراسات المنشورة العربية والأجنبية. أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج حدوث تطور في دراسات الإرتباط الوظيفي، وتحول الإهتمام من دراسة الجوانب الكمية لأثر الإتصالات الداخلية في الإرتباط الوظيفي إلى دراسة جوانب كيفية مثل: تأثير ثقافة المنظمة، وتأثير التكنولوجيا في كفاءة الإتصالات الداخلية للمؤسسة. كما توصلت إلى حدوث تحول من الإهتمام بقياس الرضا الوظيفي إلى تناول الأبحاث مفهوم الإرتباط الوظيفي للعاملين بالمؤسسات. وفي ضوء النتائج أوصت الدراسة بإجراء أبحاث حول استخدام وسائل التواصل الإجتماعي، والدور الذي تساهم فيه بتحقيق الإرتباط الوظيفي في المجتمع العربي. وأوصت بإجراء أبحاث مقارنة لدراسة العوامل التي تؤثر في الإرتباط الوظيفي في الشركات متعددة الجنسيات لمقارنتها بالشركات المحلية في المجتمعات العربية والأجنبية.

التعقيب على الدراسة: اختلفت الدراسة السابقة عن الحالية في مجتمع البحث، فتناولت أحد وظائف العلاقات العامة التي تقوم على الإتصال الداخلي، وعلاقته بالإرتباط الوظيفي، بينما تدرس الباحثة في الدراسة الحالية أثر الإتجاه البحثي لرسائل طلبة ماجستير العلاقات العامة بجامعة النجاح الوطنية في ممارسة مهنة العلاقات العامة. واختلفت الدراسات في طريقة التحليل حيث اعتمدت السابقة على التحليل الكيفي فقط، بينما جمعت الدراسة الحالية بين التحليل الكيفي والكمي. أهم ما أفادت منه الباحثة في الدراسة السابقة كيفية تقسيم محاور البحث، وربط النتائج مع الأسئلة البحثية، ومحاور التحليل.

دراسة منتصر (2016). بعنوان "الاتجاهات البحثية العربية والأجنبية في مجال العلاقات العامة الرقمية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني". هدفت الدراسة إلى رصد، وتحليل، وتوصيف إتجاهات البحث

العربية والأجنبية في مجال العلاقات العامة الرقمية خلال الفترة الزمنية (2000-2015). ولتحقيق ذلك الهدف إتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من المستوى الثاني باستخدام أداة تحليل المضمون. تمثل مجتمع البحث للدراسة في الدراسات العربية والأجنبية المنشورة وغير المنشورة المرتبطة بالويب، والإنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي. وتم اختيار عينة مسح شامل للأبحاث ذات الصلة المباشرة بموضوع البحث. أهم ما توصلت إليه الدراسة أن أولى اهتمامات الباحثين العرب والأجانب في أبحاثهم العلمية دراسة توصيف استخدام تكنولوجيا الإتصال بالمنظمات. وأيضا توصلت إلى انعكاس التطور الحاصل في التكنولوجيا على ممارسة العلاقات العامة. قدمت الدراسة مقترحات عدة لمواضيع بحثية مستقبلية منها: دراسة تقييم الممارسة المهنية من خلال الميديا الإجتماعية، واستخدام السياسيين لمواقع التواصل الإجتماعي تحديدا موقع تويتر.

التعقيب على الدراسة: ركزت الدراسة السابقة على تحليل الأبحاث العلمية في مجال العلاقات العامة الرقمية، فاختلفت عن الدراسة الحالية في موضوع البحث، ومجتمعه، والمنهجية المتبعة، بينما تشابهت الدرستان في توظيف أداة تحليل المضمون. أهم ما أفادت منه الباحثة من الدراسة السابقة كيفية استخلاص النتائج من الأداة المتبعة. كما أفادت الباحثة من نتائج الدراسة حول تأثير التكنولوجيا في ممارسة العلاقات العامة، والأخذ بعين الإعتبار توصيات الدراسة السابقة حول تقييم الممارسة المهنية.

1.7.2 الدراسات الأجنبية

دراسة Pavo (2021). بعنوان Collaborative learning for virtual higher education. الترجمة إلى العربية: التعلم التعاوني للتعليم العالي الافتراضي. يتمتع التعلم التعاوني بإمكانيات كبيرة في مجال التعليم العالي، حيث يعزز بناء المعرفة المشتركة وتطوير المهارات الاجتماعية والتفاعلية. يستكشف هذا البحث، من خلال ثلاث تجارب عملية، كيف يمكن دمج نموذج التعليم العالي الافتراضي للتعلم التعاوني، وتأثيراته. تشير الدراسة إلى أهمية التخطيط الجيد وتشكيل مجموعات تعاونية فاعلة،

وضرورة استخدام التكنولوجيا بشكل يومي من الطلبة، وتغيير دور المدرس، وتعزيز الإستقلالية في إدارة عملية التعلم.

التعقيب على الدراسة: تناولت الدراسة السابقة موضوع التعلم التعاوني النقطة التي تشترك فيها مع دراسة الباحثة، من خلال إبراز أهمية التعليم لبناء المعرفة، وتطوير مهارات المتعلم، ما يحقق لسوق العمل ممارسين مهنيين ذا كفاءة عالية.

دراسة **Prastowo (2020)** بعنوان **Track Record of Public Relations Research in The**

Repository. الترجمة إلى العربية: سجل المسار لبحوث العلاقات العامة في المستودع. هدفت هذه الدراسة رسم خريطة لموضوعات البحث التي تم توثيقها، من أجل صقل الإتجاه البحثي لممارسي العلاقات العامة المحتملين، وكذلك المساهمة في تعزيز المقررات الواردة في مناهج البرامج الدراسية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الكمي لمشكلة البحث، وتمثل مجتمع الدراسة في أطروحات خريجي برنامج العلاقات العامة جميعها، في الفترة (2015-2019) المأخوذة من مكتبة الجامعة في إندونيسيا، وبلغت العينة المسحية للأطاريح 638 أطروحة على مدار 5 سنوات. توصلت الدراسة إلى أن الموضوعات البحثية التي أنتجها خريجو برامج دراسة العلاقات العامة كانت موجهة بشكل أكبر إلى الموضوعات التي أدت إلى تكوين صورة للخريجين من ذوي الكفاءات كمسؤول علاقات عامة (اتصالات مؤسسية)، ومستشارين للعلاقات العامة. أوصت الدراسة بإثراء المواد، وتعميقها من خلال مواضيع عدة ذات محتوى، لتحقيق التوازن في تكوين كفاءات خريجي برامج دراسة العلاقات العامة.

دراسة **Segarra (2019)** بعنوان **Bibliometric analysis of doctoral theses on Public**

Relations in Spain and Portugal (2006/2016). الترجمة إلى العربية: التحليل الببليومتري لأطروحات الدكتوراه في العلاقات العامة في إسبانيا والبرتغال (2006/2016). هدفت الدراسة للكشف عن أطروحات الدكتوراه التي تم إجراؤها بين عامي 2006-2016 في مجال العلاقات العامة

والإتصال المؤسسي في الجامعات الإسبانية والبرتغالية. ولتحقيق ذلك الهدف اعتمدت الدراسة المنهج البليوغرافي البليومتري القائم على مراجعة المنشورات العلمية. تمثل مجتمع الدراسة في حالة إسبانيا بقاعدة بيانات أطروحات الدكتوراه (TESEO) التابعة لوزارة التربية والتعليم، وفي البرتغال تم الرجوع إلى قاعدة بيانات (RENATES) الخاصة بالمديرية العامة للإحصاء التربوي والتعليم. تم اختيار عينة مكونة من 64 أطروحة 54 أطروحة من (TESEO) و 10 أطاريح من (RENATES). أظهرت النتائج وجود ندرة بأطروحات الدكتوراه في مجال العلاقات العامة والإتصال المؤسسي للبلدان التي تم تحليلها، وبخاصة في البرتغال، إلا أن هناك نموا مستمرا للأطروحات منذ عام 2012 بلغ 12 أطروحة سنويا. كما توصلت الدراسة إلى أن هناك استخداما لمصطلح العلاقات العامة في البلدين مقابل مصطلح الإتصال التنظيمي في البرتغال، وإتصال الشركات في إسبانيا. اقترحت الدراسة عمل تحليل شامل لشبكات الإنتساب، وتطوير قواعد البيانات بغرض إظهار إمكانية وجود المدارس واتجاهات التدريب، والبحث في العلاقات العامة.

1.7.3 التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح عدم وجود دراسات تناولت تحليل الأطاريح لطلبة ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، لكن هناك دراسات قريبة تنوعت بين تحليل المقالات والأبحاث، وأطاريح الماجستير، والدكتوراه في مجال العلاقات العامة، كما أن غالبيتها تناولت موضوعا محددًا في العلاقات العامة مثل دراسة المديفر وآخرون (2020) التي تناولت الإتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة.

دراسة عياد (2019)، دراسة عبد المعطي (2018)، ودراسة منتصر (2016) التي تناولت تحليل اتجاهات البحث في العلاقات العامة الرقمية. اتفقت غالبية الدراسات على نتيجة مفادها: أن التوجه نحو إجراء أبحاث في مواضيع العلاقات العامة في نمو مستمر مقارنة بالسنوات الماضية.

كما تنوعت الدراسات في استخدامها للمناهج بين الكمية والوصفية وبين المناهج المختلطة، مثل دراسة منتصر (2016) التي اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون، بينما اتبعت دراسة Prastowo & other (2020) المنهج الكمي، في حين جمعة دراسة Ho Lee (2016) بين المنهجين النوعي والكمي. أما دراسة عياد (2019) ودراسة عباس وآخرون (2017) اعتمدت على منهج المراجعة المنظمة للبحوث. ووجد المنهج البليوغرافي البليومتري في دراسة Segrra (2019) الذي يعتمد على التحليل الوصفي والكمي لمشكلة البحث. في حين اعتمدت دراسة عبد المعطي (2018) على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة البحث المقارن.

تشابهت الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات في المنهج والأداة المستخدمين، كما تشابهت في الموضوع الأساس، وهو تحليل اتجاهات بحثية في العلاقات العامة، وبينما ركزت غالبية الدراسات السابقة على مواضيع معينة شملت الدراسة الحالية مواضيع الأطاريح جميعها في المجال المدروس. وفقا لذلك تعد هذه الدراسة الأولى - في حدود علم الباحثة - التي تتناول هذا الموضوع على مستوى جامعة النجاح الوطنية.

1.8 نظرية الدراسة

نظرا لطبيعة موضوع الدراسة، وعلاقتها بجوانب علمية متعددة، كان لابد للباحثة من توظيف نظريات علمية متعددة، ذات صلة بمشكلة الدراسة، وتحقيق الشمولية بالموضوع قيد الدراسة، ومن أهم هذه النظريات: النظرية البنائية، ونظرية التميز، وهذا ما ينسجم مع محاور الدراسة.

أولا: النظرية البنائية

مفهوم النظرية البنائية

كلمة البنائية تشق من البناء، أو البنية، بما معناه الطريقة التي يقام بها مبنى. وتعتبر النظرية البنائية نظرية معرفية، تحولت إليها أنظار التربويين، لتصبح إحدى نظريات التعلم الحديثة، وتوظف في

بناء الإستراتيجيات، والنماذج التدريسية، للإفادة منها، وتوظيفها داخل الحقول التعليمية (الرشدي، 2016).

يشير التعريف السابق إلى النظرية بالقاعدة الأساسية التي يبني عليها الفرد معارفه، وخبراته التي يكتسبها من التعلم، والخبرة، ويبني من خلال خبراته اللبانات الأساسية لاستراتيجيات ونماذج تعليمية جديدة، أو يطور منها، بمعنى أن النظرية البنائية هي نتيجة التفاعل بين المعرفة والتعلم، برأي الباحثة هي مرتبطة أكثر بوعي الإنسان، وطريقة تفكيره، وربطه للأحداث من حوله، على سبيل المثال: إذا فكر شخص ما كيف ينزل المطر من السماء، يندفع للتعلم، والبحث أكثر حتى يتعرف إلى آلية تبخر المياه، وسقوط المطر.

كما عرف "كيرلنجر" النظرية البنائية أنها: مجموعة متفاعلة من البنى، أو المفاهيم، والافتراضات، والقضايا التي يتم من خلالها تفسير الظواهر، والتنبؤ بها، وذلك من خلال إيجاد العلاقات بين المتغيرات، ثم تفسيرها، وفهمها، وضبطها (العدوان و داو، 2015).

يتضح من تعريف "كيرلنجر" للبنائية أن العلم لا يحدث عشوائيا، وإنما يتم من خلال ضبط السلوكيات، ومراقبة التغيرات، لإيجاد الأسباب الحقيقية لحدوث الظواهر المختلفة، وهذا بالضبط ما يطلق عليه بالتعلم.

وفي تعريف عام للنظرية البنائية يشير على أنها: مجموعة من المسلمات، أو الافتراضات، أو المبادئ والقوانين، التي تستخدم لتفسير الحقائق الناتجة عن الملاحظة، أو القياس (العدوان و داو، 2015).

يلاحظ مما سبق أن النظرية، هي محاولة الباحث الإجابة عن السؤال لماذا؟ وكيف تبنى المبادئ، والفروض في البحوث العلمية؟ وهي تهتم ببناء الفرد لمعارفه الخاصة من الخبرات المكتسبة.

نشأة النظرية البنائية وتطورها

انقسمت نظريات التعليم، والتعلم في نظرتها للعملية التعليمية إلى ثلاث مدارس بشكل أساس، هي: المدرسة السلوكية التي ركزت مبادئها على أن بناء، أو تعديل السلوك يتم من خلال مراقبة الظواهر الخارجية، والتحكم بها، ورفضت دراسة عمليات العقل الداخلية للإنسان، مثل التفكير، والتذكر، والتخيل. ثم ظهرت بعدها المدرسة المعرفية في بداية الستينات على يد عالم النفس النمساوي "جان بياجيه، حيث رفضت أفكار السلوكية، وأكدت على أن علم النفس يجب أن يهتم، ويفهم ما يجري داخل عقل الإنسان، واهتمت بدراسة مراحل تطور التعلم، والمعرفة لدى الطلبة، والذكاء، وأنماط التفكير، من هنا نشأت النظرية البنائية التي هي امتدادا للنظريات المعرفية. والمدرسة الثالثة هي الإنسانية، التي ركزت على احتياجات المتعلم، وتوجهاته كعنصر أساس في العملية التعليمية (الرشيدي، 2016).

وعلى الرغم من أن الفكرة الرئيسة للبنائية تعود ل "بياجيه"، إلا أن "بستالوزي" أتى بنتائج شبيهة لأفكار النظرية قبل "بياجيه"، حيث أكد أهمية اعتماد الأساليب التربوية على تطور الطفل الطبيعي، وأحاسيسه، ومشاعره، وحث على ربط مناهج التعليم بخبرات الأطفال التي تتوافق مع حياتهم العائلية (الرشيدي، 2016).

يلاحظ أن النظرية البنائية، هي خلاصة استنتاجات علمية، مبنية على الملاحظة، والقياس، وهي نظرية معرفية قديمة، ليست وليدة اليوم، فمن خلال حواس الفرد استطاع بناء العديد من المعاني، وبلورة الأفكار من خلال تفاعله مع المحيط الخارجي. وعلى الرغم من اختلاف منظري البنائية، إلا أن "بياجيه" يعتبر العالم الأول الذي حاول تجميع الأفكار المتعددة في علم النفس، والنمو، والتربية، والتعلم، والمعرفة في نظرية واحدة تدعى البنائية.

النظريات التي تقوم عليها البنائية

تعتمد البنائية على أربع نظريات (الرشيدي، 2016):

أولاً: نظرية بياجيه في التعلم المعرفي والتطور المعرفي.

ثانياً: النظريات المعرفية لمعالجة المتعلم للمعرفة والتركيز على العوامل الداخلية التي تؤثر في التعلم.

ثالثاً: النظريات الاجتماعية للتفاعل الاجتماعي في الفصول الدراسية والمختبرات.

رابعاً: النظريات الإنسانية التي تؤكد على أهمية المتعلم ودوره المهم في اكتشاف المعرفة وبنائها.

المبادئ الأساسية للنظرية البنائية

تقوم النظرية البنائية على عدد من المبادئ (الرشيدي، 2016):

- يقوم المتعلمون ببناء المعرفة في ضوء خبراتهم السابقة، لذا فإن معارفهم السابقة أساسية في عملية التعلم.
- يبني المتعلمون المعنى الخاص بهم لما تعلموه بتشكيل المعنى في البنى المعرفية للمتعلم من خلال التفاعل الحسي مع العالم الخارجي.
- لا يحدث التعلم، إلا إذا أدى دمج المعلومات الجديدة إلى تغيير في البنى المعرفية للفرد، وإعادة تنظيم الأفكار، والخبرات.
- يحدث التعلم غالباً عندما يواجه المتعلم مشكلة، أو موقفاً حقيقياً.
- لا يبني المتعلمون المعرفة بمعزل عن الآخرين، بل من خلال التفاوض الاجتماعي مع الآخرين.

لذا، وبناء على ما سبق إختارت الباحثة النظرية البنائية، لدراسة الإتجاهات البحثية لأطاريح طلبة ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، للأسباب الآتية:

1. محاولة الكشف عن الأسباب الكامنة وراء اتجاهاتهم، ودوافعهم البحثية، والكيفية التي بلور فيها الطلبة أفكارهم، وخبراتهم، ومعارفهم في المحيط العملي، وتأثير ذلك في أدائهم المهني. ومحاولة

الكشف من خلال مبادئ النظرية عن العلاقة بين المعرفة المكتسبة من الخبرات، والتعلم، وبين تطبيق المعرفة تلك، والأثر الملموس عن حدوث التعلم.

2. السبب الآخر لاختيار النظرية أن مبادئها تتطابق مع آلية دراسة الماجستير التي تعتمد بشكل كبير على الإجتهد الفكري، والإستنباطات، والإستنتاجات الناتجة عن الملاحظة والقياس للباحث، أو الطالب نفسه، وتوجيهه لبناء المعرفة العلمية في ضوء عملية التعليم والتعلم.

ثانياً: نظرية الامتياز في العلاقات العامة

مفهوم نظرية الامتياز

هي نظرية عامة للعلاقات العامة إنبثقت من دراسة استمرت 15 عاماً حول أفضل الممارسات في إدارة الإتصالات بتمويل من مؤسسة أبحاث الرابطة الدولية لخبراء الاتصالات التجارية (IABC)، وبقيادة العالم جيمس جرونيج. وتتضمن هذه النظرية العامة، عدداً من النظريات ذات المدى المتوسط للعلاقات العامة، منها نظريات الجماهير، والإدارة الإستراتيجية، والعلاقات العامة، والتنوع، والأخلاق، والمسؤولية الاجتماعية (الجعيد و يوسف، 2021).

ويعرفها "العنزي" أنها: أسلوب إداري إستراتيجي متكافئ، مبني على العلاقات الإدارية الإستراتيجية، المتكافئة، والمتنوعة، والأخلاقية، حيث أن العلاقات العامة الممتازة مرتبطة بالقيم الأخلاقية، من أجل تحقيق التوازن بين مصالح المنظمة، ومصالح الجماهير العامة التي تتعامل مع المنظمة، وعندما تقوم ممارسة العلاقات العامة على القيم المتكافئة، فإن ذلك يجعل قرارات المنظمة مبنية على التنوع، والسلوك الأخلاقي (الجعيد و يوسف، 2021).

كان الهدف الأساس من دراسة جرونيج، هو فهم كيف، ولماذا، وإلى أي مدى يساهم الإتصال الفعال في تحقيق أهداف المنظمة؟، وبمعنى آخر حاول جرونيج التحقيق في ممارسات العلاقات العامة الممتازة، التي لها القدرة على إضافة قيمة للمنظمة. وهذا يتطلب من الممارسين فهماً، وتطبيقاً للعمليات

الإستراتيجية في الإدارة، كالبحث، والتخطيط، والتقويم، والإتصال المتوازن ذو الاتجاهين، إضافة إلى أهمية تطبيق المعايير الأخلاقية، ومراعاة القيم السائدة، وهذا ما يتفق مع مبادئ النظرية البنائية التي سبق الحديث عنها.

مبادئ نظرية الإمتياز

أسهمت مقابلات جيمس جرونج وزملاؤه مع ممارسي العلاقات العامة، والمدراء التنفيذيين، عن أهمية بناء العلاقات الجيدة التي ترفع من قيمة المنظمة، وتساهم في تحقيق الوصول للأهداف المرسومة، ويتضح ذلك من خلال المبادئ الآتية التي بنيت عليها نظرية الامتياز (Ali, 2020):

- العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة، والتخطيط الاستراتيجي، وهذا يسمح لممارسي العلاقات العامة باتخاذ القرارات المناسبة حول أي أزمة.
- الإرتباط المباشر لمهنة العلاقات العامة بالإدارة العليا، والمشاركة في صنع القرار.
- وجود قسم منفصل، ومتكامل للعلاقات العامة، حيث أن وجود قسم منفصل للعلاقات العامة يساهم في العمل بحرية، واستقلالية دون أية معوقات، وهذا يعود على المنظمة بالإيجابية، ويرفع من قيمتها.
- فصل وظيفة العلاقات العامة عن الوظائف الأخرى، فعندما تكون العلاقات العامة، والوظيفة الأخرى، كالتسويق مثلا متداخلتين، تفقد القيمة الفعلية للممارسة، وعليه ينبغي أن تكون الوظائف مكتملة لبعضها، وألا تتداخل.
- أهمية تطبيق النموذج المتمثل للإتصال في اتجاهين، لمعرفة ردود أفعال الجماهير، واتخاذ الإجراءات اللازمة بناء على هذه الأفعال، لرفع قيمة المنظمة، وتحقيق مبدأ الفاعلية من خلال إفساح المجال لردود الأفعال، وحضور المنظمة، ومبادرتها.

- تقوم ممارسة العلاقات العامة الممتازة على دوران رئيسيين، الأول: يتمثل بالإدارة، والإشراف والتخطيط لبرامج العلاقات العامة، أما الدور الثاني: هو الإتصال الفني، الذي يتعلق بفن التعامل مع الناس، وصياغة الأخبار، وتأطيرها، وترتيب الأجندة بالشكل المناسب.

تجمع كلا النظريتين البنائية، والتميز بين أهمية التعليم، وأهمية تطبيق المعارف، والخبرات المكتسبة في الممارسة المهنية، للوصول بالمؤسسات إلى أعلى قيمة ممكنة، من خلال تطبيق المبادئ التي جاءت فيها النظريات المذكورة، مع إمكانية التطوير عليها بما يتلائم مع التطور العصري، وهذا ما تحتاج إليه الباحثة للإستناد النظري على الدراسة الحالية.

1.9 مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة: وفقا للرابطة الدولية للعلاقات العامة (IPRA) عرفت العلاقات العامة أنها: "ممارسة إدارية لصنع القرار مهمتها بناء العلاقات، والمصالح بين المنظمات، وجماهيرها المستهدفة على أساس تقديم المعلومات من خلال وسائل الإتصال الموثوقة والأخلاقية" (Alan, 2022, p. 232) التعريف الإجرائي:

تعرف الباحثة العلاقات العامة على أنها: مجموعة من الجهود والممارسات المخطط لها، والممنهجة وفق الأسس العلمية؛ لبناء عملية إتصال ثنائية بين المنظمة وعمالها الداخليين والخارجيين، وكسب ثقتهم الدائمة، والحفاظ على سمعة المؤسسة، وصورتها الإيجابية، وهي عملية بحث وتفتيش في البيئة المحيطة بالمنظمة من أجل التخطيط لحمايتها من المخاطر من خلال تحديد الإجراءات اللازمة، وتنفيذها وفق برامج مدروسة. كما أن العلاقات العامة تعرف: على أنها عملية إدارية لمساعدة المؤسسة في تطوير برامجها، وبناء رسائل الإتصال التي لها دور فعال في التأثير في الرأي العام.

الإتجاهات البحثية: عرفها (إبراهيم، وعبد المجيد) أنها الصفة العامة للبحث التي تدل عليها مواضيع البحوث (2006).

التعريف الإجرائي: يقصد بالإتجاهات البحثية في هذه الدراسة ميول الباحثين، وتقضياتهم للمواضيع التي تناولتها رسائل طلبة ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية.

أطاريح ماجستير العلاقات العامة: أطروحة/رسالة: "هي تقرير كامل ومنظم، كما أنها معالجة مكتوبة لموضوع، أو تخصص حول موضوع معين يكتبه طالب الدراسات العليا تحت إشراف أكاديمي متخصص، وتقدم لنيل درجة علمية في جامعة سواء كانت ماجستير أو دكتوراه" (الخطيب، 2009، صفحة 159).

التعريف الإجرائي: أحد أنماط البحث العلمي، التي تهدف لمعالجة مشكلة بحثية قائمة بمجال العلاقات العامة التي تمارسها مختلف القطاعات، والمؤسسات الحكومية، والخاصة، وهناك وظائف عدة، ومهام توكل إلى ممارسي العلاقات العامة ذات أهمية لتسيير أنشطة وأعمال المنظمة، أو المؤسسة، أو الدولة، الأمر الذي يجعل البحث في العلاقات العامة ذات أهمية عالية للوقوف على المشكلات، ومعالجتها من خلال توظيف المناهج والنظريات العلمية.

ممارسة العلاقات العامة: "جهود الإدارة المستمرة، والمخطط لها، لتأسيس، وتحسين السمعة الحسنة، والتفاهم المتبادل بين المنظمة، وجماهيرها" (Ali, 2020, p. 104) التعريف الإجرائي: يعبر عن ممارسة العلاقات العامة، بالدور الذي تؤديه إدارات العلاقات العامة، وأفرادها في ضوء مهارات، أو معارف، أو درجات علمية معينة من خلال السلوك الممارس في مختلف مجالات الحياة.

1.10 مشكلة الدراسة

من واقع إطلاع الباحثة على سوق العمل الفلسطينية، تحديداً في مجال العلاقات العامة في القطاعين العام، والخاص، يتضح أن هناك نقصاً معرفياً في الخبرة العلمية، والعملية بين ممارسي المهنة، على الرغم من تزايد أعداد خريجي العلاقات العامة في مرحلتي البكالوريوس والماجستير، وارتفاع نسبة الأبحاث المنجزة في مواضيع العلاقات العامة.

مؤخراً، ازداد الإهتمام بتخصص العلاقات العامة في المجتمع الفلسطيني كحقل تعليمي، ووظيفي، وزاد الإقبال عليه للحصول على الشهادات العليا، حتى أنه تم إعتقاد برنامج دكتوراه العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية في العام 2023، الذي برزت الحاجة له في ضوء التطورات الحاصلة في سوق العمل الفلسطينية، وعلى رأسها المؤسسات الأكاديمية من ناحية، والتطور والتقدم التكنولوجي الذي ألقى بظلاله على ممارسة العلاقات العامة.

بناء على ما سبق، تأتي أهمية دراسة هذه المشكلة في محاولة للكشف عن مدى تأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح خريجي ماجستير العلاقات العامة في ممارسة المهنة من خلال الوصف التحليلي للمشكلة كما وكيفا.

1.11 أسئلة الدراسة

سؤال البحث المركزي: ما تأثير الإتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج؟

أسئلة البحث الفرعية:

1. ما أبرز المواضيع البحثية التي نالت إهتمام الباحثين في برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية؟
2. ما مدى مساهمة إتجاهات الطلبة البحثية في مرحلة الماجستير في النهوض بأقسام العلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية؟
3. ما دوافع الطلبة للإخراط في برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة؟
4. ما مدى إختلاف إتجاهات الطلبة البحثية في مرحلة ماجستير العلاقات العامة المعاصرة بإختلاف جنس الطلبة، أو مجالهم الوظيفي، أو تخصصهم السابق في البكالوريوس؟

5. كيف أثرت الإتجاهات البحثية في برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في شخصية الطلبة بعد التخرج؟

6. ما التوجهات المستقبلية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة للنهوض، والإرتقاء في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية؟

1.12 أهداف الدراسة

الهدف الرئيس: التعرف إلى تأثير الإتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج.

1. تبيان أبرز القضايا والمواضيع التي نالت إهتمام الباحثين في ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

2. الكشف عن مساهمة إتجاهات الطلبة البحثية في النهوض بأقسام العلاقات العامة في السوق الفلسطينية.

3. معرفة أسباب، ودوافع الطلبة التي قادتهم للإلتحاق ببرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة.

4. الوقوف على الصلة بين إتجاهات الطلبة البحثية وعدد من المتغيرات (جنسهم، أو مجالهم الوظيفي، أو تخصصهم السابق في البكالوريوس).

5. التعرف إلى تأثير توجه الطلبة البحثي في برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في شخصية الطلبة بعد التخرج.

6. الخروج بجملة من التوجهات البحثية المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة، للنهوض، والإرتقاء بمهنة العلاقات العامة في السوق الفلسطينية.

1.13 أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية النظرية: تأتي أهمية هذه الدراسة على المستوى النظري من خلال أهمية المخرجات البحثية، التي تتمثل في محاولة الكشف عن واقع ممارسي العلاقات العامة في السوق الفلسطينية، من خلال ما تنتجه الجامعات من خبراء، واستشاريين في العلاقات العامة، ومعرفة كيف يمارسوا هذه المهنة في ضوء ما تعلموه، من أسس علمية، ومبادئ، ونظريات، وغيرها.

وتشكل هذه الدراسة إضافة علمية مهمة في مجال العلاقات العامة، لكونها تشكل قاعدة لانطلاق دراسات، وأبحاث جديدة حول واقع ممارسة مهنة العلاقات العامة في سوق العمل، وواقع الحقل التعليمي، والأكاديمي للعلاقات العامة، وأهمية صقل الخبرات العلمية في المهنة، للنهوض بمؤسسات المجتمع المختلفة، من خلال بوابة العبور للجماهير "العلاقات العامة".

ثانياً: الأهمية العملية: على المستوى العملي من المتوقع أن تساهم هذه الدراسة في توسعة مدارك الطلبة البحثية، وتوجيههم لاتجاهات بحثية جديدة، ويتوقع أن تمكن هذه الدراسة الباحثين في مجال العلاقات العامة من البحث المعمق شكلاً، ومضموناً في المشكلات، والمواضيع البحثية، بناءً على الحاجة الأكاديمية، والعلمية، والعملية، قبل أن يكون الدافع البحثي شخصياً.

كما يتوقع أن تساهم هذه الدراسة بتوجيه العاملين في مهنة العلاقات العامة، والمقبلين على العمل في الرجوع لمبادئ، وأسس الإتصال، وإدارة الأزمات، وفن التعامل مع الجماهير، وغيرها من خصائص، العلاقات العامة ومهامها، من أجل صقلها، وتطبيقها في الواقع العملي.

الفصل الثاني

منهجية الدراسة

2.1 منهج الدراسة

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتخذ الوصف الدقيق، والتحليل للظاهرة موضوع البحث بهدف التعرف إليها، أو توقعها من خلال مصادر جمع البيانات وتفسيرها ويقوم هذا المنهج على رصد للآراء العديدة حول موضوع الدراسة، وتوصيفها وتحليلها، ويعرف المنهج الوصفي التحليلي أنه: "الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة، أو موقف، أو أحداث، أو أوضاع معينة؛ بهدف اكتشاف حقائق جديدة، أو التحقق من صحة حقائق قديمة ومن آثارها، والعلاقات التي تتصل بها، وتفسيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها" (دراغمة، 2011، صفحة 159). لذا، اختارت الباحثة هذا المنهج لتحقيق أهداف الدراسة التي تستند بالأساس إلى تطوير توصيف، وتحليل دقيق لمضمون رسائل الماجستير تخصص العلاقات العامة المعاصرة.

تكون مجتمع الدراسة في رسائل طلبة الماجستير لبرنامج العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية جميعها، في الفترة (2020-2023)، وتمثلت في (81) رسالة متوفرة في مكتبة الجامعة، ومن 15 مقابلة تضم الفئات الآتية: أعضاء الهيئة التدريسية، وممارسين لمهنة العلاقات العامة، وخريجي ماجستير العلاقات العامة المعاصرة من جامعة النجاح الوطنية.

2.2 عينة الدراسة

1. العينة المتعلقة بتحليل المضمون

إعتمدت الدراسة على عينة المسح الشامل، بحيث يعبر المسح الشامل عن المعطيات التي يتم جمعها من مفردات المجتمع الإحصائي، ويتم تكوين المسح الشامل، إما من خلال شمول مفردات المجتمع الإحصائي كافة، عندها يسمى المسح الشامل، أو التعداد، أو بشمول جزء من المجتمع الإحصائي،

ويطلق عليه المسح بالعينة (الوادي و الزعبي، 2011، صفحة 151). واختارت الباحثة عينة المسح الشامل لأنها تتناسب مع دراسة حالة منفردة، محصورة في حالات معينة من المجتمع الكلي للدراسة.

حيث ناقشت جامعة النجاح الوطنية أول رسالة ماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة بتاريخ 25 شباط عام 2020، ولأخذ عينة شاملة للرسائل تعتبر الفترة الزمنية من عام (2020) حتى عام (2023) ممثلة لمواضيع بحثية مختلفة ومتنوعة نوقشت في صرح الجامعة، حيث بلغ حجم العينة 81 رسالة تم أخذها من مكتبة الجامعة.

2. العينة المتعلقة بالمقابلات

الأولى: وهي العينة العشوائية البسيطة، ويقصد بها: "العينة التي لا يتدخل الباحث في إختيار مفرداتها، بل تؤخذ بطريقة تتضمن إعطاء جميع وحدات المجتمع فرصا متساوية في الإختيار" (حسن، 2011، صفحة 452). وفي الدراسة الحالية تم إختيار العينة من أجل الحصول على معلومات كاملة، ودقيقة حول موضوع الدراسة، ولتكون أقرب إلى تحقيق أهداف، وأسئلة الدراسة، حيث تعطي العينة العشوائية البسيطة نتائج دقيقة، وصحيحة، وبالتالي يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة. وقد اختارت الباحثة عينة عشوائية مكونة من 7 خريجين من برنامج ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية.

الثانية: العينة القصدية، وتعرف أنها: "العينة التي تحقق أغراض الدراسة التي يجريها الباحث، بمعنى أنه يختار العينة اختيارا حرا، وفق حاجته، وبحسب إعتقاده أن هذه العينة تمثل المجتمع، وتحقق أغراض دراسته" (دياب، 2003، صفحة 99). وعليه أجرت الباحثة مقابلات مع 3 أكاديميين وأعضاء هيئة تدريسية في برنامج العلاقات العامة المعاصرة بجامعة النجاح الوطنية، ومقابلة مع مدير دائرة العلاقات العامة في مركز محافظة شرطة نابلس، ومقابلة مع شركة العدلي للرخام والجرانيت، ومقابلات مع 3 باحثين ممارسين لمهنة العلاقات العامة، و 7 خريجين من برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية.

ويعزى إختيار الباحثة العينة المتعلقة بالمقابلات للأسباب الآتية: إحتواء مركز شرطة محافظة نابلس على دائرة علاقات عامة، وتضم عددا من الموظفين، من ضمنهم موظفين يحملون شهادة الماجستير في العلاقات العامة من جامعة النجاح الوطنية، كما تضم دائرة العلاقات العامة في المركز موظفين ذوي خبرة في العلاقات العامة لا يحملون شهادات في تخصص العلاقات العامة، وهذا يتطابق مع مبدأ النظرية البنائية التي تنص على: "يكتسب المتعلم الخبرة من التجارب الحقيقية، والمواقف الحياتية، والإختلاط مع الناس"، ولقياس ذلك كان لا بد من إختيار هذه المؤسسة. وجهة العمل الثانية: شركة العديلي للرخام والجرانيت، التي يعود سبب إختيار الباحثة لها، كونها أحد موظفي هذه الشركة، ولها تجربة شخصية، ونظرة معمقة حول كيفية ممارسة العلاقات العامة في الشركة.

ومن أجل توسيع النتائج، والإجابة عن الأسئلة البحثية كافة، لا بد من استقصاء آراء بعض الخريجين، وممارسي العلاقات العامة، حول مدى أهمية إنجازاتهم البحثية، وتأثيرها في الجوانب الشخصية، والمهنية في حياتهم.

ولتدعيم النتائج، والوصول بها إلى درجة أعلى من المصدقية، كان لا بد من معرفة آراء الجهات الأكاديمية، فيما يتعلق ببرنامج ماجستير العلاقات العامة بشكل عام، وأبحاث الطلبة، ورسائلهم المنجزة بشكل خاص، ورصد تأثيرها في سوق العمل الفلسطينية، حيث ان للمشرف الأكاديمي رؤية نقدية غير رؤية الباحث لنفسه، ورؤية الموظف تختلف عن رؤية صاحب العمل.

2.3 أداة الدراسة

للإجابة عن سؤال البحث المركزي، وكل ما ينبثق عنه من أسئلة فرعية، فقد وظفت هذه الدراسة أداتين بحثيتين؛ لإثراء القدرة التوصيفية والتحليلية للظاهرة المرصودة محل الاهتمام، وهما:

أولاً: أسلوب تحليل المضمون والذي يعرف بأنه "عملية تصنيف المادة المكتوبة، أو المسموعة، أو المرئية تحت فئات معينة، وفق معايير محددة، بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل

والمحتوى، وبالإستناد إلى قواعد واضحة على أساس علمي، بحيث ترتبط هذه الفئات إرتباطاً مباشراً بالمشكلة البحثية، والفروض العلمية للدراسة، والتساؤلات البحثية المطروحة، بما يضمن أن تكون نتائج تحليل المضمون صريحة، وقاطعة على تساؤلات الدراسة" (مليح و عبد الصمد، 2020، صفحة 1620).

وقد استخدمت الباحثة إستمارة تحليل المضمون، التي احتوت على عدد من المتغيرات التي تحقق أهداف الدراسة، مثل: حجم الرسائل الكلي، ومسارات الطلبة الخريجين، والمواضيع الرئيسية للرسائل، والمؤسسات المستهدفة، والأدوات البحثية لرسائل خريجي ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية.

إسقاط أداة تحليل المضمون في الدراسة

تبرز إستخدامات أداة تحليل المضمون في الدراسات التي تبحث في تحليل محتوى الوثائق والإعلانات، والمواقع الإلكترونية، والكتب المطبوعة، ويطبق على الظاهرة المدروسة بعد وحدات التحليل، ولا يتجاوز هذا العدد إلى التعليل، أو ربط السبب بالنتيجة، أو معرفة أسباب التوجه الفكري الذي يرافق ظاهرة الدراسة. ولهذا استخدمت هذه الأداة لتوصيف دقيق لمحتوى حجم الرسائل الكلي، ومسارات الطلبة الخريجين، والمواضيع الرئيسية للرسائل، والمؤسسات المستهدفة، والأدوات البحثية لرسائل خريجي ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية.

وحدة التحليل

من أجل الحصول على عدد من المتغيرات التي تحقق أهداف الدراسة؛ ولإستخراج نتائج كمية تجيب عن عدد من أسئلة الدراسة حول رسائل خريجي ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية. والحصول على النسب وتكرارها، تم تصميم استمارة تحليل الفئات الأساسية، وكانت عناصرها على النحو الآتي:

- حجم الرسائل الكلي: تتكون هذه الفئة من عدد الرسائل في كل سنة من السنوات المدروسة، والنسبة المئوية للرسائل المختارة.
- مسارات الطلبة الخريجين: وتتحدد هذه الفئة في المسار الأكاديمي الذي ينقسم إلى (إدارة العلاقات العامة، والإتصال المؤسسي)، والتكرار، والنسبة المئوية.
- المواضيع الرئيسية للرسائل: تحدد هذه الفئة الموضوع، والتكرار، والنسبة المئوية.
- المؤسسات المستهدفة: وتتمثل في تحديد الجهة التي يقصدها الباحث ويستهدفها في موضوع رسالته، إضافة إلى عدد الرسائل بهذه المؤسسة المستهدفة، وتكرارها، ونسبتها المئوية.
- الأدوات البحثية: ويمثل بالأدوات البحثية التي يستخدمها الباحثون لجمع معلوماتهم وتكراراتها ونسبتها المئوية.

ومن أجل تحليل الرسائل الجامعية والحصول على المعلومات، ومن ثم استخراج النتائج الكمية، والحصول على نسب تكرارها، تم تصميم إستمارة تحليل المضمون للإجابة عن سؤال الدراسة الذي يتمحور حول أبرز المواضيع البحثية التي نالت اهتمام الباحثين في ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية. فكانت فئات التحليل للمضمون على النحو الآتي:

- حجم الرسائل الكلي: تتكون هذه الفئة من الرسائل الجامعية من سنة 2020 لسنة 2023 محل الدراسة.
- مسارات الطلبة الخريجين: وتتحدد هذه الفئة في المسار الأكاديمي الذي ينقسم إلى (إدارة العلاقات العامة والإتصال المؤسسي)، وهي المسارات التي يجب على الطالب اختيارها ضمن تخصص العلاقات العامة المعاصرة للتخصص.
- المواضيع الرئيسية للرسائل: وهي المواضيع التي اختارها الباحثون كعناوين لرسائلهم خلال فترة الدراسة محل البحث وشملت على: العلاقات العامة الرقمية، إدارة الإتصال والتواصل/

إستراتيجيات الإتصال، وإدارة الأزمات، وكفاءة ممارسي العلاقات العامة، والصورة الذهنية، وإدارة السمعة، وإيراز المسؤولية الاجتماعية، ودوافع تعلم العلاقات العامة.

- المؤسسات المستهدفة: وتتمثل في تحديد الجهة التي يقصدها الباحث ويستهدفها في موضوع رسالته وشملت هذه المؤسسات: مؤسسات حكومية، ومؤسسات اقتصادية ربحية، ومؤسسات اجتماعية تعليمية، ومؤسسات خاصة، ومؤسسات غير ربحية، ومؤسسات إعلامية، ومؤسسات حكومية وخاصة.
- الأدوات البحثية: ويمثل بالأدوات البحثية التي يستخدمها الباحثون لجمع معلوماتهم تمثلت ب: الإستبانة بشقيها (الإستبيان الورقي، والإستبانة الإلكترونية)، المقابلة، والمقابلة المعمقة، وتحليل المحتوى، وتحليل المضمون.

وتم إتباع خطوات لإجراء تحليل للبيانات الكمية وفقاً لتحليل المضمون:

- تحديد مجتمع البحث وعينته.
- إختيار الرسائل من أجل تحليلها وفقاً للعينة.
- تحليل كل رسالة تبعاً لفئات التحليل في الإستمارة.
- تفرغ البيانات.
- حساب التكرارات والنسب المئوية.
- مناقشة النتائج.

ولتعزير القيمة الوصفية، ولاحقاً القيمة التحليلية، للأداة الأولى، وظفت الدراسة أداة بحثية ثانية وهي:

ثانياً/ المقابلة: عبارة عن حوار، أو محادثة، أو إستبيان شفوي، بين الباحث الذي يقدم مجموعة من الاستفسارات، والأسئلة التي يطلب من شخص، أو أكثر الإجابة عنها، أو التعقيب عليها، لغرض تحقيق أهداف البحث العلمي، والتوصل إلى المعلومات التي يسعى الباحث الوصول إليها (قنديلجي، 2019).

وتعرف المقابلات الإلكترونية أنها: مقابلة يتم إجراؤها عن بعد من خلال منصة الدردشة، أو الفيديو، أو الصوت عبر الإنترنت، وتسمى أحياناً بالمقابلة الرقمية، يتم تحديد المقابلة عبر الإنترنت بشكل أساس حسب نوع التكنولوجيا أو النظام الأساس المستخدم لإجراء المقابلة (Basu, 2024).

تعتبر المقابلات برأي الباحثة طريقة ممتازة للحصول على المعلومات بشكل تفصيلي، بحيث تطرح الأسئلة ذاتها على أفراد العينة جميعهم وبالأسلوب نفسه، وتمكن الباحث من تتبع المواضيع الحديثة، والمفاجئة التي تبان من خلال المحادثة، وتعد الثقة والتعلم من الأفراد المقصودين بالمقابلة صفات مميزة للبحوث النوعية. فتعد المقابلة وسيلة ممتازة تُستخدم إذا أراد الباحث معرفة تفاصيل القصة من الردود التي تتلقى في استطلاع مكتوب.

وعليه تم توظيف المقابلة في تحليل نتائج تحليل المضمون والحصول على بيانات نوعية، فبناءً على نتائج تحليل المضمون وضحت المقابلات النتائج بشكل أعمق، والتعرف إلى مسببات الحصول على النتائج من تحليل لآراء المختصين لها، والأسباب والأهداف الكامنة وراءها. وتمثلت في (15) مقابلة لفئات ذات علاقة بخمسة أسئلة فرعية للدراسة، وهم فئة الباحثين، وضمت 7 باحثين من خريجي العلاقات العامة المعاصرة، وفئة ممارسي مهنة العلاقات العامة، وضمت 3 من حملة شهادة ماجستير العلاقات العامة من جامعة النجاح الوطنية، وفئة الأكاديميين، وأعضاء الهيئة التدريسية في برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية، وبلغ عددهم 3 دكاترة، ومقابلة مع القطاع الخاص، وأخيراً مقابلة مع مركز شرطة محافظة نابلس - دائرة العلاقات العامة. من أجل الحصول على نتائج وتحليل لأسئلة الدراسة الفرعية (5/4/3/2)، فمن خلال المقابلات مع المختصين سيتم الحصول على نتائج حول تأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لخريجي جامعة النجاح الوطنية دراسة تحليلية للأعوام (2020-2023). حيث تم إستقصاء آراء بعض رؤساء أقسام العلاقات العامة في القطاعين العام، والخاص حول مدى كفاءة المهنيين في مجال

العلاقات العامة، وتحديدًا من خريجي برنامج ماجستير العلاقات العامة من جامعة النجاح الوطنية، واستقصاء آراء بعض الخريجين حول تجربتهم العلمية في مجال العلاقات العامة المعاصرة.

وتم اتباع خطوات لإجراء تحليل للبيانات النوعية، وفقاً لتحليل المقابلات مع المختصين:

- إجراء المقابلات، والحصول على الإجابات الكاملة للأسئلة جميعها.
- تفرغ البيانات كاملة.
- تحليل إجابات أسئلة المقابلات استناداً إلى مشكلة الدراسة، والأسئلة الفرعية لها.
- استخراج النتائج، وتحليلها، ومناقشتها.

صدق الأداة وثباتها

إعتمدت الباحثة على إختبار الصدق، لقياس الصدق الظاهري لإستمارة تحليل المضمون، وأسئلة المقابلات، من خلال قدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة، والوصول إلى النتائج، وتم عرض الإستمارة، وأسئلة المقابلات على عدد من المحكمين المتخصصين وأكدوا على صلاحيتها للتطبيق، بالإضافة إلى إجراء التعديلات التي أشاروا إليها. هذا وقامت الباحثة في قياس ثبات الأداة من خلال عرض تحليل الإستمارة وأسئلة المقابلات على مشرف الدراسة.

2.4 إجراءات الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- إعداد أداتي الدراسة بصورة صحيحة ودقيقة.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- الحصول على موافقة الجهات ذات الإختصاص.
- تحليل إستمارة البيانات الأساسية للرسائل الجامعية.

- تحليل إستمارة تحليل المضمون التي تتضمن (81) رسالة من عام 2020-2023 وهي عينة الدراسة.

- مقابلة الأكاديميين، والباحثين والقطاع الخاص، والقطاع الحكومي.

- معالجة البيانات إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

- إستخراج النتائج، وتحليلها، ومناقشتها في ضوء النظريات المستخدمة في الدراسة، وإقتراح

التوصيات المناسبة.

2.5 الأساليب الإحصائية

قامت الباحثة بجمع البيانات، وإدخالها إلى الحاسوب، ومعالجتها من خلال برنامج الإحصاء للعلوم الاجتماعية "SPSS"؛ بهدف الحصول على النتائج المتعلقة بتحليل المضمون، وهي التكرارات، والنسب المئوية لفئات التحليل؛ وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة، والحصول على النتائج.

الفصل الثالث

عرض نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج أجزاء الدراسة بجوانبها جميعها، يتضمنها السؤال الرئيس للدراسة، وذلك وصولاً للهدف الرئيس للدراسة، والذي يتمثل بالتعرف إلى تأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج، ولتحقيق ذلك الغرض وظفت الباحثة أداتين بحثيتين لرصد الظاهرة محور الإهتمام، وهما: أولاً: أداة تحليل المضمون: استخدمت هذه الأداة لتوصيف دقيق لمحتوى رسائل خريجي ماجستير العلاقات العامة المعاصرة للفترة (2020-2023)، حيث تم الحصول على بيانات كمية للإجابة عن تساؤلات الدراسة حول: أهم المواضيع البحثية التي تناولتها رسائل الخريجين، والجهات المستهدفة في دراساتهم، لقياس مساهمة إتجاهات الطلبة البحثية في النهوض بأقسام العلاقات العامة في السوق الفلسطينية. ثانياً: أداة المقابلة: حيث قامت الباحثة باستقصاء آراء بعض رؤساء أقسام العلاقات العامة في القطاعين العام، والخاص حول مدى كفاءة المهنيين في مجال العلاقات العامة، وتحديدًا من خريجي برنامج ماجستير العلاقات العامة من جامعة النجاح الوطنية، واستقصاء آراء بعض الخريجين حول تجربتهم العلمية في مجال العلاقات العامة المعاصرة، وآراء عينة من دكاترة ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية.

قامت الباحثة بعرض النتائج من خلال تقسيم هذا الفصل لثلاثة أبواب: الباب الأول مخصص لعرض نتائج تحليل المضمون، ويغطي السؤال الفرعي الأول، والباب الثاني مخصص لعرض نتائج المقابلات، ويتضمن الإجابة عن 4 أسئلة فرعية (2،3،4،5)، والسؤال السادس تم عرضه بعد عرض نتائج تحليل المضمون، والمقابلات، وننوه إلى أن الأسئلة الفرعية جميعها تم الربط بينها من خلال تحليل مضمون رسائل الخريجين إلى جانب المقابلات، أما الباب الثالث: فهو مخصص لعرض نتائج سؤال الدراسة الرئيس، الذي يتم الإجابة عنه بدقة، وشمولية بعد عرض إجابات الأسئلة الفرعية كافة.

3.1 نتائج تحليل المضمون

لنتمكن الباحثة من الإجابة عن سؤال الدراسة المركزي الذي نص على: ما تأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج؟ كان لا بد أولاً من الإجابة عن السؤال الفرعي الآتي: ما أبرز المواضيع البحثية التي نالت إهتمام الباحثين في ماجستير العلاقات العامة المعاصرة بجامعة النجاح الوطنية؟

وللإجابة عن هذا السؤال قامت الباحثة بتحليل كمي لعينة من رسائل خريجي ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، والتي بلغت 81 رسالة خلال الفترة الزمنية (2020-2023)، كما يظهر في الجداول الآتية:

جدول (1)

حجم الرسائل الكلي

السنة	عدد الرسائل	النسبة المئوية
2020	10	0.12345679
2021	25	0.308641975
2022	19	0.234567901
2023	27	0.333333333
المجموع	81	1

يلاحظ من جدول 1 أن هناك تصاعداً في عدد الرسائل المنجزة، في عام 2020، والذي يعتبر إنطلاقة برنامج ماجستير العلاقات العامة تم فيه مناقشة 10 رسائل بحثية، بينما في العام 2021 وصل عدد الرسائل لـ 25 رسالة، وفي عام 2023 تمت مناقشة 27 رسالة، وهذا يدل على زيادة عدد خريجي البرنامج، وزيادة الإقبال على تخصص ماجستير العلاقات العامة.

جدول (2)

مسارات الطلبة الخريجين

النسبة المئوية	التكرار	المسار الأكاديمي
0.681818182	60	إدارة العلاقات العامة
0.318181818	28	الإتصال المؤسساتي
1	88	المجموع

يلاحظ من الجدول -2- التوجه لمسار إدارة العلاقات العامة بنسبة 68%، وبنسبة 32% للمسار الثاني وهو الإتصال المؤسساتي، وهذا يدل على عدم الإدراك والمعرفة لطبيعة المسارين، والفروق بينهما من الطلبة، وعدم وجود توعية، وشرح للمسارات من المسؤولين عن البرنامج.

جدول (3)

المواضيع الرئيسية للرسائل

النسبة	التكرار	الموضوع
0.25	29	العلاقات العامة الرقمية
0.24137931	28	إدارة الإتصال والتواصل/ إستراتيجيات الإتصال
0.137931034	16	إدارة الأزمات
0.112068966	13	كفاءة ممارسي العلاقات العامة
0.103448276	12	الصورة الذهنية
0.094827586	11	إدارة السمعة
0.051724138	6	إبراز المسؤولية الاجتماعية
0.00862069	1	دوافع تعلم العلاقات العامة
1	116	المجموع

انحصرت رسائل طلبة ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية للفترة الزمنية (2020-2023) في 8 مواضيع أساسية موضحة كالآتي: اندرجت النسبة الأكبر للأطاريح تحت موضوع العلاقات العامة الرقمية، فنكرر 29 مرة في رسائل الطلبة بنسبة 25%، يليه موضوع إدارة الإتصال والتواصل بنسبة 24%، حيث تناول الطلبة موضوع الإتصال وإستراتيجياته في العلاقات العامة في 28 رسالة من إجمالي 81 رسالة، وموضوع إدارة الأزمات بنسبة 14%، وكفاءة ممارسي العلاقات العامة بنسبة 11%، والصورة الذهنية بنسبة 10%، وإدارة السمعة بنسبة 9%، وموضوع المسؤولية الاجتماعية تكرر بنسبة 5% في 6 رسائل، وجاء موضوع دوافع تعلم العلاقات العامة في رسالة واحدة للباحثة "ريما أحمد جنحو" بعنوان: "دوافع اقبال الفتيات للالتحاق في برنامج العلاقات العامة بجامعة النجاح الوطنية من وجهة نظر الطالبات" بنسبة 0.008%.

من خلال التحليل السابق يظهر أن المواضيع البحثية لرسائل الطلبة مكررة، ولا يوجد اتجاهات بحثية جديدة، حيث كان التركيز على موضوع العلاقات العامة الرقمية، ووسائل التواصل الإجتماعي بنسبة أكبر، وتحديدًا موقع فيسبوك الذي تكرر في 11 رسالة.

جدول (4)

المؤسسات المستهدفة

النسبة المئوية	عدد الرسائل / التكرارات	الجهة المستهدفة
0.432098765	35	مؤسسات حكومية
0.222222222	18	مؤسسات إقتصادية ربحية
0.160493827	13	مؤسسات اجتماعية تعليمية
0.061728395	5	مؤسسات خاصة
0.061728395	5	مؤسسات غير ربحية
0.049382716	4	مؤسسات إعلامية
0.012345679	1	مؤسسات حكومية وخاصة
1	81	المجموع

اندرجت النسبة الأكبر للأطاريح تحت موضوع وظائف العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الحكومية وذلك بمعدل 43%. وبنسبة 22% في المؤسسات الإقتصادية الربحية. وبنسبة 16% ضمن المؤسسات التعليمية، وبنسبة 0.061% ضمن المؤسسات غير الربحية، والمؤسسات الخاصة، وبنسبة 0.049% ضمن المؤسسات الإعلامية، وكانت هناك رسالة واحدة جمعت بين المؤسسات الخاصة والحكومية في دراسة مقارنة بنسبة 0.012%. حيث كان التركيز على دور العلاقات العامة في تحسين أداء مختلف المؤسسات الحكومية، إلا أن الفهم الأشمل والأعمق لمجال العلاقات العامة يتطلب تسليط الضوء على قطاعات العلاقات العامة كافة.

جدول (5)

الأدوات البحثية

النسبة المئوية	التكرار	الأداة
0.425925926	46	الاستبانة
0.064814815	7	الاستبانة الإلكترونية
0.25	27	المقابلة
0.111111111	12	المقابلة المعمقة
0.083333333	9	تحليل المحتوى
0.064814815	7	تحليل المضمون
1	108	المجموع

إستندت رسائل طلبة ماجستير العلاقات العامة على 4 أدوات بحثية بشكل أساس، وهي كالآتي: أولاً: الإستبانة، ويتفرع منها الإستبانة الإلكترونية ويقصد بها: "مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع معلومات عن جمهور مستهدف أو مجموعة معينة من الأفراد، ويتم تنفيذها عبر الإنترنت"، ثانياً: المقابلة، التي تدرج ضمنها المقابلات المعمقة، ثالثاً: تحليل المحتوى، والأداة الرابعة: تحليل المضمون.

في النظر إلى تحليل المحتوى، وتحليل المضمون، العديد من الباحثين اعتبروا كلتا الأداتين نفس الشيء، ومنهم من اعتبر تحليل المضمون، أو المحتوى مناهج علمية قائمة بذاتها، على الرغم من أن كلا النوعين من التحليل يهدفان إلى استخراج المعلومات وتحليلها، إلا أن هناك اختلافات في النهج والتركيز بينهما. تحليل المحتوى يركز على النصوص والمصادر المحددة، بينما تحليل المضمون يركز على الأفكار والمعاني العامة التي يمكن استنتاجها من النصوص تلك.

جاءت الإستبانة بالمرتبة الأولى بنسبة ما يقارب 43%، ثم تليها أداة المقابلة بنسبة 25%، والمقابلة المعمقة بنسبة 11%، وتحليل المحتوى بنسبة 8%، وتحليل المضمون، والاستبانة الإلكترونية بالنسبة نفسها 6%.

3.2 النتائج المتعلقة بالمقابلات

وظفت الباحثة المقابلة كأداة ثانية، تعزيزاً للقيمة الوصفية لأداة الرسالة، وتحقيقاً للشمولية في الموضوع قيد الدراسة، وقد اشتملت الدراسة على 15 مقابلة ذات علاقة مباشرة بأسئلة الدراسة الفرعية (2،3،4،5). أجرت الباحثة مقابلة وجاهية مع العميد سامر الزيتاوي، مدير دائرة العلاقات العامة في مركز شرطة محافظة نابلس، يوم الثلاثاء، بتاريخ 29/10/2024، في مقر مركز شرطة محافظة نابلس في نابلس، الساعة 12 ظهراً، ومقابلة وجاهية مع الأستاذ عبد الرحمن أقرع، مدير دائرة المبيعات والتسويق في شركة العدلي للرخام، وهي إحدى شركات القطاع الخاص، يوم الإثنين الموافق 4/11/2024، الساعة العاشرة صباحاً في مقر الشركة الكائن في قبلان، كما أجرت مقابلات مع عينة عشوائية من خريجي برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، وبلغ عددهم 7 خريجين من جامعة النجاح الوطنية، يوم الإثنين الموافق 16/9/2024، عبر تطبيق (الفيستوك)، و3 دكاترة أكاديميين في برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في جامعة النجاح الوطنية، وتدعيماً لنتائج الرسالة أجرت الباحثة 3 مقابلات إلكترونية، معمقة مع ممارسي مهنة العلاقات العامة من خريجي ماجستير العلاقات

العامّة من جامعة النجاح الوطنيّة، وهم: الباحثة نيفين علاونة التي تمت المقابلة معها عبر تطبيق (الواتساب)، يوم الجمعة بتاريخ 29/11/2024، ومقابلتين يوم السبت بتاريخ 30/11/2024 مع الأستاذ فراس الصيفي، وهو باحث، ومعيد أكاديمي في جامعتي القدس المفتوحة، وجامعة النجاح الوطنيّة، ومدير العلاقات العامّة في الجامعة العربيّة الأمريكيّة، والباحثة دعاء أبو الرب، التي تعمل في مركز الوطن للإستشارات البحثيّة.

عرض النتائج المتعلّقة بالسؤال الفرعي الثاني: ما مدى مساهمة إتجاهات الطلبة البحثيّة في النهوض بأقسام العلاقات العامّة في سوق العمل الفلسطينيّة؟

أولاً: المقابلة مع مركز شرطة محافظة نابلس - دائرة العلاقات العامّة

تتكون دائرة العلاقات العامّة لمركز شرطة محافظة نابلس من 7 موظفين، 4 ذكور، و 3 إناث، برتبة ضابط لجميع الموظفين، إثنان منهم يحملون شهادة الدبلوم، وأربعة من حملة شهادة البكالوريوس، والضابط "سلام حج" أحد خريجي برنامج ماجستير العلاقات العامّة من جامعة النجاح الوطنيّة، حيث أثنى العقيد على كفاءة سلام حج، ومدى تميزه في عمله، ويوكلون إليه مهام حضور الندوات، وإعداد التقارير عنها، وإجراء المقابلات مع وسائل الإعلام المختلفة، حيث وصفه العقيد سامر الزيتاوي بالمتحدث الجيد.

من خلال المقابلة مع العقيد سامر الزيتاوي مدير دائرة العلاقات العامّة في مركز شرطة محافظة نابلس، تبين أن هناك فرقاً في الإنجاز المهني بين حملة الشهادات العليا من برنامج الماجستير في جامعة النجاح الوطنيّة، وبين حملة الشهادات الأقل درجة علميّة، علماً أن غالبية الموظفين من تخصصات أخرى، لكنهم اكتسبوا الخبرة العمليّة من خلال التدريب في مختلف المجالات قبل مباشرة العمل، وكانت المصادر الأكثر استخداماً للممارسين للحصول على الخبرة، والمعلومات في مجال

العلاقات العامة هي: الإنترنت(41.9%)، تليها الدورات التدريبية(27.3%)، وأخيراً المجالات العلمية (9.3%).

كما تبين من خلال المقابلة واعي جهاز الشرطة بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي، ولهم حضور فعّال على موقعي الفيسبوك، والواتس أب، من خلال نشر إنجازات الشرطة مثل: مكافحة الجريمة، والمخدرات، والمركبات غير القانونية، بهدف نشر الوعي بين الناس، وكسب ثقة الجماهير بجهاز الشرطة، ومن أهم وظائف دائرة العلاقات العامة كما أوضح العقيد الزيتاوي تمثيل مركز الشرطة في وسائل الإعلام، عبر الإذاعة، والتلفاز، وعقد الندوات، وإعداد التقارير، وتعد دائرة العلاقات العامة حلقة الوصل بين موظفي المركز، والإدارة العليا، وحلقة وصل بين مركز الشرطة، والجهات الخارجية، مثل: البلديات، والمجالس المحلية، وغيرها، كما تهتم دائرة العلاقات العامة برصد ردود الفعل عن أداء موظفي المركز من الجماهير، وهو ما يدعى بالإتصال المتوازن في الإتجاهين.

كما تتمتع دائرة العلاقات العامة في مركز الشرطة بهيكل تنظيمي متكامل، وهذا يدل على الوعي بأهمية وجود إدارة منفصلة للعلاقات العامة عن الإدارات الأخرى، حتى تتمكن من ممارسة مهامها بالشكل المطلوب، وهو ما يتطابق مع مبادئ نظرية الإمتياز التي أكدت على أهمية وجود قسم منفصل للعلاقات العامة، حيث يساهم ذلك في العمل بحرية، واستقلالية دون أية معوقات، وهذا يعود على المنظمة بالإيجابية، ويرفع من قيمتها.

وتعمل دائرة العلاقات العامة في مركز شرطة محافظة نابلس جنبا إلى جنب مع الإدارات الأخرى في تحقيق الهدف الرئيس لمركز الشرطة، وهو منع الجريمة قبل حدوثها، من خلال التواصل مع الجماهير، والرد على الشكاوي، ونشر الوعي بين الناس، لتوعيتهم من مختلف الجرائم، وهو ما يسمى بالتخطيط الإستراتيجي، وإدارة الأزمات، وهو ما يتطابق مع نظرية الإمتياز التي نصت على: العلاقات العامة هي المعنية بالإدارة، والتخطيط الاستراتيجي، وهذا يسمح لممارسي العلاقات العامة باتخاذ القرارات المناسبة حول أي أزمة، وأن تكون الوظائف مكملة لبعضها، وألا تتداخل.

اختتمت المقابلة بتقديم بعض النصائح من العقيد سامر الزيتاوي، لممارسي العلاقات العامة، ومن أهمها: الوعي بأهمية التعلم، ودراسة العلاقات العامة قبل ممارسة المهنة، لأن ذلك يولد الثقة في الأداء المهني، وإنجاز الأهداف المرسومة، ما يؤدي إلى رفع قيمة المؤسسة، والعمل على تحقيق أهدافها، وعليه يستطيع الفرد مع العمل كسب المزيد من الخبرات. وهذا بالفعل يتطابق مع نظريات الإمتياز، والبنائئية، حيث أشارت كلا النظريتين إلى مدى أهمية التعليم، وتطبيق المعارف، والخبرات المكتسبة في الممارسة المهنية، من خلال معرفة أدوار، ومهام العلاقات العامة، ومعرفة كيفية تطبيقها بالشكل الذي يعود على المؤسسة بالإيجابية، سواء بالتخطيط، أو الإشراف، أو التواصل، أو التمسك بالمعايير الأخلاقية، وغيرها من المبادئ الهامة. فلا يهم كم تكتسب من معلومات، ما يهم هو كيف تعيد بنائها، وتحولها لواقع عملي.

ثانيا: المقابلة مع القطاع الخاص - شركة العديلي للرخام والجرانيت والكوارتز والبورسلان

قابلت الباحثة مدير قسم التسويق والمبيعات لشركة العديلي السيد "عبد الرحمن ناجح أفرع" خريج تسويق من جامعة النجاح الوطنية، ومقرها في قبلان - نابلس، أسفرت المقابلة على مجموعة من النتائج، والملاحظات، حيث تبين أن قسم التسويق والمبيعات يتمتع بالصلاحيات كافة، وله إدارة مستقلة، وعلى علاقة مباشرة بالإدارة العليا، الأمر الذي يسهل مهام القسم، ويسرع الإنجاز في أداء المهام، ويجعل الموظفين قادرين على التفكير بحرية واستقلالية، وهذا يتطابق مع ما جاءت به مبادئ نظرية الإمتياز التي أكدت على أن وجود قسم منفصل للعلاقات العامة يساهم في العمل بحرية، واستقلالية دون أية معوقات، وهذا يعود على المنظمة بالإيجابية، ويرفع من قيمتها.

يضم قسم التسويق والمبيعات 6 موظفين، 3 ذكور، و 3 إناث، ويحتوي على ثلاثة أقسام وهي: قسم إدارة مواقع التواصل الاجتماعي، وإنشاء المحتوى، وقسم التصوير، وقسم التسويق للمبيعات، وأثنى مدير المبيعات على أهمية التواصل مع الزبائن من خلال الرد على استفساراتهم، واستقبال الشكاوي،

والإهتمام بالتغذية الراجعة حول أداء الشركة من وجهة نظر الزبائن، وهذا يدل من وجهة نظر الباحثة على تداخل وظائف العلاقات العامة مع وظائف قسم التسويق والمبيعات في بعض الشركات. ولقد تبين أن إدارة شركة العديلي تعي أهمية وجود إدارة للعلاقات العامة، وذلك إحدى أهداف الشركة المستقبلية الذي تعمل عليه، وهذا يدل على تطور، وتقدم العلاقات العامة، والوعي بأهمية الدور الذي تقدمه في قطاع الأعمال.

وعلى اعتبار أن الباحثة موظفة في قسم المحاسبة لدى شركة العديلي، فلقد أتت مدير المبيعات على أدائها المهني، من ناحية الكفاءة، والإبداع في إعداد التقارير، والتواصل الفعال مع الموردين، والزبائن، والقبول الإيجابي من قبل جماهير الشركة الداخليين، والخارجيين، كما أكد على أنها موظفة صاحبة شخصية قوية، وجريئة، ولها رؤية نقدية في تقييم الأمور، وكشف مدير قسم التسويق والمبيعات لشركة العديلي عن أهمية التعليم في اكتساب المعرفة لممارسة المهنة، وهذا ينسجم مع النظرية البنائية في التعليم، التي اهتمت بدراسة مراحل تطور التعلم، والمعرفة لدى الطلبة، والذكاء، وأنماط التفكير.

ثالثاً: المقابلات مع أكاديميين العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية

أجرت الباحثة مقابلات مع 3 من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة النجاح الوطنية، لتحقيق أهداف الدراسة، وتغطية الموضوع من جميع جوانبه، ولقد قامت الباحثة من خلال هذه المقابلة بالإجابة عن أسئلة الدراسة الفرعية للدراسة.

من خلال لقاء مع مجموعة من الدكاترة الأكاديميين في العلاقات العامة، ومن خلال تقييمهم لمسارات ماجستير العلاقات العامة، حيث أشاروا إلى وجود مسارين أساسيين: الإتصالات المؤسسية، التي تؤكد على صورة المنظمة، والتواصل مع أصحاب المصلحة، وإدارة العلاقات العامة، التي تركز على المهارات الإدارية والتخطيطية لأدوار القيادة. وفي حين أن هذه المسارات مفيدة في معالجة إحتياجات المؤسسات الفلسطينية، فمن الأهمية بمكان تزويد الطلاب بإرشادات أفضل في اختيار مساراتهم بما

يتماشى مع أهدافهم المهنية، وسوق العمل. ومع ذلك، يجادل الدكتور عامر بأنه ضد تقسيم البرنامج إلى مسارات منفصلة، ويقترح بدلاً من ذلك نهجاً أكثر تكاملاً يسمح بفهم أوسع للاتصال، مع دورات مشتركة تشمل جوانب مختلفة من العلاقات العامة، والعلاقات الإعلامية. وعن تقييم مواضيع رسائل طلاب ماجستير العلاقات العامة أشار الأكاديميون إلى تركيزها في السنوات الأخيرة، خاصة منذ 2020، فصاعدًا، ركزت أطروحات الماجستير في العلاقات العامة بشكل أساسي على مواضيع مثل الصورة الذهنية، والسمعة المؤسسية، مما أدى إلى تكرار ملحوظ في موضوعات البحث. حيث اقترح الأكاديميون لمكافحة ذلك، هناك دفع نحو التنوع في أفكار البحث، وتشجيع الطلاب على استكشاف مجالات جديدة مثل تأثير التكنولوجيا، والذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتخطيط الإستراتيجي، والعلاقة بين عمل العلاقات العامة، والظروف النفسية، والإجتماعية للموظفين. بالإضافة إلى ذلك، هناك دعوة لإجراء أبحاث لمعالجة القضايا الملحة التي تواجه القطاعات الفلسطينية، مثل تغير المناخ والتحديات المجتمعية، مع التوصية أيضًا بدراسات حالة حول المؤسسات المحلية لتعزيز الأهمية العملية لإستراتيجيات العلاقات العامة.

وبالحديث عن واقع العلاقات العامة في المجالين التعليمي، والمهني من منظور الجنسين، حيث أشار الدكتور عامر قاسم منسق برامج الماجستير والدكتوراه في جامعة النجاح الوطنية اهتماماً أكبر بتخصص العلاقات العامة بين الطالبات، بالرغم من تأكيده على أن هذه ملاحظة شخصية، وليست دراسة منهجية. كما علق الدكتور الآخريين أنه ورغم وجود تحيزات مجتمعية فيما يتعلق بتصوير العلاقات العامة كمهنة للنساء، إلا أنهم يعتقدوا أن النساء ينجذبين إلى هذا المجال بسبب طبيعته العلائقية، والمرونة التي يوفرها مقارنة بالوظائف الأكثر تطلباً للجهد البدني. وعلى الرغم من تفوق النساء أكاديمياً في العلاقات العامة، إلا أنهن غالباً ما يواجهن تحديات في الوصول إلى مناصب قيادية، مما يسلط الضوء على الحاجة إلى تكافؤ الفرص وزيادة الوعي بتنوع الجنسين في المهنة. وفي ضوء تجربتهم المهنية، دعا المنسق الدكتور عامر قاسم إلى فرض ضوابط أكثر صرامة في عملية إختيار

الملتحقين بالدراسات العليا في العلاقات العامة، ويقترح تنفيذ إمتحان الكفاءة الأولي، وحصر درجات البكالوريوس للمرشحين في تخصصات الإتصال، ويؤكد على الحاجة إلى إختبارات الكفاءة في اللغة الإنجليزية مثل IELTS أو TOEFL، حيث يُظهر العديد من الطلاب مهارات منخفضة في اللغة الإنجليزية. بالإضافة إلى ذلك، دعا الأكاديميون إلى التحول في تقييم الطلاب نحو العمل العملي، وتنشيط الإعتماد على الذكاء الإصطناعي، أو المساعدة الخارجية، مع تشجيع الطلاب أيضاً على الإنخراط في أبحاث هادفة تساهم في مجال العلاقات العامة في فلسطين.

ومن حيث تقييمهم لمساهمة الطلبة من ماجستير العلاقات العامة في إعداد الأبحاث العلمية، أكدوا على أن جودة الأبحاث العلمية التي ينشرها الطلاب منخفضة بشكل عام، حيث يختار الكثير منهم المجالات الضعيفة، والمنشورات الإنجليزية المحدودة، وخاصة باللغة العربية، التي تحظى بتقييم ضعيف. وعلى الرغم من وجود أبحاث ورسائل ماجستير قيمة تعالج إحتياجات السوق المهمة، فإن التحدي يكمن في الإستفادة الفعالة من هذه الأبحاث. لتحسين جودة مساهمات الطلاب، من الضروري توفير التوجيه الأكاديمي المناسب، وورش العمل التدريبية حول منهجية البحث وأخلاقياته، وربط جهود البحث بالمؤسسات المحلية من خلال المشاريع التطبيقية. كما أنه يعتبر برنامج الماجستير الحالي في العلاقات العامة ممتازاً، إلا أنه يفشل في تلبية إحتياجات سوق العمل بسبب ضعف الأبحاث التي يجريها الطلاب، والتي غالباً ما تقتصر إلى التوصيات العملية للشركات. هناك فجوة كبيرة بين البحث الأكاديمي، والتطبيقات في العالم الحقيقي، حيث نادراً ما تتفاعل المؤسسات مع أطروحات الماجستير، أو تستفيد منها. ولمعالجة هذه الفجوة، من الأهمية بمكان تعزيز التعاون بين الجامعات وقطاع الأعمال، مع التركيز على التدريب العملي والبحث الذي يعالج التحديات التي تواجهها الشركات، وخاصة في مجالات مثل إدارة الأزمات، والتسويق الرقمي. واقترح الأكاديميون لتحفيز الطلبة على النشر العلمي، وتحسين تجربتهم الأكاديمية. أولاً، أن يكون نشر ورقة بحثية في مجلة مدرجة ضمن قواعد سكوباس شرطاً للتخرج. ثانياً، يُشدد على أهمية إتقان اللغة الإنجليزية كشرط قبول. ثالثاً، يُفضل أن يكون الطالب قريباً

من حقل تخصصه، مع ضرورة إجراء مقابلة فعلية معه. رابعاً، يُعتبر تحديد معدل مرحلة البكالوريوس شرطاً مهماً، حيث يعكس مستوى الأداء والإنتاج العلمي. كما يُنصح الطلبة بالاستمرار في إجراء الأبحاث التي تهم المجتمع، وتجنب الأبحاث السهلة. ويُشجع الطلبة على نشر بحث واحد على الأقل خلال الدراسة وبعد التخرج، مع التأكيد على أهمية دعم المعلمين في هذا المجال. أخيراً، يُقترح تحديث المناهج لتواكب التحولات التكنولوجية، وتعزيز الشراكات مع المؤسسات المحلية والدولية، وإضافة مساقات جديدة، وتنظيم مؤتمرات وورش عمل دولية لتعزيز التبادل العلمي. ويُنصح الطلاب أيضاً بعدم الاعتماد فقط على محتوى المدرس، بل بالبحث بأنفسهم، وتجنب الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، وحث الطلاب على بناء مهارات التحليل والتفكير النقدي، والتعلم المستمر في العلاقات العامة الرقمية وتحليل البيانات، والمشاركة في المؤتمرات لتوسيع شبكتهم المهنية.

وأخيراً ومن خلال تقييم أداء الجهات المختصة في برنامج ماجستير العلاقات العامة. أشار الأكاديميون إلا أنه ولغاية الآن لا يوجد طالب رسب في مناقشة رسالة الماجستير، ومفهوم بأن رسالة الماجستير هي صورية، ولكن في بعض المواضيع تصل إلى المناقشة هي بحاجة إلى ضبط أكبر، وأنه ليس كل الطلاب عليهم أن يقدموا رسائل، ممكن الذهاب بإتجاه الشامل، ولو كان من الأساس هناك ضوابط لإختيار الملتحقين بالبرنامج، سينعكس ذلك على النتائج. كما أثنوا على أن الجهات المختصة تقوم بجهود جيدة، ولكن هناك حاجة لتحسين بعض الجوانب، مثل: استحداث لجان تقييم دورية لمراجعة المناهج، وضمان مواكبتها لإحتياجات السوق. تعزيز الإستثمار في البنية التحتية، مثل المكتبات الرقمية، وقواعد البيانات. دعم البحوث العلمية من خلال تقديم منح للطلبة. وتنظيم لقاءات دورية بين الطلبة والخريجين وأرباب العمل لتحديد التحديات وتقديم حلول مبتكرة.

رابعاً: المقابلات مع خريجي ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية

أجرت الباحثة مقابلات عبر تطبيق (الفيديو) مع 7 من خريجي برنامج ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، لتحقيق أهداف الدراسة، وتغطية الموضوع من جميع جوانبه، ولقد قامت الباحثة من خلال هذه المقابلة بالإجابة عن أسئلة الدراسة الفرعية (3،4،5).

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما دوافع الطلبة للإنخراط في برنامج ماجستير العلاقات العامة؟

تتعلق دوافع الطلبة للالتحاق ببرنامج ماجستير العلاقات العامة بعدة أسباب، أبرزها الرغبة في الحصول على وظيفة في سوق العمل، الترقية الوظيفية، تطوير الذات، واكتساب معرفة جديدة في هذا التخصص. العديد من الطلبة يرون في هذا البرنامج فرصة لاستكمال دراستهم في نفس المجال الذي درسوه في البكالوريوس. تتلخص دوافعهم في السعي للحصول على وظيفة مرموقة، مما يتيح لهم آفاقاً جديدة للتعلم وتطوير المهارات اللازمة لممارسة المهنة بكفاءة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع: ما مدى إختلاف إتجاهات الطلبة البحثية بإختلاف ٧ مجالهم الوظيفي، أو تخصصهم السابق في البكالوريوس؟

فيما يتعلق بأسباب إختيار موضوع الرسائل، أو الإلتجاه البحثي للخريجين، تبين أن بعض الطلبة إختاروا مواضيعاً في مجالهم الوظيفي نفسه، للبحث في مشكلة واقعية، ودراستها، ومحاولة معالجتها، ومن باب السهولة في الحصول على المعلومات حول موضوع البحث. أما غالبية إجابات الطلبة كشفت عن عدم وجود علاقة بين إختيار موضوع الرسالة، والمجال الوظيفي، أو التخصص السابق لهم، أو لمعالجة مشكلة حقيقية صادفتهم، وهذا يدل على إختيار مواضيع بطريقة عشوائية، ومنه يستدل على حجم التكرار الكبير للمواضيع المطروحة نفسها على مدار أربع سنوات (2020-2023)، كما يدل على تناقض أجوبة الطلبة حول دوافع الإنخراط في برنامج ماجستير العلاقات العامة، وبين الإلتجاهات البحثية لهم، فالرغبة في تطوير الذات، وكسب معلومات جديدة تبعاً للنظرية البنائية، يتطلب إعادة بناء

البنى المفاهيمية لتشكيل معلومات جديدة تفيد في عملية التعلم، بدلا من تكرار المعلومات المطروحة نفسها.

أجمعت غالبية إجابات الخريجين أن النوع الاجتماعي (ذكرا أو إناث) لم يؤثر في اتجاهاتهم البحثية في الرسائل العلمية، وهذا يتعارض مع نتائج تحليل المضمون التي بينت أن غالبية الملحقين ببرنامج ماجستير العلاقات العامة من الإناث، فمن بين 81 خريج، 17 منهم ذكور، و64 من الإناث، وهذا يدل على أن غالبية الملحقين ببرنامج ماجستير العلاقات العامة هم من الإناث.

في دراسة أجرتها الباحثة ريماء أحمد جنحو بعنوان: "دوافع إقبال الفتيات للإلتحاق في برنامج العلاقات العامة بجامعة النجاح الوطنية من وجهة نظر الطالبات فيه" خرجت الدراسة بنتيجة أساسية مفادها: من الأسباب الرئيسية للإلتحاق الفتيات في برنامج العلاقات العامة يعود إلى حداثة التخصص، والرغبة في الإلتحاق بسوق العمل، والحصول على وظيفة مرموقة، ولزيادة الثقة بالنفس، وتنمية الخبرات. كما توصلت دراسة جنحو إلى أن من أسباب اختيار المؤسسات للفتيات للعمل في قسم العلاقات العامة حسب إجابات الطالبات هو قدرة الفتاة على العمل في هذا المجال والتي يعطيها مكانة إجتماعية بنسبة 49% من حجم عينة 300 طالبة، وتدني أجور الفتيات، مقارنة بالذكور بنسبة 41.6%.

تبين أن النوع الاجتماعي يؤثر في الإتجاهات البحثية، وفي دراسة التخصص، وذلك يعود لرغبة الطلاب في إيجاد وظيفة ملائمة لاحتياجاتهم، علما أن النظرة السائدة بين الطلبة أن وظيفة العلاقات العامة تتخرب فيها الفتيات أكثر من الشباب تتعارض مع واقع سوق العمل في القطاع العام، الذي يدعم كلا الجنسين، وتتوازن فيه النسبة بين الذكور والإناث.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الخامس: كيف أثرت الإتجاهات البحثية في برنامج ماجستير العلاقات العامة في شخصية الطلبة بعد التخرج؟

إن تأثير الإتجاهات البحثية لرسائل ماجستير العلاقات العامة في شخصيتهم بعد التخرج التي تمحورت حول توسيع الفكر، اكتساب المعلومات الجديدة، إسقاط الخبرة المعرفية في المجال الوظيفي، زيادة الثقة بالنفس، وتقوية الشخصية، الإندماج مع المجتمع، التعمق بالأفكار، والمواضيع. وهذا يتطابق تماما مع مبادئ النظرية البنائية حول طرق اكتساب المعرفة، ونتائج عملية التعلم، ومع مبادئ نظرية الإمتياز التي نصت على: "أن العلاقات العامة الممتازة مرتبطة بالقيم الأخلاقية، من أجل تحقيق التوازن بين مصالح المنظمة، ومصالح الجماهير العامة التي تتعامل من المنظمة، وعندما تقوم ممارسة العلاقات العامة على القيم المتكافئة، فإن ذلك يجعل قرارات المنظمة مبنية على التنوع، والسلوك الأخلاقي".

كما أن إجابات الطلبة تتطابق مع نتائج المقابلات، فمن خلال أثر دراسة ماجستير العلاقات العامة، وتحديد إنجاز البحثي للرسالة في الجانب الشخصي، والمهني للباحثين فقد أجمع معظم الباحثين على أن دراسة ماجستير العلاقات العامة كان لها تأثير كبير على تطوير مهاراتهم الشخصية والمهنية. فقد عززت الدراسة مهارات التفكير النقدي والتحليل والبحث، وزادت من ثقتهم بأنفسهم من خلال تقديم العروض العلمية. كما ساهمت في تحسين قدراتهم النقدية في المجال السياسي من خلال الأبحاث العلمية. أما على الصعيد المهني، فقد طورت قدراتهم التواصلية والإدارية، ومنحتهم فهماً عميقاً لإدارة العلاقات العامة بفعالية. كما أضاف الإنجاز البحثي قيمة لسيرتهم الذاتية وفتح لهم فرص عمل جديدة. وحسب نتائج تحليل المضمون للمواضيع البحثية للخريجين، لا يزال يلزم الطلبة مزيداً من التفكير العميق في اختيار المواضيع، واستهداف الجهات المتنوعة، والإبتعاد عن المرواحة، والتقليد.

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السادس: ما التوجهات المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة للنهوض في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية؟

من خلال إجراء تحليل كشمي لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، ومراجعة موسعة لدراسات سابقة من جامعات عربية مختلفة، يلاحظ عدم وجود تنوع في المواضيع المطروحة،

مما يؤدي إلى الجمودية في الأبحاث، وطرق إنجازها من جهة، ومن جهة أخرى تؤدي هذه الفجوة المعرفية إلى وجود نقص في إشباع حاجات سوق العمل في مجال العلاقات العامة، كما يتجه برنامج ماجستير العلاقات العامة في فلسطين نحو تعزيز القدرات العملية للخريجين من خلال توفير تدريب عملي قبل التخرج، مما يساعد الطلاب في الحصول على فرص عمل متنوعة. يشمل ذلك تنظيم ورش عمل وفرص تدريبية بالتعاون مع مختلف القطاعات، مما يعزز العلاقات التشاركية لتوفير فرص توظيف. كما يُقترح تعزيز استخدام التكنولوجيا والإعلام الرقمي في البرامج التدريبية لتلبية احتياجات السوق الحديثة. بالنسبة للطلاب الباحثين في العلاقات العامة، حيث أن العالم يتجه بعيداً عن الممارسات التقليدية في هذا المجال.

3.3 عرض نتائج الدراسة المتعلقة بالسؤال المركزي

ما تأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج؟

بناء على النتائج السابقة في تحليل المضمون، وتحليل المقابلات، والإطلاع على مسيرة بعض الطلبة في برنامج ماجستير العلاقات العامة أثناء التعلم، وبعد التخرج، لاحظت الباحثة وجود نوع من الطلبة كانت الدراسة لهم كنوع من الظهور، أو الحصول على ترقية في مجالهم الوظيفي، وغالبية أبحاثهم قدمت جاهزة لم يقوموا بإعدادها بأنفسهم، وهذا القسم يشكل عبئاً على سوق العمل، فحسب ما جاءت به نظريات الدراسة البنائية، والإمتياز، لا يحصل التعلم إلا باكتساب المعرفة، وتلك المعرفة لا بد من إعادة بلورتها، وتشكيلها من جديد، لتطبيق المعارف تلك في الممارسة المهنية، والممارسة المهنية تتطلب الجمع بين المعرفة، والخبرة، للعمل على تحقيق أهداف المؤسسة، لكن كيف لطالب لم يجتهد في كسب المعلومات أن يجتهد في العمل؟

ومن جهة أخرى هناك العديد من قطاعات الأعمال المختلفة نجدها توظف ممارسي علاقات عامة من تخصصات علمية مختلفة، وهذا يعود إلى وجود نقص معرفي في أهمية ممارسة المهنة عن علم، وإمام بمبادئ، وأسس هذه الوظيفة، وكيفية ممارستها بالشكل الصحيح، وبعض المؤسسات تستبدل دائرة العلاقات العامة، بدوائر أخرى، من خلال ممارسة أدوار العلاقات العامة تحت مسميات أخرى، كالتسويق، والترويج، والمبيعات، وغيرها، وهذا يتعارض مع مبادئ نظرية الإمتياز التي نصت على: "فصل وظيفة العلاقات العامة عن الوظائف الأخرى، فعندما تكون العلاقات العامة، والوظيفة الأخرى، كالتسويق مثلا متداخلتان، تفقد القيمة الفعلية للممارسة، وعليه ينبغي أن تكون الوظائف مكملة لبعضها، وألا تتداخل".

إن أثر دراسة ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية في سوق العمل الفلسطينية أحدثت بالطبع تغيرا، وتقدما ملحوظين في الإنجاز، والإبداع المهني، من خلال إسقاط ما تعلمه الخريجون في تحقيق أهداف المؤسسات، مع العلم أن وظيفة العلاقات العامة أصبحت تأخذ منحى مغايرا لمفهوم استقبال الزوار، والإشراف على المراسم، والإتيكيت، والبروتوكول، أصبحت العلاقات العامة إدارة مستقلة بسلم وظيفي متكامل. تشير النتائج السابقة أن الممارسة المهنية للعلاقات العامة في كلا القطاعين الحكومي، والخاص تتمحور حول وظيفة أساسية هي الإتصال والتواصل، أي أن جوهر العمل بحسب نظرية الإمتياز يرتكز على بناء العلاقات الجيدة بين المؤسسة والجمهور من خلال ممارسة طرق الإتصال الفعالة للوصول بالمؤسسة إلى أعلى قيمة ممكنة. وقد جاء موضوع إدارة الإتصال والتواصل بالمرتبة الثانية لمواضيع رسائل الطلبة، حيث تكرر في 28 رسالة بنسبة 24%، وتتفق نتيجة الدراسة الراهنة مع دراسة Prastowo & other (2020) التي خرجت بنتيجة رئيسة مفادها: أن الموضوعات البحثية التي أنتجها خريجو برامج دراسة العلاقات العامة كانت موجهة بشكل أكبر إلى الموضوعات التي أدت إلى تكوين صورة للخريجين من ذوي الكفاءات كمسؤول علاقات عامة (اتصالات مؤسسية).

وبشكل عام تركزت الإتجاهات البحثية للرسائل المنجزة في برنامج ماجستير العلاقات العامة، في الفترة (2020-2023)، على دور العلاقات العامة في تحسين أداء مختلف المؤسسات الحكومية، إلا أن الفهم الأشمق والأعمق لمجال العلاقات العامة يتطلب تسليط الضوء على جوانب مجالات العلاقات العامة كافة، واستهداف مختلف القطاعات، من أجل تحقيق التوازن العلمي، والعملي، والإبتعاد عن التقليد، وتحقيق أهداف برنامج ماجستير العلاقات العامة الذي جاء لتلبية احتياجات سوق العمل، حيث إن إتباع نمط تقليدي في الإتجاهات البحثية، لا يحقق الشمولية في الإنجاز العلمي، وعليه لا يحدث إشباع لحاجات سوق العمل، علما أن العلاقات العامة نشأت من حاجة قطاعات الأعمال للترويج لمنتجاتها، بالشكل الذي يواكب التطورات العصرية، وعليه يتطلب الإنجاز البحثي الوقوف على أرضية صلبة، لإحداث تأثير حقيقي ملموس، من الناحيتين الأكاديمية، والعملية.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج

إن مفهوم العلاقات العامة يشير إلى مجالات متنوعة في شؤون الحياة كافة، وأكثر ما يميز العلاقات العامة أنها تتعامل مع الأفراد، وهذا يزيد صعوبة ممارسة المهنة، نظرا للمتغيرات النفسية التي تتميز بها الطبيعة البشرية، وعليه لا بد من الإلمام بمتغيرات الحياة كافة، ومحاولة إشباع حاجات سوق العمل المختلفة، وهنا تظهر أهمية إعداد الأبحاث العلمية، التي تتميز بمعالجة مشكلة ما، وفق مناهج، ونظريات علمية مدروسة، كما أن مواجهة المواقف الواقعية يشكل عملية تعليمية، وخبرة مكتسبة يحتاج إليها ممارس المهنة في سوق العمل، وهذا ما أكدت عليه النظرية البنائية التي نصت على: "يبني المتعلمون المعنى الخاص بهم لما تعلموه بتشكيل المعنى في البنى المعرفية للمتعم من خلال التفاعل الحسي مع العالم الخارجي، ويحدث التعلم غالباً عندما يواجه المتعلم مشكلة، أو موقفاً حقيقياً".

بناء على ما تقدم، ونظرا لإهتمام الباحثة الشديد ببحوث العلاقات العامة، وتأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لخريجي جامعة النجاح الوطنية، فقد ارتأت الباحثة أن تجمع بين الأمرين في هذه الدراسة كمحاولة منها للمساهمة في توسعة مدارك الطلبة البحثية، وتوجيههم لإتجاهات بحثية جديدة، وتمكين الباحثين في مجال العلاقات العامة من البحث المعمق شكلا، ومضمونا في المشكلات، والمواضيع البحثية، بناء على الحاجة الأكاديمية، والعلمية، والعملية، قبل أن يكون الدافع البحثي شخصيا. إضافة إلى توجيه العاملين في مهنة العلاقات العامة، والمقبلين على العمل في الرجوع لمبادئ، وأسس الإتصال، وإدارة الأزمات، وفن التعامل مع الجماهير، وغيرها من خصائص، ومهام العلاقات العامة، من أجل صقلها، وتطبيقها في الواقع العملي.

قامت الباحثة ببلورة وطرح سؤال البحث الرئيس التالي (ما تأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج، والذي انبثق

منه مجموعة من الأسئلة الفرعية سيأتي ذكر كل منها لاحقاً عند التعرض لما تحمله الإجابة عن كل منها.

وللإجابة عن سؤال البحث الرئيس، ولتحقيق هدف الدراسة الرئيس، قامت الباحثة بتوظيف أداتي بحث؛ تحليل المضمون ومن ثم المقابلات المعمقة لتعزيز القيمة الوصفية والقيمة التحليلية للأداة الأولى. وفي هذا الفصل ستقوم الباحثة بتحليل ومناقشة نتائج الدراسة بطريقة أكثر شمولية وذلك بغرض إعطاء إجابة نهائية على سؤال البحث الرئيس، وذلك بدءاً بمناقشة نتائج الأسئلة الفرعية أولاً كخطوات أساسية للسؤال الرئيس، ومن ثم الخروج بتوصيات ذات قيمة نظرية وقيمة عملية للدراسة.

4.1 تحليل ومناقشة نتائج كل من الأسئلة الفرعية للدراسة

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما أبرز المواضيع البحثية التي نالت إهتمام الباحثين في ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية؟

سعت الباحثة للإجابة عن هذا السؤال من خلال شرح مفصل عن أبرز المواضيع البحثية، ولتعميق الإجابة عليه قامت باستكمال جميع جوانب الرسالة البحثية، من حيث اختيار الطلبة للمواضيع البحثية، وأدوات البحث العلمية، إضافة إلى عدد الرسائل التي تم إنجازها خلال السنوات الثلاثة الأخيرة، مشيرة إلى المسارات التي تم إختيارها من قبل الطلبة في تخصص العلاقات العامة، وذلك كما يلي حيث:

أشارت النتائج أن هناك زيادة في عدد الرسائل المنجزة، في برنامج ماجستير العلاقات العامة، حيث إرتفعت الرسائل التي تمت مناقشتها بمقدار 17 رسالة بعام 2023 مقارنة بعام 2020، حيث بلغت عدد الرسائل التي تمت مناقشتها 10 رسائل بحثية، تعكس هذه الأرقام زيادة في عدد خريجي البرنامج، وإقبالاً متزايداً على تخصص العلاقات العامة. ويتطابق مع ما جاءت به أدبيات الدراسة، حيث اتفقت غالبية الدراسات على أن التوجه نحو إجراء أبحاث في مواضيع العلاقات العامة في نمو مستمر مقارنة بالسنوات الماضية، وتتطابق هذه النتيجة مع دراسة Segarra (2019) التي توصلت لنتيجة مفادها: "أن

هناك نموا مستمرا لأطروحات دكتوراه العلاقات العامة، في الجامعات الإسبانية، والبرتغالية منذ عام 2012 بلغ 12 أطروحة سنويا".

يستدل من ذلك حاجة سوق العمل الماسة لهذا النوع من الدراسات، وتخصص ماجستير العلاقات العامة تحديدا سواء في المجال الأكاديمي، أو قطاع الأعمال الخاص والحكومي، وهذا يتطابق مع التطور التكنولوجي المتسارع، وتوسيع نطاق الأعمال. فلم تعد العلاقات العامة وظيفة كمالية، لقد فرضت نفسها كحقل أساس في قطاعات الحياة كافة، كما أنها أصبحت علما يتوجه له الطلبة بحثا عن المعرفة، والخبرة التي يحتاجوها في ممارسة المهنة، وهذا ما ينسجم مع مبادئ النظريتين البنائية، والتميز حيث تتصان على: العلاقة بين المعرفة المكتسبة من الخبرات، والتعلم، وبين تطبيق المعرفة تلك، والأثر الملموس عن حدوث التعلم. ومن منطلق الحاجة للمهنة، لا بد من التتويه إلى أهمية البحث في مواضيع متنوعة للعلاقات العامة تلامس مناحي الحياة المختلفة، وتلبي حاجات السوق.

لاحظت الباحثة من خلال تحليل المضمون وجود إختلاف في عدد الطلبة الخريجين من عام 2020 حتى عام 2023، والذين بلغ عددهم 88 خريجا وخريجة، تبعا لجدول مسارات الطلبة، وبين عينة الرسائل المتوفرة في مكتبة الجامعة - الحرم القديم، حيث بلغت العينة 81 رسالة للفترة الزمنية نفسها المذكورة، وبناء عليه يوجد نقص في المعلومات المتوفرة حول بعض رسائل الطلبة، وعند البحث في الأسباب تبين عدم كفاية عدد الموظفين المسؤولين عن متابعة رسائل الطلبة في كلية الدراسات العليا، ووجود عدد من الرسائل لدى كلية الدراسات العليا لم يتم تزويد المكتبة بها، أو إدراجها ضمن فهرس الرسائل، وهذا يتطابق مع نتائج المقابلة مع الدكتور عامر قاسم، الذي أثنى على ضرورة بذل المزيد من الجهود المهنية، من قبل الجهات المختصة بالإشراف على برنامج ماجستير العلاقات العامة.

وبالحديث عن المواضيع البحثية أظهرت النتائج أن هناك تكرارا لمواضيع رسائل الطلبة، ولا يوجد إتجاهات بحثية جديدة، وهذا يتفق مع ما أشار اليه المقابلون من الأكاديميين في برنامج العلاقات العامة المعاصرة وهو تكرار المواضيع البحثية. حيث كان التركيز على موضوع العلاقات العامة الرقمية،

ووسائل التواصل الإجتماعي بنسبة أكبر، وتحديدًا موقع فيسبوك الذي تكرر في 11 رسالة. وهذا ينسجم مع أدبيات الدراسة، التي بينت أن التوجه البحثي في غالبيته يتمحور حول موضوع العلاقات العامة الرقمية، مثل دراسة عياد (2019)، دراسة عبد المعطي (2018)، ودراسة منتصر (2016) التي تناولت تحليل اتجاهات البحث في العلاقات العامة الرقمية. وأيضًا كان اتجاه الطلبة البحثي مركزًا على موضوع إدارة الإتصال، وإستراتيجياته، ثم المواضيع الأخرى بنسب متفاوتة، كالصورة الذهنية، وإدارة السمعة، علما أن مجالات العلاقات العامة تتطلب الوقوف على مختلف مواضيع العلاقات العامة. يدل هذا التكرار للمواضيع على عدم محاولة توسيع المعرفة بين الطلبة، علما أنه حسب النظرية البنائية هناك أهمية كبيرة للمعرفة المكتسبة من خلال عملية التعلم، التي يستطيع بها الفرد بلورة الأفكار، وبناء المعاني، كما أن وجود تكرار للمواضيع نفسها، يدل على عدم إكتساب معلومات جديدة، أو الخبرة التي يحتاجها الخريجون في سوق العمل، وهذا ما أكدت عليه مبادئ النظرية البنائية، حيث نصت أحد مبادئها على: لن يحدث التعلم؛ إلا إذا أدى دمج المعلومات الجديدة إلى تغيير في البنى المعرفية للفرد، وإعادة تنظيم الأفكار، والخبرات. كما ان لتكرار المواضيع البحثية يدل على اتباع نظام التقاليد بين الطلبة، أو ما يسمى بالمرآحة بعيدا عن الإبتكار والتجديد، وعدم محاولة توسيع المعرفة، أو إسقاطها بالشكل الصحيح، وهذا ما أكدت عليه النظرية البنائية التي نصت على: "حاجة الفرد لبناء خبراته من خلال إكتساب المعرفة الجديدة". وبمجملة ما سعت له الباحثة في إبراز المواضيع البحثية التي نالت اهتمام الباحثين في ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية اتضح لديها أن نسبة كبيرة من الطلبة استخدمت أداتي الإستبانة، والمقابلة، بينما كان التوجه نحو الأدوات الأخرى قليلا، وهذا يدل على تشابه المواضيع المطروحة من حيث الأداة، وسعي الطلبة لتوفير الوقت والجهد في جمع النتائج البحثية، ما يحول دون إكتساب معلومات جديدة، أو بناء خبرات مكتسبة، وهذا يتطابق مع مبادئ النظرية البنائية التي نصت على: "أن التعلم لا يحدث بفاعلية، إلا عندما يكون الأشخاص نشيطين، ويحققون نتائج ملموسة في الواقع المهني، والعملية".

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما مدى مساهمة إتجاهات الطلبة البحثية في النهوض بأقسام

العلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية؟

أظهرت نتائج تحليل المضمون، ونتائج المقابلات مساهمة منخفضة جدا من الطلبة، أو الخريجين من برنامج ماجستير العلاقات العامة، في إعداد الأبحاث العلمية التي تلبي حاجات سوق العمل المختلفة، فقد تبين أن غالبية المواضيع البحثية تنحصر بين إدارة الإتصال، وإدارة السمعة، والصورة الذهنية، إضافة إلى إتباع النمط المنهجي نفسه في الأبحاث بين الطلبة، كما لاحظت الباحثة من خلال المقابلات، أن جهات العمل المختلفة تعي بأهمية البحث العلمي، لكنها تفتقر لتطبيق نتائج البحوث في الواقع المهني، وذلك بحسب تحليل المضمون يعود إلى عدم الخروج بتوصيات بحثية مجدية تفيد قطاع الأعمال، أو حتى لا يوجد توصيات بحثية موجهة مباشرة لجهات سوق العمل، وأيضا عدم تناول مواضيع بحثية تلامس مشكلات العمل في السوق الفلسطينية، وهذا ما أكدت عليه النظرية البنائية في التعلم التي نصت على: "يستند العلم على مجموعة من المسلمات، والفروض، والمبادئ، المرتبطة بالواقع، من أجل تفسيرها، وتحليلها، وضبطها، ثم الخروج بحلول للمشكلات المدروسة".

أما على المستوى الشخصي للطلبة، أو الخريجين، فقد أفادوا من تجربتهم البحثية في التعرف إلى العديد من النظريات، والمناهج العلمية، التي حسنت من أدائهم المهني، لكنهم بحاجة للتدريب العملي، بجانب التعليم النظري، وهذا يتطابق مع ما أكد عليه الأكاديميون، والمهنيون من خلال مقابلات الباحثة معهم، حيث أكدوا على أهمية الخبرة العملية في التدريب، وتحديدًا لطلبة العلاقات العامة، وإنعكاس ذلك على السوق العملية. وهو ما أكدت عليه أيضا النظرية البنائية حول قدرة الفرد على بناء المعلومات والإفادة منها من خلال التجربة، والتعليم، أشارت البنائية إلى أن الفرد يستطيع من خلال الإندماج مع أفراد المجتمع إكتساب المزيد من الخبرة، ثم من خلال ما إكتسبه من معارف يستطيع بناء المعلومات الجديدة حتى يحصل التعلم. وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة الجعيد؛ ويوسف. (2020)، أن العلاقات العامة تتطلب المعرفة، والفن، والموهبة في آن واحد.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما دوافع الطلبة للإنخراط في برنامج ماجستير العلاقات العامة؟

جاءت مجمل المقابلات مع الباحثين، بأن يلتحق الطلبة ببرنامج ماجستير العلاقات العامة من أجل الحصول على فرص عمل، والتقدم الوظيفي، وتطوير الذات، وإكتساب المعرفة. فهم يسعون للحصول على وظائف مرموقة، ما يتيح لهم التعلم وتطوير المهارات بكفاءة، تشير هذه النتيجة إلى التغيير في فكر الشباب الجامعي، والرغبة في عدم الإعتماد على العمل الوظيفة الروتينية، والانتقال الي العمل الميداني الذي يتطلب مؤهلات، وخبرات خاصة، منها إتقان العديد من المهارات التي يسعى الأكاديميون في جامعة النجاح الوطنية -بناء على المقابلات التي أجرتها الباحثة- إلى توافرها لدى الطلبة، وهذا ما يتماشى مع مبادئ النظرية البنائية التي تؤكد على أهمية التفاعل مع العالم الخارجي في بناء المعرفة، وكذلك مع نظرية الإمتياز التي تركز على تعلم مهام العلاقات العامة وأدوارها في الممارسة المهنية.

تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (حسن، 2021) التي بينت أن دوافع المبحوثين لإلتحاقهم ببرامج العلاقات العامة والإعلان في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الخليجية والمصرية، كانت بسبب الرغبة في العمل الميداني، والتعامل مع الشخصيات كافة بعد التخرج، بدلاً من الوظيفة المكتبية، حيث يضمن تخصص العلاقات العامة فرص عمل أكبر بعد التخرج، لحاجة المؤسسات كافة لهذا التخصص.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما مدى اختلاف اتجاهات الطلبة البحثية باختلاف النوع الاجتماعي للطلبة، أو مجالهم الوظيفي، أو تخصصهم السابق في البكالوريوس؟

أكد الباحثون أن معظم اختياراتهم لمواضيع الأطروحة كان يتعلق بمجالهم المهني، والبعض الآخر اختاره عشوائيا، وكان هناك أيضا تناقض بين دوافعهم للإلتحاق بالبرنامج، وبين إتجاهاتهم البحثية. كما إنفق معظم الباحثون على أن النوع الاجتماعي لم يؤثر في توجهاتهم البحثية، على الرغم من أن

البرنامج يضم أغلبية من الطالبات. وهذا ما أشار إليه منسق برنامج ماجستير والدكتوراه في العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية دكتور قاسم.

كما انه انتفتت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (حسن، 2021) التي أظهرت تقدم الإناث على الذكور في دراسة تخصص العلاقات العامة والإعلان. كما ان وجود تناقض بين أجوبة الباحثين حول دوافع الإنخراط في برنامج ماجستير العلاقات العامة، وبين الإتجاهات البحثية لهم، والرغبة في تطوير الذات، وكسب معلومات جديدة تبعا للنظرية البنائية، يتطلب إعادة بناء البنى المفاهيمية لتشكيل معلومات جديدة تفيد في عملية التعلم، بدلا من تكرار المعلومات المطروحة نفسها.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: كيف أثرت الإتجاهات البحثية في برنامج ماجستير العلاقات العامة في شخصية الطلبة بعد التخرج؟

أجمعت المقابلات مع الباحثين على أنه كان للإتجاهات البحثية لرسائل ماجستير العلاقات العامة أثر كبير في شخصيات الخريجين، وتوسيع مداركهم، وإكتسابهم معلومات جديدة، وزيادة ثقتهم بأنفسهم. حيث تتماشى هذه النتيجة مع النظرية البنائية ونظرية التميز، مع التأكيد على القيم الأخلاقية، والمصالح المتوازنة. وإتفق الباحثون على أن دراسة ماجستير العلاقات العامة حسنت من مهارات التفكير النقدي، والتحليل، والبحث والتواصل، وزادت من ثقتهم بأنفسهم، ووفرت لهم فرص عمل جديدة. حيث أنه وبالإستناد إلى نظريات التعلم كالنظرية البنائية يلاحظ أن الفرد يبني خبراته من خلال إكتساب المعرفة، والتجربة، وقيام الفرد ببناء أفكاره، وبلورتها من خلال الإتجاه البحثي، هو بذاته عملية تعليمية عالية المستوى، ذلك؛ لأن الباحث في صدد مشكلة واقعية، يجمع المعلومات، ويحلها، ويطورها، للخروج بجملته من النتائج التي تحقق أهداف الدراسة. وبناء عليه يكتسب الفرد الكثير من المهارات التي تؤثر في شخصيته، وفي طريقة تعامله مع مختلف أمور الحياة، وهذا يتفق مع إجابات الباحثين حول مدى تأثير الإتجاهات البحثية لرسائل ماجستير العلاقات العامة في شخصيتهم بعد التخرج.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: ما التوجهات المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة للنهوض، والإرتقاء في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية؟

من خلال إجراء تحليل كسفي لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، ومراجعة موسعة لدراسات سابقة من جامعات عربية مختلفة، لاحظت الباحثة أن برنامج ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية يفتقر إلى التنوع في المواضيع، ما يؤدي إلى الجمود في البحث والأساليب. وتعيق هذه الفجوة تلبية إحتياجات سوق العمل. ولمعالجة ذلك، يوفر البرنامج التدريب العملي، وورش العمل، والتكامل التكنولوجي لتعزيز قدرات الخريجين، وتلبية متطلبات سوق العمل الحديثة، وهذا يتفق مع ما أشار إليه الأكاديميون في قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية. تتطابق هذه النتيجة مع نتائج دراسة Prastowo & other (2020)، حيث أوصت الدراسة بإثراء المواد، وتعميقها من خلال مواضيع عدة ذات محتوى، لتحقيق التوازن في تكوين كفاءات خريجي برامج دراسة العلاقات العامة. بناء على ما سبق، ومن أجل إثراء المعرفة العلمية، تقدم الباحثة جملة من التوجهات، أو المقترحات التي تصب في رفع قيمة الأبحاث المنجزة، والنهوض في مهنة العلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية:

- إختيار المواضيع البحثية بناء على مشكلات واقعية، مستمدة من سوق العمل، من خلال البحث الجيد، والإطلاع على سير الأعمال في المنظمات.
- التوسع في الأبحاث حول وظيفة العلاقات العامة، وأهمية فصل إدارتها عن باقي الإدارات، حتى تتسنى لها فرصة العمل بكفاءة، وفاعلية كما جاءت به نظرية الإمتياز.
- ضرورة إختيار مواضيع أكثر حداثة في بحوث العلاقات العامة، والرسائل العلمية، والتي تتلاءم مع متطلبات قطاع الأعمال بجهاته جميعها، وتغيير النمط التقليدي السائد في الإتجاهات البحثية.

- الإلمام بأدوار العلاقات العامة في ضوء النظريات العلمية التي توجه عمل ممارس العلاقات العامة.
- التوجه نحو الذكاء الإصطناعي، ودمجه في أبحاث العلاقات العامة.
- تشكيل لجنة تكون مهمتها متابعة الخريجين، لمنحهم فرص إعداد، ونشر الأبحاث، ومحاولة إيجاد فرص عمل مناسبة.
- يستلزم من الجهات المختصة في إدارة الجامعة، وإدارة البحث العلمي عمل ندوات، أو لقاءات للطلبة، والباحثين حول أهمية، وآلية إعداد البحث العلمي، بالطرق العلمية الصحيحة، من أجل تقليص فجوة معرفة الطلبة بمبادئ البحث العلمي.
- تطوير خطط، ومسارات برنامج ماجستير العلاقات العامة بما يتلاءم مع التطورات العصرية، ويلبي حاجة قطاع الأعمال.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال المركزي للدراسة الذي ينص على: ما تأثير الإتجاهات البحثية لأطاريح ماجستير العلاقات العامة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج؟

يغطي السؤال الجوانب التحليلية والكيفية للدراسة حيث يجمع بين السؤال الأول التحليلي، والأسئلة الخمسة الآتية كأسئلة كيفية وباشتراك الأسئلة ال (3، 4،5) مع مقابلات باحثين وأكاديميين في العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، وانفراد السؤال السادس كسؤال قامت الباحثة بالإجابة عنه بناء على النتائج السابقة في تحليل المضمون، وتحليل المقابلات، والإطلاع على مسيرة بعض الطلبة في برنامج ماجستير العلاقات العامة أثناء التعلم، وبعد التخرج.

حيث سلطت مجمل الإجابات أن إتجاهات الطلبة البحثية ساهمت في كشف الأفق عن وظائف جديدة للعلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية، وهي العلاقات العامة الرقمية، التي إحتمل موضوعها المرتبة الأولى بنسبة 25% بين مواضيع رسائل الطلبة، لكن هذا من ناحية أخرى يدل على تكرار للمواضيع نفسها بين إتجاهات الطلبة، وعدم الإجتهد في البحث عن مواضيع جديدة، فالتطورات العصرية لا

تتوقف، وتخصص العلاقات العامة العصرية يتطلب السعي وراء كل ما هو جديد، لمواكبة المستجدات، ومعالجة المشكلات الراهنة. وهذا يتطابق مع النظرية البنائية التي نصت على: "لا يحدث التعلم إلا إذا أدى دمج المعلومات الجديدة إلى تغيير في البنى المعرفية للفرد، وإعادة تنظيم الأفكار والخبرات".

كما تبين أن غالبية الأبحاث المعدة حول موضوع العلاقات العامة الرقمية إنصبحت حول دراسة تكنولوجيا الإتصال، وتحديد مواقع التواصل الإجتماعي، وهذا يؤكد على إتباع النمط التقليدي بين الطلبة، والباحثين، علما أن هناك مواضيع جديدة لم يتم تناولها، حول موضوع التكنولوجيا، وتطبيقاتها في العلاقات العامة.

وتتفق نتيجة الدراسة الراهنة مع دراسة منتصر (2016). بعنوان "الإتجاهات البحثية العربية والأجنبية في مجال العلاقات العامة الرقمية" أهم ما توصلت إليه الدراسة أن أولى اهتمامات الباحثين العرب والأجانب في أبحاثهم العلمية دراسة توصيف استخدام تكنولوجيا الإتصال بالمنظمات. ومع دراسة عبد المعطي (2018) بعنوان: "إتجاهات دراسات العلاقات العامة الرقمية بجامعة الأزهر"، التي هدفت إلى وصف، وتحليل، ونقد دراسات وبحوث العلاقات العامة الرقمية لمرحلتني الماجستير والدكتوراه في جامعة الأزهر، وأهم ما توصلت إليه الدراسة، محدودية المواضيع التي تناولتها دراسات العلاقات العامة، وتحديد الرقمية، حيث ركزت على موضوعات معينة، وأهملت موضوعات أخرى.

تناولت رسائل الطلبة موضوع إدارة الأزمات بنسبة (14%)، شملت 7 رسائل على أزمة فيروس كورونا، رسالة في عام 2020، 4 رسائل في 2021، ورسالتان في عام 2022. وهذا يدل على تكرار المواضيع بين الطلبة مع اختلاف الجهات المستهدفة، مثل: دراسة محمد أبو عرب، ودراسة ميس حمدانة، ودراسة إيمان حمد، حيث كررت الرسائل الثلاث موضوع فاعلية أدوات العلاقات العامة في مواجهة أزمة فيروس كورونا، مع اختلاف المؤسسة المدروسة، كالإيجاز الصحفي، والشرطة الفلسطينية، ومؤسسات التعليم العالي. وجمعت دراسة رشا خفش، ودراسة جمانة عريقات في رسالتهما

موضوع إستراتيجيات وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا. في حين تكرر موضوع دراسة الأزمة عبر موقع فيسوك في كلاً من رسالة دنيا جانم " إستراتيجيات استجابة وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة أزمة كورونا من وجهة نظر الجمهور: طلبة جامعة الخليل نموذجاً"، ورسالة جمانة عريقات "توظيف شبكة التواصل الإجتماعي "فيس بوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا: دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية نموذجاً".

تشير نتائج الدراسة بشكل عام إلى وجود النمط التقليدي في الإتجاهات البحثية لأطاريح خريجي ماجستير العلاقات العامة، وهذا يدل على عدم الإلمام باحتياجات المهنة في سوق العمل الفلسطينية، ما يستدعي إعادة النظر في الأبحاث المطروحة، وتوجيه الطلبة نحو موضوعات أكثر حداثة، وغير مطروحة سابقاً. كما أظهرت النتائج أهمية المرحلة الدراسية العليا، وأثرها الإيجابي في إسقاط ما تعلمه الطلبة عند الإنتقال للعمل، من خلال التوسع الفكري، والإلمام بالنظريات العلمية المختلفة، وخطوات إعداد البحث العلمي، وإعداد التقارير الملائمة، وطرق التعامل مع الجماهير، ومواكبة مستجدات العصر، وغيرها من أدوار العلاقات العامة، كما تظهر أهمية المرحلة التعليمية، وتحديد الدراسات العليا في الكشف عن الأدوار الرئيسية الموكلة لممارس مهنة العلاقات العامة، بدلاً من الخلط بين الأدوار، والمهام في العمل، وهذا يتطابق مع نظرية الإمتياز التي نصت على: "أهمية فصل وظيفة العلاقات العامة عن الوظائف الأخرى، فينبغي أن تكون الوظائف مكتملة لبعضها، وألا تتداخل". فقد كشفت نتائج الدراسة عن تداخل في بعض مؤسسات العمل بين وظيفة العلاقات العامة، والوظائف الأخرى، كالتسويق، وهذا يحدث خلا عملياً في تحقيق النتائج المرسومة، ويصعب عمل ممارسي المهنة من كلا الوظيفتين، ويدل على النقص المعرفي من أصحاب المصالح بأهمية وجود إدارة منفصلة للعلاقات العامة، حتى أنه لا يزال هناك نقصاً معرفياً بأهمية وظيفة العلاقات العامة في قطاع الأعمال، وهذا يقود إلى توظيف أفراداً غير متخصصين بالعلاقات العامة، ليقوموا بمهام العلاقات العامة تحت مسميات وظيفية أخرى.

على المستوى الشخصي، تشير الباحثة إلى تجربتها البناءة في مجال العلاقات العامة، فتخصص الباحثة السابق هو المحاسبة، وعند الإلتحاق ببرنامج ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، واجهت الباحثة في البداية بعض الصعوبات، من ناحية الإنتقال لتخصص علمي جديد، ومن ناحية إعداد الأبحاث العلمية، كما أن دراسة الماجستير، هي مرحلة جديدة، تختلف كلياً عن مرحلة البكالوريوس، لكن سرعان ما انخرطت بالمساقات التي أضافت بعداً معرفياً مهماً إلى حياة الباحثة الشخصية، والأكاديمية، فمن الناحية الشخصية، تغيرت طريقة التفكير، من خلال النظر للأمور بشكل أوسع، وأكثر تفهماً، وإدراك أهمية التكلم بفصاحة، كما عززت دراسة الماجستير من قدرة الباحثة على إعداد الأبحاث العلمية، ونشرها. أما من الناحية العملية، أو المهنية، لا شك أن لتعلم العلاقات العامة، بمبادئها، ومناهجها، ونماذجها، ونظرياتها، بعداً حيويًا في التطبيق العملي، الذي عزز من قدرة الباحثة على التواصل مع الجماهير الداخلية، والخارجية، ومشاركة الإدارة بالقرارات المهمة، ووضع رؤيا مستقبلية، وخطط تطويرية تصب في تحقيق أهداف المؤسسة.

وبناء على نتائج الدراسة، تبين أن للأبحاث العلمية تأثيراً مهماً على سوق العمل، بمؤسساته المختلفة، عندما يكون البحث العلمي واقعي، يعالج مشكلة حديثة، غير مطروحة سابقاً، ومعد بطريقة منهجية صحيحة.

تشير نتائج الدراسة إلى أن وظيفة العلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية، تتمحور حول دور الإلتصال المتوزاي مع الجماهير، وإعداد الخطط التي تحقق أهداف الإلتصال، وأخذ ردود الأفعال، ومن بين الطرق الأكثر استخداماً لتحقيق ذلك، استخدام وسائل التواصل الإجتماعي، ويعتبر الإلتصال الناجح أحد أركان العمل الأساسية لنجاح عمل المؤسسات، وهذا يدل على حاجة المؤسسات لإستراتيجيات الإلتصال، والإقناع، التي تستخدمها العلاقات العامة، وأجريت عنها العديد من الأبحاث العلمية، فالعديد من المؤسسات، والشركات لا تجيد إستخدام إستراتيجيات إلتصالية صحيحة، وذلك يعود للعشوائية في العمل، أو تقليد للأفكار، دون معرفة، أو قياس مدى فاعلية الطرق تلك، من هنا نجد أهمية إتجاهات

خريجي ماجستير العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، التي ناقشت موضوع إدارة الإتصال، وإستراتيجيات الإتصال، والإقناع بنسبة 24% من بين المواضيع، وهذا يعتبر تحقيقا لحاجة قطاع الأعمال في هذا الموضوع بالذات، وعلى ممارسي العمل توجيه النظر للأبحاث العلمية، والممارسة بطريقة علمية، مهنية، وهذا ينطبق مع دراسة Prastowo & other (2020) التي توصلت إلى أن الموضوعات البحثية التي أنتجها خريجو برامج دراسة العلاقات العامة كانت موجهة بشكل أكبر إلى الموضوعات التي أدت إلى تكوين صورة للخريجين من ذوي الكفاءات كمسؤول علاقات عامة (إتصالات مؤسسية)، ومستشارين للعلاقات العامة.

علما أنه من خلال نتائج تحليل المضمون تبين أن توجهات خريجي ماجستير العلاقات العامة كانت بشكل أكبر نحو مسار إدارة العلاقات العامة، حيث بلغ عددهم 60 خريجا، مقابل 28 خريجا فقط التحقوا بمسار الإتصال المؤسسي، وهذا يدل على عدم فهم الطلبة في المرحلة الدراسية لطبيعة المسارين، وأهداف كل منهما، وعدم وجود توعية من الجهات المختصة للتعريف بكلا المسارين، وهذا يتطابق تماما مع نتائج مقابلة الدكتور عامر قاسم، الذي كان ضد فكرة تقسيم البرنامج لمسارات، وأكد على أن ذلك يشنت الطلبة، ولا يحقق أهداف البرنامج المرسومة.

كما تشير النتائج إلى إختلاف توجهات الخريجين في إختيارهم للمشكلة البحثية، فقد تعددت دوافعهم بين إتباع الشغف في البحث عن المواضيع، وبين الإجتهد في إختيار مشكلات واقعية في سوق العمل، ومنهم من إختار مواضيعا من قلب بيئة عمله، لتسهيل عملية جمع البيانات، وفئة من الخريجين إختاروا مواضيعا مقلدة، لتحقيق السرعة في الإنجاز، ووفرة المراجع. وهذه الدوافع المختلفة تدل على رغبة بعض الطلبة في كسب المعرفة، والتعلم، ورغبة بعضهم في الحصول على الشهادة لأغراض المفاخرة، والبرستيج.

4.2 التوصيات

- التعمق في أدبيات الموضوع البحثي ذات الصلة، للنهوض بمستوى الرسائل، وضمان مخرجات ذات قيمة علمية، قابلة للتطبيق في الحياة العملية للقطاعات كافة.
 - تشكيل لجنة تدقيق ورقابة محايدة خارج الصندوق، لتدقيق، ومراجعة الرسائل المنجزة، والتي ستنتج؛ لضمان عدم تكرار المواضيع البحثية نفسها للرسائل، لضمان أصالتها.
 - وضع ضوابط أكبر للتأكد من مصداقية الجهد البحثي لدى الطلبة، والتأكد من عدم لجوئهم لبرامج تكنولوجية كالذكاء الاصطناعي، أو التلقين البحثي الجاهز.
 - توظيف نظريات لها بعد علمي، لم يتم اعتمادها في البحوث السابقة.
 - زيادة الوعي بأهمية التعلم الذاتي للفرد، من خلال تفاعله مع المحيط الخارجي، والتعمق بالتفكير.
 - التوجه البحثي نحو تكنولوجيا الإتصال، وتوظيف التكنولوجيا في العلاقات العامة.
 - نشر الوعي بين الطلبة من إدارة البرنامج بطبيعة المسارات الأكاديمية الموجودة في التخصصات العلمية كافة، وبرنامج ماجستير العلاقات العامة بخاصة.
 - تشجيع الطلبة ومساعدتهم من الجهات المختصة على نشر الأبحاث العلمية خلال مرحلة الماجستير باللغة الإنجليزية والعربية، وليس فقط باللغة العربية. وأن يوضع لهذا الشيء تقييم، كشرط مثلا للتخرج، أن تنشر ورقة بحثية في واحدة من المجالات المدرجة ضمن قواعد سكوباس.
- التوصيات الأكاديمية: إثراء الجهد العلمي والأكاديمي من خلال إجراء دراسات تتابعيه عن إجهات الطلبة حول تخصصاتهم بناء على العوامل الاجتماعية، والنفسية وبشكل أعم يشمل مختلف شرائح المجتمع وذلك لدورها وأهميتها في تشكيل اتجاهات الطلبة، وبناء شخصياتهم.

المراجع العلمية

القرآن الكريم

أولاً: المراجع العربية

ابراهيم، عبد الله، و ممدوح عبد المجيد. (2006). توجهات بحوث التربية العلمية المعاصرة. مجلة التربية العلمية، 9(1)، 1-54.

أنمار، عبد الأمير. (2016). دور العلاقات العامة في تحقيق الأهداف التسويقية دراسة تطبيقية في الشركة العامة لتجارة السيارات والمكائن. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، 47.

بخوش، لخضر. (2012). نشأة وتطور العلاقات العامة. زهرة الاوراس. تم الاسترداد من http://lakhdartoday.blogspot.com/2012/05/blog-post_102.html

جامعة النجاح الوطنية. (2019). لمحة عن الجامعة. تم الاسترداد من <https://g.co/kgs/Knj4KE>

جامعة النجاح الوطنية. (2022). ماجستير العلاقات العامة المعاصرة. تم الاسترداد من https://www.najah.edu/ar/academic/postgraduate-/programs/program/contemporary_public_relations/info-card

جامعة النجاح الوطنية. (2022). مكتبة الجامعة. تم الاسترداد من <https://zajelbs.najah.edu/servlet/LibraryIndex>

جرادات، عبد الناصر. (2019). مقدمة في العلاقات العامة. دار اليازوري العلمية.

الجعيد، بندر العويض، و عثمان يوسف يوسف. (2021). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في الملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاء المهنية. مجلة البحوث الإعلامية، 2021(58)، 1285-1336. تم الاسترداد من <https://jsb.journals.ekb.eg>

حاج أحمد، كريمة. (2010). العلاقات العامة داخل المؤسسة. رسالة ماجستير. كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر: جامعة وهران السانينان.

حسن، عبد الصادق. (2021). المحتوى التدريسي لبرامج العلاقات العامة والإعلان بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات المصرية والخليجية وعلاقته بتقويم الطلاب لجودة العملية التعليمية دراسة تطبيقية مقارنة. مؤتمر العلوم الإنسانية والعولمة. جامعة قناة السويس - كلية الآداب والعلوم الإنسانية، (الصفحات 79-147). الإسماعيلية.

حسن، عبد الصادق. (2011). نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، 1(3)، 69-98.

الخطيب، أحمد. (2009). *المنهج العلمي بين الاتباع والابداع*. مكتبة الانجلو المصرية.

درار، خالد، و عبد الملك الدناني. (2020). *العلاقات العامة: الأسس النظرية والممارسة المهنية*. دار أسامة للنشر والتوزيع.

دراغمة، رافع. (2011). *دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة*. رسالة دكتوراه. كلية الدراسات العليا. جامعة لاهاي.

دياب، سهيل. (2003). *مناهج البحث العلمي*. جامعة القدس المفتوحة.

رحال، منال. (2015). *العلاقات العامة من منطق نظري وعملي*. دار أمجد للنشر والتوزيع.

الرشيدي، عادل بن مساعد. (2016). *النظرية البنائية* (الإصدار 1). جامعة الملك سعود. تم الاسترداد من <https://www.scribd.com/document/688698500>

رضوان، أحمد. (2012). *العلاقات العامة: دراسات حالات وموضوعات متخصصة*. دار العالم العربي للنشر والتوزيع.

شعبان، حمدي. (2008). *وظيفة العلاقات العامة الأسس والمهارات* (الإصدار 1). دار الراية للنشر والتوزيع.

الشنار، سمر. (2023). اتجاهات الهيئة التدريسية لدى مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية نحو التعلم الإلكتروني ضمن جائحة كورونا. *مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 50، 153-166. تم الاسترداد من [/https://staff.najah.edu/ar/publications/15075](https://staff.najah.edu/ar/publications/15075)

الشيخي، هاشم. (2011). *توظيف البحث العلمي في تطوير تعليم وتعلم الرياضيات في المملكة العربية السعودية*. *مجلة بحوث التربية النوعية*، 22، 117-168.

صلاح الدين، صفاء. (2018). *تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات*. *مجلة بحوث الشرق الأوسط*، 3(45)، 647-700.

عباس وآخرون، إيمان طاهر سيد. (2017). *تطور الاتجاهات البحثية في دراسات العلاقة بين الاتصالات الداخلية المؤسسية والارتباط الوظيفي*. *المجلة البحثية لبحوث العلاقات العامة*

والإعلام، 9، 395-353. تم الاسترجاع من <http://search.mandumah.com/Record/953180>

عبد المعطي، رزق سعد. (2018). اتجاهات دراسات العلاقات العامة الرقمية بجامعة الأزهر. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، 2، 9-47. تم الاسترجاع من <http://search.mandumah.com/Record/921411>

العجمي، محمد. (2019). واقع الدراسات المستقبلية في العلاقات العامة. المجلة العلمية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصالات، 5، 38-52.

عجوة، علي. (2008). الأسس العلمية للعلاقات العامة (الإصدار 5). عالم الكتاب.

العدوان، زيد سليمان، و أحمد عيسى داو. (2015). النظرية البنائية الاجتماعية وتطبيقاتها في التدريس. مركز دبيونو لتعليم الفكر.

العدوي، فهمي. (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة (الإصدار 1). دار أسامة للنشر والتوزيع.

عياد، خيرت. (2019). الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2(16). تم الاسترجاع من <https://doi.org/10.36394/jhss/16/2A/11>

عياد، خيرت. (2014). العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الإنترنت (الإصدار 2). الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر.

قنديلجي، عامر إبراهيم. (2019). منهجية البحث العلمي. دار اليازوري للنشر والتوزيع.

كنعان، علي. (2017). العلاقات العامة في الصحافة والاعلام. دار الايام للنشر والتوزيع.

محمد، إيمان. (2021). الاتجاهات البحثية للرسائل الجامعية في مجال المكتبات والمعلومات مراجعة علمية للإنتاج الفكري. بحوث في علم المكتبات والمعلومات، 27(27)، 423-450.

المديفر وآخرون، عماد مجمد عبد الرحمن. (2020). الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة. الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 26، 229-260. تم الاسترجاع من <http://search.mandumah.com/Record/1065795>

مركز المعلومات الفلسطينية وفا. (2022). جامعة النجاح الوطنية. تم الاسترجاع من https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=2849#swipe-menu

مليح، يونس، و العسولي عبد الصمد. (2020). المنهج الوصفي التحليلي في مجال البحث العلمي. مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية، 29، 36-64.

منتصر، أمل فوزي. (2016). الاتجاهات البحثية العربية والأجنبية في مجال العلاقات العامة الرقمية. لمجلة المصرية لبحوث الإعلام، 55، 456-530. تم الاسترداد من <http://search.mandumah.com/Record/888028>

نادية مرسي. (2020). اتجاهات البحوث العلمية. المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، 3(6)، 149-297.

نوير، ريهام. (2020). مقدمة في العلاقات العامة (الإصدار 2). دار الكتاب الجامعي.

الوادي، محمود حسين، و علي فلاح الزعبي. (2011). أساليب البحث العلمي: مدخل منهجي تطبيقي. دار المناهج.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Alan, G. (2022). Bibliometric Analysis of Public Relations Research Literature. *Third Sector Journal of Social Economics*, 1(57), 231-250.

Ali, K. (2020). Indicators of The Excellent Public Relation Practice. *Iraq Academic Scientific Journals*, 12(47), 99-124.

Basu, L. (2024). *Online Job Interview Tips and Suggestions*. Retrieved from <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/online>.

Briner, R. B., & Denyer, D. (2012). *Systematic review and evidence synthesis as a practice and scholarship tool*.

Harrison, S. (2001). *Public relations: An introduction* (2 ed.). London: Thomson Learning Edition.

Heath, R. (2005). Encyclopedia of Public Relations. *SAGE publications*, 2.

Lin, Y. (2007). *Public relations roles and models: A case study of the super basketball league (SBL) in Taiwan*. Retrieved from <https://www.communicationstudies.com/communication-theories>

Pahawa, A. (2020). what is public relations and its functions. Retrieved from <https://www.feedough.com/what-is-public-relations-pr-functions-types-examples>.

Pavo, M. (2021). Collaborative learning for virtual higher education Science Direct. 28. <https://doi.org/100427>

Prastowo, A. A. (2020). *Track Record of Public Relations Research in The Repository*.
University of Nebraska.

Segarra, S. (2019). Bibliometric analysis of doctoral theses on Public Relations in Spain and Portugal. *International Journal of Public Relations*, 17, 25-48.

الملاحق

ملحق (أ)

أسماء السادة المحكمين للاستبانة وأسئلة المقابلات

اسم المحكم	المسمى الوظيفة
د. سمر الشنار	محاضرة في قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، نابلس
د. إبراهيم العكة	محاضر في قسم الاعلام والعلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، نابلس
د. فريد أبو ظهير	محاضر في قسم العلاقات العامة، نابلس

ملحق (ب)

استبانة تحليل المحتوى

جدول 1: حجم الرسائل الكلي

النسبة المئوية	عدد الرسائل	السنة
		المجموع

جدول 2: مسارات الطلبة الخريجين

النسبة المئوية	التكرار	المسار الأكاديمي
		المجموع

جدول 3: المواضيع الرئيسية للرسائل

النسبة	التكرار	الموضوع
		المجموع

جدول 4: المؤسسات المستهدفة

النسبة المئوية	عدد الرسائل / التكرارات	الجهة المستهدفة
		المجموع

جدول 5: الأدوات البحثية

النسبة المئوية	التكرار	الأداة
		المجموع

ملحق (ج)

أسماء المقابلين

الإسم	المسمى الوظيفي	اليوم	التاريخ	الساعة
رغد أبو فرحة	باحثة/خريجة ماجستير علاقات عامة معاصرة	الإثنين	16-9-2024	1 ظهرا
بشرى خليل عثمان	باحثة/خريجة ماجستير علاقات عامة معاصرة	الإثنين	16-9-2024	1 ظهرا
سيرين أبو طريفة	باحثة/خريجة ماجستير علاقات عامة معاصرة	الإثنين	16-9-2024	1 ظهرا
ليانا ماجد	باحثة/خريجة ماجستير علاقات عامة معاصرة	الإثنين	16-9-2024	1 ظهرا
فادي علاونة	باحث/خريج ماجستير علاقات عامة معاصرة	الإثنين	16-9-2024	1 ظهرا
رهام صنوبر	باحثة/خريجة ماجستير علاقات عامة معاصرة	الإثنين	16-9-2024	1 ظهرا
ريما جبر	باحثة/خريجة ماجستير علاقات عامة معاصرة	الإثنين	16-9-2024	1 ظهرا
العقيد سامر الزيتاوي	مدير قسم العلاقات العامة في مركز شرطة محافظة نابلس	الثلاثاء	29-10- 2024	12 ظهرا
عبد الرحمن أقرع	مدير دائرة المبيعات والتسويق في شركة العديلي للرخام	الإثنين	4-11-2024	10 صباحا
نيفين علاونة	باحثة في مركز الوطن للإستشارات البحثية	الجمعة	29-11- 2024	8 مساء

الإسم	المسمى الوظيفي	اليوم	التاريخ	الساعة
فراس صيفي	معيد أكاديمي في جامعتي القدس المفتوحة، وجامعة النجاح الوطنية، ومدير العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية.	السبت	30-11-2024	2 ظهرا
دعاء أبو الرب	باحثة في مركز الوطن للإستشارات البحثية	السبت	30-11-2024	9 مساء
د. عامر قاسم	منسق برامج الماجستير والدكتوراة للعلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية، ومحاضر، ومشرف أكاديمي.	الثلاثاء	10-12-2024	1 ظهرا
د. سهى صبيح	محاضرة أكاديمية في قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية.	الأربعاء	11-12-2024	5 مساء
د. فريد أبو ظهير	محاضر أكاديمي في قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية	الخميس	12-12-2024	7 صباحا

ملحق (د)

المقابلات

مقابلة مع مدير دائرة المبيعات والتسويق في شركة العديلي للرخام والجرانيت

التاريخ: 2024/11/4

اليوم: الاثنين

المكان: مقر مركز الشركة، قبلان، نابلس.

الساعة: 10 صباحا.

حضرة السيد عبد الرحمن أقرع المحترم

يرجى من حضرتكم الإجابة عن الأسئلة البحثية الآتية، ذلك لتحقيق أغراض البحث العلمي، شاكرين تعاونكم في هذا الإنجاز العلمي بما يعود بالفائدة على المجتمع.

السؤال الأول: هل يوجد إدارة مستقلة لدائرة المبيعات والتسويق لديكم، وكم موظفا فيها؟

نعم، يوجد إدارة مستقلة، وتضم 6 موظفين، 4 ذكور، وموظفتان من الإناث، وتتكون دائرة المبيعات والتسويق في الشركة من الأقسام الآتية: القسم الأول: إدارة مواقع التواصل الإجتماعي، والقسم الثاني: إعداد المحتوى، والقسم الثالث: التسويق، والقسم الرابع: التصوير.

السؤال الثاني: ما مهام دائرة المبيعات والتسويق في الشركة؟

مهام قسم التسويق:

- إعداد الحملات التسويقية، وإدارتها.
- الإستجابة لإحتياجات العملاء.
- إدارة التسويق على مواقع التواصل الإجتماعي.
- مراقبة المنافسين.
- بناء العلامة التجارية وإدارتها.
- إعداد المحتوى التسويقي.
- تطوير المنتجات.

مهام قسم المبيعات:

- إيجاد العملاء المتوقعين.
- إستهداف العملاء المحتملين.
- عقد الصفقات مع العملاء.
- الحفاظ على العلاقات الجيدة مع العملاء.
- وضع الخطط الإستراتيجية، وتطويرها للمبيعات.
- تقديم الدعم للعملاء.

السؤال الثالث: ما هي آليات، أو طرق التواصل مع جماهير الشركة؟ وكيف تقيمون تلك الطرق؟

عدة آليات وطرق مختلفة، منها:

- الزيارات الميدانية للمواقع.
- مواقع التواصل الإجتماعي.
- زيارة المكاتب الهندسية.
- الإشتراك بمعارض ذات صلة بمجال عمل الشركة.
- الإيميلات.

وبالتبع من أكثر الطرق فاعلية، في الوقت الحالي هي السوشيال ميديا، أو مواقع التواصل الإجتماعي.

السؤال الرابع: ما تقييمكم لأداء موظفي العلاقات العامة من حملة الشهادات العليا؟

تقييم ممتاز، استغلال كامل للمهارات، تطور سريع، وتقديم تقارير دورية تساهم في تطوير الإنتاج، وإدارته، وتقليل التكاليف، وضبطها.

فالموظفة رناد محمود، تعمل في قسم المحاسبة في الشركة، وفي نفس الوقت عنصر مهم في دائرة المبيعات والتسويق، نظرا لخلفتها العلمية في مجال العلاقات العامة، وهي موظفة مجتهدة، عملها مميز، ومنظم، تساهم في وضع خطط تطويرة للشركة، ووضع خطط لإدارة الأزمات.

مقابلة مع مدير دائرة العلاقات العامة في مركز شرطة محافظة نابلس

التاريخ: 2024/10/29

اليوم: الثلاثاء

المكان: مقر مركز شرطة محافظة نابلس في نابلس.

الساعة: 12 ظهرا.

حضرة السيد العميد حقوقي عيسى أبوعلان المحترم

مدير شرطة محافظة نابلس

يرجى من حضرتكم الإجابة عن الأسئلة البحثية الآتية، ذلك لتحقيق أغراض البحث العلمي، شاكرين تعاونكم في هذا الإنجاز العلمي بما يعود بالفائدة على المجتمع.

السؤال الأول: كم عدد موظفي العلاقات العامة في مركز شرطة نابلس؟

تتكون دائرة العلاقات العامة في مركز شرطة محافظة نابلس من 7 موظفين، 4 ذكور، و 3 إناث.

السؤال الثاني: ما هي مؤهلات موظفي العلاقات العامة في مركز شرطة نابلس؟

موظفان من حملة شهادة الدبلوم، و 4 موظفين بكالوريوس، وموظف واحد يحمل شهادة الماجستير.

السؤال الثالث: كم موظفا في دائرة العلاقات العامة للشرطة من خريجي جامعة النجاح الوطنية؟ وكيف تقيمون أداءهم؟

المقدم سلام حج، خريج ماجستير العلاقات العامة من جامعة النجاح الوطنية، وهو موظف مميز، ومبادر، ومتحدث جيد، يقوم بمهام عدة من أهمها: التواصل مع أفراد المجتمع (الجماهير الخارجية)، والتواصل مع المواقع الإعلامية، وعقد الندوات، وورشات العمل، مع إعداد وتقديم التقارير.

السؤال الرابع: في ضوء تجربتكم المهنية، ما تقييمكم لكفاءة الموظفين، تحديدا من حملة الشهادات العليا في برنامج العلاقات العامة؟

هناك فرقا في الإنجاز المهني بين حملة الشهادات العليا، وبين حملة الشهادات الأقل درجة علمية، علما أن غالبية الموظفين من تخصصات أخرى، لكنهم اكتسبوا الخبرة العملية من خلال التدريب في مختلف المجالات قبل مباشرة العمل، ولكن إلتقاء التعليم، والدراسة مع الخبرة لها دور أكبر في الإنجاز، وطريقة الأداء، لذا نؤكد

على أهمية التعليم قبل مباشرة العمل، ونؤكد على كفاءة الموظفين من حملة الشهادات العليا، وتميزهم في العمل، كالموظف سلام حج.

السؤال الخامس: كيف ترون مستقبل موظفي العلاقات العامة في مركز الشرطة؟

يقوم موظفو العلاقات العامة في مركز الشرطة بمهام عدة، كتمثيل مركز الشرطة في وسائل الإعلام، عبر الإذاعة، والتلفاز، وعقد الندوات، وإعداد التقارير، والتواصل مع جماهير المركز، الداخلية، والخارجية، ونشر إنجازات الشرطة، مثل: مكافحة الجريمة، والمخدرات، وإتلاف المركبات غير القانونية، بهدف نشر الوعي بين الناس، وكسب ثقة الجماهير بجهاز الشرطة، والحضور الفعال على مواقع التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال قامت دائرة العلاقات العامة بإنشاء جروب على الواتس، يضم أفراد المجتمع بفئاته المختلفة، بهدف نشر إنجازات الشرطة عليه، لكسب ثقة الجماهير، كما تعمل دائرة العلاقات العامة في مركز شرطة محافظة نابلس جنبا إلى جنب مع الإدارات الأخرى في تحقيق الهدف الرئيس لمركز الشرطة، وهو منع الجريمة قبل حدوثها، من خلال التواصل مع الجماهير، والرد على الشكاوي، ونشر الوعي بين الناس، لتوعيتهم من مختلف الجرائم، وبالنظر إلى تلك المهام، وطريقة الأداء، فإنهم في تطور مستمر.

السؤال السادس: ما نصيحتكم، وتوصياتكم لخريجي العلاقات العامة، أو المقبلين على دراسة التخصص؟

الوعي بأهمية التعلم، ودراسة العلاقات العامة قبل ممارسة المهنة، لأن ذلك يولد الثقة في الأداء المهني، وإنجاز الأهداف المرسومة، ما يؤدي إلى رفع قيمة المؤسسة، والعمل على تحقيق أهدافها.

مقابلة وجاهية مع الدكتور عامر قاسم - منسق برامج الماجستير، والدكتورة للعلاقات العامة - جامعة النجاح الوطنية في نابلس - مكتب الدكتور في الجامعة

اليوم: الثلاثاء

التاريخ: 2024/12/10

الساعة: 1 ظهرا

السؤال الأول: كيف تقيمون مسارات ماجستير العلاقات العامة (الإتصال المؤسسي، وإدارة العلاقات العامة) كنوع من الخيارات أمام الطلبة؟

الحقيقة أنا من الأشخاص الأكاديميين ضد فكرة تقسيم برنامج الماجستير لمسارات، وحتى تخصص العلاقات العامة، أرى أنه ضمن دائرة الإتصال، لأن هناك الكثير من المواضيع البحثية التي تتقاطع، وتدخل في العملية الإتصالية التي تتكون من المرسل، والمستقبل، والرسالة، والوسيلة، ورجع الصدى، إلخ....، ممكن أن يكون الإتصال المؤسسي متخصص في رسالة إتصالية معينة، وممكن أن يتجاوز ذلك لإدارة علاقات إعلامية، ففكرة فصل المسارات لا أعتقد أن تكون مفيدة للطلاب، بدلا من ذلك يمكن أن يكون هناك على سبيل المثال دائرة إتصال، ويتفرع منها مساقات مشتركة، مثل: فرعي علاقات عامة، وفرعي إذاعة وتلفزيون، وفرعي صحافة مكتوبة، وغيره، بحيث يتخصص الطالب ببعض المساقات، أما تقسيم العلاقات العامة نفسها لمسارات محددة، لا أرى أن هذه شيء مجدي.

السؤال الثاني: ما تقييمكم لمواضيع رسائل طلاب ماجستير العلاقات العامة في ضوء ممارسة المهنة؟

في الفترة الأخيرة في رسائل الماجستير، وتحديدًا من عام 2020 ولغاية الآن، كانت معظم مواضيع رسائل الطلبة تتركز على الصورة الذهنية، أو السمعة المؤسسية فقط، وكان الذي يتغير غالبا هو حالة الدراسة فقط، صراحة كان هناك تكرار، أو إبتدال في هذه المواضيع، وكنا نحاول العمل على أساس التنوع في الأفكار البحثية، والمواضيع التي ممكن أن يتطرق لها الطلاب خلال دراستهم في المساقات، مثل مساق وسائل التواصل الإجتماعي في العلاقات العامة، أو إدارة العلاقات الإعلامية، أو حتى في المساقات الأساسية، مثل النظريات، والمناهج، كنا دائما نحاول الإقتراح على الطلاب مواضيع جديدة، أو مجالات جديدة نوجههم لها، ليس من الضروري أن يكون في العنوان كلمة علاقات عامة، ممكن أن يكون أي شيء من أشكال الإتصال، وممكن أن يكون هذا الشيء ضمن تخصص العلاقات العامة، من وجهة نظري أن المواضيع التي كانت تطرح من الطلبة لا ترتقي إلى المستوى المطلوب.

السؤال الثالث: كيف ترون واقع العلاقات العامة في المجالين التعليمي والمهني ما بين ذكور وإناث؟

من ناحية الإقبال على التخصص، وكوني حالياً منسق برنامج الماجستير، والدكتورة في جامعة النجاح الوطنية، أرى أن هناك إقبال أكبر على التخصص من الفتيات، وهي ملاحظة شخصية، غير قائمة على طريقة منتظمة، أو علمية، ومن الممكن أن يكون هناك دراسات سابقة تثبت هذا الكلام.

ويجب أن ندرس واقع التحيزات الوصفية، والإلزامية تجاه ممارسات العلاقات العامة في مهنة العلاقات العامة، تحديداً كيف ينظر المجتمع لممارسة العلاقات العامة؟ ما الصورة الذهنية؟ وأيضا دراسة تصور الآباء، أو العائلات عن دراسة أبنائهم لتخصص العلاقات العامة. من وجهة نظري لا أرى هناك فروقات بين الذكور، والإناث في هذا التخصص، ولكن ممكن أن يكون هناك صورة ذهنية متشككة لدى المجتمع الفلسطيني عن ماهية مهنة العلاقات العامة، وتحديداً ممارسة مهنة العلاقات العامة كأثني، بالتالي يمكن أن يكون هناك فروقات تتعلق بالبنوع الاجتماعي، وقد ينطبق هذا على تخصصات أخرى غير العلاقات العامة، لأن الواقع الاجتماعي مبني من معاني مشتركة إجتماعية.

السؤال الرابع: في ضوء تجربتكم المهنية، كيف ترون واقع عمل العلاقات العامة في المجال الأكاديمي (في مجال التدريس)؟

من وجهة نظري الشخصية ينبغي أن يكون هناك ضوابط أكثر لإختيار المرشحين للدراسات العليا في مجال العلاقات العامة، بمعنى أن يوجد امتحان كفاءة أولي للقبول، أن تكون دراسة البكالوريوس للمرشحين على الأقل محصورة ضمن تخصصات الإتصال، لأن المساقات الإستدراكية لا تفيد كثيرا، علما أن بعض الطلبة يأتون من حقول مختلفة ويبدعون، أيضا يجب أن يكون هناك معيار، أو شرط أن يوجد أيلتس أو توفل للمرشحين في هذا التخصص، لأن مستوى اللغة الإنجليزية منخفض جدا لدى الطلبة. من ناحية تقييم الطلبة، أرى أن يكون تقييم الطلبة أكثر على المجال العملي، ويكون هناك ضوابط أكبر، للتأكد من مصداقية عمل الطالب، وأن لا يلجأ لبرامج كالذكاء الإصطناعي، أو لجهات خارجية تقوم بالعمل عنه، بالتالي أنا مع الإبتعاد على الجانب المهني (الإمتحانات)، والتركيز أكثر على الجانب المهني، وعدم العمل على التقليل، ومن ناحية بحثية، أو جهد بحثي ينبغي أن يوجد تركيز أكبر على تشجيع الطلبة للنشر العلمي خلال مرحلة الماجستير.

السؤال الخامس: كيف تقيمون مساهمة الطلبة من ماجستير العلاقات العامة في إعداد الأبحاث العلمية؟

منخفضة جدا، تكاد لا تذكر، نسبة قليلة جدا، والطلبة الذين ينشرون الأبحاث العلمية، ينشرون في مجلات علمية ضعيفة، ونادرا ما نجد طالب ناشر باللغة الإنجليزية، ومن المعروف أن الأبحاث باللغة العربية تقديرها ضعيف جدا.

السؤال السادس: كيف تؤثر الأبحاث العلمية التي يقوم بها طلبة ماجستير العلاقات العامة في قطاع الأعمال؟ وهل تلبية حاجة سوق العمل لها؟

لا تلبية حاجة سوق العمل، لأن الأبحاث التي يقوم الطلبة بها ضعيفة، ومن الأساس التركيز في مواضيع رسائل الماجستير على الصورة الذهنية، والسمعة المؤسسية، بالتالي هذه المواضيع لا تقدم مساهمة علمية، ولا يتم تقديم توصيات للجمهور، أو للقائمين بالاتصال تساعدهم في التنفيذ على أرض الواقع، وغير موجود أساسا توصيات في هذه الدراسات تفيد الشركات.

السؤال السابع: ما هي المقترحات التي تقدمونها للنهوض في برنامج ماجستير العلاقات العامة؟

أولا: تحفيز الطلبة على النشر العلمي، وأن يوضع لهذا الشيء تقييم، كشرط مثلا التخرج، أن تنشر ورقة بحثية في واحدة من المجالات المدرجة ضمن قواعد سكوباس.

ثانيا: التركيز كشرط قبول على اللغة الإنجليزية.

ثالثا: القرب من حقل الاختصاص.

رابعا: إجراء مقابلة فعلية مع الطالب الذي يريد إختيار هذا التخصص.

خامسا: تحديد معدل مرحلة البكالوريوس كشرط قبول في البرنامج، لأن ذلك ينعكس على مستوى الأداء، والإنتاج العلمي الذي سيقدمه الطلبة.

السؤال الثامن: ما هي نصائحكم لطلبة ماجستير العلاقات العامة؟

أولا: لا تعتمد فقط على المادة التي يقدمها مدرس المساق، من المفترض أنه يوجهك، وأنت تقو بالبحث بنفسك.

ثانيا: عدم الإستناد على برامج الذكاء الإصطناعي، وأن تبحث بنفسك عن المعلومة.

ثالثا: تطوير اللغة الإنجليزية

رابعا: قراءة الأبحاث المنشورة في المجالات العلمية، ومتابعة المواضيع البحثية الجديدة التي يتم طرحها، لمواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال، أو في هذا العلم.

السؤال التاسع: كيف ترون أداء الجهات المختصة بالإشراف على برنامج ماجستير العلاقات العامة؟

من وجهة نظري، وأتكلم بصراحة هنا، لغاية الآن لا يوجد طالب رسب في مناقشة رسالة الماجستير، نعم مفهوم رسالة الماجستير هي صورية، ولكن في بعض المواضيع تصل إلى المناقشة هي بحاجة إلى ضبط أكبر، ومن وجهة نظري ليس كل الطلاب عليهم أن يقدموا رسائل، ممكن الذهاب باتجاه الشامل، ولو كان من الأساس هناك ضوابط لإختيار الملحقين بالبرنامج، سينعكس ذلك على النتائج.

مقابلة مع الدكتورة سهى صبيح - محاضرة أكاديمية لتخصص ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية، عبر تطبيق "المانجر"

اليوم: الأربعاء

التاريخ: 2024/12/11

الساعة: 5 مساء

السؤال الأول: كيف تقيمون مسارات ماجستير العلاقات العامة (الاتصال المؤسسي، وإدارة العلاقات العامة) كنوع من الخيارات أمام الطلبة؟

تعد مسارات ماجستير العلاقات العامة مفيدة جداً، حيث يركز مسار الاتصال المؤسسي على تطوير صورة المؤسسة والتواصل مع الأطراف المختلفة، مما يلبي احتياجات المؤسسات الحكومية والخاصة في بناء هويات قوية ومؤثرة.

أما مسار إدارة العلاقات العامة، فهو يركز على الجانب الإداري والتخطيطي للعلاقات العامة، مما يجعل الخريجين مؤهلين لشغل مناصب قيادية في المؤسسات. ومع ذلك، من المهم تقديم توجيه أكبر للطلبة عند اختيار مسارهم لضمان انسجام خياراتهم مع طموحاتهم المهنية وسوق العمل.

السؤال الثاني: ما تقييمكم لمواضيع رسائل طلاب ماجستير العلاقات العامة في ضوء ممارسة المهنة؟

تتنوع مواضيع الرسائل بين القضايا النظرية والتطبيقية، وقد برزت مواضيع تتعلق بالعلاقات العامة الرقمية والتواصل الاستراتيجي. ولكن، هناك حاجة لتعزيز ارتباط الأبحاث بمشاكل وتحديات تواجه القطاعات الفلسطينية مثل التغير المناخي، القضايا المجتمعية، أو تعزيز صورة فلسطين دولياً.

كما يُنصح بإجراء دراسات حالة على مؤسسات محلية لتحليل تأثير استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة، مما يضمن فائدة عملية للطلاب والمجتمع.

السؤال الثالث: كيف ترون واقع العلاقات العامة في المجالين التعليمي والمهني ما بين ذكور وإناث؟

في المجال التعليمي، الإناث يشكلن غالبية في تخصص العلاقات العامة، حيث يظهرن التزاماً أكاديمياً أكبر مقارنة بالذكور. أما في المجال المهني، فإن الذكور غالباً ما يشغلون مناصب عليا، بينما تبرز الإناث في الأدوار التنفيذية والإبداعية.

التحدي الأكبر يتمثل في توفير فرص متكافئة تُمكن الإناث من الوصول إلى مناصب قيادية، بالإضافة إلى ضرورة تعزيز وعي أرباب العمل بقيمة التنوع بين الجنسين في العلاقات العامة.

السؤال الرابع: في ضوء تجربتكم المهنية، كيف ترون واقع عمل العلاقات العامة في المجال الأكاديمي؟
العلاقات العامة في المجال الأكاديمي لا تزال غير مستغلة بشكل كامل، حيث يقتصر دورها غالبا على تنظيم
الفعاليات والترويج للأنشطة.

يمكن تحسين هذا الواقع من خلال تطوير استراتيجية شاملة للعلاقات العامة تشمل بناء علاقات مع المجتمع
المحلي، تعزيز حضور الجامعة في المحافل الدولية، واستثمار العلاقات العامة في تحسين تجربة الطالب وتعزيز
صورة الجامعة.

السؤال الخامس: كيف تقيمون مساهمة الطلبة من ماجستير العلاقات العامة في إعداد الأبحاث العلمية؟
الطلبة يساهمون بشكل ملحوظ في تقديم أبحاث علمية جيدة، ولكن هناك تفاوت في الجودة. الطلبة الذين
يحصلون على توجيه أكاديمي صحيح ينتجون أبحاثا تتسم بالإبداع والابتكار.
لتعزيز مساهماتهم، يجب توفير ورش تدريبية تركز على المنهجية البحثية وأخلاقيات البحث، بالإضافة إلى ربط
الأبحاث بمشاريع تطبيقية بالتعاون مع المؤسسات المحلية.

السؤال السادس: كيف تؤثر الأبحاث العلمية التي يقوم بها طلبة ماجستير العلاقات العامة في قطاع الأعمال؟
وهل تلبية حاجة سوق العمل لها؟

الأبحاث تؤثر بشكل إيجابي إذا ركزت على قضايا ذات صلة بسوق العمل، مثل إدارة الأزمات، أو التسويق
الرقمي. ومع ذلك، هناك فجوة أحيانا بين ما يتم تناوله أكاديميا وما يحتاجه السوق.
لردم هذه الفجوة، يجب تعزيز التعاون بين الجامعات وقطاع الأعمال من خلال تقديم فرص تدريبية مشتركة
للطلبة، وتمويل أبحاث تتناول تحديات واقعية تواجه الشركات.

السؤال السابع: ما هي المقترحات التي تقدمونها للنهوض في برنامج ماجستير العلاقات العامة؟

1. تحديث المناهج لتواكب التحولات التكنولوجية مثل العلاقات العامة الرقمية والذكاء الاصطناعي.
2. تعزيز الشراكات مع المؤسسات المحلية والدولية لتوفير فرص تدريبية وبحثية.
3. إضافة مساقات جديدة.
4. تنظيم مؤتمرات وورش عمل دولية لرفع مستوى التبادل العلمي بين الطلبة وأصحاب الخبرة.

السؤال الثامن: ما هي نصائحكم لطلبة ماجستير العلاقات العامة؟

- اعملوا على بناء مهاراتكم في التحليل والتفكير النقدي.

- ركزوا على التعلم المستمر في مجالات العلاقات العامة الرقمية وتحليل البيانات.
 - كونوا على اطلاع دائم بأحدث الأبحاث والدراسات في مجالكم.
 - لا تترددوا في المشاركة في المؤتمرات والندوات لتوسيع شبكتكم المهنية.
- السؤال التاسع: كيف ترون أداء الجهات المختصة بالإشراف على برنامج ماجستير العلاقات العامة؟
- الجهات المختصة تقوم بجهود جيدة، ولكن هناك حاجة لتحسين بعض الجوانب، مثل:
 - استحداث لجان تقييم دورية لمراجعة المناهج وضمان مواكبتها لاحتياجات السوق.
 - تعزيز الاستثمار في البنية التحتية مثل المكتبات الرقمية وقواعد البيانات.
 - دعم البحوث العلمية من خلال تقديم منح للطلبة.
 - تنظيم لقاءات دورية بين الطلبة والخريجين وأرباب العمل لتحديد التحديات وتقديم حلول مبتكرة.

مقابلة مع الدكتور فريد أبو ظهير - محاضرة أكاديمية لتخصص ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية، عبر تطبيق "الواتس أب"

اليوم: الخميس

التاريخ: 2024/12/12

الساعة: ٧ صباحا

السؤال الأول: كيف تقيمون مسارات ماجستير العلاقات العامة (الإتصال المؤسسي، وإدارة العلاقات العامة) كنوع من الخيارات أمام الطلبة؟

هذان المساران مهمان جدا في واقعا الفلسطيني. ويمكن للطلاب بالطبع اختيار الموضوع الذي يراه مناسباً، حيث أن هذين المسارين فيهما مرونة كبيرة، ويتسعان لموضوعات كثيرة في مجال العلاقات العامة. وأعتقد أن المؤسسات الفلسطينية تحتاج إلى هذين المسارين، حيث أنهما يعملان على تطوير العلاقات العامة في أهم اتجاهين، وهما الإدارة والاتصال. لذلك، أعتقد أن وجود هذين المسارين يعكسان رؤية ثاقبة لدى القائمين على برنامج الماجستير لمستقبل العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة في المجتمع.

السؤال الثاني: ما تقييمكم لمواضيع رسائل طلاب ماجستير العلاقات العامة في ضوء ممارسة المهنة؟

موضوعات رسائل الماجستير لطلبة الجامعة متنوعة بدرجة كبيرة. ولكن لوحظ في بداية الأمر التركيز على أمور معينة (مع عدم التقليل من أهميتها)، وبخاصة مجال الصورة الذهنية، والرضا الوظيفي، وأدوات الإتصال، وتقييم الجمهور لأداء العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة، وهكذا. إلا أن الطلبة اتجهوا بعد ذلك إلى جوانب أخرى ربما أكثر أهمية، على اعتبار أن الجوانب المذكورة أنفا أصبحت مستهلكة. فمثلاً، نجد مجالات مثل: التدريب في العلاقات العامة، الكفاءة في الأداء، التخطيط الاستراتيجي، العلاقة بين العمل في مجالات العلاقات العامة والأوضاع النفسية والاجتماعية للموظف، توظيف العلاقات العامة للتكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، وهكذا.

برأيي أن الخروج من دائرة "التعميم" و"النمطية" مهم جدا في بحوث العلاقات العامة، خاصة وأن الاتجاه (trend) حالياً ينتج نحو ترابط التخصصات المعرفية (interdisciplinary)، الأمر الذي يتطلب أن نوسع الآفاق نحو هذه الاتجاهات حتى نتحقق الفائدة من نتائج البحث بنطاق أوسع من مجرد البحث في إطار محدودة وضيقة. فالعلاقات العامة هي علم وممارسة مرتبطة بمختلف مجالات حياة البشر، ومختلف التخصصات والأبعاد الإنسانية، وليس محصورة بأعمال يومية روتينية إدارية وخدمية.

السؤال الثالث: كيف ترون واقع العلاقات العامة في المجالين التعليمي، والمهني ما بين ذكور، وإناث؟

أرى أن الإناث لديهن اتجاه أقوى من الذكور في مجال الدراسة والعمل في العلاقات العامة. والسبب هو أن هناك مجالات قد تكون أكثر صعوبة في الحياة تتطلب أن يعمل بها الرجال، مثل العمل الذي يتطلب جهداً بدنياً، أو يتطلب السفر والتنقل. والمرأة في مجتمعنا ترى أن العمل في مجال بعيد عن تلك الأمور قد يكون مناسباً لها أكثر، خاصة وأنها في الغالب مرتبطة بالعمل المنزلي، وبخاصة رعاية الأطفال.

لكن هناك مسألة أخرى، وهي رغبة المرأة في العمل في مجال فيه حيوية ونشاط ويرتكز على العلاقات مع الناس، وهو الأمر الذي قد يناسب طبيعتها التي تتسم باللطف في التعامل، واللباقة في الأداء، والرغبة في مساعدة الآخرين. وهذا الكلام الذي أقوله ليس مسلمات، ولكنه يعبر عن وجهة نظر فقط. إلا أن وجهة النظر، برأيي، تعززها الوقائع، حيث أبدعت المرأة (بشكل عام طبعا) في العمل في مجال العلاقات العامة، مع الحذر من أن بعض المؤسسات تستغل المرأة (تستغل جمالها وشكلها وأسلوب الناعم في التعامل) لتحقيق مصالح المؤسسة. وهذا أمر مرفوض قطعاً، وعلى النساء التنبيه له. فيجب أن ندرك أن دور المرأة يتعلق بشخصيتها ومؤهلاتها وخبراتها وقدراتها في العمل في مجال العلاقات العامة، لا أن تُستخدم كواجهة أو ديكور للمؤسسة.

السؤال الرابع: كيف تقيمون مساهمة الطلبة من ماجستير العلاقات العامة في إعداد الأبحاث العلمية؟

الطلبة، كالعادة، يمكن تقسيمهم إلى فئتين: فئة تقوم بعمل البحث من أجل أن تتجح في المسابقات، وفئة تعمل البحث للتعلم ولكي يطورون أنفسهم. وبكل الأحوال، يفترض أن لا يقبل المدرس أي بحث لا يتحقق في الشروط، أو الحد الأدنى من الشروط المتعلقة بالبحث العلمي.

وهناك عدد من الطلبة قاموا بعمل أبحاث مميزة ورائعة، وبعضها تم نشره في مجلات علمية مرموقة. وهذا يعني أن لدينا قدرات بحثية ممتازة يجب استثمارها وتوظيفها لتطوير العلاقات العامة في فلسطين.

السؤال الخامس: كيف تؤثر الأبحاث العلمية التي يقوم بها طلبة ماجستير العلاقات العامة في قطاع الأعمال؟

وهل تلبية حاجة سوق العمل لها؟

بالطبع يوجد أبحاث ورسائل ماجستير ممتازة في هذا المجال، وخرجت بنتائج ذات قيمة علمية، وعالجت قضايا مهمة يمكن أن تلبية حاجات السوق. ولكن المشكلة هي في الاستفادة من هذه الأبحاث، كما هو موضح في الإجابة على السؤال السابع.

السؤال السادس: ما هي المقترحات التي تقدمونها للنهوض في برنامج ماجستير العلاقات العامة؟

برأيي برنامج ماجستير العلاقات العامة ممتاز، ويغطي مختلف جوانب العلاقات العامة. ولكن لا يوجد شيء لا يتطور، حيث أن الحياة تتطور بشكل متسارع، ومن المهم أن نواكب التطورات في مختلف مجالات الحياة. فمثلاً، من المهم التأسيس لعلاقة ارتباطية بين البرنامج الأكاديمي والواقع العملي في مجال العلاقات العامة. من المهم أن يندمج التعليم مع الواقع والأداء في المؤسسات المختلفة. وفي الحقيقة أن هذه مسألة شاقة، ولكنها بالتأكيد ستكون مثمرة.

من أخطر الأمور التي تحدث في بلادنا، ليس فقط في مجال العلاقات العامة، ولكن في معظم المجالات، هي غياب الاستفادة العملية من الأبحاث ورسائل الماجستير. فهل نقرأ المؤسسات رسائل الماجستير التي تعالج قضية من القضايا المتعلقة بها؟ هل تعلم أصلاً عن هذه الرسالة؟ وفي حال اطلعت عليها، هل استفادت منها؟ وهل ترجمتها إلى خطط وواقع ومعالجة لمشاكلها وأزماتها؟ أنا أرجح أن الإجابة لا، بل أكاد أجزم بذلك. وهذا لا يعني أنه لا قيمة للبحث العلمي، بل على العكس، يجب أن نستمر حيث سيأتي يوماً تكون فيه هذه الأبحاث كنزاً ثميناً للمؤسسات في المستقبل، عندما تدرك المؤسسات، ويدرك العاملون في مجال العلاقات العامة القيمة العلمية والعملية لهذه الأبحاث والنتائج.

السؤال السابع: ما هي نصائحكم لطلبة ماجستير العلاقات العامة؟

نصيحتي، أولاً أن يستمروا بعمل الأبحاث، وأن يتناولوا القضايا التي يشعرون بأنها مهمة للمجتمع، وأن يتجنبوا عمل أبحاث لأنها سهلة، أو تحقق فقط النجاح في المساق أو في الرسالة. بل يجب أن يشعر الطالب بالقضية التي يتناولها في بحثه. كما أنصح بأن ينشر الطالب خلال دراسته، وحتى بعد تخرجه، على الأقل بحثاً واحداً في مجلة علمية. ووجود الطالب مع مدرسه يسهل عليه هذا الأمر، حيث أنه بعد التخرج لن يجد أحداً يساعده لعمل بحث ونشره.

السؤال الثامن: كيف ترون أداء الجهات المختصة بالإشراف على برنامج ماجستير العلاقات العامة؟

بشكل عام الأداء جيد، وهناك إدراك بمستوى مرتفع في تقييم عمل الطالب ومتابعته حتى نهاية الرسالة. وهناك توجيهات أيضاً للطلاب حتى يسير في الاتجاه الصحيح، مع الأخذ في الاعتبار التفاوت بين الطلبة من حيث مستوى المعرفة ومستوى الأداء، وكذلك مستوى الاهتمام بإنجاز عمل مميز.

مقابلة مع الأستاذ/الباحث فراس الصيفي - خريج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية، عبر تطبيق "المانجر"

اليوم: السبت

التاريخ: 2024/11/30

الساعة: ٢ ظهرا

السؤال الأول: كيف أثرت دراسة ماجستير العلاقات العامة، وتحديدًا الإنجاز البحثي للرسالة في الجانب الشخصي، والمهني لديك؟

لا شك أن هذا التخصص عزز من قدراتي البحثية، في مجال العلاقات العامة، ومجال الإتصال، وإدارة الأزمات، وكذلك المسؤولية الإجتماعية في العلاقات العامة، وما إلى ذلك من نظريات، ومناهج، ونماذج، كما تعلمت من هذا التخصص فوائد لها علاقة في نظريات الإتصال، ونظريات العلاقات العامة، والنظريات الإعلامية، وهي مفيدة جدا في ميدان العمل، لكن على الإنسان الذي يتخصص في مجال العلاقات العامة يجب على الأقل أن يكون عمل في مجال العلاقات العامة ما لا يقل عن ثلاث، أو أربع، أو خمس سنوات، قبل أن يدخل في تخصص الماجستير، لأن الماجستير ليس فقط تطور أكاديمي، فغالبية المساقات التي درستها في الماجستير لم تكن جديدة علي، كنت أعرفها مسبقا، وعملت بها مسبقا، ولم تكن دراستها بالنسبة لي صعبة، المساقين الجديدين بالنسبة لي هما إدارة الأزمات، ومناهج البحث العلمي، مع العلم أنني كنت باحث سابق، إلا أن تلك المساقات جددت لي معلوماتي، وتعرفت على مناهج، ودراسات جديدة لها علاقة بالبحث بشكل عام، وهذا ساعدني في نشر مجموعة من الأبحاث خلال فترة الدراسة.

ودراسة ماجستير العلاقات العامة شكلت لي دعما في مجال العمل، من خلال نشر الأبحاث، والقدرة على إدارة البرتوكول، فساعدني ذلك في تولي المناصب الآتية: معيد في جامعة النجاح الوطنية في قسم العلاقات العامة لمدة سنتين، ومعيد في جامعة القدس المفتوحة في قسم العلاقات العامة والإعلام، والآن مدير للعلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، وانتقلت من مركز مدير الإعلام في محافظة نابلس إلى مدير للعلاقات العامة.

السؤال الثاني: كيف تفسر مساهمة إتجاهك البحثي في النهوض بأقسام العلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية؟

بالتأكيد أنت اليوم عندما تعرف النظريات التي تحكم العلاقات العامة، مثل نظرية الإمتياز، ونظرية النظم، ونظرية الأزمات الموقفية، ونظرية تحسين الصورة، ونظرية الإسناد، وغيرها، كل هذه النظريات تجعلك ملم بكيفية أدوار العلاقات العامة، على سبيل المثال عندما يطلب منك صاحب العمل إحضار تارجت للشركة

كعلاقات عامة، يجب أن توضح لهذا الشخص أنني ممارس للعلاقات العامة، وليس لي علاقة بالتارجت، وهذا ليس ضمن نطاق عملي، وهذا يفيد في تنظيم العمل.

السؤال الثالث: ما التوجهات المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة للنهوض في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية؟

للطلاب الذين يعملون على الأبحاث في العلاقات العامة، أقترح عليهم التوجه نحو الذكاء الإصطناعي، فالعالم اليوم أنهى الممارسة التقليدية للعلاقات العامة، وبدأ يعمل على الذكاء الإصطناعي في العلاقات العامة، يجب أن نعرف، هل المؤسسات قادرة على التعامل مع الكم الهائل من الجمهور عبر المواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الإجتماعي؟ وللوصول للعالمية ينبغي التواصل مع الجميع، ولا أعتقد أن هناك فريق علاقات عامة قادر على تجميع معلومات عن جميع الناس، بالتالي نحن بحاجة إلى نظام إلكتروني، لتجميع هذه المعلومات، ومعرفة الرأي العام، بالتالي على ممارس العلاقات العامة اليوم، والباحثين في الجامعات الفلسطينية، أن يتوجهوا لأبحاث الذكاء الإصطناعي في العلاقات العامة، وأبحاث السوشيال ميديا في العلاقات العامة، فالأبحاث الحالية هي تقليدية، وأعتقد أنه بدأت تظهر بعض النظريات التي لها علاقة بقبول التكنولوجيا، هل نحن قابلين للتكنولوجيا أم لا؟ هل نحن نثق بالتكنولوجيا أم لا؟

مقابلة مع الباحثة نيفين علاونة- خريجة ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطنية، عبر تطبيق "الواتس اب"

اليوم: الخميس

التاريخ: 2024/11/28

الساعة: ٨ مساء

السؤال الأول: ما هي الأسس التي اعتمدت عليها في إختيار مشكلة الدراسة، أو بمعنى آخر، كيف اخترت موضوع رسالتك العلمية في ماجستير العلاقات العامة؟

اعتمدت خلال رسالتي على أهمية الجانب التاريخي والوظيفي للعلاقات العامة في الدراسات الحديثة، خاصة العربية منها، مشيرة إلى أن تجاهل هذا الجانب يمثل قصوراً معرفياً يجب التغلب عليه لفهم دور العلاقات العامة بشكل شامل وموضوعي. كما ركزت على كيفية توظيف الكيان الإسرائيلي للعلاقات العامة كأداة لتعزيز شرعية وجوده في فلسطين، معتقدة بأن مثل هذا الاستخدام للعلاقات العامة من قبل الاحتلال يتضمن عمليات تزييف للوعي تتسم بالغياب عن الشفافية والحقائق، مع التركيز على دور الناطق الرسمي باسم جيش الاحتلال كأحد نماذج هذه الاستراتيجية. وتلخص الرسالة إلى أن فهم العلاقات العامة، التقليدية والرقمية، يتطلب استحضار علاقاتها التاريخية والوظيفية، مما يسهل دراسة الكيان الإسرائيلي من منظور أعمق وأكثر دقة. اما موضوع رسالتي فنضمن (دلالات توظيف الكيان الإسرائيلي للعلاقات العامة الرقمية خلال حروبه على قطاع غزة: (حربا ٢٠٢١ / ٢٠٢٢) دراسة حالة).

السؤال الثاني: كيف أثرت دراسة ماجستير العلاقات العامة، وتحديدًا الإنجاز البحثي للرسالة في الجانب الشخصي، والمهني لديك؟

شكلت لي هذه التجربة ارثاً معرفياً كبيراً استطعت من خلاله بناء شخصيتي البحثية للارتقاء بتقديم رسالة ترضيني فكرياً وتكون ذات مرجعاً ادبياً يوماً ما للطلبة الباحثين، اما على الصعيد المهني فقد زادت تجربتي البحثية وتطور فكري النقدي والبحثي في تعزيز مهاراتي الاتصالية مع الآخرين وتقويتها، كالاتصال والتواصل الفعال مع الأقارب والزملاء والجميع كالتفكير النقدي الذي أتكلم به خلال اجتماعاتي مع الآخرين بالمختصر جعلتني شخصاً واعياً لما يدور من حولي يفهم الآخرين ويستطيع ان يتواصل معهم بفاعلية كبيرة.

السؤال الثالث: كيف تفسرين مساهمة إتجاهك البحثي في النهوض بأقسام العلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية؟

بالتطبيع أي انجاز علمي يؤثر على المسيرة العلمية لا سيما الرسائل الاكاديمية البناءة والتي تعالج مشكلة جديرة بان تعالج يغفل عنها العديد من الباحثين وربما تكون مصدر الهام لعدد من الباحثين الجدد لكتابة واستلهام مشاكل رسائلهم. اما التغيير الملحوظ الذي تفضلتي به انا أو من أنا التغيير يبدأ بخطوة علينا جميعا كباحثين وكأساتذة جامعيين ان نضيء الجانب المعتم من الأبحاث وخاصة الأبحاث التي تحتاج منا الى الوعي فلك ان تخيلي مقدار أهمية الأبحاث الواعية كرسالتي ورسالة غيري من الطلبة في ظل هذه الظروف التي نعيشها في فهم الواقع العام ولا سيما استراتيجيات المستخدمة من قبل الاحتلال والقوة الناعمة التي يستخدمها لتغليب العقول وقلب الحقائق. وانا اعتقد -وبالإجابة عن السؤال الأخير التي تفضلتي به عن إضافة شيء للعلاقات العامة كمهنة- على العلاقات العامة وممارسيها زيادة الوعي العام بأهمية فهم التاريخ والتعلق التاريخي بين العلاقات العامة والبروباغندا وصولا الى استخدام استراتيجيات أخلاقية لمعالجة القضايا مبنية على الحقيقة والواقع فأساس فهم أي شيء هو تاريخه. لذلك علينا استخدام المصطلحات بما يناسبنا ويناسب ثقافتنا وظروفنا السياسية والاجتماعية التي نعيشها كباحثين فلسطينيين وعدم اسقاط مصطلحات عامة من العلاقات العامة تمثل ثقافة أخرى وتوجه اخر لا يشبهنا.

السؤال الرابع: ما التوجهات المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة للنهوض في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية؟

عالم العلاقات العامة يتطور بشكل مستمر، مدفوعاً بالوتيرة المستمرة للتقدم التكنولوجي والمشهد الإعلامي المتغير. في هذه البيئة الديناميكية، تتمتع العلاقات العامة بوضع فريد يسمح لهم بالتكيف والازدهار. ويمكنهم الاستفادة من هذا التطور لتبني أدوات واستراتيجيات رقمية جديدة بشكل أسرع من الوكالات التقليدية، وغالباً ما تصبح العلاقات العامة الرقمية رائدة في هذه العملية. وبينما نتطلع إلى المستقبل، هناك العديد من الاتجاهات الرئيسية التي تستعد لتشكيل الصناعة، مما يوفر التحديات والفرص لممارسي العلاقات العامة في السوق الفلسطيني. بالمحصلة ان مستقبل العلاقات العامة الرقمية نابض بالحياة ومليء بالإمكانيات. من خلال البقاء في صدارة هذه الاتجاهات، يمكن لممارسي العلاقات العامة وضع أنفسهم كشركاء لا غنى عنهم لعملائهم، وتشكيل التصورات والروايات في عالم سريع التغير. تكمن قوة العلاقات العامة الرقمية في سرعتها واللمسة الشخصية التي يمكن أن توفرها، مما يجعلها مجالاً مثيراً لأولئك المستعدين لاحتضان المستقبل.

مقابلة مع الباحثة دعاء أبو الرب- خريجة ماجستير العلاقات العامة المعاصرة - جامعة النجاح الوطني، عبر تطبيق "الواتس اب"

اليوم: الخميس

التاريخ: 2024/11/28

الساعة: ٩ مساء

السؤال الأول: ما هي الأسس التي إعتمدت عليها في إختيار مشكلة الدراسة، أو بمعنى آخر، كيف اخترت موضوع رسالتك العلمية في ماجستير العلاقات العامة؟

لقد اعتمدت في صياغة مشكلة الدراسة حول الإخبارية الإعلامية الدارجة خلال فترة انشاء رسالتي الماجستير حيث اغتيلت شرين لصحيفة شرين أبو عاقلة في الحادي عشر من أيار لعام 2022، وكان هنالك ضجة إعلامية قوية حول ما إذا كان الاحتلال الإسرائيلي هو المسؤول عن اغتيالها، فقد كثفت قناة الجزيرة تقاريرها ومقالاتها الصحفية حول طريقة اغتيال الصحفية والإثباتات التي تدل بانها اغتيلت من قبل قوات الاحتلال الإسرائيلي في مخيم جنين وبالمقابل كان الاعلام الإسرائيلي يحاول عكس هذه الرواية. وبهذا تمحورت مشكلة الدراسة لدي كباحثة حول الإستراتيجيات الاتصالية والاستمالات الإقناعية التي استخدمتها العلاقات العامة في صحيفة جبروز اليم بوست وقناة الجزيرة إنجليزي عبر الفيس بوك خلال اغتيال الصحفية شرين أبو عاقلة كدراسة مقارنة بين الوسيلتين الإعلامية. وبهذا قمت بالاطلاع على كافة المقالات والتقارير الإخبارية المتعلقة بالموضوع، وقد قرأت العديد من المصادر والادبيات السابقة كي تتشكل عندي قاعدة معرفية علمية وتوجهني نحو الفجوة المعرفية التي لم يتم دراستها من قبل في الدراسات السابقة.

السؤال الثاني: كيف أثرت دراسة ماجستير العلاقات العامة، وتحديدا الإنجاز البحثي للرسالة في الجانب الشخصي، والمهني لديك؟

على الجانب الشخصي، كانت لدراسة ماجستير العلاقات العامة أثر كبير في تكوين وتطوير العديد من المهارات الشخصية لدي مثل التفكير النقدي، القدرة على التحليل، والبحث. وقد زاد هذا التخصص من الثقة بالنفس لدي وتحقيق شعور قوي بالإنجاز خاصة مع كثافة اعداد العروض العلمية وألقها بشكل ارتجالي للطلاب في المحاضرات. كما أن انشاء الأبحاث العلمية خاصة مع تركيزي حول أعداد أبحاث علمية تتناول تحاليل خطابية وإعلامية زاد قدرتي النقدية والتحليلية في المجال السياسي.

أما فيما يتعلق بالجانب المهني، فإن دراسة الماجستير في تخصص العلاقات العامة عززت من قدراتي التواصلية والإدارية، ومنحتني فهماً عميقاً حول كيفية إدارة العلاقات العامة بفعالية في المؤسسات والشركات بمختلف

أنواعها. بالإضافة إلى الإنجاز البحثي الذي أضاف قيمة كبيرة في سيرتك الذاتية، وفتح لي أبواباً جديدة في سوق العمل وفرص التطور المهني حيث وساعدتني هذا التخصص في انشاء مشروع خاص لدي حيث انشت مكتباً يقدم مجموعة متنوعة من الخدمات التي تهدف إلى دعم الطلاب والباحثين في تحقيق أهدافهم الأكاديمية ومساعدة الطلاب في كيفية انشاء البحوث واعدادها واختيار موضوع الدراسة، وطريقة تحليل وجمع البيانات بطريقة منهجية علمية صحيحة، حيث قمت بأنشاء ورشة علمية حول طريقة انشاء الأبحاث ورسائل الماجستير وتضمنت كيفية توثيق المراجع بالطريقة المنهجية الصحيحة، كما وبدأت بأنشاء الإعلانات وتصويرها بشكل الاحترافي في مركز المدينة في جنين (السياتي سنتر).

السؤال الثالث: كيف تفسرين مساهمة إتجاهك البحثي في النهوض بأقسام العلاقات العامة في سوق العمل الفلسطينية؟

بالطبع، لقد تواجدت في الجامعة العربية الامريكية لفترة زمنية تتضمن الخمسة شهور، وقد حدثت أزمة مقتل الشاب مهران الخليلي خلال فترة تواجدي فقد ساعدت مدير العلاقات العامة وقتها الدكتور فادي جمعة في نشر بيان توضيحي حول طبيعة الحادثة ومسؤولية الجامعة من الحادثة، والاستراتيجيات الاتصالية الواجبة استخدمها خلال هذه الازمة، وخلال هذه الفترة انشأت للجامعة خطة وسائل التواصل الاجتماعي بما فيه المنشورات والصور التي تنشرها الجامعة كل يوم، كما وقمت بإضافة انشاء فيديوهات قصيرة للجامعة (الريلز) وقمت بتصميمها وتصويرها وكانت لأول مرة تضاف للجامعة وزاد عدد مشاهدة بشكل ملحوظ لهذه الفيديوهات.

السؤال الرابع: ما التوجهات المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة للنهوض في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية؟

ما التوجهات المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة للنهوض في الممارسة العملية في السوق الفلسطينية فيما يتعلق بالتوجهات المستقبلية لبرامج ماجستير العلاقات العامة في فلسطين فهي تتجه بالنسبة الي نحو تعزيز القدرات العملية للخريجين والتدريبية في كافة المؤسسات الحكومية والغير حكومية من خلال توفير مادة تدريبية قبل التخرج وبالتالي مساعدة الطلاب للحصول على فرص عمل متنوعة في السوق المحلي. ومن الممكن أن تشمل هذه التوجهات تعزيز الجانب التدريب العملي من خلال توفير فرص تدريبية عملية وورشات عمل مختلفة خلال فترة الدراسة لتحسين مهاراتهم وتجهيزهم للسوق العملي. وبالتالي يكون هناك تعاون مع القطاعات المختلفة في فلسطين، ويكون هناك علاقات تعاونية وتشاركية مع هذه القطاعات لتوفير فرص تدريب وتوظيف للخريجين. كما ويمكن تطوير وتعزيز الاعتماد على التكنولوجيا والإعلام الرقمي في ظل الاعتماد الكبير على وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي وبهذا يمكن تطوير برامج تدريبية تركز على التكنولوجيا الحديثة والإعلام الرقمي لتلبية احتياجات السوق الحديث.



An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**THE INFLUENCE OF RESEARCH DIRECTIONS
IN THE CONTEMPORARY PUBLIC RELATIONS
MASTER'S PROGRAM ON PROFESSIONAL
PRACTICE: A CASE STUDY OF AN-NAJAH
NATIONAL UNIVERSITY**

By
Rinad Mahmoud

Supervisor
Dr. Samar Shunnar

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
of Master of Contemporary Public Relation, Faculty of Graduate Studies,
An-Najah National University, Nablus, Palestine.**

2025

THE INFLUENCE OF RESEARCH DIRECTIONS IN THE CONTEMPORARY PUBLIC RELATIONS MASTER'S PROGRAM ON PROFESSIONAL PRACTICE: A CASE STUDY OF AN-NAJAH NATIONAL UNIVERSITY

By
Rinad Mahmoud
Supervisor
Dr. Samar Shunnar

Abstract

The objective of this study is to examine the impact of research trends within the contemporary public relations master's program on the professional practices of graduates from An-Najah National University. This investigation employs a descriptive analytical approach for data collection and analysis, specifically through the content analysis of theses produced by graduates of the contemporary public relations master's program. The study encompasses a comprehensive survey sample consisting of 81 items. Additionally, interviews were conducted with a purposive sample of 8 employers and faculty members, as well as a random sample of 7 graduates from the contemporary public relations program at An-Najah National University.

The study yielded several significant findings, the most notable of which indicate that the research trends among graduates of the contemporary public relations master's program do not align with the demands of the Palestinian labor market. Specifically, a substantial proportion of theses, amounting to 43%, focused on the topic of public relations functions and their role within government institutions.

The study presents several key recommendations, including the establishment of an independent audit and oversight committee tasked with the evaluation and review of both completed and forthcoming theses. This committee would serve to prevent the repetition of research topics, thereby ensuring the originality of the theses produced.

Keywords: Public relations, Research trends, Professional practice, Master's programs, An-Najah National University.