

جامعة غزة
عمادة الدراسات العليا
برنامج ماجستير العلاقات العامة والإعلام

تقييم دور العلاقات العامة وبرامجها في الجامعات الفلسطينية في ضوء
الإعلام التكنولوجي
(دراسة ميدانية)

**Evaluating The Role of Public Relations and its Programs in
Palestinian Universities in the Light of Technological Media
(Empirical Study)**

إعدادُ الباحثِ
سعدى عبد الكرىم الداورى

رسالة مقدمة لجامعة غزة لإستكمال متطلبات نيل درجة
الماجستير
فى
العلاقات العامة والإعلام

إشرافُ

أ. د. زهى عبد اللطىف عابء
أستاذة العلاقات العامة والإعلان
عمىء كلية الإعلام سابقا- جامعة الأقصى

أ. د. سهىل رزق دىاب
أستاذة المناهج وطرق التدرىس
عمىء كلية الدراسات العلىا سابقا- جامعة غزة



إقرار الباحث

انا الموقع ادناه مقدم هذه الرسالة التي تحمل العنوان:

تقييم دور العلاقات العامة وبرامجها في الجامعات الفلسطينية في ضوء الإعلام التكنولوجي
(دراسة ميدانية)

Evaluating The Role of Pubic Relations and its Programs in Palestinian
University in the Light of Technological Media (Empirical Study)

أقر بأن المادة العلمية الواردة في هذه الرسالة قد تم تحديد مصدرها العلمي وأن محتوى الرسالة غير مقدم للحصول علي أي درجة علمية أخرى، وأن مضمون هذه الرسالة يعكس آراء الباحث الخاصة وهي ليست بالضرورة الآراء التي تتبناها الجهة المانحة.

وأني اتحمل المسؤولية القانونية الاكاديمية كاملة في حال ثبوت ما يخالف ذلك.

اسم الباحث:
التوقيع:
التاريخ: 27-12-2022



نتيجة الحكم علي اطروحة ماجستير

بناء علي موافقة عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة غزة علي تشكيل لجنة المناقشة والحكم علي اطروحة الباحث / سعدي عبد الكريم حسن الداور لنيل درجة الماجستير في كلية علوم الاتصال واللغات, قسم العلاقات العامة والاعلام وموضوعها: تقييم دور العلاقات العامة وبرامجها في الجامعات الفلسطينية في ضوء الإعلام التكنولوجي (دراسة ميدانية)

Evaluating The Role of Pubic Relations and its Programs in Palestinian University in the Light of Technological Media (Empirical Study)

أعضاء لجنة المناقشة

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم السبت 1444 هـ, الموافق 19/11/2022 الساعة الحادية عشرة ظهراً بمبنى الجامعة الرئيسي, اجتمعت لجنة الحكم علي الاطروحة والمكونة من:

..... مشرفاً ورئيساً	أ.د. سهيل رزق دياب
..... مشرفاً	أ.د. زهير عابد
..... مناقشا داخليا	د. حاتم العسولي
..... مناقشا خارجيا	د. أيمن أبو نقيرة

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية علوم الاتصال واللغات, قسم العلاقات العامة والاعلام.

واللجنة اذ تمنحه هذه الدرجة فأنها توصيه بتقوي الله ولزوم طاعته وان يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق,,,

القائم بأعمال عميد الدراسات العليا والبحث العلمي

د.سهام أبو العمرين

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

صدق الله العظيم

[سورة التوبة، الآية: 105]

إهداء

إلى روح والدي رحمه الله وأسكنه فسيح جناته.....
إلى من كان دعاؤها سر نجاحي، وحنانها بلمس جراحي، إلى أغلى الحبايب، أمي
الحببية....
إلى زوجتي الغالية، سنداً، ورفيقاً، ومعيناً، ونوراً أضاء لي الدرب....
إلى قرة عيني أبنائي حفظهم الله.....
إلى أحبائي، وأهلي، وعائلتي.....
إلى كل هؤلاء ... أهدي إليهم جهدي هذا حباً، واعتزازاً

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى محمد بن عبد الله، وعلى آله وصحبه ومن سار على هديه إلى يوم الدين أما بعد: فامتثالاً لقول الله عز وجل "لئن شكرتم لأزيدنكم" (إبراهيم، 7) فإنني بداية أشكر الله العلي القدير الذي أمدني برعايته وتوفيقه لإتمام هذه الرسالة، وانطلاقاً من قول رسولنا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم "لا يشكر الله من لا يشكر الناس" فإنني أتوجه بالشكر والعرفان:

للأستاذ الدكتور/ سهيل رزق دياب، والأستاذ الدكتور/ زهير عبد اللطيف عابد؛ المشرفين على هذه الرسالة، لما قدّماه لي من توجيه وإرشاد طوال فترة إعدادها.

كما وأتقدم بَعْظِيم الشكر للدكتور/ حاتم العسولي، على تشريفه لي كمناقش داخلي، والشكر موصول أيضاً للدكتور/ أيمن أبو نقيرة، على تشريفه لي كمناقش خارجي، وعلى توجيهاتهم السديدة ونصائحهم العلمية التي أثرت الرسالة وأغنيتها.

وشكري موصول لذلك الصرح الأكاديمي الشامخ (جامعة غزة)، وإلى عمادة الدراسات العليا، وأعضاء الهيئة التدريسية الموقرة في برنامج ماجستير العلاقات العامة والإعلام. كما أتقدم كذلك بخالص الشكر والتقدير إلى الزملاء في جامعة القدس المفتوحة والجامعات الأخرى في قطاع غزة لما قدموه من تسهيلات كان لها بالغ الأثر في إنجاز هذه الرسالة، ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر لجميع الأساتذة الذين ساهموا في تحكيم الاستبانة، لما كان لإرشاداتهم وتوجيهاتهم من النفع والفائدة العظيمة.

ووفاءً وتقديراً لكل الذين لا يتسع المقام لذكر أسمائهم، حيث يطيب لي أن أقدم شكري وامتناني لجميع من أعان وساهم ودعم في إخراج هذا العمل المتواضع منذ أن كان فكرة، حتى رأى النور واقعاً وحقيقة، فلهم مني كل الشكر والتقدير والاحترام والامتنان. وأخيراً، فإن ما كان في هذه الدراسة من صواب فهو توفيق من الله وما كان فيها من خطأ فهو من نفسي.

[وما توفيقني إلا بالله عليه توكلتُ هو نعم المولى ونعم النصير]

الباحث

سعدى عبد الكريم الداغور

فهرس المحتويات

ب.....	إقرار الباحث
ج.....	إهداء
ح.....	شكر وتقدير
خ.....	فهرس المحتويات
ر.....	فهرس الجداول
ز.....	ملخص الدراسة
ش.....	Abstract
.....	الفصل الأول الإطار العام للدراسة
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	مقدمة:
.....	الدراسات السابقة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	مشكلة الدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	تساؤلات الدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	أهداف الدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	فرضية الدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	أهمية الدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	مصطلحات الدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	حدود الدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	النظريات المفسرة للدراسة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	الفصل الثاني: العلاقات العامة وبرامجها
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	المبحث الأول: العلاقات العامة وبرامجها
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	مفهوم العلاقات العامة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	أهمية العلاقات العامة
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	أهداف العلاقات العامة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	وظائف العلاقات العامة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	أخلاقيات العلاقات العامة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	العلاقات العامة والإعلام:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	العلاقات العامة والإعلام التكنولوجي:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	أهمية الإعلام التكنولوجي في مجال العلاقات العامة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	العلاقات العامة في الجامعات
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	أهداف العلاقات العامة في الجامعات:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	المبحث الثاني: برامج العلاقات العامة
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
.....	مفهوم برامج العلاقات العامة:
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.

أهمية برامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
شروط نجاح برامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
الأسس التي يجب أن تتوفر في البرنامج الناجح:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
العناصر الأساسية المكونة لبرامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
أنواع برامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
هيكلية برنامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
اعتبارات يجب مراعاتها عند إعداد برامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
خطوات تصميم برامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
المبحث الثالث: العلاقات العامة في الجامعات	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
برامج العلاقات العامة الجامعية:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
أنشطة العلاقات العامة في الجامعات:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
التقويم كأحد وظائف العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
تقويم برامج العلاقات العامة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
الفصل الثالث: الإعلام التكنولوجي وتطبيقاته	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
المبحث الأول: مفهوم الإعلام التكنولوجي	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
مفهوم الإعلام:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
تعريفات الإعلام التكنولوجي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
الفرق بين الإعلام التكنولوجي والإعلام التقليدي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
أقسام الإعلام التكنولوجي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
خصائص الإعلام التكنولوجي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
مميزات الإعلام التكنولوجي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
عيوب الإعلام التكنولوجي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
المبحث الثاني: وسائل وتطبيقات الإعلام التكنولوجي	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
وسائل الإعلام التكنولوجي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
شبكات التواصل الاجتماعي:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
الفصل الرابع: منهجية الدراسة وإجراءاتها	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
أولاً: نوع الدراسة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
ثانياً: منهج الدراسة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
ثالثاً: مجتمع الدراسة وعينها:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
رابعاً: أدوات الدراسة:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
صدق الاستبانة وثباتها:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
خامساً: المعالجات الإحصائية:	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
الفصل الخامس: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.

- المبحث الأول:** نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- المبحث الثاني:** فرضيات الدراسة ومناقشتها خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- المبحث الثالث:** خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- أولاً: نتائج الدراسة:** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- ثانياً: نتائج فرضيات الدراسة:** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- ثالثاً: توصيات الدراسة:** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- رابعاً: مقترحات الدراسة:** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- المراجع** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- أولاً: المراجع العربية:** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- ثانياً: المراجع الأجنبية:** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- الملاحق** خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- ملحق رقم (1):** قائمة محكمي الاستبانة خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
- ملحق رقم (2):** استبانة الدراسة خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.

فهرس الجداول

- جدول (1-2) يوضح أنشطة وأعمال العلاقات العامة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (1-3) مجتمع الدراسة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (2-3): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (3-3): توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (4-3): توزيع عينة الدراسة حسب العمر خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (5-3): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (6-3): توزيع عينة الدراسة حسب الجامعة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (1-4) يوضح أدوار العلاقات العامة في الجامعة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (2-4) يوضح وظائف العلاقات العامة في الجامعة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (3-4) يوضح خدمات ونشاطات العلاقات العامة في الجامعة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (4-4) يوضح استخدام العلاقات العامة في الجامعة لوسائل الإعلام التكنولوجي ... خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (5-4) يوضح درجة ثقة أفراد عينة الدراسة بوسائل الإعلام التكنولوجي التي تستعملها الجامعة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (6-4) يوضح درجة ممارسة أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام التكنولوجي في برامج العلاقات العامة خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (7-4) يوضح درجة رضا أفراد عينة الدراسة عن وسائل الإعلام التكنولوجي المستخدمة من قبل العلاقات العامة في برامجها خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (8-4) يوضح درجة قيام العلاقات العامة بتفعيل وسائل الإعلام التكنولوجي المستخدمة. خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول (9-4) يوضح استخدام العلاقات العامة وسائل الإعلام التكنولوجي خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول رقم (10-4) يوضح اختبار T-Test لقياس الفروق في استجابة العاملين نحو أدوار وبرامج العلاقات العامة في ضوء الإعلام التكنولوجي تعزى لمتغير(الجنس) خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول رقم (11-4) يوضح اختبار One-Way ANOVA لقياس الفروق في استجابة العاملين نحو مدى قيام العلاقات العامة لأدوارها وبرامجها في ضوء الإعلام التكنولوجي تعزى لمتغير(سنوات الخبرة) ... خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.
- جدول رقم (12-4) يوضح اختبار One-Way ANOVA لقياس الفروق في استجابة العاملين نحو مدى قيام العلاقات العامة لأدوارها وبرامجها في ضوء الإعلام التكنولوجي تعزى لمتغير(الجامعة) ... خطأ! الإشارة المرجعية غير معروفة.

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم دور العلاقات العامة وبرامجها في الجامعات الفلسطينية في ضوء الإعلام التكنولوجي، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي، معتمدة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وباستخدام أسلوب المسح الشامل، حيث تم توزيع (45) إستبانة بعد التأكد من صدقها وثباتها على عينة الدراسة، والمتكونة من جميع العاملين في دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية، وهي (جامعة القدس المفتوحة، الجامعة الإسلامية، جامعة الأزهر، جامعة الأقصى، جامعة غزة، جامعة فلسطين)، حيث استجاب عدد (36) من الذين أجري عليهم البحث بنسبة استرداد (80%)، كما تم استخدام برنامج (SPSS) لتحليل البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى:

1. جاء استخدام دائرة العلاقات العامة في الجامعة لوسائل الإعلام التكنولوجي بدرجة كبيرة جداً بنسبة (100%).
2. جاءت درجة ثقة أفراد عينة الدراسة بوسائل الإعلام التكنولوجي التي تستعملها الجامعة بدرجة كبيرة وبنسبة (75.0%).
3. جاءت درجة ممارسة أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام التكنولوجي في برامج العلاقات العامة بدرجة مرتفعة وبنسبة (69.4%).
4. كانت درجة رضا أفراد العينة عن وسائل الإعلام التكنولوجي المستخدمة من قبل العلاقات العامة في برامجها مرتفعة جداً وبنسبة (39.9%)، وبدرجة مرتفعة بنسبة (11.1%)، وبدرجة متوسطة بنسبة (27.8%) وبدرجة منخفضة بنسبة (22.2%).
5. كان استخدام العلاقات العامة لوسائل الإعلام التكنولوجي (50.0%) بدرجة مرتفعة جداً.
6. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات استجابة العاملين نحو أدوار وبرامج العلاقات العامة في ضوء الإعلام التكنولوجي تعزي لمتغيرات (الجنس، سنوات الخبرة، الجامعة).

وقد أوصت الدراسة بما يلي:

1. مواكبة التطور في وسائل الإعلام التكنولوجي وتوظيف ما يستخدم من وسائل.
 2. ضرورة الإهتمام والتركيز بشكل أكبر نحو توظيف الإعلام التكنولوجي في الترويج لسياسة وأهداف الجامعات.
 3. العمل على تدريب وتأهيل الكوادر العاملة في العلاقات العامة للتمكن من الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام التكنولوجي.
- الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة - الإعلام التكنولوجي - التقييم.**

Abstract

This study aimed at evaluating the role of public relations and its programs in the Palestinian universities in the light of technological media. The study used the survey method based on a questionnaire as a tool for data collection. Using the comprehensive survey approach, (45) questionnaires were distributed after ensuring their validity and reliability to the study community, which consisted of all workers in the public relations departments in the Palestinian universities in the southern governorates, namely (Al-Quds Open University, Islamic University, Al-Azhar University, Al-Aqsa University, Gaza University, University of Palestine), where (36) of those who conducted the research responded with a recovery rate of (80%), and the (SPSS) program was used to analyze the data, The study found the following:

1. The university's public relations department used the technological media with a very large degree, at (100%).
2. The degree of confidence of the study sample members in the digital media used by the university was highly at (75.0%).
3. The degree to which the study sample members practiced digital media in public relations programs was highly at (69.4%).
4. The degree of satisfaction of the study sample with the digital media used by public relations in its programs was very high degree at (38.9%), a high degree at (11.1%), a medium degree at (27.8%), and a low degree. .
5. The degree of public relations use of digital media reached (50.0%) to a very high degree at (22.2%).
6. There are no statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) between the average response of employees towards the roles and programs of public relations in the light of technological media due to the variables (gender, years of experience, university).

The study recommended the following:

1. Keeping pace with the development of the technological media and utilizing the media used.
2. The need for more attention and focus towards employing technological media in promoting the policy and goals of universities.
3. The need of Work on training and qualifying cadres working in public relations to be able to make optimal use of technological media.

Keywords: Public Relations - Technological Media – Evaluation or Assessment.

