

عرض لرسالة ماجستير مع توضيح خطوات البحث العلمي

الباحث: منيف السبيعي
241002459

دكتوراه تقنية معلومات – مهارات بحثية 2 - الفصل الثاني
بإشراف: د. أميرة جادو
يونيو 2025

التكليف الأول



عنوان الرسالة

عنوان الرسالة:

تأثير الإعلام الجديد على أداء العلاقات العامة في المؤسسات
الحقوقية.



الجامعة العربية الأمريكية
كلية الدراسات العليا

تأثير الإعلام الجديد على أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحقوقية

إعداد
نور بهجت أقطش

إشراف
د. نشأت الأقطش

تم تقديم هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في تخصص
العلاقات العامة المعاصرة
تموز / 2020

© الجامعة العربية الأمريكية. جميع حقوق الطبع محفوظة.

الشعور و الإحساس بالمشكلة

الشعور و الإحساس بالمشكلة:

تهدف الدراسة إلى تحليل تأثير الإعلام الجديد على أداء ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحقوقية الفلسطينية غير الربحية، مع التركيز على مدى توظيف هذه المؤسسات لميزات الإعلام الجديد، وخاصة التفاعل والحوار، لتحقيق أهدافها.

تكشف الدراسة عن فجوة بين الإمكانيات الكبيرة للإعلام الجديد والممارسات الفعلية للمؤسسات الحقوقية الفلسطينية. لتحقيق أقصى استفادة، يجب على هذه المؤسسات تبني استراتيجيات تواصل حديثة تركز على الحوار والتفاعل، مع الاستثمار في الكوادر المتخصصة لضمان فعالية أدائها.

تحديد مشكلة البحث

تحديد مشكلة البحث:

تعاني المؤسسات الحقوقية الفلسطينية غير الربحية من ضعف في توظيف الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي، المنصات الرقمية) بشكل فعال في أنشطة العلاقات العامة، مما يؤدي إلى:

- ❖ ضعف التفاعل مع الجمهور.
- ❖ إهدار فرص جذب المتطوعين والممولين.
- ❖ عدم تحقيق الاستفادة القصوى من ميزات الإعلام التفاعلي مثل الحوار والمشاركة.

أهمية البحث

أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث من خلال ثلاثة محاور رئيسية:
أكاديمياً:

يُعد من أوائل الدراسات التي تُقيّم أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحقوقية الفلسطينية في ظل تطور الإعلام الرقمي.

عملياً:

يساعد المؤسسات على تطوير استراتيجياتها الاتصالية لتعزيز التفاعل وجذب الدعم.

أهمية البحث:

اجتماعياً:

يُسهم في تعزيز الوعي الحقوقي عبر وسائل أكثر انتشاراً وتأثيراً.

أهداف البحث

أهداف البحث:

- ✓ تحليل واقع استخدام الإعلام الجديد في أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسات الحقوقية الفلسطينية.
- ✓ تقييم مدى فعالية هذه الأدوات في تحقيق أهداف المؤسسات (التوعية، جذب التمويل، التفاعل المجتمعي).
- ✓ رصد أنماط استخدام منصات الإعلام الجديد (فيسبوك، تويتر، لينكد إن، إلخ) في التواصل مع الجمهور.
- ✓ تحليل مدى توظيف ميزات الحوار والتفاعل (مثل الرد على التعليقات، استطلاعات الرأي، المحتوى التشاركي).
- ✓ تحديد معوقات الاستخدام الأمثل للإعلام الجديد (نقص الكوادر، ضعف الاستراتيجيات، محدودية الموارد).
- ✓ تقديم توصيات عملية لتحسين أداء المؤسسات في توظيف الإعلام الجديد.

الإطار النظري

الإطار النظري:

يُقدم الإطار النظري أساساً لفهم كيف يُمكن للإعلام الجديد أن يُحسن أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحقوقية، مع تحديد العوائق التي تحول دون تحقيق ذلك في السياق الفلسطيني.

الإطار النظري للدراسة يشمل عدة مفاهيم أساسية منها:

1. الإعلام الجديد (New Media).
2. العلاقات العامة الرقمية (Digital PR).
3. المؤسسات الحقوقية (Human Rights NGOs).

تحديد و صياغة أسئلة و فروض البحث

تحديد و صياغة أسئلة و فروض البحث:

ذكر الباحث عدة أسئلة رئيسية:

1. كيف تستخدم المؤسسات الحقوقية الفلسطينية منصات الإعلام الجديد في أنشطة العلاقات العامة؟
2. ما مدى فعالية هذه المؤسسات في توظيف ميزات الحوار والتفاعل عبر الإعلام الجديد؟
3. ما العوامل التي تؤثر على قدرة المؤسسات على توظيف الإعلام الجديد لتحقيق أهدافها؟
4. ما الفرق بين الممارسات الحالية للمؤسسات والمعايير المثلى للعلاقات العامة الرقمية؟

تحديد و صياغة أسئلة و فروض البحث:

الفروض الرئيسية:

1. تستخدم المؤسسات الحقوقية الفلسطينية منصات الإعلام الجديد بشكل تقليدي (نشر أحادي) دون استغلال إمكانيات التفاعل.
2. ضعف التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة الرقمية يُقلل من فعالية التواصل مع الجمهور.
3. المؤسسات التي لديها كوادر متخصصة في الإعلام الجديد تحقق تفاعلاً أكبر مع الجمهور مقارنةً بتلك التي تعتمد على موظفين غير متخصصين.

تحديد و صياغة أسئلة و فروض البحث:

و نتج عن ذلك عدة فروض فرعية:

الفرضية الأولى:

يغلب على المحتوى المنشور الطابع الإخباري (نصوص طويلة) على المحتوى التفاعلي (فيديوهات، استطلاعات رأي).

الفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أداء المؤسسات بناءً على حجمها أو مواردها المالية.

الفرضية الثالثة:

المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات حوارية (مثل الرد على التعليقات) تحقق معدلات أعلى في جذب المتطوعين.

تحديد منهج البحث

تحديد منهج البحث:

أعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي مع دمج أدوات كمية (استبانة) ونوعية (مقابلات) لضمان شمولية النتائج.

تُركز التحليلات على قياس الفجوة بين الممارسات الحالية والمعايير النظرية للعلاقات العامة الرقمية، مع تفسير أسباب هذه الفجوة عبر البيانات النوعية.

مجتمع البحث والعينة:

69 مؤسسة حقوقية فلسطينية مسجلة.

تحليل البيانات

تحليل البيانات:

تم تحليل البيانات عبر:

الأساليب الكمية: (الإحصاء الوصفي، اختبارات الدلالة).

الأساليب النوعية: (التحليل الموضوعي للمقابلات).

و من ثم دمج النتائج لمقارنة ما تم ذكره في الإستبانة مع المقابلات.

عرض البيانات

عرض البيانات:

جدول رقم (أ-1): المؤسسات المبحوثة					
المؤسسات النشطة			المؤسسات الحقوقية		
النسبة	العدد	الحالة	النسبة	العدد	الحالة
66.7%	24	أجابت على الاستمارة	52.2%	36	ناشطة
33.3%	12	لم تُجب على الاستمارة	47.8%	33	غير ناشطة
100%	36	مجموع	100%	69	مجموع

عرض البيانات:

جدول رقم (أ-3): العمر		
%	التكرار	
41.7	10	35-25
25	6	46-36
29.2	7	57-47
4.2	1	أكثر من 58
100	24	المجموع

جدول رقم (ب-1): صفحات عينة تحليل المضمون		
%	عدد الاستمارات	اسم المؤسسة
8.3	10	مركز إعلام حقوق الإنسان والديمقراطية "شمس"
8.3	10	مركز القدس للمساعدة القانونية وحقوق الإنسان
8.3	10	جمعية الحق، القانون من أجل الإنسان
8.3	10	مؤسسة الضمير لحقوق الإنسان
8.3	10	مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان
8.3	10	مركز الدفاع عن الحريات والحقوق المدنية "حريات"
8.3	10	مؤسسة الضمير لرعاية الأسرى وحقوق الإنسان
8.3	10	مؤسسة الميزان لحقوق الإنسان
8.3	10	Act للدراسات والوسائل البديلة لحل النزاعات
8.3	10	الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال - فرع فلسطين
8.3	10	الهيئة الأهلية لاستقلال القضاء وسيادة القانون
8.3	10	ائتلاف من أجل النزاهة والمساواة "أمان"
100.0	120	المجموع

جدول رقم (أ-2): الجنس		
%	التكرار	
79.2	19	ذكر
20.8	5	أنثى
100	24	المجموع

جدول رقم (أ-4): التخصص الجامعي		
%	التكرار	
29.2	7	صحافة وإعلام
41.7	10	حقوق
16.7	4	علوم سياسية
12.5	3	غير ذلك
100	24	المجموع

التوصيات و النتائج

التوصيات و النتائج:

تؤكد الدراسة أن التحول نحو استخدام استراتيجي للإعلام الجديد يمكن أن يحقق:

- ✓ زيادة 300% في الوصول للجمهور المستهدف.
- ✓ تحسين صورة المؤسسات الحقوقية بنسبة 45%.
- ✓ رفع فعالية الحملات الحقوقية بنسبة 60%.

التوصيات العملية:

1. تحسين المحتوى الرقمي.
2. تعزيز التفاعل مع الجمهور.
3. التطوير المؤسسي من خلال إنشاء وحدات متخصصة للتواصل الرقمي.

التوصيات و النتائج:

النتائج المتوقعة للتوصيات:

- ✓ زيادة المحتوى المرئي بنسبة 50%.
- ✓ تحسين جودة المحتوى بنسبة 70%.
- ✓ رفع كفاءة العاملين في هذه المؤسسات بنسبة 60%.

توثيق المراجع

توثيق المراجع:

أعتمد الباحث على أسلوب APA (American Psychological Association) لتوثيق المراجع.

المراجع:

chrome- ❖

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.aaup.edu/bit
stream/123456789/2552/1/%d9%86%d9%88%d8%b1%20%d8%a7%d9%94
%d9%82%d8%b7%d8%b4.pdf



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

