

دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني
من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة

د. عبدالكريم سرحان - جامعة النجاح الوطنية
أ. فداء هشام داوود - جامعة النجاح الوطنية

الملخص

هدفت الدراسة الى معرفة دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة -محكمة قلميلية نموذجاً لسنة ٢٠٢١، والبحث في ادارة سمعة المحكمة ومقوماتها ومعوقاتهما وعلاقتها بادارة المجلس وأدائها، استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي وتالف مجتمع الدراسة من موظفي المحكمة والقضاة ووكلاء النيابة، واستخدم الباحثان العينة القصدية. اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أن دور العلاقات العامة لم يكن فعالاً بشكل كبير في مجلس القضاء الأعلى. ونوصي ان على العلاقات العامة تعزيز دورها في المؤسسة لخلق الثقة وعقد دورات متميزة تطويرية تستهدف شرائح مختلفة من المجتمع واستيعاب المفهوم الصحيح للعلاقات العامة حيث لا زال هناك لبس وعدم فهم المحامين ووكلاء النيابة والقضاة عن الصورة الصحيحة وتفعيل دور العلاقات العامة بشكل متطور واستحداث أساليب التعامل مع الجميع واستخدام أحدث الأساليب المتطورة لتواصل معه وتحسين سمعة المؤسسة.

الكلمات الدلالية: العلاقات العامة، سمعة المؤسسة، الصورة الذهنية، مجلس القضاء الاعلى.

Abstract

The study aimed to know the role of public relations in managing the reputation of the courts in the Palestinian Supreme Judicial Council from the point of view of judges, lawyers, employees and prosecutors - Qalqilya Court as a model for the year 2021, and to research the management of the court's reputation, constituents, obstacles and its relationship to the council's management and performance. We used the descriptive analytical method, and the study population was from court w, and the researchers used the intentional sample, The most important finding is that the role of public relations was not very effective in the Supreme Judicial Council. We recommend that public relations strengthen its role in the institution. To create trust and hold distinct development courses targeting different societal classes and to understand the correct concept of public relations, as there is still confusion and lack of understanding of lawyers, prosecutors and judges about the correct image, activating the role of public relations in a sophisticated way, developing methods of dealing with everyone and using the latest methods to communicate with it and improve the reputation of the institution.

Keywords: Public relation, The reputation of the institution, Mental image, High Judicial Council.

المقدمة

تلعب العلاقات العامة في مجلس القضاء الاعلى دورا مهما في تحقيق اهداف المؤسسة، فهي حلقة وصل المؤسسة مع الجمهور، وهي المسؤولة عن تشكيل صورة وسمعة المؤسسة حيث ان سمعة المؤسسة في المجتمع؛ هي بمثابة روح المؤسسة وهويتها ويبنى عليها مكانتها الاجتماعية والاقتصادية، وليست عملاً ترفيهياً ولا حتى مهمة وحسب، ولكنها إدارة الأفكار التي يراد لها أن تقوم مقام الحقائق وتعكس سمعة المؤسسة، وقد تكتفت الدراسات في الثلاثين سنة الأخيرة حول هذا الموضوع لارتباطه المباشر بالعلوم الاجتماعية والتسويق، إذ توصل العلم إلى أن الإنسان العادي يبني أفكاره وتصورات مع سمعة المنتج وليس مع المنتج ذاته، ويتحدد سلوكه الاقتصادي والاجتماعي. (شقيير، ٢٠١٣)، كما ان لسمعة المنظمة دور هام في استمرارية ونجاح المؤسسة، وذلك لوجود خط رفيع جدا بين الاتصال الشخصي والتواصل المؤسسي، حيث ان السمعة تعتبر من الاصول وممتلكات المنظمة يجب ادارتها فهي ليست بشيء ملموس ولكنها تعطي قيمة عظيمة واثر ملموس للمؤسسة، ولتحقيق ادارة السمعة في المؤسسة فان استراتيجيات البحث والتطوير تساهم في تطويرها وزيادة فعاليتها. (الساحوري، ٢٠١٦).

مشكلة الدراسة:

يقع على عاتق مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني العديد من المهام، والاهداف الوطنية، ويعتبر جمهور المجلس الداخلي، والخارجي ضخم، مقارنة بحجم المؤسسة، وان وجود دائرة للعلاقات العامة في هذه الحالة لتسيير مهام المجلس، وتحقيق أهدافها، من خلال خلق سمعة جيدة عن مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني، تضمن لها الاستمرار، وتحقيق المصالح، ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما دور العلاقات العامة في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني، في تحسين سمعة المحاكم.

تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيس: ما هو دور العلاقات العامة في تعزيز سمعة المحاكم التابعة لمجلس القضاء الاعلى؟

ويتفرع من هذا السؤال الاسئلة الفرعية التالية:

- ١- ما مدى توافر المعلومات حول مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني لدى المبحوثين؟
- ٢- ما هي الوسائل التي تتواصل من خلال دائرة العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى مع المبحوثين؟
- ٣- ما هي نوعية المعلومات التي يتلقاها المبحوثون حول مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني؟

٤- ما هي سمعة مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني لدى المبحوثين؟

٥- ما العوائق التي تؤثر في سمعة المحاكم لمجلس القضاء الأعلى لدى الجمهور؟

٦- ما هي العلاقة بين سمعة المحاكم لمجلس القضاء الأعلى من ناحية الحفاظ على الاشخاص (طاقم المؤسسة) الممثل بالموظفين وجودة الادارة؟ ومتغيرات النوع، والسن، والتخصص، المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة ومجال العمل للمبحوثين؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في انها تبحث في الدور الذي تلعبه دائرة العلاقات العامة في سمعة المحاكم في المجلس الاعلى للقضاء الفلسطيني وانعكاسات ذلك على علاقاتها مع جمهوري المحاكم، الداخلي والخارجي، حيث تعتبر هذه الدراسة الاولى من نوعها - في حدود علم الباحثين- التي تعالج هذا الدور، اضافة الى ذلك تفتح هذه الدراسة الطريق امام الباحثين والدارسين للتعلم في دراسة جوانب مختلفة للدور التي يمكن ان تقوم به دائرة العلاقات العامة في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني، كما تمثل هذه الدراسة مرجعا هاما لموظفي العلاقات العامة في مجلس القضاء الفلسطيني للقيام باعمالهم على اكمل وجه لبناء سمعة جيدة عن المجلس وعن المحاكم التابعة لهذا المجلس.

اهداف الدراسة:

تمثل الهدف الرئيس للدراسة بالتعرف على دور العلاقات العامة في تعزيز سمعة المؤسسات الفلسطينية، اضافة الى مجموعة من الاهداف الفرعية تمثلت في مدى إدراك المؤسسات الفلسطينية لأهمية سمعة المحاكم لدى جمهورها، وهل كان هناك مواكبة للتطورات العلمية والعملية التي تشكل تحديا عصريا للمؤسسات الناجحة، اضافة الى معرفة مدى استخدام الاساليب الناجحة في اوصول الرسالة من قبل دائرة العلاقات العامة والتعرف الى كيفية مواجهة العلاقات العامة للمعيقات والصعوبات للحفاظ على سمعة المؤسسة، وعلى جهود العلاقات في مجلس القضاء الاعلى تجاه الجمهور، وتوضيح الصعوبات والمعيقات التي تواجه مجلس القضاء الاعلى لتكوين صورة ذهنية جيدة عنها.

حدود الدراسة: جامعة النجاح الوطنية.

الحدود البشرية: جمهور محكمة بداية قلقيلية.

الحدود المكانية: اقتصرت على محكمة بداية - قلقيلية.

الحدود الزمانية: عام ٢٠٢٠-٢٠٢١ حيث ان عمل المحاكم لم ينتظم بسبب جائحة كورونا

منهجية الدراسة: اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي،

لملائمته لاغراض الدراسة

عزف الحمداني (٢٠٠٦) المنهج الوصفي التحليلي بأنه "المنهج الذي يسعى لوصف

الظواهر أو الأحداث المعاصرة، أو الراهنة فهو أحد أشكال التحليل والتفسير المنظم لوصف

ظاهرة أو مشكلة، ويقدم بيانات عن خصائص معينة في الواقع".

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور لمجلس القضاء الاعلى الفلسطيني حيث سيتم توزيع استبيان

عدد ٥٠ من خلال توزيعه عينة عشوائية في محافظة قلقيلية للحصول على المعلومات المهمة التي

تتعلق بتطوير العلاقات العامة في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني لتكوين سمعة جيدة عنها.

أداة الدراسة:

استخدم الباحثان الاستبانة كأداة للدراسة وذلك لملائمتها لاغراض الدراسة

مصطلحات الدراسة:**العلاقات العامة:**

تلك الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد، والدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والأفعال المرجوة لتلبية احتياجات الجمهور في اطار ممكن ومشروع. (عجوة ٢٠٢٠).

صورة المؤسسة:

هي مجموعة من الاعتقادات والأفكار والانطباعات التي يدركها الفرد تجاه شيء معين، فالصورة تؤثر في الاتجاهات والسلوكيات المتصلة بالشيء. (خديجة، د ت، ص ٤٦).

السمعة الجيدة:

هي رأس المال الحقيقي للإنسان وهي كذلك بالنسبة للمؤسسات الحكومية والخاصة فالسمعة هي أساس النجاح واستدامة التميز وهي من تصنع الصورة الذهنية الايجابية لهذه المؤسسة. (السليم، ٢٠١٨).

المؤسسة:

مجموعة وسائل مادية، بشرية ومالية تستخدم مع بعضها البعض من أجل تحقيق الغرض (أو المهمة) التي أنشأت من أجلها. (الصاوي، ٢٠١٤).

الجمهور:

جماعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وكلما ازدادت هذه الروابط توثيقا كانت الجماعة أكثر تجانسا. (الجاف، ٢٠١٠).

الموظف:

هو كل شخص صدر قرار بتعيينه من السلطة المختصة في وظيفة منتظمة لخدمة مرفق عام تديره الدولة أو أحد أشخاص القانون العام. (النصيبي، ٢٠١٨).

مجلس القضاء:

هو هيئة قضائية عليا تمثل السلطة القضائية الفلسطينية، وهو يشكل الضمانة الأساسية لاستقلال السلطة حيث يناط به الإشراف الإداري على الجهاز القضائي.

الإطار النظري وادبيات الدراسة

اعتمد الباحثان نظرية الصورة الذهنية وذلك لملائمتها لأغراض الدراسة والتي تقدم وصفا دقيقا للعمليات الداخلية والخارجية التي يعزى اليها تشكيل الصورة الذهنية لدى الافراد. يقول ولترليمان الانسان بالتدريج يصنع لنفسه او داخل ذهنه صورا يمكن الاعتماد عليها عن العالم الذي لا نستطيع الوصول اليه وهذا يعني بان الصورة سواء اكانت سلبية ام ايجابية فهي لا تحدث هباء بل لأهداف قصدية فبعض المستشرقين يصدرون احكامهم حتى قبل وصولهم الى المكان المعنيين بدراسته والصورة الذهنية تعد من أكثر المصطلحات التي اسيء استخدامها .

مفهوم العلاقات العامة

عرفت جمعية العلاقات الدولية العلاقات العامة انها وظيفة الادارة المستمرة من خلالها تسعى المؤسسة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها وأيضا تحافظ على استمراريتها.

وعرف "ريكس هارلو" العلاقات العامة بأنها وظيفة ادارية مميزة تساعد في تأسيس خطوط اتصال تعاون متبادل والمحافظة عليها بين المنظمة وجماهيرها وتشمل ادارة المشاكل والقضايا وتساعد الادارة على ان تظل على معرفة بالري العام والاستجابة له. (الخطيب، ٢٠٠٠).

اهمية العلاقات العامة:

العلاقات العامة تمثل في هذا القرن اهمية بالغة لجميع المنظمات، فهي تستهدف تحقيق التوافق بين المؤسسة والجماهير التي تتعامل معها، فهي أكثر ملائمة لتطويرها تطويرها سليما وصحيحا، بينما يتوفر للجماهير المتعاملة معها حياة اجتماعية مشتركة افضل. (ابراهيم، ٢٠٠٥).

ما زال الكثير ينظر للعلاقات العامة على انها مهنة المدح والتسبيح للمؤسسة والحصول

على أكبر حجم ممكن من التغطية في وسائل الاعلام المختلفة والتأكيد على نشر صورة مدير المؤسسة ولكن في وقتنا اليوم يختلف تماما عن الفهم الخاطئ لمهنة تأخذ على عاتقها دورا استراتيجيا في حياة المؤسسة. فهي تلعب دورا مهما في توفير المعلومات والبيانات والاستشارات الضرورية لصناعة القرار الصحيح في المؤسسة، أي انها تسمح بتطوير الفهم الصحيح للمنظمة وتعريفه بالنشاط التي تقوم به، لذلك تعتبر العلاقات العامة هي الداعم الاساسي في المنظمة والتي تعتمد عليها بشكل دائم. (رمضان، ٢٠٠٠).

اهداف العلاقات العامة في المنظمة:

تهدف العلاقات العامة الى اعلام الجمهور بسياسة المنظمة في مجال خدماتها ومنتجاتها حتى يكونو على إطلاع وأيضا معرفة احتياجات العاملين في المنظمة وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية، ونقل متطلبات وأفكار ورغبات الجمهور الى المنظمة مباشرة من اجل تلبيتها قدر الامكان وإقامة علاقات ودية مع المساهمين واهتمامهم في تامين استمرارهم.

وعليه فان نجاح المؤسسة يرتبط الى حد بعيد بمدى ارتباط الجماهير بها، ومن الضرورية ان يتوفر برامج للعلاقات العامة التي تهتم بالجماهير الخارجية التي ينبغي الاتصال بها والتأثير فيها لكسب ثقتهم والتعرف على مشاكلهم والمساهمة في تحقيق الرخاء. (ابراهيم، ٢٠٠٤).

سمعة المؤسسة

مفهوم سمعة المؤسسة:

ما زالت بعض المفاهيم يكتنفه بعض الغموض وتعقيدات البناء عند تطبيقها، وتعود اصلها الى كلمة لاتينية أي قيم او اعتقد او حكم، (Balmer.1998) تعد هدفا اساسيا تسعى الى تحقيقه من خلال اداء يتناسب مع احتياجات ومتطلبات الجمهور مثلا الدور الاستراتيجي الاله للمؤسسة فالمحافظة على سمعة المؤسسة للشرطة في ظل مناقشة الاطراف المؤثرة والمتأثرة بنشاطها، وأيضا عرفت السمعة التنظيمية عبارة عن التراكم الزمني للنتائج التي تحققها المنظمة في البيئة الداخلية والخارجية بشكل يحقق انتماء الجماهير للمؤسسة. (Bartikowski.)

(Walsh.2011).

فالسمعة هي حاضر المدركات، والمدركات الكامنة، المدركات الصافية، المدركات العالمية، فهي تعد وفقا لذلك الفئة حكما، كما انها اشارت الى السمعة بعدها باعتبارها شيئا ذا قيمة وأهميه وبرغم تعدد وتنوع الرؤى وتعدددها في صياغة تعريف دقيق ومحدد للسمعة؛ إلا ان ثمة اتفاق في التعريفات المتنوعة للسمعة انها غير منظورة أي ملموسة، وتتضمن السمعة مدركات مجموعات المصالح لاداء المنظمات سواء الاداء المالي او الاداء الاجتماعي او الاخلاقي. (Helm.2011).

اهداف سمعة المؤسسة:

قام (Barron&Rolfe.2011) بوضع مجموعة من الاهداف لتحقيق سمعة جيدة عن المؤسسة منها تحقيق قيمة عظمى واثر ملموس للمؤسسة تلبية احتياجات الزبائن المختلفة، تحسين صورة سمعة المنظمة في عقول الزبائن، زيادة العائد وزيادة ربحية المنظمة وتحقيق ولاء الزبائن ويرى الباحثان في ضوء ما تقدمه عن السمعة المؤسسية انها القوة التي تضمن استمرار ونمو المؤسسة والحفاظة على ديمومتها وحصتها السوقية بغية الوصول الى اكبر عدد ممكن من الزبائن وتحقيق النمو والنجاح.

بناء السمعة وتعزيزها:

تعد سمعة المؤسسة من الامور المادية الملموسة، وتعتمد عليها المؤسسات كونها من اهم المرتكزات في داخل المنظمة ويكن تحقيقها بالعمل الجاد وليس بالأفعال التجهيلية التي تحمل سمعة المؤسسة وتحسين صورتها فقط، في ظل ظروف المنافسة السريعة لذلك لا بد من التعامل مع صورة المؤسسة بعناية وحرص عن طريق وضع برامج وخطط تعالج نقاط الضعف وبذل الجهود للحفاظ على سمعة المؤسسة؛ المؤسسة لا يمكن ان تنجح إلا برضى الجمهور عنها، لذلك على المؤسسة ان تضطلع بواجبها تجاه الجماهير على اكمل وجه لكسب ثقتهم واحترامهم وتعاونهم وهذا يساعد في اتسام اعمال المؤسسة بالصدق والعدل والإنصاف. (الفتلاوي، ٢٠١٧).

دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية وتحسين السمعة:

الهدف الاساسي الذي تدور حوله أنشطة العلاقات العامة هو بناء صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي والتي يساعد على تقبل الجمهور لأي إنتاج جديد قبل ان يظهر وهنا نؤكد ان بناء صورة ايجابية عن المؤسسة لا يعتمد على الاعلان والنشاط الاقتصادي فقط بل يعتمد التطوير الداخلي للمؤسسة، وفي حالة وجود قصور في اداء المؤسسة يجب تحسين الصورة الذهنية لها من خلال اداء جيد مع نشاط اتصالي مدروس يكون على مر الزمن صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة، وهذا لا يكونها فقط قسم العلاقات العامة في المؤسسة بل يساهم في بناء الادارة وكافة الاقسام فيها وهكذا يكون دور العلاقات العامة في ابراز وإظهار ايجابيات بشكل اعلامي ناجح، ومن هنا يبرز دور العلاقات العامة في المؤسسات تحسين الصورة الذهنية من خلال الدور الفكري والمعرفي والاجتماعي وغيرها من الادوار الحيوية التي تسهم في بناء السمعة المؤسسية. (السليم، ٢٠١٨).

اهمية مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني:

تتبع اهمية مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من خلال مساهمته في تحريك وتنمية الثقة وغرس الوعي القانوني لدى الجمهور، وإعادة صياغة الواقع لما يجب ان يكون عليه بعيدا عن حالته النمطية المتبعة والعمل على تقوية علاقة المؤسسة القضائية بالمؤسسات المحلية والأجنبية من خلال وسائل الاتصال، وذلك بالترويج للخدمات التي يقدمها مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني والأنشطة والفعاليات والعلاقات المتبادلة وإقامة علاقات مع ادارة العلاقات العامة والإعلام في كافة المؤسسات وذلك في خدمة اهداف مجلس القضاء الاعلى والاتصال مع الجهات المانحة والأنشطة في فلسطين.

لذلك لم يعد الاعلام مجرد اداة للاتصال فحسب بل هي الوسيلة المثلى للتوجيه والإرشاد لصناعة الرأي العام، حيث انه بدو الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على اساس من الحقيقة والصدق لكسب ثقة الجمهور، ومن هذا المنطلق لم يغفل المركز الاعلامي القضائي اهمية الاعلام لتحقيق الاهداف من تعزيز وتطوير

علاقاته مع وسائل الاعلام المختلفة من منطلق الشراكة المجتمعية الرامية الى تقديم المعلومات الدقيقة والمفيدة لمجتمعنا الفلسطيني.

الدراسات السابقة

دراسة مديني، مرودة وكعور، بثينة واخرون (٢٠٢٠) ادارة السمعة الالكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية صفحة فيسبوك لشركة اوريدو للاتصالات دراسة تطبيقية عن ادارة السمعة الالكترونية

والدور الهام الذي تلعبه لتحقيق امتيازات خاصة بها في السوق وتمييزها عن باقي المؤسسات الاخرى في ظل المنافسات الشديدة، من خلال دراسة الاشكالية الى معرفة اهمية السمعة الالكترونية في المؤسسات والوقوف على اهميتها بالنسبة للشركات من اجل توسيع نشاطها وضمان استمراريتها والحفاظ على سمعتها ودراسة عملية الحول من ادارة سمعتها تقليديا الى ادارة الكترونية عبر مواقع الشبكات الالكترونية والعينة استخدام استبيان الكتروني مكون من عينة عشوائية ٢٥٠ مبحوث واعتماد المنهج الوصفي لجمع المعلومات وتحليلها وهم نتائجها ان شركة اوريدو للاتصالات تعمل على ادارة سمعتها عبر صفحتها على الفيسبوك بطريق جديدة وفعالة وتقديم خدمات جيدة لتعزيز تعاملاتها مع جمهورها وعملائها.

دراسة الشامي. (٢٠٢٠). العوامل المؤثر على السمعة التنظيمية المدركة في القطاع

العام الاردني.

هدفت الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثر على السمعة وتكونت مجتمع الدراسة من موظفين القطاع العام الاردني، وكانت ادارة الدراسة الرئيسية هي الاستبانة لجمع البيانات، وان مجتمع الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت متغيرات الدراسة من (القيادة الاخلاقية والعدالة وسيادة القانون، والنزاهة وأخلاقيات العمل والثقة والمسؤولية الاجتماعية، والإبداع). وخرجت بعدة نتائج ان المتغيرات تؤثر ايجابيا على بناء السمعة التنظيمية في القطاع العام باستثناء متغير واحد فقط وهو الثقة التي بين في هذه الدراسة انه لا يوجد ذات دلالة احصائية وخرجت بعدة توصيات ضرورة اعادة بحث العلاقة بين الثقة والسمعة في القطاع العام الاردني

والتعرف على اسباب تراجع الثقة بالمؤسسات الحكومية سواء من قبل الموظفين او المواطنين والعمل على استعادتها.

دراسة مصطفى، (٢٠٢٠). العلاقة بين ابعاد المزيج الترويجي والسمعة المدركة

للمنظمة

هدفت الدراسة الى التعرف الى العلاقة بين ابعاد المزيج الترويجي والسمعة المدركة للمنظمة وكانت الفئة المستهدفة عينة قوامها ٣٨٤ مفردة من المتبرعين ورعاة الجمعيات في محافظة الدقهلية وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت اداة الاستبانة لجمع البيانات ومن اهم نتائج الدراسة وجود ارتباط معنوي ايجابي بين جميع ابعاد المزيج الترويجي في (الاعلان والبيع والتسويق والعلاقات العامة والنشر وتنشيط المبيعات) والسمعة المدركة للمنظمة (التوجيه بالعمل والمسؤولية الاجتماعية والجودة والموثوقية) وخرجت بعدة توصيات اهمها اهتمام الجمعيات بابعاد المزيج الترويجي لتحسين سمعة المؤسسة.

دراسة سعيد، وعباس (٢٠١٧). الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث

تحليلي في دوائر وزارة السكان والعمار الممولة مركزي

تم جمع البيانات من ٩٢ مستجيبا يمثلون مجتمع البحث (ثمانية دوائر) بشكل حصري وشامل والمتمثل بالمديرين العاملين، معاوني المديرين العاملين، رؤساء الاقسام بوصفهم اكثر تخصصا في مجالات القيادة الاستراتيجية والسمعة التنظيمية، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة واستخدام اداة الدراسة الاستبانة لجمع البيانات وكانت نتائج الدراسة ان السمعة التنظيمية حصلت على موافقة كبيرة وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية عالية للشفافية في السمعة التنظيمية مع تطبيقها بشكل واضح في المنظمات، مع تقديم افضل خدمة للمستفيدين وتنمية مناخ يشعل على الابداع إلا انه على الرغم من العمل بمبدأ العلانية في الاعلان عن المناقصات والمزايدات للجميع إلا انها ما زالت تعاني من شيوع ثقافة السرية واحتكار المعلومات.

دراسة بركات. (٢٠١٧). مستوى الصورة الذهنية للموظف الحكومي من وجهة نظر الأفراد.

هدفت الدراسة التعرف الى مستوى الصورة الذهنية للموظف الحكومي من وجهة افراد تم اختيارهم بالطريقة المتاحة من الجمهور الفلسطيني، تكونت عينة الدراسة من (٨٦٠) محافظة طولكرم، لتحقيق هدف الدراسة تم استخدام أداة لقياس أنواع الصورة الذهنية للموظف الحكومي في ثلاثة مجالات: المظاهر الشخصية، والقوة والفعالية، والنشاط والتفاعلية، أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد الدراسة أدركوا الصورة الذهنية للموظف الحكومي بمستوى متوسط على المجالات الثلاثة والمجموع الكلي كما أدركها الجمهور الفلسطيني، وبينت النتائج وجود فروق دالة تبعاً لمتغير العمر إحصائياً بين مستوى إدراك أفراد الدراسة للصورة الذهنية للموظف الحكومي، بينما عدم وجود فروق دالة في هذا على مجال المظاهر الشخصية لصالح الأفراد الأصغر عمراً إحصائياً في المستوي على باقي المجالات والمجموع الكلي، كما بينت النتائج وجود فروق دالة لمتغير مكان السكن وذلك على المجالين الشخصية والقوة والفعالية لصالح سكان مستوى تبعاً لهذا المتغير على مجال النشاط والتفاعلية والمجموع الكلي، في حين عدم وجود دال في مستوى الصورة الذهنية للموظف ومن جهة أخرى بينت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً تبعاً لمتغيري الجنس والمؤهل العلمي والحكومي

دراسة Kursa.G (2014). ادارة سمعة المؤسسات جامعة ارجيس كنموذج.

هدفت الدراسة الى الكشف عن تصور طلاب كلية الاتصالات بجامعة ارجيس التركيبية عن مدى اهتمام الجامعة بإدارة السمعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة للدراسة تم تطبيقها على ١١٥ طالباً من طلال كلية الاتصالات بجامعة ارجيس، وتوصلت الدراسة الى ان الجامعة تحظى بسمعة طيبة لدى طلابها نتيجة اهتمامها بإدارة سمعتها عن طريق تحسين جودة الخدمات المقدمة للطلاب وتسهيل الوصول الى المقررات الدراسية عبر الموقع الالكتروني للجامعة واهتمام الجامعة بعقد دورات تدريبية للطلاب مرتبطة بالاحتياجات الفعلية لسوق العمل، وتقديم المنح الدراسية والمكافآت للطلاب المتميزين،

والاهتمام بتطوير البيئة التحتية للجامعة.

دراسة الطائي واخرون (٢٠١٣). العلاقة بين الذكاء الاخلاقي وإدارة سمعة الجامعة.

هدفت الدراسة الى معرفة العلاقة بين الذكاء الاخلاقي من خلال ابعاده (التعاطف، الضمي، والرقابة الذاتية) وبين ادارة سمعة الجامعة من خلال ابعادها (الابداع، المسؤولية الاجتماعية، وجودة الخدمة) واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتمثلت اداة الدراسة في استبانة طبقت على عينة قوامها (٣٦) عضوا من هيئة التدريس بكليات الزراعة والعلوم في جامعة كوفة، وتوصلت الدراسة الى ضعف تأثير التعاطف باعتباره من اهم ابعاد الذكاء الاخلاقي في ادارة سمعة الجامعة؛ مما يوضح ان الجامعة لم تضع اهدافا محددة لفهم الافكار الجديدة التي يطرحها العاملون بالجامعة والمستفيدين من خدماتها، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام الجامعة بتدعيم قدرات اعضاء هيئة التدريس والعاملين بها على استخدام الضمير، والرقابة الذاتية التي تمكنهم من التحكم بدوافعهم والسيطرة عليها عند التعامل مع الطلاب والمستفيدين، الامر الذي يسهم في تحقيق الريادة في ادارة سمعة الجامعة.

دراسة (Ali, et.al, 2019). الدور المعدل لسمعة الشركة وتحديد هوية الموظف على

نتائج العمل المتعلقة بانعدام الامن الوظيفي الناتجة عن سياسات توطين القوى العاملة.

هدفت الدراسة الى الدور المعدل لسمعة الشركة وتحديد هوية الموظف على نتائج العمل المتعلقة بانعدام الامن الوظيفي الناتجة عن سياسات توطين القوى العاملة وتكونت الدراسة من ١٣٥ موظف اجني يعملون في منظمات مختلفة في المملكة العربية السعودية واستخدمت منهج الدراسة الوصفي التحليلي وأيضا اداة الدراسة الرئيسية الاستبانة لجمع البيانات وخرجت بعدة نتائج تبين انعدام الامن الوظيفي له تأثير كبير في الحد من مشاركة الموظفين الاجانب ويؤدي الى زيادة الارهاق لدى الموظفين ونواياهم في ترك الوظائف سمعة الشركة الايجابية تقلل من التأثير السلبي لانعدام الامن الوظيفي على الارهاق لدى الموظفين في حين ان المستوى العالي من الهوية مع الشركة يقلل من استنزاف الموظفين حتى اثناء عدم الامان الوظيفي بالرغم من ان الاجانب لا يسعون الى مغادرة المنظمات ذات السمعة الطيبة بسبب سياسات التوطين إلا

أنهم ما زالوا يعانون من التوتر وفقدوا الارتباط وبالتالي هم اقل انتاجية.

التعقيب على الدراسات

استخدمت الدراسة الحالية نفس منهجية البحث والادوات البحثية في جميع البيانات ومنهج الدراسة في الدراسات السابقة واختلفت الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث مكان التطبيق حيث انها تناولت الدراسة في فلسطين محكمة بداية وصلح قلقيلية لسنة ٢٠٢١ حيث ان هناك ندرة في استخدام ادارة السمعة في المحاكم الفلسطينية التابعة لمجلس القضاء الاعلى على حد علم الباحثين.

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث المتغيرات النوع والسن والتخصص والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة ومجال العمل اما الدراسات السابقة منها دراسة الشامي استخدمت متغيرات مختلفة مثل القيادات الاخلاقية والعدالة وسيادة القانون والنزاهة وأخلاقيات العمل والثقة والمسؤولية الاجتماعية.

الطريقة والإجراءات

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة في العام الدراسي

٢٠٢٠/٢٠٢١.

عينة الدراسة:

أجريت الدراسة على عينة قوامها (٥٠) من القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة

في العام الدراسي ٢٠٢٠/٢٠٢١ تم اختيارهم بطريقة عشوائية والجداول (١/٣)، (٢/٣)،

(٣/٣)، (٤/٣)، (٥/٣)، (٦/٣) تبين توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة

جدول رقم (١/٣)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع

النسبة المئوية (%)	التكرار	
50.0	25	ذكر
50.0	25	أنثى
100.0	50	المجموع

جدول رقم (٢/٣)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير السن

النسبة المئوية (%)	التكرار	
70.0	35	25-34
20.0	10	35-44
6.0	3	45-54
4.0	2	٥٥ فأكثر
100.0	50	المجموع

جدول رقم (٣/٣)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية (%)	التكرار	
50.0	25	بكالوريوس
50.0	25	ماجستير
100.0	50	المجموع

جدول رقم (٤/٣)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التخصص الدراسي

النسبة المئوية (%)	التكرار	
36.0	18	قانون
26.0	13	العلوم الإدارية والاقتصادية
2.0	1	العلوم التربوية
4.0	2	التنمية الاجتماعية والأسرية
٠,٣٢	١٦	غير ذلك
100.0	50	المجموع

جدول رقم (٥/٣)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير عدد سنوات الخبرة

النسبة المئوية (%)	التكرار	
34.0	17	٣ سنوات فأقل
20.0	10	٣ اقل من ٥ سنوات
22.0	11	٥ اقل من ١٠ سنوات
24.0	12	١٠ سنوات فأكثر
100.0	50	المجموع

جدول رقم (٦/٣)

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير مجال العمل

النسبة المئوية (%)	التكرار	
14.0	7	قاضي
10.0	5	وكيل نيابة
16.0	8	محامي
60.0	30	موظف
100.0	50	المجموع

منهج البحث:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي نظراً لملائمة طبيعة الدراسة حيث يتم في هذا المنهج جمع البيانات وإجراء التحليل الإحصائي لاستخراج النتائج المطلوبة.

أداة البحث:

اعتماداً على أدبيات البحث والدراسات السابقة واستشارة الخبراء وتحكيمهم للاستبانة تم بناء استبانة لجمع البيانات من عينة البحث اشتملت على (٣٧) عبارة موزعة إلى ستة مجالات كما في الجدول رقم (٤)

جدول رقم (٧/٣)

عبارات الاستبانة تبعا لمجالات البحث

الفقرات	عدد الفقرات	المجال	
٤-١	٤	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات	١
٨-٥	٤	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة بمعلومات متنوعة تخدم مجال عملهم (وكيف يؤثر ذلك على صورة المجلس لديهم)	٢
١٢-٩	٤	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين	٣
١٦-١٣	٤	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين	٤
٢٠-١٧	٤	العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين	٥
٢٠-١	٢٠	المجموع	

صدق الأداة:

تم عرض أداة البحث على مجموعة من المحكمين وأوصوا بصلاحياتها بعد إجراء تعديلات المطلوبة، وإخراج الاستبانة بصورتها النهائية.

ثبات الأداة:

للتحقق من ثبات الأداة استخدمت معادلة كرونباخ ألفا لاستخراج الثبات فبلغت نسبته الكلية على فقرات الاستبانة (٠,٩٠٩) وهي نسبة ثبات تؤكد إمكانية استخدام الأداة.

المعالجة الإحصائية:

بعد جمع البيانات تم إدخال بياناتها للحاسب لتعالج بواسطة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وقد استخدمت النسب المئوية والمتوسطات الحسابية الموزونة واختبار

(ت) وتحليل التباين الأحادي.

نتائج الدراسة

أولاً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول الذي نصه:

ما دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة؟ ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال، استخدمت المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لكل فقرة من فقرات كل مجال من مجالات الاستبانة.

وقد أعطي للعبارات ذات المضمون الإيجابي (٥) درجات عن كل إجابة (موافق جداً)، و(٤) درجات عن كل إجابة (موافق)، و(٣) درجات عن كل إجابة (محايد)، ودرجتان عن كل إجابة (معارض)، ودرجة واحدة عن كل إجابة (معارض بشدة)، ومن أجل تفسير النتائج أعتمد الميزان الآتي للنسب المئوية للاستجابات:

جدول رقم (٨/٤)

ميزان النسب المئوية للاستجابات

درجة الاستجابات	النسبة المئوية
منخفضة جداً	أقل من ٥٠٪
منخفضة	من ٥٠٪ - ٥٩٪
متوسطة	من ٦٠٪ - ٦٩٪
مرتفعة	من ٧٠٪ - ٧٩٪
مرتفعة جداً	من ٨٠٪ فما فوق

وتبين الجداول (٩/٤)، (١٠/٤)، (١١/٤)، (١٢/٤)، (١٣/٤)، النتائج، ويبين

الجدول (١٤/٤) خلاصة النتائج.

(١) النتائج المتعلقة بالمجال الأول: العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة

والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات

جدول رقم (٩/٤)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للمجال الأول

رقم الفقرة	العبارات	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
١	توفر دائرة العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى المعلومات حول تعليمات المجلس.	3.0800	76.00	مرتفعة
٢	مدى وضوح المعلومات.	2.9200	58.40	منخفضة
٣	التواصل المستمر لتزويدهم بالمعلومات.	3.1600	٦٣,٢٠	متوسطة
٤	أساليب تقديم المعلومات مضمونة وصادقة ورصينة.	3.0200	60.40	متوسطة
	الدرجة الكلية	٣,٠٤٥٠	٦٠,٩٠	متوسطة

أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات

يتبين من الجدول رقم (٩/٤) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت مرتفعة على العبارات (١) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٧٠٪-٧٩٪)، وكانت منخفضة على العبارات (٢) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٥٠٪-٥٩٪)، وكانت متوسطة على العبارات (٣، ٤) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٦٠٪-٦٩٪)، وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة النسبة المئوية (٦٠,٩٠٪).

(٢) النتائج المتعلقة بالمجال الثاني:

العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة بمعلومات متنوعة تخدم مجال عملهم (وكيف يؤثر ذلك على صورة المجلس لديهم)

جدول رقم (١٠/٤)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للمجال الثاني

رقم الفقرة	الفقرات	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
٥	تمدهم بمعلومات حول مجلس القضاء الأعلى.	2.9400	٥٨,٨٠	منخفضة
٦	معلومات تتعلق باحتياجات المحاكم والمحامين ووكلاء النيابة.	2.7600	٥٥,٢٠	منخفضة
٧	التوعية القانونية كافية.	2.5200	٥٠,٤٠	منخفضة
٨	توضح البرامج للمحاكم والمحامين (الميزان).	2.9800	٥٩,٦٠	منخفضة
	الدرجة الكلية	٢,٨٠٠٠	٥٦,٠٠	منخفضة

أقصى درجة للفقرة (٥) درجات

يتبين من الجدول رقم (١٠/٤) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت منخفضة على جميع العبارات حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٥٠٪-٥٩٪)، وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٦,٠٠٪).

٣) النتائج المتعلقة بالمجال الثالث: العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم

وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين

جدول رقم (١١/٤)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للمجال الثالث

رقم الفقرة	الفقرات	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
٩	شبكة الانترنت والمواقع الالكترونية ... الخ.	2.8800	٥٧,٦٠	منخفضة
١٠	المسموع والمرئي.	2.6600	٥٣,٢٠	منخفضة
١١	المعارض والمؤتمرات والنشرات.	2.4600	٤٩,٢٠	منخفضة جداً
١٢	زيارات.	2.4600	٤٩,٢٠	منخفضة جداً
	الدرجة الكلية	٢,٦١٥٠	٥٣,٣٠	منخفضة

أقصى درجة للفقرة (٥) درجات

يتبين من الجدول رقم (١١/٤) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت منخفضة على العبارات (٩، ١٠) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٥٠٪-٥٩٪)، وكانت منخفضة جداً على جميع العبارات حيث كانت نسبتها المئوية (أقل من ٥٠٪)، وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٣,٣٠٪).

٣) النتائج المتعلقة بالمجال الرابع: العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل

بشكل مهني ولباقة مع القضاة والمحامين

جدول رقم (١٢/٤)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للمجال الرابع

رقم الفقرة	الفقرات	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
١٣	رؤية المبحوثون لخدمات المجلس التي تقدمه العلاقات العامة كافية.	2.5600	٥١,٢٠	منخفضة
١٤	مدى الانتماء للمجلس ومتانة العلاقة.	2.8400	٥٦,٨٠	منخفضة
١٥	الانطباع الذي يحصل عليه المبحوثون (الجوانب الإيجابية والسلبية).	2.9800	٥٩,٦٠	منخفضة
١٦	مدى حرص العلاقات العامة على استمرار التواصل.	2.9400	٥٨,٨٠	منخفضة
	الدرجة الكلية	٢,٨٣٠٠	٥٦,٦٠	منخفضة

أقصى درجة للفقرة (٥) درجات

يتبين من الجدول رقم (١٢/٤) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت مرتفعة على جميع العبارات حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٥٠٪-٥٩٪)، وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٦,٦٠٪).

٣) النتائج المتعلقة بالمجال الخامس: العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين

جدول رقم (١٣/٤)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للمجال الخامس

رقم الفقرة	الفقرات	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
١٧	مدى شمولية المعلومات ووضوحها وأهميتها.	2.9400	٥٨,٨٠	منخفضة
١٨	مدى ارتباط المعلومات بالمجلس أو باحتياجات المحاكم والمحامين.	3.1200	٦٢,٤٠	متوسطة
١٩	مدى حرص العلاقات العامة على التفاعل والاستماع للمبحوثين.	3.0600	٦١,٢٠	متوسطة
٢٠	مدى الاستجابة لمطالب وشكاوى الجمهور.	2.7400	٥٤,٨٠	منخفضة
	الدرجة الكلية	٢,٩٦٥٠	٥٩,٣٠	منخفضة

أقصى درجة للفقرة (٥) درجات

يتبين من الجدول رقم (١٣/٤) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت منخفضة على العبارات (١٧، ٢٠) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٥٠٪-٥٩٪)، وكانت متوسطة على العبارات (١٨، ١٩) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٦٠٪-٦٩٪)، وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة النسبة المئوية (٥٩,٣٠٪).

(٤) خلاصة النتائج وترتيب الأبعاد والدرجة الكلية للاستجابات:

جدول رقم (١٤/٤)

المتوسطات الحسابية والنسب المئوية للمجالات والدرجة الكلية للاستجابات

الرقم	المجال	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
١	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات	٣,٠٤٥٠	٦٠,٩٠	متوسطة
٢	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة بمعلومات متنوعة تخدم مجال عملهم (وكيف يؤثر ذلك على صورة المجلس لديهم)	٢,٨٠٠٠	٥٦,٠٠	منخفضة
٣	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين	٢,٦١٥٠	٥٣,٣٠	منخفضة
٤	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين	٢,٨٣٠٠	٥٦,٦٠	منخفضة
٥	العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين	٢,٩٦٥٠	٥٩,٣٠	منخفضة
	الدرجة الكلية	٢,٨٥١٠	٥٧,٠٢	منخفضة

أقصى درجة للفقرة (٥) درجات

يتبين من الجدول رقم (١٤/٤) السابق أن استجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت متوسطة على المجالات (١) حيث كانت نسبتها المئوية ما بين (٦٠٪-٦٩٪)، كانت منخفضة على المجالات (٢، ٣، ٤، ٥) حيث كانت

نسبتها المئوية ما بين (٥٠٪-٥٩٪)، وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٧,٠٢٪).

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني الذي نصه: هل توجد فروق معنوية بين دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى للمتغيرات (الجنس، مكان السكن، المستوى العلمي)؟
ويتعلق بهذا التساؤل الفرضيات الفرعية التالية:

نتائج فحص الفرض الفرعي الأول التي نصها: لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير الجنس.

ولفحص هذا الفرض تم استخدام اختبار (t) والجدول رقم (١٥/٤) يبين النتائج:
جدول رقم (١٥/٤)
نتائج اختبار (ت) تبعاً لمتغير النوع

رقم	البعد	ذكر		أنثى		(ت)	الدلالة
		المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف		
١	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات	3.0300	.64275	3.0600	.91935	-.134-	.894
٢	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة بمعلومات متنوعة تخدم مجال عملهم (وكيف يؤثر ذلك على سمعة المجلس لديهم)	2.6800	.65558	2.9200	.77634	-1.181-	.243
٣	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين	2.5200	.69192	2.7100	.72772	-.946-	.349
٤	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين	2.7600	.75856	2.9000	.76035	-.652-	.518
٥	العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين	2.8600	.56862	3.0700	.74134	-1.124-	.267
	الدرجة الكلية	2.7700	.56069	2.9320	.68265	-.917-	.364

دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠,٠٥)

يتبين من الجدول رقم (١٥/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير الجنس على كافة المجالات حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ت) عليها أكبر من (٠,٠٥) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

نتائج فحص الفرض الفرعي الثاني التي نصها: لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير السن. ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (١٦/٤) يبين النتائج الجدول (١٦/٤)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير السن

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحراف	مصدر التباين	البعد
.073	2.473	1.398	3	4.195	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات
		.566	46	26.016	داخل المجموعات	
			49	30.211	المجموع	
.072	2.488	1.187	3	3.560	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
		.477	46	21.940	داخل المجموعات	
			49	25.500	المجموع	
.813	.317	.166	3	.499	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس

		.525	46	24.152	داخل المجموعات	القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
			49	24.651	المجموع	
.098	2.225	1.180	3	3.539	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني ولباقة مع القضاة والمحامين
		.530	46	24.391	داخل المجموعات	
			49	27.930	المجموع	
.136	1.942	.806	3	2.417	بين المجموعات	العواقب التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين
		.415	46	19.085	داخل المجموعات	
			49	21.501	المجموع	
.092	2.277	.821	3	2.464	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		.361	46	16.593	داخل المجموعات	
			49	19.057	المجموع	

دال إحصائياً عند مستوى ANOVA(٠,٠٥)

يتبين من الجدول رقم (١٦/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير السن على كافة المجالات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (٠,٠٥) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية.

نتائج فحص الفرضية الفرعية الثالثة التي نصها: لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (١٧/٤) يبين
النتائج الجدول (١٧/٤)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في
مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى
لمتغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحراف	مصدر التباين	البعد
.564	.338	.211	1	.211	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس
		.625	48	30.000	داخل المجموعات	القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات
			49	30.211	المجموع	
.243	1.395	.720	1	.720	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس
		.516	48	24.780	داخل المجموعات	القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
			49	25.500	المجموع	
.181	1.842	.911	1	.911	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس
		.495	48	23.740	داخل المجموعات	القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
			49	24.651	المجموع	
.038	4.554	2.420	1	2.420	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس
		.531	48	25.510	داخل المجموعات	القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني ولباقة مع القضاة والمحامين
			49	27.930	المجموع	
.098	2.840	1.201	1	1.201	بين المجموعات	العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين
		.423	48	20.300	داخل المجموعات	
			49	21.501	المجموع	

.116	2.563	.966	1	.966	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		.377	48	18.091	داخل المجموعات	
			49	19.057	المجموع	

دال إحصائياً عند مستوى ANOVA(٠,٠٥)

يتبين من الجدول رقم (١٧/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير المؤهل العلمي على المجالات (١، ٢، ٣، ٥) وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (٠,٠٥) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية، ووجود فروق على المجال (٤) حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أقل من (٠,٠٥) وبهذا نرفض الفرضية الصفرية.

جدول (١٧/أ):

نتائج اختبار (LSD) للفروق على متغير المؤهل العلمي

ماجستير (٢,٦١٠٠)	بكالوريوس (٣,٠٥٠٠)	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين
.440*		بكالوريوس (٣,٠٥٠٠)
	-.440*	ماجستير (٢,٦١٠٠)

يتضح من الجدول (١١/أ) السابق أن الفروق في الاستجابات كانت على النحو الآتي: يشير الجدول رقم (١١/أ) إلى أن الفروق بين إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بالعلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين، تبعاً لمتغير المؤهل العلمي وذلك لصالح المؤهلات العلمية بكالوريوس حيث بلغ متوسط إجاباتهم (٣,٠٥٠٠)، مقابل المتوسطات من المؤهلات العلمية الأخرى ماجستير (٢,٦١٠٠)، بمعنى أن إدراك أولياء الأمور من

المؤهل العلمي بكالوريوس نحو العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين للمتغير، تفوق درجة إدراك العاملين الآخرين.

نتائج فحص الفرضية الفرعية الرابعة التي نصها: لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمنغير التخصص الدراسي.

ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (١٨/٤) يبين النتائج الجدول (١٨/٤)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمنغير التخصص الدراسي

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحراف	مصدر التباين	البعد
.431	.997	.615	5	3.075	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمتد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات
		.617	44	27.136	داخل المجموعات	
			49	30.211	المجموع	
.478	.918	.482	5	2.409	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
		.525	44	23.091	داخل المجموعات	
			49	25.500	المجموع	
.900	.317	.172	5	.858	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
		.541	44	23.793	داخل المجموعات	
			49	24.651	المجموع	
.266	1.339	.738	5	3.688	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس

		.551	44	24.242	داخل المجموعات	القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني ولباقة مع القضاة والمحامين
			49	27.930	المجموع	
.803	.461	.214	5	1.071	بين المجموعات	العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين
			44	20.430	داخل المجموعات	
			49	21.501	المجموع	
.523	.848	.335	5	1.675	بين المجموعات	الدرجة الكلية
			44	17.382	داخل المجموعات	
			49	19.057	المجموع	

دال إحصائياً عند مستوى $(0,05)$ ANOVA

يتبين من الجدول رقم (١٨/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير التخصص الدراسي على جميع المجالات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من $(0,05)$ وبهذا نقبل الفرضية الصفرية. نتائج فحص الفرضية الفرعية الثالثة التي نصها: لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة، ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (١٩/٤) يبين النتائج

الجدول (١٩/٤)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة، المحامين، الموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحراف	مصدر التباين	البعد
.324	1.190	.725	3	2.175	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات
		.609	46	28.036	داخل المجموعات	
			49	30.211	المجموع	
.542	.726	.384	3	1.153	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
		.529	46	24.347	داخل المجموعات	
			49	25.500	المجموع	
.420	.959	.484	3	1.451	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
		.504	46	23.200	داخل المجموعات	
			49	24.651	المجموع	
.553	.706	.410	3	1.229	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني ولباقة مع القضاة والمحامين
		.580	46	26.701	داخل المجموعات	
			49	27.930	المجموع	
.782	.361	.165	3	.494	بين المجموعات	العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين
		.457	46	21.007	داخل المجموعات	
			49	21.501	المجموع	
.648	.555	.222	3	.665	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		.400	46	18.392	داخل المجموعات	
			49	19.057	المجموع	

دال إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥) ANOVA

يتبين من الجدول رقم (١٩/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة على جميع المجالات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (٠,٠٥) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية. نتائج فحص الفرضية الفرعية الثالثة التي نصها: لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير مجال العمل. ولفحص الفرض استخدم تحليل التباين الأحادي (ANOVA) والجدول (٢٠/٤) يبين النتائج

الجدول (٢٠/٤)

نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق حول العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير مجال العمل

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحراف	مصدر التباين	البعد
.041	2.976	1.637	3	4.911	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى
		.550	46	25.300	داخل المجموعات	القضاة وتمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات
			49	30.211	المجموع	
.018	3.730	1.663	3	4.990	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
		.446	46	20.510	داخل المجموعات	
			49	25.500	المجموع	
.821	.307	.161	3	.483	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى

		.525	46	24.168	داخل المجموعات	القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين
			49	24.651	المجموع	
.034	3.133	1.579	3	4.738	بين المجموعات	العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني ولباقة مع القضاة والمحامين
		.504	46	23.192	داخل المجموعات	
			49	27.930	المجموع	
.044	2.927	1.149	3	3.447	بين المجموعات	العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين
		.392	46	18.055	داخل المجموعات	
			49	21.501	المجموع	
.038	3.054	1.055	3	3.166	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		.345	46	15.892	داخل المجموعات	
			49	19.057	المجموع	

دال إحصائياً عند مستوى $(0,05)$ ANOVA

يتبين من الجدول رقم (٢٠/٤) السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير مجال العمل على المجالات (١، ٢، ٤، ٥) وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أقل من $(0,05)$ وبهذا نرفض الفرضية الصفرية، وعدم وجود فروق على المجال (٣) حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من $(0,05)$ وبهذا نقبل الفرضية الصفرية للمتغير.

جدول (أ/٢٠): نتائج اختبار (LSD) للفروق على متغير مجال العمل

العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات	قاضي (٣,٦٧٨٦)	وكيل نيابة (٣,٤٠٠٠)	محامي (٣,٠٩٣٨)	موظف (٢,٨٢٥٠)
قاضي (٣,٦٧٨٦)	.27857	.58482	.85357*	
وكيل نيابة (٣,٤٠٠٠)	-.27857-	.30625	.57500	
محامي (٣,٠٩٣٨)	-.58482-	-.30625-	.26875	
موظف (٢,٨٢٥٠)	-.85357*-	-.57500-	-.26875-	

يتضح من الجدول (أ/٢٠) السابق أن الفروق في الاستجابات كانت على النحو الآتي: يشير الجدول رقم (أ/٢٠) إلى أن الفروق بين إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بالعلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات، تبعاً لمتغير مجال العمل وذلك لصالح القاضي حيث بلغ متوسط إجاباتهم (٣,٦٧٨٦)، مقابل المتوسطات من مجالات العمل الأخرى وكيل نيابة (٣,٤٠٠٠)، محامي (٣,٠٩٣٨)، موظف (٢,٨٢٥٠) بمعنى أن إدراك المواطنين من مجال العمل القاضي نحو العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني ولباقة مع القضاة والمحامين للمتغير، تفوق درجة إدراك العاملين الآخرين.

جدول (ب/٢٠): نتائج اختبار (LSD) للفروق على متغير مجال العمل

العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين	قاضي (٣,٥٠٠٠)	وكيل نيابة (٣,١٠٠٠)	محامي (٢,٦٨٧٥)	موظف (٢,٦١٦٧)
قاضي (٣,٥٠٠٠)	.40000	.81250*	.88333*	
وكيل نيابة (٣,١٠٠٠)	-.40000-	.41250	.48333	
محامي (٢,٦٨٧٥)	-.81250*-	-.41250-	.07083	
موظف (٢,٦١٦٧)	-.88333*-	-.48333-	-.07083-	

يتضح من الجدول (ب/٢٠) السابق أن الفروق في الاستجابات كانت على النحو الآتي: يشير الجدول رقم (ب/٢٠) إلى أن الفروق بين إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بالعلاقات

العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين، تبعاً لمتغير مجال العمل وذلك لصالح القاضي حيث بلغ متوسط إجاباتهم (٣,٥٠٠٠)، مقابل المتوسطات من مجالات العمل الأخرى وكيل نيابة (٣,١٠٠٠)، محامي (٢,٦٨٧٥)، موظف (٢,٦١٦٧)، بمعنى أن إدراك المواطنين من مجال العمل القاضي نحو العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين للمتغير، تفوق درجة إدراك العاملين الآخرين.

جدول (٢٠/ج): نتائج اختبار (LSD) للفروق على متغير مجال العمل

العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين	قاضي (٣,٤٢٨٦)	وكيل نيابة (٣,٣٠٠٠)	محامي (٢,٦٥٦٣)	موظف (٢,٦٥٨٣)
قاضي (٣,٤٢٨٦)	.12857	.77232*	.77024*	
وكيل نيابة (٣,٣٠٠٠)	-.12857-	.64375	.64167	
محامي (٢,٦٥٦٣)	-.77232-*	-.64375-	-.00208-	
موظف (٢,٦٥٨٣)	-.77024-*	-.64167-	.00208	

يتضح من الجدول (٢٠/ج) السابق أن الفروق في الاستجابات كانت على النحو الآتي: يشير الجدول رقم (٢٠/ج) إلى أن الفروق بين إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بالعلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين، تبعاً لمتغير مجال العمل وذلك لصالح القاضي حيث بلغ متوسط إجاباتهم (٣,٤٢٨٦)، مقابل المتوسطات من مجالات العمل الأخرى وكيل نيابة (٣,٣٠٠٠)، محامي (٢,٦٥٦٣)، موظف (٢,٦٥٨٣)، بمعنى أن إدراك العاملين من مجال العمل (القاضي) نحو العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين للمتغير، تفوق درجة إدراك العاملين الآخرين.

جدول (د/٢٠): نتائج اختبار (LSD) للفروق على متغير مجال العمل

العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين	قاضي (٣,٥٠٠٠)	وكيل نيابة (٣,٣٠٠٠)	محامي (٢,٧١٨٨)	موظف (٢,٨٥٠٠)
قاضي (٣,٥٠٠٠)	.20000	.78125*	.65000*	
وكيل نيابة (٣,٣٠٠٠)	-.20000-	.58125	.45000	
محامي (٢,٧١٨٨)	-.78125*	-.58125-	-.13125-	
موظف (٢,٨٥٠٠)	-.65000*	-.45000-	.13125	

يتضح من الجدول (د/٢٠) السابق أن الفروق في الاستجابات كانت على النحو الآتي: يشير الجدول رقم (د/٢٠) إلى أن الفروق بين إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بالعوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين، تبعاً لمتغير مجال العمل وذلك لصالح القاضي حيث بلغ متوسط إجاباتهم (٣,٥٠٠٠)، مقابل المتوسطات من مجالات العمل الأخرى وكييل نيابة (٣,٣٠٠٠)، محامي (٢,٧١٨٨)، موظف (٢,٨٥٠٠)، بمعنى أن إدراك العاملين من مجال العمل (القاضي) نحو العوائق التي تعترض العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين للمتغير، تفوق درجة إدراك العاملين الآخرين.

جدول (هـ/٢٠): نتائج اختبار (LSD) للفروق على متغير مجال العمل

الدرجة الكلية	قاضي (٣,٣٩٢٩)	وكيل نيابة (٣,١٣٠٠)	محامي (٢,٧٥٠٠)	موظف (٢,٧٠٥٠)
قاضي (٣,٣٩٢٩)	.26286	.64286*	.68786*	
وكيل نيابة (٣,١٣٠٠)	-.26286-	.38000	.42500	
محامي (٢,٧٥٠٠)	-.64286*	-.38000-	.04500	
موظف (٢,٧٠٥٠)	-.68786*	-.42500-	-.04500-	

يتضح من الجدول (د/٢٠) السابق أن الفروق في الاستجابات كانت على النحو الآتي: يشير الجدول رقم (د/٢٠) إلى أن الفروق بين إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بالدرجة

الكلية، تبعاً لمتغير مجال العمل وذلك لصالح القاضي حيث بلغ متوسط إجاباتهم (٣,٣٩٢٩)، مقابل المتوسطات من مجالات العمل الأخرى وكيل نيابة (٣,١٣٠٠)، محامي (٢,٧٥٠٠)، موظف (٢,٧٠٥٠)، بمعنى أن إدراك العاملين من مجال العمل (القاضي) نحو الدرجة الكلية للمتغير، تفوق درجة إدراك الموظفين الآخرين.

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج: هدفت الدراسة إلى معرفة دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة، وتم إعداد استبانة وتم تطبيقها على عينة عشوائية من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة، بعد التحقق من صدق الاستبانة وثباتها كما تم تحليل نتائج الدراسة بعد تطبيقها، وتم استخدام برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) للحصول على النتائج سوف يتم عرضها ومناقشتها وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة:

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول الذي نصه:

ما دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة؟ وكانت النسبة المئوية للاستجابة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٧,٠٢٪)، ويعزو الباحثان هذه النتيجة المنخفضة إلى أن عينة البحث ترى أن العلاقات العامة لها أهمية كبيرة ولكنها تحتاج إلى تفعيل أكثر وفعاليتها، حيث أن دورها لم يكن فعالاً بشكل كبير في مجلس القضاء الأعلى، ويمكن أن يكون ذلك نتيجة لوجود معوقات الاتصال بين العلاقات العامة وبين العاملين في مجلس القضاء باختلاف مسمياتهم الوظيفية.

وللتوضيح سيتم مناقشة كل مجال من مجالات الدراسة على حدى:

١. مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الأول (العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد

القضاة والمحامين ووكلاء النيابة والموظفين بالمعلومات):

يتبين من الجدول رقم (٩/٤) السابق أن استجابات نحو دور العلاقات العامة في ادارة

سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت متوسطة على الدرجة الكلية مرتفعة بدلالة النسبة المئوية (٦٠,٩٠٪). ويعزو الباحثان تلك النتيجة المتوسطة بأن العلاقات العامة لها أهمية كبيرة في كونها تكون حلقة الوصل بين المجلس والعاملين فيها والمجتمع، حيث أنها تقوم ببيان تعليمات المجلس، وتعمل على توضيح القوانين والتشريعات الخاصة به، مع تزويد العاملين بكافة المسميات الوظيفية من بالمعلومات التي يصدرها المجلس بشكل مستمر، من خلال مجموعة من الأساليب التي تضمن سلامة تلك المعلومات.

٢. مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الثاني (العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تمد القضاة والمحامين ووكلاء النيابة بمعلومات متنوعة تخدم مجال عملهم (وكيف يؤثر ذلك على صورة المجلس لديهم):

يتبين من الجدول رقم (١٠/٤) السابق أن استجابات نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت مرتفعة جدا على الدرجة الكلية منخفضةً بدلالة النسبة المئوية (٥٦,٠٠٪). ويعزو الباحثان أن النتيجة جاءت منخفضة لأن العينة تعتقد أن العلاقات العامة تلعب دوراً كبيراً داخل المحاكم ولكن دورها يحتاج إلى دعم وتفعيل وإعطائه الأهمية الكافية لأن ذلك يعزز من سمعة المؤسسة في المجتمع وفي الذين يتعاملون معها من محامين ووكلاء نيابة، من خلال تزويدهم بالمعلومات المتعلقة بالمجلس وبما تحتاجه المحاكم والعاملين فيها، كما تقوم العلاقات العامة بعمل توعية قانونية حول التشريعات التي يجب إتباعها والالتزام بها وتطبيقها، ومن ثم توضيح برامج المجلس الأعلى.

٣. مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الثالث (العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى تستخدم وسائل متعددة للتواصل مع القضاة والمحامين):

يتبين من الجدول رقم (١١/٤) السابق أن استجابات نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة

كانت منخفضة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٣,٣٠٪). ويعزو الباحثان ذلك إلى أن عينة البحث أن العلاقات العامة بإمكانها استخدام وسائل التواصل المختلفة للتواصل مع المحامين والقضاة ووكلاء النيابة وتمثل الوسائل بشبكات الانترنت والمواقع الإلكترونية الخاصة بالمحاكم، والمؤتمرات والندوات والنشرات التي تقوم بعملها وتوزيعها، ولكن العلاقات العامة لم تقوم بتفعيل تلك الوسائل في عملها والتواصل مع القضاة والمحامين ووكلاء النيابة.

٤. مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الرابع (العلاقات العامة في مجلس القضاء الأعلى

تتعامل بشكل مهني وبلباقة مع القضاة والمحامين):

يتبين من الجدول رقم (١٢/٤) السابق أن استجابات نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت منخفضة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٦,٦٠٪). ويعزو الباحثان ذلك إلى أن العلاقات العامة يجب أن تتعامل بطريقة مهنية ونابعة من الاحترام للآخرين، حيث يرون أن هناك ضعف من قبل العاملين في دائرة العلاقات العامة حول التواصل مع المحامين والقضاة ووكلاء النيابة، ويرون أنه يجب عليهم أن يقوموا بالتعريف بالخدمات التي يقدمها المجلس بشكل مستمر مما يسهم في تحسين سمعة المؤسسة.

٥. مناقشة النتائج المتعلقة بالمجال الخامس (العوائق التي تعترض العلاقات العامة في

مجلس القضاء الأعلى في التواصل مع القضاة والمحامين):

يتبين من الجدول رقم (١٣/٤) السابق أن استجابات نحو دور العلاقات العامة في ادارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الاعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة كانت منخفضة على الدرجة الكلية منخفضة بدلالة النسبة المئوية (٥٩,٣٠٪). ويعزو الباحثان هذه النتيجة إلى أن عينة البحث المتمثلة بالعلاقات العامة تواجه مجموعة من المعوقات التي تعيق تواصلها مع المحامين والقضاة رغم الدور الكبير الذي تقدمه من توضيح للمعلومات الصادرة عن المجلس، ومدى ارتباطها باحتياجات من يتعامل معه من قضاة ومحامين ووكلاء نيابة، حيث أن دائرة العلاقات العامة تسعى إلى التفاعل والتواصل والاستماع لجميع المبحوثين جون التمييز، والعمل

على إيصال آرائهم إلى المجلس لأن ذلك يساهم في تحسين سمعتها.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني الذي نصه:

هل توجد فروق معنوية بين استجابات المبحوثين حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى للمتغيرات (الجنس، مكان السكن، المستوى العلمي)، ويتعلق بهذا السؤال فرضيات الدراسة والجدول:

نتائج فحص الفرضية الأولى التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير الجنس.

يتبين من الجدول رقم (١١/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير الجنس على جميع الأبعاد وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ت) عليها أكبر من (٠,٠٥) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية، ويعزو الباحثان عدم وجود فروق على عينة البحث إلى أن عينة الدراسة من القضاة ووكلاء النيابة والمحامين يؤكدون على أن العلاقات العامة في المحاكم يجب أن يكون دورها فاعلاً بشكل أكبر ويجب دعمها باعتبارها حلقة وصل بينهم وبين المجلس وبين المجلس وبين الجمهور.

نتائج فحص الفرضية الثانية التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير العمر.

يتبين من الجدول رقم (١٣/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير السن على كافة المجالات وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (٠,٠٥) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية. ويعزو الباحثان عدم وجود فروق إلا أن عينة البحث بمختلف الفئات العمرية يرون أن لدور العلاقات العامة أهمية كبيرة في المجلس وذلك لأنه يقوم بتوضيح وشرح متطلبات المجلس والمعلومات الصادرة عنه إلى ذوو العلاقة بالأمر، من خلال وسائل التواصل أو التواصل المباشر، ولكن يرون أن دورها يحتاج إلى تفعيل أكبر لأهميتها.

نتائج فحص الفرضية الثالثة التي نصها:

لا توجد فروق معنوية بين استجابات مفردات البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

يتبين من الجدول رقم (١٣/٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور العلاقات العامة في إدارة سمعة المحاكم في مجلس القضاء الأعلى الفلسطيني من وجهة نظر القضاة والمحامين والموظفين ووكلاء النيابة تعزى لمتغير المؤهل العلمي على المجالات (١، ٢، ٣، ٥) وعلى الدرجة الكلية حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أكبر من (٠,٠٥) وبهذا نقبل الفرضية الصفرية، ووجود فروق على المجال (٤) حيث كان مستوى الدلالة لقيم (ف) عليها أقل من (٠,٠٥) وبهذا نرفض الفرضية الصفرية. ويعزو الباحثان أن عينة البحث بمختلف مؤهلاتهم العلمية يؤكدون على أن العلاقات العامة يمكنها تسهيل عملية التواصل بين المبحوثين وبين المجلس من خلال المعلومات التي يصدرها المجلس بشكل مستمر والقيام بتوضيح تلك المعلومات، إما من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وتعمل على إزالة العوائق التي بين المبحوثين والمجلس،

ولكنهم اختلفوا حول التعامل بمهنية ولباقة لصالح الحاملين درجة البكالوريوس حيث يرون أن العلاقات العامة في تعاملها تتميز باللباقة والاحترام.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحثان بما يلي:
١. يجب على العلاقات العامة تعزيز دورها في المؤسسة لخلق الثقة بينها وبين الموظفين لتعزيز انتمائهم الوظيفي في المؤسسة.
 ٢. عقد دورات متميزة وتطويرية تستهدف شرائح مختلفة من المجتمع وخاصة الجمهور الخارجي حتى تكون على مستوى عالٍ في تقديم المعلومات والتوعية وغيرها التي تتعلق بالحاكم ووصول أنشطة مجلس القضاء الاعلى الى اكبر عدد ممكن من الجمهور.
 ٣. زيادة الصلاحيات لموظفي دائرة العلاقات العامة وتفويضهم في كثير من الامور المتعلقة بالعلاقات العامة وعلى العلاقات العامة في المجلس بذل جهدها في ادارة صورتها الذهنية وإدراجها ضمن اهدافها الاساسية.
 ٤. يجب على إدارة المجلس في المحاكم استيعاب المفهوم الصحيح للعلاقات العامة حيث لا زال هناك لبس وعدم فهم لدى المحامين ووكلاء النيابة والقضاة عن الصورة الصحيحة لعمل العلاقات العامة.
 ٥. تفعيل دور العلاقات العامة بشكل متطور واستحداث أساليب التعامل مع الجميع واستخدام أحدث الأساليب المتطورة لتواصل معه.

المراجع

- ١- إبراهيم، كريمة. (٢٠٠٥). العلاقات العامة في المؤسسات السياحية الجزائرية، جامعة الجزائر، الجزائر.
- ٢- ايزتي، خديجة، (د.ت). اثر العلاقات العامة من خلال صورة المؤسسة على سلوك الزبون مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلم التيسير: جامعة دالي ابراهيم.
- ٣- الجاف، علي اسماعيل. (٢٠١٠). كتاب الموقع.
- ٤- الساحوري، بشرى. (٢٠١٦)، اثر استراتيجيات البحث والتطوير في السمعة التنظيمية اختبار دور الوسيط لخريطة، جامعة الشرق الاوسط، الاردن.
- ٥- الخطيب، سعادة. (٢٠٠٠). مدخل إلى العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن.
- ٦- السليم، أمل. (٢٠١٨). صحيفة الرأي، مكة المكرمة.
- ٧- السيد رمضان وآخرون، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، مصر، ٢٠٠٠
- ٨- الصاوي، ادم. (٢٠١٤). منتدى محاسب العربي.
- ٩- عجوة، علي. (1983). العلاقات العامة ودورها في تطوير المؤسسات العربية: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- ١٠- النصيبي، زياد بن سعيد. صحيفة النبا الالكترونية الاثنين ٦ أغسطس ٢٠١٨.

دراسات عربية:

- ١١- بركات، عبد العزيز. (٢٠١٧). دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة.
- ١٢- الشامي، ساجدة. (٢٠١٨). العوامل المؤثرة على السمعة التنظيمية المدركة في القطاع العام الاردني رسالة ماجستير جامعة اليرموك، الاردن.

١٣- سعيد، هديل، وعباس، زياد. (٢٠١٧). الشفافية وتأثيرها في تحقيق السمعة التنظيمية بحث تحليلي في دوائر وزارة الاسكان والاعمار الممولة مركزيا، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية.

١٤- الطائي، يوسف، واخرون، (٢٠١٣). دور الذكاء الاخلاقي في ادارة سمعة المنظمة بحث تطبيقي لاراء عينة من اعضاء هيئة التدريس في كليتي العلوم والزراعة في جامعة كوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد.

١٥- مديني، مرودة وكعور، بثينة واخرون. (٢٠٢٠). كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات. جامعة ٨ ماي ١٩٤٥.

١٦- مصطفى، فايز. (٢٠٢٠). العلاقة بين المزيج الترويجي وادارة السمعة، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، مصر.

دراسات اجنبية

- 17- Ali. I. Ali. M, Grigore. G, Molesworth. M, Jin, Z.(2019). The moderating role of corporate reputation and employee-company identification on the work-related outcomes of job insecurity resulting from workforce localization policies. Journal of Business Research V (109).
- 18- Bartikowski, B., & Walsh, G. (2011). Investigating mediators between corporate reputation and customer citizenship behaviors. Journal of Business Research, 64(1), 39-44
- 19- Balmer.j.m. 1998. Corprtate identity and the advent of corpotate marketing 2017 hournal of marketing m, P18. (2) Gérard toquer
- 20- Helm.s.2011 cororate reputation an introduction to a complex construct toputation management 6 (٢٠١٧)
- 21- Kursad.G. corporate Reputation Management the sample of Erciyes Unuiversity. Procedia. Social and Behavioral Sciences U.S.A Elsevier.VOl.2014