

## دور أنشطة العلاقات العامة بالجامعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الفكر المتطرف دراسة تطبيقية على جامعة الكويت

د/ عماد صقر عبده محمد

دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال

مدرس إدارة الأعمال - جامعة العبور

### ملخص البحث

الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف ، ووجود علاقة ايضاً بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) ، وجود علاقة بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥). اوصت الدراسة بضرورة ان تتجه العلاقات العامة بالجامعة الى ممارسة أنشطتها من خلال حسابات التواصل الاجتماعي لتأثيرها الكبير ومزاياها في التواصل والاتصال بصور متطورة مع الطلبة، مع بث أنشطة متطورة عبر تلك الحسابات لتولد القناعة لدى الطلبة بأخطار الفكر المتطرف واثاره السلبية عليهم وعلى المجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** العلاقات العامة- دور العلاقات العامة- أنشطة العلاقات العامة- وسائل التواصل الاجتماعي- حسابات التواصل الاجتماعي- الفكر المتطرف- جامعة الكويت.

هدفت الدراسة الى بحث دور أنشطة العلاقات العامة بالجامعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الفكر المتطرف - دراسة تطبيقية على جامعة الكويت، وبالاعتماد على مجموعة من الفرضيات التي صاغها الباحث من اجل التوصل الى حلول للمشكلة البحثية، طبقت الدراسة بأسلوب الحصر الشامل على العاملين بإدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت ووصل حجم المجتمع الى (١١٠) مفردة.

توصلت الدراسة الى وجود علاقة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) بين دور إدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير على الفكر المتطرف، وكذلك تبين وجود علاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت ووسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) كما دلت النتائج على وجود علاقة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) بين وسائل التواصل

## **The role of public relations activities in universities through social media in the impact on extremist thought - an applied study on Kuwait University**

### **Abstract**

The study aimed to study the role of public relations activities in universities through social media in influencing radical thought. An applied study on Kuwait University. Based on a set of hypotheses formulated by the researcher to find solutions to the research problem, and the size of the community reached (110) individual.

The study found that there was a relationship at a level less than (0.05) between the role of the Department of Public Relations at Kuwait University and the influence on extremist thought. It also revealed a relationship between the role of public relations at Kuwait University and social media at a level less than( 0.05). The relationship between the role of public relations in Kuwait University and the activities of public relations through social media at

a level less than (0.05), a relationship between the activities of relations Through public means Social interaction and the influence of extremist thought at a level less than(0.05).

The study recommended that the public relations should focus on the social communication accounts for their great impact and its advantages in communication and communication with advanced images with the students, with the dissemination of advanced activities through these accounts to generate the students' conviction of the dangers of extremist thought and its negative effects on them and society.

**Keywords:** Public Relations-Public Relations - Public Relations - Social Media-Social Communication – Extremist Thought - Kuwait University.

## مقدمة

واستغلال مزاياها العديدة في توصيل تلك الأنشطة الى المهتمين والمستفيدين المستهدف الوصول إليهم (Manaf and Abdalaziz,2017)، والتأثير على الآراء والأفكار وتوليد القناعة والصورة الذهنية الإيجابية من خلال توظيف إمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي المصورة والمرئية والمسموعة والمقروءة (Kim,2014) .

ومن اهم القضايا الراهنة على الساحة تلك المتعلقة بالفكر المتطرف والذي بات ينتشر عبر وسائل متعددة وينتقل بين الافراد بأفكار تخرج عن الإطار المقبول سواء كان من الناحية الدينية او المجتمعية او حتى الأعراف والتقاليد السائدة في المجتمع او الجوانب الإنسانية المتعارف عليها (Dinesh, et.al., 2017) ، ولا يختلف اى توجه كان على صحتها الامر الذي وضع امام المجتمع بكافة مؤسساته تحد صعب يتطلب التعامل معه وإيجاد الحلول المناسبة للقضاء عليه.

لذلك نجد ان هناك فئة بعينها تسعى لبث الأفكار المتعصبة والمتطرفة لدى فئات المجتمع وخاصة الشباب منهم مستغلين في ذلك الحماسة والاندفاع لديهم بغرض اقناعهم والتأثير عليهم بتلك الأفكار لتبنيها وترجمتها الى أفعال تضر الشباب أنفسهم قبل ان تضر بالآخرين المسالمين في المجتمع (اغاء، ٢٠١٠). الامر الذي بات معه ضرورة تضافر كافة المجتمع ومؤسساته على مختلف انتماءاتها وان تتخذ موقفا عمليا لمواجهة تلك الظاهرة، خصوصاً الجامعات التي تعد منبراً يتخرج منه الشباب الذين يأخذون على عاتقهم مسيرة التنمية وينشرون الثقافة في المجتمع، بل وينقلون العلم والمعرفة الى الآخرين.

لذا تأتي الدراسة الحالية لتتناول دور الجامعات من زاوية أثر أنشطة العلاقات العامة بالجامعات عبر

تشكل العلاقات العامة بعداً مهماً في أداء المؤسسات على كافة مجالاتها وتخصصاتها، خاصة في ظل تعايشنا مع عصر التقنيات الرقمية والاتصال بأدوات حديثة تنتقل من خلالها كافة الاخبار والاحداث الامر الذي أدى الى تطور وظيفة وممارسات أنشطة العلاقات العامة ودوارها المختلفة، بل وإمكانية زيادة تأثير تلك الأنشطة على الفئات المستهدفة.

وظهرت الممارسات الحديثة للعلاقات العامة في ظل التقنيات الحديثة في الاتصال والتواصل وتطبيقاتها المختلفة لتجعل من المؤسسة وكافة اخبارها سهلة الوصول والاطلاع الى من يهمه امرها والى المستفيدين منها واصحاب المصالح (Dejan, et.al.,2015)، الامر الذي أدى الى سهولة دور العلاقات العامة في التواصل مع الأطراف الداخلية والخارجية من ذوى العلاقة بالمؤسسة (Alessandro, et.al.,2017) .

لذا نجد ان الاشكال الحديثة من أدوات التواصل الاجتماعي عبر الحسابات المتنوعة والتطبيقات الالكترونية المتطورة والقائمة على تقنيات الانترنت باتت تشكل ركن أساسي في الاتصال بين الافراد والمؤسسات (Kavoura and Stavrianea-2015)، والقيام من خلالها بالعديد من الأنشطة التي تسهل نقل الأفكار والخدمات والمعلومات والمعرفة الى غيره من الأنشطة وتجعل المهتمين على دراية تامة بكل ما يرغبون في الالمام به او ما يلبي احتياجاتهم وتطلعاتهم بصورة سهلة وميسرة (Moise and Cruceru,2014).

الامر الذي أدى الى ممارسة أنشطة العلاقات العامة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة

الأنشطة والخدمات التي تمارسها إدارة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ويتم من خلالها استخدام حسابات المواقع الالكترونية في تقديم كل الاخبار والمعلومات والردود والفعاليات للمستفيدين وتعزيز الصورة الإيجابية للمؤسسة تجاه المجتمع والمستفيدين وسرعة الوصول الى الشرائح المستهدفة (Bright et.al.,2015).

## الفكر المتطرف

### مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

#### إدارة العلاقات العامة بالجامعات

تلعب العلاقات العامة دورا مهما تجاه التواصل مع المهتمين والمعنيين بمجالات المؤسسة وخدماتها والعمل على بناء علاقات راسخة متينة تسهم في بقاء تلك العلاقات وتلبية المتطلبات وايصال الصورة الذهنية الصحيحة عن ممارسات المؤسسة وادوارها المختلفة تجاه الغير او المؤسسات في المجتمع، حيث يتركز هذا الدور على استمرارية التواصل وإقامة الأنشطة التي تعزز الروابط وتجعل المهتمين بأمر المؤسسة على دراية كاملة بكافة الاحداث والاخبار، (Danny. et.al.,2017)

وتوضح دراسة (Mehmet and Mehlika (2015)، ان فلسفة ممارسات العلاقات العامة تقوم على أسس ترتبط بتغيير الاتجاهات والتأثير على الآراء والعمل على وصول المعلومات السليمة والصحيحة بل والتأثيري على الآراء والاتجاهات نحو ما يؤدي الى تحسين الصورة الذهنية ، او تبنى اراء محددة تجاه قضية معينة او تجاه قيم ومتعقدات مجتمعية او ظاهرة مجتمعية محددة وبما يؤدي الى تحقيق التحول المنشود والمستهدف نحو تعديل تلك الآراء والتوجهات وبما يؤدي الى توصيل قيمة واهداف المؤسسة عبر ممارسات العلاقات العامة.

وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الفكر المتطرف بالتطبيق على جامعة الكويت، خاصة في ظل انتشار التعامل بين الشباب عبر حسابات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة واهتمامهم الزائد بها.

## مصطلحات الدراسة

### وسائل التواصل الاجتماعي

المواقع الالكترونية التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والملفات والصور والفيديو واجراء الدردشات والتعليقات كما أنها تعتبر الشبكات التي تسهم في ايصال الاخبار والمقاطع المصورة والمقروءة وتسهل من التواصل والتفاعل بين الافراد والاصدقاء بشكل مرئي ومسموع وتبادل الصور والمعلومات والاخبار والتعليقات في اي وقت وأي مكان وبما يمكنهم من متابعة أحدث المستجدات في مجالات متنوعة عبر تلك الشبكات (Praveenet.al.,2015)

### دور العلاقات العامة

كافة الأنشطة التي تقوم بها الإدارة المعنية تجاه التواصل مع جمهور المستفيدين من خدمات المؤسسة سواء من داخل او خارج المؤسسة، و بحيث تكون تلك الأدوار مركزة على توصيل رسالة المؤسسة وتوضيح الأغراض منها وطبيعة خدماتها وكيفية الحصول عليها مع توضيح السياسات والقيم والمعتقدات السائدة ومواقف المؤسسة من قضايا عديدة في المجتمع وباستخدام أدوات متنوعة من لقاءات او مطبوعات او اتصالات او منشورات الى غيره (Danny, et.al.,2017).

### أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل

#### التواصل الاجتماعي

بسياسات الجامعة وتوصيل رسالتها للمعنيين، بجانب ذلك القيام بأدوار التعرف على احتياجات وتطلعات الجمهور الداخلي من الطلبة وأعضاء هيئة التدريس وترجمتها الى برامج وأنشطة تلبى تلك الاحتياجات وفق توقعاتهم. بينما تطرح لنا دراسة (Isabel, & Alessandro, et.al., 2017) (et.al., 2016) جانب اخر مهم تقوم به العلاقات العامة في الجامعات يتعلق ببناء الصورة الذهنية الإيجابية لدى الجمهور الداخلي والخارجي عن الجامعة وأدوارها المختلفة سواء من الناحية التعليمية او المجتمعية ، بناء روابط الاتصال المؤثرة في احداث التغيير الإيجابي تجاه الصورة الذهنية للجامعة لدى تلك الجماهير وبناء القناعة بتوجهات الجامعة ورسالتها. اما عن الدور التأثري عبر الاتصال المباشر من جانب إدارة العلاقات العامة بالجامعات في ظل تزايد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي اكدت نتائج دراسة (Annamaria, et.al., 2015) على تحقيقه لدى الطلبة وأعضاء هيئة التدريس والافراد والمؤسسات خارج الجامعة عبر تعديل آراؤهم وتوجهاتهم بحيث يكونوا من ضمن المؤيدين لقضية معينة وسياسه جامعية تطبيقها الجامعة، او حتى التأثير على الأفكار والمعتقدات السائدة لديهم ولا تتناسب مع طبيعة الجامعة والمجتمع المحيط بها خاصة. وعن تطور ممارسة أنشطة العلاقات العامة تبين من نتائج دراسة (Dejan, et.al., 2015) ان تطور التقنيات التي تستخدم في ممارسات الأنشطة والعمليات الإدارية والتي من بينها إدارة العلاقات العامة وعبر استخدام تقنيات التواصل والتطبيقات الحديثة التي أدت الى العلاقات العامة الالكترونية ، حيث اصبح الاعتماد بصورة كبيرة على برامج التواصل الاجتماعي والمواقع التي ترتبط بتلك الوسائل والتي

بينما اشار (Kate, 2014) في دراسته الى ان وظيفة العلاقات العامة في اي مؤسسة من الوظائف المهمة التي تتمكن المؤسسة من خلالها في نقل الرسالة التي تسعى الى تحقيقها عبر جسور تواصل تكون في شكل أنشطة وفعاليات لتوضيح ابعاد الصورة الذهنية واحداث التغيير المنشود وايضاح التوجهات المؤسسية واغراض تلك التوجهات ، وأضاف دراسة (Malandrakis, et.al., 2017) ان أنشطة العلاقات العامة تزيد من بناء قنوات التواصل والتفاعل مع الجمهور و توصيل المعلومات والمعرفة والدراية لكل ما يود الجمهور في التعرف عليه والتفاصيل المرتبطة به. وفي نفس السياق تؤكد نتائج دراسة (Cristina et.al., 2017) ان العلاقات العامة كممارسات تعد أداة مهمة في ظل تنوع وتعدد المتغيرات البيئية الخارجية المؤثرة على أداء المؤسسات والتي تكون بصورة مفاجئة تتطلب التعامل معها بحرفية وان يتم التأثير في الأطراف المختلفة الذين لهم علاقات بتلك المتغيرات . من جانب اخر تأتى دراسة (Kate, 2014) (Malandrakis, et.al., 2017) لتؤكد ان إدارة العلاقات العامة في الجامعات تمثل جزء مهم من الكيان المؤسسي الجامعي في ظل انتشار مواقع التواصل واهتمامات الطلبة بها ، بالإضافة الى ان الجامعة تتعامل مع المجتمع وأطراف عديدة ممن لهم مصالح مع مخرجات الجامعة او الخدمات التعليمية التي تقدمها، لذا تعد العلاقات العامة بالجامعات أداة تقوم من خلالها الجامعة بالاتصال بالجمهور المعنى وتوصيل الآراء السليمة تجاه كل ما يخص نشاطات الجامعة.

كما تناول (Futao , 2017) في دراسته وظيفية أخرى مهمة للعلاقات العامة بالجامعات يتعلق بنشر الأفكار وتوصيل الأهداف الجامعية والتعريف

بين شبكة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف المحمولة من أجل تحقيق الحوار التفاعلي الذي يعتمد على العلاقات الاجتماعية بين الافراد ، حيث يتم من خلال هذه الوسائل تبادل الآراء والمعرفة والمعلومات اضافة إلى الصور والفيديوهات والاخبار المتنوعة في سياق من التفاعل الاجتماعي والتعارف بين الافراد ، وهو ما يؤثر في جوانب متعلقة بالتسويق وتبني علامات تجارية تتوافق وطبيعة الافراد ومتغيراتهم الديموغرافية .

وهو ما توصلت اليه كذلك دراسة (Li and Ts- ai,2015) التي أظهرت ان عمليات التفاعل الاجتماعي عبر تلك الوسائل تأخذ عدة مستويات مختلفة من حيث طرفي التفاعل الاجتماعي مثل مستوى بين الافراد ، وافراد أو بين افراد و مؤسسات ، أو بين مؤسسات ومنظمات ويكون ذلك بهدف تبادل المعرفة أو الآراء والمعلومات أو حتى التعرف على المنتجات والقيام بعملية التسوق ونجد أن التفاعل الاجتماعي هذا يحدث أيضاً بين ثقافات مختلفة. وتأتي نتائج دراسة (Berthon et.al.,- 2011) & (Li and Tsai,2015) لتشير الى ان العلاقات الاجتماعية بين الافراد عبر مواقع تواصل اجتماعي تكون في ظل عوامل اجتماعية وعوامل صداقة وعوامل مهنية ، وتتخذ شكل مدونات للتواصل والترابط بين هذه الشرائح والفئات ، مثل YouTube Faceparty Facebook وكذلك وBlogs وFlickr وJamendo.com والمدونات وBlogs ومواقع شبكات الأعمال مثل LinkedIn وكذلك Wikipedia التي يتم من خلالها تبادل الأخبار و المواد التعليمية والتعليقات والموسيقى إلى غيره من الملفات والأنشطة المختلفة.

وتوصلت دراسة كل من (Kiarlovac and Pav- licek ,2015) الى أن هناك دوافع عديدة لدى

شهدت اتساعا كبيرا وانتشارا متزايدا في الاستخدام من قبل العديد من الافراد والمؤسسات للحصول على الاخبار والمعلومات و المعرفة او حتى بناء الآراء والردود والتعليقات تجاه قضية معينة بخلاف التسوق والشراء والترفيه . لذلك اكدت دراسة (Manaf and Abdalaziz,2017) على ان ممارسة أدوار العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر التوجهات الحديثة التي تعتمد عليها الكثير من الجامعات والمؤسسات في الاتصال بالجمهور وتوصيل المعلومات السليمة ونقل الرسالة التي تشدها الجامعة ، والتأثير في الاخرين تجاه تبني الصورة الذهنية الإيجابية عن الجامعة.

## وسائل التواصل الاجتماعي

تعد وسائل التواصل الاجتماعي اداة مهمة في التفاعل والبقاء على الاتصال بين الشرائح المجتمعية المختلفة خاصة انها تقنية سهلة وفي متناول الجميع من أجل تكوين صداقات وتعزيز الترابط الاجتماعي وطرح ومناقشة العديد من الأفكار والقضايا (Parveen et.al.,2015) ، حيث تتسم الفئة التي تقوم بالتعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بأنهم اشخاص اجتماعيين ويسعون إلى تكوين صداقات من خلال هذه الوسائل . لذا نجد أن وسائل التواصل الاجتماعي اصبحت جزء اساسي ومهم في الحياة اليومية للأفراد يتمكنون بواسطتها من التواصل مع العالم والأصدقاء واطافة الاثارة والبهجة إلى حياتهم (Kavoura and Stavrianea and 2014) , خاصة أن وسائل التواصل الاجتماعي اصبحت من الأدوات المهمة التي يستخدمها الافراد في البحث عن وسائل الترفيه والتسوق وكذلك السياحة والتمتع بالوقت وزيارة البلدان. في دراسة قدمها (Abzari, et.al.,2014) تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر من التقنيات التي تميز

تلعب دوراً مهماً تجاه تبني الأفراد للآراء والتوجهات السياسية أو حتى التوجهات الاجتماعية وقضايا المجتمع، ويظهر هذا التأثير في شكل القناعة أو عدم القناعة أو المعارضة لقضية أو رأى أو توجه محدد، ويكون تأثير تلك الوسائل من خلال استخدام تقنيات الصور والفيديو والاعلان المتحول والايخبار التي تتسم بالسبق الإعلامي.

### الفكر المتطرف

يرى (اغا، ٢٠١٠) ان الفكر المتطرف يعبر عن قناعات عقلية مترسخة لدى جماعات أو أفراد محددين بامتلاكهم الصواب فى الرأى او الفعل دون غيرهم من المؤسسات، او الافراد المعتدلين وعبر القيام باستخدام أساليب متنوعة كالتهديد والعنف للإذعان وقبول الشروط والإملاءات لاتخاذ المواقف التي تتماشى مع عقيدتهم. وتشير دراسة (John,2016) ان فلسفة الفكر المتطرف تعتمد على اقصاء الآخرين ممن لديهم توجهات وميول لا تتوافق مع معايير هذا الفكر، والميل الدائم نحو إعطاء أنفسهم مساحة من صحة الراي دونما مقارنة بأراء الآخرين التي تتعارض معهم، و قد اكدت نتائج دراسة (Mehdi,2015) باعتماد هذا الفكر على اقصاء المعرفة الثابتة والترويج للفكر المناهض للأفكار الثابتة والراسخة التصحيحية لدى الافراد والمجتمع وعبر حجج واهية لا تستند الى أسس متينة.

بينما تشير دراسات اخرى (Josef,2016) & (Kamaldeep,2015) الى ان من اهم الابعاد والعناصر التي يتسم بها هذا الفكر عدم السماح بالآراء المعارضة واقصائها من حيز الحوار ، او التعامل معها والعمل على اثاره المشاعر لدى من لديهم خبرات ضعيفة في قضايا فكرية محددة يسهل على أصحاب الفكر المتطرف نشرها عبر ثغرة نقص الخبرة لدى من يستهدفونهم فكراً. وهذا ظهر

مرتادي المواقع تتعلق بالتواصل الاجتماعي مع الآخرين حيث من الممكن أن تكون متعلقة بدوافع دينية اخلاقية أو دوافع نفسية اجتماعية ، اضافة إلى دوافع ورغبات عاطفية أو ترفيحية، هذه بجانب الدوافع الأخرى المتصلة بالتسوية والتسوق وبناء الصداقات وشغل وقت الفراغ او حتى او التطوير المهني ومتابعة الاخبار الاجتماعية والسياسية وتتبع الموضه . لذلك أظهرت نتائج دراسة كل من (Moise and Cruceu,2014) مجموعة من الوظائف التي من الممكن ان تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي والخدمات خاصة تلك المتصلة بالأنشطة الاجتماعية وفعاليتها المختلفة، وتوفير خدمات متنوعة تتعلق بالترويج للفعاليات الاجتماعية والمناسبات الاجتماعية والاحداث التي يتجمع حولها الافراد من ذوي الانتماءات الواحدة والمهنية والنقابات او حتى الطوائف المجتمعية. ويضيف كل من (Bright et al.,2015) ان وسائل التواصل الاجتماعي تعمل على توفير اساليب متنوعة وطرق مختلفة لإحداث التفاعل الاجتماعي بين الافراد وكذلك التسوق والتعرف على الخدمات والمنتجات اضافة إلى انها تعمل على تعزيز الثقة والقناعة لدى الافراد في تلك المنتجات والخدمات، وإتاحتها لطرق واساليب تسوق مشوقة وممتعة تشجع الأفراد على الشراء . فضلاً عن إتاحتها لغرف الدردشة والخصوصية في التواصل بين الأفراد واحداثها لتأثيرات مهمة نحو إيجاد اجواء من التفاعل والتواصل بين الأفراد خاصة فيما يتصل بالحياة الاجتماعية والانخراط في التعايش مع كافة الاحداث (Kavoura and Stavrianea,2015)، الامر الذى يتيح أساليب ذات خصوصية في التواصل بين الافراد . أما عن الجوانب التأثيرية لوسائل التواصل الاجتماعي توصلت دراسة (Kim,2014) الى أنها

المتطرف يرجع الى عدة أسباب تؤدي الى إيجاد مناخ لانتشار هذا النوع من الفكر المتطرف (Josef, 2016) (لزهانكوف، ٢٠١٤) (البيومي، ٢٠١٠) (Dinesh, et.al., 2017) البعض منها يرجع الى الأمور الاجتماعية والتكيف في مرحلة التنشئة والمراحل الدراسية المختلفة والافراد والجماعات المرجعية التي يتم التواصل معهم بشكل مستمر دون رقابة من الاسرة او المؤسسات التعليمية والجامعية. هذا بجانب مجموعة أخرى من الأسباب اوضحتها دراسة (Jillian and James , 2017) تتعلق بمستويات النواحي الاقتصادية والتعليمية ومدى اسهامات الاعلام في نشر التوعية، علاوة على المستويات المتاحة من العدالة الاجتماعية والقيم المجتمعية السائدة ومدى التمسك بها من جانب المؤسسات والافراد.

وتوضح دراسات (السحيمي، ٢٠٠٩) (Bandy & 2017)، التأثيرات السلبية المترتبة على الفكر المتطرف من أهمها إحداث الخلل في التماسك الاجتماعي نتيجة انتشار الأفكار المتطرفة الهدامة، واستنزاف القدرات والطاقات الشبابية في أشياء تهدم القيم وترسيخها وتضعف حب الانتماء للمجتمع ، بالإضافة الى الاثار السيئة على الاقتصاد والتخريب الناجم عن الاحداث الإرهابية المصاحبة لتلك الأفكار. لذلك يحدد (لزهانكوف، ٢٠١٤) ان أسلوب مواجهة الفكر المتطرف يجب ان يقوم أولاً على تفهم كبير لفلسفة الفكر المتطرف، والاسس التي يقوم عليها خاصة الجوانب الضعيفة التي يعتمد عليها نت ضعف الحجة والسلامة الفكرية للمعتقدات الفكرية وبناءً عليه يتم توجيه المتخصصين والعلماء والخبراء لمواجهة هذه الفئة.

كما تشير دراسات (Miroslav and Vratislav 2016) (Faccini,, 2016) الى وسائل أخرى

من نتائج دراسات (Bandy Dinesh, et.al., 2017) & (2017) من حيث ان أصحاب الفكر المتطرف يركزون على من يسهل التأثير عليهم عبر اقناعهم بتلك الأفكار ، وجذبهم للانضمام الى معسكرهم الفكري الذي يتبنى الأفكار المتطرفة خاصة من فئة الشباب ذوي الخبرة المدمومة في مثل تلك القضايا الفكرية. بينما يضيف كل من (اغاء، ٢٠١٠) & (Faccini, 2016) ان الفئة المتطرفة تقوم بتوظيف المهارات الوجدانية والحوارية التي يمتلكونها في اقناع الآخرين بقبول أفكارهم والتسليم بها مستغلين في ذلك الجوانب العاطفية لدى الآخرين، ومن خلال الاعتماد على تغيير الصورة الذهنية الفكرية لديهم عن أصحاب الراي السليم في القضايا الفكرية التي يقومون بتحويلها الى فكر متعصب مناقض للحقيقية.

اما عن الجوانب السلوكية والسمات الشخصية لدى من يتسمون بالأفكار المتطرفة أظهرت دراسة (Jillian & (Miroslav and Vratislav , 2016) and James, 2017) انها تتركز في العناد والعصبية السلوكية والخروج عن السلوك المعتاد الطبيعي إضافة الى سلوكيات الانفعال الشديد وردة الفعل غير المتزنة التي تميل الى التعصب تجاه التأييد الاعمى لها ، وعدم الاهتمام بالنتائج السلبية المترتبة على تلك الأفكار سواء على المجتمع او الأشخاص الذين يتعرضون لمخاطر تلك الافكار .

وهناك سلوكيات أخرى للمتطرفين اوضحتها دراسة (البيومي، ٢٠١٠) تأخذ شكل التشدد والغلو في جوانب الدين والمعتقدات الدينية يصل الى درجة التكفير والنبد بل واباحة الدم والمساس بسلامة وامن الافراد الذين يخرجون عن مظلة تلك الأفكار والمعتقدات المتطرفة عن الأصول الدينية والشرعية والاجتماعية. وتتوه بعض الدراسات الى ان الفكر



لمواجهة الفكر المتطرف منها دور المؤسسات التربوية والتعليمية في مراحل مختلفة حتى الجامعة لأجل مناهضة الفكر المتطرف من منبته ، وعبر المناهج المتشعبة بمناهضة تلك الأفكار والمساهمة في نشر الاعتدال الفكري لدى طلاب المدارس والجامعات، والتواصل المستمر مع المجتمع للقيام

بدور توجيهي وتربوي لترسيخ القيم المعتدلة لدى المؤسسات والافراد بالمجتمع المدني. يستخلص الباحث من عرضه للدراسات السابقة مجموعة من الاستنتاجات التي تظهر الفجوة العلمية الخاصة بالمشكلة البحثية تمهيدا لإبراز المشكلة البحثية للدراسة بشكل واضح، كما يلي

### جدول (١) استنتاجات الباحث من الدراسات السابقة للفجوة العلمية البحثية

مرجعية الدراسات السابقة	الفجوة العلمية ذات الصلة بمشكلة الدراسة والمستنتجة من عرض الدراسات السابقة في مجال أنشطة العلاقات العامة
(Dejan, et.al. 2015) ، (Cristina, et.al.,2017) ، (Alessandro, ، (Manafand Abdalaziz ,2017) ، et.al.,2017)	تغيير طبيعة ممارسة أنشطة العلاقات العامة مع تزايد تحديات البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات ، الامر الذي يحتاج الى تغيير في أنشطة العلاقات العامة ومضمونها
(Annamaria,et.al2015) ، ( Dejanet.al.,2015) ، (Manaf and Abdalaziz et al.,2017,2017) ، (Malandrakis (Kate,2014)	تطور ممارسة أنشطة العلاقات العامة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وازدياد هذا التوجه ، مما يحتاج جهود في التحول الى استخدام وسائل التواصل في تقديم أنشطة العلاقات العامة
( Isabel,et-،(Manaf and Abdalaziz ,2017) (Mehmet and Me- ، (Kate,2014) ،.al.,2016) hlika ,2015)	تأثير أنشطة العلاقات العامة على اراء الافراد والصورة الذهنية، مما يمثل تحديا امام مسؤولي العلاقات العامة فى كيفية الاستفادة من هذا التأثير
(Kavoura and Stav-، ( Parveen et.al.,2015 ) rianea,2015) (Kiarlovac and Pavlicek ,2015)	الاقبال المتزايد من الافراد على استخدام حسابات التواصل الاجتماعي بصورة متكررة يومية، الامر الذي يشكل تحدى حول كيف يمكن استغلاله بصور تخدم تأييد او مناهضة قضية معينة
(Kiarlovac and ، ( Moise and Cruceru,2014) Pavlicek ,2015)	الاستخدامات المتنوعة لوسائل التواصل الاجتماعي من جانب الافراد خاصة في تبادل الآراء والمعلومات وابداء الراي، مما يشكل تحدى في كيفية حث الافراد على تبادل الآراء والمعلومات المفيدة والمعتدلة
(Faccini,2016) ، (Bandy,2017) (Miroslav and Vratislav ، ،(٢٠٠٩) ، 2016)	التأثير السلبي الهادم من أصحاب الفكر المتطرف على المجتمع يضع تحديات امام المؤسسات لمواجهته خاصة الجامعات

### مشكلة الدراسة

خاصة في تبادل الآراء والمعلومات وابداء الرأي، مما يشكل تحدى في كيفية حث الافراد على تبادل الآراء والمعلومات المفيدة والمعتدلة (Moise and Kiarlovac and Pavli، - Crucceru,2014) (cek, 2015)، في ظل التأثير السلبي الهادم من أصحاب الفكر المتطرف على المجتمع يضع تحديات امام المؤسسات لمواجهته خاصة الجامعات (Bandy,2017) (Faccini, 2016) (السحيمي، 2009)، وقد لاحظ الباحث من خلال مقابلات مع عينة ميسرة من مسؤولي العلاقات العامة بجامعة الكويت وجود بعض اوجه القصور في دور العلاقات العامة لمواجهة الأفكار المتطرفة من خلال استخدام حسابات التواصل الاجتماعي، وعدم وجود خطة محددة لأنشطة تبث بصورة منتظمة عبر تلك الحسابات خاصة في ظل تزايد ابعاد ظاهرة الفكر المتطرف في ساحة الجامعات ومعاناة الجامعات في الفترة الأخيرة من تلك الظاهرة وتأثيرها على الطلاب، مما يستدعى تفعيل دور إدارة العلاقات العامة بالجامعات تجاه اتخاذ ما يلزم لمواجهة تلك الأفكار الهدامة.

**مما تقدم يمكن بلورة مشكلة الدراسة في محاولتها الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي**  
 " ما تأثير استخدام إدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت لوسائل التواصل الاجتماعي على مواجهة الفكر المتطرف؟"

تتضح المشكلة البحثية للدراسة الحالية من خلال ما استخلصه الباحث في الجدول السابق من عرضه للدراسات السابقة مجموعة من الاستنتاجات التي تظهر الفجوة العلمية من حيث تغيير طبيعة ممارسة أنشطة العلاقات العامة مع تزايد تحديات البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات، الامر الذي يحتاج الى تغيير في أنشطة العلاقات العامة ومضمونها (Dejan, ،(Cristina, et.al.,2017)، (Manaf and Abdalaziz ،et.al.,2015) (Alessandro, et.al.,2017)، 2017).

علاوة على تطور ممارسة أنشطة العلاقات العامة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وازدياد هذا التوجه، مما يحتاج جهود في التحول الى استخدام وسائل التواصل في تقديم أنشطة العلاقات العامة (Annamaria, et.-،(Dejan et.al.,2015 ) (Manaf and Abdalaziz, 2017)، al.,2015) (Kate,2014) (Malandrakis et.al.,2017) إضافة الى تأثير أنشطة العلاقات العامة على اراء الافراد والصورة الذهنية، مما يمثل تحديا امام مسؤولي العلاقات العامة في كيفية الاستفادة من هذا التأثير (Manaf and Abdalaziz, 2017) (Meh- (Kate,2014)،(Isabel,et.al.,2016) (met and Mehlika, 2015).

بجانب ذلك الاقبال المتزايد من الافراد على استخدام حسابات التواصل الاجتماعي بصورة متكررة يومية، الامر الذي يشكل تحدى حول كيف يمكن استغلاله بصور تخدم تأييد او مناهضة قضية معينة (Kavoura and Pavlicek, 2015) (Kiarlovac and ،Parveen et.al.,2015) (Stavrianea,2015)، الاستخدامات المتنوعة لوسائل التواصل الاجتماعي من جانب الافراد

٤. اما عن الأهمية التطبيقية للدراسة فتتمثل في تقديمها لأدوات تعزز من دور العلاقات العامة جامعة الكويت تجاه مواجهة الفكر المتطرف لدى طلاب الجامعات ووضعهم على المسار السليم فكرياً.

### اهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية الى مجموعة من الأهداف من أبرزها ما يلي

١. التعرف على دور العلاقات العامة في جامعة الكويت وأثرها على مواجهة الفكر المتطرف.
٢. استكشاف أثر وسائل التواصل الاجتماعي على دور العلاقات العامة بالجامعات في مواجهة الفكر المتطرف، بجانب ذلك ننوه الى مجموعة من الاعتبارات التي تكسب الدراسة الحالية أهمية أكاديمية وتطبيقية:

١. الأهمية الأكاديمية للدراسة تنطلق من كونها تتناول موضوع حيوي وضروري تعاني منه الجامعات وخاصة مع استشراف الفكر المتطرف الذي يتطلب معالجات أكاديمية بحثية تؤطر الى نظريات تسهم في مواجهة ذلك الفكر.
٢. تتعلق بتناولها لموضوع حديث من وجهة نظر الباحث والى حد علمه وهو العلاقات العامة الالكترونية المعتمدة على تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي، تحتاج المكتبة العربية لاثره بالمزيد من الابيات.
٣. في حين نجد ان البعد التطبيقي لأهمية الدراسة الحالية يتمثل في تقديمها لمسئولي جامعة الكويت واقع دور العلاقات العامة تجاه مواجهة الفكر المتطرف.

### فرضيات الدراسة ونموذج المتغيرات

#### البحثية

انطلاقاً من مشكلة الدراسة واسئلتها وأهدافها قام الباحث بصياغة الفرضيات الآتية وبالاعتماد على مجموعة من الدراسات ذات العلاقة بموضوع أنشطة العلاقات العامة ووسائل التواصل والفكر المتطرف (Dejanet.al.,2015)،(Cristina,et.al.,2017)، (Annamaria, (Alessandro,et.al.,2017)، (Manaf and Abdalaziz ،et.al.,2015) (Kate,2014) (Malandrakis,et- ،2017) (Parveen et.al.,2015 )&.al.,2017) (Kiarlovac ،( Moise and Cruцерu,2014)

### وينبثق منه التساؤلات الفرعية الآتية:

١. ما تأثير دور العلاقات العامة بجامعة الكويت على مواجهة الفكر المتطرف؟
٢. ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على دور إدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت؟
٣. ما تأثير أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على مواجهة الفكر المتطرف بجامعة الكويت؟.

### أهمية الدراسة

تنطلق أهمية الدراسة من كونها تعد من الدراسات الأولى على حد علم الباحث التي تتناول موضوع دور العلاقات العامة بالجامعات في مواجهة الفكر المتطرف ، بجانب ذلك ننوه الى مجموعة من الاعتبارات التي تكسب الدراسة الحالية أهمية أكاديمية وتطبيقية:

١. الأهمية الأكاديمية للدراسة تنطلق من كونها تتناول موضوع حيوي وضروري تعاني منه الجامعات وخاصة مع استشراف الفكر المتطرف الذي يتطلب معالجات أكاديمية بحثية تؤطر الى نظريات تسهم في مواجهة ذلك الفكر.
٢. تتعلق بتناولها لموضوع حديث من وجهة نظر الباحث والى حد علمه وهو العلاقات العامة الالكترونية المعتمدة على تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي، تحتاج المكتبة العربية لاثره بالمزيد من الابيات.
٣. في حين نجد ان البعد التطبيقي لأهمية الدراسة الحالية يتمثل في تقديمها لمسئولي جامعة الكويت واقع دور العلاقات العامة تجاه مواجهة الفكر المتطرف.

(Bandy ,2017) and Pavlicek ,2015)،  
 (Faccini, 2016) ، (الســـــــــــــــــحيمي، ٢٠٠٩)،  
 (Miroslav and Vratislav , 2016)

٤. " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  
 معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ ) بين دور العلاقات العامة  
 بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر  
 وسائل التواصل الاجتماعي." **H14**

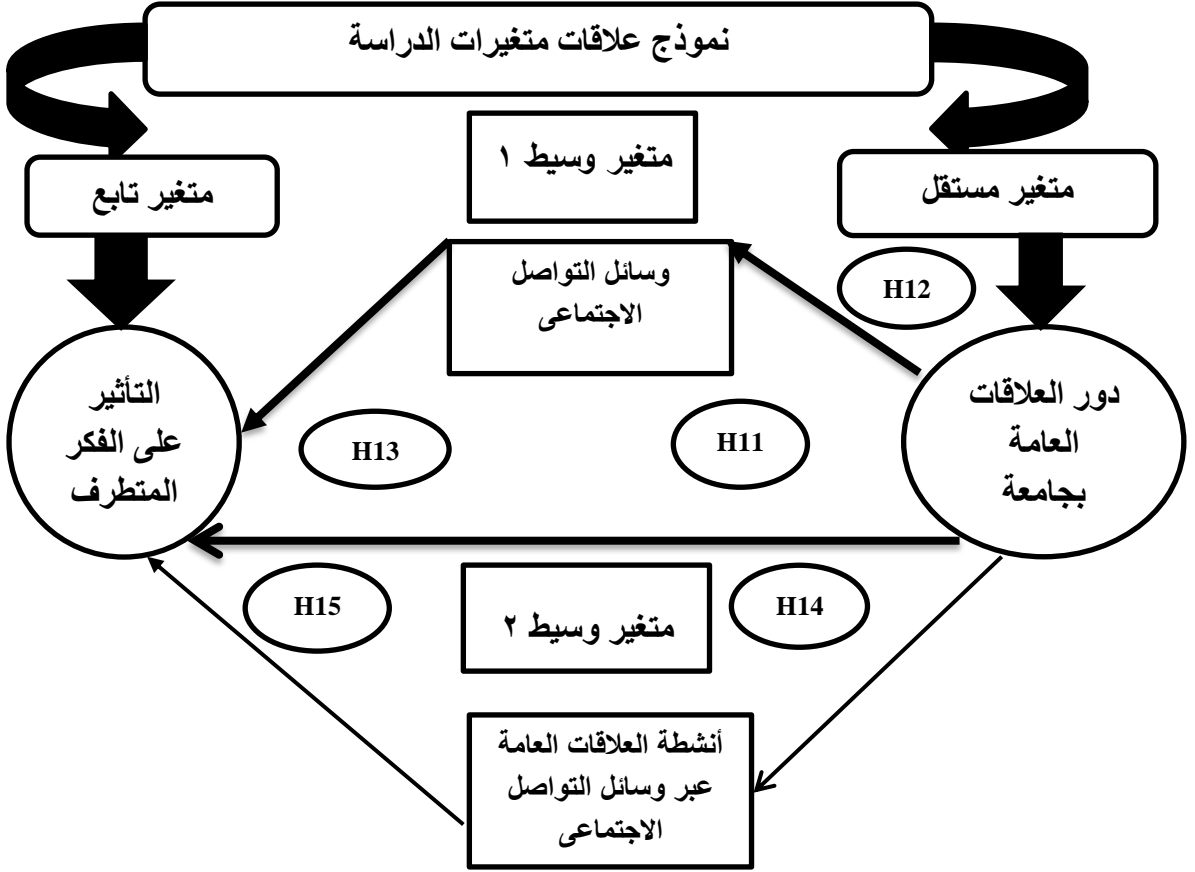
٥. " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  
 معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ ) بين أنشطة العلاقات العامة  
 عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومواجهة الفكر  
 المتطرف." **H15**

١. " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  
 معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ ) بين دور العلاقات العامة  
 بجامعة الكويت ومواجهة الفكر المتطرف." **H11**

٢. " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  
 معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ ) بين دور العلاقات العامة  
 بجامعة الكويت ووسائل التواصل الاجتماعي.  
**H12**

٣. " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى  
 معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ ) بين وسائل التواصل  
 الاجتماعي ومواجهة الفكر المتطرف." **H13**

ويوضح الشكل التالي نموذج العلاقة بين متغيرات الدراسة:



شكل (١) نموذج علاقات متغيرات الدراسة

## مقاييس متغيرات نموذج الدراسة والثبات والصدق

تم تحديد متغيرات نموذج الدراسة وفقرات قياس كل متغير ضمن أداة الدراسة وقيم الفاكرونباخ وصدق المحتوى (R) كما هو موضح في جدول (٢):

### جدول (٢) متغيرات الدراسة وفقرات القياس والثبات والصدق لأداة الدراسة

المتغيرات	مكونات المقياس	الفاكرونباخ	صدق المحتوى R
دور العلاقات العامة	١٠ فقرات	(٠.٩٠) ثبات فقرات المقياس الاختبار وإعادة الاختبار قيمة المعامل (٠.٨٧)	(٠.٧٧)
وسائل التواصل الاجتماعي	١١ فقرة	(٠.٩٣) ثبات فقرات المقياس الاختبار وإعادة الاختبار قيمة المعامل (٠.٨٨)	(٠.٨٠)
أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي	٩ فقرات	(٠.٨٩) ثبات فقرات المقياس الاختبار وإعادة الاختبار قيمة المعامل (٠.٨٤)	(٠.٧٨)
التأثير على الفكر المتطرف	٩ فقرات	(٠.٨٦) ثبات فقرات المقياس الاختبار وإعادة الاختبار قيمة المعامل (٠.٩١)	(٠.٨٢)

## تصميم أداة الدراسة

أنشطة العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي والفكر المتطرف، ويوضح الباحث الإجراءات التي قام بها من أجل تطوير أداة الدراسة المستخدمة كما يلي:

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات البحثية قام الباحث بالرجوع الى عدة دراسات لتصميم أداة الدراسة ومحاورها المختلفة التي تخدم قياس العلاقات بين المتغيرات البحثية المتعلقة للعلاقة بين

## جدول (٣) تصميم مقاييس أداة الدراسة

المتغير المستقل		
فقرات القياس	الدراسات السابقة ذات العلاقة بمقياس دور العلاقات العامة	دور العلاقات العامة
10	(Manaf ، (Dejan, et.al.,2015) ، (Cristina, et.al.,2017) (Alessandro, et.al.,2017)، and Abdalaziz ,2017)	
المتغير الوسيط الاول		
11	الدراسات السابقة ذات العلاقة بمقياس وسائل التواصل الاجتماعي ( Kiarlovac and Pavlicek ،(Parveen et.al.,2015 ) (Kavoura and Stavrianea,2015 ،2015 )	وسائل التواصل الاجتماعي
المتغير الوسيط الثاني		
9	الدراسات السابقة ذات العلاقة بمقياس أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Annamaria, et.al.,2015) ،( Dejan et.al.,2015) (Kate,2014) ، (Manaf and Abdalaziz,2017) (Malandrakis, et.al.,2017)	أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي
المتغير التابع		
9	الدراسات السابقة ذات العلاقة بمقياس التأثير في الفكر المتطرف (Faccini, 2016 ،Bandy ,2017) ،(السحيمي،٢٠٠٩)، (Miroslav and Vratislav , 2016)	التأثير في الفكر المتطرف
سؤال مفتوح عن معوقات دور أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل في التأثير على الفكر المتطرف		
سؤال مفتوح عن كيفية مواجه تلك المعوقات		

## وحدة المعاينة

موظفي ومسؤولي إدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت.

## إجراءات تطبيق أداة الدراسة

قام الباحث باتخاذ الاجراءات التالية في تطبيق أداة الدراسة وتوزيعها على المجتمع:

١. التعرف على مواعيد العمل المناسبة والوقت المناسب لدى مسؤولي العلاقات العامة .
٢. الاتصال وتحديد موعد المقابلة وتسليم الاستبيان، مع تأكيد الموعد قبل الذهاب.
٣. اتاحة وقت كاف للمستجيبين للأدلاء بارأؤهم دونما اى ضغط من الباحث والحياد التام من خلال ترك الاستبيان لهم ثم تحديد موعد منهم لاستلامها بعد ابداء الراى.
٤. التواصل مع عينة الدراسة عبر الايميل والتلفون وبرنامج " الواتس اب " لإيضاح الاستفسارات التى ترد من العينة.
٥. في حالة تطلب الامر الذهاب الى مقابلة أحد من مفردات المجتمع تم الذهاب في الموعد لإيضاح الاستفسارات للعينة.
٦. استبعاد الاستبيانات غير المستوفية لشروط تعبئة الاستبانة.
٧. تم توزيع عدد (١١٠) استبانة تم تلقى عدد (١٠٥) استبانة، وبعد حذف الاستبيانات غير مكتملة الاجابات وصل العدد الى (٩٨) استبانة مكتملة بنسبة استجابة (٨٩%).

## الاساليب الاحصائية المستخدمة بالبحث

اعتمد الجانب التطبيقي الاحصائي للدراسة على استخدام اسلوب **Structural Equation**، اضافة إلى استخدام تحليل البيانات بواسطة برنامج **SPSS**

اشتملت أداة الدراسة على أربعة اقسام تناول القسم الاول وسائل التواصل الاجتماعى متضمن ١١ فقرة، القسم الثاني ركز على دور العلاقات العامة في الجامعات متضمناً ١٠ فقرات، القسم الثالث أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعى ٩ فقرات، القسم الرابع التأثير فى الفكر المتطرف ٩ فقرات، القسم الخامس والسادس تضمن سؤالين مفتوحين بخصوص المعوقات والحلول المتعلقة بدور العلاقات العامة في الجامعات والتأثير فى الفكر المتطرف.

## قياس الثبات والصدق في أداة الدراسة

قام الباحث بإجراء اختبار الصدق والثبات في أداة اختبار العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعى والتأثير فى الفكر المتطرف " الفاكرونباخ" معامل ارتباط بيرسون **R** وذلك كما هو موضح في جدول (٢).

## منهجية الدراسة

### منهج البحث وأسلوب جمع البيانات

### نوع البحث وأسلوب جمع البيانات

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وقد اعتمد الباحث على أسلوب جمع البيانات الثانوية من مصادرها عبر الدراسات والادبيات السابقة ومصادرها الأولية من مقابلات وتوزيع الاستبيانات على مجتمع البحث.

### مجتمع ونوع وعينة البحث

يشتمل مجتمع البحث فى جامعة الكويت.

### نوع وعينة البحث

اعتمد الباحث على اسلوب الحصر الشامل للعاملين في إدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت، حيث بلغ حجم المجتمع ١١٠ مفردة.



**v.20** ، معامل الفاكرونباخ والتحليل العاملي لحساب معاملات لحساب الثبات والصدق، مؤشرات جودة النموذج المقترح ، معاملات الارتباط والانحدار بين متغيرات النموذج المقترح لقياس العلاقة بين دور العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي والتأثير على الفكر المتطرف بجامعة الكويت.

كما قام الباحث بتحديد وتوصيف متغيرات النموذج في ضوء اهداف وفرضيات البحث وهي: دور العلاقات العامة (P.R.R.)، وسائل التواصل الاجتماعي (S.M.)، أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي (P.A.S.M.) ، التأثير في الفكر المتطرف (V.E.) ، وكانت النتائج كما يلي:

### جدول (٤) نتائج التحليل العاملي لمتغيرات الدراسة Exploratory Factor Analysis

المحاور	عدد البنود	مجموع معامل التحميل
دور العلاقات العامة (P.R.R.)	١٠	٨١.١١٢
وسائل التواصل الاجتماعي (S.M.)	١١	٨٥.٢١٢
أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي (P.A.S.M.)	٩	٨٣.٤٢١
التأثير في الفكر المتطرف (V.E.)	٩	٨٢.٨٥١

### نتائج اختبار النموذج المقترح ومعايير الجودة لنموذج العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ودور العلاقات العامة والتأثير في الفكر المتطرف

استخدم الباحث التحليل العاملي التوكيدي من خلال برنامج أموس (AMOS 17.0)، ونموذج القياس Measurement Model عبارة عن علاقة المتغيرات الخارجية الظاهر Manifest Exogenous Variables مع المتغيرات الضمنية Latent Variables ويطلق عليه أحيانا النموذج التوكيدي Confirmatory Model، وفيما يلي نعرض النتائج المتحصل عليها:-

يتضح من نتائج التحليل العاملي ما يلي: تشعبات البنود على العوامل الناتجة من المتغيرات الاربعة الرئيسية للمقياس فسرت مجتمعة معاً ما بين (٨١.١% - ٨٥.٢%) من التباين الكلي للمصفوفة بالإضافة إلي جذورها الكامنة أكبر من الواحد الصحيح، وتشعب موجباً بجميع البنود وهو ما يوضح وجود صدق عالي في اداة القياس للعلاقة بين دور العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي و التأثير في الفكر المتطرف وهنا الغرض من استخدام التحليل العاملي هو بهدف تأكيد ملائمة عبارات القياس في محاور الاداة وليس الحذف (Hair, et.al., 2010)

جدول (٥) مؤشرات جودة التوافق الكلية لنموذج القياس للعلاقة بين دور أنشطة العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف

القيمة	مؤشرات جودة التوافق الكلية
٥٢.١١٩	مربع كاي Chi-Square
٢٤	درجات الحرية DF
٠.٠٠٠	المعنوية SIG.
٢.٤٦٦	Chi-Square st.
٠.٩٦١	مؤشر جودة التوافق (GFI) Goodness-of-fit-index
٠.٩٤١	مؤشر جودة التوافق المصحح (AGFI) Adjusted Goodness-of-fit-index
٠.٩٣١	مؤشر جودة التوافق المقارن (CFI) Comparative-of-fit-index
٠.٠٠٤	مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربعات خطأ التقريب (RMSE) Root Mean Square Error of Approximation
٠.٠٨٤	مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الخطأ (RMR) Root Mean Square Residual

الجدول التالي نتائج اختبار معاملات نموذج القياس المقترح، ويلاحظ أن جميع معاملات النموذج عالية المعنوية عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

وبناء عليه نستطيع القول إن نموذج القياس (بناء على مؤشرات جودة التوافق الكلية) يفسر العلاقة بين دور أنشطة العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف ، يوضح

جدول (٦) معاملات المسارات ومعنويتها بنموذج العلاقة بين العلاقات العامة ووسائل التواصل ومواجهة الفكر المتطرف

المعنوية	قيمة ت	الخطأ المعياري	التقدير المعياري	التقدير* التقدير	بيان المسار		
0.000	11.265	0.171	0.845	0.961	SM	<---	F1
0.000	14.765	0.077	0.863	0.979	PRR	<---	F2
0.000	10.455	0.112	0.881	1.003	P.A.S.M.	<---	F3
0.000	10.680	0.106	0.865	0.955	V.E.	<---	F4

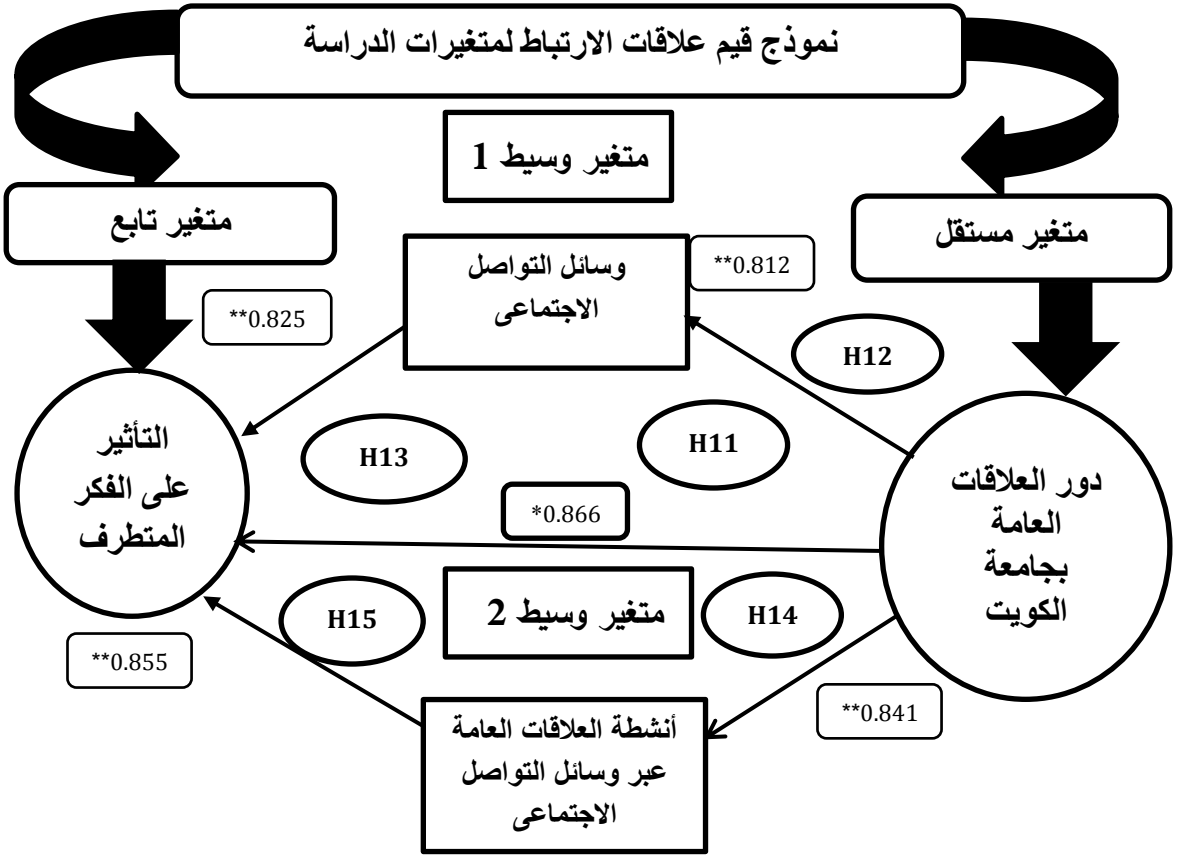
التواصل الاجتماعي ( S.M. )، دور إدارة العلاقات العامة (PRR)، أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي (P.A.S.M)، والتأثير في الفكر المتطرف (V.E).

من الجدول لمعاملات المسارات للعلاقات المختبرة يتضح أن جميع المعاملات في النموذج المقترح إيجابية ومعنوية عند مستوى دلالة (0.000) مما يعنى وجود علاقات تأثير من متغيرات النموذج الثابتة وهي وسائل

العلاقة بين المتغيرات بالنموذج واختبار صحة الفروض  
جدول (٧) معاملات ارتباط بيرسون لمتغيرات نموذج العلاقة بين وسائل التواصل  
الاجتماعي ودور العلاقات العامة والتأثير في الفكر المتطرف

(V.E.)	(.P.A.S.M)	( S.M. )	(P.R.R.)	المتغيرات
			١	دور العلاقات العامة (P.R.R.)
		١	**٠.٨١٢	وسائل التواصل الاجتماعي (S.M)
	١	**٠.٨٤١	**٠.٨٤١	أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل (.P.A.S.M)
١	**٠.٨٥٥	**٠.٨٢٥	**٠.٨٦٦	التأثير في الفكر المتطرف (V.E.)

\*\* معنوي عند مستوى ٠.٠٥



شكل (٢) نموذج علاقات متغيرات الدراسة متضمن قيم الارتباط للمتغيرات البحثية

والتأثير في الفكر المتطرف، خاصة ان علاقة التأثير جاءت بقية قدرها (75%) الامر الذي يعني ان ما قيمته 75% من التغيرات في الفكر المتطرف ترجع الى دور العلاقات العامة بجامعة الكويت، وهو وما يتفق مع دراسات كل من (Manaf and (2017), (Abdalaziz, 2017), (Isabel, et.al., 2016), (Kate, 2014) حيث تسهم العلاقات العامة في التأثير على الآراء من اجل دعم قضية معينة والتحول الى الآراء الإيجابية من خلال معرفة

### اختبار فرضيات الدراسة

اولاً: اختبار الفرضية الاولى H11 وتنص

هذه الفرضية على ما يلي

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير في الفكر المتطرف" H01 ويوضح جدولي ٩&٨ نتائج اختبار هذه الفرضية ان قيمة معامل ارتباط بيرسون تشير الى قيمة إيجابية طردية تساوي (0.866\*\*) مما يعنى معنوية العلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت

الحقائق الواقعية وتوضيح الصورة الذهنية ، (et.al.,2016) حول اسهامات دور العلاقات العامة ومقاومة الأفكار النابعة من الفكر المتطرف الذى يبنى على التأثير في اراء الاخرين و التأثير السلبي على المجتمع (Bandy,2017)، وتأتى نتيجة الدراسة الحالية لتعزيز من نتائج دراسة (Isabel, 2017) روابط الاتصال المؤثرة في احداث التغيير الإيجابي.

### جدول رقم (٨)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة للفرضية الأولى بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير فى الفكر المتطرف

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدالة)
دور العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير فى الفكر المتطرف	٠.٨٦٦**	٠.٠٠٣٣**	دالة

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

### جدول رقم (٩)

نموذج الانحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية العلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير فى الفكر المتطرف

معامل التحديد	قيمة "ف" F. test	قيمة "ت" t. test	المعاملات المقدره $\beta_i$	المتغير المستقل
R2	مستوى المعنوية	مستوى المعنوية	القيمة	دور العلاقات العامة بجامعة الكويت
%٧٥	٠.٠٠٣٣**	٤٣١.٨٢٣	٢.٩٥٥	٠.٣٧٧
		٠.٠٠٣٣**	٢٠.٨١٦	٠.٨٦١

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

(F-test) هي (431.823) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (0.05) ، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار لدور العلاقات العامة بجامعة الكويت في الفرضية الاولى على التأثير في الفكر المتطرف .

## اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار للعلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير في الفكر المتطرف:

لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج ككل، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة إختبار

ويمكن تحديد مكونات معادلة نموذج الانحدار لدور العلاقات العامة بجامعة الكويت للتأثير في الفكر المتطرف كما يلي

$$\text{التأثير في الفكر المتطرف} = 0.377 + 0.861 \text{ * دور العلاقات العامة بجامعة الكويت}$$

إيجابية طردية تساوي (0.812) مما يعني معنوية العلاقة وان دور العلاقات العامة بجامعة الكويت ترتبط بوسائل التواصل الاجتماعي، خاصة ان علاقة التأثير جاءت بقيمة قدرها (66%) ، حيث تأتي هذه النتيجة بالتوافق مع دراسات (Dejan et.al.,2015)، (Annamaria, 2017) (Manaf and Abdalaziz ,et.al.,2015) التي أوضحت ان هناك تحولات في دور العلاقات العامة وتغير طبيعة ممارسة أنشطتها وزيادة اعتماد ممارسات وأنشطة العلاقات العامة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خاصة (Dejan et al.,2015) ، في ظل اقبال الافراد على استخدام تلك الوسائل بصورة يومية مما يعزز من فرص العلاقات العامة في التأثير عليهم و التواصل معهم بصورة حديثة (Bright et.al.,2015).

ومن نموذج العلاقة الإنداريه السابق، يمكن التنبؤ بدرجات التأثير في الفكر المتطرف من خلال دور العلاقات العامة بجامعة الكويت، وهو يدل على أن كل زيادة في مؤشرات دور العامة بجامعة الكويت قدرها (0,861) تؤدي الى زيادة في التأثير في الفكر المتطرف بمقدار واحد صحيح.

## ثانيا: اختبار الفرضية الثانية

وتنص هذه الفرضية على ما يلي H12

"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت ووسائل التواصل الاجتماعي" ويوضح جدولي 9 و 10 نتائج اختبار هذه الفرضية ان قيمة معامل ارتباط بيرسون تشير الى قيمة

## جدول رقم (٩)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت  
ووسائل التواصل الاجتماعي

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدالة)
دور العلاقات العامة بجامعة الكويت ووسائل التواصل الاجتماعي	**٠.٨١٢	**٠.٠٠٩	دالة

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

## جدول رقم (١٠)

نموذج الانحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية تأثير بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت ووسائل التواصل الاجتماعي

معامل التحديد R <sup>2</sup>	قيمة "ف" F. test		قيمة "ت" t. test		المعاملات المقدره $\beta_i$	المتغير المستقل
	مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية	القيمة		
٦٦%	**٠.٠٠٩	١٩١.٢١١	**٠.٠٠٩	٥.٢٨٨	٠.٤٥٥	دور العلاقات العامة بجامعة الكويت
			**٠.٠٠٩	١٣.٤٩٨	٠.٧٦٣	

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

١٢&١١ نتائج اختبار هذه الفرضية ان قيمة معامل ارتباط بيرسون (r) تشير الى قيمة إيجابية طردية تساوى (\*\*٠.٨٢٥) مما يعنى معنوية العلاقة وان وسائل التواصل الاجتماعي ترتبط بالتأثير فى الفكر المتطرف ، خاصة ان علاقة التأثير جاءت بقيمة قدرها (٦٨%) الامر الذى يعنى ان ما قيمته

## ثالثاً: اختبار الفرضية الثالثة H13

وتتنص هذه الفرضية على ما يلي

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير فى الفكر المتطرف " ويوضح جدولي



٦٨% من التغيرات في والتأثير في الفكر المتطرف ترجع الى وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسات (السحيمي، ٢٠٠٩)، (Bright (Miroslav and Vratislav , 2016) et.al.,2015) حيث يظهر تأثير وسائل التواصل على الفكر المتطرف من حيث كونها أداة لتوصيل المعلومات الحقيقية والتأثير على الآراء في الاتجاه الإيجابي وتوليد القناعة لديهم (Kim,2014) نتيجة أساليب عرض وتقديم مرئية ومسموعة ومقروءة بشكل مشوق ومقنع (Bright et.al.,2015)،

خاصة في ظل ان الفكر المتطرف يستخدم أسلوب التأثير والاقناع السلبي على الافراد بطرق مبالغ فيها تخرج على طبيعة المجتمع والقيم والاسس الراسخة لدى فئات المجتمع (Dinesh, et.al., 2017) (السحيمي، ٢٠٠٩) ، وقد اكدت دراسة (Jillian and James,2017) على ان التأثير في الفكر المتطرف يتطلب الاعتماد على النشر والتوعية السريعة والسليمة لمواجهة اثار تلك الأفكار الامر الذي تسهم في تحقيقه وسائل التواصل وامكانياتها المختلفة .

### جدول رقم (١١)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط (r)	بين وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف
دالة	**٠.٠٠٠٤	**٠.٨٢٥	

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

### جدول رقم (١٢)

نموذج الانحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف

معامل التحديد	قيمة "ف" F. test	قيمة "ت" t. test	المعلومات المقدرة	المتغير المستقل
R <sup>2</sup>	القيمة المعنوية	القيمة المعنوية	$\beta_i$	
%٦٨	**٠.٠٠٠٤	٤٠١.٣٥٥	٢.٥٠١	٠.٣٨١ وسائل التواصل الاجتماعي
		**٠.٠٠٠٤	٢٠.٢١١	٠.٨٣٦

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

المتطرف ، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة إختبار (F-test) هي (401.355) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (0.05) ، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار لوسائل التواصل الاجتماعي في الفرضية الثالثة H03 على الفكر المتطرف.

## اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار للعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف

اختبار معنوية جودة توفيق النموذج للعلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر

ويمكن تحديد مكونات معادلة نموذج الانحدار وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف كما يلي

$$\text{التأثير في الفكر المتطرف} = 0.381 + 0.836 \text{ وسائل التواصل الاجتماعي}$$

(0.841) مما يعنى معنوية العلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، خاصة ان علاقة التأثير جاءت بقيمة قدرها (71%) ، وقد اكدت دراسات (Dejan, et.al.,2015) على ان تطور ممارسات أنشطة العلاقات العامة يتطلب الاعتماد على وسائل التواصل في ممارسة أنشطتها ، ويتفق ذلك مع دراسة (Manaf and Abdal- aziz, 2017) التي أوضحت ان ممارسة أدوار العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر التوجهات الحديثة، وهو يتفق كذلك مع ما توصلت اليه دراسة (Alessandro, et.al.,2017) الى ان وسائل التواصل تتيح سهولة لدور العلاقات العامة في التواصل مع الأطراف الداخلية والخارجية من ذوى العلاقة بالمؤسسة .

ومن نموذج العلاقة الإنداريه السابق، يمكن التنبؤ بدرجات التأثير في الفكر المتطرف من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وهو يدل على أن كل زيادة في مؤشرات وسائل التواصل الاجتماعي قدرها (0.836) تؤدي الى التأثير في الفكر المتطرف بمقدار واحد صحيح.

### رابعاً: اختبار الفرضية الرابعة H14

#### وتنص هذه الفرضية على ما يلي

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي " ويوضح جدولي 14&13 نتائج اختبار هذه الفرضية ان قيمة معامل ارتباط بيرسون (r) تشير الى قيمة إيجابية طردية تساوى

## جدول رقم (١٣)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى النتيجة (الدالة)
دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي	٠.٨٤١**	٠.٠٠٨**

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

## جدول رقم (١٤)

نموذج الانحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية تأثير دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

معامل التحديد R2	قيمة "ف"		قيمة "ت"		المعلمة المقدره $\beta_i$	المتغير المستقل
	F. test	القيمة المعنوية	t. test	القيمة المعنوية		
%٧١	٤٠٢.٣٠١	٠.٠٠٨**	٢.٩٢٤	٠.٠٠٨**	٠.٣٦٣	دور العلاقات العامة
			٢٠.١١٣	٠.٠٠٨**	٠.٨٢١	جامعة الكويت

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

الذى يعنى ان ما قيمته 73.1% من التغيرات بالتأثير فى الفكر المتطرف ترجع الى أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعى ، حيث تتفق تلك النتيجة مع دراسات (Moise and Kiarlovac and Pavli- ,Cruceu,2014) (cek ,2015) التى أوضحت ان التأثير فى الفكر المتطرف يتطلب نشر الحقائق والتأثير فى الآراء (Kim,2014) والتغلب على أصحاب الفكر المتطرف من خلال استغلال إمكانيات وسائل التواصل وأقبال الافراد عليها بشكل يومي في نشر الآراء الإيجابية المناهضة لهذا الفكر (Jillian and James , 2017) (Bright et.al.,2015).

### ثالثاً: اختبار الفرضية الخامسة H15 وتنص هذه الفرضية على ما يلي

" لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعى والتأثير فى الفكر المتطرف " ويوضح جدولي 15&16 نتائج اختبار هذه الفرضية ان قيمة معامل ارتباط بيرسون ( $r$ ) تشير الى قيمة إيجابية طردية تساوى ( $0.855^{**}$ ) مما يعنى معنوية العلاقة وان أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعى ترتبط بالتأثير فى الفكر المتطرف ، خاصة ان علاقة التأثير جاءت بقيمة قدرها (73.1%) الامر

#### جدول رقم (١٥)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعى والتأثير فى الفكر المتطرف

النتيجة (الدالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط ( $r$ )	بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعى والتأثير فى الفكر المتطرف
دالة	**٠.٠٠٩	**٠.٨٥٥	

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).

## جدول رقم (١٦)

نموذج الانحدار الخطي البسيط لتحديد معنوية تأثير أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الفكر المتطرف

معامل التحديد	قيمة "ف" F. test	قيمة "ت" t. test	المعاملات
$R^2$	القيمة	القيمة	المتغير المستقل المقدر $\beta_i$
مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية	القيمة
0.731	403.311	2.035	0.395
**0.009	**0.009	0.287	0.856
			أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

\*\*دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05).

اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار للعلاقة بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف. (F-test) هي (403.311) وهي ذات معنوية عند مستوى أقل من (0.05)، مما يدل على جودة تأثير نموذج الانحدار لأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الفرضية الخامسة H05 على الفكر المتطرف.

لاختبار معنوية جودة توفيق النموذج للعلاقة بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة إختبار

ويمكن تحديد مكونات معادلة نموذج الانحدار وتأثير أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف كما يلي:

اختبار معنوية جودة توفيق نموذج العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف، تم استخدام اختبار (F-test)، وحيث أن قيمة إختبار

التأثير في الفكر المتطرف =  $0.395 + 0.856$  أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت ووسائل التواصل الاجتماعي بالتوافق مع دراسات مع دراسات (Dejan, et.al., 2015)، (Annamaria, et.al., 2015)، (Bright (Manaf and Abdalaziz, 2017) et.al., 2015) وهو ما يعزز من أهمية وسائل التواصل الاجتماعي ومناسبتها لطبيعة دور العلاقات العامة القائمة على الاتصال مع الطلبة و الجمهور وايصال المعلومات والحقائق اليهم وتعزيز الصورة الذهنية عن الجامعة.

اما على مستوى الفرضية الثالثة (H13) جاءت النتائج لتبين صحة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف ومعنويتها عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتعزيز هذه النتيجة نتائج دراسات كل من (السحيمي، ٢٠٠٩)، (Miroslav, and Vratislav, 2016) (Bright et.al., 2015) (Kim, 2014)، (Dinesh, et.al., 2017) (Jillian and James, 2017)، الامر الذي يؤكد لنا الدور المهم لمزايا وخصائص وسائل التواصل من حيث قدرتها على تسهيل مواجهة الفكر المتطرف عبر سرعة انتشار الحقائق والقيم المناهضة لهذا الفكر والتأثير على الطلبة بالصورة الإيجابية خصوصا في اهتمام المجتمع باستخدام حسابات وسائل التواصل الاجتماعي والاطلاع عليها بصورة يومية.

ومن نموذج العلاقة الإنداريه السابق، يمكن التنبؤ بدرجات التأثير في الفكر المتطرف من خلال أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو يدل على أن كل زيادة في مؤشرات أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي قدرها ( $0.856$ ) تؤدي الى التأثير في الفكر المتطرف بمقدار واحد صحيح.

### مناقشة نتائج الدراسة الحالية وعلاقتها بالدراسات السابقة

أوضحت نتائج الدراسة الحالية وجود علاقات تأثير وارتباط بين متغيرات نموذج الدراسة التي قامت على اختبار العلاقة الرئيسية بين دور أنشطة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف في جامعة الكويت، حيث أوضحت نتائج الفرضية الأولى (H11) صحة العلاقة ومعنويتها عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير في الفكر المتطرف متوافقة مع نتائج دراسات من (Manaf and Abdalaziz, 2017)، (Isabel, et.al., 2016)، (Kate, 2014)، (Bandy, 2017) مما يؤكد على أهمية دور العلاقات العامة بجامعة الكويت في التأثير على مواجهة الفكر المتطرف من خلال توظيف أنشطة الاقناع وتعزيز الصورة الذهنية ونشر الآراء الإيجابية كأحد الأدوار المهمة للعلاقات العامة.

كما توصلت نتائج الدراسة الحالية في الفرضية الثانية (H12) الى صحة العلاقة ومعنويتها عند

١. وجدت علاقة بين دور إدارة العلاقات العامة بجامعة الكويت والتأثير على الفكر المتطرف.
٢. تبين وجود علاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت ووسائل التواصل الاجتماعي.
٣. كما وجدت علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف.
٤. تبين وجود علاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
٥. كما اتضح وجود علاقة بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف.

### توصيات الدراسة

- في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها تقترح الدراسة الحالية مجموعة من التوصيات التي تعزز من الارتقاء بأداء ودور الجامعات من خلال العلاقات العامة نحو مواجهة الفكر المتطرف ومنع انتشاره بين الطلاب، ومن خلال الآتي
١. تطوير الأدوار والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة بالجامعة بحيث تكون مصممة بشكل يساعد على مواجهة الفكر المتطرف وإن تضمن جوانب الاقناع والتأثير والحوار البناء مع الطلبة.
  ٢. تطوير قدرات العاملين في إدارة العلاقات العامة على أنشطة تحسين الصورة الذهنية وتقديم برامج اجتماعية قائمة على أسس ترسخ القيم الاجتماعية والتقاليد المناهضة للفكر المتطرف.
  ٣. فتح حسابات للتواصل الاجتماعي للعلاقات العامة على تلك المواقع والتعريف بها لدى الطلاب بالجامعة.
  ٤. استخدام تطبيقات وبرمجيات عبر وسائل التواصل الاجتماعي يمكن من خلالها بث كافة

وجاءت نتائج اختبار الفرضية الرابعة (H14) لتثبت صحة العلاقة بين دور العلاقات العامة بجامعة الكويت وأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) متوافقة مع نتائج دراسات (Dejan, et.al.,2015) ، (Alessa-،(Manaf and Abdalaziz, 2017) ، (ndro, et.al.,2017) الامر الذي يؤكد على أهمية دور العلاقات العامة من خلال حسابات وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير والاقناع والانتشار والوصول الى الفئات المستهدفة بسهولة وتعزيز العلاقات معهم من خلال إمكانيات تلك الحسابات. وفي الفرضية الخامسة للدراسة الحالية (H15) توصلت النتائج الى صحة العلاقة بين أنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير في الفكر المتطرف عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) متوافقة مع نتائج دراسات (Moise and Cru- (Kiarlovac and Pavlicek ، ceru,2014) (Jillian and James, (Kim,2014) 2015,) (Bright et.al.,2015) (2017) مما يظهر أهمية ان تطور العلاقات العامة طريقة ممارسة أدوارها المختلفة من خلال استغلال إمكانيات وسائل التواصل في التعامل مع الفكر المتطرف بالجامعة حيث تسهل تلك الوسائل في تحقيق التأثير الإيجابي على الآراء واحداث القناعة بالآراء السليمة المناهضة للفكر المتطرف.

### ملخص النتائج وتوصيات الدراسة

في ضوء ما سبق استعرضه من الدراسة التطبيقية لفحص العلاقة اثر استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الفكر المتطرف بجامعة الكويت

## مقترحات الدراسة الحالية للأبحاث المستقبلية

تقترح الدراسة الحالية بعض الموضوعات البحثية في مجال العلاقات العامة والتواصل الاجتماعي والفكر المتطرف لتعزيز واثراء الجهود البحثية كما يلي

- أثر حساب الفيس بوك لإدارة العلاقات العامة بالجامعة على مواجهة الفكر المتطرف لدى الطلبة
- دور إدارة العلاقات العامة بالجامعات عبر الفيس بوك في توجيه اراء الطلبة لمناهضة الفكر المتطرف
- دراسة مقارنة بين حسابات التواصل الاجتماعي الفيس بوك والانستجرام وسناب شات في التأثير على طلبة الجامعات لمناهضة الفكر المتطرف

أنشطة العلاقات العامة والاعلان عن سياسات وتوجهات الجامعة للطلبة.

٥. استغلال إمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي وحسابات إدارة العلاقات العامة في الجامعة لتقديم أنشطة مرئية ومسموعة ومقروءة وحوارية وتفاعلية تتاهض الفكر المتطرف وتزيد الوعي لدى الطلبة بخطورة اثار هذا الفكر.

٦. التوسع دور إدارة العلاقات العامة بالجامعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تصميم الإصدارات التوعوية المؤثرة في الفكر لدى الطلبة بصورة مناسبة لإمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي من أفلام فيديو وجرافيكس وصور تخدم التأثير على قناعتهم بمواجهة الفكر المتطرف.



## المراجع

## ثانيا: المراجع الأجنبية

1. **Abzari , M. ; Ghassemi , R.; V-osta , N. (2014).** Analyzing The Effect Of Social Media On Brand At-titude And Purchase Intention: The Case Of Iran Khodro Company. Social And Behavioral Sciences , V. 143 ,14 , August ,pp:822 – 826.
2. **Alessandro, M., Davide, Q., Laura, R. 2017.** The effects of university rules on spinoff creation: The case of academia in Italy. Research Policy, V. 45, 7, September ,pp: 13-86-1396.
3. **Annamaria ,K., Simona ,S., Lavinia, S.2015.** Terminology Management: Applications in Teaching ESP to Public Relations Students. Social and Behavioral Sciences, V. 191, 2, June : 2254-2260.
4. **Bandy X. Lee.2017.** Causes and cures XIV: Nonviolence approaches. Aggression and Violent Behavior, V.-35, July, pp: 97-102.
5. **Berthon , R.; Pitt , F.; Planggers, k. ; Shapiro , D. 2011.** Marketing Meets Web 2.5 Social Media , And Creative Consumers Implications For International Marketing Strategy. Business Horizons , V.55 ,pp: 261 – 271.
6. **Bright , F. ; kleiser , B.; Grau, L. 2015.** Too much Facebook? An Examination Of Social Media Fatigue. Computers In Human Behavior , V.-44 , March, pp: 148-155.

## اولا: المراجع العربية

١. اغا، محمد هاشم .٢٠١٠. رؤية تربوية للخروج من أزمة التطرف الفكري في المجتمع الفلسطيني بمحافظة غزة. مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12 ، العدد ٢ ص : ٧٧٩-٨٢٨.
٢. **لزهانكوف، ألكسندر. ٢٠١٤.** الوقاية من الإرهاب ومكافحة التطرف العنيف مقارنة الشرطة المجتمعية. منظمة الامن والتعاون الأوربي ، وارسو .
٣. **البقمي، فيصل بن عائض. ٢٠١٠.** طبيعة العلاقة بين الإباء والابناء ودورها في الوقاية من الانحراف الفكري. رسالة دكتوراه، جامعة نايف للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
٤. **السحيمي، نايف بن ميثب. ٢٠٠٩.** العوامل المؤدية الى التغير بالشباب للوقوع في الجرائم الإرهابية. رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.

7. **Cristina, N., Angeles, M., Fahed , A.2017.** Social media expectations between public relations professionals and their stakeholders: Results of the Com Gap study in Spain. *Public Relations Review*, V. 1 , June ,pp : 770-781.
8. **Danny ,M., Fraser ,L., Krishnamurthy ,S., Maria, A. F.2017.** Structure of the public relations/communication department: Key findings from a global study. *Public Relations Review*, V. 43, 1, March, pp: 80-90.
9. **Dejan . Ana T. V., Krishnamurthy S.2015.** Looking for digital in public relations. *Public Relations Review*, V. 41, 2, June, pp: 142-152.
- 10.**Dinesh, B., Antonio, V., Kamaldeep, B.2017.** Acculturation, violent radicalization, and religious fundamentalism .*The Lancet Psychiatry*, V. 4, 3, March, pp : 179-181.
- 11.**Faccini, L., Alley, C.S.2016.** Mass violence in individuals with Autism Spectrum Disorder and Narcissistic Personality Disorder: A case analysis of Anders Breivik using the “Path to Intended and Terroristic Violence” model. *Aggression and Violent Behavior*, V. 31, Nov. Dec., pp: 229-236.
- 12.**Futao, Huang. 2017.** University governance in China and Japan: Major findings from national surveys. *International Journal of Educational Development*, V. 4 , July , pp: 655-661.
- 13.**Isabel ,,A., Jairo L., Antonio. C. 2016.** Reluctant to talk, reluctant to listen: Public relations professionals and their involvement in CSR programmes in Spain. *Public Relations Review*, V. 42, 3, September, pp: 402-407.
- 14.**Jillian, P., James D.2017.** Cyber violence: What do we know and where do we go from here?. *Aggression and Violent Behavior*, V.34, May ,pp: 193-200.
- 15.**John, Middleton.2016.** Preventing violent extremism: the role of doctors. *The Lancet*, V. 388, 10057, Nov., pp: 2219-2221.
- 16.**Josef, Smolik.2016.** Where have all the skinheads gone? A content analysis of Reports on Extremism in the Czech Republic from 1997 to 2013. *Kontakt* , V. 18, 2, June , p-p:127-133.
- 17.**Kamaldeep ,Bhui .2015.** Extremism's false trail. *New Scientist*, V. 226, 3016, April, pp : 24-25.
- 18.**Kate , Fitch. 2014.** Professionalization and public relations education: Industry accreditation of Australian university courses in the early 1990s. *Public Relations Review*, V. 40, 4, November, pp: 623-631.
- 19.**Kavoura , A. & Staviane, A. 2015.** Following And Belonging To An OnlineTravel Community InSocial Media , Its Shared Characteristics And Gender Differences. *Social And Behavioral Sciences*, V.175 ,12 ,pp: 515 – 521.

- 20. Kim, Y. & Lee, G. 2015.** Marketing Insights For Mobile Advertising And Consumer Segmentation In The Cloud Era : A Q R Hybrid Methodology And Practices. *Technological Forecasting and Social Change* , V. 91 , Feb , pp: 78 – 92.
- 21. Kiralova, A. & Pavlicecka , A. 2015.** Develop- Meant Of Social Media Strategies In Tourism Destination . *Social and Behavioral sciences* , V.175 ,12 , Feb , pp: 358 – 366.
- 22. Li , C. & Tsai , W. 2015.** Social Media Usage And Acculturation : A Test With Hispanics In The Us. *Computers in Human Behavior* , V. 45 , April ,pp: 204 – 212.
- 23. Malandrakis, G., Panaras, G., Papadopoulou, P..2017.** Assessing the Sustainability of the University of Western Macedonia. *Procedia Environmental Sciences*, V. 38,pp : 890-897.
- 24. Manaf, B., Abdalaziz, A.2017.** Public relations in an online environment: Discourse description of social media in Kuwaiti organizations. *Public Relations Review* ,V. 20, May , pp: 302-311.
- 25. Mehdi, Shadmehr.2015.** Extremism in revolutionary movements. *Games and Economic Behavior*, V. 94, Nov., pp : 97-121.
- 26. Mehmet, E. E. and Mehlika, S.2015.** Leadership as a Key Instrument to Alleviate Hegemonic Relationships in Organizations: A Case from a Public University. *Social and Behavioral Sciences*, V. 210, 2, December ,pp: 21-27.
- 27. Miroslav, M., Vratislav, H..2016.** Jobbik's successes. An analysis of its success in the comparative context of the V4 countries. *Communist and Post-Communist Studies*, V. 49, 4, December, pp: 323-333.
- 28. Moise , D. & Cruceru , F. 2014 .** An Empirical Study Of Promoting Different kinds Of Events Through Various Social Media Networks Website. *Social And Behavioral Sciences*, V.109 ,8,pp: 98 – 102.
- 29. Praveen F. ; Jaafar , I. ; Ainin , S. 2015.** Social Medial Usage And Organizational Performance: Reflections Of Malaysian Social Media Managers .*Telematics And Informatics*. 32 ,1, Feb. ,pp: 67 – 78.

## الملاحق

### استمارة استقصاء

الأخ الفاضل، الأخت الفاضلة ، بعد التحية ،،  
يطيب لي أن أشكركم مقدما على استجابتكم الكريمة نحو انجاز هذه الدراسة مقدرين ومثمين لكم تعاونكم المخلص، كما أود إحاطتكم بان هذه الاستبانة تتضمن عدد من البنود والمحاور التي تقيس العوامل المتعلقة بموضوع أثر استخدام العلاقات العامة بالجامعات لوسائل التواصل الاجتماعي على مواجهة الفكر المتطرف، كما نؤكد لكم على أن كل ما تدلون به من آراء في هذه الاستبانة لن يستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

اولاً: - فيما يلي مجموعة من العبارات التي تتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي،  
يرجى إبداء آرائكم في الخانة التي تتناسب معكم

م	الفقرات	غير موافق تماماً (١)	غير موافق (٢)	محايد (٣)	موافق (٤)	موافق تماماً (٥)
١	اهتم كثيراً بمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة					
٢	لدى حسابات على أكثر من موقع تواصل اجتماعي					
٣	أجد متعة في قضاء اوقات في التفاعل وتصفح وسائل التواصل الاجتماعي					
٤	تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي في الاطلاع على كل جديد من منتجات وخدمات					
٥	اعتمد كثيراً على وسائل التواصل الاجتماعي في البحث عن المنتجات والخدمات					
٦	تسهل وسائل التواصل الاجتماعي من معرفتي لأفضل المصادر للحصول على المنتجات والخدمات					
٧	اقوم بالحث عن احتياجاتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي					
٨	اخصص وقت يومي لتفاعل مع وسائل التواصل					

م	الفقرات	غير موافق تماماً (١)	غير موافق (٢)	محايد (٣)	موافق (٤)	موافق تماماً (٥)
	الاجتماعي					
٩	تمكيني وسائل التواصل الاجتماعي من تبادل الافكار والمعلومات والاخبار مع الاخرين					
١٠	تمكيني وسائل التواصل الاجتماعي من الوقوف على أحدث المستجدات في مجالات عديدة					
١١	اسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في سهولة حصولي على احتياجاتي المختلفة					

ثانياً: - فيما يلي مجموعة من العبارات التي تتعلق بدور العلاقات العامة في الجامعات، يرجى إبداء آرائكم في الخانة التي تتناسب معكم

م	الفقرات	غير موافق تماماً (١)	غير موافق (٢)	محايد (٣)	موافق (٤)	موافق تماماً (٥)
١	تعمل العلاقات العامة بالجامعة على نشر رسالة الجامعة لدى الطلاب والمجتمع					
٢	تسهم العلاقات العامة بالجامعة في تعريف الطلاب بالنظام الأساسي ولوائح الجامعة					
٣	توفر العلاقات العامة بالجامعة منشورات ومطبوعات توعوية لطلاب والمجتمع					
٤	تتواصل العلاقات العامة بالجامعة مع الطلاب بصفة مستمرة					
٥	تقدم العلاقات العامة بالجامعة ندوات توعوية وتنشيطية					
٦	تقوم العلاقات العامة بالجامعة بمشاركة الطلاب في أنشطتها المختلفة					
٧	تضع العلاقات العامة بالجامعة لوحات وإعلانات في كافة أرجاء الجامعة عن أنشطتها					

م	الفقرات	غير موافق تماماً (١)	غير موافق (٢)	محايد (٣)	موافق (٤)	موافق تماماً (٥)
٨	تلعب العلاقات العامة دوراً مهماً للتواصل بين الطلاب وإدارة الجامعة					
٩	تتيح العلاقات العامة للطلاب إبداء الرأي والمقترحات لرفعها إلى إدارة الجامعة					
١٠	توفر العلاقات العامة بالجامعة كل الأخبار بشفافية ووضوح					

ثالثاً: - فيما يلي مجموعة من العبارات التي تتعلق بأنشطة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يرجى إبداء آرائكم في الخانة التي تتناسب معكم

م	الفقرات	غير موافق تماماً (١)	غير موافق (٢)	محايد (٣)	موافق (٤)	موافق تماماً (٥)
١	لدى إدارة العلاقات العامة بالجامعة حسابات فعالة على وسائل التواصل الاجتماعي					
٢	تستقبل إدارة العلاقات العامة كافة المقترحات حول أنشطتها					
٣	تقدم العلاقات العامة بالجامعة أنشطة اجتماعية وثقافية متنوعة للطلاب عبر التواصل الاجتماعي					
٤	تنشر إدارة العلاقات العامة كافة الاعلانيات الخاصة بالجامعة على حسابات التواصل					
٥	توفر إدارة العلاقات العامة بالجامعة خدمات متنوعة عبر وسائل التواصل					
٦	تنشر إدارة العلاقات العامة كافة الآراء في قضايا الجامعة على حسابات التواصل الاجتماعي					
٧	تعلن إدارة العلاقات العامة عبر وسائل التواصل عن كل جديد بالجامعة					
٨	تهتم إدارة العلاقات العامة بالجامعة بزيادة عدد					

م	الفقرات	غير موافق تماماً (١)	غير موافق (٢)	محايد (٣)	موافق (٤)	موافق تماماً (٥)
	متابعي حساباتها على مواقع التواصل					
٩	تعمل إدارة العلاقات العامة بالجامعة على مواكبة وتطبيق أحدث تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي					

رابعاً: - فيما يلي مجموعة من العبارات التي تتعلق بمواجهة الفكر المتطرف بالجامعات، يرجى إبداء آرائكم في الخانة التي تتناسب معكم

م	الفقرات	غير موافق تماماً (١)	غير موافق (٢)	محايد (٣)	موافق (٤)	موافق تماماً (٥)
١	تهتم إدارة العلاقات العامة بالجامعة بتقريب وجهات النظر بين الطلاب في قضايا عديدة					
٢	تهتم إدارة العلاقات العامة بتوفير أجواء اجتماعية بين الطلاب ونبذ التطرف					
٣	ترصد إدارة العلاقات العامة ميزانية محددة لندوات الحوار وتبادل الآراء بين الطلاب					
٤	تعمل إدارة العلاقات العامة على استضافة أصحاب الرأي والشخصيات المهمة في الحوار الفكري					
٥	تهتم إدارة العلاقات العامة بنشر القيم الإنسانية والاجتماعية المعتدلة بين الطلاب					
٦	تهتم إدارة العلاقات العامة بمعرفة أصحاب الفكر المتطرف ومحاورتهم					
٧	تعقد إدارة العلاقات العامة ندوات من أجل توضيح المفاهيم والثوابت السليمة للطلاب					
٨	توفر إدارة العلاقات العامة إصدارات توضح الفكر المعتدل والسليم					
٩	يتوفر لدى إدارة العلاقات العامة متخصصين في مواجهة الفكر المتطرف لدى الطلاب ونصحهم					

خامساً: من وجهة نظركم ما هي اهم المعوقات والمشكلات المتعلقة بدور العلاقات العامة في مواجهة الفكر المتطرف بجامعة الكويت؟

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

سادساً: من وجهة نظركم ما هي اهم الحلول للتغلب على تلك العقبات؟

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

خالص الشكر لكم

الباحث