



جامعة
بنغازي الحديثة



مجلة جامعة بنغازي الحديثة للعلوم والدراسات الإنسانية مجلة علمية إلكترونية محكمة

العدد الحادي عشر
لسنة 2020

حقوق الطبع محفوظة

شروط كتابة البحث العلمي في مجلة جامعة بنغازي الحديثة للعلوم والدراسات الإنسانية

- 1- الملخص باللغة العربية وباللغة الانجليزية (150 كلمة).
- 2- المقدمة، وتشمل التالي:
 - ❖ نبذة عن موضوع الدراسة (مدخل).
 - ❖ مشكلة الدراسة.
 - ❖ أهمية الدراسة.
 - ❖ أهداف الدراسة.
 - ❖ المنهج العلمي المتبع في الدراسة.
- 3- الخاتمة. (أهم نتائج البحث - التوصيات).
- 4- قائمة المصادر والمراجع.
- 5- عدد صفحات البحث لا تزيد عن (25) صفحة متضمنة الملاحق وقائمة المصادر والمراجع.

القواعد العامة لقبول النشر

1. تقبل المجلة نشر البحوث باللغتين العربية والانجليزية؛ والتي تتوفر فيها الشروط الآتية:
 - أن يكون البحث أصيلاً، وتتوافر فيه شروط البحث العلمي المعتمد على الأصول العلمية والمنهجية المتعارف عليها من حيث الإحاطة والاستقصاء والإضافة المعرفية (النتائج) والمنهجية والتوثيق وسلامة اللغة ودقة التعبير.
 - ألا يكون البحث قد سبق نشره أو قُدم للنشر في أي جهة أخرى أو مستل من رسالة أو اطروحة علمية.
 - أن يكون البحث مراعياً لقواعد الضبط ودقة الرسوم والأشكال - إن وجدت - ومطبوعاً على ملف وورد، حجم الخط (14) وبخط (Arial 'Body') للغة العربية. وحجم الخط (12) بخط (Times New Roman) للغة الإنجليزية.
 - أن تكون الجداول والأشكال مدرجة في أماكنها الصحيحة، وأن تشمل العناوين والبيانات الإيضاحية.
 - أن يكون البحث ملتزماً بدقة التوثيق حسب دليل جمعية علم النفس الأمريكية (APA) وتثبيت هوامش البحث في نفس الصفحة والمصادر والمراجع في نهاية البحث على النحو الآتي:
 - أن تُثبت المراجع بذكر اسم المؤلف، ثم يوضع تاريخ نشره بين حاصرتين، يلي ذلك عنوان المصدر، متبوعاً باسم المحقق أو المترجم، ودار النشر، ومكان النشر، ورقم الجزء، ورقم الصفحة.
 - عند استخدام الدوريات (المجلات، المؤتمرات العلمية، الندوات) بوصفها مراجع للبحث: يُذكر اسم صاحب المقالة كاملاً، ثم تاريخ النشر بين حاصرتين، ثم عنوان المقالة، ثم ذكر اسم المجلة، ثم رقم المجلد، ثم رقم العدد، ودار النشر، ومكان النشر، ورقم الصفحة.
2. يقدم الباحث ملخص باللغتين العربية والانجليزية في حدود (150 كلمة) بحيث يتضمن مشكلة الدراسة، والهدف الرئيسي للدراسة، ومنهجية الدراسة، ونتائج الدراسة. ووضع الكلمات الرئيسية في نهاية الملخص (خمس كلمات).

3. تحتفظ مجلة جامعة بنغازي الحديثة بحقها في أسلوب إخراج البحث النهائي عند النشر.

إجراءات النشر

ترسل جميع المواد عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمجلة جامعة بنغازي الحديثة وهو كالتالي:

- ✓ يرسل البحث إلكترونياً (Word + Pdf) إلى عنوان المجلة info.jmbush@bmu.edu.ly او نسخة على CD بحيث يظهر في البحث اسم الباحث ولقبة العلمي، ومكان عمله، ومجاله.
- ✓ يرفق مع البحث نموذج تقديم ورقة بحثية للنشر (موجود على موقع المجلة) وكذلك ارفاق موجز للسيرة الذاتية للباحث إلكترونياً.
- ✓ لا يقبل استلام الورقة العلمية الا بشروط وفورمات مجلة جامعة بنغازي الحديثة.
- ✓ في حالة قبول البحث مبدئياً يتم عرضة على مُحكمين من ذوي الاختصاص في مجال البحث، ويتم اختيارهم بسرية تامة، ولا يُعرض عليهم اسم الباحث أو بياناته، وذلك لإبداء آرائهم حول مدى أصالة البحث، وقيمتها العلمية، ومدى التزام الباحث بالمنهجية المتعارف عليها، ويطلب من المحكم تحديد مدى صلاحية البحث للنشر في المجلة من عدمها.
- ✓ يُخطر الباحث بقرار صلاحية بحثه للنشر من عدمها خلال شهرين من تاريخ الاستلام للبحث، وبموعد النشر، ورقم العدد الذي سينشر فيه البحث.
- ✓ في حالة ورود ملاحظات من المحكمين، تُرسل تلك الملاحظات إلى الباحث لإجراء التعديلات اللازمة بموجبها، على أن تعاد للمجلة خلال مدة أقصاها عشرة أيام.
- ✓ الأبحاث التي لم تتم الموافقة على نشرها لا تعاد إلى الباحثين.
- ✓ الأفكار الواردة فيما ينشر من دراسات وبحوث وعروض تعبر عن آراء أصحابها.
- ✓ لا يجوز نشر إي من المواد المنشورة في المجلة مرة أخرى.
- ✓ يدفع الراغب في نشر بحثه مبلغ قدره (400 دل) دينار ليبي إذا كان الباحث من داخل ليبيا، و (200 \$) دولار أمريكي إذا كان الباحث من خارج ليبيا. علماً بأن حسابنا القابل للتحويل هو: (بنغازي - ليبيا - مصرف التجارة والتنمية، الفرع الرئيسي - بنغازي، رقم 001-225540-0011. الاسم (صلاح الأمين عبدالله محمد).
- ✓ جميع المواد المنشورة في المجلة تخضع لقانون حقوق الملكية الفكرية للمجلة.

info.jmbush@bmu.edu.ly

00218913262838

د. صلاح الأمين عبدالله
رئيس تحرير مجلة جامعة بنغازي الحديثة
Dr.salahshalufi@bmu.edu.ly

واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية - دراسة ميدانية على جامعة عمر المختار

* أ. رحمة محمود ثابت، ** أ. حمزة مسعود سعد

(* محاضر في قسم الإعلام / شعبة الصحافة. ** مساعد محاضر في قسم الإعلام / شعبة العلاقات العامة - كلية الآداب - جامعة عمر المختار - البيضاء - ليبيا)

المخلص:

تعد الجامعات من أكثر المؤسسات حاجة إلى تطوير العلاقات العامة فيها، نظراً لتعدد الجهات والفئات التي تتعامل معها، وفي ظل مؤثرات العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية في مجتمعاتها فالحاجة ماسة لإيجاد روابط وثيقة بين الجامعات وبين جماهيرها "الداخلية والخارجية". وانطلاقاً مما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في العنوان التالي: واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية "دراسة ميدانية على جامعة عمر المختار" وتأتي هذه الدراسة لمعرفة واقع العلاقات العامة في جامعة عمر المختار وتحديد الوظائف الرئيسية التي تسعى لتحقيقها واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة الاستبيان وتمثل مجتمع الدراسة في جميع طلبة كليات القانون والهندسة والصيدلة وقسم الإعلام، والبالغ عددهم (468) طالباً وطالبة حسب إحصائيات دائرة القبول والتسجيل في الجامعة ولتحقيق أهداف الدراسة اختيرت عينة قصدية (غرضية) من طلبة السنة الرابعة بكليات الهندسة والصيدلة والقانون وقسم الإعلام قوامها (72) طالباً وطالبة. وبينت نتائج الدراسة أن الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للطلاب في جامعة عمر المختار تنحصر في إقامة الأنشطة الثقافية وتنظيم لقاءات تعارف بين الطلاب في مختلف الكليات والتخصصات وأن العلاقات العامة تتيح الفرصة لإشراك الطلاب في إعداد النشرات والتقارير الإخبارية التي تغطي نشاطات الجامعة إضافة إلى عدم الوضوح في التسمية الوظيفية لنشاط العلاقات العامة حيث جاءت تحت مسمى مكتب خدمات عامة كما أن الالتحاق بالعمل في مجال العلاقات العامة جاء عن طريق الصدفة.

Abstract.

Universities are among the most needed institutions to develop public relations because of the multiplicity of entities and groups that deal with them. With the influences of political, social, economic, cultural, and technological factors in their societies, there is an urgent need to find close links between universities and their internal and external audiences. Therefore, the present study aimed at investigating the reality of public relations at Omar Al Mukhtar University and identifying the main functions that Omar Al Mukhtar University seeks to achieve. The data were collected from 72 participants, majoring in engineering, pharmacy, law, and media, who responded to a 3-point agree/disagree structured questionnaire. The results revealed that the services provided by the public relations to Omar Al Mukhtar university students are limited to establishing cultural activities and organizing acquaintance meetings between students in different majors and faculties. The results showed that public relations provide an opportunity to get the students involved in preparing newsletters and news reports that cover the university's activities. The results also demonstrated that the lack of clarity in the functional designation of the public relations activity which came under the name of public services office and joining work in the field of public relations came by accident.

المبحث الأول: الإطار المنهجي.

- مقدمة الدراسة:

لا تكاد تخلو أية مؤسسة مهما كان نشاطها واختصاصها من صلات العمل والمصالح والتواصل مع الآخرين، والتي باتت تتوسع بمرور الوقت انسجاماً مع التقدم والتطور في كافة الأصعدة، وزيادة حجم الإنتاج، وتوسع الأجهزة والدوائر الإدارية، وتأتي العلاقات العامة كعمل مؤسسي نتيجة حتمية للتطورات في المجتمع الحديث، ولقوة وأهمية الرأي العام لأية مؤسسة فأصبحت أحد أهم مقومات تطورها لتنتقل من وظيفة ثانوية تقدم خدمات استشارية لإدارة المؤسسات إلى وظيفة تحتل موقعاً متقدماً في الهيكل التنظيمي للمؤسسات، وبات للمسؤول فيها مقعد في اجتماعات المديرين الرئيسيين وله موقع في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.

وعلى الرغم من أهمية العلاقات العامة إلا أن هناك اختلاف في التصور حولها حيث يرى البعض أنها مهنة تقتصر على الأنشطة السطحية في حين يوسع البعض الآخر من وظائفها لتشمل خدمة جمهورها الخارجي وتلبية احتياجات الجمهور الداخلي غير اتباع أساليب علمية⁽¹⁾.

وتعد العلاقات العامة إحدى أهم الدوائر التي تركز عليها الجامعة للمحافظة على الاتصال الدائم مع جمهورها الداخلي والخارجي فمن خلالها تستطيع بناء سياستها العامة بناءً على ما توفره هذه الدائرة عدا عن قدرتها على توصيل وتوضيح أهدافها ورسالتها إلى جمهورها بشقيه.

كما أن الأداء الفعال للعلاقات العامة في الجامعة كمؤسسة تعليمية يساعدها في تفهم احتياجات جمهورها من الطلبة وأعضاء هيئة التدريس، الموظفون الإداريون والخريجون ومؤسسات المجتمع المدني، والمؤسسات المهنية والهيئات الحكومية والشركات الخاصة، فكل فئة من جمهور المتعاملين له حاجات ومتطلبات مختلفة ومتغيرة من فترة لأخرى ووجود هذه الدائرة يوثق علاقتها بجمهورها.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تعد الجامعات من أكثر المؤسسات حاجة إلى تطوير العلاقات العامة فيها، نظراً لتعدد الجهات والفئات التي تتعامل معها، في ظل مؤثرات العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية في مجتمعاتها فالحاجة ماسة لإيجاد روابط وثيقة بين الجامعات وبين جماهيرها "الداخلية والخارجية" وذلك من خلال أقسام أو دوائر تسهم في شرح وجهة نظرها وتسعى لكسب تأييد وتفهم جماهيرها وتعاطفهم معها.

ويعد الجمهور الداخلي في الجامعات المحور الرئيسي لدائرة العلاقات العامة حيث يعتبرون الأساس الذي يركز عليه نشاطهم خاصة وأن هذه الدائرة تتخذ منهم ميداناً لنشاطاتها، وانطلاقاً مما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في العنوان التالي: (واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية) دراسة ميدانية على جامعة عمر المختار.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- 1- أهمية الجمهور الداخلي لأية جامعة واهتمام دوائر العلاقات العامة بهم.
- 2- أهمية الدور المنوط بالعلاقات العامة لأنها تسهم في خلق قدر من الانسجام والتوافق بين إدارة الجامعة وسياساتها ولوائحها وبين جمهورها الداخلي وذلك لتقاطع مصالحهم.
- 3- تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية العلاقات العامة في جامعة عمر المختار وتفهم الجمهور الداخلي لطبيعة عملها.

(1) محمد منير، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص 491-492.

رابعاً: أهداف الدراسة:

من الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها ما يلي:

- 1- التعرف على مدى إشراك الطلبة في أنشطة ومهام العلاقات العامة في جامعة عمر المختار.
- 2- رصد مدى معرفة الطلبة بنشاطات العلاقات العامة في جامعة عمر المختار.
- 3- التعرف على الخدمات والنشاطات التي تقدمها العلاقات العامة للطلبة في جامعة عمر المختار.
- 4- معرفة موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لجامعة عمر المختار.
- 5- تحديد الوظائف الرئيسية التي تسعى العلاقات العامة في الجامعة لتحقيقها.
- 6- التعرف على وسائل الاتصال المستخدمة من قبل العلاقات العامة.

خامساً: الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة لأي دراسة تعد من الأسس العلمية التي يجب على الباحث التوقف عندها من أجل الاستفادة منها في كل خطوات دراسته ومن هذا المنطلق قام الباحثان بالاطلاع على عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية.

وبناءً على ذلك يأتي العرض التالي للدراسات السابقة التي تناولت واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية وقد روعي في انتقائها ارتباطها بموضوع الدراسة وتباين المجتمعات التي أجريت فيها وراء النتائج التي توصلت إليها وفيما يلي عرضها مرتبة ترتيباً زمنياً من الأقدم إلى الأحدث

دراسة ياسر السكران (1990)⁽²⁾:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد في مجالات التخطيط والتقويم والاتصال مع جمهور الكلية الداخلي والخارجي من أهم ممارسات توصلت إليه من نتائج:

- ترتيب ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد كانت كالتالي: الاتصال مع الجمهور الداخلي، الاتصال مع الجمهور الخارجي، التخطيط، التقديم.
- غياب دورات متخصصة في ممارسة العلاقات العامة خاصة التخطيط والتقويم.

دراسة زياد محافظة (1997):

هدفت الدراسة إلى تقييم عملية العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، والتعرف على ترتيب مراحل عملية العلاقات العامة: البحث، التخطيط، والاتصال، والتقويم، إضافة إلى معرفة ترتيب دوائر العلاقات العامة في الجامعات من حيث قيامها لهذه المراحل وتوصلت نتائجها إلى ما يلي⁽³⁾:

- أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية متوسط نسبياً.
- افتقارها لشعبة أو قسم للدراسات ومسوح الرأي العام.

⁽²⁾ ياسر السكران، واقع ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد كما يراها الإداريون والمدرسون، رسالة ماجستير غير منشورة، ص 165-167.

⁽³⁾ زياد محافظة، العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية، دراسة تقييمية للمراحل من وجهة أعضاء هيئة التدريس، رسالة ماجستير غير منشورة، ص 169 - 170.

- غياب التفاعل والتعاون بين دوائر العلاقات العامة وأعضاء هيئة التدريس.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى إشراك الطلبة في أنشطة ومهام العلاقات العامة في جامعة عمر المختار؟
- 2- ما مدى معرفة الطلبة بنشاطات العلاقات العامة في جامعة عمر المختار؟
- 3- ما الخدمات والنشاطات التي تقدمها العلاقات العامة للطلبة في جامعة عمر المختار؟
- 4- ما موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لجامعة عمر المختار؟
- 5- ما الوظائف الرئيسية التي تسعى العلاقات العامة في الجامعة لتحقيقها؟
- 6- ما وسائل الاتصال المستخدمة من قبل العلاقات العامة في جامعة عمر المختار؟

سابعاً: مفاهيم الدراسة:

من المهم توضيح المقصود بالمصطلحات المستخدمة في الدراسة حتى لا يساء فهمها، أو أن تفهم بدلالة غير الدلالة المقصودة بالدراسة ولذلك لا بد من تحديد المعاني التي تتناسب أو تتفق مع أهداف الدراسة وإجراءاتها والبيانات والأدوات الخاصة لهذه الدراسة وعليه يورد الباحثان بياناً لمفاهيم التي تحتاج إلى تعريف إجرائي يبين مضمونها ويحدد مجال استخدامها والغرض منها وفيما يلي تفصيل ذلك:

العلاقات العامة: عملية تستهدف تعريف الجمهور المؤسسة بمختلف فئات المتعاملين معها على أساس المعلومات والحقائق الصادقة كما أنها تعد إحدى ركائز أي مؤسسة وتتولى مهمة تخطيط وتنظيم الأنشطة المتعلقة بجمهور المؤسسة الداخلية والخارجية المرتبط بها للاحتفاظ بعلاقات طيبة معهم وكسب تأييدهم والتأثير في اتجاهاتهم.

واقع العلاقات العامة: التعرف على العلاقات العامة ونشاطاتها في جامعة عمر المختار وتحديد موقعها في الهيكل التنظيمي للجامعة كمؤسسة تعليمية مع تسليط الضوء على الوظائف التي تسعى لتحقيقها.

دراسة ميدانية: دراسة تستهدف جمع المعلومات من الجمهور الداخلي لجامعة عمر المختار كمؤسسة تعليمية بشقيه الطلبة والعاملين في العلاقات العامة فيها.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة تقوم على الحقائق المرتبطة بها⁽⁴⁾ فالدراسة الحالية عينت بوصف البيانات التي تم جمعها من صحف الاستبيان وتحليلها وتفسيرها واستخلاص المعلومات والآراء منها للتعرف على واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية بالتطبيق على جامعة عمر المختار.

ب- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي في جمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة الحالية حيث أنه يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بجمهور الدراسة الممثل في الطلبة والعاملين في العلاقات العامة بجامعة عمر المختار.

(4) مصطفى محمود أبو بكر، أحمد عبد الله اللحج، 2007، مناهج البحث العلمي وأسس عملية - حالات تطبيقية، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، ص51.

ج- مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع طلبة كليات القانون والهندسة والصيدلة وقسم الإعلام، والبالغ عددهم (468) طالباً وطالبة حسب إحصائيات دائرة القبول والتسجيل في الجامعة ومن الموظفين العاملين في مقر العلاقات العامة بالجامعة والبالغ عددهم (8) موظفاً وموظفة.

د- عينة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة اختيرت عينة قصدية (غرضية) من طلبة كليات الهندسة والصيدلة والقانون وقسم الإعلام قوامها (72) طالباً وطالبة من السنة الرابعة، بالإضافة الى الموظفين العاملين في مقر العلاقات العامة بالجامعة والبالغ عددهم (8) موظفاً وموظفة باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

مبررات اختيار العينة القصدية واعتماد الدراسة عليها:

- 1- تم توزيع استمارة الاستبيان على طلبة السنة الرابعة من الكليات (مجتمع الدراسة) سابقة الذكر لكونهم الأقدر على تفهم محتويات الاستمارة وإعطاء إجابات دقيقة لكسب من هم في المستويات الدنيا.
- 2- تم تقسيم العدد الإجمالي للاستمارات (72) استمارة على الكليات (مجتمع الدراسة) حيث خصصت (18) استمارة لكل واحدة منهم نظراً لضيق الوقت المخصص للدراسة.

تاسعاً: مجالات الدراسة:

- 1- المجال الجغرافي: تم اختيار جامعة عمر المختار في مدينة البيضاء لإجراء هذه الدراسة.
- 2- المجال البشري: تم تطبيق الدراسة على طلبة كليات الهندسة، القانون، الصيدلة، وقسم الإعلام بعينة قوامها (72) طالباً وطالبة.

كما طبقت الدراسة على الموظفين العاملين في العلاقات العامة بالجامعة وتحديد المتواجدين باستمرار على رأس عملهم والبالغ عددهم (8) موظفين باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

عاشراً: أساليب الدراسة:

الأسلوب الكمي: يتعلق بجمع البيانات والمعلومات من خلال جداول التكرارات.
الأسلوب الكيفي: هو التعليق على الجداول التكرارية ووصف الظاهرة.

أحد عشر: أدوات جمع البيانات:

الاستبيان: وهي الأداة الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة عن طريق استمارة معينة تحوي عدداً من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب بحيث يجري توزيعها على الطلبة والموظفين في العلاقات العامة بالجامعة.

اثني عشر: اختبارات الصدق والثبات:

تم إجراء الصدق الظاهري من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من أساتذة قسم الإعلام⁽⁵⁾ والذين أشاروا باختصار بعض الأسئلة وتعديل بعضها. بحيث تكون الاستمارة صالحة لقياس ما أعدت من أجله.

(*) د. جمال عيسى ميلود - عضو هيئة تدريس بقسم الإعلام - جامعة عمر المختار.
(*) د. هويدا معوض - عضو هيئة تدريس بقسم الإعلام - جامعة عمر المختار.

ثلاثة عشر: أساليب تحليل البيانات:

تم الاستعانة بمتخصص إحصائي لتحليل بيانات الدراسة إحصائياً واستخلاص النتائج بواسطة برنامج " spss " وذلك لإجراء المعالجات الإحصائية التي اقتضت على التكرارات والنسب المئوية.

المبحث الثاني: الإطار النظري (مفهوم العلاقات العامة وخصائصها)

مفهوم العلاقات العامة:

تتكون كلمة العلاقات العامة في اللغة الإنجليزية بحسب الكثير من الدراسات والمعاجم اللغوية من كلمتين مترجمتين عن اللغة الإنجليزية وهما⁽⁶⁾:

الكلمة الأولى: العلاقات Relations: "وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل إيجابياً، وتكون حصيلة علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك أو الاختلاف بين الأفراد".

الكلمة الثانية: العامة Public: "وتعني الجمهور العام أو الناس ويعد هذا المفهوم تحديداً لنطاق شمولية العلاقات التي تشمل كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الأبعاد متنوعة الأهداف بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساع أهدافهم⁽⁷⁾."

بعد عرضنا التعريفات السابقة يمكننا أن نستنتج النقاط التالية:

- 1- أن العلاقات العامة وليدة علم الاتصال وقائمة عليه، وبذلك فإن الأمر يتطلب الإحاطة بعلم الاتصال ونظرياته وأساليبه ووسائله.
- 2- تقوم العلاقات العامة على أسس تنظيم تفاعلي اتصالي بين المؤسسات وجمهورها، وقوامه المعاني والمعلومات التي تحقق أهداف المؤسسة القائمة بذلك النشاط.

خصائص العلاقات العامة:⁽⁸⁾

- 1- إن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية الأهمية بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المؤسسات في المجتمعات الحديثة.
- 2- القصدية: العلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم الأحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين.
- 3- العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المؤسسة والجمهور لجعل الجمهور يتفهم أنشطتها.

الاتصال في العلاقات العامة:

أولاً: مفهوم الاتصال:

يرتبط الاتصال ارتباطاً وثيقاً بمحتوى أداء العلاقات العامة ومهامها، حيث يشكل الاتصال قلب عملية العلاقات العامة، ويتجلى ذلك في صياغة العلاقات الودية بين الجماهير بكل فئاتها في مناخ ثقافي وحضاري يميز المجتمع العربي عن غيره من المجتمعات⁽⁹⁾.

أما كلمة الاتصال في اللغة الإنجليزية Communication فهي مأخوذة من أصل لاتيني من كلمة Communis بمعنى Common، بمعنى عام، وأما الترجمة العربية لها فتشير

⁽⁶⁾ سليم بطرس جلد، 2011، مدخل معاصر إلى العلاقات العامة، دار الإعلام للنشر والتوزيع، عمان ص50.

⁽⁷⁾ عبد الرازق الدليمي، 2005، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، ص31.

⁽⁸⁾ محمد الصيرفي، 2004، إدارة العلاقات العامة، مؤسسة موبيس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص44.

⁽⁹⁾ محمد عبد الحميد، 1993، الاتصال في مجالات الأبداع الفني الجماهيري، عالم الكتاب، القاهرة، ص63.

إلى المعلومات والأفكار المبلّغة، والتي تنتقل بين الأطراف من خلال وسائل معينة وبطرق مختلفة، سواء كانت مبلّغة بصورة شفوية أو خطية أو سمعية أو بصرية إلى غير ذلك⁽¹⁰⁾.

وعليه فإن تعريف الاتصال بمفهومه الشامل يشتمل على أنه عملية اجتماعية لا غنى عنه، فهو حاجة نفسية واجتماعية في طبيعة الإنسان وعملية تبادلية اتصالية مشتركة، حيث تكون بين طرفين سواء كانا شخصين أو جماعتين أو مجتمعين محتضنة رسالة سواء كانت معلومات أو آراء أو انطباعات أو رموز.

وسائل الاتصالات في العلاقات العامة:

تختلف وسائل الاتصالات من مؤسسة لأخرى تبعاً لعدة عوامل أهمها⁽¹¹⁾:

- 1- نوع وطبيعة فئات الجماهير المطلوب الاتصال بها ومستواها الفكري والثقافي والاجتماعي وعددها ومدى انتشارها.
- 2- نوع وطبيعة وحجم الرسالة أو المعلومات المراد معرفتها أو توصيلها ومدى وضوح هذه الرسالة أو تلك المعلومات والهدف من وراء نقلها.
- 3- الوقت المتاح أو السرعة المطلوبة في عملية الاتصال.
- 4- مدى أهمية وحساسية الموضوع أو المعلومات المطلوب معرفتها أو نقلها.
- 5- سرية أو علانية المعلومات المطلوب الحصول عليها والجهد المبذول في ذلك، التكلفة مقارنة بالإمكانيات المتوفرة والفائدة المرجوة والهدف المطلوب.

ولقد قسم الباحثون وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة ومنهم العالمان Wilcox, Comeron إلى⁽¹²⁾:

- وسائل بصرية، ووسائل سمعية، ووسائل سمعية بصرية.

أولاً: الوسائل البصرية:

- تتضمن الوسائل البصرية البيانات الصحفية News releases والنشرات الإعلانية Newsletters

- المجالات الدورية Periodicals والأدلة والمطويات Handbook and Brochures

- التقارير السنوية Annual Reports واللوحات الإعلانية Advertising

ثانياً: الوسائل السمعية:⁽¹³⁾ الإذاعة Radio والمناقشات الشخصية وجهاً لوجه Face to Face.

- الخطب Speeches والمؤتمرات الصحفية News Conference.

- المقابلات Interviews واللقاءات الإرشادية Conducting Meeting.

ثالثاً: الوسائل السمعية البصرية:⁽¹⁴⁾

- التلفزيون Television والفيديو Video.

- الدائرة التلفزيونية المغلقة Cable Television والصور الثابتة Still Images.

⁽¹⁰⁾ الدسوقي عبده إبراهيم، 2004، وسائل وأساليب الاتصال الجماهير، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، ص 91.

⁽¹¹⁾ عبد الناصر جرادات، مرجع سبق ذكره، ص 86

⁽¹²⁾ عبد الباري دره، نبيل المجالي، 2010، العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين النظرية والممارسة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ص 322-324.

⁽¹³⁾ عبد الباري دره، نبيل المجالي، مرجع سبق ذكره، ص 366.

⁽¹⁴⁾ نفس المرجع السابق، ص 368.

- الكتب الهزلية ورسوم الكارتون Comic books and Cartoons ولوحات العرض الخارجية Outdoor Displays.

العلاقات العامة في الجامعات:

إن الجامعات كمؤسسات علمية عليها أن تلتزم في إدارة شؤونها، وتطبيق المبادئ العلمية الصحيحة لعلوم الإدارة والاتصال والعلاقات العامة من أجل تحقيق أهدافها على أساس علمي رصين وفعال، ومع التقدم العلمي والكم الهائل من التكنولوجيا الحديثة فُرض على الجامعات إيجاد نوع من صيغ العلاقة الحميمة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي مما أدى إلى بروز العلاقات العامة كوظيفة اتصالية فعالة ومهمة في هذا المجال⁽¹⁵⁾.

وليس من المقبول أن تبقى الجامعات في أبراج عاجية داخل أسوارها في معزل عن مجتمعاتها التي وجدت فيها، ولم يعد يتصور أن يقتصر دور الجامعات في مجتمعاتها على توفير البرامج التعليمية في التخصصات التي تقدمها كلياتها ومعاهده، وتحتاج جماهير الجامعات إلى الاطلاع على رسالتها، وأدوارها، وعلى سياسات التعليم العالي وأهمية الأبحاث والدور الذي تقوم به في الإعداد والتأهيل للكوادر البشرية، ولابد من وجود علاقات عامة تتولى مهمة التفسير والشرح والتنسيق والتفاهم والتعاون مع جماهير الجامعة الداخلية والخارجية.⁽¹⁶⁾

أولاً: تقسيم جمهور الجامعات⁽¹⁷⁾:

أ- الجمهور الداخلي:

1) جمهور الطلبة: يعتبر جمهور الطلبة من أهم الجماهير التي يجب على العلاقات العامة أن تهتم بها فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع الفئات في المجتمع فمنهم من يأتي من الريف ومنهم من يأتي من المدينة، وهؤلاء الطلبة يمثلون الهدف الرئيسي لنشاط العلاقات العامة من خلال العناية بهم والتعرف على مشاكلهم، وإيجاد الحلول لها وكذلك مساعدتهم من خلال تهيئة الأجواء المناسبة للدراسة.

2) أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية: يعتبر عمداء الكلية وأعضاء الهيئة التدريسية والإدارية جمهوراً مهماً بالنسبة للعلاقات العامة من خلال ما يمثله كفريق متكامل لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة، كما أن عضو هيئة التدريس يلعب دوراً مهماً في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمي الذي يبذله، والنصائح التي يقدمها لطلابه والبحوث التي يقدمها لطلابه، والبحوث التي ينجزها للجامعة، إضافة إلى العاملين على مختلف المستويات الإدارية والذين يساهمون فغي تكوين هذه الصورة عن طريق المعاملة الطيبة التي تتسم بروح الود والصدقة.

ب- الجمهور الخارجي:

1) مؤسسات المجتمع المدني: من الضروري أن تتضمن برامج العلاقات العامة اهتماماً خاصاً بالجمهور الخارجي الذي ينبغي الاتصال به والتأثير فيه لكسبه في صف الجامعة، فهو المكون الأساسي لعمل الجامعة والهدف الأسمى لها.

2) الخريجون: إن وضع الخريجين كجمهور من جماهير الجامعة هو لضمان ولائهم بالشعور بالانتماء للكلية أو الجامعة التي تخرج منها لما له من دور فعال في زيادة الدعم والتأييد للجامعة.

3) المؤسسات المهنية والهيئات الحكومية والشركات الخاصة: تهتم كل مؤسسة مهنية أو هيئة حكومية أو شركة خاصة بالتطور الذي يحصل في الجامعة في مجال تخصصها، من حيث أعداد

⁽¹⁵⁾ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 102.

⁽¹⁶⁾ عبد الباري دره، ونبييل الجالي، مرجع سبق ذكره، ص 95.

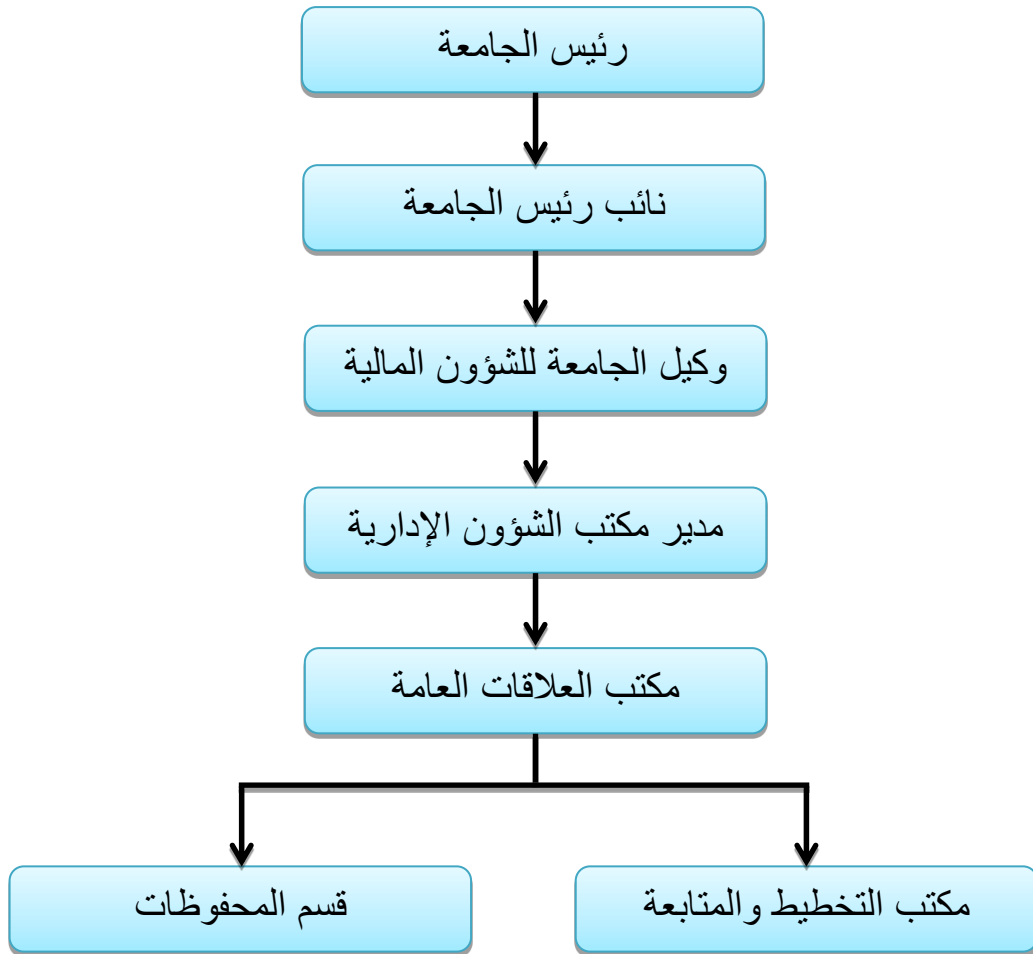
⁽¹⁷⁾ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 356.

الخريجين ومستواهم العلمي ومن حيث مستويات البحوث ونتائجها وتوصياتها، وذلك للتطبيق المباشر لها فيصبح بالإمكان التعاون بين الجامعة وتلك المؤسسات، على أساس المنفعة المتبادلة ولاسيما المنفعة المادية والمعنوية للجامعة.

ثانيا: مهام ووظائف العلاقات العامة في الجامعات:

- تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعات بشكل عام بالمهام أو الوظائف الرئيسية التالية⁽¹⁸⁾:
- 1- العمل على تنسيق العلاقات بين الإدارات المختلفة في الجامعة، أكاديمية وإدارية، لتحقيق الانسجام والتكامل.
 - 2- شرح سياسة الجامعة وفلسفتها وأهدافها وخطة عملها وأنشطتها للمجتمع المحلي والخارجي.
 - 3- تزويد رئاسة الجامعة بالبيانات والمعلومات والتطورات التي تحدث في الرأي العام نحو الجامعة بصدق، وبأثر خطتها وسياساتها تقليل أو تضخيم.
 - 4- التعاون مع الجهات المعنية في الجامعة، عمادة شؤون الطلبة ودائرة القبول والتسجيل، لتذليل أية صعوبات وإزالة العقبات التي قد تعترض الطلبة والتنسيق مع الدوائر المتخصصة لتوفير احتياجات أنشطة مختلف الجهات في الجامعة.

- الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بجامعة عمر المختار:



⁽¹⁸⁾ جميل أحمد خضر (1998) العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ص42.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية.

أ. النتائج الأولية الخاصة بالجمهور الداخلي (الطلاب)

الجدول رقم (1) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	32	%44
أنثى	40	%56
الإجمالي	72	%100

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (1) توزيع مفردات عينة الدراسة الخاصة بالجمهور الداخلي (الطلاب) حسب النوع حيث جاءت النسبة الأعلى لصالح الإناث وذلك بنسبة مقدارها (%56) وتكرار (40) ويرجع ذلك لزيادة عدد الطالبات الإناث مقارنة بالذكور حسب ما جاء في الجمهور الداخلي "الطلاب".

الجدول رقم (2) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الكلية الجامعية

الكلية الجامعية	التكرار	النسبة المئوية
إنسانية	36	%50
علمية	36	%50
الإجمالي	72	%100

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (2) الكلية التي تنتمي إليها مفردات عينة الدراسة الخاصة بالجمهور الداخلي حيث جاءت النسبة متساوية ومقدارها (%50) والتكرار (36) لكل من كليتي الصيدلية والهندسة وقسم الإعلام وكلية القانون ويعزى ذلك للرغبة في تمثيل كليات الجامعة بشقيها.

الجدول رقم (3) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب السنة الدراسية .

السنة الدراسية	التكرار	النسبة المئوية
أولى	0	%0
ثانية	0	%0
ثالثة	0	%0
رابعة	72	%100
الإجمالي	72	%100

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (3) السنة الدراسية التي تنتمي إليها مفردات عينة الدراسة الخاصة بالجمهور الداخلي (الطلاب) حيث جاءت النسبة (%100) والتكرار (72) لصالح طلاب السنة الرابعة ويعزى ذلك لكونهم الأقدر على تفهم الدراسة وأهدافها والإدلاء بمعلومات أكثر دقة ممن هم في مستويات دراسية أدنى.

الجدول رقم (4) يوضح الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للطلاب في جامعة عمر المختار

الإجمالي		لا أوافق		محايد		أوافق		الفقرات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	72	%13	9	%29	21	%58	42	إقامة أنشطة ثقافية
%100	72	%24	17	%24	17	%52	38	استقبال الطلاب الجدد وتعريفهم بمرافق الجامعة
%100	72	%17	12	%31	22	%52	38	تزويد الطلاب بالبيانات المتعلقة بالجامعة
%100	72	%17	12	%31	22	%52	38	تنظيم رحلات متنوعة للطلاب
%100	72	%38	27	%19	14	%43	31	تسهيل اتصال الطلاب بالمجتمع المحلي ومؤسساته
%100	72	%40	29	%28	20	%32	23	تنظيم لقاءات بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس
%100	72	%22	16	%22	16	%56	40	تنظيم لقاءات بين الطلاب في مختلف الكليات
%100	72	%21	15	%29	21	%50	36	عقد دورات تدريبية بالتعاون مع دوائر الجامعة
%100	72	%17	12	%32	23	%51	37	عرض اللوحات الإرشادية للنشاطات المتعددة في الجامعة

يتضح من الجدول رقم (4) الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للطلاب في جامعة عمر المختار حيث جاءت النسبة الأعلى لصالح إقامة الأنشطة الثقافية الموجهة للطلاب وبلغت (58%) وتكرر (42) تلاها تنظيم لقاءات تعارف بين الطلاب في مختلف الكليات والتخصصات بنسبة بلغت (56%) وتكرر (40) أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت المشاركة في استقبال وإرشاد الطلاب الجدد وتسهيل حصولهم على البيانات والمعلومات وتنظيم الرحلات المتنوعة للطلاب بنسب متساوية بلغت (52%) وتكرر (38) .

وفي المرتبة الأخيرة جاء تنظيم لقاءات مشتركة بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بنسبة بلغت (32%) وتكرر (23) وهذا مؤشر على القصور في عملها بتقريب وجهات النظر بين الطرفين وتتفق هذه النتيجة مع دراسة زياد محافظة (1997م) في غياب التفاعل والتعاون بين دوائر العلاقات العامة وأعضاء هيئة التدريس.

الجدول رقم 5 يوضح مدى معرفة الطلاب بأنشطة العلاقات العامة في جامعة عمر المختار

الإجمالي		لا أوافق		محايد		أوافق		الفقرات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100%	72	%92	21	49%	35	22%	16	الاستطلاعات الموجهة للطلاب لكشف انطباعاتهم .
%100	72	19%	14	38%	27	43%	31	النشرات الداخلية الدورية لتغطية أخبار أنشطة الجامعة
%100	72	19%	14	31%	22	50%	36	الفعاليات التي تشارك بها لتغيير الانطباع السلبي الذي قد يتبناه البعض عن الجامعة
%100	72	14%	10	%03	22	56%	40	المؤتمرات والأيام الثقافية التي تعقدتها كليات الجامعة.
%100	72	32%	23	22%	16	46%	33	البحوث التي تجريها الجامعة حول مشكلات الطلاب
%100	72	29%	21	29%	21	42%	30	متابعة الشكاوى التي قد يبديها البعض عن الجامعة
%100	72	14%	10	35%	25	51%	37	مقترحات بعض الطلاب التي تنقلها لإدارة الجامعة

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (5) مدى معرفة الطلاب بنشاطات العلاقات العامة في جامعة عمر المختار حيث جاءت معرفتهم بالمؤتمرات والأيام الثقافية التي تعقدتها

كليات الجامعة وأقسامها في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (56%) وتكرار (40) تلتها مشاركة الجامعة في الفعاليات والمناسبات الوطنية خارج الجامعة ونقل آراء ومقترحات الطلاب لإدارة الجامعة بنسب متساوية بلغت (50%) و(51%) وتكرار (36) و(37) أما عدم معرفتهم بالاستطلاعات الموجهة للطلاب لكشف انطباعاتهم وآرائهم حول سيرتها الأكاديمية فقد جاءت بنسبة (49%) وتكرار (35) وهذا يدل على خلل ما في عملها مع الجمهور الداخلي.

الجدول رقم (6) يوضح مدى أشراك الطلاب في نشاطات العلاقات العامة في جامعة عمر المختار

الفقرات		أوافق		محايد		لا أوافق		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
تأخذ بآراء الطلاب عند تصميم برامجها وأنشطتها		40%	29	39%	28	21%	15	100%	72
أشراك الطلاب عند افتتاح مشروع جديد في الجامعة		40%	29	40%	29	19%	14	100%	72
تشرك الطلاب بمهمة تعريف المجتمع المحلي برسالة الجامعة		42%	03	42%	30	16%	12	100%	72
تشرك الطلاب بتنظيم الأيام العلمية في الجامعة		50%	36	42%	30	8%	6	100%	72
تشرك الطلاب في استقبال الوفود الرسمية وتقديم عرض عام عن الجامعة		39%	28	39%	28	22%	16	100%	72
تسمح بنشر إسهامات الطلاب في نشراتها الطلابية		49%	53	33%	24	18%	13	100%	72
تغطي نشاطات الاتحادات والأندية الرياضية		46%	33	38%	27	16%	12	100%	72
تشرك الطلاب في إعداد النشرات والتقارير الإخبارية التي تغطي نشاطات الجامعة		51%	37	32%	23	18%	13	100%	72

توضح البيانات الواردة في الجدول رقم (6) مدى أشراك الطلاب في نشاطات العلاقات العامة في جامعة عمر المختار حيث جاء بالدرجة الأولى وبنسب متقاربة جداً أشراك الطلاب في إعداد النشرات والتقارير الإخبارية التي تغطي نشاطات الجامعة وإشراكهم بتنظيم الأيام العلمية في الجامعة بلغت (51%) و(50%) على التوالي وتكرار (37) و(36) وهذا مؤشر إيجابي على إقبال الطلاب في المسيرة العلمية مما يعزز دورهم في العملية التعليمية، وجاء في المرتبة الأخيرة أشراك الطلاب في استقبال الوفود الرسمية وتقديم عرض عام عن الجامعة بنسبة بلغت (39) وتكرار (28)

ب. النتائج الأولية الخاصة بالموظفين:

الجدول رقم (1) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	8	100%
أنثى	0	0%
الإجمالي	8	100%

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (1) نوع مفردات مجتمع الدراسة الخاصة بالموظفين حيث جاءت النسبة الأعلى لصالح الذكور بنسبة بلغت (100%) وهذا يدل على القصور والخلل في فهم طبيعة وأهمية عمل العلاقات العامة سواءً من ناحية الجامعة كمؤسسة بضرورة توفير العنصر النسائي أو من ناحية المجتمع الخارجي المحلي .

الجدول رقم (2) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
%0	0	من 20 إلى 25 سنة
%50	4	من 25 إلى 30 سنة
%25	2	من 30 إلى 35 سنة
%25	2	من 35 إلى 40 سنة
%0	0	من 40 فما فوق
100%	8	الإجمالي

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (2) أن أكثر من نصف الموظفين هم من الفئة العمرية من 25 إلى 30 سنة بنسبة بلغت (50%) وهذا يدل على إقبال من هم في سنوات مبكرة على العمل في العلاقات العامة.

الجدول رقم (3) يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة حسب المستوى العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى العلمي
%38	3	ثانوية عامة أو ما يعادلها
%12	1	دبلوم عال
%38	3	ليسانس
%12	1	دراسات عليا "ماجستير أو دكتوراه"
100%	8	الإجمالي

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (3) أن حملة شهادة الثانوية والليسانس يمثلون نسبة بلغت (38%) وتكرار (3).

الجدول رقم (4) يوضح التسمية الوظيفية لنشاط العلاقات العامة بالجامعة

النسبة المئوية	التكرار	التسمية الوظيفية
%25	2	دائرة علاقات عامة
%25	2	دائرة علاقات عامة واستعلامات
%50	4	مكتب خدمات عامة

شؤون العاملين	0	%0
أخرى تذكر	0	%0
الإجمالي	8	100%

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (4) عدم الوضوح في التسمية الوظيفية لنشاط العلاقات العامة في جامعة عمر المختار حيث جاءت تحت مسمى مكتب خدمات عامة بأعلى نسبة بلغت (50%).

الجدول رقم (5) يوضح كيفية التحاق مفردات عينة الدراسة بالعمل في العلاقات العامة

الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
التخصص العلمي	0	%0
الصدفة	4	%50
هذا ما كان متاحاً	3	%38
تم إلزامي من قبل الجامعة بالعمل في مجال العلاقات العامة	1	%12
الإجمالي	8	100%

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (5) كيفية التحاق مفردات عينة الدراسة بالعمل في مجال العلاقات العامة حيث جاء العمل عن طريق الصدفة وحسب ما هو متاح بأعلى نسبة بلغت (50%) وهذا يدل على عدم وضع معايير دقيقة لعمل المتخصصين في مجال العلاقات العامة مما ينعكس سلباً على أدائها.

الجدول رقم (6) يوضح الشعبة التي يعمل بها مفردات عينة الدراسة

الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
شعبة الإعلام	0	%0
شعبة المراسم	3	%38
شعبة التوثيق	0	%0
شعبة تنظيم الأحداث والمناسبات	4	%50
شعبة الخريجين	1	12
الإجمالي	8	100%

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (6) الشعبة التي يعمل بها مفردات عينة الدراسة حيث جاءت شعبة تنظيم الأحداث والمناسبات هي الأعلى بنسبة بلغت (50%) تلتها شعبة المراسم بنسبة (38%) وهذا يدل على انحسار عمل العلاقات العامة في تنظيم المناسبات واستقبال الوفود وإهمال الوظائف الأخرى.

الجدول رقم (7) يوضح موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة

الفقرات	التكرار	النسبة المئوية
تتبع رئيس الجامعة مباشرة	0	%0
تتبع وكيل الجامعة	5	%62
تتبع مستشار الجامعة	0	%0
تقع ضمن المكاتب الإدارية	3	%38
لا تحتل مكانة	0	%0
أخرى تذكر	0	%0
الإجمالي	8	100%

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (7) موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة حيث تتبع وكيل الجامعة بنسبة بلغت (62%) وهذا يضعها في مراكز متقدمة في الهيكل التنظيمي إلا أن ذلك يتناقض مع طبيعة عملها ووظائفها من حيث تركيزها على تنظيم الفعاليات واستقبال الوفود بدرجة كبيرة.

الجدول رقم (8) يوضح الوظائف الرئيسية التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها

الفقرات	أوافق	محايد	لا أوافق	المجموع
تفعيل دور الجامعة في إقامة الأنشطة الجامعية لتعزيز دورها في المجتمع	7	1	0	8
متابعة ما يصدر عن وسائل الإعلام المحلية من معلومات تتعلق بالجامعة وتحليلها ورفعها للإدارة	7	0	1	8
تحديث وتطوير صفحة أخبار الجامعة على الأنترنت	6	1	1	8
التواصل مع وسائل الإعلام والتحدث رسمياً باسم الجامعة	5	2	1	8
النظر في شكاوى العاملين في الجامعة ومعاونتهم لتحقيق تطلعاتهم	5	1	2	8
تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية داخل الجامعة	6	0	2	8
التنسيق بين الإدارات المختلفة داخل الجامعة لتحقيق الانسجام بينها وبين الجمهورين الداخلي والخارجي.	5	3	0	8
إيصال أفكار الجمهور الداخلي واتجاهاته للإدارة العليا في الجامعة ومتابعة اقتراحاته	5	2	1	8
أجراء دراسات وبحوث ميدانية لإعداد البيانات لتقييم الصورة الذهنية المتعلقة بالجامعة وإطلاع وإدارة الجامعة بنتائجها	4	4	0	8
تعزيز ثقة الجمهور الداخلي للجامعة بالجامعة وإدارتها	6	1	1	8

%100	8	%25	2	%25	2	%50	4	الاحتفاظ بأرشيف المعلومات المتعلقة بالجامعة من حيث الصور والنشرات الإخبارية
%100	8	%25	2	%0	0	%75	6	إصدار نشرات إخبارية وتوضيحية عن الجامعة وإقامة علاقات طيبة مع قادة الرأي في المجتمع
%100	8	%0	0	%12	1	%88	7	استقبال ضيوف الجامعة من الوفود الرسمية وتسهيل أقامتهم
%100	8	%25	2	%12	1	%63	5	رسم السياسة العامة للجامعة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة وذلك بتحديد الأهداف والجمهور المستهدف
1005	8	%0	0	%25	2	%75	6	تقييم وقياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة ونشاطاتها بشكل مستمر للوقوف على مواطن الضعف والقوة لضمان فعالية برامجها.

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (8) الوظائف الرئيسية التي تسعى العلاقات العامة في الجامعة لتحقيقها حيث جاء استقبال الضيوف والوفود الرسمية وتسهيل إقامتهم إضافة إلى تفعيل دور الجامعة في إقامة الأنشطة الجامعية ومتابعة ما يصدر عن وسائل الإعلام المحلية من معلومات ورفعها للإدارة بنسبة متساوية بلغت (88%) وتكرار (7) تلاها تحديث وتطوير صفحة الجامعة الإلكترونية وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية داخل الجامعة وتعزيز ثقة الجمهور الداخلي بإدارة الجامعة إضافة إلى تقييم وقياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة ونشاطاتها للوقوف على مواطن الضعف والقوة في أدائها بنسب متساوية بلغت (75%) وتكرار (6).

أما إجراء البحوث والدراسات الميدانية لإعداد البيانات لتقييم الصورة الذهنية للجامعة والاحتفاظ بالأرشيف الجامعي بأقل نسبة بلغت (50%) وتكرار (4) وهذا يدل على تقصير العلاقات في هذا الجانب الأكثر الأهمية بالنسبة لها وتتفق هذه النتيجة مع دراسة زياد محافظة (1997م) بافتقارها لشعبة أو قسم الدراسات ومسوح الرأي العام

الجدول رقم (9) يوضح وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في الجامعة

المجموع		لا أوافق		محايد		أوافق		ال فقرات
%100	8	%12	1	%13	1	%75	6	البيانات الصحفية
%100	8	%12	1	%0	0	%88	7	النشرات الإعلانية الدورية
%100	8	%0	0	%12	1	%88	7	التقارير السنوية
%100	8	%13	1	%12	1	%75	6	الإعلانات
%100	8	%13	1	%12	1	%75	6	الكتب السنوية للجامعة وإصدارات الهيئات التدريسية والكليات
%100	8	%25	2	%0	0	%75	6	التعاون مع الإذاعات المحلية لبث بعض الأخبار المتعلقة بالجامعة
%100	8	%25	2	%63	5	%12	1	تنظيم برامج إذاعية تناقش قضايا تتعلق بالجامعة باستضافة ممثلين عنها
%100	8	%25	2	%12	1	63%	5	الموقع الإلكتروني للجامعة كحلقة وصل مع جماهير الجامعة لتقديم معلومات محدثة يومياً تشكل مرجعية شاملة عنها
%100	8	0%	0	%25	2	%75	6	إصدار نشرات مصورة تلفزيونية تغطي كافة فعاليات وأخبار الجامعة وتكون بمثابة "حصاد أسبوعي" لنشاطات الجامعة

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (9) وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في الجامعة حيث جاءت النشرات الإعلانية الدورية والتقارير السنوية بالمرتبة الأولى وبنسبة بلغت (88%) وتكرر (7) تليهما البيانات الصحفية والإعلانات والنشرات المصورة بنسب متساوية بلغت (75%) وتكرر (6) في حين جاء تنظيم البرامج الإذاعية لمناقشة قضايا تتعلق بالجامعة وبمشاركة ممثلين عنها بأقل نسبة بلغت (12%).

- نتائج الدراسة:

- يتضح أن الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للطلاب في جامعة عمر المختار تنحصر في إقامة الأنشطة الثقافية الموجهة للطلاب وتنظيم لقاءات تعارف بين الطلاب في مختلف الكليات والتخصصات

- تبين أن معرفة الطلاب بنشاطات العلاقات العامة في جامعة عمر المختار تركزت على المؤتمرات والأيام الثقافية التي تعقدها كليات الجامعة وأقسامها ومشاركة الجامعة في الفعاليات والمناسبات الوطنية خارج الجامعة.

- دلت النتائج على أن العلاقات العامة في جامعة عمر المختار تتيح الفرصة لإشراك الطلاب في إعداد النشرات والتقارير الإخبارية التي تغطي نشاطات الجامعة وتنظيم الأيام العلمية.

- تشير النتائج إلى عدم الوضوح في التسمية الوظيفية لنشاط العلاقات العامة في جامعة عمر المختار حيث جاءت تحت مسمى مكتب خدمات عامة.

- يتضح أن الالتحاق بالعمل في مجال العلاقات العامة جاء عن طريق الصدفة.

- يتضح أن عمل مفردات عينة الدراسة يتركز في شعبة تنظيم الأحداث والمناسبات.

- تبين أن العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة تتبع وكيل الجامعة.

- تشير النتائج إلى أن الوظائف الرئيسية التي تسعى العلاقات العامة في الجامعة لتحقيقها تتركز على استقبال الضيوف والوفود الرسمية وتسهيل إقامتهم إضافة إلى تفعيل دور الجامعة في إقامة الأنشطة الجامعية ومتابعة ما يصدر عن وسائل الإعلام المحلية من معلومات ورفعها للإدارة .

- اتضح أن النشرات الإعلانية الدورية والتقارير السنوية تأتي في مقدمة وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في جامعة عمر المختار.

- التوصيات:

- ضرورة التنوع في الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للطلاب في جامعة عمر المختار وألا تنحصر فقط في إقامة الأنشطة الثقافية وتنظيم لقاءات التعارف بين الكليات .

- ضرورة تحديد ووضوح التسمية الوظيفية لنشاط العلاقات العامة في جامعة عمر المختار.

- لا بد من اعتماد معايير وشروط للالتحاق بالعمل في مجال العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية.

- لا بد من الحرص على تحقيق كافة الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة في الجامعة وألا تتركز فقط على استقبال الضيوف والوفود الرسمية.

- التنوع في وسائل الاتصال المستخدمة من قبل العلاقات العامة في جامعة عمر المختار وعدم الاقتصار فقط على النشرات الإعلانية الدورية والتقارير السنوية.

- قائمة المراجع:

أولاً: الكتب:

- (1) الدسوقي عبده إبراهيم (2004) وسائل وأساليب الاتصال الجماهير، الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة والنشر، ص91.
- (2) جميل أحمد خضر (1998) العلاقات العامة، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص42.
- (3) محمد منير (2007) العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 491-492.
- (4) مصطفى محمود أبوبكر (2007) أحمد عبد الله اللوح، مناهج البحث العلمي وأسس عملية – حالات تطبيقية، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، ص51.
- (5) محمد الصيرفي (2004) إدارة العلاقات العامة، مؤسسة مويس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص44.
- (6) محمد عبد الحميد (1993) الاتصال في مجالات الأبداع الفني الجماهيري، القاهرة، عالم الكتاب، ص63
- (7) سليم بطرس جلد (2011) مدخل معاصر إلى العلاقات العامة، عمان، دار الإعلام للنشر والتوزيع، ص50.
- (8) عبد الرازق الدليمي (2005) العلاقات العامة في التطبيق، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع، ص31.
- (9) عبد الباري دره، نبيل المجالي (2010) العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين النظرية والممارسة، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ص322-324.

ثانياً: الرسائل العلمية (الماجستير والدكتوراه):

- (1) زياد محافظة (1997) العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية، دراسة تقييمية للمراحل من وجهة أعضاء هيئة التدريس، رسالة ماجستير غير منشورة، ص169 – 170.
- (2) ياسر السكران (1990) واقع ممارسات العلاقات العامة في كليات مجتمع محافظة إربد كما يراها الإداريون والمدرسون، رسالة ماجستير غير منشورة، ص 165-167

جامعة عمر المختار

كلية الآداب / قسم الأعلام

شعبة علاقات عامة

عزيزي الطالب

تحية طيبة وبعد ،،

أضع بين أيديكم استمارة استبيان حول دراسة بعنوان:

واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية

دراسة ميدانية على جامعة عمر المختار

فأرجو التكرم بقراءة العبارات بدقة والإجابة عنها بموضوعية، علماً بأن المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، شاكرة لكم حسن تعاونكم.

يرجى التكرم بالإجابة بوضع علامة () أمام الإجابة التي تناسبك

أولاً: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

الكلية: إنسانية علمية

السنة الدراسية: أولى ثانية ثالثة رابعة

التخصص العلمي

ثانياً:

س1: ما الخدمات والنشاطات التي تقدمها العلاقات العامة للطلبة في جامعة عمر المختار ؟

الرقم	الفقرات	أوافق	محايد	لا أوافق
1	تقيم أنشطة ثقافية وفنية موجهة للطلبة.			
2	تشارك في استقبال وإرشاد الطلبة الجدد من حيث اطلاعهم على مرافق الجامعة وتسهيل إجراءات التسجيل بها.			
3	تسهل حصول الطلبة على البيانات والمعلومات المتعلقة بالجامعة.			
4	تنظم رحلات متنوعة للطلبة.			
5	تسهل اتصال الطلبة بالمجتمع المحلي ومؤسساته.			
6	تنظم لقاءات مشتركة بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة قضاياهم.			
7	تعمل على تنظيم لقاءات تعارف بين الطلبة في مختلف الكليات والتخصصات.			
8	تساهم في عقد الدورات والبرامج التدريبية بالتعاون مع دوائر الجامعة الأخرى.			
9	تقوم بعرض اللوحات الإرشادية والإعلانية للنشاطات المتعددة في الجامعة.			

س2: ما مدى اطلاعك ومعرفتك ببعض نشاطات العلاقات العامة في جامعة عمر المختار؟

الرقم	الفقرات	أوافق	محايد	لا أوافق
1	الاستطلاعات الموجهة للطلبة لكشف انطباعاتهم وآرائهم حول مسيرتها الأكاديمية			
2	النشرات الداخلية الدورية لتغطية أخبار وأنشطة الجامعة .			
3	الفعاليات والمناسبات والأعياد الوطنية التي تشارك بها لتغيير الانطباع السلبي الذي قد يتبناه البعض عن الجامعة.			
4	المؤتمرات والأيام الثقافية التي تعقدها كليات الجامعة وأقسامها.			
5	البحوث التي تجريها الجامعة حول المشكلات التي يواجهها الطلبة.			
6	متابعة الشكاوى والانتقادات التي قد يبديها البعض عن الجامعة.			
7	آراء وأفكار ومقترحات بعض الطلبة التي تنقلها لإدارة الجامعة .			

س3: ما مدى إشراك الطلبة في نشاطات ومهام العلاقات العامة في جامعة عمر المختار؟

الرقم	الفقرات	أوافق	محايد	لا أوافق
1	تأخذ بآراء الطلبة عند تصميم برامجها وأنشطتها المختلفة.			
2	تقوم بدعوة وأشراك الطلبة عند افتتاح مشروع جديد في الجامعة .			
3	تشرك الطلبة بمهمة تعريف المجتمع المحلي برسالة الجامعة.			
4	تشرك الطلبة بتنظيم الأيام العلمية في الجامعة.			
5	تشرك الطلبة في استقبال الوفود الرسمية وتقديم عرض عام للجامعة			
6	تسمح بنشر إسهامات الطلبة في نشراتها الإعلامية.			
7	تقوم بتغطية نشاطات الاتحادات والأندية الطلابية.			
8	تشرك الطلبة في إعداد النشرات والتقارير الإخبارية التي تغطي نشاطات الجامعة.			

جامعة عمر المختار
كلية الآداب
قسم الأعلام / شعبة العلاقات العامة

أخي المبحوث

تحية طيبة وبعد،،

أضع بين أيديكم استمارة استبيان حول دراسة بعنوان:

واقع العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية
دراسة ميدانية على جامعة عمر المختار

فأرجو التكرم بقراءة العبارات بدقة والإجابة عنها بموضوعية، علماً بأن المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، شاكرة لكم حسن تعاونكم .

أولاً: البيانات الشخصية

النوع :

أنثى ذكر

الفئة العمرية : من 20 إلى 25 سنة من 25 إلى 30

من 30 إلى 35 سنة من 35 إلى 40 سنة
من 40 سنة فما فوق

المستوى العلمي:

ثانوية عامة أو ما يعادلها
دبلوم عال
ليسانس أو بكالوريوس
دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه)

التخصص العلمي ان وجد:

ثانياً: بيانات متعلقة بالدراسة

س 1 / ما التسمية الوظيفية لنشاط العلاقات العامة بالجامعة ؟

دائرة علاقات عامة دائرة علاقات عامة واستعلامات
مكتب خدمات عامة شؤون العاملين

أخرى تذكر

س2 / كيف التحقت بعملك في العلاقات العامة ؟

التخصص العلمي الصدفة
هذا ما كان متاحاً تم الزاميا من قبل الجامعة العمل في مجال العلاقات العامة
الرغبة الشخصية وحب العمل في مجال العلاقات العامة

س3/ ما الشعبة (الوحدة) التي تعمل بها ؟

شعبة الأعلام

شعبة المراسم

شعبة التوثيق

شعبة تنظيم الأحداث والمناسبات

شعبة متابعة الخريجين

س4/ أين تقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة ؟

تتبع رئيس الجامعة مباشرة

تتبع وكيل الجامعة

تتبع مستشار الجامعة

تقع ضمن المكاتب الإدارية الأخرى

لا يوجد لها مكانة في الهيكل التنظيمي للجامعة

أخرى تذكر

س5/ تسعى العلاقات العامة في الجامعة إلى تحقيق الوظائف الرئيسية التالية:

الرقم	الفقرة	أوافق	محايد	لا أوافق
1	تفعيل دور الجامعة في إقامة الأنشطة الجامعية "المعارض ، الاحتفالات،" لتعزيز دورها في المجتمع .			
2	متابعة ما يصدر عن وسائل الأعلام المحلية من معلومات تتعلق بالجامعة وتحليلها ورفعها لإدارة الجامعة			
3	تحديث وتطوير صفحة أخبار الجامعة على الأنترنت			
4	التواصل مع وسائل الأعلام والتحدث رسمياً باسم الجامعة.			
5	النظر في شكاوى العاملين في الجامعة ومعاونتهم لتحقيق تطلعاتهم وتلبية رغباتهم.			
6	تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية داخل الجامعة .			
7	العمل كمنسق بين الإدارات المختلفة داخل الجامعة لتحقيق الانسجام بينها وبين الجمهورين الداخلي والخارجي.			

8	إيصال أفكار الجمهور الداخلي واتجاهاته للإدارة العليا في الجامعة ومتابعة اقتراحاته		
9	أجراء دراسات وبحوث ميدانية لإعداد البيانات لتقييم الصورة الذهنية المتعلقة بالجامعة واطلاع إدارة الجامعة بنتائجها.		
10	تعزيز ثقة الجمهور الداخلي للجامعة " طلبة، عاملين وإداريين، أعضاء هيئة تدريس" بالجامعة وإداراتها.		
11	الاحتفاظ بأرشيف المعلومات المتعلقة بالجامعة من حيث الصور والنشرات الإخبارية والمناسبات التي تشهدها الجامعة		
12	إصدار نشرات إخبارية وتوضيحية عن الجامعة، وإقامة علاقات طيبة مع قادة الرأي في المجتمع.		
13	استقبال ضيوف الجامعة من الوفود الرسمية وغيرها وتسهيل أقامتهم ورسم صورة طيبة عن الجامعة .		
14	رسم السياسة العامة للجامعة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة وذلك بتحديد الأهداف والجمهور المستهدف .		
15	تقييم وقياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة ونشاطاتها بشكل مستمر للوقوف على مواطن الضعف والقوة ولضمان فعالية برامجها وتحقيقها لأهدافها.		

س6 هل تستخدم العلاقات العامة في الجامعة احدى وسائل الاتصال التالية :

الرقم	الوسائل البصرية	أوافق	محايد	لا أوافق
1	البيانات الصحفية			
2	النشرات الإعلانية الدورية			
3	التقارير السنوية			
4	الإعلانات			
5	الكتب السنوية للجامعة وإصدارات الهيئات التدريسية والكليات من كتب			
الرقم	الوسائل السمعية	أوافق	محايد	لا أوافق
1	التعاون مع الإذاعات المحلية من أجل بث بعض الأخبار المتعلقة بالجامعة على تردداتها.			
2	تنظيم برامج إذاعية تناقش قضايا تتعلق بالجامعة باستضافة ممثلين عن الجامعة .			
الرقم	الوسائل السمعية البصرية	أوافق	محايد	لا أوافق

			الموقع الإلكتروني للجامعة كحلقة وصل مع جماهير الجامعة لتقديم معلومات محدثة يومياً تشكل مرجعية شاملة عن الجامعة.	1
			إصدار نشرات مصورة تلفزيونية تغطي كافة فعاليات وأخبار الجامعة وتكون بمثابة "حصاد أسبوعي" لنشاطات الجامعة".	2