

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة الخليل
كلية الدراسات العليا والبحث العلمي
قسم إدارة الأعمال

واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية

إعداد
ورود عثمان شرياتي

إشراف
الدكتور راتب الجعبري

رسالة ماجستير

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الخليل

2011م



جامعة الخليل
كلية الدراسات العليا والبحث العلمي
قسم إدارة الأعمال

واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية

إعداد
ورود عثمان شرياتي

إشراف
الدكتور راتب الجعبري

2011 م

واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية

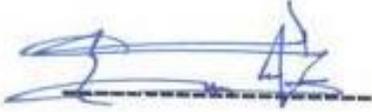
إعداد
ورود عثمان شرباتي

نوقشت هذه الرسالة

يوم الأحد بتاريخ 2011/4/3 الموافق 1/جمادى الاولى/1432 وأجيزت

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة:



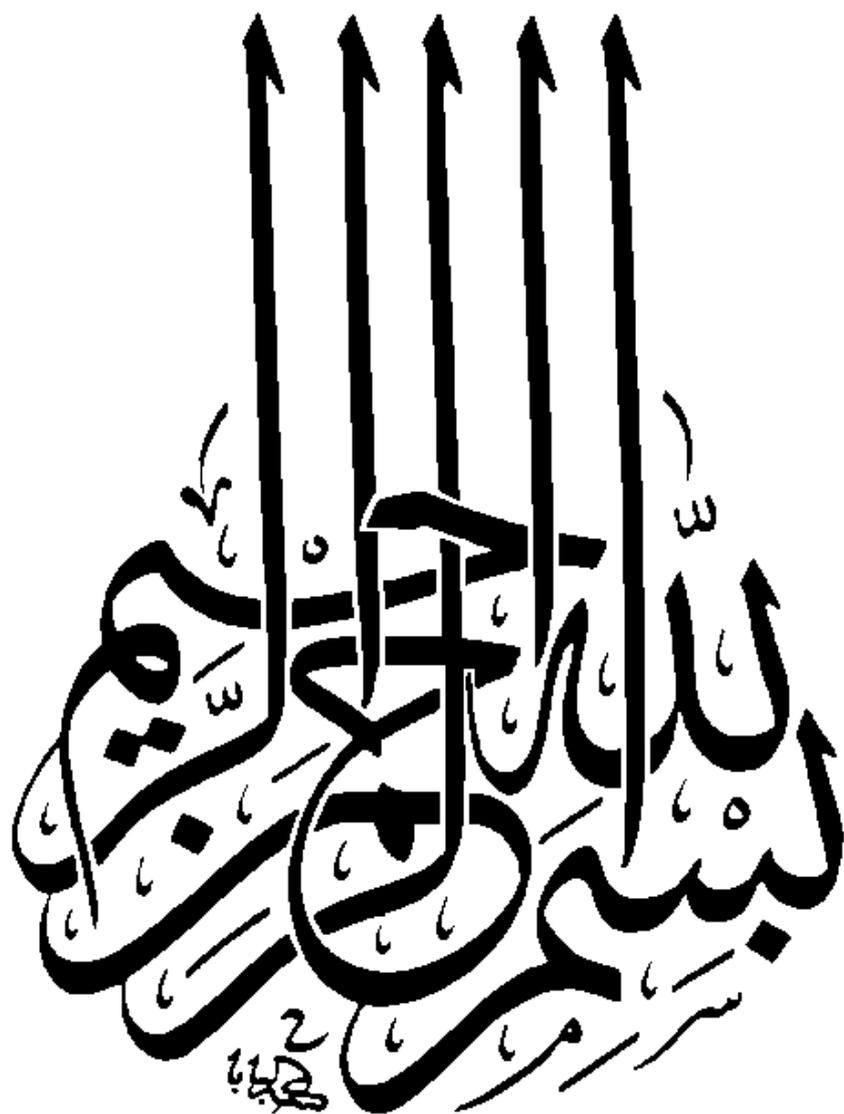
١. د. راتب الجعبري: مشرفاً ورئيساً



٢. د. محمد عوض: ممتحناً خارجياً



٣. د. باسل الننشة: ممتحناً داخلياً



الإهداء:

إلى مَنْ رَضَاهُمْ مِنْ رِضَا رَبِّي...
إلى مَنْ نَوَّرَ بِالْحَنَانِ دَرْبِي...
أُمِّي ... أَبِي...

لِمَنْ أَمْسَكَ بِيَدِي وَكَانَ عَوْنِي وَسَنْدِي
لِمَنْ أَبِي إِلَّا أَنْ أَكُونَ هُنَا رَغْمًا عَنْ أَنْفِ الْحَيَاةِ
لِكَفِّهِ الْبِضَاءَ وَرُوحَهُ شَرِيكَ حَيَاتِي
إِلَيْكَ زَوْجِي... "د. شرف"

إلى كُلِّ إِسْمٍ يَبْدَأُ بِالْأَلْفِ وَ يَنْتَهِي بِالْيَاءِ
"أختي... أخي..."

لِمَنْ جَعَلْتَنِي أَصْلًا إِلَى هُنَا كَيْ أُسْتَطِيعَ عَطَائِهَا
و وَهَبْتَنِي الْحَيَاةَ أَلْفَ مَرَّةٍ بِكَلِمَةِ "أُمِّي"
لِمَنْ مَضَيْتُ أَشَقَّ الطَّرِيقَ لِأَجْلِهَا كَيْ تَتَّبِعَنِي
"لَكَ مَاسَةٌ..."

إلى الشُّمُوعِ الَّتِي احْتَرَقَتْ لِتَضِيءَ لِي دَرْبِي
إلى العِیُونَ الَّتِي سَهَرَتْ مَعِيَ اللَّيَالِي
إلى الْقُلُوبِ الَّتِي غَمَّرْتَنِي بِالْمَحَبَّةِ
إلى الشِّفَاهِ الَّتِي تَمَنَّتْ لِي النِّجَاحَ...

وَلَا أَنْسَى مِنْ عِلْمِنِي حَرْفًا أَنْ أَكُونَ لَهُ عَبْدًا
وَكُلُّ مَنْ سَبَقَنِي الطَّرِيقَ وَسَيَلِحْنِي إِلَيْهَا مِنْ طَلَابِ عِلْمٍ
لِجَامِعَتِي الَّتِي تَرَكْتُ مَذَكَرَاتِي عَلَى مَقَاعِدِهَا
لَكُمْ جَمِيعًا أَهْدِي سَهْرِي وَتَعْبِي وَجَهْدِي...

شكر و عرفان

لا يسعني الا ان أقدم الشكر لخالقي ومولاي الذي أمدني بالقوة وأعانني على الوصول إلى هذه

المرحلة... وأسأل الله العلي القدير أن يجعل هذا الجهد خالصا لوجهه الكريم وخدمة لأبناء أمتي ووطني

وانطلاقا من العرفان الجميل, فإنه يسرني أن أتقدم بالشكر والإمتنان إلى الدكتور راتب الجعبري

الذي امدني من منابع علمه بالكثير. والذي ما توانى عن مد يد العون والمساعدة لي في جميع المجالات.

وأتقدم بالشكر الى جامعتي جامعة الخليل وجامعة بولتكنيك فلسطين...إدارة وهيئة

تدريسية, لما قدموه لي من مساعدة ومساندة بمسيرة ثابتة في مسيرتي العلمية وأخص بالذكر

أعضاء قسم إدارة الأعمال, الدكتور سمير ابو زبيد, الدكتور شريف ابو كرش, والدكتور بسام

بنات وإلى المحكمين لاستبانة الدراسة.

كما واتقدم بالشكر الى جميع موظفي دوائر العلاقات العامة الذين تكبدوا الجهد في تعبئة

الاستبانة و إلى كل من ساندني وساعدني على إكمال هذه الرسالة إلى أن ترى النور.

الباحثة

ملخص

" واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية "

إعداد

ورود عثمان شرياتي

إشراف

الدكتور راتب الجعبري

2010م

يهدف هذا البحث إلى التعرف على واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية- الجامعات العاملة في الضفة الغربية - وذلك من خلال التعرف على دور دائرة العلاقات العامة في إجراء التنسيق اللازم مع جماهيرها المختلفة (المجتمع المحلي, المؤسسات المانحة, المؤسسات الأكاديمية, المجتمع الداخلي) إضافة إلى التعرف على الواقع الإداري والتنظيمي الذي يعمل به موظفو الدائرة.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي, من خلال استمارة خاصة لدراسة مجتمع البحث المكون من 9 جامعات تقليدية وتعليم مفتوح. حيث وزعت الاستمارات باستخدام المسح الشامل على موظفي دائرة العلاقات العامة وموظفي الإدارة العليا (نواب رئيس الجامعة). لقد تم توزيع (87) استمارة واسترداد (74) منها .

خلص البحث الى مجموعة من النتائج أهمها: أن واقع إدارة العلاقات العامة بشكل عام مرضي في الجامعات حيث أن الدائرة تقوم بتنفيذ نشاطات مختلفة موجهة للمجتمع المحلي بصورة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.21), وتحافظ على بدرجة مرتفعة على علاقات جيدة مع المؤسسات الأكاديمية بمتوسط حسابي (3.41).

وبمتوسط حسابي (3.42) مع الجهات المانحة, إضافة إلى أن الدائرة تعمل ضمن ظروف إدارية وتنظيمية جيدة وذلك بمتوسط حسابي (3.64). وأظهر البحث أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات الموظفين نحو واقع ادارة العلاقات العامة تعزى إلى المتغيرات (الجنس,العمر,سنوات الخبرة) في حين بين البحث وجود اختلافات في آراء العينة نحو الدائرة في التنسيق مع المجتمع المحلي وذلك باختلاف المؤهل العلمي وعدد الدورات التدريبية.

وعلى ضوءالنتائج السابقة أوصت الباحثة بضرورة رقد دوائر العلاقات العامة بالموارد البشرية المؤهلة, وتوفير كافة الامكانيات الداعمة لأداء عملها, والعمل على تحديد الإحتياجات التدريبية وتوفيرها للموظفين الحاليين. وأخيرا ضرورة طرح برنامج أكاديمي متخصص في العلاقات العامة للأيفاء باحتياجات المجتمع المحلي وتوفير خريجين مؤهلين.

Abstract

The scope of this study is to investigate the state of the public relation in the Palestinian universities (West Bank). The study explores the contribution of department of public relation in establishment of demanded coordination with different populations such as the local community, the funded organization, and the academic institutions. In addition, the study focuses not only on the management and organizing state that the employee follow, but also the most important challenges and hurdles that eliminate the development of public relation.

The researcher used the descriptive and analytical method. Therefore, she developed a questionnaire to investigate the studied community. The studied area consists of nine universities. The questionnaire was distributed to all members of the public relation unit and the superior administration. 87 copies were distributed while 74 filled and recollected.

The study reveals a convenient situation of general public relation. This is because of the fact that the department of public relation performs various activities towards the local community(4.21), the funded organizations, and the academic institutions. Furthermore, there is a supportive administrative and organizational conditions for the department of public relation. In addition, in spite of the variation in the employees' age, gender, specialization and experiences, there is no significant difference in their opinion toward the job of the department of public relation. However, the significant differences are pointed toward the

criteria of coordination between the public relation office and the community due to the variation in educational degree and the training courses.

In conclusion, the role of the public relation offices at Palestinian universities is convenient nevertheless, improvement of the situation can be achieved by introducing a new members of highly experienced and trained employees from human resources, regular training courses for the public relation members, developing a new academic program concerned about "public relation" and finally establishing a monitoring system to record the employees' complaints to the public relation regulation .

قائمة المحتويات

ث	الإهداء:
ج	شكر و عرفان
ح	ملخص
د	Abstract
ر	قائمة المحتويات
س	فهرس الجداول:
ص	فهرس الاشكال
1	الفصل الاول
2	المقدمة:
3	مشكلة البحث:
4	مبررات البحث:
4	أهداف البحث:
5	أسئلة البحث:
6	فرضيات البحث:
7	حدود البحث:
7	خطة البحث
8	التعريف الإجرائي لمصطلحات البحث:
10	الفصل الثاني
11	المبحث الاول:
11	الاطار النظري للبحث
11	نشأة العلاقات العامة و تطورها
13	مفهوم العلاقات العامة:
15	أهمية العلاقات العامة و مكانتها
16	أهداف العلاقات العامة:
18	المبادئ الأساسية للعلاقات العامة ⁰ :
19	انشطة العلاقات العامة الجامعية:
20	جماهير الجامعة
21	مكانة العلاقات العامة في جامعه:
23	وظائف العلاقات العامة
35	قياس كفاءة العلاقات العامة:
36	تقييم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها:
39	التدريب في العلاقات العامة:
39	المسؤولية الاجتماعية:
42	الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة

47	كفاءة العاملين في إدارة العلاقات العامة:
51	العلاقات العامة والصورة الذهنية للمؤسسة:
53	المبحث الثاني:
53	دوائر العلاقات العامة في جامعات الضفة الغربية:
54	دائرة العلاقات العامة في جامعة الخليل:
55	دائرة العلاقات العامة في جامعة بولتكنيك فلسطين:
56	دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية:
57	دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية:
58	دائرة العلاقات العامة في جامعة القدس المفتوحة:
59	دائرة العلاقات العامة في جامعة فلسطين التقنية(خضوري):
61	المبحث الثالث:
61	الدراسات السابقة:
61	أولاً- الدراسات العربية:
69	ثانياً-الدراسات الاجنبية:
76	الفصل الثالث:
76	منهجية البحث وإجراءاته:
77	منهج البحث
78	أداة البحث:
79	صدق أداة البحث:
81	ثبات أداة البحث
82	مجتمع البحث:
82	مجتمع البحث والعينة
88	أدوات جمع البيانات والمعلومات
89	المعالجة الإحصائية:
91	الفصل الرابع
91	الإطار العملي للبحث و التحليل الإحصائي:
92	تحليل النتائج ومناقشة أسئلة البحث
126	اختبار فرضيات البحث:
149	الاستنتاجات:
152	المبحث الثاني:
152	التوصيات وآليات تنفيذها:
156	قائمة المصادر و المراجع
165	الملاحق
166	قائمة بأسماء المحكمين:
167	الاستبانة

فهرس الجداول:

- جدول رقم 1 نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مقياس مستوى واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات مع الدرجة الكلية للأداة 80
- جدول رقم 2 نتائج معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة البحث بأبعادها المختلفة .. 82
- جدول رقم 3 توزيع الاستبانات على عينة البحث..... 83
- جدول رقم 4 خصائص العينة الديمغرافية 87
- جدول رقم 5 مفتاح المتوسطات الحسابية لسلم الاجابة الخماسي 90
- جدول رقم؛(6). الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في محاور البحث وعلى الدرجة الكلية..... 93
- جدول رقم 7 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المجتمع المحلي مرتبة حسب الأهمية 95
- جدول رقم 8 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية مرتبة حسب الأهمية 99
- جدول رقم 9 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات المانحة مرتبة حسب الأهمية..... 103
- جدول رقم 10 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة مرتبة حسب الأهمية 106
- جدول رقم 11 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مرتب حسب الأهمية 110
- جدول رقم 12 : المهارات والمعارف التي يحتاجها موظف العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية..... 121
- جدول رقم 13 : أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه موظفي دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية 123
- جدول رقم 14 اختبار ت (t-test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين التي تعزى إلى متغير الجنس..... 126

- جدول رقم 15 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي..... 128
- جدول رقم 16 نتائج اختبار توكي (tukey test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي..... 129
- جدول رقم 17 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي..... 130
- جدول رقم 18 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير التخصص..... 132
- جدول رقم 19 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير التخصص..... 133
- جدول رقم 20 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة..... 135
- جدول رقم 21 نتائج اختبار توكي (tukey test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة..... 137
- جدول رقم 22 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة..... 138
- جدول رقم 23 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة..... 139
- جدول رقم 24 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة..... 140
- جدول رقم 25 نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) للعلاقة بين متغير العمر وواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين..... 142
- جدول رقم 26 الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوسائل الاتصال المستخدمة في دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية..... 143

فهرس الأشكال

- شكل رقم 1: نموذج الاتصال A communication Model 31
- شكل رقم 2: The traditional four step model of public relations process: 34
- شكل رقم 3: The dynamic model of the public relations process: 35
- شكل 4 هيكل تنظيمي مبسط للعلاقات العامة 44
- شكل رقم 5 : التنظيم الاتصالي لادارة العلاقات العامة 46
- شكل رقم 6: التنظيم الوظيفي لادارة العلاقات العامة 47

الفصل الاول

الإطار العام للبحث:

المقدمة:

تعتبر العلاقات العامة في الوطن العربي وظيفة حديثة لم تظهر بصورتها التي نعرفها في الوقت الحاضر إلا بعد الخمسينات من القرن الماضي. إذ قامت كثير من الحكومات في هذه الأقطار بإنشاء أجهزة مركزية على الصعيد القومي غرضها الأساسي إيجاد علاقات قوية وطيبة مع المواطنين **تزوّد**هم بالمعلومات الضرورية من جهة، وتستقبل آراءهم وأفكارهم واقتراحاتهم من جهة أخرى⁽¹⁾.

وقد شهدت وظيفة العلاقات العامة تطورات عديدة ومتلاحقة، بدأت في الستينات من القرن العشرين، واستمرت في النمو لتشمل زيادة الاهتمام بالدور الذي تقوم به العلاقات العامة وما تحدثه من تأثير في عمل المؤسسات من مختلف القطاعات العامة والخاصة⁽²⁾.

وتمثل العلاقات العامة وظيفة إدارية متميزة تساعد على الإقامة والمحافظة على خطوط الاتصال، والفهم، والقبول والتعاون بين المنظمات وجمهورها. وتتضمن مشكلات الإدارة أو موضوعاتها، وتساعد الإدارة على أن تبقى محاطة علما، ومستجيبة لرأي الجمهور وتحدد وتؤكد على مسؤولية الإدارة لخدمة مصالح الجمهور وتساعد الإدارة على أن تبقى على علم بالتعبير واستثماره بفاعلية كجهاز إنذار مبكر للمساعدة على توقع الاتجاهات، وتستخدم أساليب البحث والاتصال الأخلاقي كأدواتها الأساسية⁽³⁾.

¹ الشبخلي، واخرون: "العلاقات العامة"، الطبعة الثانية، 1986، ص8.

² عوض، فالح بدر، واخرون. دراسة ميدانية بعنوان "مهارات العاملين في العلاقات العامة في عصر العولمة". القاهرة، 2005، ص3.

³ الخزامي، عبدالحكيم احمد. ليليل العلاقات العامة مرجع عملي شامل. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة، 2004، ص9.

هذا وبالإضافة الى دخول العالم إلى عصر العولمة والخصخصة التي تقلل من القيود المفروضة على الأسواق المحلية والعالمية وتوفر المعلومات بشكل كبير جداً عن الخدمات, تتقف المستهلك عن ما تقدمه المؤسسة من خدمات مختلفة. مما يجعل المستهلك قادراً على المقارنة بين ما هو مقدم من حيث الجودة وكيفية إشباع الحاجات واذا ما وصل المستهلك لهذه الصفة زادت ثقته بالمؤسسة⁽¹⁾.

من هنا ينبع دور العلاقات العامة في التصنيف ورسم صورة ذهنية عن كافة الخدمات المقدمة، وعليه زاد الاهتمام بالدور الذي يقع على عاتق هذه الدائرة في أي مؤسسة مهما كان نوعها سواء كانت مؤسسة انتاجية أو خدماتية.

مشكلة البحث:

نظراً لبعض الاخفاقات في أداء الجامعات الفلسطينية العاملة في الضفة الغربية ونظراً لتراجع مكانة هذه الجامعات في المستوى العربي والمستوى العالمي. كان لزاماً دراسة واقع إدارة العلاقات العامة في هذه الجامعات . لذلك تكمن مشكلة البحث في التعرف على واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية العاملة في الضفة الغربية, ومن ثم تشخيص نقاط الاخفاق في هذه المجال وطرح حلول واقعية مبنية على أسس علمية لدعم وتطوير العاملين من جهة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة من جهة أخرى.

ومن هنا تكمن مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال التالي:

"ما هو واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية العاملة في الضفة الغربية؟"

¹. الجحني,علي بن فايز."مدخل الى العلاقات العامة و الانسانية",الرياض.جامعة نايف العربية للعلوم الامنية,الطبعة الاولى,2006, ص10.

مببرات البحث:

هناك مجموعة من المبررات التي وقفت وراء اختيار الباحثة لموضوع هذا البحث وهي:

1. تنامي أهمية الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة كحلقة وصل ما بين الجامعة وجمهورها الداخلي والخارجي، وكذلك أهمية الدور الذي يقع على عاتق الجامعات الفلسطينية بصفة عامة، وجامعات الضفة الغربية بصفة خاصة-موضوع البحث- في تلبية حاجات المجتمع من الكوادر المؤهلة والمدرية وذلك استجابة للتغير المستمر في احتياجات المجتمع ومتطلباته إذ لا بد وأن تبقى الجامعات على اتصال دائم مع هذا المجتمع وهو جوهر عمل العلاقات العامة.
2. رغبة الباحثة كونها موظفة تعمل في جامعة بولتكنيك فلسطين في معرفة واقع العلاقات العامة في الجامعة التي تعمل فيها وكذلك باقي جامعات الوطن.
3. زيادة كفاءات الباحثة في البحث العلمي، بما يؤهلها للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة الخليل.

أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي على النحو الآتي:

- ✓ التعرف على واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية العاملة في الضفة الغربية من خلال :

➤ التعرف على مدى استخدام الوسائل التكنولوجية ودورها في تفعيل أهداف دائرة

العلاقات العامة .

- معرفة مدى التزام موظفي دوائر العلاقات العامة بتطبيق الأساليب العلمية لإدارة العلاقات العامة بالمنهجية العلمية في إدارة دوائر العلاقات العامة .
- دور دوائر العلاقات العامة في استقطاب المشاريع الممنوحة من الجهات الخارجية .
- التعرف على أهم المشاكل التي تواجه دوائر العلاقات العامة.
- معرفة المهارات والمعارف المطلوبة لموظفي دوائر العلاقات العامة .
- الخروج بتوصيات تفعل عمل دوائر العلاقات العامة

أسئلة البحث :

يحاول هذا البحث الإجابة على مجموعة من التساؤلات وهي :

1. ما واقع العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية؟
2. ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المجتمع المحلي؟
3. ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية؟
4. ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات المانحة؟
5. ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة؟
6. ما الواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية؟

7. ما هي أهم الوسائل التي تستخدمها دوائر العلاقات العامة لتغطية الأنشطة والفعاليات

المختلفة مع مجتمعها؟

8. ما هي أهم المعارف التي يحتاجها موظفو دوائر العلاقات العامة للقيام بمهامهم على

اكمل وجهه؟

9. ما هي أهم المشاكل والمعوقات التي تحول دون ممارسة دوائر العلاقات العامة لأنشطتها

من وجهة نظر موظفيها.

10. ماهي أهم الاقتراحات والتوصيات لتحسين أداء دوائر العلاقات العامة؟

فرضيات البحث:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(0.05 \geq \alpha)$ في واقع إدارة العلاقات

العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير الجنس.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(0.05 \geq \alpha)$ في واقع إدارة العلاقات

العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل

العلمي.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(0.05 \geq \alpha)$ في واقع إدارة العلاقات

العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير التخصص.

4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(0.05 \geq \alpha)$ في واقع إدارة العلاقات

العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات

التدريبية في العلاقات العامة.

5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($0.05 \geq \alpha$) في واقع إدارة العلاقات

العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة.

6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($0.05 \geq \alpha$) بين متغير العمر وواقع

إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين .

حدود البحث:

- الحدود المتعلقة بمجتمع البحث: يقتصر هذا البحث على موظفي دوائر العلاقات العامة في

الجامعات العاملة في الضفة الغربية الفلسطينية، إضافة إلى نواب رئيس الجامعة.

- الحدود المكانية: اقتصر على الجامعات الفلسطينية التقليدية والتعليم المفتوح.

- الحدود الموضوعية: آراء موظفي دوائر العلاقات العامة بالدور الذي تقوم به الدائرة، إضافة إلى

آراء موظفي الإدارة العليا بعمل الدائرة وهم "رئيس الجامعة ونواب الرئيس حسب التسميات المستخدمة في كل جامعة.

- أما بالنسبة للإطار الزمني لإجراء هذا البحث فقد امتد لمدة عام، ابتداء من شهر كانون

الثاني 2009 م و حتى تشرين الثاني من العام 2010 م.

خطة البحث

يتكون البحث من خمسة فصول هي:

- **الفصل الأول:** الإطار العام للبحث ويشتمل هذا الفصل على:

مقدمة, أهمية البحث, مشكلة البحث, أسئلة البحث, أهداف البحث, فرضيات البحث,
حدود البحث, مبررات البحث, التعريفات الاجرائية للبحث, نموذج البحث.

- **الفصل الثاني:** يشمل الإطار النظري والدراسات السابقة للبحث.
- **الفصل الثالث:** يشمل منهجية البحث وإجراءاته.
- **الفصل الرابع:** ويشمل الإطار العملي للبحث والتحليل الإحصائي .
- **الفصل الخامس:** ويشمل النتائج والتوصيات.

التعريف الإجرائي لمصطلحات البحث:

استخدمت الباحثة في البحث المصطلحات التالية ويمكن بيان دلالاتها وتعريفاتها كما يلي:
العلاقات العامة: إحدى الوظائف المهمة لإدارة المؤسسة التي تعمل على توثيق علاقة المؤسسة مع جمهورها الداخلي و الخارجي بهدف خلق صورة طيبة في أذهان الجمهور ووفق التعامل الإنساني و الاخلاقي السليم, و من خلال وسائل الاتصال و الإعلام المتاحة. كما انها تنقل رغبات الجمهور وأراءهم إلى إدارة المؤسسة و بذلك تعتبر اتصالاً ذا اتجاهين⁽¹⁾.
الجامعة: مؤسسة تعليمية تهدف إلى إعداد الكوادر البشرية المؤهلة فنياً و أكاديمياً لتلبية احتياجات سوق العمل و تمنح الملتحقين بها درجات علمية مختلفة.
الجمهور الداخلي للجامعة: جمهور المتعاملين مع الجامعة من أعضائها و منتسبيها ممثلين بالأساتذة و الموظفين و الطلاب.

¹ . جرادات, واخرون. " اسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق " دار اليازوري العلمية

للنشر و التوزيع, الاردن, عمان. 2009. ص15

الجمهور الخارجي للجامعة: جمهور المتعاملين مع الجامعة من خارجها كالمؤسسات الحكومية , الجامعات على المستوى المحلي و العالمي , وسائل الإعلام, مؤسسات من المتوقع أن يعمل بها الخريجون, أولياء أمور الطلبة, الطلاب المتوقع التحاقهم بالجامعة.

الفصل الثاني

الاطار النظري والدراسات السابقة

- المبحث الاول:
العلاقات العامة
- المبحث الثاني :
واقع دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية
- المبحث الثالث:
الدراسات السابقة

المبحث الاول:

الاطار النظري للبحث

نشأة العلاقات العامة و تطورها

العلاقات العامة كنشاط قديمة قدم البشر مارسها الانسان منذ أقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه. وعلى مر التاريخ تفهم القادة والزعماء مدى أهمية التأثير على الرأي العام للجمهور من خلال إقناعهم بأفكارهم وآرائهم. فقد كان اهل العراق قبل حوالي 1800 عام قبل الميلاد ينقشون نشراتهم على الحجارة حتى يتمكن المزارعون من الاطلاع عليها وتعلم أخر وسائل البذر والحصاد⁽¹⁾.

وبعد ذلك أتى اليونانيون فكان لزعمائهم وقيادتهم القدرة الجيدة على الخطابة وإقناع الجمهور بآرائهم وأفكارهم عن طريق الخطابة والمناقشات الحرة التي كان يساهم فيها جميع المواطنين⁽²⁾. كذلك استمر الرومان بنفس الأسلوب حيث كان القياديون يتولون إقناع الجمهور عن طريق الخطابة وغيرها بهدف اختيارهم ممثلين للشعب في البرلمان آنذاك.

أما عند قدماء المصريين فقد كانت النقوش في المعابد تزخر بالانتصارات الحربية للحكام، وفي أوقات السلم كان الإعلام يوجه إلى الأغراض الدينية والاجتماعية.

وفي القرون الوسطى لعبت العلاقات العامة دورا أساسيا وبخاصة في شؤون الدعوة الدينية، واستطاعت الحضارة الإسلامية تطوير ممارسة العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطباء الذين كانوا يحثون الناس على الجهاد في سبيل الله وفهم المعاني الحقيقية للدعوة الإسلامية. حيث

¹ . جودة، محفوظ احمد، إدارة العلاقات العامة، مفاهيم وممارسات. مؤسسة زهران للنشر والتوزيع، 1997. ص.18.

² . الموسوي، محمد جاسم قلحي، بحث بعنوان العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات. المجلة الاكاديمية

العربية المفتوحة في الدنمارك، 2001. ص.77

تداخل مفهوم العلاقات العامة مع تطبيقات الدعوة والدعاية والحرب النفسية، بسبب الافتقار للنظرية العلمية حينذاك (1).

أما العلاقات العامة في العصر الحديث فيمكن القول بأنها نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين على يد رائدها (Ivy Lee) الذي بدأ حياته بالعمل مراسلاً صحفياً عام 1903، وساهم في وضع مبادئ العلاقات العامة وربطها بالنزعة الانسانية، حيث كان يحاول أن يفسر خدمات المنشأة إلى جماهيرها المختلفة من الزاوية الصحية والاقتصادية والاجتماعية حيث ظل متأثراً بالمسؤولية المجتمعية وأخذ رغبات الرأي العام واتجاهاته. (2)

وأسهمت الحرب العالمية الثانية في تطور العلاقات العامة وازدياد الحاجة إليها، فوصفت الأنشطة الإعلامية الموجهة التي تمت أثناء الحرب العالمية الثانية بأنها أضخم تجربة في تاريخ العلاقات العامة نظراً للحاجة الماسة للتواصل مع الجمهور آنذاك (3).

والملاحظ لتطور العلاقات العامة يدرك أنها تطورت وتحديثت وما زالت تتطور باستمرار في مجتمع نشأتها الأصلي ويرجع السبب في ذلك إلى أن نشأتها كانت لحاجة علاجية، بينما الأمر مختلف في الدول التي لم تتطور فيها. ففي الوطن العربي ما زالت العلاقات العامة متخمة بعدد كبير من المشكلات وظلت تواجهها العديد من المعوقات لأن بدايتها في الوطن العربي كانت بدايات تقليدية، إذ عرفت بدايةً بأنها: علم يدرس في المعاهد والجامعات، لهذا بقيت النظرة للعلاقات

¹. الموسوي، محمد جاسم فلحي. مرجع سابق ص78.

². جودة، محفوظ احمد. مرجع سابق. ص19.

³. برغوث، علي. "العلاقات العامة: اسس نظرية و مفاهيم عملية"، غزة، فلسطين 2007، 10

العامة قاصرة على القيم الإيجابية لها والتي تنحصر بالقيم البنائية فقط دون الاهتمام بقيمتها التصحيحية (1).

مفهوم العلاقات العامة:

تشكل العلاقات العامة حلقة الوصل ما بين المؤسسة والجمهور, فالمؤسسات اليوم بجميع انواعها تبذل كل الجهود لتكون سمعتها جيدة لدى جمهورها ولتكتسب رضاه وتعاونه معها(2). ويعرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة(3): بأنها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة والتي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها . وتعرفها الجمعية الفرنسية (4) بأنها: مجموعة الوسائل التي تستخدمها المؤسسة لخلق جو من الثقة لدى الموظفين والعمال والهيئات المتصلة بها. أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت(5) بأنها: نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كالعلاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام".

إن فهي لا تقتصر فقط على علاقات المؤسسة مع جماهيرها الخارجية كالعلاء والجمهور العام بل تمتد لتشمل علاقاتها مع جماهيرها الداخلية أيضا.

¹. برغوث, علي. بحث بعنوان "الوظائف المستحدثة للعلاقات العامة في ضوء العولمة وثورة المعلومات" مؤتمر

العلاقات العامة في ظل ثورة المعلومات, جامعة الشارقة, 2004. ص2.

². جرادات, واخرون. "اسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق" دار اليازوري العلمية للنشر و

التوزيع, الاردن, عمان. 2009. ص15

³. جودة, محفوظ احمد , مرجع سابق. ص16.

⁴. الخطيب, سعادة راغب. "المدخل الى العلاقات العامة" دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة , عمان, الطبعة

الاولى , 15, 2000.

⁵. جودة, محفوظ احمد. مرجع سابق, ص 15.

ويعرفها البعض: ⁽¹⁾ بأنها الأنشطة التي تقوم بها المنظمة الإدارية التي تتولى تقييم الإتجاهات العامة وزيادة الإنتاج بشكل مباشر أو غير مباشر، وهي فن تحليل الإتجاهات وتنفيذ برامج مخططة تخدم مصالح المنظمة والصالح العام، ولها تأثير قوي داخل المجتمع وذات قواعد وأصول، وتهتم بأوجه النشاطات التي تهم المجتمع .

كما عرف الدكتور عادل حسن العلاقات العامة ⁽²⁾: بأنها وظيفة من وظائف الإدارة تهدف الى تقدير أهمية الرأي العام، وترمي إلى تخطيط وتنظيم الجمهور، لتوضيح معالم سياستها وتحقيق أهدافها للأفراد العاملين بها والجمهير التي تتعامل معها والمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه لغرض إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهم.

يقول مارستون (Marston) في تعريفه للعلاقات العامة ⁽³⁾: أنها نشاط إداري يقوم على تقييم مواقف الجمهور وتحليل سلوكه وربط سياسات المنشآت وأجراءاتها بمصلحة الجمهور (الصالح العام) وتنفيذ برنامج عمل واتصال لكسب فهم الجمهور للمنشأة وقبوله لها .

وتعرف أيضا العلاقات العامة ⁽⁴⁾ بأنها : نشاط إداري واتصالي يستخدمه مهنيون في العلاقات العامة في بناء سمعة المؤسسة لمساعدتها على النجاح من خلال البرامج البنائية "الوقائية". ولتصحيح ما يطرأ على هذه السمعة من أوضاع خاطئة من خلال البرامج العلاجية

¹. الموسوي، محمد جاسم فليحي. مرجع سابق. ص 80

². قيراط، محمد. بحث بعنوان: "ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة: المعوقات التنظيمية، المشاكل الهيكلية وفاق المستقبل". كلية الاتصال. جامعة الشارقة. الإمارات العربية المتحدة.

2005، ص 7

³. سالم وآخرون. "المفاهيم الإدارية الحديثة"، مركز الكتب الاردني، ط4، 1992، ص 262.

⁴. برغوث، علي "نور العلاقات العامة في إدارة الأزمات". 2005

"التصحيحية"، المستخدمة في ذلك عملياتها المتمثلة في البحث والتخطيط والتنفيذ والمتابعة ملتزمة بقيم الجمال والاخلاق .

العناصر و المقومات الاساسية في تعريف العلاقات العامة(1):

✓ انها فلسفة الادارة تجاه المجتمع.

✓ إنها سياسات وأعمال وظيفية إدارية اتصالية وإعلامية.

✓ انها نشاط إعلامي باتجاهين بين المؤسسة والجمهور وعبر برامج اعلامية, ومن

الجمهور الى المؤسسة بشكل قياسي وتقييم الرأي العام لجمهور المؤسسة.

✓ انها نشاط يهدف الى خدمة المصلحة العامة للجمهور بالإضافة إلى مصلحة المؤسسة.

✓ انها نشاط مستمر لا يتوقف عند إقامة علاقات طيبة بل يسعى إلى الحفاظ عليها.

ومن خلال ما تقدم يمكن القول أن العلاقات العامة تعد إحدى الوظائف المهمة لإدارة

المؤسسة والتي تعمل على توثيق علاقة المؤسسة مع جمهورها الداخلي والخارجي بهدف خلق

صورة طيبة في أذهان الجمهور ووفق التعامل الإنساني والأخلاقي السليم ومن خلال وسائل

الاتصال والإعلام المتاحة كما أنها تنقل رغبات وآراء الجمهور إلى إدارة المؤسسة, وبذلك تعتبر

اتصالاً ذا اتجاهين.

أهمية العلاقات العامة و مكانتها.

إن المرء أينما يتجه يلمس هذه الأهمية سواء في المنظمات العامة الحكومية أو المنظمات

العامة الأهلية, سواء كانت ككيان إداري أو كممارسة عملية. لكن الاختلاف على مكانتها يتمثل في

¹ . جرادات, واخرون. مرجع سابق, ص24.

صلتها بالإدارة العليا, ووضوح مركزها, ومدى السلطات الممنوحة لها, لذلك قد تكون العلاقات العامة قسم أو تكون دائرة أو حتى مديرية⁽¹⁾. هذا حسب طبيعة الهدف المنشود من انشائها والامكانيات المتوفرة اليها.

وفيمايلي سنستعرض أهم الاسباب التي ادت الى الاهتمام بالعلاقات العامة حسب ما يراها كل من⁽²⁾ وآخرون.

1. ازدياد أهمية العلاقات العامة باعتبارها من وسائل العلاج للمشكلات الإنسانية الناتجة عن

التقدم التكنولوجي الذي كان له أثر في عدم الشعور بروح التآلف بين العاملين فكانت

العلاقات من أهم الوسائل لإزالة هذا الشعور والبحث عن الحلقة المفقودة.

2. ظهور الأنظمة الديمقراطية وتزايد الإهتمام بأهمية الرأي العام.

3. جمع المعلومات وتفسيرها وتحليلها ووضعها في خدمة أصحاب القرار في المؤسسة.

أهداف العلاقات العامة:

للعلاقات العامة دور فعال في خلق الصلات الطيبة وتكوين السمعة الحسنة و هي تتميز

بأنها اتصال ذو اتجاهين, لغرض احداث التجاوب الفعال من خلال الاهتمام برغبات وآمال ووجهة

نظر الجماهير ونقلها لإدارة المؤسسة من جهة, ومن جهة أخرى نقل أهداف وخطط ونشاط

¹. الشماخي. خميس بن عبدالله بن علي. مرجع سابق, ص 21.

². شبيبة. شدوان علي. مرجع سابق, ص 20.

³. وكذلك انظر. الشماخي, خميس بن عبدالله بن علي. مرجع سابق, ص 21. وكذلك انظر.

⁴. وكذلك انظر. عوجة. علي, الاسس العلمية للعلاقات العامة عالم الكتب, القاهرة, 1977, ص 25.

المؤسسة إلى جمهورها, سواء كان جمهوراً داخلياً - يشمل الموظفين والعمال الذين يعملون داخل المؤسسة - أو جمهوراً خارجياً ويشمل جميع المتعاملين مع المؤسسة⁽¹⁾.

تهدف العلاقات العامة الى تحقيق الفهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها, ومن أهم

أهدافها مايلي:

- تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق التفاهم والتوافق بين المؤسسة وجمهورها وبين عناصر المجتمع والتنسيق بين مصالحها⁽²⁾.
- الكشف عن اتجاهات الرأي العام الداخلي والخارجي وإعلام الإدارة العليا بها.
- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.
- تنمية التعاون بين المؤسسة وجمهورها الداخلية والخارجية.
- حماية المؤسسة من أي هجوم عليها (الإشاعات والأخبار الكاذبة).
- توسيع قاعدة التمويل للمؤسسة لضمان استمرارية برامجها.
- التعاون بين المؤسسة والجمهور واستمرار التعاون والوصول إلى تفاهم أفضل مع أجهزة الإعلام من صحافة وإذاعة... الخ.
- تدعيم التعاون بين المؤسسة وباقي الأجهزة والهيئات الموجودة في المجتمع لتحقيق أهدافها, لذا ينبغي على المؤسسة دراسة جمهورها والتعرف على قنوات الاتصال بهم.

¹. Weissmann . Klaus. And other.” **Public relations for public affairs**”. Journal of Public Affairs Volume 1 Number 1.2000.page 1

². الموسوي,محمد جاسم فليحي.مرجع سابق. ص83.

• إن العلاقات العامة الجيدة يجب أن تبدأ من داخل المؤسسة, أي ينبغي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع العاملين فيها, وخلق روح الجماعة والتعاون بين أفرادها على اختلاف مستوياتهم الإدارية, ثم تحسين العلاقات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

• الإشراف على الندوات والمؤتمرات والمعارض والأبحاث العلمية.

• تنسيق وتنظيم عملية التبادل بين موظفيها (البعثات).

• تنمية المستوى الثقافي والاجتماعي للعاملين في المؤسسة.

• رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية مطالبهم.

المبادئ الأساسية للعلاقات العامة⁽¹⁾:

✓ العلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة ومخططة وتحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية من تخطيط وبحث علمي وتنظيم وتنسيق وتقييم, شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.

✓ تقوم بين طرفين هما مؤثر ومتأثر في ذات الوقت وهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية. فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ والعطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والإيجابية من جانب كل من الطرفين, وهي سياسات وأعمال ثم اتصال و إعلام. إنها تعكس وجهة نظر فئات الجمهور للمؤسسة, وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور.

¹. جرادات, واخرون . مرجع سابق. ص 25.

✓ لا تقتصر على مؤسسات معينة بل تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة سواء كانت تجارية أم صناعية أم اجتماعية.

✓ العنصر الأخلاقي له أهمية في ممارسة نشاط العلاقات العامة، وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسئوليتها الاجتماعية، والتزامها بصدق ما يصدر عنها من معلومات بالإضافة إلى تنمية الثقة والإحترام المتبادل.

✓ معرفة الأساليب النظرية والعملية لتشكيل الاتجاهات، وتغييرها وفهم طبيعة السلوك البشري .

✓ جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا، حيث يجب أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة.

✓ يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيسي بالرأي العام، حيث أنه بدون الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة والصدق لكسب ثقته.

انشطة العلاقات العامة الجامعية:

للعلاقات العامة في الجامعات نشاطات متعددة تمارسها في الأوقات العادية، وبدرجة أكبر في الأوقات التي تكون فيها الجامعة بحاجة للترويج عن نفسها. ومن أمثلة هذه الأنشطة: تنمية الثقافة العامة من خلال تنظيمها للندوات، وورشات العمل، والمحاضرات، والرعاية الصحية، والاجتماعية للطلاب. واستقبال الوفود الطلابية التي تزور الجامعة. إضافة إلى إعلام الطلاب_ وبخاصة الجدد منهم_ بكل مايتعلق بنظم ولوائح الجامعة ونظام الدراسة وغيره من الأمور ذات الأهمية. وتنظم حفلات التخرج، وربط الخريجين بالجامعه وربط الجامعه بالمجتمع المحلي من

خلال الدراسات التي تجريها، وتكون ذات فائدة للمجتمع، وتوطيد الصلة بوسائل الإعلام، وتوطيد العلاقة بين الجامعة وجهات الدعم المختلفة. بالإضافة إلى التبادل الثقافي بين الطلبة على مستوى جامعات العالم⁽¹⁾.

جماهير الجامعة

من المعروف أن عدد الجماهير كبير جداً، لذلك فإنه على كل مؤسسة أن تحدد جمهورها بدقة حتى تستطيع تحديد أنسب طرق الاتصال، بهم وإبرز جماهير المؤسسات الجامعية هم:

1. جمهور الطلاب الذي يعكس في العادة الاتجاهات العامة للمجتمع المحلي، إضافة لتمثيلهم كافة شرائح المجتمع.

2. الإدارة وأعضاء هيئة التدريس: يعتبر العمداء وأعضاء هيئة التدريس أعضاء تلقائيين في أي برنامج تعمل به العلاقات العامة.

3. المجتمع المحلي (مؤسسات المجتمع): وهو المجتمع المحلي الذي تنشط فيه الجامعة، وتعنى العلاقات العامة بالتأثير في المجتمع. وكسب ثقته، والتعرف على مشاكله والإسهام في التغلب عليها وتحقيق الرفاهية له.

4. أولياء الأمور: غالباً ما يكون الاتصال بهذا الجمهور مثمراً إذا ما حصلوا على معلومات كاملة عن إنجازات الجامعة ومشروعاتها وسياستها.

5. الخريجون: يعتبر جمهور الخريجين أفضل جمهور يقدم الجامعة للمجتمع المحلي ولهم دور فعال في زيادة دعم المجتمع.

¹. برغوث، علي. مرجع سابق.

6. رجال الإعلام: هناك ضرورة لإمداد رجال الإعلام بالمعلومات بشكل مستمر, لما

له من دور مهم في تشكيل الرأي العام⁽¹⁾.

مكانة العلاقات العامة في الجامعة:

من الضروري أن يكون الاقتناع بأهمية العلاقات العامة وفهم وظائفها ومجالاتها من أهم المقومات الأساسية لمن يشغل مسؤولية العلاقات العامة في المؤسسة فلا يكفي أن تتبع العلاقات العامة أعلى المستويات الإدارية فقط بل ينبغي أن يوازي ذلك اقتناع بأهميتها عند الإدارة العليا⁽²⁾. وينبغي على العاملين في العلاقات العامة الايمان بأن العلاقات العامة (علما ومهنة)متجددة وليست ثابتة على وظائفها وأهدافها ونشاطاتها التقليدية وهذا التطور والتجدد يخضع بالضرورة إلى التغيرات التي يشهدها المجتمع.وبدرجة لا تقل أهمية عن البحوث التي تجريها العلاقات العامة التي تكشف بين الحين والآخر عن احتياجات ومتطلبات جديدة للعلاقات العامة وهذا يفرز -أحيانا-مهمات جديدة للعلاقات العامة ينبغي العمل بها واعتمادها كإحدى وظائف العلاقات العامة.

إدارة العلاقات العامة في الجامعات:

يعتبر التعليم بمجمله رسالة مقدسة, تهدف إلى الارتقاء بالمستوى الفكري والثقافي والحضاري للإنسان, ويعتبر الأداة الرئيسة في التقدم وصنع الحضارة البشرية.وهذا يلقي بمسؤوليات كبيرة على عاتق القائمين على التعليم ويتطلب منهم بذل قصارى جهدهم من أجل نشره وجعله قيمة

¹. برغوث، علي. مرجع سابق. 2005.

². W. Pickard.” *The Relation of the Universities to Public Administration*” quoted from the Joint Memorandum of the Provincial Universities.1999.

أساسية في المجتمع. والتعليم كغيره وجهة من أوجه النشاط العديدة التي يمارسها المجتمع. والتي ترتبط بالتغيرات الحاصلة، لذلك فهو ليس بمنأى عن مواجهة المشكلات والقضايا والأزمات⁽¹⁾.

وبما أن الإدارة تعتبر السبب الرئيس في نجاح أو فشل أي كيان بشكل عام. فإنها في مجال التعليم تكتسب أهمية خاصة. وتعتبر العلاقات العامة من أهم الإدارات التي تولي اهتماما كبيرا في إدارة التعليم كونها تكشف عن أية قضايا أو مشكلات أو أزمات تحل بالكيان التعليمي وللعلاقات العامة في مجال التعليم عدة وظائف الخطيب وآخرون:⁽²⁾

- مد جسور الثقة بين الجهة المشرفة على التعليم وبين المجتمع.
- إقامة علاقات جيدة بين كافة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية العاملة في المجتمع.
- دراسة رغبات واحتياجات المجتمع ونقلها إلى المسؤولين عن التعليم.
- إقامة علاقات جيدة مع وسائل الاتصال.
- الاهتمام بالموظفين وارساء قواعد الثقة بينهم وبين الإدارة.
- إجراء اتصالات مع المؤسسات والهيئات التعليمية في الداخل والخارج. والتنسيق معها في القضايا التعليمية

¹. برغوث، علي. مرجع سابق، ص 10.

². الخطيب، سعادة راغب. مرجع سابق، ص 47.

³. وكذلك انظر. العمري، إبراهيم. السلوك الإداري و العلاقات العامة. دار الجامعات المصرية، الاسكندرية. ص 65. 1976.

⁴. وكذلك انظر. المصري، محمد عصام. اساسيات ادارة العلاقات العامة مكتبة عين شمس. 236.

ومن الأسباب الضرورية لوجود جهاز للعلاقات العامة في الجامعات مايلي :

- تعدد الأنشطة الجامعية في المجتمع وتشابك العلاقات بجماهير متنوعة.
- اختلاف توجهات الطلاب الجامعيين وتنوع احتياجاتهم.
- إن القطاع الجامعي يعتبر في نهاية المطاف بالنسبة إلى الطلاب هو تلقى التعليم مما يشكل أهمية كبيرة في ترك الأثر الإيجابي لديه في جامعته.

وظائف العلاقات العامة

عندما ظهرت العلاقات العامة كانت تؤدي وظيفة علاجية تصحيحية فقط, واستخدمت في سبيل ذلك مجموعة من الأنشطة الإتصالية , وبعض الأنشطة المتعلقة بالنصح والمشورة للإدارة العليا. وبعد ذلك بدأت العلاقات العامة تتبنى وظيفة البناء. فأهمية صورة المؤسسة بدرجة أهمية جودة المنتج أو الخدمة المقدمة⁽¹⁾. ومما تقدم يتبين أن وظائف العلاقات العامة هي :

1. البحوث.
2. التخطيط.
3. الاتصال.
4. التقييم.

أولاً: البحوث:

هي وسيلة منظمة (خطة علمية) للدراسة يتبعها الباحث للوصول الى حل في مواجهة مشكلة معينة معتمدا على قواعد علمية, عن طريق الحصول على الحقائق والمعلومات في التقصي

¹. برغوث, علي. بحث بعنوان "الوظائف المستحدثة للعلاقات العامة في ضوء العولمة وثورة المعلومات" مؤتمر

العلاقات العامة في ظل ثورة المعلومات, جامعة الشارقة. 2004. ص4

الشامل والدقيق ويتم تحليلها وتفسيرها بشكل موضوعي حتى يتمكن من الوصول الى تنبؤ دقيق.⁽¹⁾

يعرف ⁽²⁾ Cutlip.center & Broom البحث في العلاقات العامة على أنه "الجمع المنظم للمعلومات من أجل وصف الأوضاع وفهمها وتدقيق الافتراضات الخاصة بالجمهور، ونتائج العلاقات العامة. والغاية الرئيسية منها هي التقليل من الشك في صنع القرار".

أهداف البحوث بشكل عام حسب دراسة Selltizetal

- ✓ التعرف إلى ظاهرة معينة أو تحقيق رؤى جديدة لها، ويهدف إلى صياغة مشكلة البحث بدقة أكثر أو وضع الفروض العلمية والبحثية.
- ✓ رسم صورة دقيقة لخصائص فرد معين أو موقف أو جماعة مع أو بدون وضع فروض حديثة محددة حول طبيعة هذه الخصائص.
- ✓ تحديد نسبة تكرار حدوث شيء معين أو حدوثه مرتبطاً بشيء آخر وغالباً ما يرتبط هذا النوع من البحوث بفروض مبدئية محددة.
- ✓ اختبار فرض ما عن علاقة سببية بين عدد من المتغيرات

انواع البحوث:

- هناك طريقتان يمكن من خلالهما تقسيم البحوث حسب نوعها وهما:
- ✓ الطريقة الأولى حسب الهدف ويمكن تقسيم أنواعها إلى مايلي:

¹. المصري، محمد عصام.مرجع سابق.46ص.

². صلاح الدين حسين، التخطيط الاستراتيجي للبرامج الخاصة بالحملات الفعالة للعلاقات العامة. مترجمة عن

لوري ج. ويلسون.دار الرضا للنشر،سوريا.2006.ص 58.

1. **البحوث الاستطلاعية:** تهدف هذه البحوث إلى التعرف على ظاهرة معينة أو تحقيق فهم

جديد لها, بغية الوصول إلى صياغة المشكلة أو الفروض في الأبحاث التالية⁽¹⁾.

يسعى هذا النوع من البحوث إلى تحقيق أغراض أخرى مثل تحديد بعض المفاهيم أو

التعاريف أو بقصد ترتيب المشاكل حسب أولويتها⁽²⁾.

ويتم اللجوء إلى هذا النوع من الأبحاث في حالة تعيين مدير جديد للعلاقات العامة في

المؤسسة أو الاستعانة بمستشار خارجي. بحيث يتم التوصل إلى فهم علمي دقيق لظاهرة معينة

أو الوقوف عليها كخطوة أولى لبدء عمله. ويجب مراجعة الدراسات السابقة والتعرف على

نتائجها وفحص المعلومات الموجودة عن المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي والظروف

الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المؤثرة في تلك البحوث⁽³⁾.

2. **البحوث الوصفية:** إن معظم البحوث التي تجريها دوائر العلاقات العامة من هذا النوع

البحوثي والهدف من اجرائه, رسم صورة دقيقة لفرد أو جماعة أو موقف معين مع

فروض مبدئية أو بدونها. أو من أجل تحديد نسبة احتمال تكرار حدث معين.

ويهتم هذا النوع من البحوث بتصوير ما يحدث بدقة. وتفترض البحوث الوصفية معرفة

مسبقة بالمشكلة محل الدراسة ومجتمع الدراسة. ويُمد هذا النوع من البحوث بالحقائق التي

يمكن أن تبني عليها مستويات أعلى من الفهم. وتعتبر من أفضل الطرق لدراسة المواقف

الاجتماعية ومظاهر السلوك الإنساني⁽⁴⁾.

¹. الخطيب, سعادة راغب. مرجع سابق, ص 83.

². المصري, محمد عصام. مرجع سابق, ص 52.

³. الخطيب, سعادة راغب. مرجع سابق, ص 83.

⁴.Macnamara.jim.” **Research in Public RelationsA review of the use of evaluation and formative research**”public relation review.2006

3. **البحوث التفسيرية:** يعتمد أساسا على إجراء تجارب تقوم على معرفة تأثير متغير

مستقل على متغير تابع. ويجب هنا السيطرة التامة على ظروف وأجواء التجربة.

4. **البحوث التاريخية:** وتقوم على أساس الأحداث الماضية والاتجاهات

السابقة, وتحليلها⁽²⁾. ويمكن الاستفادة من البحوث التاريخية لفهم

العوامل التي أدت إلى تطور أو انحطاط العلاقات الاجتماعية في

الأزمنة الماضية بغية الاستفادة منها في التخطيط المستقبلي.

أما الطريقة الثانية فتقسم حسب نوع البيانات إلى مايلي:

أ. **البحوث المكتبية⁽³⁾:**تعتمد على جمع البيانات الثانوية من مصادرها الداخلية و

الخارجية, ويقصد بالبيانات الثانوية هي البيانات التي يتم جمعها و تسجيلها وقد

يكون قد تم نشرها و تحليلها سواء داخل المؤسسة (بيانات داخلية) او جهة خارج

المؤسسة (بيانات خارجية).

ب. **البحوث الميدانية⁽⁴⁾:**تعتمد على جمع البيانات من خلال الملاحظة و الاستقصاء

من مصادرها الاولية المتعددة.ويقصد بالبيانات الاولية هي تلك البيانات التي يتم

جمعها لأول مرة بواسطة الملاحظة او الاستقصاء.

إعداد مراحل البحث⁽⁵⁾:

1. تحديد المشكلة

¹ . انظر ايضا. المصري, محمد عصام.مرجع سابق.ص53.

² .جودة,محفوظ احمد.مرجع سابق. ص79.

³ .صلاح الدين حسين,مرجع سابق.ص 49.

⁴ الصحن,محمد فريد.مرجع سابق. ص 147

⁵ . Seitel.P Fraser."the practice of public relations" pearson education ,tenth edition,2007,P 30.

2. وضع الفرضيات
3. اختيار اداة البحث
4. جمع البيانات
5. تفريغ البيانات و تحليلها
6. تفسير البيانات.

❖ تحديد طبيعة ونوع البحث المطلوب اجراؤه: هل هو بحث دوري او تقرر اجراؤه لدراسة مشكلة او قضية طارئة⁽¹⁾.

❖ تحديد موضوع او مشكلة البحث: اي بلورة المشكلة التي تواجهها المؤسسة وصياغتها بشكل دقيق.

❖ وضع الفرضيات: يتم وضع الفرضيات التي تربط المتغيرات ببعضها البعض. وتصف العلاقة بينها.

❖ تحديد مجتمع البحث واختيار العينات: ويتم تحديد المجتمع الذي سيجرى عليه البحث. ويتم اخذ عينة ممثلة للمجتمع تمثيلا حقيقيا في حال كون المجتمع كبيرا.

❖ تحديد انواع ومصادر البيانات وطرق جمعها: وذلك من خلال استعراض دراسات سابقة. واستعراض البيانات الاولية والثانوية الخاصة بالموضوع. وجمع المعلومات سواء كانت بوسيلة الملاحظة او المقابلة او الاستبانة...

ثانيا: التخطيط

يعتبر التخطيط من العناصر الهامة لنجاح العلاقات العامة كنشاط وعملية. والتخطيط

العلمي القائم على البحث والدراسة والتحليل ما هو إلا محاولة من تلك الإدارة لتحسين النتائج

¹ . جودة، محفوظ احمد، مرجع سابق. 83.

المتوقعة منها. وتتجلى أهمية التخطيط في انه يوضح الاهداف المراد تحقيقها. أي أن التخطيط

يوضح الأولويات والمتطلبات و سبل تحقيق الأهداف وكيفية الوصول إليها وتقييم نتائجها⁽¹⁾.

ويشمل تعريف العلاقات العامة" الجهد المقصود المخطط والمستمر لارساء والحفاظ على

تفاهم متبادل بين المنظمة والجمهور " ومنه تتبين أهمية تخطيط برامج العلاقات العامة واستخدامها

كأداة عمل وصفية لتحقيق أفضل النتائج.⁽²⁾

هناك تصنيفان رئيسان للتخطيط في العلاقات العامة:

1. التخطيط حسب الهدف المطلوب تحقيقه.

2. التخطيط حسب الفترة الزمنية اللازمة للتنفيذ.

ويمكن ايضا تصنيفة إلى:

1. **التخطيط الوقائي:** وهو التخطيط القائم على الدراسة الشاملة ويبنى عادة على

اساس المدى الطويل حيث أنه يستهدف غايات أساسية تترسخ مع الزمن. مثل

كسب الاصدقاء ودعم الثقة وتوثيق العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي

والخارجي, والقضاء على سوء الفهم أو الشك. أو حتى ظهور رأي عام سلبي.

وتحرص المؤسسات الكبرى على هذا النوع من التخطيط ليتحقق الحد الأدنى من

الإستقرار الدائم الذي يجنبها الهزات والأزمات الشديدة وذلك عن طريق التحسين

الدائم لظروف العمل.⁽³⁾

¹ .شبية. شدون علي. مرجع سابق. ص76

² .هنسلو، فيليب. **العلاقات العامة**، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، ط2 المترجمة، 2006، ص89.

³ . التهامي. مختار و اخرون " **مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية** ". دار المعرفة 1980 ص 56

2. التخطيط العلاجي: -يسميه بعض الخبراء بالتخطيط للكوارث والأزمات- هو

تخطيط يتسم بالحركة لمواجهة اي ازمة او موقف مفاجئ. (1)

ثالثاً: الاتصال:

يعتبر الاتصال من أهم وظائف العلاقات العامة, بل هناك العديد من الكتاب من يعتبر العلاقات العامة أساساً في القدرة على الاتصال والتأثير على الجماهير المختلفة من خلال تناول المعلومات أي أنه طريق مزدوج الاتجاه يضمن لطرفي الاتصال أن يفهم كل وجهات نظر الآخر فيعمل على تحقيق رغباته, يجمعهما في ذلك الصالح العام (2).

يعرف الاتصال على أنه العملية التي يتم بها نقل المعلومات والمعاني والأفكار من شخص إلى آخر أو آخرين بصورة تحقق الأهداف المنشودة (3).

ويمكن تعريفه أيضاً: بعملية تلقي المعلومات وكل ما يتصل في الفكر الإنساني في تفاعله مع المجتمع, وهضمها وإعادة إرسالها وفق متطلبات المجتمع بأساليب الإعلام السمعية او السمعية البصرية او المقروءة.

ويجب على موظف العلاقات العامة أن يمتلك خبرات اتصالية جيدة إذ أن عليه أن يدرك كيف يقوم بإجراء عملية الاتصال بكفاءة مع مراعاة الصدق والأمانة والأسس الأخلاقية الأخرى أثناء إجرائه لأي عملية اتصال (4).

1 .الفتية,شادي علي.العلاقات العامة,السلسلة الادارية الحديثة. دار نوبليس,بيروت, لبنان,2005,ص 84.

2 .الصح,محمد,العلاقات العامة المبادئ والتطبيق,"الدار الجامعية,الاسكندرية,مصر,ط 1, 2003,ص 225.

3 . حلوة,محمد فوزي.العلاقات الادارية سلوك ومهارات.مكتبة المجتمع العربي للنشر

والتوزيع,عمان,الاردن.2007,ص15.

4 . . جودة,محفوظ احمد. مرجع سابق. ص124.

الرأي العام:

يعرف الرأي العام على أنه مجموعة القرارات التي تتخذها جماعات الافراد والتي ترتبط

بالعديد من الأمور المحددة.⁽¹⁾

كما يعرفه(ويلسون): بمجموعة معتقدات ومواقف وآراء معبر عنها من غالبية الأفراد

ضمن مجموعه معينة بشأن قضية معينة او موضوع ذي اهتمام جاد للأمر في تلك المجموعة⁽²⁾.

ويرى⁽³⁾ ان الرأي العام هو حكم الجمهور على مسألة معينة بعد مناقشات واعية متبادله.

والرأي العام بالنسبة لرجل العلاقات العامة هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم

مصلحه مشتركه إزاء مسألة من المسائل العامة التي يدور حولها الجدل.

الجمهور: يظهر الجمهور كلما كان هناك تجمع معين للأفراد يهدف إلى تحقيق مجموعة

من المصالح المحددة في مجالات معينة بحيث تتكون لديهم مجموعة من الآراء المحددة تجاه

بعض الموضوعات التي تقع في إطار تلك المجالات المعنية⁽⁴⁾.

وينقسم جمهور العلاقات العامة لأي مؤسسة إلى فئتين أساسيتين هما:

أ. **الجمهور الداخلي:** ويقصد بالجمهور الداخلي العاملين بالمؤسسة من فنيين وإداريين وعمال.⁽⁵⁾ ومع ذلك فان هذا الوصف يمتد أحيانا ليشمل فئة أخرى من غير العاملين بالمؤسسة -في بعض المؤسسات ذات الطبيعة الخاصة- مثل جمهور الطلاب في المدارس والجامعات وجمهور المرضى في المستشفيات...الخ.

¹ .العمرى,ابراهيم.مرجع سابق.ص.66.

² .صلاح الدين حسين,مرجع سابق.ص.37.

³.الشامي,لبنان هاتف.**العلاقات العامة المبادئ والاسس العلمية.** دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع,الاردن
عمان, 2002.ص.62.

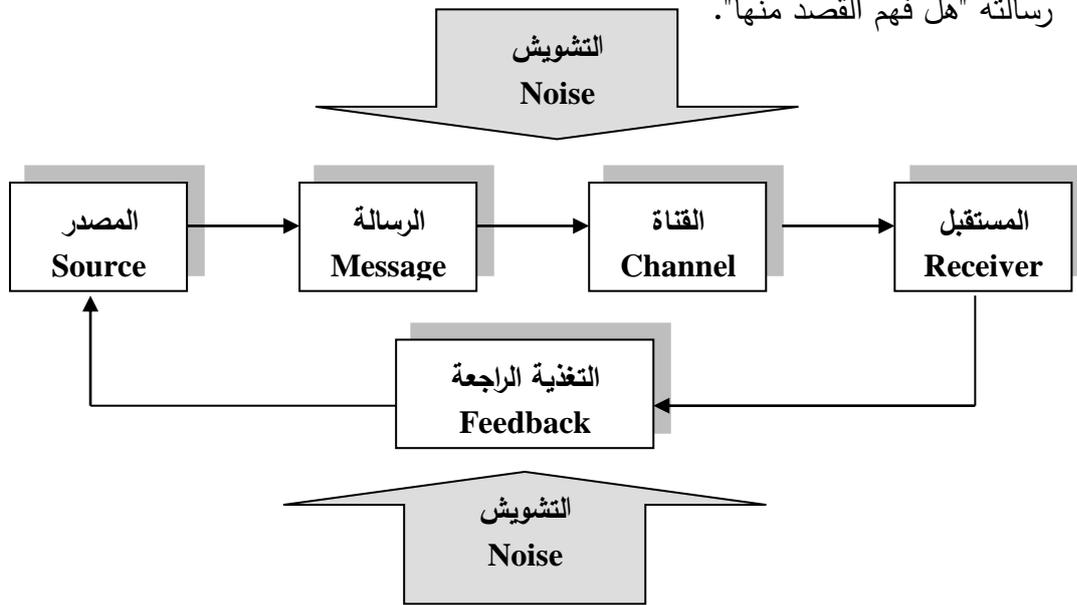
⁴ .العمرى,ابراهيم.مرجع سابق.ص.65.

⁵ .التهامي مختار.و اخرون.مرجع سابق, ص.

ب. **الجمهور الخارجي:** ويقصد به فئات الجمهور المتعاملة مع المؤسسة أو المستفيدة من خدماتها وأنشطتها من غير العاملين بها أو المقيمين فيها إقامة دائمة أو مؤقتة⁽¹⁾. وتختلف فئات الجمهور الخارجي للمؤسسة باختلاف نوعية المؤسسة وأهدافها.

عناصر عملية الاتصال:

- **المرسل:** قد يكون فرداً أو مؤسسة إعلامية
- **الرسالة:** تعبير عن مضمون معين, يراد به نقل معناه الى طرف ثان. ولا بد ان تتضمن هدفاً معيناً يراد تحقيقه. ويجب ان تكون مصاغة بأسلوب يفهمه المستلم جيداً.
- **المستقبل (الجمهور).**
- **الوسيلة:** وهي الاداة التي يتم استخدامها لايصال المعلومات و الافكار بين اطراف عملية الاتصال.
- **التشويش:** وقد يحدث اما اثناء قيام المرسل بتحويل الفكرة او المعنى المحدد الى رسالة مناسبة بكلمات مفهومة او اثناء عملية نقل الرسالة او استقبالها و استيعابها من الطرف الاخر.
- **التغذية الراجعة⁽²⁾:** من عناصر الاتصال المهمة و فيها يتلقى المرسل معلومات مرتدة عن رسالته "هل فهم القصد منها".



شكل رقم 1: نموذج الاتصال A communication Model
 حسب كتاب (public relations A value driven approach)

طرق الاتصال:

¹ . التهامي مختار.و اخرون.مرجع سابق, .
² جودة.محفوظ احمد.مرجع سابق,ص115.

1. الاتصالات الشفوية Oral communication:

تستند العلاقات العامة في تنفيذ مهمتها على الوسائل الشفوية المباشرة التي تمارس عمليا

وجها لوجه وكذلك على الوسائل التي تخاطب الحاسة السمعية عن طريق اداة ناقلة للكلام⁽¹⁾

أ. الوسائل الشفوية المباشرة⁽²⁾ تعتمد على الكلمة المسموعة وعلى المنظر المشاهد أو الإشارة

الموحدة ولا تطلب هذه الوسائل عند المشاهدة أو السمع بذل الجهد، بل تساعد المشاهد على

الترويح عنه وتتألف من:

1. الحديث والخطابة: وهما من أنجح الطرق الشفوية في إيصال الأفكار والمعلومات التي

تناولت موضوعاً معيناً، يستطيع المتحدث إيصال قدر كبيراً من المعلومات إلى الذين

يستمعون إليه ويتابعون أفكاره في وقت قصير نسبياً، ويجب على المتحدث أن

يتصف بوضوح الفكرة وبساطة العرض والعمق في التفكير.

2. المحاضرة: تطور أسلوب المحاضرة بحيث أدخل فيها عناصر أخرى إضافية لطرد

الملل وتثبيت المعلومات وتوضيح الغموض وهذه العناصر هي:

أ. السماح للمستمعين بتوجيه أسئلة عما يتم مناقشته (كل فقرة في المحاضرة)

ب. إجراء مناقشات كلما استدعت الضرورة لذلك، سواء من خلال المحاضرة أو بعد

الانتهاء منها.

ت. ضرورة إمام المحاضر بميول وإتجاهات المستمعين لكي يستطيع اختيار الوسائل

الناجحة لاختبار أفكارهم وتنظيمها وتوجيهها للمناقشة.

¹. الخزامي . عبد الحكم "الاساليب الحديثة للعلاقات العامة و التسويق"تأليف دايفيد سكوت كتاب مترجم،

الدار الاكاديمية للعلوم، 2010،ص 30

². الجوهر، محمد ناجي. وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط1، مكتبة الرائد، عمان الاردن، 2000ص67

3. **الندوات والحلقات الدراسية** : تمثل وجود مجموعة من المعنيين بموضوع معين حيث يقوم كل واحد منهم بعرض جانب معين من جوانب الموضوع المطروح قد تتلاءم أو تختلف مع وجهات نظر الآخرين بالإضافة إلى وجود كلا من المستمعين الذين يتابعونها ويشتركون في المناقشات الدائرة حول الموضوع المطروح .

4. **الدورات التدريبية** : تهدف إلى اكتساب المهارات والخبرات العملية وتمييزها لدى المتدربين وقد تكون على نوعين :

❖ دورات تدريبية مهنية: تعتمد على الناحية العملية .

❖ دورات تدريبية تقنية : تعتمد على الشرح والمناقشة مع استخدام وسائل إيضاح وتثبيت المعلومات في أذهان المتدربين ولمساعدتهم على تكوين فكرة عامة عن الموضوع.

5. **الزيارات** :سواء زيارات فردية أو جماعية حيث يسعى رجل العلاقات العامة الناجح إلى إقامة جسور بينه وبين كل الإعلاميين وقادة الفكر وذلك لمنفعة مؤسسته ولأئحة خطته في تطويرها وتقديمها.وقد تكون زيارات جماعية وتقوم على زيارة الإعلاميين الى بعض المؤسسات بدعوى من مدير العلاقات العامة .

6. **المؤتمرات**: تعقد عندما يكون هناك حاجة ماسة تستدعيها مثل وجود معلومات مهمة تود المؤسسة إيصالها إلى المجتمع أو عندما يريد إقامة اتصالات مباشرة مع الجماهير أو مع فئة معينة يهتما الاطلاع على المعلومات أو عند وجود تساؤلات أو شائعات حول موضوع معين

7. **اجتماعات الموظفين**: تعقد عادة بين مسؤول العلاقات العامة وبين الموظفين للتعرف على المشاكل التي يعانون منها ولإلقاء الضوء على نواحي النقص والحصول على المعلومات عن سير العمل والمعوقات .ويسعى المسؤول الى تطبيق النتائج التي توصل اليها من خلال

الاجتماع وتحليل النتائج من اجل وضع خطط كفيلة لتنفيذ برامج العمل تنفيذاً دقيقاً من خلال فرز الجوانب الإيجابية والسلبية.

2. الاتصالات المكتوبة *Written communication*:

تعتبر من طرق الاتصال المهمة و ذلك لأنها تستخدم غالباً في الاتصالات الرسمية سواء داخل المؤسسة أو خارجها. وقد تكون على شكل تعليمات وأوامر, أو مذكرة داخلية, أو دليل للموظفين, أو تقارير دورية, أو اقتراحات وشكاوي.⁽¹⁾

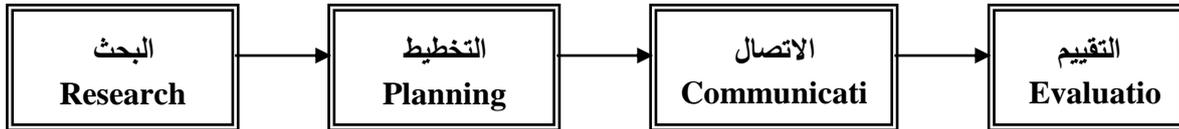
ويفضل في الاتصالات المكتوبة أن تكون الرسالة مختصرة وغير مطولة قدر الإمكان, وذلك من أجل جذب اهتمام القارئ. ويجب أن تكون مفهومة من المرسل إليه أو المستقبل.⁽²⁾

3. الاتصالات غير اللفظية *Nonverbal communication*:

و تشمل كلا من الصور والرسوم البيانية, الإشارات والتعبير الجسمية التي تحوي إيماءات الرأس, الابتسامة, حركة اليد وإشارات الأصابع.

The dynamic model of the public relations process .

من المتعارف عليه أن عملية العلاقات العامة تمر في وظائف ومراحل محددة. في السابق كانت تتمثل هذه المراحل في الشكل التالي:

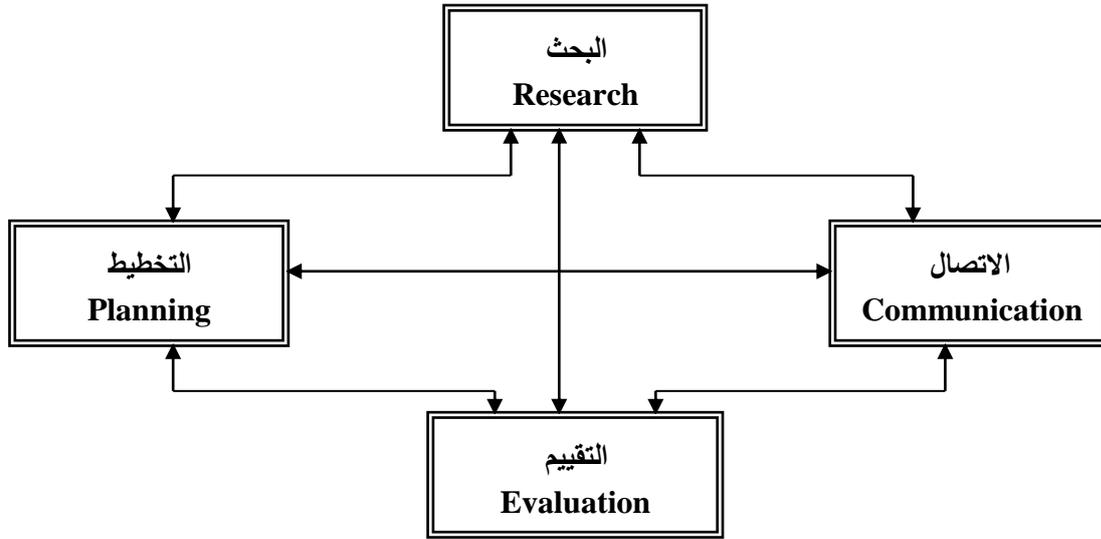


شكل رقم 2: The traditional four step model of public relations process

¹. فرج, عصام الدين. مرجع سابق.ص.

². . جودة, محفوظ احمد ,مرجع سابق.ص.121.

حيث يتميز هذا النموذج بوجود مسار أفقي يبدأ في عملية البحث و ينتهي بعملية التقييم وكما هو موضح أعلاه فإن كل مرحلة تكون مستقلة بذاتها ولا تداخل بينها وبين المرحلة اللاحقة. أما في الوضع الحالي فإن هذا النموذج لا يصلح وذلك بسبب التغيرات المتسارعة التي تتسم بها البيئة الخارجية للمؤسسة. وهنا يأتي دور الإدارة القادرة على الإستجابة لجميع التغيرات والأحداث. والشكل التالي يوضح مراحل العلاقات العامة وطبيعة العلاقة بين كل مرحلة وأخرى⁽¹⁾.



شكل رقم 3: The dynamic model of the public relations process

قياس كفاءة العلاقات العامة:

إن من أصعب وأعقد المهام التي يمكن تحقيقها قياس كفاءة العلاقات العامة فمن المعروف أن العلاقات العامة تمارس أوجه نشاطها في مجال تتفاعل فيه العديد من المتغيرات التي يصعب التحكم فيها حتى نصل إلى قياس موضوعي لأثر العلاقات العامة وكفاءتها فالمجال

¹ . Guth.david and marsh,charles “Public relations a values driven approach” fourth edition, page 14,2009.

الأساسي الذي تتعامل فيه العلاقات العامة يتمثل في السلوك البشري وتفاعلاته المتداخلة والمتنوعة (1).

تقييم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها :

يقع على عاتق مدير ادارة العلاقات العامة مسؤولية تحديد نقطة البداية ونقطة النهاية بدقة, وان يختار الوسيلة الملائمة للوصول إلى الهدف المقصود, وذلك بالتعاون مع العاملين لديه في الإدارة. وفي بعض الاحيان يحتاج المدير إلى تعديل مساره بين الحين والآخر للوصول الى الهدف المقصود. وهذا التعديل يأتي من خلال عمليات التقييم. ويتم في مرحلة التقييم قياس ومعرفة مدى النجاح والتأثير الذي حققته مراحل العلاقات العامة السابقة, من خلال تحديد كفاءة البرامج والخطط التي صممت لأنشطة العلاقات العامة بمقارنة الإنجاز النهائي مع الأهداف المفترض تحقيقها(2).

تعرف عملية تقييم الأداء على أنها: " قياس الكيفية التي يتم من خلالها دمج المصادر البشرية والمادية والتكنولوجية للحصول على النتائج المرغوبة من قبل الادارة(3)", والتأكيد هنا واضح على أهمية توافر موارد البشرية, مادية وتكنولوجية بدرجة مرتفعة. كي تستطيع المؤسسة تحقيق أهدافها. ويمكن القول أنه تحديد مدى قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها(4)

¹ .العمرى,ابراهيم.مرجع سابق, ص65 .

² . محافظة زياد احمد."العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الاردنية".رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الاردنية.ص31. 1997

³ .Viancovich,John " Managing for performance " Business publications Inc,texas,1986.p.26

⁴ . الشواف,سعيد,"قياس متغيرات الفاعلية التنظيمية : اطار مقترح", الادارة العامة, العدد 61, فبراير 1989, ص 53.

يمكن تعريف التقييم⁽¹⁾ بأنه عبارة عن اتباع أساليب محددة بهدف تقدير مدى تحقيق برامج العلاقات العامة لأهدافها حيث يوضع أهداف ومعايير معينة ومقررة عند وضع برامج العلاقات العامة ويتم مقارنة هذه المعايير في النتائج الفعلية التي تحققها وبالتالي كشف أي إنحرافات إيجابية أو سلبية غير المعايير المقررة وإتخاذ الإجراءات الكفيلة لمعالجتها.

مجال تقييم العلاقات العامة:

تؤكد العديد من الدراسات أن وظيفة التقييم التي تمارسها العلاقات العامة تتضمن اختبار العديد من النقاط وأهمها⁽²⁾:

1. التأكد من أن التخطيط للبرامج والأنشطة قد تم بفاعلية وكفاءة.
2. معرفة درجة تفهم وإدراك القائمين على تنفيذ البرامج والأنشطة لما هو مطلوب.
3. تحديد مدى تعاون الوحدات الإدارية المختلفة مع وحدة العلاقات العامة في نفس المنظمة فيما يخص كل وحدة من البرامج والخطط المعدة مسبقاً.
4. التأكد من العلاقة الإيجابية بين الخطط والمخصصات المالية المحددة لها ومدى الالتزام بذلك .
5. تحديد إمكانية تحقيق نتائج أفضل وتطوير الأداء في المستقبل في ضوء الأداء الحالي.

¹ جودة,محفوظ احمد ,مرجع سابق. ص225.

² الفيشاني.عبدالملك هلال أحمد, "تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية-دراسة ميدانية- "رسالة ماجستير غير منشورة,الجامعة الأردنية,2000.ص 64.

الصعوبات التي تعترض عملية تقييم الأداء لدوائر العلاقات العامة:

يمتاز نشاط العلاقات العامة بتعامله مع جمهور كبير بهدف كسب الدعم والتأييد والتقبل للمؤسسة وغالبا ما تكون هذه النتائج غير ملموسة ولا يمكن التعبير عنها بأرقام كمية, كما تحتاج إلى وقت طويل لظهور نتائجها. و فيما يلي ابرز الصعوبات التي تعترض عملية تقييم الأداء في دوائر العلاقات العامة كما يراه الباحثون⁽¹⁾

1. إن تحقيق العلاقات العامة لأهدافها يستغرق فترة طويلة من الزمن ولا تظهر نتائجها في المدى القصير. إضافة إلى طول هذه الفترة الزمنية هذه تجعل إمكانية انحراف البرنامج عن أهدافه كبيرة.
2. ان عمل دوائر العلاقات العامة يركز على آراء و اتجاهات الجمهور وتفاعلاتهم مع المؤسسة وتقبلهم لها. هذه الأمور معنوية وغير ملموسة وغالبا ما تؤثر على دقة تقييم أداء الدوائر في هذا المجال.
3. قصور فهم الإدارات المختلفة في المنظمة لوظيفة العلاقات العامة من ناحية, وعدم وجود الخبرة الكافية داخل المنظمة لمن يقوم بعملية التقييم.
4. ضعف الإمكانيات المادية والبشرية.
5. درجة رضا الجمهور, وذلك لأن رضا الجمهور غاية يصعب إدراكها.

¹ . جودة, محفوظ احمد , مرجع سابق.ص227.

² . انظر ايضا Albright, Bruce L” ***Role of public relations in community colleges***”.

business representative dissertation abstracts <university of Idaho U.S.A 1990

التدريب في العلاقات العامة:

ينبغي أن تقوم إدارة العلاقات العامة في المؤسسة بالتعاون مع الإدارة المختصة بعمل دراسة شاملة تتبين فيها مدى حاجة العاملين الى التدريب. ومدى وعيهم لهذه الحاجة ومدى توعيتهم بها. وملاحظات الرؤساء المباشرين وتقاريرهم عن أوجه النقص في الكفاءات والمهارات أو المعلومات المتطورة لدى هؤلاء الموظفين⁽¹⁾.

ومن الملاحظ أنه متى تم تحديد الحاجة المتوخاه من التدريب أمكن إعداد البرنامج التدريبي اللازم لتغطيتها تغطية مثمرة وناجحة. سواء من ناحية اختيار المتدربين أو المدرب أو حتى المادة التدريبية الضرورية، وتوفير مستلزمات التدريب. ولا ينتهي عمل إدارة العلاقات العامة عند هذا الحد وإنما ينبغي عليها المتابعة بعد إنتهاء الدورة التدريبية للتعرف على مدى المردود الفعلي لها سواء بالنسبة لاكتساب مهارات مطلوبة أو تحسين أداء أو حتى دعم العلاقات الإنسانية بصورة أفضل بين جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية.

المسؤولية الاجتماعية :

يعتبر الجانب الاجتماعي هو جوهر ما تعبر فيه العلاقات العامة عن المضمون الفكري للمسؤولية الاجتماعية، والتي تعرف بأنها تحقيق مستوى عال من التوازن بين مصالح مختلف عناصر المجتمع والتنظيم داخليا وخارجيا⁽²⁾.

وتعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: مسؤولية المؤسسة تجاه المجتمع وتمتد إلى التزام المؤسسة بتحقيق أهداف المجتمع إضافة إلى تحقيق أهدافها بشكل متوازن⁽³⁾ فالترويج

¹ .الجوهر، محمدناجي .مرجع سابق، ص60.

² .شبية، شدوان علي، مرجع سابق، ص 197.

³ .الخطيب، سعادة راغب. مرجع سابق، ص 34 .

لل قضايا المجتمعية وظيفية لها أصولها في علم العلاقات العامة فهي تنطلق من نظرية المسؤولية المجتمعية التي تتبناها العلاقات العامة⁽¹⁾ في ممارسة أنشطتها. حيث تعتمد على المشاركة في مناقشة القضايا المختلفة التي تهم المجتمع منها مشكلات عامة مثيرة للاهتمام المجتمع ككل⁽²⁾. او تصحيح الاوضاع الخاطئة للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة بتهيئة المناخ المناسب لممارسة أنشطتها⁽³⁾.

ومما سبق يتضح أن الإدارة بمسؤوليتها الاجتماعية تسعى إلى مواكبة الاحتياجات المتغيرة للمجتمع, وتوفير الظروف الإنسانيه الملائمة للمؤسسة داخليا وخارجيا.

الجوانب الأساسية للمسؤولية الاجتماعية.

تحديد التأثيرات السلبية و الايجابية للمؤسسة على المجتمع و تتمثل هذه التأثيرات بالاتجاهات الآتية⁽⁴⁾.

1. السلوك الإيجابي للمؤسسة: وهو سلوكيات المؤسسة الإيجابية في المجتمع و المتمثلة في الالتزام و الانضباط المؤسسي بضوابط وقواعد وسلوكيات المجتمع وعاداته وتقاليده. إضافة إلى ما تخلقه المؤسسة في سلوكيات داعمة للسلوكيات الإيجابية الأخرى في المجتمع وعملها على تصحيح السلوكيات الخاطئة والسلبية وبالتالي توجيه مسيرة المجتمع وتطويره بالاتجاه الصحيح.

¹ .ظاهر. احمد جمال, *نظريات في العلاقات العامة* "دار الشروق جدة 1978

³ . برغوث, علي. مرجع سابق. ص. 15.

⁴ . الخطيب. سعادة راغب. ص. 34.

⁵ .أنظر أيضا. ابو خاطر, خالد *"تطوير ادارات العلاقات العامة في التعليم الجامعي الفلسطيني في ضوء الابعاد التنظيمية"* رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية التربية, جامعة عين شمس, برنامج الدراسات العليا المشترك مع جامعة الاقصى - غزة. 2001م. ص. 48

2. السلوك السلبي للمؤسسة: وهو ممارسة المؤسسة لسلوكيات سلبية في المجتمع

تدفع باتجاه دعم نشاطات وسلوكيات مجتمعية وفردية شاذة وسلبية تؤثر اجتماعيا

واقتماديا في المجتمع كالنشاطات المنحرفة والسلوكيات غير الاخلاقية .

❖ تحديد درجة مسؤولية المؤسسة في تكوين احتياجات المجتمع وعدم مسيرته وحل

مشاكله وتتمثل هذه بالآتي⁽¹⁾:

1. التطبيق الجيد والملتزم للقوانين والأنظمة والتعليمات في المجتمع ودعم الالتفاف عليها

او تطبيقها بشكل سيئ.

2. احترام ومراعاة الأعراف والعادات والتقاليد السائدة أثناء ممارسة المؤسسة

لنشاطاتها وبذل الجهود وتطوير هذه العادات والتقاليد باتجاه مواكبتها لحركة التطور

المجتمعي والتقني.

3. الاهتمام بتطوير السلوكيات والأنماط الاجتماعية الإيجابية والحد من السلوكيات

والأنماط الاجتماعية السلبية.

4. دعم النشاطات الاجتماعية الصحية والتعليمية والأمنية والثقافية التي تؤدي إلى

تطوير المجتمع وتحسين إدارته واستمراره وبقائه.

5. الحفاظ على المؤسسات الاجتماعية وتطويرها ودعمها.

6. تأمين الاحتياجات الاجتماعية لأفراد المجتمع بشكل جيد وكفؤ ومستمر

لإستدامة المجتمع وتأمين بقاءه.⁽²⁾

¹ .Ston ,N.”***How to manage public relations:practical guideline for effective PR managment***”.New York ,MacGraw hill book company.1997.p200

² . الخطيب.مرجع سابق.ص.35.

الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة.

ليس هناك تنظيم أفضل أو تنظيم نمطي لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة لأن هذا التنظيم يختلف من مؤسسة لأخرى ويمكن تحديد العوامل التي تتحكم في الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بالتالي⁽¹⁾.

1. حجم الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة (الداخليين والخارجيين). فكلما زاد حجم الجماهير كلما تطلب ذلك اعطاء أهمية أكبر إلى دور العلاقات العامة في التنظيم واتساع وحدة العلاقات العامة بأنشطتها وعدد موظفيها.
2. طبيعة عمل المؤسسة: حيث يختلف تنظيم العلاقات العامة في منظمات الخدمات والمرافق العامة عنها في المنظمات الإنتاجية, فالأولى تتعامل مباشرة مع الجماهير مما يؤدي إلى إعطاء أهمية خاصة إلى العلاقات العامة.
3. مدى اهتمام الإدارة العليا بجهود العلاقات العامة, حيث أنه بوجود التقدير والاهتمام من الإدارة العليا بجهود العلاقات العامة يعني هذا إعطاء دور أكبر إلى العلاقات العامة. لذا فإن رجال الإدارة من النمط التقليدي الذي يؤمن بأن الاهتمام الاساسي يفترض ان ينصب على الانتاج والبيع فقط فاننا لانتوقع اي اهتمام بجهود العلاقات العامة أما إذا كان رجال الإدارة من النمط الاداري المتطور فإننا نتوقع منهم التقدير والاهتمام بجهود العلاقات العامة.

¹. جودة, محفوظ احمد, مرجع سابق, ص 37.

4. توفر الإمكانيات المالية للمؤسسة: الذي له دور أساسي في تطوير وظيفة العلاقات

العامّة وإعطائها المكانة التي تليق بها، أما إذا كانت الإمكانيات المالية غير

متوفرة فقد تعتبر العلاقات العامّة نشاطاً ثانوياً في المؤسسة.

وهذا ما نتفق مع⁽¹⁾ و تضيف أيضا مايلي :

❖ قدرات و مهارات متخصصي العلاقات العامّة.

❖ الهيكل التنظيمي للمؤسسة والسياسة التي تتبعها.

❖ حجم المؤسسة ومكانتها في المجتمع.

❖ اهداف المؤسسة.

إن المكانة التي تحتلها إدارة العلاقات العامّة في المؤسسة تعد دليلاً على تحضر المؤسسة

وتطورها. والمشكلة التي تعاني منها المؤسسات بصفة عامة هي ان ثانوية المكانة التي تحتلها ادارة

العلاقات العامّة تعود الى ان هناك ادارات اخرى توكل اليها مهاماً هي أصلاً من إختصاصات

إدارة العلاقات العامّة. وينحصر دور تلك الإدارة فقط في أداء المهام المرتبطة في المناسبات.

الاعتبارات التي تحدد مكانة ادارة العلاقات العامّة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة⁽²⁾:

❖ أن إدارة العلاقات العامّة تعتبر الإدارة المتخصصة في الاتصال والمسؤولة عن

مساعدة الإدارات الأخرى في التعامل السليم الفعال مع جماهير المؤسسة وذلك لما لها

من دور تأثيري في مواقف الجماهير الداخلية والخارجية واتجاهاتها نحو المؤسسة.

¹ شيبية.شدوان علي، مرجع سابق.ص 169.

² . شيبية.شدوان علي. مرجع سابق.ص 169

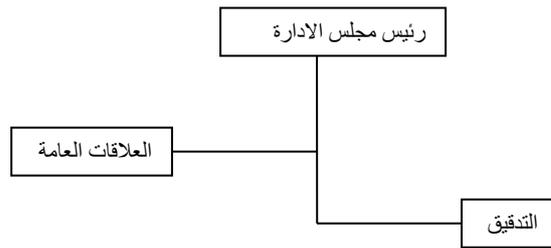
❖ تقوم إدارة العلاقات العامة بمراقبة سائر الإدارات الأخرى حرصاً على عدم حدوث ما يقلل من فعالية التأثير المطلوب لأنشطة العلاقات العامة.

❖ إن تقارير إدارة العلاقات العامة حول علاقة المؤسسة بجمهورها النوعية واتجاهاتها ومواقفها تهم بالدرجة الأولى الإدارة العليا للمؤسسة حيث تقوم بوضع سياساتها وأعمالها وتعديلها بما يتفق وما يتطلبه تكيف مصالحها الخاصة مع المصالح العامة للجمهور. وبناء على هذه الاعتبارات يصبح من الضروري وضع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة داخل إطار المستويات العليا. بحيث تتبع مباشرة أعلى سلطة إدارية في المؤسسة⁽¹⁾.

يتخذ جهاز العلاقات العامة موقفاً على الهيكل التنظيمي للمؤسسة⁽²⁾. وهذا الموقع يكون واحداً مما يلي:

1. دائرة العلاقات العامة حيث يكون مدير العلاقات العامة أحد أعضاء الإدارة العليا

بالمؤسسة كما في الشكل التالي:



شكل 4 هيكل تنظيمي مبسط للعلاقات العامة

¹ شدون، مرجع سابق، ص 69.

² جودة، محفوظ أحمد، مرجع سابق، ص 38.

يتبين من الشكل التنظيمي أن دائرة العلاقات العامة تأتي مباشرة تحت إدارة رئيس مجلس الإدارة مما يتيح لها فرصة الاتصال المباشر بالرئيس، وبذلك يكون مدير العلاقات العامة أقرب إلى مصادر اتخاذ القرار مما يجعله قادراً على التأثير فيه بالإضافة إلى أنه يكون أقرب من مصادر المعلومات الرسمية بحيث يتيح له مركزه الحصول على المعلومات بالسرعة المناسبة وبدون تحريف أو تشويش.

ويرى⁽¹⁾ أن وجود العلاقات العامة في مؤسسة ونجاحها يعتمد على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة.

2. قسم العلاقات العامة ويتبع دائرة من دوائر المؤسسة: حيث يكون مسؤول العلاقات العامة رئيس قسم تحت إشراف مدير أحد الدوائر. ويختلف حجم قسم العلاقات العامة من مؤسسة إلى أخرى حسب حجم المؤسسة وإمكانياتها المادية وحجم أنشطتها وعملياتها.

وهنا يكون مسؤول العلاقات العامة بعيداً نسبياً من مصدر اتخاذ القرارات و بالتالي يقل تأثيره عليه. بالإضافة إلى بعده أيضاً عن المصدر الأصلي للمعلومات والتي قد يتأخر في الوصول إليه وقد يتعرض للتشويش و التحريف⁽²⁾.

3. وحدة إدارية للعلاقات العامة: تلحق بكل دائرة من الدوائر التي تحتاج إليها. وفي هذه الحالة يكون لدى المؤسسة أكثر من وحدة إدارية واحدة للعلاقات العامة مما قد ينتج عنه تكاليف إضافية كمرتبات للموظفين وبرامج إعلامية ووسائل اتصال وغيرها، وبالإضافة إلى ذلك احتمال ازدواجية الأعمال والأنشطة بين كل وحدة

¹. عوجة. علي، مرجع سابق، ص30

². جودة، مرجع سابق، ص40.

إدارية وإخرى واحتمال حصول التضارب والتعارض بينها مما قد يزيد في التكلفة

الاجمالية⁽¹⁾.

التنظيم الداخلي للعلاقات العامة:

ينطلق التنظيم الداخلي للعلاقات العامة من عدد من الأنشطة والمسؤوليات التي تقوم بها الدائرة. فوفقا لحجم النشاط يتم تحديد عدد الأقسام والوحدات, وكلما زاد النشاط اتسع التنظيم الداخلي

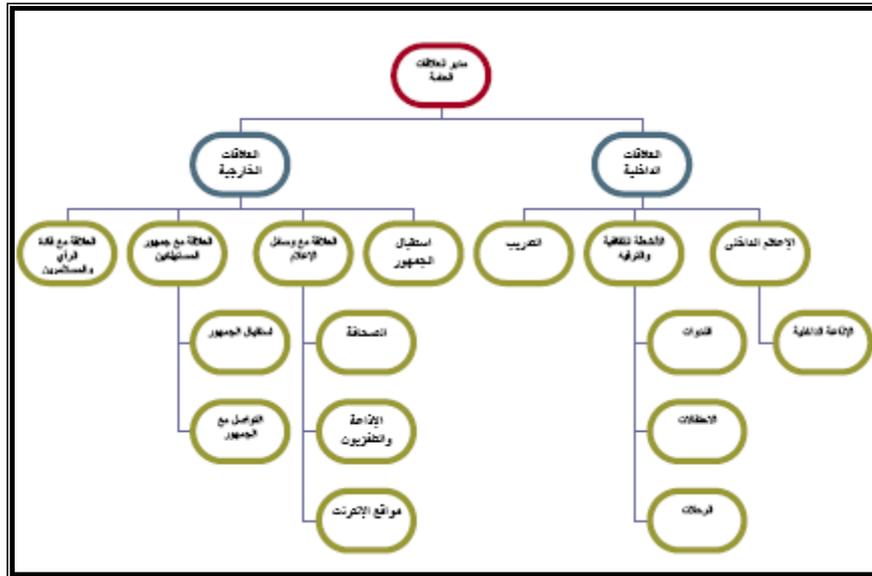
وكلما انخفض ضاق التنظيم⁽²⁾.

وهناك نوعان رئيسان من التنظيم الداخلي للعلاقات العامة⁽³⁾:

1. التنظيم الاتصالي: وهو مبنى على أساس حجم النشاط الاتصالي والعلاقات بفئات

الجمهور المختلفة ويختلف كل جمهور اختلافا تاما عن النوع الثاني, مثل

الجمهير الداخلية والخارجية, جمهور المستثمرين, جمهور المستهلكين...



شكل رقم 5: التنظيم الاتصالي لإدارة العلاقات العامة

¹. جودة, مرجع سابق, ص 41.

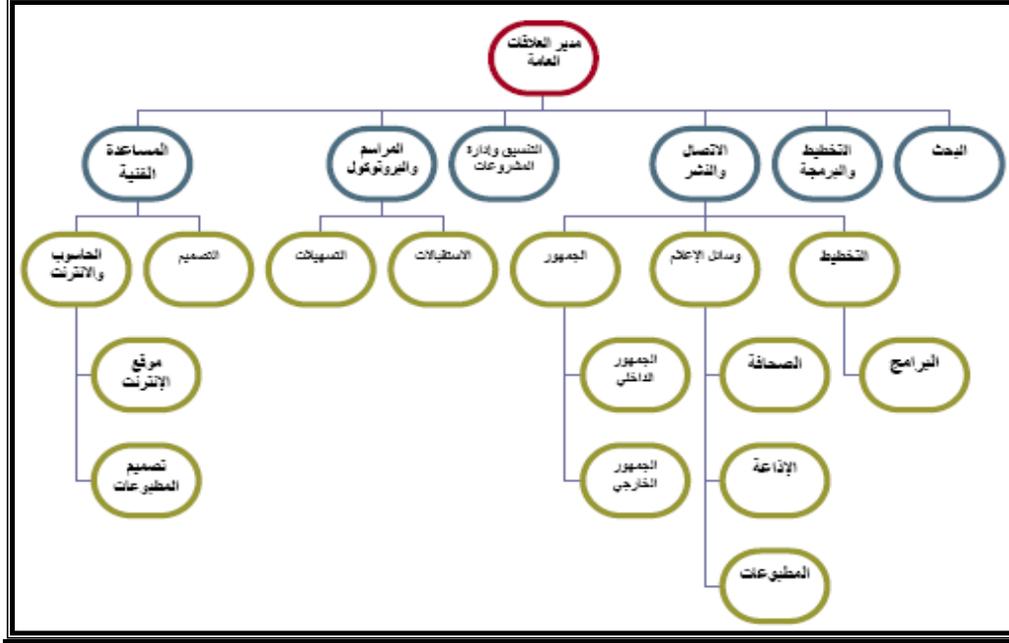
². برغوث, مرجع سابق, ص 56.

³. المصري, مرجع سابق, ص 102.

⁴. أنظر أيضا. برغوث, مرجع سابق, ص 56.

2. التنظيم الوظيفي: يقوم على أساس تقسيم أنشطة العلاقات العامة حسب نوعها

مثل نشاط النشر, نشاط البحث, التخطيط...



شكل رقم 6: التنظيم الوظيفي لإدارة العلاقات العامة.

3. التنظيم المختلط (الوظيفي الاتصالي): يجمع هذا التنظيم بين الأسلوبين

السابقين, إذ يهتم بتوزيع الأنشطة على الأقسام, وتتبع منها وحدات تتفرع حسب

فئات الجمهور.

كفاءة العاملين في إدارة العلاقات العامة:

من المعروف أن أداء أي وظيفة يتوقف على مدى كفاءة شاغل الوظيفة, ويجب أن يتوفر في

أخصائي العلاقات العامة المؤهلات والخبرة اللازمة لمساعدته على أداء واجباته بالشكل المطلوب.

وقد أثبتت التجارب⁽¹⁾: أن نجاح الجهاز التنظيمي في تحقيق أهداف المنشأة يعتمد على الموارد

البشرية المناسبة لشغل الوظائف المختلفة وذلك باختيار العاملين الملائمين وتعيينهم في الوظائف

¹ المصري, مرجع سابق, ص 111.

التي تتناسب استعداداتهم وصفاتهم الشخصية والقيام بتدريبهم ليشعر العامل بالرضا النفسي عن العمل الذي يقوم به والذي ينعكس على إنتاجيته⁽¹⁾.

ويجب أن يتمتع موظف العلاقات العامة بصفات مميزة عن غيره من الموظفين وكما يقول Richard W. Darrow " من خبرتي-يجب أن يمتلكوا طاقات أكبر من الطاقات التي يمتلكها الرجل العادي, يجب أن يكونوا متيقظين بدرجة أكبر و متأملين بدرجة أكبر بحيث يعيدوا التفكير في كل استنتاج يصلون اليه. وكذلك يتوجب أن يكون لديهم إدراك حسي سريع"⁽²⁾.

ومن المعلوم أن أهم أعمال موظف العلاقات العامة هي التحدث إلى الجماهير أو العمل كمستشار للإدارة. وإعداد النشرات الصحفية, وإعداد مجلة المؤسسة وعرضها على جماهيرها المختلفة والإعداد للمؤتمرات الصحفية وتدعيم العلاقات بين وسائل الإعلام والرد على الشكاوي ومعالجة مشاكل المجتمع⁽³⁾.

و لخص (عجوة)⁽⁴⁾ الصفات الأساسية التي يجب توافرها في العاملين بمهنة العلاقات العامة وهي:

✓ **المؤهلات الشخصية:** حيث اتفق مع (أحمد, 2006⁽⁵⁾) أنها تتمثل في الجاذبية والشخصية المستقرة والمنطق والإحساس العام والحماس وحب الاستطلاع والخيال

¹. المصري, مرجع سابق, ص 111

². جودة مرجع سابق, ص 56

³. ابو سليم, شذا, "مدى تحقيق ادارة العلاقات العامة لاهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين", رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الاسلامية, فلسطين, غزة, 2006.

⁴. عجوة 2000

⁵ احمد, عبد المحسن بدوي, "العلاقات العامة في الاجهزة الامنية و دعم تنسيقها مع وسائل الاعلام" الرياض, 2006

الخصب والاتزان والموضوعية بالإضافة إلى الشجاعة في مواجهة الرئيس بأخطائه والإقناع

✓ **المؤهلات الاتصالية:**(1) تتمثل في مهارات القراءة والكتابة والتخاطب والاستماع الجيد والحس الفني والإلمام بالعديد من العلوم المختلفة...

✓ **المؤهلات الادارية أو الوظيفية**(2): وتتمثل في القدرة على التعامل مع الأزمات, والقدرة على صنع القرارات واتخاذها, و القدرة على هيكلة العمل, والقدرة على تحديد البدائل واختيار المناسب منها, والقدرة على التعامل مع المفاهيم الإدارية. هناك صفات عامة يجب توافرها في موظف العلاقات العامة وأهمها: كما يراها **(الخطيب**(3).

1. تمتع موظف العلاقات العامة بالأخلاق الفاضلة من صدق وأمانة وسمعة جيدة في التعامل مع الآخرين. لكسب المصداقية أمام الجماهير المختلفة.
2. أن يكون إجتماعياً وقادراً على إقامة العلاقات مع الناس وبالتالي الحصول على تقنتهم وتأييدهم.
3. أن يتصف بالاستقرار النفسي والانفعالي والصبر وعدم الانفعال والتعامل مع الآخرين بهدوء.
4. ان يتمتع بالجاذبية في المظهر والحديث.

¹ الخطيب,سعادة راغب.مرجع سابق.ص119

² عجوة 2000

³ . الخطيب,سعادة راغب. مرجع سابق,ص56.

⁴ .أنظر أيضا .جودة,محفوظ احمد , مرجع سابق.ص57.

⁵ .أنظر أيضا. المصري ,مرجع سابق,ص124.

5. ان يكون سريع الاستجابة وحسن التصرف خاصة وقت الأزمات والحوادث الطارئة.

6. الموضوعية وعدم التحيز في السلوك وإصدار أحكام واستنتاجات متأثرة بشعوره الشخصي أو منفعتة الذاتية.

7. توفر المهارات الاتصالية(كتابة, قراءة, محادثة وإنصات).

8. توفر مهارات الإبداع والابتكار .

9. الإلمام بأسس العلوم الأخرى التي لها علاقة مع العلاقات العامة كعلم النفس وعلم الاجتماع وعلم الإحصاء والتاريخ ومبادئ الإدارة والإقتصاد.

10. الإلمام بسياسات المؤسسة وأهدافها والوضع التنافسي في السوق.

11. الإلمام بأسس ومناهج البحث العلمي وكذلك مبادئ وطرق قياس الرأي العام....

وعلى الرغم من ذلك نجد أن موظف العلاقات العامة يختلف كمتخصص عن غيره من

المتخصصين في مجال الاتصالات من عدة زوايا وهي :

1. إن تخصصه عام و ليس عميقا لانه لا يقتصر على استخدام وسيلة معينة أو طريقة فنية

معينة .

2. يميل إلى أن يكون منسقا ومشرفا وموجها أكثر من مجرد منفذ لبرنامج معين.

3. يهتم بالمضمون العام لرب العمل او عميله تجاه الجمهور وليس بناحية واحدة فقط⁽¹⁾.

¹. ابو سليم شذا,مرجع سابق. ص37.

ما سبق يتضح انه لم يغفل معظم الباحثين عن اهمية الصفات والمقابلات الشخصية الهامة لموظف العلاقات العامة بالإضافة إلى أهمية الإعداد العلمي والأكاديمي للموظف سواء كان ذلك عبر الشهادات الجامعية أو الدورات التدريبية أو حتى الخبرة العامة المكتسبة. ومن هنا نجد أن موظف العلاقات العامة يجب أن يتمتع بصفات شخصية محبوبة وأن تكون شخصيته مقبولة للجميع. ويستطيع التعامل مع الآخرين سواء من المجتمع المحلي أو الخارجي الذي تتعامل معه المؤسسة, بالإضافة إلى ذلك يجب أن لا يغفل الجانب العلمي وأهميته حتى يستطيع التعرف على المشكلات والعمل على حلها بطرق علمية صحيحة⁽¹⁾.

العلاقات العامة والصورة الذهنية للمؤسسة:

إن أحد أدوار عمل العلاقات العامة هو الصورة العامة للمؤسسة ويقصد بها الانطباع العام الذي ينشأ طبقاً لمستوى المعرفة والفهم للحقائق. أي أن المعلومات الخاطئة أو غير المكتملة تعطي على العكس صورة خاطئة⁽²⁾.

وقد بدأ استخدام مصطلح "الصورة الذهنية" عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الأمريكية مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين, واهتمت العلاقات العامة بدراسة صورة الشخصيات القيادية للتعرف على وجهة نظر الجماهير عن تلك الشخصيات أو المؤسسات ومعرفة العناصر الايجابية والسلبية في تلك الصورة بغرض تدعيم الجانب الاجتماعي وتعديل الجانب السلبي, كما اهتم خبراء العلاقات العامة بدراسة العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية وتطورها في ظل ذلك التقدم التكنولوجي الهائل في وسائل الاتصال الجماهيري⁽³⁾.

¹. ابو سليم, شذا, مرجع سابق.ص45

². هنسلو, فيليب. مرجع سابق.ص 11.

³. علي عوجة.العلاقات العامة و الصورة الذهنية

وتعتبر الصورة الذهنية عن واقع المؤسسة وكل ما يتصل بها وما يصدر عنها ككيان في مجتمع حيث تشمل السياسات والقرارات والتصرفات والعلاقات التي تتمكن من خلالها المؤسسة من تحقيق أهدافها، ويشمل كذلك مظهرها وتكويناتها المادية، تلك العناصر المادية والمعنوية للمؤسسة تشكل ملامحها من خلال ما يعرف بشخصية المؤسسة، ويعد ذلك هو المضمون الاجتماعي للعلاقات العامة الذي ينعكس في اذهان الجماهير على شكل تأثيرات تكون محصلتها النهائية الصورة الذهنية، وتلعب صورة المؤسسة دوراً كبيراً في نجاح المؤسسة أو فشلها وذلك بتأثيرها على سلوك الجماهير، وفي دراسة قام بها "ديكستر نيدل"⁽¹⁾ للتحقق من ذلك الفرض وجد أن برامج العلاقات العامة تسهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة واحداث تغيير في العادات السلوكية و المواقف. ومن هنا يظهر دور إدارة العلاقات العامة تجاه معرفة ماهية الصورة الذهنية الحالية للمؤسسة وكيفية تدعيمها وتعديلها أو حتى تغييرها⁽²⁾.

❖ التعرف على السمعة الحالية للمؤسسة ومدى اختلافها أو اتفاقها بين فئات الجمهور المختلفة .

❖ التعرف الى وضع المؤسسة وصورتها الذهنية بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى المنافسة.

❖ الوقوف على نقاط الضعف أو القوة التي تتسم بها المؤسسة .

❖ تحديد أفضل التكنيكات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع الجمهور .

❖ تقييم فعالية الأنشطة والبرامج التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة .

¹. شبيبة.شديوان علي، مرجع سابق،ص267

².شبيبة.شديوان علي.مرجع سابق

المبحث الثاني:

دوائر العلاقات العامة في جامعات الضفة الغربية:

يهدف هذا المبحث إلى تقديم وصف مختصر لدوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، حيث سيتم فيه بيان أهداف ومهام دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية بشكل عام، وذلك بسبب تشابه وتجانس الأهداف والمهام التي تقوم بها هذه الدوائر، وارتباط جميع دوائر العلاقات العامة مباشرة مع رئيس الجامعة أو أحد نوابه.

و سيتناول هذا المبحث الحديث عن دوائر العلاقات العامة بشكل مختصر ولكل جامعة على

حده .

دائرة العلاقات العامة في جامعة الخليل:

تعد دائرة العلاقات العامة حلقة الوصل الحيوية التي تصل بين الجامعة والمجتمع، حيث تعد إحدى الدوائر الهامة التي تعمل على توثيق صلات الجامعة بالمجتمع المحلي والعربي والدولي، وتعمل على إبراز صورة الجامعة المشرقة لدى الجمهور والمؤسسات المختلفة. تسعى هذه الدائرة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أبرزها: تنسيق العلاقات الثقافية والعامة مع المؤسسات الثقافية المحلية والدولية، وتفعيل دور المؤسسة في إقامة الأنشطة الثقافية والجامعية مثل المعارض والاحتفالات التي تساعد على تفاعل الجامعة مع المجتمع وتعزيز دورها الطبيعي فيه، وجمع المعلومات الصادرة عن أجهزة الإعلام المختلفة المتعلقة بالجامعة وتصنيفها وتحليلها وإعلام المسؤولين في الجامعة بها. وتصدر عنها نشرات اخبارية وتوضيحية عن الجامعة. وتعزيز ثقة الجمهور الداخلي (طلاب وعاملين) بالجامعة. وتقوم بإجراء الدراسات والبحوث الميدانية لإعداد البيانات وجمع المعلومات لتقييم الصورة الذهنية المتعلقة بالجامعة وإطلاع الجامعة على النتائج.

تصل دائرة العلاقات العامة سنوياً العديد من المنح الدراسية في شتى المجالات لنيل الدرجات العلمية (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراة) وهذه المنح مقدمة من مؤسسات وجامعات عربية وأجنبية بعضها لها علاقات تعاون مع الجامعة وبعضها تهتم في مجال العلوم والبحوث. كما ترد دائرة العلاقات العامة العديد من الدعوات العلمية من جهات عربية وأجنبية لحضور المؤتمرات والالتحاق بدورات تأهيلية متخصصة في مجالات علمية مختلفة.

تكون دائرة العلاقات العامة في الجامعة الجهة المسؤولة عن استقبال ضيوف الجامعة وإعداد برامج زيارة خاصة بهم، ومرافقتهم خلال زيارتهم للجامعة وخارجها، وتأمين الخدمات اللازمة لهم وترتيب الاتصال مع الجهات المعنية. وتسعى الدائرة إلى العمل على تعميق التعاون مع العديد

من الجامعات العربية والأجنبية⁽¹⁾، وتوقيع الاتفاقيات في مجالات البحث العلمي. كما وتسعى هذه الدائرة من خلال علاقاتها الواسعة إلى ترويج وتسويق مشاريع الجامعة، وإيجاد مصادر تمويلية لها سواء على الصعيد المحلي أو الخارجي.

دائرة العلاقات العامة في جامعة بولتكنيك فلسطين:

أنشئت دائرة العلاقات العامة عام 1978 وهي إحدى أهم دوائر الجامعة حيث أنها تعتبر بوابة الجامعة للمجتمع المحلي والعربي والدولي، وتعكس صورة مشرقة للجامعة وتبين مدى قدرة الجامعة على خدمة المجتمع المحلي وتعزز تواجد الجامعة بين الجامعات المحلية والعربية والعالمية، ولها دور كبير في عملية تطوير كوادر الجامعة التدريسية والإدارية عن طريق مشاركتها في دورات ومنح وبعثات ومؤتمرات، فضلاً عن مساهمتها في تنفيذ مشاريع مختبرات الجامعة ومبانيها عن طريق إيجاد التمويل المناسب لها⁽²⁾.

وتتركز رؤية فريق العلاقات العامة على تعزيز صورة جامعة البوليتكنيك داخليا وخارجيا وتفعيل التواصل بينها وبين المجتمع المحلي، بالإضافة إلى تطوير الكادر الأكاديمي والإداري وتفعيل التواصل بين إدارة الجامعة والطلاب، وبين الطلاب والمجتمع المحلي.

أما بخصوص أهداف هذه الدائرة فهي تسعى إلى تفعيل دور الجامعة بين الجامعات الفلسطينية والدولية، وتوفير جهات داعمة لخطة الجامعة التطويرية أكاديميا واجتماعيا، إضافة الى تفعيل العلاقات الداخلية في الجامعة بين جميع الدوائر والكليات والموظفين، وتوفير برامج تطويرية ثقافية واجتماعية للطلبة لتغيير صورة الجامعة من تقنية بحتة إلى علمية ثقافية، والترويج للجامعة عن طريق تعزيز صورتها في وسائل الإعلام المختلفة.

¹ الصفحة الالكترونية الخاصة بدائرة العلاقات العامة في جامعة الخليل www.hebron.edu

² دليل الطالب-جامعة بولتكنيك فلسطين 2010

تقوم الدائرة بعدد من النشاطات منها: استقبال الضيوف من وفود أجنبية ومحلية وعمل برامج زيارة لهم، الاتصال بجامعات وكليات محلية وأجنبية وإقامة علاقات تعاون معهم في كافة المجالات، الاتصال بالمؤسسات الأجنبية المانحة في مجالات البعثات والتجهيزات والمشاريع التطويرية ودعوتهم لزيارة الجامعة بالإضافة إلى المسؤولية عن المتابعة مع هذه المؤسسات، وإقامة علاقات مع وزارات السلطة الوطنية وخاصة تلك التي تتعامل في مجالات تكنولوجية⁽¹⁾ وهندسية، وإقامة علاقات مع المؤسسات المحلية مثل البلديات والغرف التجارية والمؤسسات الصناعية وذلك بهدف:

- تعزيز صورة الجامعة بين تلك المؤسسات.
- تنظيم ندوات وورش عمل، وإعداد برامج تدريبية تهم البلد، وتعود بالنفع على الجامعة.
- متابعة الخريجين والتعرف على طبيعة عملهم ومحاولة الاستفادة منهم فيما يهم الجامعة بالإضافة إلى التعرف على مشاكلهم والعمل على حلها.
- القيام بالحملة الدعائية السنوية لجامعة بوليتكنك فلسطين والتي تشمل تنظيم زيارات للمدارس، بالإضافة إلى تزويد وسائل الإعلام بتقارير دورية عن فعاليات ونشاطات الجامعة.
- متابعة إعداد نشرات دعائية ومطبوعات عن الجامعة.

دائرة العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية:

تعتبر دائرة العلاقات العامة من الدوائر الهامة في الجامعة وقد تأسست عام 1977 حيث تضع على عاتقها مسؤولية تطوير صورة الجامعة من خلال عمل كل ما ينسجم مع هذا التوجه، وذلك عن طريق الجهد الاعلامي الكبير الذي تقوم به أو من خلال الاتصال وتنظيم الفعاليات

¹ مقابلات اجرتها الباحثة اثناء توزيع الاستمارات.

المنوعة والمشاريع والبرامج التي تخدم الجامعة ومجتمعها المحلي والدولي. وقد تطورت الدائرة خلال العقود الثلاث الماضية واستطاعت تطوير جهودها ولعب دور بارز في المجتمع المحلي.

تسعى دائرة العلاقات العامة الى تنمية إيمان الجمهور وثقته برسالة الجامعة، وهي همزة الوصل بين الجامعة ومجتمع الجامعة الداخلي والمحلي، وذلك من خلال وحدات عديدة كالصحافة والإذاعة والتلفاز وشبكة المعلومات الالكترونية والإصدارات والنشرات وتنظيم المؤتمرات والندوات والمعارض والمحاضرات وورش العمل والأنشطة المتنوعة سواء المنهجية أو اللامنهجية، والمشاركة في الفعاليات الثقافية والاجتماعية والعلمية والتعليمية على صعيد المجتمع المحلي والوطني، وتوطيد علاقات التعاون مع مؤسسات القطاع العام والخاص والمجتمع المحلي للاستفادة من برامجها وتجاربها وخبراتها، كما تعمل دائرة العلاقات العامة على ترسيخ العلاقات بين الجامعة وكافة مرافقها وكوادرها بالإضافة لطلبتها سواء أثناء الدراسة أو بعد تخرجهم⁽¹⁾.

دائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الامريكية:

أنشئت دائرة العلاقات العامة مع إنشاء الجامعة في عام 2000 وهي النافذة على المجتمع المحلي والدولي حيث تسعى هذه الدائرة إلى تحقيق أهداف الجامعة من خلال العمل ضمن خصوصية الجامعة بوصفها مؤسسة تعليمية عليا يجب أن يكون لها دور ريادي في إحداث التغيير على المستويين المحلي والوطني وحيث تعمل على إيجاد علاقات شراكة مع المؤسسات المحلية والدولية لتنفيذ مشاريع تخدم سياسة الجامعة وتسهم في تطوير المجتمع المحلي، بالإضافة الى العمل ضمن المؤسسات المحلية والدولية لإيجاد موقع للجامعة على خارطة العالم بأسلوب علمي مميز⁽²⁾.

¹ النشرة الخاصة بالدائرة عبر الموقع الالكتروني لجامعة النجاح الوطنية.

² النشرة التعريفية لدائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الامريكية. عبر الموقع الالكتروني www.aauj.edu

دائرة العلاقات العامة في جامعة القدس المفتوحة:

تعمل هذه الدائرة على بناء شبكة علاقات تعاونية وتكاملية، بما يعزز الصورة المشرفة للجامعة ومكانتها على كافة المستويات المحلية والعربية والعالمية كافة باستخدام أحدث أساليب الاتصالات، وتنظيم النشاطات الملائمة وتنسيقها⁽¹⁾.

تحوي الدائرة على قسم خاص في العلاقات الخارجية فقد تم تأسيس قسم العلاقات الخارجية في دائرة العلاقات العامة. ويهدف هذا القسم إلى فتح آفاق تعاونية بين الجامعة والمؤسسات الدولية سواء كانت أكاديمية مثل الجامعات أو غيرها، كما أنه يهدف إلى إقامة علاقات توأمة وتعاون مشترك مع جامعات أجنبية، ويسعى القسم إلى عقد مذكرات تفاهم في مجالي التبادل الثقافي والأكاديمي وبناء شبكة علاقات تعاونية مع جهات خارجية والمساهمة في تعزيز الصورة المشرفة للجامعة ومكانتها الدولية.

ضمن سياسة الجامعة الرامية إلى تحقيق التفاعل البناء بين مكونات المجتمع وأ أسرة جامعة القدس المفتوحة، وبهدف نشر فلسفة التعليم المفتوح التي تقوم عليه الجامعة، سعت دائرة العلاقات العامة إلى تنظيم أنشطة وفعاليات في كافة مناطقها التعليمية من شأنها أن تساهم في خدمة خططها الاستراتيجية.

وتهدف هذه النشاطات إلى توطيد العلاقات بين الجامعة وكافة المؤسسات المجتمعية وخدمة الطلبة وتحقيق الفائدة العلمية والعملية لهم. ويوجد لدائرة العلاقات العامة في كل منطقة تعليمية

2. النشرة التعريفية لدائرة العلاقات العامة في جامعة القدس المفتوحة عبر الموقع الإلكتروني www.qou.edu

منسق توكل إليه مهمة وضع خطط لنشاطات يجري تنظيمها في منطقتها، حيث تتم دراستها ومن ثم يعطى الضوء الأخضر للتنفيذ في حال توافقها مع استراتيجية الجامعة وفلسفتها.

دائرة العلاقات العامة في جامعة فلسطين التقنية (خضوري):

تعتبر دائرة العلاقات العامة والدولية في جامعة فلسطين التقنية من الدوائر الهامة والنشطة في الجامعة حيث تعمل على بناء عملية التواصل الفعال مع جمهور الجامعة الداخلي من موظفين إداريين وأكاديميين وطلبة. والجمهور الخارجي ليمتد الى مواطني الوطن والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية. بالإضافة الى كافة مؤسسات التعليم العالي .

تأتي رؤية الدائرة في هذه الجامعة من التأكيد على نجاح الجامعة في بناء علاقات وطيدة وقوية وإيجابية مع المجتمع بقطاعيه الحكومي والخاص والمحلي والإقليمي والدولي. وحيث تقوم هذه الدائرة بإبراز ونشر جهود الجامعة بتوفير مستوى عالٍ من التعليم الأكاديمي والتقني والتكنولوجي وخدماتها التعليمية عالية الجودة لكل من الطلبة والموظفين¹.

من أهم الأهداف التي تسعى دائرة العلاقات العامة لتحقيقها: عكس صورة مشرقة عن الجامعة، وترويج رسالة الجامعة وفلسفتها وأهدافها ونشاطاتها إعلامياً، بالإضافة إلى تنظيم الاحتفالات الرسمية الخاصة بالجامعة. وأخيراً التواصل الفعال مع المؤسسات والجامعات داخليا وخارجيا.

¹ النشرة التعريفية لدائرة العلاقات العامة في جامعة فلسطين التقنية عبر الموقع الإلكتروني للجامعة

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية:

ثانياً: الدراسات الاجنبية:

المبحث الثالث:

الدراسات السابقة:

تمهيد

سيتم في هذا المبحث تناول الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع إدارة العلاقات العامة، وقد تم تقسيمها إلى قسمين الأول خاص بالدراسات العربية والثاني خاص بالدراسات الأجنبية.

أولاً- الدراسات العربية:

1. دراسة (ابو سليم 2006)⁽¹⁾ بعنوان "مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في

الكلية التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكلية التقنية بمحافظة غزة، والتعرف على الفروق في تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكلية التقنية وفقاً إلى متغير الجنس، المؤهل العلمي، مجال العمل، سنوات الخبرة، والكلية. وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة العلاقات العامة تعمل على تعزيز انتماء العاملين في الكلية بدرجة متوسطة، وأن هناك عجز في مؤهلات رجل العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين. بالإضافة إلى أن إدارة العلاقات العامة في الكلية تحقق بعض أهدافها و تتجاهل أخرى. وهناك فروق ذات دلالة إحصائية في تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها تعزى إلى متغير جهات الإشراف العامة والخاصة.

وأوصت الدراسة إلى ضرورة العمل على تطوير إدارة العلاقات العامة في الكلية التقنية، وضرورة تكثيف الدورات التدريبية للأفراد العاملين في إدارة العلاقات العامة.

¹ ابو سليم، شذا، مرجع سابق.

وكذلك ضرورة دعم الإدارة العليا لتنفيذ برامج وأنشطة إدارة العلاقات العامة، بالإضافة إلى العمل على إجراء البحوث والدراسات للكشف عن مواطن الضعف في العلاقة التي تربط العاملين مع الإدارة العليا في الكليات التقنية. وأيضاً الحرص على طرح حلول عملية للتواصل مع المجتمع المحلي.

2. دراسة (القضاة 2004) ⁽¹⁾ بعنوان "تقييم نشاط وواقع وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في المملكة الأردنية الهاشمية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام أجهزة الإدارة العامة بموضوع العلاقات العامة ومفهومها وموقعها في خارطة التنظيمية، والتعرف على أداء هذه الوحدات لقياس الرأي العام والبحث، بالإضافة إلى مدى استخدامها لوظيفة التخطيط. وقياس أدائها من خلال التقويم وأدوات الاتصال المستخدمة. تم تصميم استبانة لقياس السابق وتوزيعها على مجتمع الدراسة المكون من (171) موظف.

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن هناك أهدافاً محددة ومكتوبة لجهاز العلاقات العامة. وأن غالبية وحدات العلاقات العامة تقوم بممارسة وظيفة التخطيط، وتقوم بتقويم نشاطاتها بصفة دورية.

وأهم ما أوصى به الباحث: ضرورة أن يكون العاملون في العلاقات العامة والمسؤولون عنها متخصصين ومؤهلين علمياً ومهنياً في مجالاتها. وأن تعمل الأجهزة الحكومية على دعم الإدارة بهذه الكوادر المؤهلة والمتخصصة.

¹ القضاة، عمر علي، "تقييم نشاط وواقع وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الادارة العامة المركزية في المملكة

الأردنية الهاشمية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن، ص10، 2004.

3. دراسة (المطيري 2002) ⁽¹⁾ بعنوان "دور العلاقات العامة في تسويق العمل الاجتماعي -

دراسة حالة على مركز الأمير سليمان الاجتماعي بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية".

جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور العلاقات العامة في تسويق العمل الاجتماعي في مركز الأمير سليمان, تم توزيع استبيانين الأول على 20 شخصاً من العاملين في العلاقات العامة والآخر على 150 من الجمهور الخارجي للمستفيدين من خدمات المركز.

توصلت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تلقى دعماً كبيراً من الإدارة العليا للمركز, وتقوم بعدد من النشاطات كاستقبال الزوار وإقامة الندوات والاجتماعات ومتابعة ما يتم نشره في وسائل الإعلام.

أوصت الدراسة إلى ضرورة استحداث وتنظيم قسم في العلاقات العامة لإجراء البحوث الخاصة بالجمهور الخارجي.

4. دراسة (الزيود 2001) ⁽²⁾ بعنوان "تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية

من وجهة نظر موظفيها".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مستوى أداء دوائر العلاقات العامة على مستوى الجمهور الداخلي والخارجي, والأداء على مستوى الندوات والمحاضرات والأيام العلمية. والأداء على مستوى

¹ المطيري.محمد بن صقر عقاب, "دور العلاقات العامة في تسويق العمل الاجتماعي-دراسة حالة على مركز الأمير سليمان الاجتماعي بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية",رسالة ماجستير غير منشورة,الجامعة الاردنية, ص11, 2002

² الزيود.صالح سليمان, "تقييم اداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من وجهة نظر موظفيها",رسالة ماجستير غير منشورة ,جامعة آل البيت, ص16, 2001

المطبوعات والإعلام. بالإضافة إلى التعرف على مدى كفاية وملائمة كلا من العناصر التالية المتعلقة بأداء الدوائر: الموارد البشرية، الموارد المادية، دعم واهتمام الإدارة العليا، خطة عمل الدائرة، التعاون والتنسيق بين الدائرة ودوائر الجامعة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة على المستوى الداخلي كان متوسطاً، أما على مستوى (الجمهور الداخلي و الخارجي، الندوات والمحاضرات والأيام العلمية، المطبوعات والإعلام) كان أداؤها مرتفعاً. وهناك درجة كافية ملائمة ومرتفعه للعناصر المتعلقة بأداء دوائر العلاقات العامة. وأخيراً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى المتغيرات المستقلة (عدد العاملين، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، الجنس، العمر، طبيعة الجامعة، وجود خطة عمل للدائرة).

وأوصت الدراسة إلى ضرورة رفد دوائر العلاقات العامة بالموارد البشرية الكافية، إضافة إلى تحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين وتلبيتها، وتوفير الدعم المادي لهذه الدوائر، وإقامة ملتقى للعاملين في دوائر العلاقات العامة للمساهمة في تبادل الخبرات والتجارب. بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام في الجمهور الداخلي للجامعة وزيادة النشاطات الموجهة له.

5. دراسة (أبو خاطر 2001) ⁽¹⁾ بعنوان "تطوير إدارات العلاقات العامة في التعليم الجامعي

الفلسطيني في ضوء الأبعاد التنظيمية".

هدفت هذه الدراسة إلى وضع تصميم مقترح يسعى إلى تطوير دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في ضوء الأبعاد التنظيمية المعاصرة، تعكس بشكل إيجابي الأنشطة التي تمارسها المؤسسة.

¹ أبو خاطر. خالد (2001) مرجع سابق.

وقد توصلت الدراسة إلى عدم دقة ووضوح أهداف العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، تفاوتت برامج وأنشطة العلاقات العامة حسب درجة الاهتمام التي توليها الجامعة للعلاقات العامة فيها. إضافة إلى بيان وجود تداخل في الصلاحيات والمهام بين دوائر العلاقات العامة ودوائر أخرى في الجامعات. كذلك وجود تضارب بين المؤسسات والصلاحيات الممنوحة لدوائر العلاقات العامة في الجامعات وانخفاض دعم الإدارة العليا لها. كما ويوجد قصور في أداء دوائر العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي.

6. دراسة (الشمخي 2001¹) بعنوان "تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في

سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى".

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أداء العلاقات العامة في وزارات الخدمة المدنية في سلطنة عمان، من خلال التعرف على الأساليب والوسائل المتبعة في عمل العلاقات العامة ومدى تأثيرها على أدائها، بالإضافة إلى التعرف على تأثير المتغيرات الشخصية للأفراد العاملين بالعلاقات العامة على أدائها من حيث (الخبرة، الجنس، المؤهل العلمي، الالتزام الاخلاقي).

وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة متوسط، وأن المخصصات المالية لا تساعد على تحسين أداء هذه الدوائر. إضافة إلى ان دوائر العلاقات العامة لا تستخدم الأساليب والأدوات الحديثة في أداء أعمالها من حيث (نشرات دوريه، استخدام شبكة الانترنت، واستخدام الحاسب الآلي)، وأخيراً لا يوجد أثر للعوامل الشخصية (الخبرة، الجنس، المؤهل العلمي، الالتزام الاخلاقي) للعاملين على أدائهم.

¹ الشمخي. خميس بن عبدالله بن علي، "مرجع سابق، ص 11

وأوصى الباحث إلى ضرورة العمل على رفع مستوى أداء العلاقات العامة من خلال عقد دورات تدريبية لتأهيل العاملين وتزويدهم بما هو جديد في العلاقات العامة لرفع كفاءتهم، وضرورة وضع تصنيف وظيفي للعلاقات العامة يحدد وظائفها ومهامها بدلاً من اختصاصات عامة للدائرة وأيضاً ضرورة مراعاة الخبرة العملية والمؤهل العلمي عند التوظيف. بالإضافة إلى ضرورة تحديد مخصصات مالية من موازنة الوزارة للعلاقات العامة.

7. دراسة (الفيشاني 2000) ⁽¹⁾ بعنوان "تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات

الحكومية في الجمهورية اليمنية-دراسة ميدانية-".

تناولت الدراسة تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات اليمنية، مستهدفة تحديد مستوياتها وتحديد مدى وجود علاقات إحصائية بين أداء وحدات العلاقات العامة وعدد من المتغيرات المستقلة وهي الوظائف العلمية، الموارد المالية والبشرية، عوامل التنظيم الإداري، الإستشارة الخارجية في مجال العلاقات العامة، ومتغير العوامل الشخصية. لقد تم تطوير إستمارة لجمع المعلومات من عينة الدراسة التي بلغت 75 موظفاً، واستخدم أسلوب المسح الشامل.

توصل الباحث إلى ضعف وتدني مستوى وحدات العلاقات العامة، ووجود علاقة طردية بين ضعف وتدني مستوى وحدات العلاقات العامة وبين ممارسة الوظائف العلمية للعلاقات العامة، بالإضافة إلى وجود علاقات إحصائية بين ضعف الأداء وشح الموارد البشرية و المالية .

كما وأوصى الباحث بضرورة ممارسة الوظائف العلمية للعلاقات العامة، إضافة إلى ضرورة الاهتمام بتوفير كوادر بشرية كافية مؤهلة ومتخصصة ومدربة، وضرورة تحديد الأهداف وكتابتها.

¹ الفيشاني.عبدالملك هلال أحمد،مرجع سابق،ص 11.

8. دراسة (الفرد 2000) ⁽¹⁾ بعنوان "تقويم برامج العلاقات العامة في ضوء أهدافها -دراسة

ميدانية على وزارة الداخلية وأجهزتها بالمملكة العربية السعودية-".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع برامج العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ومدى وضوح الأهداف والتعرف على مدى مواكبة هذه البرامج للتقدم التقني والتطور العلمي, إضافة إلى التعرف على الفئات الجماهيرية التي توجه إليها برامج العلاقات العامة.

تم استخدام المنهج الوصفي والمسح الميداني وكان ذلك في مدينة الرياض على سبعة أجهزة أمنية في وزارة الداخلية, وتم تطوير أداة الاستبانة, ووزع الباحث 70 استمارة.

توصلت الدراسة إلى أن وزارة الداخلية لا تحظى بوجود أهداف, وأن الموجود منها قديمة ولا تراكب العصر وغير واضحة, إضافة إلى أنه لا يتم ممارسة التخطيط و لا يوجد تقويم لبرامج العلاقات العامة, وكذلك وجود صعوبات ومعوقات متعددة تواجه العلاقات العامة منها عدم تقدير المسؤولين لدور العلاقات العامة وعدم كفاية المخصصات المالية بالإضافة إلى عدم وجود مؤهلين متخصصين, هذا والحاجة إلى ضرورة إحداث تغيير شامل لوضع العلاقات العامة وواقعها وأيضاً الحاجة لإيجاد دور للمرأة في العلاقات العامة. أي أن العلاقات العامة لا تحقق في الغالب الأهداف المحددة لها.

¹ الفرد. جبران بن هيف, "تقويم برامج العلاقات العامة في ضوء أهدافها -دراسة ميدانية على وزارة الداخلية وأجهزتها بالمملكة العربية السعودية- " أكاديمية نايف للعلوم الامنية, معهد الدراسات العليا, برنامج الماجستير في العلوم الادارية, ص 11, 2000.

9. دراسة (محافظة 1997) ⁽¹⁾ بعنوان "العلاقات العامة في الجامعات الحكومية

الأردنية: دراسة تقييمية للمراحل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس".

هدفت هذه الدراسة الى تقييم عملية العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس, كما هدفت الى معرفة ترتيب مراحل عملية العلاقات العامة (البحث, والتخطيط, والاتصال, والتقييم). بالإضافة الى معرفة ترتيب دوائر العلاقات العامة في الجامعات من حيث مدى قيامها بهذه المراحل. و بيان مدى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرات الشخصية لافراد العينة من جهة, وتقييم مراحل عملية العلاقات العامة من جهة اخرى.

و توصلت الدراسة الى ان اداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الحكومية متوسط نسبيا, وكان الترتيب التنازلي لقيام دوائر العلاقات العامة بتطبيق مراحل عملية العلاقات العامة في الجامعات على النحو التالي: مرحلة الاتصال, مرحلة التخطيط, مرحلة التقييم, واخيرا مرحلة البحث. اضافة الى وجود فروق ذات دلالة احصائية في تقويم الافراد لاداء دوائر العلاقات العامة تعزى إلى المتغيرات: العمر, سنوات الخدمة, والرتبة الاكاديمية والجامعة التي تخرج منها المدرس. وأوصت الدراسة بضرورة تحسين أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات من خلال التركيز على جميع مراحل عملية العلاقات العامة بشكل متوازن, وضروة استحداث شعبة أو قسم للدراسات و مسح الرأي العام في دوائر العلاقات العامة, مع التأكيد على تشجيع التعاون و التفاعل بين دوائر العلاقات العامة وأعضاء هيئة التدريس.

¹ محافظة.. زياد احمد .مرجع سابق.

ثانيا-الدراسات الاجنبية:

1. (Wilson 2009) ⁽¹⁾:” The Role of Communication Messages and Public Relations Strategies, In the Higher Education “Public Good” Debate:A Study of Four Public Research Universities ”.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور ووظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي العامة، من خلال تسليط الضوء على الرسائل التي تعتبر حلقة الوصل ما بين هذه الجامعات البحثية الشرقية للدراسات العامة الأربعة.

تناولت الدراسة امكانية قيام هذه الجامعات-بايصال السمعة الطيبة -اضافة الى كيفية استقبال الاتصال من مجموعتين من الجماهير وهما. مراسلو التعليم العالي والسلطة التشريعية القانونية.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحليل رؤية و رسالة الجامعات,الخطط الاستراتيجية, طلبات ترخيص البرامج الاكاديمية,الخطابات الرئاسية,800 من الدوريات الصادرة عن الجامعات. وذلك لتحديد فيما إذا كانت المرجعيات العامة الجيدة موجودة أو مفقودة في الرسائل المنشورة عن الجامعات وذلك خلال العام الاكاديمي 2006-2007.بالإضافة إلى إجراء مجموعة من المقابلات المتخصصة التي استخدمت لمعرفة وجهات نظر مديرو دوائر و أقسام العلاقات

¹ .Wilson,Terry Angelo” *The Role of Communication Messages and Public Relations Strategies, In the Higher Education “Public Good” Debate: A Study of Four Public Research Universities*” Terry Angelo Wilson, for the Degree of Doctor of PhilosophyThe University of Texas at Austin May, 2009

العامة من حيث الاستراتيجية والأهداف الاتصالية. إضافة إلى المقابلات المتخصصة و التي أجريت مع مجموعة من الجهات المانحة.

أظهرت الدراسة أهم المفاهيم الجوهرية ومنها الأبحاث،التدريس،والخدمات العامة ودور الجامعة في كونها محركاً للتطورات الاقتصادية، التنوع، الثقافة إنجازات الطلبة والكليات، هيئة الجامعة...إلخ.

كما وأوضحت الدراسة أن الجامعات تستخدم العلاقات العامة كأداة واستراتيجية لإيصال الرسائل الخاصة بها، إضافة إلى ملاحظة مراسلي التعليم العالي يقومون بتغطية التعليم العالي وذلك عبر رفع تقارير مباشرة إلى التعليم العالي لتغطية القضايا وليس للمؤسسة مباشرة. وأظهرت كيفية الموازنة للحصول على التمويل الخاص.

2. (Patterson 2009)⁽¹⁾:"Examining the role of women in the development of public relations".

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة مساهمة المرأة في تاريخ العلاقات العامة. حيث ناقشت دور 27 امرأة من نساء جديرات بالاهتمام ممن استخدمن استراتيجيات وتكتيكات وأدوات العلاقات العامة، بصورة موضحة التغيرات المهمة التي تواكب المجتمع. تم انتقاء هؤلاء السيدات من خلال أسس مبنية على الفعالية والإبداع واستيحاء الأفكار في استخدام العلاقات العامة.

¹ (Patterson.,Suzannah):"Examining the role of women in the development of public relations".Public Relations Journal Vol. 3, No. 1, Winter 2009 Public Relations Society of America. P1.2009.

3. (Fall and Hughes 2009) ⁽¹⁾:” Reflections of Perceptions: Measuring the Effects Public Relations Education has on Non-majors’ Attitudes Toward the Discipline”.

هدفت الدراسة إلى إجراء مقارنة إدراك مجموعة من الطلبة لمفهوم العلاقات العامة قبل مشاركتهم بمساق أكاديمي متخصص مكون من ثمانية أسابيع لتغطية أهم المواضيع المتعلقة بإدارة العلاقات العامة.

تكونت عينة الدراسة من 465 طالباً ممن أنهوا متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس وقد التحقوا بمساق أكاديمي في الفترة الواقعة ما بين كانون الثاني 2004 وآذار 2007. وقد تم اعتماد تثبيت الاستفادة من نفس مدرس المساق بالإضافة إلى استخدام نفس الواجبات, الكتاب ونظام التقييم.

(Coskun 2007) ⁽²⁾: " importance of Ethical Public Relations in Non-profit Organizations".

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أخلاقيات العلاقات العامة ودورها في نمو وتطور المؤسسات غير الربحية, ومدى نجاح العلاقات العامة في إعطاء صورة مشرقة عن المؤسسة وكفاءة الحملات الإعلانية لخلق صورة إيجابية عن المؤسسة مبنية على أساس بعيدة عن أي سلوك غير أخلاقي قد يقضي على مصداقية المؤسسة. وقد حاولت الدراسة تحليل استراتيجيات العلاقات العامة التي تتبعها مؤسستان من المؤسسات غير الربحية التي تعمل في مجال رفاهية الأطفال في نيوزلاندا .

¹ Fall and Hughes:” *Reflections of Perceptions: Measuring the Effects Public Relations Education has on Non-majors’ Attitudes Toward the Discipline*”. Public Relations Journal Vol. 3, No. 2, Public Relations Society of America .P1. Spring 2009

² Coskun ,Nurcin,“*importance of Ethical Public Relations in Non-profit Organizations*”. A thesis submitted to Auckland University of Technology In partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Communication Studies (MCS) 2007

وتتبع خصوصية المؤسسات غير الربحية والتي تعتمد على الدعم المقدم من المؤسسات المانحة، مما يعكس أهمية الدور الملقى على عاتق العلاقات العامة لجذب هذه المؤسسات. من جهة أخرى تناولت الدراسة الموارد المحدودة التي تقف عائقاً أمام إطلاق الحملات الدعائية بصورة ناجحة. بالإضافة إلى قلة المعرفة والإهتمام بشكل عام من الأعضاء الموظفين .

تم جمع المعلومات الكمية والنوعية المتعلقة بالموضوع باستخدام أسلوب المقابلة والاستبيان من مؤسستين غير ربحيتين تعملان في مجال حماية الأطفال في نيوزلندا.

أظهرت الدراسة مدى الصعوبة التي تواجهها المؤسسات غير الربحية والتي تعمل في مجال حماية الأطفال من تسويق نفسها نتيجة قلة الموارد المتاحة، قلة اهتمام الموظفين. عدم استخدام العلاقات العامة كاستراتيجية طويلة الأمد. بالإضافة إلى أن معظم القرارات المتعلقة بالعلاقات العامة تؤخذ عادة بصورة عشوائية.

4. (Kang and Hanna 2006)⁽¹⁾: “Colleges and universities’ use of the World Wide Web: A public relations tool for the digital age”.

هدفت هذه الدراسة إلى استعراض المواقع الإلكترونية الخاصة بمجموعة من الجامعات والكليات، وذلك من أجل تحديد مدى استخدام هذه المؤسسات وانتفاعها من شبكة الانترنت لإنجاز وإتمام الأهداف المرجوة من العلاقات العامة. كما وتبحث الدراسة التنظيم الداخلي للموقع الإلكتروني وتصميم واجهة المستخدم، محتوى الموقع، عناصر الاتصال... إلخ و علاقاتها بخصائص ونوعية الجامعة.

¹ Kang. and Hanna. “Colleges and universities’ use of the World Wide Web: A public relations tool for the digital age”, Public Relations Review 32 (2006) 426–428.science direct.

تكونت عينة الدراسة من 129 جامعة في الولايات المتحدة الأمريكية. تم دراسة المواقع الإلكترونية الخاص بها بشكل تفصيلي وربط محتوى المواقع مع خصائص الجامعة أو الكلية . أظهرت الدراسة مدى تأثير استخدام أدوات الإنترنت الخاصة ببرمجة الموقع الإلكتروني (الإرتباط التشعبي, القوائم الرئيسية, المستعرض, نوعية المعلومات المعروضة) واحتمالية إعادة الزيارة من المتصفح. وطبيعة المعلومات المعروضة في الموقع من معلومات مالية, منح, مكتبة. الأقسام والخطط الدراسية الخاصة بكل تخصص. وكافة المعلومات التي تلزم الموظف, الطالب القديم, والطالب الجديد.

وبينت الدراسة أن المواقع الإلكترونية الخاصة بالجامعات ذات المستوى المتوسط و العالي من عدد الطلبة والخريجين تستخدم أداة الإنترنت عبر الموقع الإلكتروني الخاص بصورة أفضل وفعالة أكثر من الجامعات ذات العدد القليل. بالإضافة إلى أن الجامعات تبذل جهداً أكبر من أجل استخدام الإنترنت كأهم وسائل العلاقات العامة من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الطلبة الجدد(المستهدفين).

5. (Albright 1990)⁽¹⁾:”Role of public relations in community colleges”.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة في الترويج للخدمات التي تقدمها الكليات بولاية (ايداهو) في الولايات المتحدة الأمريكية, كما استهدفت الدراسة تحديد دور الكليات في عمليات التنمية الإقتصادية عبر مساعدة دوائر العلاقات العامة. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود دور بارز ومهم لدوائر العلاقات العامة في مجال الترويج للخدمات التي تقدمها الكليات المحلية للمجتمع المحلي و البيئة المحيطة,

¹ Albright, Bruce L” *Role of public relations in community colleges*”. business representative dissertation abstracts <university of Idaho U.S.A 1990

وبخاصة الترويج لبرامج التأهيل والتدريب التي تقوم بها الكليات لتنمية القطاعات الإنتاجية. إضافة إلى الكشف عن المكانة المهمة التي تحتلها دوائر العلاقات العامة في التنظيم الإداري لهذه الكليات.

6. (Halstead 1987)⁽¹⁾: "Assessing the performance of the public relations office".

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على عمل مكتب العلاقات العامة في الجامعات والكليات، عبر إبراز دور الدائرة في محاولة استقطاب الطلبة وذلك بالتركيز على دراسة الأسباب الكامنة وراء انخفاض نسبة التحاق الطلبة في البرامج الأكاديمية مقارنة بارتفاع التكاليف و انخفاض نسبة الدعم المقدم من الحكومة. عبر التركيز على إدارة العلاقات العامة كوظيفة مهمة من وظائف الإدارة.

إضافة إلى تقييم جودة الأداء المقدم من خلال تفهم الدور المنوط بالعلاقات العامة للحفاظ وتحسين العلاقة ما بين الجامعة/الكلية والتعليم العالي، وكذلك المجتمع بمؤسساته، إضافة إلى بناء وإقامة علاقات جيدة مع الجهات المانحة لكسب الدعم المطلوب.

أبرزت الدراسة أهمية الحفاظ على خطط مكتوبة وأهمية تحديد الأولويات وترتيب الأنشطة بناءً عليها. إضافة إلى ضرورة التحديد الدقيق والفعال للجماهير المختلفة التي تتعامل معها وهي (الطلاب، الأهل، مؤسسات التعليم المختلفة، الحكومة، الخريجون، الموظفون ووسائل الإعلام). وأهمية الاتصال معها وذلك بالإعتماد على معرفة اتجاهات وآراء وسلوكيات الجهة المستهدفة.

¹ Halstead.Carol P "Assessing the performance of the public relations office". new directions for institutional research volume 198 issue 41 . 1987

وأخيراً ضرورة الحفاظ على تطوير استراتيجية تحقق أهداف الدائرة المتوائمة مع أهداف ورؤية

الجامعة/الكلية.

الفصل الثالث:

منهجية البحث وإجراءاته:

منهجية البحث وإجراءاته

مقدمة:

يوضح الفصل الثالث المنهجية المستخدمة في البحث والجوانب المتعلقة بإجراءاته من حيث اختيار أداة البحث المستخدمة ومدى صدقها وثباتها وإجراءات توزيعها، كما يضع وصفاً لمجتمع البحث وعينة البحث، وخصائص أفراد هذه العينة، وأساليب جمع البيانات والمعلومات ومصادرها الأولية والثانوية، وطرق المعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل أسئلة البحث، واختبار الفرضيات.

منهج البحث

تبنّت الباحثة في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج يعبر عن الظاهرة قيد البحث كما هي في الواقع تعبيراً كمياً وكيفياً، ومن ثم تحليل الظاهرة وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات تسهم في تحديد الوسائل وتحسين الواقع⁽¹⁾.

حيث توصلت إلى وصف واقع إدارة العلاقات العامة عندما قامت بجمع المعلومات والبيانات ذات العلاقة بالطرق والأدوات المختلفة، وتنظيمها وتصنيفها والتعبير عنها كما وكيفا، ثم تحليل هذه البيانات نظرياً وإحصائياً وصولاً إلى استنتاج واقع دوائر العلاقات العامة وفقاً للآلية العلمية التي تتيح تعميم النتائج.

¹غانم، حجاج، "الإحصاء التربوي يدوياً وباستخدام SPSS"، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2008م، ص250

أداة البحث:

استخدم البحث الحالي أسلوب المسح بالعينة والاستبانة أداةً لجمع البيانات، فبالرجوع إلى الأدبيات السابقة، ولفحص واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية طوّرت الباحثة استبانة تكونت من ثلاثة أقسام رئيسية: اشتمل القسم الأول على معلومات عامة عن العاملين من حيث: الجنس، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي، والتخصص، والجامعة، والمسمى الوظيفي.

في حين ضمّ القسم الثاني مقياس واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، والذي تكون من خمسة محاور وهي:

1. المحور الأول: يقيس واقع إدارة العلاقات العامة في التنسيق مع المجتمع المحلي

وتم صياغة 15 فقرة تهدف إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الدائرة مع المجتمع المحلي ومدى قيامها بإعداد أنشطة تعنى به. بالإضافة إلى معرفة الواقع الإعلامي لهذه الفعاليات.

2. المحور الثاني: يقيس واقع إدارة العلاقات العامة في التنسيق مع المؤسسات

الأكاديمية. وتم صياغة 8 فقرات تحاول للإجابة عن دور الدائرة بتوفير المنح وتبادل الخبرات والتنسيق للمؤتمرات والندوات.

3. المحور الثالث: يتناول دور الدائرة في التنسيق مع المؤسسات المانحة، وتم

صياغة 5 فقرات للتعرف على الآلية التي تستقطب بها المشاريع.

4. وتناول المحور الرابع دور الدائرة في التنسيق مع المجتمع الداخلي و يشمل كلا

من الموظفين والطلبة، آلية التواصل معهم، ودور الدائرة في استقبال الشكاوي ومتابعة الخريجين و غيرها من الامر الاخرى.

5. أما المحور الخامس فقد تناول الواقع الإداري والتنظيمي والمناخ الذي تعمل به الدائرة وتنظم به أنشطتها ومدى تطبيقها للأساليب العلمية سواء كان ذلك في تسير أعمالها الروتينية، وموقعها ضمن الهيكل التنظيمي.

6. أما القسم الثالث فتحدث عن موظفي دائرة العلاقات العامة ووضع لمعرفة الدورات التدريبية التي تلقاها الموظف. بالإضافة إلى التعرف على أهم وسائل الاتصال التي تتعامل معها الدائرة. كما وتطرق هذا القسم للكشف عن أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه الدائرة مما يمكن الباحثة من استنباط اليات لحلها. وأهم المعارف والمهارات التي يحتاجها الموظف للقيام بعمله.

في حين اشتمل القسم الثالث معلومات عن دائرة العلاقات العامة في الجامعات وموظفيها. علماً بأن طريقة الاجابة عن أدوات الدراسة تركزت في الاختيار من سلم خماسي على نمط ليكرت (Likert Scale)، وذلك كما يأتي: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، وغير موافق بشدة.

صدق أداة البحث:

بالنسبة إلى صدق الأداة فقد تم التأكد من أن المقياس الذي استخدمته الباحثة يقيس فعلاً ما ينبغي أن يقاس، بحيث تتطابق البيانات التي تم تجميعها مع الحقائق المتوفرة. ومن أنواع الصدق الذي استخدمته الباحثة مايلي:

1. الصدق الظاهري: وفيه تم التأكد من أن العبارات التي تحتويها الاستبانة تؤدي إلى معلومات دقيقة، وتم ذلك عن طريق تحكيم الاستبانة لدى الأساتذة والمهنيين. كما تم توزيع الاستبانة على عينة من مجتمع البحث، بلغ عددهم خمسة أفراد، بهدف التعرف على مدى فهم العبارات والألفاظ المستخدمة.

2. صدق المحتوى: تم التأكد من أن كل بعد من أبعاد البحث ممثل بشكل دقيق في مجموعة

من الفقرات والعبارات، وتم ذلك من خلال مراحل تطور الاستبانة.

3. تم التحقق من الصدق بحساب مصفوفة ارتباط فقرات الأداة مع الدرجة الكلية لأداة الدراسة

بحساب معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation)، وذلك كما هو واضح في

الجدول رقم (1).

جدول رقم 1 نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مقياس

مستوى واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات مع الدرجة الكلية للأداة

الفقرات	قيمة (ر)	الدلالة الاحصائية	الفقرات	قيمة (ر)	الدلالة الاحصائية
.1	*0.52	0.000	.29	*0.69	0.000
.2	*0.61	0.000	.30	*0.63	0.000
.3	*0.54	0.000	.31	*0.69	0.000
.4	*0.54	0.000	.32	*0.60	0.000
.5	*0.58	0.000	.33	*0.73	0.000
.6	*0.56	0.000	.34	*0.71	0.000
.7	*0.56	0.000	.35	*0.58	0.000
.8	*0.70	0.000	.36	*0.23	0.043
.9	*0.60	0.000	.37	*0.55	0.000
.10	*0.68	0.000	.38	*0.38	0.001
.11	*0.65	0.000	.39	*0.38	0.001
.12	*0.78	0.000	.40	*0.43	0.000
.13	*0.71	0.000	.41	*0.46	0.000
.14	*0.64	0.000	.42	*0.79	0.000
.15	*0.43	0.000	.43	*0.55	0.000
.16	*0.54	0.000	.44	*0.41	0.000
.17	*0.62	0.000	.45	*0.52	0.000
.18	*0.65	0.000	.46	*0.36	0.001
.19	*0.59	0.000	.47	*0.71	0.000
.20	*0.59	0.000	.48	*0.67	0.000

يتبع جدول رقم (1)

0.000	*0.68	.49	0.000	*0.73	.21
0.000	*0.64	.50	0.000	*0.47	.22
0.000	*0.51	.51	0.000	*0.74	.23
0.000	*0.64	.52	0.000	*0.60	.24
0.000	*0.51	.53	0.000	*0.52	.25
0.000	*0.40	.54	0.000	*0.62	.26
0.000	*0.41	.55	0.000	*0.69	.27
0.000	*0.54	.56	0.000	*0.51	.28

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى أن جميع قيم ارتباط فقرات أداة البحث مع

الدرجة الكلية للأداة دالة إحصائياً، مما يشير إلى الاتساق الداخلي إلى متغيرات الأداة وأنها تشترك

معاً في قياس واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، في ضوء الإطار النظري الذي

بنيت الأداة على أساسه.

ثبات أداة البحث

تم حساب الثبات لأداة البحث بأبعادها المختلفة بطريقة الاتساق الداخلي بحساب معادلة

الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وقد جاءت النتائج كما هي واضحة في الجدول رقم

(2).

جدول رقم 2 نتائج معادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لأداة البحث بأبعادها المختلفة

الرقم	الأبعاد	عدد الفقرات	قيمة Alpha
1.	دور العلاقات العامة في التنسيق مع المجتمع المحلي	15	0.92
2.	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية	8	0.87
3.	التنسيق مع المؤسسات المانحة	5	0.88
4.	التنسيق داخل مجتمع الجامعة	8	0.83
5.	واقع العلاقات العامة التنظيمي والإداري	20	0.84
6.	الدرجة الكلية	56	0.95

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى أن أداة البحث بأبعادها المختلفة تتمتع بدرجة عالية جداً من الثبات.

مجتمع البحث:

مجتمع البحث والعينة

تكون مجتمع البحث من كافة موظفي دائرة العلاقات العامة في كافة الجامعات العاملة في الضفة الغربية، والبالغ عددها (9) جامعات، وذلك حسب الإحصائية التي حصلت عليها الباحثة من وزارة التربية و التعليم العالي عبر الدليل الإحصائي السنوي⁽¹⁾ 2007\2008 لمؤسسات التعليم العالي الفلسطيني. خلال شهر أيلول من العام 2008. موزعة حسب الجدول التالي

¹ وزارة التربية و التعليم العالي، الدليل الإحصائي السنوي 2007\2008 لمؤسسات التعليم العالي الفلسطيني. رام الله، فلسطين.

جدول رقم 3 توزيع الاستبانات على عينة البحث

الجدول من إعداد الباحثة تم إعداده بالتعاون مع دوائر الموارد البشرية في الجامعات وأثناء الزيارات الميدانية عند توزيع الاستمارات.

نوع الجامعة	اسم الجامعة	موظفو الادارة العليا	موظفو دائرة العلاقات العامة	الاستمارات المستردة
الجامعات التقليدية	جامعة الخليل	3	4	6
	جامعة بولتكنيك فلسطين	4	2	6
	جامعة بيت لحم	3	3	4
	جامعة القدس ابو ديس	6	11	14
	جامعة بيرزيت	4	8	10
	جامعة النجاح الوطنية	3	4	6
	جامعة فلسطين التقنية (الخصوري)	3	2	5
	الجامعة العربية الامريكية	4	5	9
التعليم المفتوح	جامعة القدس المفتوحة	0	16	14

ونظرا لصغر حجم مجتمع البحث، والرغبة في الحصول على أعلى مستويات المصدقية في الإجابات لزيادة إمكانية تعميم نتائج البحث، ارتأت الباحثة أن تكون عينة البحث هي كامل مجتمع البحث.

لذا قامت الباحثة بتوزيع (87) استبانة، تم استرجاع (74) منها، أي بنسبة استرداد (85%)
أخضعت للتحليل الإحصائي، وتم تحليل جميع الاستثمارات ولم يتم استبعاد أي منها.

خصائص عينة البحث الديموغرافية

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير الجنس

تشير المعطيات الواردة في الجدول رقم (1) إلى أن 68.9% من أفراد العينة ذكور مقابل 31.1% إناث.

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير الفئة العمرية

أشارت النتائج إلى أن 33.8% من أفراد العينة أقل من 30 سنة، 38.5% في الفئة العمرية 30-44، وكان 27.7% منهم في الفئة العمرية 45 سنة فأكثر.

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير المؤهل العلمي

بينت النتائج أن 48.6% من أفراد العينة من حملة درجة البكالوريوس، 21.7% ماجستير، وكان 29.7% دكتوراه.

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير التخصص

وجد أن 11.8% من المبحوثين من ذوي تخصص اللغات، 17.6% علوم إدارية، 7.4% علاقات عامة، مقابل 63.2% في تخصصات أخرى.

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير الجامعة

أشارت النتائج إلى أن 18.9% من أفراد العينة من جامعة القدس، 6.8% من جامعة فلسطين التقنية، 8.1% من جامعة النجاح، 18.9% جامعة القدس المفتوحة، 5.4% جامعة بيت لحم، 8.1% من جامعة الخليل، 13.5% جامعة بيرزيت، 8.1% البوليتكنك، مقابل 12.2% من الجامعة العربية الأمريكية.

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير المسمى الوظيفي

بينت النتائج أن 39.2% ممن شملتهم العينة موظفي علاقات عامة، 31.1% إداريين، مقابل 29.7% نواب رئيس.

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة

أشارت النتائج إلى أن 32.4% من المبحوثين قد تلقوا دورة واحدة في مجال العلاقات العامة، 14.7% تلقوا دورتين، 52.9% تلقوا ثلاثة دورات فما فوق.

*توزيع أفراد العينة وفقاً إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة

بينت النتائج أن 14% من أفراد العينة لديهم سنة واحدة في العلاقات العامة، 58% 2-6 سنوات، مقابل 28% سبع سنوات فأكثر.

جدول رقم 4 خصائص العينة الديمغرافية

القيم الناقصة	النسبة المئوية	العدد	المتغيرات
-			الجنس
	68.9	51	ذكر
	31.1	23	أنثى
9			الفئة العمرية
	33.8	22	-30
	38.5	25	44-30
	27.7	18	+45
-			المؤهل العلمي
	48.6	36	بكالوريوس
	21.6	16	ماجستير
	29.7	22	دكتوراه فأكثر
6			التخصص
	11.8	8	لغات
	17.6	12	علوم إدارية
	7.4	5	علاقات عامة
	63.2	43	غير ذلك
-			الجامعة
	18.9	14	القدس
	6.8	5	فلسطين التقنية
	8.1	6	النجاح
	18.9	14	القدس المفتوحة
	5.4	4	بيت لحم
	8.1	6	الخليل
	13.5	10	بيرزيت
	8.1	6	البوليتكنك
12.2	9	العربية الأمريكية	

القيم الناقصة	النسبة المئوية	العدد	المتغيرات
-			المسمى الوظيفي
	39.2	29	موظف علاقات عامة
	31.1	23	إداري
	29.7	22	نواب الرئيس
40			عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة
	32.4	11	1
	14.7	5	2
	52.9	18	+3
24			سنوات الخبرة في العلاقات العامة
	14.0	7	1
	58.0	29	6-2
	28.0	14	+7

أدوات جمع البيانات والمعلومات

لغايات هذا البحث تم اعتماد نوعين من البيانات والمعلومات هما:

✓ **البيانات والمعلومات الثانوية:** والتي تم الاعتماد فيهما على الكتب والمقالات والأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بهذا البحث. كما تمت الاستفادة من عدد من الدوريات والمجلات العلمية المحكمة التي تظهر على شبكة الإنترنت.

✓ **البيانات والمعلومات الأولية:** اعتمدت الباحثة على الأساليب التالية في جمع البيانات والمعلومات الأولية:

1. أسلوب الاستبانة: استخدمت الباحثة الاستبانة في جمع المعلومات والتي صممت خصيصا لهذا البحث. وقد مرت عملية تطوير الاستبانة بعدة مراحل إلى أن وصلت إلى شكلها النهائي، الذي تم اعتماده واستخدامه (راجع الملحق رقم (1)). وتتلخص هذه المراحل في الخطوات التالية:

1. بعد أن تم الاطلاع على الأدبيات المتعلقة بإدارة العلاقات العامة التي تشمل الدراسات السابقة والكتب والمقالات والبحوث والتقارير والنشرات الصادرة عن دوائر العلاقات العامة، تم تحديد أسئلة الاستبانة لتعكس مشكلة البحث وأسئلته.

2. بعد أن تم تطوير البناء الأولي لأسئلة البحث قامت الباحثة بالاشتراك مع المشرف بمراجعتها للتأكد من شموليتها وتغطيتها لجوانب البحث الأساسية. وبعد ذلك تم إخراج الاستبانة باكتمال عناصرها تمهيدا لعرضها على عدد من الأساتذة ورؤساء الأقسام والمحاضرين في كليات الإدارة من الجامعات الفلسطينية.

المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات البحث قامت الباحثة بمراجعتها تمهيداً لإدخالها إلى الحاسوب، وأدخلت إلى الحاسوب بإعطائها أرقاماً معينة، أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية، حيث أعطيت الإجابة أوافق بشدة 5 درجات، أوافق 4 درجات، محايد 3 درجات، غير موافق درجتين، وأعطيت الإجابة غير موافق بشدة درجة واحدة، إذ كلما ازدادت الدرجة كان واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية أفضل والعكس صحيح.

وتمت المعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات باستخراج الأعداد، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية. وقد فحصت فرضيات البحث عند المستوى $\alpha=0.05$ ، عن طريق الاختبارات الإحصائية الآتية: اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance)، واختبار توكي (tukey test)، ومعامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation)، ومعامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وذلك باستخدام الحاسوب

باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). ولفهم نتائج البحث يمكن الاستعانة

بمفتاح المتوسطات الحسابية وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (5).

جدول رقم 5 مفتاح المتوسطات الحسابية لسلم الاجابة الخماسي

المعيار	واقع ادارة العلاقات العامة	المتوسط الحسابي
- انحراف معياري واحد عن المتوسط الحسابي	منخفض	2.49-1
الوسط	متوسط	3.49-2.50
+ انحراف معياري واحد عن المتوسط الحسابي	عالٍ	5-3.50

الفصل الرابع

الإطار العملي للبحث و التحليل الإحصائي:

تمهيد:

بعد أن تناولت الباحثة منهجية البحث في الفصل السابق، قامت بعرض النتائج وتحليلها وتفسيرها، وذلك في إطار الأهداف والأسئلة والفرضيات التي تم تحديدها في بداية الفصل الأول، وبعد ذلك يتم عرض نتائج البحث ودلالاتها في ضوء الأهداف الموضوعية لها وهي على النحو التالي:

تحليل النتائج ومناقشة أسئلة البحث

يتضمن هذا الفصل عرضاً كاملاً ومفصلاً لتحليل بيانات البحث، وذلك للإجابة عن أسئلته وأهدافه والتحقق من صحة فرضياته باستخدام التقنيات الإحصائية المناسبة.

السؤال الأول للبحث:

ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت الباحثة الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في محاور البحث وعلى الدرجة الكلية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (6).

جدول رقم؛ (6). الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة

في الجامعات الفلسطينية في محاور البحث وعلى الدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	دور العلاقات العامة في
0.61	4.21	74	التنسيق مع المجتمع المحلي
0.69	3.41	74	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
0.82	3.42	74	التنسيق مع المؤسسات المانحة
0.74	3.65	74	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
0.47	3.64	74	واقع العلاقات العامة التنظيمي والاداري
0.52	3.74	74	الدرجة الكلية

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى أن واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين كان عالياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا الواقع (3.74)، مع انحراف معياري (0.52)، وقد كان دور العلاقات العامة واضحاً في: التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي، تلاه التنسيق داخل المجتمع الجامعي، وأكد أفراد العينة أن الواقع التنظيمي والإداري للعلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية عالٍ، تلاه دور العلاقات العامة مع المؤسسات المانحة، والمؤسسات الأكاديمية، وذلك كما هو واضح من المتوسطات الحسابية في الجدول أعلاه.

تبين من النتائج أعلاه أن لدائرة العلاقات العامة دوراً مهماً في التنسيق مع المجتمع المحلي حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.21 أي بدرجة عالية، ويرجع ذلك إلى أن دائرة العلاقات العامة تسعى دوماً لبناء علاقات متميزة مع المجتمع المحلي سواء ببناء علاقات مميزة مع مؤسساته أو بإشراكه دوماً بكافة الأنشطة التي تعقد، كما تقوم دوماً بأداء وظيفة الإعلام عن كافة الأنشطة

والبرامج والفعاليات, وكما تؤكد الباحثة على أن الدائرة بحاجة دوماً إلى بناء علاقات على المدى البعيد و ذلك من أجل التسويق للبرامج الأكاديمية المطروحة وتحسين الصورة الذهنية عن الجامعة في ظل المنافسة الكبيرة التي يشهدها القطاع التعليمي.

وجاء في المرتبة الثانية اهتمام و دور دائرة العلاقات العامة بالتنسيق مع المجتمع الداخلي للجامعة من موظفين وطلاب حيث بلغ المتوسط الحسابي 3,65 وذلك من خلال السعي الدؤوب لإيجاد فرص تطويرية لكلا الطرفين من منح تعليمية أو برامج تدريبية. وتعزو الباحثة كون التنسيق مع المجتمع الداخلي للجامعة أتى في المرتبة الثانية إلى أن الجمهور الداخلي تتخذة الدائرة جزءاً من عمل الدائرة، فهو يساعد في بناء علاقات متميزة وتحسين صورة الجامعة في أذهان الآخرين كما ويكون جزءاً مساهماً في تغطية فعالياته وأنشطته بالتغطية الإعلامية.

وجاء هذا البحث مختلفاً في محاوره مع عدد من الدراسات فقد وجدت الباحثة أن بحثها قد اختلف واتفق جزئياً مع الدراسات السابقة التي حصلت و اطلعت عليها, وبخصوص السؤال العام للدراسة فقد تبين من النتائج أن دائرة العلاقات العامة لها دور مرتفع في التنسيق مع جماهيرها المختلفة .

وسيتم ربط هذه النتائج لكل محور على حده مع الدراسات السابقة.

السؤال الثاني للبحث:

ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المجتمع المحلي؟

للإجابة عن السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع

إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المجتمع المحلي مرتبة

حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (7).

جدول رقم 7 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات

الفلسطينية في التنسيق مع المجتمع المحلي مرتبة حسب الأهمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التنسيق مع المجتمع المحلي
0.77	4.58	تستقبل دائرة العلاقات العامة الوفود وتنظم الزيارات.
0.74	4.55	تتابع دائرة العلاقات العامة المعلومات التي تنشر عن الجامعة في وسائل الإعلام.
0.68	4.45	تعتبر دائرة العلاقات العامة حلقة الوصل ما بين الجامعة والمجتمع المحلي.
0.79	4.43	تساعد دائرة العلاقات العامة في إعطاء صورة إيجابية عن الجامعة في أذهان الجماهير المختلفة.
0.70	4.41	تقوم دائرة العلاقات العامة بجمع المعلومات الصادرة عن أجهزة الإعلام المختلفة و المتعلقة بالجامعة.
0.80	4.35	دائرة العلاقات العامة الناطق الرسمي و الإعلامي باسم الجامعة أمام المؤسسات الصحفية.
0.95	4.27	يتم نشر كافة الأخبار عن الجامعة في الصحف اليومية.
0.93	4.26	تتابع دائرة العلاقات العامة كافة الكتيبات/النشرات الخاصة بالجامعة.
0.82	4.25	تستخدم دائرة العلاقات العامة وسائل اتصال مختلفة للوصول إلى أكبر قدر ممكن من المجتمع الخارجي.
0.76	4.22	تسهل دائرة العلاقات العامة حصول المعنيين على المعلومات المتعلقة في الجامعة وتساعد على توفيرها.

يتبع جدول رقم 7

0.78	4.19	تقدم دائرة العلاقات العامة تقرير عما تم نشره عن الجامعة وتتولى مسؤولية إعلام المعنيين بها.
1.19	4.18	تمتلك دائرة العلاقات العامة صفحة الكترونية خاصة عبر الموقع الإلكتروني للجامعة لتغطية كافة نشاطاتها.
1.01	4.01	تقيم دائرة العلاقات العامة أنشطة ثقافية.
0.92	3.78	تقوم دائرة العلاقات العامة بجمع البيانات والمعلومات من البيئة الخارجية.
1.24	3.27	تقيم دائرة العلاقات العامة أنشطة فنية ورياضية.
0.61	4.21	الدرجة الكلية

يوضح الجدول السابق واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع

المجتمع المحلي حيث كان بدرجة مرتفع بمتوسط حسابي (4.21) وانحراف معياري (0.61)

وتظهر الفقرات مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: تأكيد أفراد العينة أن دائرة العلاقات

العامة تستقبل الوفود وتنظم الزيارات، وأنها تتابع المعلومات التي تنشر عن الجامعة في وسائل

الإعلام، كما وتم التأكيد على أن الدائرة هي حلقة الوصل ما بين الجامعة والمجتمع المحلي،

إضافة إلى أنها تساعد في إعطاء صورة إيجابية عن الجامعة حيث تقوم بجمع المعلومات الصادرة

عن أجهزة الإعلام، كما وتعتبر الناطق الرسمي والإعلامي بإسم الجامعة بالإضافة إلى تقديم تقرير

عما تم نشره وتتولى مسؤولية إعلام المعنيين به، وذلك تأكيد على أن الدائرة تنشر كافة الأخبار في

الصحف اليومية، من جهة ومن جهة أخرى تتابع الكتيبات والنشرات الصادرة عن الجامعة،

وتستخدم الدائرة كافة وسائل الإتصال المختلفة للوصول الى جمهورها الخارجي، وتعتبر دائرة

العلاقات العامة المدخل الرئيسي لأي شخص يرغب بالحصول على معلومات عن الجامعة حيث

تقوم بتوفيرها أو بإجراء التنسيق اللازم لذلك، كما وأكد جميع أفراد العينة على وجود صفحة

الالكترونية خاصة بالدائرة ضمن الموقع الإلكتروني لتغطية كافة الأنشطة، وأخيراً جاء في المرتبة

الأخيرة التأكيد على أن الدائرة لا تقيم أنشطة ثقافية فنية ورياضية ولا تتولى مسؤولية إقامة مثل هذه الأنشطة إنما تقوم بالتغطية الإعلامية لها.

واظهرت النتائج أن دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تولي اهتماماً كبيراً لاستقبال الوفود وتنظيم الزيارات المختلفة حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.58 فهي استراتيجية من خلالها تعزز دورها في التعاون والتنسيق مع المجتمع المحلي إضافة الى متابعة كافة المعلومات التي تنشر في وسائل الإعلام هذا وتعزو الباحثة ذلك إلى النظرة التقليدية لعمل دوائر العلاقات العامة والمتمثل في وظيفة الإعلام للجماهير المختلفة والتأكيد على أن دائرة العلاقات العامة هي الناطق الرسمي والإعلامي باسم الجامعة. وهذا ما يتفق مع دراسة (ابو سليم 2006) ⁽¹⁾ على أن إدارة العلاقات العامة في الكليات تسعى لتحقيق السمعة الطيبة من خلال الإعلام عن أهدافها و نشاطاتها.

كما وافق البحث مع دراسة (القضاة 2004) ⁽²⁾ في استخدام دوائر العلاقات العامة ووسائل الاتصال الفعال عند القيام بوظائفها. ومع دراسة (الزيود 2001) ⁽³⁾ في أن أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية مرتفع مع الجمهور الخارجي و خاصة على مستوى الإعلام و توفير المطبوعات.

وأكد البحث على وجود صفحة الكترونية خاصة بالدائرة بمتوسط حسابي (4.18) تقوم من خلالها بتغطية الأنشطة والإعلام عنها وهذا ما اتفق مع دراسة ⁽⁴⁾ (Kang And Hanna2006) والتي أكدت على دور الموقع الإلكتروني ومدى تأثيره على الوصول لأكبر قدر ممكن من الجمهور

¹ . ابو سليم .شذا.(2006) مرجع سابق.

² . القضاة .عمر علي.(2004) مرجع سابق

³ .الزيود.صالح سليمان.(2001) مرجع سابق.

⁴ Kang. and Hanna.(2006).op.cit

الخارجي والداخلي للدائرة. وأيضا اتفق البحث مع دراسة (1) (Halstead 1987) والتي أكدت على

دور دائرة العلاقات العامة في تحسين العلاقة ما بين الجامعة والمجتمع المحلي بمؤسساته .

كما اتفق البحث مع دراسة (المطيري 2002) (2) في أن دائرة العلاقات العامة تقوم بعدد

من النشاطات أهمها تنظم الزيارات وعقد ندوات واجتماعات.بالإضافة إلى متابعة كافة ما ينشر في

وسائل الإعلام.

اختلفت الباحثة مع دراسة (ابو سليم 2006) (3) في عدم وجود توظيف سليم لوسائل

الاتصال مع المجتمع المحلي.حيث بينت النتائج أعلاه أن الدائرة تقوم بمتابعة الإعلام وتزويده

بكافة الأخبار والمستجدات.

¹ Halstead.Carol P.(1987).op.cit

² المطيري.محمد بن صقر عقاب.(2002 مرجع سابق)

³.ابو سليم,شذا(2006) مرجع سابق.

السؤال الثالث للبحث:

ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة

العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية مرتبة حسب

الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (8).

جدول رقم 8 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية مرتبة حسب الأهمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
0.56	4.62	تساهم دائرة العلاقات العامة في تغطية المؤتمرات والندوات وورش العمل التي تنظمها الجامعة.
0.95	3.42	يوجد تبادل بين الجامعات على مستوى أعضاء الكادر الأكاديمي.
1.04	3.36	تسعى دائرة العلاقات العامة إلى توفير عدد من المنح لطلبة الجامعة و موظفيها.
1.05	3.35	تسعى دائرة العلاقات العامة لترويج برامج أكاديمية مشتركة متنوعة على مستوى الوطن
1.02	3.34	تسعى دائرة العلاقات العامة إلى خلق فرص تدريبية لتلبية احتياجات الموظفين.
1.08	3.32	تنسق دائرة العلاقات العامة في عملية التبادل الطلابي
0.95	3.12	تساهم دائرة العلاقات العامة في إيجاد فرص لتبادل الخبرات التدريسية المتوفرة داخليا و خارجيا.
0.90	2.74	يوجد تبادل بين الجامعات على مستوى أعضاء الكادر الإداري.
0.69	3.41	الدرجة الكلية

يوضح الجدول السابق واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع

المؤسسات الأكاديمية مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها فقرة: تأكيد أفراد العينة على أن

دائرة العلاقات العامة تساهم في تغطية المؤتمرات والندوات وورش العمل التي تنظمها الجامعة حيث كان المتوسط الحسابي 4.62 والانحراف المعياري 0,56 كما وتحرص على التبادل الأكاديمي بين الجامعات على مستوى أعضاء الكادر الأكاديمي وذلك بمتوسط حسابي 3.42، وتسعى إلى توفير عدد من المنح لطلبة الجامعة وموظفيها بمتوسط 3.36، إضافة إلى الترويج لبرامج أكاديمية مشتركة متنوعة على مستوى الوطن بدرجة 3.35، وخلق فرص تدريبية لتلبية احتياجات الموظفين، ولها دور في تنسيق عملية التبادل الطلابي، وتساهم في إيجاد فرص لتبادل الخبرات التدريسية المتوفرة داخليا وخارجيا، وأخيراً تساهم في التبادل على مستوى الكادر الإداري.

وأظهر البحث أن دائرة العلاقات العامة في الجامعة تولي اهتماماً كبيراً في تغطية المؤتمرات، وورشات العمل، والندوات بدرجة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.62) وتعزو الباحثة ذلك إلى دور الدائرة في التغطية الإعلامية لكافة الفعاليات حيث تعتبر الناطق الرسمي باسم الجامعة.

كما وأظهر البحث أنه يوجد تبادل بين الجامعات على مستوى أعضاء الكادر الأكاديمي بدرجة متوسطة وأن المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 3,42 وإنحراف معياري 0,95 وذلك ضمن البرامج الأكاديمية المشتركة أو في مجال تغطية بعض المسابقات المطروحة في البرامج الأكاديمية، وهذا من باب التعاون الأكاديمي ما بين الجامعات.

تعزو الباحثة النتيجة المتعلقة بكون واقع إدارة العلاقات العامة متوسط في مجال توفير المنح للطلبة والموظفين بصورة متوسطة وبوسط حسابي 3,36، إلى أن من أهم الأعمال التي تقوم بها الدائرة في القطاع التعليمي هو البحث عن المنح المختلفة التي توفرها العديد من المؤسسات

التعليمية الخارجية والداخلية وبناء علاقات وطيدة معها, واستضافتها وتخصيص أيام تعريفية خاصة لكل مؤسسة.

وجدت الباحثة أثناء عملية البحث وجود دور جيد للدائرة في ترويج البرامج الأكاديمية المشتركة وذلك على مستوى الوطن, وخارج الوطن ضمن اتفاقيات التعاون المختلفة والخاصة بكل جامعة على حده وهذا ما اتفق عليه افراد العينة حسب الفقرة الخاصة حيث بلغ الوسط الحسابي 3.35.

يقع على عاتق الدائرة أيضا توفير دورات تدريبية مختلفة ونرى أن عملية الترشيح تتم من خلال الدوائر الأكاديمية أو الإدارية ويكون دور الدائرة في استقطاب الدورات التدريبية وتوفيرها لمجموع الموظفين .

وترى الباحثة أن أداء دوائر العلاقات العامة متوسط بخصوص عملية التبادل الطلابي الموجود بين جامعات الوطن أو على مستوى العالم، وذلك لأن الدور منوط بدرجة أكبر إلى عمادة شؤون الطلبة، وأن دور دائرة العلاقات العامة يقتصر على استقبال الوفود وتنسيق الزيارات. وأظهرت النتائج أن دائرة العلاقات العامة تساهم بصورة متوسطة وبالمرتبة الأخيرة حسب الأهمية في عملية التبادل على مستوى أعضاء الكادر الإداري حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 2,74, ويرجع ذلك إلى أنه نادراً ما يوجد تبادل بين أعضاء الكادر الإداري على عكس عملية التبادل الأكاديمي حيث تبدو بصورة أكبر وذلك لوجود الحاجة في ذلك.

ومن خلال ماسبق ترى الباحثة أن البحث اتفق مع دراسة (الزيود2001)⁽¹⁾ في أن أداء دوائر العلاقات العامة متوسط على مستوى تغطية المعارض والورشات المختلفة التي تنظمها الجامعة.

¹ الزيود.صالح سليمان(2001.مرجع سابق)

كما وافق البحث مع دراسة (Albrigt 1990)⁽¹⁾ التي أكدت على دور العلاقات العامة في الجامعة في ترويج الخدمات التي تقدمها لأن القطاع التعليمي يوفر خدمات تعليمية .
واختلف البحث مع دراسة (ابو سليم 2006)⁽²⁾ وذلك أن دائرة العلاقات العامة تسعى إلى توطيد العلاقة مع العاملين في الكليات وتوفير الفرص الملائمة لتطويرهم.

¹ . Albright, Bruce L(1990).op.cit.

² .ابو سليم ،شذا.(2006) مرجع سابق.

السؤال الرابع للبحث:

ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات المانحة؟

للإجابة عن السؤال السابق للبحث استخرجت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات المانحة

مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (9).

جدول رقم 9 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات المانحة مرتبة حسب الأهمية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التنسيق مع المؤسسات المانحة
0.95	3.73	تحافظ دائرة العلاقات العامة على علاقات جيدة مع الجهات المانحة لاجتذاب المشاريع المختلفة
0.90	3.61	يوجد معايير واضحة و شفافة في عملية ترشيح الطلبة/الموظفين للحصول على منح تعليمية.
0.98	3.36	تستقطب دائرة العلاقات العامة فرص التدريب المختلفة المتوفرة من الجهات المانحة و تقدمها لمن يستحقها.
1.05	3.30	تسعى دائرة العلاقات العامة إلى توفير الدعم اللازم لإنجاز مشاريع البنية التحتية وتطوير مرافق الجامعة.
1.09	3.05	تساهم دائرة العلاقات العامة في توفير الدعم الكافي لإجراء المشاريع البحثية في الجامعة.
0.82	3.42	الدرجة الكلية

يوضح الجدول السابق واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع المؤسسات المانحة حيث أن الواقع بدرجة متوسط وبوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري (0.82) حيث تظهر الفقرات مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: تأكيد أفراد العينة أن دائرة العلاقات العامة تحافظ على علاقات جيدة مع الجهات المانحة لاجتذاب المشاريع المختلفة حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.73)، مع وجود معايير واضحة وشفافة في عملية ترشيح الطلبة / الموظفين لمنح تعليمية، وأيضاً تستقطب فرص التدريب المختلفة المتوفرة من الجهات المانحة وتقدمها لمن يستحقها. إضافة إلى أنها تسعى إلى توفير الدعم اللازم لإنجاز مشاريع البنية التحتية وتطوير مرافق الجامعة. وتساهم في توفير الدعم الكافي لإجراء المشاريع البحثية في الجامعة.

أظهرت النتائج أن دائرة العلاقات العامة تحافظ على علاقات جيدة مع الجهات المانحة بدرجة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3,73 وتعزو الباحثة ذلك إلى إن الجامعة توفر خدمات تعليمية وبالتالي فهي بحاجة إلى الدعم والتمويل الخارجي والداخلي وهنا تستقطب المشاريع المختلفة بالحفاظ على علاقات طيبة مع المؤسسات المانحة.

تشير النتائج في الجدول أعلاه إلى أن دائرة العلاقات العامة تستخدم معايير واضحة وشفافة في عملية ترشيح الطلبة/الموظفين للحصول على منح تعليمية وذلك بمتوسط حسابي 3,61 وهذه المعايير مبنية على النزاهة وترشيح ذوي الكفاءة من كلا الطرفين .

كما و بينت النتائج أن دائرة العلاقات العامة تقوم باستقطاب فرص التدريب المختلفة المتوفرة من الجهات المانحة وتقدمها لمن يستحقها بصورة متوسطة وذلك تأكيداً على أهمية التدريب وتوجه الجامعات نحو الإهتمام بالموارد البشرية والمساعدة في توفير الفرص التدريبية لدائرة الموارد البشرية وبناء على متطلبات ذوي الحاجة وذلك ضمن معايير واضحة لتتم عملية الترشيح .

ويتبين من البحث أن دائرة العلاقات العامة في الجامعة تسعى إلى توفير الدعم اللازم لإنجاز مشاريع البنية التحتية وتطوير مرافق الجامعة بدرجة متوسطة وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الدائرة المسؤولة عن استقطاب المشاريع الخاصة بالبنية التحتية وتطوير مرافق الجامعة هي دائرة التخطيط والتطوير وأن دائرة العلاقات العامة في معظم الجامعات الفلسطينية تعمل معها بصورة توأمة. إضافة إلى أن مساهمة الدائرة بتوفير الدعم الكافي لإجراء المشاريع البحثية بمتوسط حسابي 3,05 وذلك بالتنسيق مع عمادة البحث العلمي وهنا يتمثل عمل الدائرة بصورة دعم وتوفير معارف للتعاون مع عمادة البحث العلمي.

وقد اتفق البحث مع دراسة (1) (Wilson 2009) في ان العلاقات العامة لها دور متميز في الحصول على الدعم والتمويل من الجهات الخارجية وعلى الجامعة الإعتناء بالرسائل التي تطرحها أثناء الإتصال مع الجهات المانحة والتركيز على الصورة التي تبني في الأذهان.

¹ . Wilson, Terry Angel.(2009).op.cit

السؤال الخامس للبحث:

ما واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة؟

للإجابة عن هذا السؤال: استخرجت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (10).

جدول رقم 10 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة مرتبة حسب الأهمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة
0.92	4.22	يتم الإتصال ما بين موظفي الجامعة ودائرة العلاقات العامة عن طريق البريد الإلكتروني
0.86	4.21	تشارك دائرة العلاقات العامة في المؤتمرات والأنشطة اللامنهجية التي تقوم بها كليات الجامعة.
1.00	3.95	تصدر دائرة العلاقات العامة نشرات داخلية ودورية تغطي؟ أخبار موظفي الجامعة.
1.27	3.57	تنظم دائرة العلاقات العامة حفلات تعريفية لموظفي الجامعة.
1.21	3.38	تستقبل وتتابع دائرة العلاقات العامة الشكاوي و الإنتقادات من موظفي الجامعة.
1.07	3.35	تستعين دائرة العلاقات العامة بخبرات المدرسين في إعداد الخطط و تنفيذها.
1.11	3.30	تشارك دائرة العلاقات العامة أعضاء الهيئة التدريسية من ذوي الإختصاص في إعداد الأبحاث التي تجريها.
1.26	3.23	يقع على عاتق دائرة العلاقات العامة في الجامعة مسؤولية التواصل مع الخريجين.
0.74	3.65	الدرجة الكلية

يوضح الجدول السابق واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة وهذا الواقع بدرجة متوسط أيضا بوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.74) مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: تأكيد أفراد العينة أنه يتم الإتصال ما بين موظفي الجامعة ودائرة العلاقات العامة عن طريق البريد الإلكتروني، وتليها تشارك دائرة العلاقات العامة في المؤتمرات والأنشطة اللامنهجية التي تقوم بها كليات الجامعة، كما وتصدر دائرة العلاقات العامة نشرات داخلية ودورية تغطي أخبار موظفي الجامعة، بالإضافة إلى تنظيم دائرة العلاقات العامة حفلات تعريفية لموظفي الجامعة، وتقع على عاتق الدائرة مسؤولية استقبال ومتابعة الشكاوي والانتقادات من موظفي الجامعة، هذا وتستعين دائرة العلاقات العامة بخبرات المدرسين في إعداد الخطط وتنفيذها، كما تُشرك الدائرة أعضاء الهيئة التدريسية من ذوي الإختصاص في إعداد الأبحاث التي تجريها، وأخيرا يقع على عاتق دائرة العلاقات العامة في الجامعة مسؤولية التواصل مع الخريجين.

وترى الباحثة مما تقدم: أن الدائرة تستخدم البريد الإلكتروني للتواصل مع جمهورها الداخلي من موظفين أكاديميين وإداريين، والتواصل أيضاً مع الطلبة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 4,22، وتعزو الباحثة ذلك إلى وجود بريد الكتروني خاص لكل جامعة مستخدم بصورة داخلية للتواصل بين جميع الموظفين وحتى مع الأشخاص من خارج الجامعة.

كما وبين البحث أن دائرة العلاقات العامة تقوم بمشاركة الكليات والدوائر الداخلية في الجامعة في المؤتمرات والأنشطة اللامنهجية التي تقوم بها الجامعة. بدرجة مرتفعة وبوسط حسابي 4.21، وذلك من خلال التغطية الإعلامية لنشاطات الجامعة وأيضاً في توفير الدعم المالي لتغطية هذه الأنشطة من خلال الرعاية الخاصة، والمساعدة في توزيع الدعوات إلى الأشخاص المعنيين والمهمين .

وأظهر البحث أن دائرة العلاقات العامة تصدر نشرات داخلية ودورية لتغطية أخبار موظفي الجامعة بصورة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة 3.95، حيث وجدت الباحثة أن معظم الجامعات تقوم بتغطية الفعاليات وأخبار الموظفين من خلال مجلة خاصة تصدر من الدائرة وبعض الجامعات تقوم بإعداد التقرير السنوي الذي يشمل كافة أخبار الجامعة بفعاليتها وإنجازاتها على مستوى الموظفين أو الطلبة أو الجامعة وبعضها يستخدم الصفحة الإلكترونية الخاصة بالدائرة لنشر هذه الأخبار.

ويبين البحث أن أداء إدارة العلاقات العامة في الجامعة متوسط بخصوص تنظيمها لحفلات تعريفية لموظفي الجامعة وعادة ما تعقد مثل هذه المراسم للموظفين الجدد في بداية العام الأكاديمي من أجل تعرف الموظفين عليهم، ومن باب تدعيم الروابط الإنسانية والعلاقات الاجتماعية.

كما وأظهر البحث أن دائرة العلاقات العامة تستقبل وتتابع الشكاوي والانتقادات من موظفي الجامعة بصورة متوسطة وتقوم بغربلتها ورفعها إلى الجهات المختصة.

ويبين البحث أن دائرة العلاقات العامة تستعين بخبرات الأكاديميين من ذوي الاختصاص في مجال وضع الخطط وتنفيذها إضافة إلى إجراء الأبحاث المختلفة والتي تقوم بإنجازها، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن معظم الموظفين في دائرة العلاقات العامة من غير المختصين في النواحي الإدارية لذا فإنهم يستعينون بخبرات الأكاديميين المتوفرة، وهنا يكون دور هؤلاء الأكاديميين كجهات مختصة خارجية تساعد في إعداد الخطط أو الأبحاث أو الأنشطة الإدارية.

وجاء في المرتبة الأخيرة من الفقرات السابقة أن دائرة العلاقات العامة تقع من ضمن مسؤولياتها التواصل ومتابعة الخريجين حيث كان المتوسط الحسابي 3,23 وترى الباحثة أن دور الدائرة هنا يقف عند توفير بعض المنح أو التنسيق لجلب بعض الوظائف وتقديمها إلى الجهة

الخاصة بمتابعة الخريجين وقد تكون الكليات نفسها هي التي تمنح البرامج الأكاديمية أو عمادة شؤون الطلبة ويوجد في بعض الجامعات جهات مختصة بمتابعة الخريجين مثل نادي الخريجين الذي يكون عادة تحت إشراف دائرة شؤون الطلبة.

ويختلف البحث الحالي مع دراسة (أبو سليم 2009)⁽¹⁾ في أن دائرة العلاقات العامة في

الكليات لا تقدم المساندة للخريجين. حيث تبين أن دور الدائرة متوسط في متابعة الخريجين.

في حين اتفق البحث مع دراسة (برغوث 2004)⁽²⁾ الذي أكد على دور دائرة العلاقات

العامة في الاهتمام بجماهير الجامعة وخاصة المجتمع الداخلي ليصبح أكثر قدرة للتعامل مع

الأزمات التي تواجه الجامعة والاهتمام بتوفير المنح والدورات من خلال بناء علاقات طويلة الأمد.

¹ .أبو سليم .شذا (2006).مرجع سابق

² . برغوث علي(2004).مرجع سابق

السؤال السادس للبحث:

ما الواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية؟

للإجابة عن سؤال البحث السابق استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مرتباً حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (11).

جدول رقم 11 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للواقع التنظيمي والإداري لإدارة

العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مرتب حسب الأهمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة
0.78	4.50	تتبع دائرة العلاقات العامة في الجامعة إلى رئيس الجامعة
0.68	4.47	تتبع غايات دائرة العلاقات العامة من أهداف ورؤية وسياسة الجامعة.
0.75	4.36	يوجد قناعة لدى الإدارة العليا بأهمية الدور المنوط بدائرة العلاقات العامة.
0.92	4.05	تُناط المسؤولية النهائية إلى دائرة العلاقات العامة بمديرها.
0.89	3.96	مدير دائرة العلاقات العامة أول من يعرف عن الاحداث الهامة في الجامعة .
1.00	3.95	لدائرة العلاقات العامة خطة عمل سنوية تسعى إلى تنفيذها.
0.93	3.94	يوجد تداخل بين الأنشطة التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة وبين جهات اخرى داخل الجامعة.
0.99	3.84	تتم عملية تقييم أنشطة دائرة العلاقات العامة بصورة دورية.
0.99	3.76	خطة عمل الدائرة واقعية وممكنة التطبيق مقارنة مع امكانياتها المادية والبشرية.

يتبع جدول رقم 11

1.08	3.64	تتوفر لدى دائرة العلاقات العامة الموارد البشرية المختصة لانجاز انشطتها بكفاءة.
1.09	3.63	تتم عملية تقييم أنشطة دائرة العلاقات العامة بناء على معايير واضحة.
1.00	3.55	يوجد نظام معلوماتي خاص بدائرة العلاقات العامة في الجامعة.
1.11	3.54	تسعى دائرة العلاقات العامة من خلال الأبحاث الى تصحيح الانطباع السيئ عن الجامعة.
0.99	3.45	من مهام دائرة العلاقات العامة مشاركة ادارة الجامعة في وضع الخطط على جميع المستويات.
1.05	3.35	تتوفر لدى دائرة العلاقات العامة الامكانيات المادية اللازمة لانجاز انشطتها بكفاءة.
0.99	3.18	تنظم دائرة العلاقات العامة برامج تدريبية خاصة بموظفيها لصقل مهاراتهم.
0.89	3.05	تستخدم دائرة العلاقات العامة منهج البحث العلمي في اجراء ابحاثها.
0.92	3.03	تمتاز الابحاث التي تجريها دائرة العلاقات العامة بالاستمرارية.
0.95	2.91	توجد صعوبة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة تعزى الى عدم وجود اشخاص متخصصين في عملية التقييم
0.97	2.82	يوجد صعوبة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة تعزى الى عدم وجود اهداف محددة /صعبة القياس .
0.47	3.64	الدرجة الكلية

يوضح الجدول السابق الواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعات

ال فلسطينية بدرجة كلية مرتفعة وبمتوسط 3,64 وهذه الفقرات مرتبة حسب الأهمية وقد جاء

في مقدمتها: تأكيد أفراد العينة أن دائرة العلاقات العامة في الجامعة تتبع إلى رئيس الجامعة،

وأن غاياتها وأهدافها تنبثق من رؤية وسياسة الجامعة، وهناك قناعة لدى الإدارة العليا بأهمية

الدور المنوط للدائرة، وتُناط المسؤولية النهائية إلى دائرة العلاقات العامة بمديرها. كما وأن مدير الدائرة أول من يعرف عن الأحداث الهامة في الجامعة، وأكد أفراد العينة أن دائرة العلاقات العامة يوجد لديها خطة عمل سنوية تسعى إلى تنفيذها ورأى أفراد العينة وجود تداخل بين الأنشطة التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة وبين جهات أخرى داخل الجامعة، أما بخصوص عملية التقييم فقد تتم عملية تقييم أنشطة دائرة العلاقات العامة بصورة دورية. خطة عمل الدائرة واقعية وممكنة التطبيق مقارنة مع إمكانياتها المادية والبشرية، ويتوفر لدى دائرة العلاقات العامة الموارد البشرية المختصة لإنجاز أنشطتها بكفاءة، كما وتتم عملية تقييم أنشطة دائرة العلاقات العامة بناءً على معايير واضحة، إضافة إلى وجود نظام معلوماتي خاص بدائرة العلاقات العامة في الجامعة، أيضاً تسعى دائرة العلاقات العامة من خلال الأبحاث لتصحيح الانطباع السيئ عن الجامعة، ومن مهام الدائرة مشاركة إدارة الجامعة في وضع الخطط على جميع المستويات، وتتوفر لدى دائرة العلاقات العامة الإمكانيات المادية اللازمة لإنجاز أنشطتها بكفاءة، كما وتنظم الدائرة برامج تدريبية خاصة بموظفيها لصقل مهاراتهم. وتستخدم منهج البحث العلمي في إجراء أبحاثها. وتمتاز الأبحاث التي تجريها بالاستمرارية.

توجد صعوبة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة تعزى إلى عدم وجود أشخاص متخصصين في عملية التقييم وهناك صعوبة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة تعزى إلى عدم وجود أهداف محددة صعوبة القياس .

وقد تبين للباحثة بخصوص الفقرة أن دائرة العلاقات العامة في الجامعة تتبع إلى رئيس الجامعة حيث بلغ المتوسط الحسابي 4,50 وفي أثناء مراجعتها للهياكل التنظيمية الخاصة بالجامعات تبين أن الدائرة تتبع مباشرة إلى رئيس الجامعة وذلك لزيادة أهمية الدور

الذي تقوم به، وهذه التبعية تتيح للدائرة القيام بالنشاطات المختلفة. وهنا يبرز دور وأهمية الدائرة مما يتيح لها التعاون مع الدوائر الأخرى، ويكسبها هذا الموقع دعم الإدارة العليا واهتمامها أيضا. وقد اتفق البحث هنا مع دراسة (زيود 2001)⁽¹⁾ في أن دائرة العلاقات العامة ترتبط مباشرة مع رئيس الجامعة أو أحد نوابه لزيادة الاعتمادية من الإدارة العليا.

وتبين من البحث أن غايات وأهداف الدائرة تنبثق من رؤية وسياسة الجامعة، مما يدعم عمل الدائرة بطريقة متوائمة مع الجامعة وساعية لتحقيق اهداف الجامعة ككل. وتعزو الباحثة ذلك إلى إن الاستراتيجية الخاصة بالجامعة ككل تتشارك جميع دوائر وكليات الجامعة لتحقيقها، وكغيرها من الدوائر تقوم دائرة العلاقات العامة بوضع أهداف تسعى إلى تحقيقها وهي جزء من أهداف واستراتيجية الجامعة. وجاءت هذه النتيجة لتتوافق مع ما قد توصل إليه (Wilson 2009)⁽²⁾ في ضرورة الاهتمام باستراتيجية العلاقات العامة وإعتمادها كاستراتيجية أساسية لدعم رسائل الجامعة (رسالة ورؤية الجامعة).

تعزو الباحثة النتيجة المتعلقة بالفقرة "يوجد قناعة لدى الإدارة العليا بأهمية الدور المنوط لدائرة العلاقات العامة" بصورة مرتفعة وذلك أن الإدارة العليا تسعى إلى توفير الدعم الكافي من وجهة نظرها لتقوم الدائرة بتحقيق أهدافها وأنشطتها المختلفة والتي يكون جزء منها توفير دعم أو منح لتأهيل الكادرين الإداري والأكاديمي، ولذلك ترى الباحثة أن الدائرة مرتبطة بأعلى مستوى إداري وهو رئيس الجامعة لزيادة الدعم والاهتمام. ولابد من التنويه إلى أن النتيجة هنا قد اختلفت مع دراسة (ابو خاطر 2001)⁽³⁾ التي اكدت على انخفاض دعم الإدارة

¹ الزبيود سليمان. (2001) مرجع سابق

² . Wilson, Terry Angel.(2009).op.cit

³ أبو خاطر. خالد (2001) مرجع سابق.

للعلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية. كما اختلفت أيضاً مع دراسة (الفرد 2000)⁽¹⁾ في

عدم تفهم المسؤولين للدور الملقى على عاتق العلاقات العامة في المؤسسات بشكل عام.

وبين البحث أن المسؤولية النهائية لدائرة العلاقات العامة مناطة بمديريها. حيث أن

مدير الدائرة لديه كافة الصلاحيات اللازمة لإدارة دائرته بالطريقة المناسبة والمتوائمة مع سياسة

الجامعة. وجدت الباحثة أثناء زيارتها لهذه الدوائر ومناقشتها لبعض الأمور مع مدراء الدوائر

أن هذه الصلاحيات المنوطة مقيدة، بمعنى أن القرارات التي يتخذها المدير بحاجة دوماً إلى

مصادقة رئيس الجامعة وإقناعه بأهمية مثل هذه القرارات التي يتخذها.

كما وأن مدير الدائرة أول من يعرف عن الأحداث الهامة في الجامعة، ويقوم بتغطيتها عبر

مجلة الجامعة أو التقرير السنوي الخاص بالجامعة.

وقد تبين أيضاً أن دائرة العلاقات العامة تحتفظ بخطة عمل سنوية تسعى إلى تنفيذها من

خلال الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها. واتفق البحث بذلك مع دراسة (الفيشاني 2000)⁽²⁾

في وجود علاقة ايجابية ما بين ضعف أداء العلاقات العامة وبين عوامل التنظيم الإداري

ومنها الخطة.

وقد تبين من خلال البحث أعلاه وجود تداخل بين الأنشطة التي تقوم بها دائرة

العلاقات العامة وبين جهات أخرى داخل الجامعة حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة 3.94،

وتعزو الباحثة ذلك إلى أن عمل الدائرة متمم وداعم للدوائر الأخرى، ويظهر هذا الأمر جلياً مع

دائرة التخطيط (التخطيط والتطوير) إذ أن كلا الدائرتين إلى توفير الدعم والحفاظ على علاقات

مميزة مع الجهات المانحة لاستقطاب المشاريع المختلفة، ويتبين مما سبق أن عملية التداخل

¹ الفرد. جبران بن هيف (2000). مرجع سابق.

² الفيشاني. احمد (2000). مرجع سابق

هي عملية متممة وليست تداخلاً في الأنشطة والفعاليات. وهذا التداخل مبرر بطبيعة العمل التي تطلب وجود مثل هذه العلاقات.

هنا اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (ابو خاطر 2001)⁽¹⁾ في وجود تداخل في المهام والصلاحيات الممنوحة لدائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وهذا التداخل أدى إلى تضارب في صلاحياتها.

وعند التطرق إلى موضوع التقييم تبين من البحث أن عملية تقييم أنشطة دائرة العلاقات العامة تتم بصورة دورية، وهنا نجد أن مدير الدائرة يسعى دائماً في أثناء كل نشاط تقوم به الدائرة ونهايته بتقييمه وكتابة تقرير ورفعها إلى الإدارة. ووجدت الباحثة أثناء الزيارات الميدانية أن عملية التقييم تتم بعد انتهاء كل نشاط، وقد اتفق البحث هنا مع دراسة (القضاة 2004)⁽²⁾ في أن العلاقات العامة تمارس وظيفة التخطيط وتقوم بتقييم الأنشطة بصورة دورية وباستخدام أساليب علمية، وقد اختلفت مع دراسة (الفرد 2000)⁽³⁾ التي بينت أن العلاقات العامة لا تقوم بتقييم أنشطتها وتستخدم التخطيط بصورة متدنية.

وبالرجوع إلى موضوع الخطة فقد بينت النتائج أن خطة عمل الدائرة واقعية وممكنة التطبيق مقارنة مع إمكانياتها المادية والبشرية وذلك من وجهة نظر أفراد العينة الذين أكدوا أن الخطة تبنى منذ البداية وفق الإمكانيات المتوفرة.

عندما تم سؤال أفراد العينة عن الموارد البشرية المتوفرة في الدائرة أكدوا على توفر الموارد البشرية المختصة لإنجاز أنشطتها بكفاءة، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن معظم العاملين في الدائرة من غير المتخصصين في موضوع العلاقات العامة وإنما يحملون شهادة لإحدى

¹ ابو خاطر. خالد (2001). مرجع سابق.

² القضاة.. عمر علي (2004). مرجع سابق

³ الفرد جبران بن هيف (2000) مرجع سابق

فروع العلوم الإدارية، ولكنهم قد تلقوا الدورات التدريبية التي تدعم عملهم، ومن خلال الخبرة العملية في ممارسة عمل العلاقات العامة أصبحوا مختصين و قادرين على القيام بأعمالهم بصورة كفؤة. وقد اتفق البحث مع (زيود 2001)⁽¹⁾ في أن الموارد البشرية كافية وملائمة بدرجة متوسطة إلا أن عدد العاملين فيها لا يتفق مع أهمية الدور الذي تقوم به .

هنا جاء البحث لليتفق أيضاً مع دراسة (Fall And Hughes 2009)⁽²⁾ في أهمية الحصول على أشخاص متخصصين ومؤهلين للعمل في العلاقات العامة.

وفي أثناء مناقشة موضوع التقييم وخاصة تقييم الفعاليات والأنشطة أو حتى تقييم الأداء لأعضاء الدائرة فقد تبين أن عملية التقييم تتم بناء على معايير واضحة ومحددة ومعروفة لدى الموظفين.

كذلك أكد مجموع أفراد العينة وجود نظام معلوماتي خاص بدائرة العلاقات العامة في الجامعة، يظهر جليا في استخدام الحاسب الإلكتروني لأرشفة الملفات والإحتفاظ بها واسترجاع كافة المعلومات المطلوبة عند عمل الدائرة إلى جانب نظام الملفات الورقي، وأيضا استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لإيصال رسائلها وتغطية فعاليتها وإنجاز أنشطتها المتنوعة من وجود موقع الكتروني، واستخدام الفيديو كونفرنس لعقد بعض الاجتماعات مع المؤسسات الجهات الخارجية . وهذا ما أكدت عليه دراسة (Kang And Hanna 2009)⁽³⁾ في ضرورة الإهتمام باستخدام الوسائل التكنولوجية وتصميم الموقع الإلكتروني بطريقة فعالة.

وبينت النتائج أن الدائرة تسعى بصورة متوسطة إلى تصحيح الانطباع السيئ عن الجامعة باستخدام الأبحاث لقياس الرأي العام، وقد تبين أن الدائرة تستفيد من الإحصائيات

¹ الزيود..سليمان(2001). مرجع سابق

² . Fall and Hughes(2009). Op.cit

³ . Kang. and Hanna.(2006).op.cit

المتنوعة التي تقدمها دائرة القبول والتسجيل المتعلقة بأعداد المقبلين من الطلبة الجدد على التخصصات المختلفة وتناقش هذه الأرقام والمعلومات في مجلس الجامعة مع العمداء للوصول إلى الأسباب الكامنة وراء انخفاض أو ارتفاع هذه الأرقام، ومنه يتبين في حال وجود أي صورة سيئة أو نمط ذهني معين، فتسعى جاهدة لتحسين هذه الصورة من خلال التسويق للبرامج الأكاديمية المطروحة بمساعدة الكليات.

اتفق البحث مع (ابو سليم 2006)⁽¹⁾ في أن إدارة العلاقات العامة في الكليات تسعى لتحقيق السمعة الطيبة، ومع دراسة (Wilson 2009)⁽²⁾ في التأكيد على أهمية التركيز على الرسائل التي تنشرها العلاقات العامة في الجامعة وأن تركز على تصحيح الانطباعات. بينما اختلف مع دراسة (الفرد 2000)⁽³⁾ في أن قياس اتجاهات الرأي العام ومعرفة الصورة العامة للمؤسسة مازال متدنياً، أي أن أعمال الدائرة لازالت تقليدية ولم تتغير. وقد تبين من الجدول أعلاه أن من مهام دائرة العلاقات العامة مشاركة إدارة الجامعة في وضع الخطط على جميع المستويات وذلك أثناء صياغة الاستراتيجية، وفي الاجتماعات الدورية المنعقدة. وهذا ما جاء به (Wilson 2009)⁽⁴⁾.

وعند سؤال أفراد العينة عن مدى الإمكانيات المادية اللازمة لإنجاز أنشطتها بكفاءة تبين أن الدائرة تحظى بميزانية مناسبة نوعاً ما لتغطية أنشطتها وفعاليتها، وهذه الميزانية موافق عليها من إدارة الجامعة حيث أن الدائرة تقوم بإعدادها حسب ما يتم تخطيطه للإنجاز، وتُرفع

¹. ابو سليم، شذا. (2006). مرجع سابق

². الفرد. جبران بن هيف (2000). مرجع سابق.

³. الفرد. جبران بن هيف (2000). مرجع سابق.

⁴. Wilson, Terry Angel. (2009). op. cit .

ومن ثم تأخذ الموافقة والإعتمادية لها. وقد اختلف (الفرد 2000)⁽¹⁾ في دراسته مع هذه النتيجة، والذي أكد على عدم كفاية المخصصات المالية المفروزة للعلاقات العامة للقيام بعملها. تُنظم دائرة العلاقات العامة ببرامج تدريبية خاصة بموظفيها لصفق مهاراتهم، ويتم ترتيب هذه البرامج بناء على الاحتياجات الشخصية لدى موظفي الدائرة بالتعاون مع دائرة الموارد البشرية التي تسعى لإيجاد التأهيل اللازم للموظفين بشكل عام وذلك للقيام بالأعمال بطريقة فعالة. وهذا ما أكدت عليه نتائج دراسة (الحمادي 2003)⁽²⁾ في ضرورة توفير التدريب اللازم لصفق مهارات العاملين، كما وبين (أبو سليم 2006)⁽³⁾ ان موظفي الدائرة تنقصهم الخبرات والمؤهلات العملية والشخصية، ولا بد من التأكيد على دور التدريب لتدارك الوضع. وجاء (الفرد 2000)⁽⁴⁾ ليؤكد على أهمية التدريب وكذلك الأمر في دراسة (Fall And Hughes 2009).

وأثناء التطرق الى موضوع الأبحاث الخاصة بالعلاقات العامة تبين أن الدائرة تعتمد على استخدام منهج البحث العلمي في إجراء أبحاثها. وأن الأبحاث التي تجريها تمتاز بالإستمرارية والتجدد، وهنا تبين أن الدائرة تستعين في خبرات مدرسي الجامعة من ذوي الاختصاص في ذلك .

¹ .الفرد.جبران بن هيف (2000).مرجع سابق.

² .الحمادي.(2003).مرجع سابق

³ .ابو سليم،شذا.(2006). مرجع سابق

⁴ .الفرد.جبران بن هيف (2000).مرجع سابق.

⁵ . Fall and Hughes(2009). Op.cit

وهذه النتيجة أكدت عليها دراسة (محافظة 1997)¹ والتي بينت أن أداء دوائر العلاقات العامة متوسط لتطبيق مراحل عملية العلاقات العامة مع وجود الأبحاث بالمرتبة الرابعة بعد الاتصال والتخطيط والتقييم.

كما أكدت دراسة (القضاة 2004)² على أن العلاقات العامة تستخدم البحث العلمي في نشاطاتها كما وتأخذ الإدارة بنتائج الأبحاث .

و جاء في المراتب النهائية أن الدائرة تجد صعوبة بدرجة متوسطة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة, ترجع إلى عدم وجود أشخاص متخصصين في عملية التقييم, حيث كان المتوسط الحسابي 2.91, وكذلك تجد صعوبة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة تُعزى إلى عدم وجود أهداف محددة وصعبة القياس بمتوسط حسابي 2.82 وذلك أن الدائرة تحتفظ بأهداف محددة وواضحة وقابلة للقياس وبالتالي لاتجد صعوبة في تقييمها و تقييم برامجها المبنية .

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (الزيود 2001)⁽³⁾ ودراسة (القضاة 2004)⁴ في أن دائرة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية توفر خطة عمل محددة تسهل عملية تقييم الدائرة لأنشطتها وأهدافها.

واختلفت مع (أبوخاطر 2001)⁽⁵⁾ في عدم دقة ووضوح أهداف العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة تقييمها .

1

2. القضاة .عمر علي.(2004) مرجع سابق

3. الزيود.صالح سليمان.(2001) مرجع سابق.

4. القضاة .عمر علي.(2004) مرجع سابق

5. أبو خاطر.خالد.(2001)مرجع سابق.

كما و اختلفت مع (الفرد2000) ⁽¹⁾ في عدم وجود تقييم لنشاط العلاقات العامة وعدم

وجود أهداف واضحة لأنها قديمة لا تواكب العصر.

¹ .الفرد.جبران بن هيف (2000).مرجع سابق.

السؤال السابع للبحث:

ما هي أهم المهارات و المعارف التي تحتاجها للقيام بعملك؟

للإجابة عن سؤال البحث تم تفرغ المعلومات من السؤال المفتوح السابق حسب الأهمية،

وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (12).

جدول رقم 12 : المهارات والمعارف التي يحتاجها موظف العلاقات العامة في الجامعات

الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية.

التكرارات	المهارات
20	اللغات الأجنبية (إنجليزي و غيره).
18	مهارات اتصالية(صياغة أخبار , مقابلات صحفية, الاتصال والتواصل).
11	استخدام الإنترنت والحاسوب ببرامجه المختلفة, الإلمام بالتكنولوجيا الحديثة.
11	المؤهلات الشخصية(قوة شخصية لباقة, مظهر..الخ).
10	القدرة على العمل ضمن فريق وتحمل ضغط العمل.
9	إدارة الوقت وتحديد الأولويات.
9	مهارات إدارية (تخطيط, إبداع, متابعة, كتابة تقارير).
8	التصميم الجرافيكي, التصوير.
6	حُسن التصرف وإدارة الأزمات.
2	التشبيك وتنظيم المعارض والمؤتمرات.

يظهر من الجدول أعلاه تأكيد أفراد العينة على أهمية تمكين الموظف من إتقان

اللغات الأجنبية وقد أجمع جميع الأفراد على استخدام اللغة الإنجليزية بدرجة أولى فهي لغة

العصر, ومهارات خاصة بتعلم لغات أخرى أجنبية. وترى الباحثة أهمية تمتع الموظف بلغات أجنبية من أجل تمكنه من إجراء الإتصال سواء مع الوفود والزيارات أو أثناء إجراء المراسلات المختلفة وخاصة مع المؤسسات الأجنبية.

تأتي في المرتبة الثانية المهارات الاتصالية وتشمل القدرة على صياغة الأخبار بطريقة فعالة والتواصل مع الآخرين والكتابة والمحادثة وترى الباحثة أهمية تمتع الموظف بالقدرة على إيصال الأفكار والمناقشة, والتواصل مع الرأي الآخر. وذلك من أجل تسويق العمل الذي يقوم به.

كما وبينت النتائج أهمية تمتع الموظف بمهارات تقنية خاصة باستخدام التكنولوجيا الحديثة من إنترنت وأجهزة ومعدات مختلفة, بالإضافة إلى اتقان برامج الحاسوب المتنوعة والخاصة بالتصميم الجرافيكي. وترى الباحثة أن لهذا أهمية من أجل تصميم الدعوات والنشرات والمطبوعات المختلفة الصادرة عن الدائرة.

أما بخصوص المؤهلات الشخصية: فلا بدّ من مهارات شخصية متعلقة بقوة الشخصية, اللباقة, حسن التصرف, المظهر الخارجي...إلخ, حيث ترى الباحثة أن دائرة العلاقات العامة هي بوابة الجامعة ونقطة تواصل مع المجتمع الخارجي فهي مسؤولة عن استقبال الوفود وتنظيم الزيارات, لذا يجب أن تعكس صورة مناسبة عن الجامعة.

وهناك مهارات إدارية متمثلة بالقدرة على كتابة التقارير, بناء الخطط, تحديد الأهداف, اتخاذ القرارات وإدارة الأزمات. إدارة الوقت وتحديد أولويات العمل للاستفادة المثلى من الوقت.

السؤال الثامن للبحث

ما هي المشاكل التي تحول دون ممارسة دائرة العلاقات العامة لعملها؟

للإجابة عن سؤال البحث تم تفرغ المشاكل التي تواجه موظفي العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (13).

جدول رقم 13 : أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه موظفي دائرة العلاقات العامة في الجامعات

الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية

التكرارات	المشاكل و المعوقات
32	قلة الموظفين الحاملين لمؤهل علمي في مجال العلاقات العامة.
14	عدم كفاية الموارد المالية (الموازنات).
10	تداخل الصلاحيات بين الاقسام احياناً.
8	قلة الوعي والدعم اللازم لدور العلاقات العامة.
3	عدم توفر بعض الأجهزة والمعدات (آلة تصوير , طابعة, جهاز عرض..).
اجماع	عدم تفرغ منسق العلاقات العامة وقيامه بمهام أخرى (خاص بجامعة القدس المفتوحة).
3	الإجراءات الروتينية, مركزية القرار .
2	بعض النشاطات الطارئة-الغاء بعض الأنشطة .

يبين الجدول أعلاه أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات أثناء

أدائها لعملها وتتلخص فيمايلي :

1. قلة الموظفين الحاملين لمؤهل علمي في العلاقات العامة :حيث أكد معظم أفراد

العينة أن عدم وجود حاملين لدرجة علمية متخصصة في العلاقات العامة تعتبر

معيقاً أمام أدائهم للعمل وعندما تم سؤال بعض الموظفين عن أهمية الدرجة العلمية تبين أن الدرجة العلمية تلزم من أجل الحصول على إدراك أكبر لعملهم. وأنهم يقومون باستخدام الأساليب العلمية أثناء قيامهم في أعمالهم مهامهم.

2. عدم كفاية الموارد(الموازنات) :تبين أن معظم دوائر العلاقات العامة تحصل على ميزانية مقررة من الجامعة وهذه الميزانية كافية, إلا أنها محددة إذ بين أفراد العينة مدى الحاجة لزيادة الميزانية بصورة أكبر من الحالية, وعندما تم الإستفسار تبين أن الميزانية الحالية كافية للقيام بالمهام الموكلة, إلا أنها بحاجة لزيادة.

3. تداخل الصلاحيات بين الاقسام أحياناً: وهذا الأمر جليٌّ في دائرة التخطيط والتطوير.

4. قلة الوعي والدعم اللازمين لدور العلاقات العامة: وهنا تنوه الباحثة بأن هذه المشكلة ظهرت عندما تم سؤال أفراد العينة من فئة موظفي العلاقات العامة أي الأشخاص الذين يقومون بالعمل ويحتكون في الإدارة.

5. محدودية المعدات والأجهزة الداعمة للعمل: من أجهزة تصوير أو عرض أو ما شابه, ويجب التنويه إلى أن معظم فعاليات الدائرة تستخدم فيها أجهزة العرض الخاصة بالكليات والأقسام الأخرى.

6. إجماع من منسقي العلاقات العامة في جامعة القدس المفتوحة بضرورة تفرغ المنسق للعلاقات العامة وإلغاء بعض المهام الأخرى التي يقوم بها ليصبح مسؤولاً عن المنطقة التعليمية الخاصة.

7. الإجراءات الروتينية مركزية القرار التي تحد من الإبداع لدى موظفي الدائرة والابتكار.

8. إلغاء بعض الفعاليات أو القيام بأنشطة طارئة تسبب خللاً في برنامج الدائرة

المخطط له وتسبب الإرباك.

اختبار فرضيات البحث:

الفرضية الأولى

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير الجنس.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار ت (t-test) لبيان الفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين، والتي تعزى لمتغير الجنس، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (14).

جدول رقم 14 اختبار ت (t-test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين التي تعزى إلى متغير الجنس.

واقع إدارة العلاقات العامة	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت المحسوبة	الدلالة الاحصائية
التنسيق مع المجتمع المحلي	ذكر	51	4.16	0.64	72	-0.936	0.353
	أنثى	23	4.31	0.53			
التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية	ذكر	51	3.39	0.74	72	-0.291	0.772
	أنثى	23	3.44	0.59			
التنسيق مع المؤسسات المانحة	ذكر	51	3.38	0.87	72	-0.408	0.684
	أنثى	23	3.46	0.71			

يتبع جدول رقم 14.

0.719	0.361	72	0.81	3.67	51	ذكر	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
			0.59	3.60	23	أنثى	
0.890	-0.139	72	0.48	3.64	51	ذكر	الواقع التنظيمي والاداري
			0.47	3.66	23	أنثى	
0.707	-0.377	72	0.56	3.72	51	ذكر	الدرجة الكلية
			0.43	3.77	23	أنثى	

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير الجنس. فقد أكد أفراد العينة على اختلاف جنسهم أن لدائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية دوراً كبيراً في إدارة شؤون الجامعة، وذلك كما هو واضح من المتوسطات الحسابية في الجدول أعلاه. وبذلك تكون الفرضية قد قبلت.

الفرضية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (15).

جدول رقم 15 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance)

للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى

متغير المؤهل العلمي

الدالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين	واقع ادارة العلاقات العامة
0.040	3.359	1.189	2.379	2	بين المجموعات	التنسيق مع المجتمع المحلي
		0.354	25.141	71	داخل المجموعات	
		-	27.520	73	المجموع	
0.388	0.959	0.462	0.925	2	بين المجموعات	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
		0.482	34.247	71	داخل المجموعات	
		-	35.173	73	المجموع	
0.391	0.951	0.650	1.300	2	بين المجموعات	التنسيق مع المؤسسات المانحة
		0.684	48.531	71	داخل المجموعات	
		-	49.831	73	المجموع	
0.218	1.559	0.863	1.726	2	بين المجموعات	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
		0.554	39.305	71	داخل المجموعات	
		-	41.031	73	المجموع	

يتبع جدول رقم 15

0.485	0.730	0.167	0.333	2	بين المجموعات	الواقع التنظيمي والاداري
		0.228	16.189	71	داخل المجموعات	
		-	16.522	73	المجموع	
0.144	1.989	0.529	1.058	2	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.266	18.878	71	داخل المجموعات	
		-	19.936	73	المجموع	

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي. وبذلك تكون الفرضية قد رفضت، وكانت الفروق في محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي، ولإيجاد مصدر هذه الفروق استخدم اختبار توكي (tukey test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية. وهي من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (16).

جدول رقم 16 نتائج اختبار توكي (tukey test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي

المقارنات	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراه
بكالوريوس		0.12731	*0.41633
ماجستير			0.28902
دكتوراه			

تشير المقارنات الثنائية البعدية الواردة في الجدول أعلاه أن الفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي، كانت بين الموظفين من حملة درجة البكالوريوس وحملة

درجة الدكتوراه، لصالح حملة درجة البكالوريوس، الذين أكدوا بدرجة أكبر على دور دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي، وذلك كما هو واضح من المتوسطات الحسابية في الجدول رقم (17).

و تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن العينة من حملة درجة الدكتوراه تعكس اتجاهات ووجهة نظر الإدارة العليا (رئيس الجامعة ونوابه) وهنا يبرز الفرق في كون حملة درجة البكالوريوس هم من الموظفين الذين يقومون بعملهم. وبينما حملة درجة الدكتوراه هم من يطلعون على إنجاز الدائرة، ويظهر هنا وجود فرق في إدراك وتفهم لعمل الدائرة المتعلق بالعلاقة مع المجتمع المحلي من الإدارة العليا. فمن وجهة نظر موظفي الدائرة يتبين أنهم يقومون بدورهم في التنسيق والإعلام وما شابه. ومن وجهة نظر الفئة الإدارية العليا يوجد تقصير في عمل الدائرة.

جدول رقم 17 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	واقع ادارة العلاقات العامة
0.47	4.36	36	بكالوريوس	التنسيق مع المجتمع المحلي
0.55	4.23	16	ماجستير	
0.77	3.94	22	دكتوراه	
0.51	3.48	36	بكالوريوس	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
0.56	3.47	16	ماجستير	
0.97	3.23	22	دكتوراه	
0.69	3.51	36	بكالوريوس	التنسيق مع المؤسسات المانحة
0.66	3.46	16	ماجستير	
1.09	3.20	22	دكتوراه	
0.63	3.79	36	بكالوريوس	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
0.81	3.60	16	ماجستير	
0.85	3.44	22	دكتوراه	

يتبع جدول رقم 17 .

0.41	3.71	36	بكالوريوس	الواقع التنظيمي والاداري
0.46	3.61	16	ماجستير	
0.57	3.56	22	دكتوراه	
0.39	3.84	36	بكالوريوس	الدرجة الكلية
0.49	3.74	16	ماجستير	
0.68	3.57	22	دكتوراه	

الفرضية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير التخصص.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين وتعزى إلى متغير التخصص، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (18).

جدول رقم 18 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance)

للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى

متغير التخصص

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين	واقع إدارة العلاقات العامة
0.074	2.426	0.908	2.724	3	بين المجموعات	التنسيق مع المجتمع المحلي
		0.374	23.957	64	داخل المجموعات	
		-	26.681	67	المجموع	
0.841	0.278	0.139	0.416	3	بين المجموعات	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
		0.498	31.894	64	داخل المجموعات	
		-	32.310	67	المجموع	
0.787	0.354	0.259	0.778	3	بين المجموعات	التنسيق مع المؤسسات المانحة
		0.733	46.937	64	داخل المجموعات	
		-	47.715	67	المجموع	

يتبع جدول رقم 18.

0.688	0.494	0.288	0.865	3	بين المجموعات	التنسيق
		0.584	37.350	64	داخل المجموعات	داخل مجتمع
		-	38.215	67	المجموع	الجامعة
0.274	1.325	0.292	0.875	3	بين المجموعات	الواقع التنظيمي
		0.220	14.094	64	داخل المجموعات	والاداري
		-	14.969	67	المجموع	
0.328	1.170	0.326	0.977	3	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.278	17.822	64	داخل المجموعات	
		-	18.799	67	المجموع	

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير التخصص. فقد أكد المبحوثون وعلى اختلاف تخصصاتهم العلمية على وجود دور كبير لدائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في إدارة شؤونها، وذلك كما هو واضح من المتوسطات الحسابية في الجدول رقم (19)، وبذلك تكون الفرضية قد قبلت.

جدول رقم 19 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير التخصص

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص	واقع ادارة العلاقات العامة
0.18	4.53	8	لغات	التنسيق مع المجتمع المحلي
0.43	4.16	12	علوم إدارية	
0.14	4.68	5	علاقات عامة	
0.71	4.07	43	غير ذلك	

يتبع جدول رقم 19.

0.52	3.51	8	لغات	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
0.50	3.35	12	علوم إدارية	
0.84	3.60	5	علاقات عامة	
0.75	3.35	43	غير ذلك	
0.72	3.62	8	لغات	التنسيق مع المؤسسات المانحة
0.85	3.28	12	علوم إدارية	
1.06	3.60	5	علاقات عامة	
0.85	3.38	43	غير ذلك	
0.61	3.65	8	لغات	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
0.43	3.53	12	علوم إدارية	
0.72	4.00	5	علاقات عامة	
0.85	3.59	43	غير ذلك	
0.28	3.58	8	لغات	الواقع التنظيمي والاداري
0.35	3.59	12	علوم إدارية	
0.64	4.02	5	علاقات عامة	
0.49	3.58	43	غير ذلك	
0.24	3.84	8	لغات	الدرجة الكلية
0.37	3.67	12	علوم إدارية	
0.54	4.09	5	علاقات عامة	
0.58	3.66	43	غير ذلك	

الفرضية الرابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (20)

جدول رقم 20 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين	واقع ادارة العلاقات العامة
0.013	5.024	0.562	1.124	2	بين المجموعات	التنسيق مع المجتمع المحلي
		0.112	3.467	31	داخل المجموعات	
		-	4.591	33	المجموع	
0.748	0.293	0.119	0.239	2	بين المجموعات	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
		0.408	12.633	31	داخل المجموعات	
		-	12.871	33	المجموع	

يتبع جدول رقم 20

0.992	0.008	0.004	0.009	2	بين المجموعات	التنسيق مع المؤسسات المانحة
		0.560	17.352	31	داخل المجموعات	
		-	17.361	33	المجموع	
0.464	0.786	0.198	0.395	2	بين المجموعات	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
		0.251	7.789	31	داخل المجموعات	
		-	8.184	33	المجموع	
0.775	0.258	0.044	0.088	2	بين المجموعات	الواقع التنظيمي والاداري
		0.171	5.316	31	داخل المجموعات	
		-	5.404	33	المجموع	
0.357	1.064	0.141	0.281	2	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.132	4.093	31	داخل المجموعات	
		-	4.374	33	المجموع	

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة. وبذلك تكون الفرضية قد رفضت، وكانت الفروق في محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي، ولإيجاد مصدر هذه الفروق استخدم اختبار توكي (tukey test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين التي تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (21).

جدول رقم 21 نتائج اختبار توكي (tukey test) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة

المقارنات	1	2	+3
1		-0.36727	-0.39394*
2			-0.02667
+3			

تشير المقارنات الثنائية البعدية الواردة في الجدول أعلاه الى أن الفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة، كانت بين الموظفين ممن تلقوا دورة تدريبية واحدة في مجال العلاقات العامة والذين تلقوا ثلاث دورات فأكثر، وكانت النتيجة لصالح الذين تلقوا ثلاث دورات فأكثر، الذين أكدوا بدرجة أكبر على دور دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي، وذلك كما هو واضح من المتوسطات الحسابية في الجدول رقم (22).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أهمية التدريب في صقل مهارات العاملين وإكسابهم مهارات تخصصية جديدة، وبالتالي تتوسع مدارك الموظفين ويصبح لديهم تفهم أكبر لعمل العلاقات العامة وقدرة على إنجاز الأنشطة وتحقيق الأهداف.

جدول رقم 22 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في

العلاقات العامة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	عدد الدورات التدريبية	واقع ادارة العلاقات العامة
0.42	4.20	11	1	التنسيق مع المجتمع المحلي
0.29	4.57	5	2	
0.27	4.60	18	+3	
0.73	3.59	11	1	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
0.80	3.70	5	2	
0.52	3.77	18	+3	
0.84	3.70	11	1	التنسيق مع المؤسسات المانحة
0.80	3.76	5	2	
0.67	3.72	18	+3	
0.44	3.80	11	1	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
0.82	4.10	5	2	
0.42	4.00	18	+3	
0.48	3.77	11	1	الواقع التنظيمي والاداري
0.39	3.93	5	2	
0.36	3.84	18	+3	
0.47	3.86	11	1	الدرجة الكلية
0.45	4.07	5	2	
0.25	4.04	18	+3	

الفرضية الخامسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في

الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way

analysis of variance) للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة

نظر الموظفين تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة، وذلك كما هو واضح في الجدول

رقم (23).

جدول رقم 23 نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance)

للفروق في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى

متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة

واقع ادارة العلاقات العامة	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
التنسيق مع المجتمع المحلي	بين المجموعات	2	0.055	0.027	0.076	0.927
	داخل المجموعات	47	16.929	0.360		
	المجموع	49	16.984	-		
التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية	بين المجموعات	2	0.143	0.071	0.175	0.840
	داخل المجموعات	47	19.087	0.406		
	المجموع	49	19.230	-		
التنسيق مع المؤسسات المانحة	بين المجموعات	2	2.303	1.152	1.888	0.163
	داخل المجموعات	47	28.670	0.610		
	المجموع	49	30.973	-		

يتبع جدول رقم 23.

0.733	0.313	0.199	0.399	2	بين المجموعات	التنسيق
		0.638	29.990	47	داخل المجموعات	داخل مجتمع
		-	30.389	49	المجموع	الجامعة
0.602	0.512	0.121	0.242	2	بين المجموعات	الواقع التنظيمي
		0.236	11.100	47	داخل المجموعات	والاداري
		-	11.342	49	المجموع	
0.788	0.240	0.066	0.132	2	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.275	12.948	47	داخل المجموعات	
		-	13.080	49	المجموع	

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة. فقد أكد أفراد العينة وعلى اختلاف سنوات خبراتهم في العلاقات العامة على وجود دور كبير لدائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في إدارة شؤونها، وذلك كما هو واضح من المتوسطات الحسابية في الجدول رقم (24).

جدول رقم 24 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العلاقات العامة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	سنوات الخبرة	واقع ادارة العلاقات العامة
0.66	4.25	7	1	التنسيق مع المجتمع المحلي
0.52	4.34	29	6-2	
0.70	4.30	14	+7	
0.47	3.58	7	1	التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية
0.63	3.43	29	6-2	
0.70	3.50	14	+7	

يتبع جدول رقم 24.

0.38	4.00	7	1	التنسيق مع المؤسسات المانحة
0.84	3.44	29	6-2	
0.77	3.31	14	+7	
0.60	3.92	7	1	التنسيق داخل مجتمع الجامعة
0.79	3.66	29	6-2	
0.87	3.69	14	+7	
0.30	3.80	7	1	الواقع التنظيمي والاداري
0.52	3.72	29	6-2	
0.45	3.60	14	+7	
0.38	3.93	7	1	الدرجة الكلية
0.52	3.81	29	6-2	
0.58	3.76	14	+7	

الفرضية السادسة

* لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ بين متغير العمر وواقع إدارة العلاقات

العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) للعلاقة

بين متغير العمر وواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين، وذلك

كما هو واضح في الجدول رقم (25).

جدول رقم 25 نتائج معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation) للعلاقة بين متغير

العمر وواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين

واقع إدارة العلاقات العامة	العدد	قيمة (ر)	الدلالة الإحصائية
التنسيق مع المجتمع المحلي	74	-0.138	0.273
التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية	74	0.034	0.788
التنسيق مع المؤسسات المانحة	74	-0.053	0.674
التنسيق مع مجتمع الجامعة	74	-0.074	0.556
الواقع التنظيمي والإداري	74	-0.066	0.602
الدرجة الكلية	74	-0.081	0.524

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند

المستوى $0.05 \geq \alpha$ بين متغير العمر وواقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من

وجهة نظر الموظفين، وبذلك تكون الفرضية قد قبلت.

جدول رقم 26 الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوسائل الاتصال المستخدمة

في دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية

وسائل الاتصال	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
انترنت	45	7.84	2.08
الصحف اليومية	45	7.09	1.53
اتصال هاتفي	45	5.76	2.92
زيارات	45	4.80	2.25
مجلات خاصة بالجامعة	45	4.51	2.09
اقامة معارض ومؤتمرات وندوات	45	4.40	1.86
الاذاعة	45	4.16	2.06
التلفاز	45	3.38	2.00
مجلات عامة	45	3.33	2.00

يوضح الجدول السابق وسائل الاتصال المستخدمة في دائرة العلاقات العامة في الجامعات

الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية، وقد جاء في مقدمتها: الإنترنت، فالصحف المحلية، فالالاتصال

الهاتفي، تلاه الزيارات، فالمجلات الخاصة بالجامعة، فإقامة المعارض والمؤتمرات والندوات، فاستخدام

الاذاعة، والتلفاز، ثم المجلات العامة.

فقد بين الجدول أعلاه أن دائرة العلاقات العامة تستخدم كافة الوسائل المتاحة من أجل

الاتصال ب جماهيرها المختلفة، وجاء في المقدمة استخدامها للإنترنت كأداة اتصال وهذا يتوافق مع

النتائج الظاهرة سابقا في كون الدائرة تمتلك صفحة الكترونية خاصة بها ضمن الموقع الالكتروني

للجامعة وتقوم من خلالها بتغطية كافة الأخبار الخاصة بالجامعة وتنتشر من خلالها الأنشطة

والفعاليات التي تقوم بها الدائرة أو الجامعة بدوائرها المختلفة.

تلاها استخدام وسيلة الصحف اليومية لنشر الأخبار والإعلان عن الفعاليات المختلفة وتعزو الباحثة ورود هذه الوسيلة في المرتبة الثانية وإلى أنها كانت مستخدمة سابقا بدرجة كبيرة إلا أن مجيء الإنترنت وانخفاض تكلفة الاستخدام مع وصوله إلى عدد أكبر في زمن أقل أدى إلى أخذ موقعه بصورة صحيحة.

أما بخصوص استخدام مجلة الجامعة كوسيلة اتصال متاحة تستخدمها الدائرة فقد جاءت في المرتبة الخامسة حيث وجدت الباحثة أثناء زيارتها للدوائر أن مجلة الجامعة موجودة في جامعة بولتكنيك فلسطين حيث تصدر الدائرة مجلة دورية شهرية بإسم إضاءات تتناول فيها كافة أخبار الموظفين و أنشطتها و ليست متوفرة في كافة الجامعات.

ملخص نتائج البحث:

1. أوضحت نتائج البحث أن واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين كان عالياً، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا الواقع (3.74)، مع انحراف معياري (0.52).
2. بين البحث أن اتجاهات العينة حول واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات في التنسيق مع المجتمع المحلي أنه واقع مرتفع حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.21) مع انحراف معياري (0.61) أي أن دوائر العلاقات العامة تقوم بإجراء التنسيق مع المجتمع المحلي بمؤسساته المختلفة بصورة مرتفعة.
3. أظهر البحث أن دوائر العلاقات العامة في الجامعات تقوم بالتنسيق مع المؤسسات الأكاديمية بصورة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي للفقرات التي تقيس الواقع (3.41) مع إنحراف معياري (0.69).
4. تناول البحث واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات والتنسيق مع المؤسسات المانحة، الذي كان بدرجة متوسط بوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري (0.82). حيث بين البحث العلاقة الجيدة التي تجمع الجامعات بمجموعة من الجهات المانحة المختلفة.
5. أكد البحث على أن واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات فيما يتعلق بالتنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة كان متوسطاً أيضاً، وبوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.74) حيث أن الدائرة تقوم بدورها الأساسي مع جمهورها الداخلي من طلاب و موظفين على إختلاف مؤهلاتهم.

6. إن الواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعات متوسط أيضا من حيث استخدامها للأساليب العلمية في أداء وظائفها. وتبعيتها واضحة لرئيس الجامعة .

7. أما بخصوص أهم المعارف والمهارات التي يحتاجها الموظفون للقيام بعملهم فقد تصدرتها المهارات الاتصالية، ثم المهارات الإدارية، وتلتها المهارات الشخصية. إضافة إلى استخدام الوسائل التكنولوجية.

8. أما أهم المشاكل والمعوقات التي تقف حائلة أمام تحقيق دوائر العلاقات العامة لأهدافها وأنشطتها فقد تصدرتها قلة المؤهلات الأكاديمية، وعدم كفاية الموازنات وتداخل الصلاحيات بين دوائر الجامعة بالإضافة إلى قلة الوعي والدعم لدور العلاقات العامة.

9. بين البحث أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير الجنس، التخصص، العمر، وسنوات الخبرة، فقد كانت اتجاهات الموظفين لواقع إدارة العلاقات العامة جيدةً بدرجة متوسطة على خلاف المؤهلات السابقة.

10. أوضح البحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات من وجهة نظر الموظفين في محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي، كانت بين الموظفين من حملة درجة البكالوريوس وحملة درجة الدكتوراه، لصالح حملة درجة البكالوريوس، الذين أكدوا بدرجة أكبر على دور دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي.

11. بين البحث ايضاً وجود فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في

محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة، كانت بين الموظفين ممن تلقوا دورة تدريبية واحدة في مجال العلاقات العامة والذين تلقوا ثلاث دورات فأكثر، لصالح الذين تلقوا ثلاث دورات فأكثر، الذين أكدوا بدرجة أكبر على دور دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي.

الفصل الخامس

الاستنتاجات و التوصيات

تمهيد:

تقتضي طبيعة تحليل هذا الفصل تقسيمه إلى مبحثين هما:

المبحث الأول: الاستنتاجات التي توصلت إليها الباحثة.

المبحث الثاني: توصيات البحث وآليات تنفيذها.

الاستنتاجات:

تتناول الباحثة في هذا المبحث مجموعة من الاستنتاجات التي توصلت إليها في ضوء

نتائج البحث وهي:

- ✓ ترى الباحثة أن واقع إدارة العلاقات العامة بشكل عام في الجامعات الفلسطينية مرضٍ حيث أوضحت نتائج البحث أن واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر الموظفين كان عالياً، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا الواقع (3.74)، مع انحراف معياري (0.52) وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن دوائر العلاقات العامة تُدعم من الهيئة الأكاديمية العاملة في الجامعة، لذا فإن واقعها مبني على أساس وخلفية أكاديمية وعلمية .
- ✓ بين البحث أن اتجاهات العينة حول واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات في التنسيق مع المجتمع المحلي واقع مرتفع أي أن دوائر العلاقات العامة تقوم بإجراء التنسيق مع

- المجتمع المحلي بمؤسساته المختلفة بصورة مرتفعة, وذلك بناءً على العلاقة المميزة التي تربط الجامعة بمجتمعها المحلي لرفده بأفضل الكفاءات وتوفير الخريجين المتميزين أكاديمياً وفنياً.
- ✓ أما بخصوص المؤسسات الأكاديمية فإن دوائر العلاقات العامة في الجامعات تقوم في التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية بصورة متوسطة, وهي بحاجة إلى دعم وتوطيد هذه العلاقة لما لها من أثر إيجابي على تطوير الجامعة والاستفادة من تجاربها وخبراتها.
- ✓ تناول البحث واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات في التنسيق مع المؤسسات المانحة إذ إن الواقع أيضاً متوسط بوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري (0.82). وبين البحث العلاقة الجيدة التي تجمع الجامعات بمجموعة من الجهات المانحة المختلفة ولكن هذه العلاقة بحاجة إلى بناء أكبر واستقطاب لجلب أفضل الفرص.
- ✓ أكد البحث على أن واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة هو واقع متوسط أيضاً بوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.74) لأن الدائرة تقوم بدورها الأساسي مع جمهورها الداخلي من موظفين وطلاب .
- ✓ إن الواقع التنظيمي والإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعات متوسط أيضاً من حيث استخدامها للأساليب العلمية في أداء وظائفها. وتبعتها الواضحة إلى رئيس الجامعة.
- ✓ أما بخصوص أهم المعارف و المهارات التي يحتاجها الموظفون للقيام بعملهم فقد تصدرت المهارات الاتصالية, المهارات الادارية, المهارات الشخصية. إضافة إلى استخدام الوسائل التكنولوجية.
- ✓ أما بخصوص أهم المشاكل والمعوقات التي تقف حائلة امام تحقيق دوائر العلاقات العامة لاهدافها وأنشطتها فقد تصدرتها قلة المؤهلات الأكاديمية, وعدم كفاية الموازنات

وتداخل الصلاحيات بين دوائر الجامعة بالإضافة إلى قلة الوعي والدعم لدور العلاقات العامة.

✓ كما وبين البحث أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير الجنس التخصص, العمر, وسنوات الخبرة فقد كانت اتجاهات الموظفين لواقع إدارة العلاقات العامة جيد بدرجة متوسطة على إختلاف المؤهلات السابقة.

✓ وبين البحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات من وجهة نظر الموظفين في محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير المؤهل العلمي، كانت بين الموظفين من حملة درجة البكالوريوس وحملة درجة الدكتوراه، لصالح حملة درجة البكالوريوس، الذين أكدوا بدرجة أكبر على دور دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي.

✓ بين البحث أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في محور التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي من وجهة نظر الموظفين تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية في العلاقات العامة، كانت بين الموظفين ممن تلقوا دورة تدريبية واحدة في مجال العلاقات العامة والذين تلقوا ثلاث دورات فأكثر، لصالح الذين تلقوا ثلاث دورات فأكثر، الذين أكدوا بدرجة أكبر على دور دائرة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في التنسيق مع مؤسسات المجتمع المحلي.

المبحث الثاني:

التوصيات وآليات تنفيذها:

بناءً على نتائج البحث التي تم التوصل إليها فإن الباحثة توصي بعدد من التوصيات موجهة إلى عدد من الأطراف المعنية بموضوع العلاقات العامة وهي على النحو التالي:

أولاً: توصيات خاصة بإدارة الجامعات الفلسطينية:

1. توفير المخصصات المالية والعمل على زيادتها حيث أظهر البحث أن دوائر العلاقات العامة تتمتع بموارد مالية متوسطة، فمن الضروري رفع المخصصات وذلك لإتاحة الفرصة أمام الدائرة للقيام بنشاطاتها بصورة مبدعة ومبتكرة من خلال اعتماد الميزانية المقترحة للدائرة وتغطيتها وعدم تقليصها والاستفادة من المنح وإنشاء علاقات طويلة الأمد مع الممولين والجهات المانحة.
2. ضرورة طرح برنامج أكاديمي متخصص في العلاقات العامة. حيث لا يوجد جامعة فلسطينية تمنح الدرجة العلمية في تخصص العلاقات العامة، وإنما تكفي بتغطية الموضوع عبر مساق أو أكثر ضمن خطة تخصص إدارة الأعمال بشكل عام.
3. تزويد دائرة العلاقات العامة بالكفاءات البشرية المختصة في مجال العلاقات العامة عن طريق استقطاب مؤهلين لذلك وتوظيفهم والإهتمام

بتدريبهم و السعي لتوفير البرامج التدريبية المختلفة والمتخصصة لصقل مهاراتهم و اكسابهم ملكات جديدة.

4. ضرورة توفير الدعم المادي من (أجهزة ومعدات) لاتاحة الفرصة وتمكين الدائرة من القيام بمهامهم وانشطتها واهدافها دون معيقات مادية تقف عائقاً امام الدائرة لتنفيذ البرامج المختلفة المخطط لها.

5. زيادة الصلاحيات الممنوحة لمدير دائرة العلاقات العامة وتفويضه في كثير من الأمور المتعلقة في العلاقات العامة, حيث أن الدائرة تتعرض أحيانا لأمر طارئة فلا بد من تمكين المدير من إتخاذ القرارات المختلفة والاستراتيجية منها.

6. إشراك دائرة العلاقات العامة في عملية التخطيط على جميع المستويات وأثناء بناء الخطة الإستراتيجية للجامعة من خلال عقد ورشات عمل خاصة برسم الخطة الاستراتيجية ومشاركة جميع الأطراف ذات العلاقة.

7. ايجاد التفهم التام لدور دوائر العلاقات العامة وتمكين العاملين في الدائرة بمنحهم صلاحيات مختلفة تسهم في إنجاز مهامهم بصورة أفضل .

8. الحد من التداخل في المهام التي تقوم بها الدائرة وهي من مهامها الرئيسية وقيام دوائر أخرى بها.

9. ضرورة عقد و تطوير برامج تدريبية متخصصة مخاطبة لاحتياجات موظفي دائرة العلاقات العامة.

10. ضرورة زيادة عدد موظفي الدائرة بما يتواءم والمهام الموكلة للدائرة.

.11

ثانياً:توصيات خاصة بدوائر العلاقات العامة:

1. الاهتمام بإجراء البحوث المختلفة والاستفادة من الخبرات الاكاديمية المتوفرة من خلال تشكيل فريق عمل بعضوية بعض اعضاء الهيئة التدريسية لتنفيذ الابحاث المختلفة وخاصة قياس الرأي العام بصفة مستمرة وعرض النتائج على الإدارة العليا والعمل على تحسين وتدعيم صورة الجامعة .
2. الاهتمام بالجمهور الداخلي للجامعة من طلاب على اختلاف تخصصاتهم والعمل على التواصل معهم وتوفير كافة الفرص لتطويرهم واستقطاب المنح المختلفة والسعي نحو توقيع اتفاقيات تعاون مع جامعات عالمية واخرى على مستوى الوطن العربي للاستفادة من التخصصات المختلفة ورفد المجتمع بمؤهلات جديدة و متميزة .
3. الاهتمام بالموظفين وإقامة علاقات إنسانية واجتماعية تربط موظفي الجامعة والعمل على توطيد هذه العلاقات مثل الحفلات التعريفية, النشاطات الترفيهية, تقديم الهدايا, المشاركة في المناسبات الاجتماعية.
4. السعي نحو تبادل الخبرات المختلفة على المستويين الاكاديمي والاداري وتطوير الكادر والاستفادة منهم من خلال التنسيق للتبادل وتنظيم الزيارات المختلفة بين الجامعات و المراكز التدريبية على مستوى الوطن و العالم.

ثالثاً: توصيات خاصة بالأبحاث المستقبلية

إجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تتناول العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في موضوعات التخطيط ببرامجها وأنشطتها وفعاليتها، العلاقات العامة كمعيار للميزة التنافسية، وغيرها من المواضيع المختلفة.

قائمة المصادر و المراجع

✓ الكتب:

1. أحمد, عبد المحسن بدوي, العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية و دعم تنسيقها مع وسائل الإعلام, الرياض, 2006 .
2. برغوث, علي. "العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عملية", 2007.
3. تهامي. مختار و الداوقى. إبراهيم, "مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية". دار المعرفة 1980
4. جحني, علي بن فايز. "مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية", الرياض. جامعة نايف العربية للعلوم الامنية, الطبعة الاولى, 2006 .
5. جرادات, وآخرون. "أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق" دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع, الاردن, عمان. 2009.
6. جودة, محفوظ أحمد, إدارة العلاقات العامة, مفاهيم وممارسات. مؤسسة زهران للنشر و التوزيع, 1997.
7. الجوهر, محمد ناجي. "وسائل الاتصال في العلاقات العامة", ط1, مكتبة الرائد, عمان الأردن, 2000.
8. حسين. صلاح الدين, التخطيط الاستراتيجي للبرامج الخاصة بالحملات الفعالة للعلاقات العامة. مترجمة عن لوري ج. ويلسون. دار الرضا للنشر, سوريا. 2006.
9. حلوة, محمد فوزي. العلاقات الإدارية سلوك و مهارات. مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع, عمان, الأردن. 2007.

10. الخزامي، عبدالحكيم أحمد. دليل العلاقات العامة مرجع عملي شامل. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة، 2004. (تأليف السون فيك)
11. الخزامي . عبد الحكيم " الأساليب الحديثة للعلاقات العامة و التسويق "، تأليف دايفيد سكوت كتاب مترجم، دار الاكاديمية للعلوم، 2010.
12. الخطيب، سعادة راغب. "المدخل إلى العلاقات العامة" دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2000.
13. سالم وآخرون. المفاهيم الإدارية الحديثة، مركز الكتب الاردني، ط4، 1992.
14. الشامي. لبنان هاتف. العلاقات العامة "المبادئ و الأسس العلمية" ، ط2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. عمان. 2002.
15. الشواف، سعيد، قياس متغيرات الفاعلية التنظيمية : إطار مقترح ، الادارة العامة، العدد 61، فبراير 1989.
16. الشبخلي، وآخرون. "العلاقات العامة"، الطبعة الثانية، 1986 .
17. شبيبة. شدوان علي، "العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق". المعرفة الجامعية. 2008.
18. عجوة. علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة عالم الكتب، القاهرة، 1977.
19. العمري، إبراهيم. "السلوك الإداري والعلاقات العامة". دار الجامعات المصرية، الاسكندرية. 1976.
20. علي عجوة. العلاقات العامة و الصورة الذهنية"
21. غانم، حجاج ، "الإحصاء التربوي يدويًا وباستخدام SPSS" ، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة ، 2008.

22. الصحن, محمد فريد, "العلاقات العامة المبادئ والتطبيق", الدار الجامعية, الاسكندرية, مصر, ط1, 2003.
23. الصرايرة, محمد نجيب, العلاقات العامة الأسس و المبادئ مكتبة الرائد, عمان الاردن 2001.
24. ظاهر. أحمد جمال, تظريات في العلاقات العامة "دار الشروق جدة 1978
25. فرج, عصام الدين اقتصاديات وإدارة الاعمال," دار النهضة العربية القاهرة ط2, 2009
26. الفقيه, شادي علي. العلاقات العامة, السلسلة الادارية الحديثة. دار نوبليس, بيروت, لبنان, 2005.
27. المصري, محمد عصام. أساسيات إدارة العلاقات العامة مكتبة عين شمس.
28. هنسلو, فيليب. العلاقات العامة, دار الفاروق للنشر والتوزيع, مصر, ط2 المترجمة, 2006.

✓ الأبحاث:

29. برغوث, علي نور العلاقات العامة في إدارة الأزمات". 2005
30. عوض, فالح بدر. واخرون, مهارات العاملين في العلاقات العامة في عصر العولمة. 2005, القاهرة.
31. قيراط, محمد. "ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة: المعوقات التنظيمية, المشاكل الهيكلية وأفاق المستقبل". كلية الاتصال. جامعة الشارقة. الامارات العربية المتحدة. 2005
32. الموسوي, محمد جاسم فليحي. "العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات". المجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك. 2001.

✓ المؤتمرات العلمية:

33. برغوث، علي. "الوظائف المستحدثة للعلاقات العامة في ضوء العولمة وثورة

المعلومات" مؤتمر العلاقات العامة في ظل ثورة المعلومات، جامعة الشارقة، 2004.

✓ الرسائل العلمية:

34. أبو خاطر، خالد تطوير إدارات العلاقات العامة في التعليم الجامعي الفلسطيني في ضوء

الأبعاد التنظيمية" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس، برنامج الدراسات

العليا المشترك مع جامعة الاقصى-غزة، 2001.

35. الزيود، صالح سليمان، "تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من وجهة

نظر موظفيها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، 2001

36. أبو سليم، شذا، "مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لاهدافها في الكليات التقنية بمحافظات

غزة من وجهة نظر العاملين"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية، فلسطين،

غزة، 2006 .

37. الشماخي، خميس بن عبدالله بن علي تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في سلطنة

عمان"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ال البيت، 2001

38. الفرد، جبران بن هيف، "تقويم برامج العلاقات العامة في ضوء أهدافها -دراسة ميدانية على

وزارة الداخلية وأجهزتها بالمملكة العربية السعودية- " أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، معهد

الدراسات العليا، برنامج الماجستير في العلوم الإدارية، 2000.

39. الفيشاني، عبدالملك هلال أحمد، " تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية

في الجمهورية اليمنية-دراسة ميدانية-" رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، 2000.

40. القضاة, عمر علي, "تقييم نشاط وواقع وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في المملكة الأردنية الهاشمية", رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة مؤتة, الاردن, 2004.

41. محافظة.. زياد أحمد. العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الأردنية. 1997

42. المطيري. محمد بن صقر عقاب, دور العلاقات العامة في تسويق العمل الإجتماعي-دراسة حالة على مركز الأمير سليمان الإجتماعي بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية "رسالة ماجستير ,الجامعة الاردنية, 2002

✓ التقارير و النشرات:

43. دليل الطالب-جامعة بولتكنيك فلسطين 2010

44. الصفحة الإلكترونية الخاصة بدائرة العلاقات العامة في جامعة الخليل

www.hebron.edu

45. النشرة التعريفية لدائرة العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية. عبر الموقع الالكتروني

www.aauj.edu

46. النشرة التعريفية لدائرة العلاقات العامة في جامعة فلسطين التقنية عبر الموقع الالكتروني

www.paltec.edu للجامعة

47. النشرة الخاصة بدائرة العلاقات العامة لجامعة النجاح الوطنية. عبر الموقع الالكتروني

www.naja.edu

48. النشرة التعريفية لدائرة العلاقات العامة في جامعة القدس المفتوحة عبر الموقع الالكتروني

www.qou.edu

49. وزارة التربية و التعليم العالي, الدليل الإحصائي السنوي 2007|2008 لمؤسسات التعليم

العالي الفلسطيني. رام الله, فلسطين.

✓ المراجع الاجنبية:

• **BOOKs:**

50. Guth.david and marsh,charles “Public relations a values driven approach”fourth edition 2009.

51.Seitel.P Fraser.”the practice of public relations” pearson education ,tenth edtion,2007.

• **Dissertations**

52.Coskun ,Nurcin,“importance of Ethical Public Relations in Non-profit Organizations”. A thesis submitted to Auckland University of Technology In partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Communication Studies (MCS) 2007

53.Wilson, Terry Angelo” The Role of Communication Messages and Public Relations Strategies, In the Higher Education “Public Good” Debate: A Study of Four Public Research Universities”
Terry Angelo Wilson, for the Degree of Doctor of PhilosophyThe University of Texas at Austin May, 2009

• **Journals And Periodicals:**

54. Albright, Bruce L” *Role of public relations in community colleges*.
business representative dissertation abstracts <university of Idaho
U.S.A 1990
55. Halstead. Carol P):”*Assessing the performance of the public relations office*”. new directions for institutional research volume
198 issue 41 . 1987
56. Freitag. R Alan. and Duthler. Gaelle Picherit-.” *A Hierarchical Model for Employee Benefits Communication Based on Media Richness Theory*” Public Relations Journal Vol. 2, No. 1, Winter
2008.
57. Kang. Seok and Norton .Hanna. “*Colleges and universities’ use of the World Wide Web: A public relations tool for the digital age*”.,,
Public Relations Review 32 (2006) 426–428.science direct.
58. Fall.Lisa and Hughes .Jeremy:” *Reflections of Perceptions: Measuring the Effects Public Relations Education has on Non-majors’ Attitudes Toward the Discipline*”. Public Relations Journal
Vol. 3, No. 2, Public Relations Society of America . Spring 2009
59. Macnamara.jim.” *Research in Public RelationsA review of the use of evaluation and formative research*”public relation review.2006

60. Patterson Suzanna. "Examining the role of women in the development of public relations". Public Relations Journal Vol. 3, No. 1, Winter 2009 Public Relations Society of America..2009.
61. Ston, N. "How to manage public relations: practical guideline for effective PR management". New York, MacGraw hill book company.1997.
62. W. Pickard. "The Relation of the Universities to Public Administration" quoted from the Joint Memorandum of the Provincial Universities.1999.
63. Vianovich, John "Managing for performance" Business publications Inc, Texas, 1986.
64. Weissmann, Klaus. And Christian Scheucher. "Public relations for public affairs". Journal of Public Affairs Volume 1 Number 1.2000.

الملاحق

قائمة بأسماء المحكمين:

الرقم	الاسم	الرتبة العلمية	مكان العمل
1.	د.راتب الجعبري	أستاذ مساعد	عضة هيئة تدريس-جامعة الخليل
2.	د.شريف ابو كرش	أستاذ مساعد	عميد كلية الادارة و التمويل جامعة الخليل سابقا.
3.	د.سمير ابوزنيد	أستاذ مشارك	نائب محافظ محافظة الخليل-جامعة الخليل
4.	د.نمر ابو هرة	استاذ مشارك	مدير العلاقات العامة-جامعة الخليل
5.	د.محمد حسونة	استاذ مساعد	عضو هيئة تدريس-جامعة بولتكنيك فلسطين
6.	د.احمد حماد	استاذ مساعد	الجامعة الاسلامية في غزة
7.	د.سهيل سلطان	استاذ مساعد	مدير دائرة العلاقات العامة والتخطيط والتطوير - جامعة بوليتكنك فلسطين
8.	أ.ايمن سلطان	ماجستير	مدير مركز اصداقاء فوزي كعوش.نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع
9.	أ. يحيى الكرجه	ماجستير	عضو هيئة تدريس-جامعة الخليل
10.	أ.نعيم الداغور	بكالوريوس	مدير مكتب رئيس الجامعة-جامعة الخليل
11.	أ.سعدية سلطان	ماجستير	عضو هيئة تدريس -جامعة بولتكنيك فلسطين
12.	أ.دينا القدسي	ماجستير	عضو هيئة تدريس -جامعة بولتكنيك فلسطين
13.	رائد عمرو	بكالوريوس	محلل احصائي
14.	ربا سنقرط	بكالوريوس	موظف في دائرة العلاقات العامة-جامعة بولتكنيك فلسطين

ملحق رقم (2)

الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الخليل

كلية الدراسات العليا و البحث العلمي

برنامج ماجستير إدارة الأعمال

حضرة السيد/رئيس الجامعة المحترم.

حضرة السيد/النائب الاكاديمي المحترم.

حضرة السيد/النائب الاداري المحترم.

حضرة السادة/موظفو دائرة العلاقات العامة المحترمين.

تقوم الباحثه باجراء دراسة ميدانية بعنوان " واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية ". وذلك لاتمام متطلبات برنامج الماجستير في إدارة الأعمال . بإشراف الدكتور راتب الجعبري . ارجو من حضرتكم التكرم بقراءة العبارات بدقة والإجابة عليها بموضوعية. علما بأن المعلومات التي ستدلون بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شكرا لحسن تعاونكم,,,

الباحثة

ورود عثمان شرياتي

للاستفسار عن اي بند من بنود الاستمارة يمكن الاتصال مع الباحثة بدون تردد وذلك على الرقم(0599769961)

القسم الاول:

البيانات الشخصية:

ارجو وضع اشارة X في المربع المناسب.

1. الجنس: ذكر نثى
2. العمر:
3. المؤهل العلمي: دكتوراه ماجستير بكالوريوس دكتوراه ماجستير بكالوريوس
4. التخصص: لميزي(لغات) علوم ادارية علاقات عامة علاقات عامة علاقات عامة
5. الجامعة التي تعمل بها:
6. المسمى الوظيفي:

القسم الثاني:

واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعة التي تعمل بها:

يهدف هذا القسم الى جمع معلومات حول واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعة التي تعمل بها.

ارجو ابداء الراي حول كل عبارة من العبارات التالية بوضع اشارة X مقابل الاجابة التي تتوافق مع اختيارك من وجهة نظرك.

المحور الاول

دور دائرة العلاقات العامة في الجامعة في التنسيق مع المجتمع المحلي.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					1. تعتبر دائرة العلاقات العامة حلقة الوصل ما بين الجامعة و المجتمع المحلي.
					2. تُقيم دائرة العلاقات العامة أنشطة ثقافية.
					3. تُقيم دائرة العلاقات العامة أنشطة فنية ورياضية.
					4. تُستقبل دائرة العلاقات العامة الوفود و تنظم الزيارات.
					5. تتابع دائرة العلاقات العامة كافة الكتيبات /النشرات الخاصة بالجامعة.
					6. دائرة العلاقات العامة الناطق الرسمي والاعلامي باسم الجامعة امام المؤسسات الصحفية
					7. تتابع دائرة العلاقات العامة المعلومات التي تنشر عن الجامعة في وسائل الاعلام.
					8. تسهل دائرة العلاقات العامة حصول المعنيين على المعلومات المتعلقة في الجامعة وتساعد على توفيرها.
					9. تقوم دائرة العلاقات العامة بجمع المعلومات الصادرة عن اجهزة الاعلام المختلفة و المتعلقة بالجامعة.
					10. تقدم دائرة العلاقات العامة تقرير بما تم نشره عن الجامعة وتتولى مسؤولية اعلام المعنيين بها.
					11. تساعد دائرة العلاقات العامة في اعطاء صورة ايجابية عن الجامعة في اذهان الجماهير المختلفة.
					12. تقوم دائرة العلاقات العامة بجمع البيانات والمعلومات من البيئة الخارجية.
					13. تُستخدم دائرة العلاقات العامة وسائل اتصال مختلفة للوصول الى أكبر قدر ممكن من الجمهور الخارجي.
					14. يتم نشر كافة الاخبار عن الجامعة في الصحف اليومية بالجامعة.
					15. تمتلك دائرة العلاقات العامة صفحة الكترونية خاصة عبر الموقع الالكتروني للجامعة لتغطية كافة نشاطاتها.

المحور الثاني:

دور دائرة العلاقات العامة في الجامعة في التنسيق مع المؤسسات الأكاديمية.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					1. تُساهم دائرة العلاقات العامة في تغطية (المؤتمرات/ الندوات/ ورشات العمل) التي تنظمها الجامعة.
					2. تسعى دائرة العلاقات العامة في خلق فرص تدريبية لتلبية احتياجات الموظفين.
					3. يوجد تبادل بين الجامعات على مستوى اعضاء الكادر الاكاديمي.
					4. يوجد تبادل بين الجامعات على مستوى اعضاء الكادرين الاداري.
					5. تُنسّق دائرة العلاقات العامة في عملية التبادل الطلابي.
					6. تُساهم دائرة العلاقات العامة في إيجاد فرص لتبادل الخبرات التدريسية المتوفرة داخليا و خارجيا.
					7. تسعى دائرة العلاقات العامة الى توفير عدد من المنح لطلبة الجامعة وموظفيها.
					8. تسعى دائرة العلاقات العامة لترويج برامج أكاديمية مشتركة متنوعه على مستوى الوطن.

المحور الثالث:

دور دائرة العلاقات العامة في الجامعة مع المؤسسات المانحة.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					1. تساهم دائرة العلاقات العامة في توفير الدعم الكافي لاجراء المشاريع البحثية في الجامعة.
					2. تسعى دائرة العلاقات العامة الى توفير الدعم اللازم لانجاز مشاريع البنية التحتية و تطوير مرافق الجامعة.
					3. تُستقطب دائرة العلاقات العامة فرص التدريب المختلفة المتوفرة من الجهات المانحة و تقدمها لمن يستحقها.
					4. تحافظ دائرة العلاقات العامة على علاقات جيدة مع الجهات المانحة لاجتذاب المشاريع المختلفة.
					5. يوجد معايير واضحة وشفافة في عملية ترشيح الطلبة / الموظفين للحصول على منح تعليمية.

المحور الرابع:

(دور دائرة العلاقات العامة مع المجتمع الداخلي للجامعة).

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					1. تُصدر دائرة العلاقات العامة نشرات داخلية ودورية تغطي اخبار موظفي الجامعة.
					2. تُشارك دائرة العلاقات العامة في المؤتمرات والانشطة اللامنهجية التي تقوم بها كليات الجامعة.
					3. تستقبل وتتابع دائرة العلاقات العامة الشكاوي والانتقادات من موظفي الجامعة.
					4. تُنظم دائرة العلاقات العامة حفلات تعريفية لموظفي الجامعة.
					5. تستعين دائرة العلاقات العامة بخبرات المدرسين في اعداد الخطط و تنفيذها.
					6. تُشرك دائرة العلاقات العامة اعضاء الهيئة التدريسية ذوي الاختصاص في اعداد الابحاث التي تجريها.
					7. يتم الاتصال ما بين موظفي الجامعة ودائرة العلاقات العامة عن طريق استخدام البريد الالكتروني.
					8. يقع على عاتق دائرة العلاقات العامة في الجامعة مسؤولية التواصل مع خريجي الجامعة.

المحور الخامس:

واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعة (الواقع التنظيمي والاداري).

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					1. تتبع غايات دائرة العلاقات العامة من اهداف ورؤية وسياسة الجامعة.
					2. تُنيط المسؤولية النهائية لدائرة العلاقات العامة بمديرها.
					3. تتبع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الى رئيس الجامعة.
					4. مدير دائرة العلاقات العامة اول من يعرف عن الاحداث الهامة في الجامعة .
					5. يوجد قناعة لدى الادارة العليا باهمية الدور المنوط لدائرة العلاقات العامة.
					6. يوجد تداخل بين الانشطة التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة وبين جهات اخرى داخل الجامعة.
					7. تتوفر لدى دائرة العلاقات العامة الموارد البشرية المختصة لانجاز انشطتها بكفاءة.
					8. تتوفر لدى دائرة العلاقات العامة الامكانيات المادية اللازمة لانجاز انشطتها بكفاءة.
					9. تنظم دائرة العلاقات العامة برامج تدريبية خاصة بموظفيها لصقل مهاراتهم.
					10. من مهام دائرة العلاقات العامة مشاركة ادارة الجامعة في وضع الخطط على جميع المستويات.
					11. لدائرة العلاقات العامة خطة عمل سنوية تسعى لتنفيذها.
					12. خطة عمل الدائرة واقعية و ممكنة التطبيق مقارنة مع امكانياتها المادية والبشرية.
					13. تسعى دائرة العلاقات العامة من خلال الابحاث لتصحيح الانطباع السيئ عن الجامعة.
					14. تمتاز الابحاث التي تجريها دائرة العلاقات العامة بالاستمرارية.
					15. تُستخدم دائرة العلاقات العامة منهج البحث العلمي في اجراء ابحاثها.
					16. تتم عملية تقييم أنشطة دائرة العلاقات العامة بصورة دورية.
					17. تتم عملية تقييم أنشطة دائرة العلاقات العامة بناء على معايير واضحة.
					18. يوجد صعوبة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة تعزى لعدم وجود اهداف محددة /صعوبة القياس .
					19. توجد صعوبة في تقييم الأنشطة الخاصة بدائرة العلاقات العامة تعزى لعدم وجود اشخاص متخصصين في عملية التقييم
					20. يوجد نظام معلوماتي خاص بدائرة العلاقات العامة في الجامعة.

القسم الثالث:

دائرة العلاقات العامة في الجامعة و موظفيها:

ارجو الاجابة على الاسئلة التالية فقط من قبل مدير /موظف دائرة العلاقات العامة:

1. عدد الدورات التدريبية التي حصلت عليها ولها علاقة بادارة العلاقات العامة:.....
2. سنوات الخبرة في مجال العلاقات العامة:

□ 11 سنة
□ 1 سنة فاكثر

□ 2-6 سنوات
□ 1 سنة فاكثر

3. رتب استخدام وسائل الاتصال حسب ما تراه مناسباً (1 اكثر تكرار, 2 اقل....الخ)

6. زيارات	
7. اقامة معارض ومؤتمرات وندوات	
8. الاذاعة	
9. التلفاز	

1. الصحف اليومية	
2. مجلات عامة	
3. مجلات خاصة بالجامعة	
4. اتصال هاتفي	
5. انترنت	

4. ما هي اهم المهارات و المعارف التي تحتاجها للقيام بعملك بصورة كفؤه؟

..... 1
..... 2
..... 3
..... 4
..... 5

5. ما هي المشاكل و المعوقات التي تحول دون ممارسة دائرة العلاقات العامة لانشطتها؟

..... 1
..... 2
..... 3
..... 4
..... 5

4. ماهي اهم الاقتراحات والتوصيات التي توصي بها لتحسين اداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة التي تعمل بها؟

..... 1
..... 2
..... 3
..... 4
..... 5

شكرا لحسن تعاونكم...