

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علم الاجتماع

آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة  
-دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بكلية العلوم الإنسانية  
والاجتماعية-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع العلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

بغول زهير

من إعداد الطالب:

بوغولة مفيد

أعضاء لجنة المناقشة:

1-د/زهير بغول: أستاذ محاضر جامعة محمد الصديق بن يحيى تاسوست مشرف ومقرر

2-كواهي الربيع: رئيسا

3-بن يحيى سهام: عضوا مناقشا

تاريخ المناقشة: 2015/05/23

السنة الجامعية: 2015/2014

## الإهداء:

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أعز كاتنتين وأغلاهما عندي أبي محمود وأمي رحيمة اللذان أنفقا علي النفيس والغالي.

إلى أخي حمزة وأختي وفاء اللذان مدا لي يد العون.

إلى إخوتي وأخواتي: وحيد، إسمهان، يسرى.

إلى صديقي العزيز "طبال بلال" و"شوقي بالعمري" اللذان ساعداني في كتابة هذه المذكرة.

إلى كل أصدقائي الأعزاء الذين لم أذكرهم وإلى أساتذتي الكرام.

إلى كل زملائي بالجامعة.

أهدي ثمرة جهدي إلى من كان لي عوناً في حياتي ومشواري الدراسي بالجامعة, بل أهديتها أيضاً إلى الجميع سائلاً الله عز وجل التوفيق.

## شكر وتقدير:

بداية أشكر الله سبحانه وتعالى الذي أعانني على كتابة هذا البحث في مجال علم الاجتماع العلاقات العامة ، وأتقدم بخالص الشكر إلى جامعة"محمد الصديق بن يحي" بناسوست ولاية جيجل حيث كان لي الشرف أن أكون من طلابها، كما أخص بالشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف"بغول زهير" الذي لم يبخل علي بأي نصح أو توجيه طيلة كتابة هذا البحث.

أيضا أشكر أساتذتي الكرام والمتواضعين الأستاذة"بن يحي سهام"والأستاذ"عباسي يزيد" والأستاذ "بواب رضوان"، والذين كان لهم الفضل بعد الله سبحانه وتعالى في إنجاز هذا العمل، ولما بذلوه معي أيضا من جهد ونصح وتوجيه فجزاهم الله خير جزاء وأمد في عمرهم وزادهم بسطة في العلم.

كما أشكر أيضا الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة وأعضاء لجنة التحكيم على جهدهم وتوجيهاتهم.

وفي الأخير أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لكل من ساهم وساعد على إنجاز وإتمام هذه الدراسة من قريب أو بعيد ومنهم الطلبة الذين أجريت عليهم دراستي.

وأخر دعواي أن الحمد لله رب العالمين.

بوغولة مفيد.

# الباب الأول: الجانب النظري للدراسة

**مقدمة :** لقد شهدت العلاقات العامة تطورات عديدة ومتلاحقة بدأت في الستينات من القرن 20 للتطور التكنولوجي والمعلوماتي الهائل، فعلى الرغم من كونها نشاطا قديما قدم الإنسان فقد نشأت بظهور التجمعات البشرية، كما أنها تطورت بتطور أنماط وصور الحياة المختلفة، أما عن مفهوم هذا المصطلح فلم يظهر إلا حديثا واتضح لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن 19م، وجاء ذلك في محاضرة ألقاها محامي نيويورك واسمه "دورمان إيبنتون" في كلية الحقوق في جامعة "بيل" في بداية عام 1882م، استخدم علم "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية"، وفي عام 1908م استخدم "تيودور فيل" رئيس "شركة التيليفون والتليغراف الأهلية" هذا المصطلح لأول مرة على رأس تقرير الشركة.

ويحدد بعض مؤرخي العلاقات العامة بأن الاستخدام العلمي لها لم يظهر إلا مع أواخر القرن 19م والبدايات الأولى للقرن 20م نتيجة لتقدم الصناعة وظهور الشركات والمؤسسات الصحفية واستخدام التكنولوجيا والعمالة الكثيفة. وبعد "إيفي لي" أول رواد العلاقات العامة وهو صحفي عمل كمستشار للعلاقات العامة في عام 1903م وذلك في إحدى مؤسسات الفحم، حيث كان هناك خلاف قائم بين الإدارة والعمال وعمالها هددوا بالإضراب، ولذلك تدخل "إيفي لي" لحل الخلاف وإعادة الانسجام بين الطرفين باستخدام أساليب الإقناع، كما عمل "إدوارد بيرنيز" في كتابه "بلورة الرأي العام المعاصر" على وضع أسس ومبادئ العلاقات العامة وكيفية تطوير هذه المهنة داخل المؤسسات التنظيمية بمختلف أنواعها.

وقد كانت الو.م.أ والدول الأوروبية السبابة لتبني هذه المهنة أو الوظيفة وفتح أبواب مختلف المؤسسات لها وإعطائها المكان الذي تستحقه، حيث اعتبرت عصب المؤسسة ومهنة العصر، كما فتحت معاهد وجامعات لتدريس علم العلاقات العامة، وأصدرت مواثيق وديساتير أخلاقية لهاته المهنة، فلا تخلوا أي مؤسسة مهما كانت طبيعتها من قسم أو مصلحة خاصة بالعم، في حين كانت نظرة الدول العربية والإفريقية محتشمة نوعا ما، إذ مازالت مهنة العم يعتبرها الإبهام والغموض، فهي عندهم تعتبر مهنة ضبابية ومشتتة ومتداخلة مع المهن والوظائف الأخرى، حيث أن ممارسة هذه المهنة تكون شبه منعدمة، ولا تكون إلا من خلال بعض عمليات التسويق، وقد يكون ذلك راجع إلى ضيق الفترة الزمنية لتطورها في هذه الدول مقارنة بالغرب، لأنها كانت تعيش تحت حقبة الاستعمار، سواء من خلال إدراجها كتخصص علمي أو من خلال ممارستها، وقد يرجع ذلك أيضا إلى الطبيعة اللغوية للمؤسسة حيث كان المدير يتحكم في كل الأمور ليلقي بذلك دور القائم بالعم الذي يختار من أن يأتي بعد المدير ويكون مستشاره الأول.

ولقد كانت الجزائر أنموذجاً للدول العربية التي تعتبر فيها العلاقات العامة أكبر مشكل تواجهه، فهذه المهنة من أكثر المهن التي قد أسئ فهمها، كما أنها قد هيمنت على معظم المؤسسات الجزائرية، إذ لم تلق الاهتمام الذي تستحقه ولم تفتح لها أقسام ومصالح خاصة بها، حتى أننا قد لا نجد لها في بعض هذه المؤسسات، وهذا ما يدل على أن هناك تغييب لثقافة استخدام هذا العلم في بعض من مؤسساتنا العامة والخاصة، فهي لا تمتلك الجرأة والشجاعة الكافيتين من أجل تخصيص ميزانية خاصة تصرف على نشاطات العلاقات العامة، وكذلك إنشاء وتخصيص مصالح وأقسام للعلاقات العامة ولا حتى تكليف أخصائيين أو موظفين بإدارتها.

\* وتلعب العلاقات العامة دوراً هاماً في نشاط المؤسسة، بل أصبحت جزءاً لا يتجزأ من وظيفة المؤسسة، حتى أن نجاح الكثير من المؤسسات والمنظمات مرهون بقوة إدارة العلاقات العامة وتنظيمها وفعاليتها، إضافة إلى نظرة الجمهور بمختلف أنواعه والتي تزيد من قوة هذا النشاط أو تضعفه.

\* إن دور العلاقات العامة ومكانتها تختلف من مجتمع إلى آخر ومن نظام سياسي واقتصادي إلى آخر ومن زمن أو شخص إلى آخر، فمثلاً أن العلاقات العامة في مجتمع مثل الو.م.أ قد خضت خطوات جبارة وصلت إلى مرحلة التخطيط الإستراتيجي والمساهمة في صنع القرار، وفضلاً عن ذلك فإن المشرف على إدارة العلاقات العامة يأتي من حيث الهيكل التنظيمي والأهمية مباشرة بعد المدير العام للمؤسسة، وبالمقابل نجد أن ممارسة العلاقات العامة في معظم الدول النامية مازالت لم تتخطى مرحلة التعامل مع وسائل الإعلام والدعاية والإشهار للمؤسسة.

\* إن العلاقات العامة لها وزن ثقيل في الدول المتقدمة لأنها تحظى بانطباع إيجابي عنها في هذه الدول على عكس الدول المتخلفة التي تكون فيها العلاقات العامة ذا مكانة متدنية ومهمشة إلى حد إقصائها أحياناً أو نظراً لجهلهم بأهميتها.

\* وفي هذا السياق، نحاول التعرف على آراء الطلبة في وظيفة الع.ع، وهذا وفق خطة تضمنت بابين: الباب الأول تضمن مقدمة وثلاثة فصول، وبالنسبة للباب الثاني فقد تضمن فصلين وخاتمة.

فأما الباب الأول وهو الجانب النظري فاشتمل على ثلاث فصول وهي:

الفصل الأول المعنون ب: "الإطار المنهجي للدراسة" خصصناه للوقوف على تحديد الإشكالية وبيان أهميتها وعرض أسباب اختيار الموضوع وتحديد أهداف الدراسة وإبراز أهم المفاهيم الأساسية والفرعية المتعلقة بالإطار العام للدراسة، إضافة إلى عرض أهم الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع وفي الأخير اختيار

الفروض المناسبة للدراسة. أما الفصل الثاني من نفس الباب والجانب فقد تناولنا فيه ما يسمى "العلاقات العامة" وقد تضمن (05) خمسة عناصر وهي:

أهمية العلاقات القسم الأول والذي ضم: "ماهية العلاقات العامة" والتي شملت: مبادئ العلاقات العامة، وظائف العلاقات العامة، أهداف العلاقات العامة.

أما القسم الثاني فتناولنا فيه: علاقة مفهوم العلاقات العامة ببعض المفاهيم الأخرى المشابهة.

وبالنسبة للقسم الثالث فقد تضمن: أهم التحديات التي تواجه العلاقات العامة في المجتمعات النامية.

القسم الرابع تناول: أهم المشتغلون بالعلاقات العامة والمتطلبات التي يجب توافرها فيهم.

ثم تحدثنا في القسم الخامس والأخير من الفصل الثاني عن أهم المداخل النظرية في دراسة العلاقات العامة.

في حين تطرقنا في الفصل الثالث والأخير من الجانب النظري إلى ما عنوانه ب: "مجتمع الطلبة

والعلاقات العامة"، حيث تضمن عنصر "مجتمع الطلبة" خمسة عناصر وهي:

أولاً: حقوق وواجبات الطالب، ثانياً: السجل الأكاديمي للطلاب، ثالثاً: الضوابط السلوكية الطلابية،

رابعاً: التكيف الأكاديمي للطالب في الجامعة، خامساً: الطالب والفشل الأكاديمي، إضافة إلى العلاقة بينهما.

أما الباب الثاني وهو الجانب الميداني للدراسة فاشتمل على فصلين هما:

الفصل الرابع وخصصناه ل: "الإجراءات المنهجية للدراسة" من حيث مجالاتها الجغرافية والبشرية (بما فيها

مجتمع وعينة الدراسة سماتها) والزمنية، ثم أدوات جمع البيانات (كالاستمارة والوثائق والسجلات)، إضافة

إلى الأساليب التي استعملناها في المعالجة الإحصائية للبيانات والمعلومات، و في الأخير تطرقنا إلى

منهج الدراسة.

أما الفصل الخامس وهو آخر الفصول المتعلقة بالجانب الميداني للدراسة فقد خصصناه ل: "تحليل وتفسير

البيانات" وقد ضم ما يلي: تفرغ البيانات وتبويبها والتعليق عليها، النتائج العامة للدراسة في ضوء

الفرضيات، النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة، النتائج العامة للدراسة.

وبعد الانتهاء من كتابة الفصول الخمسة وتهميشها قمنا بتلخيص خاتمة لدراستنا قدمنا فيها مجموعة من

التوصيات وحددنا فيها أهم ما استخلصناه من الدراسة بشقيها النظري والميداني، كما قمنا بتدعيم مذكرتنا

بثلاث ملخصات للدراسة باللغة العربية والفرنسية والإنجليزية، إضافة إلى قائمة من المراجع ومجموعة من

الملاحق.

# الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد.

I. الإشكالية.

II. بيان أهمية الإشكالية.

III. أسباب اختيار الموضوع.

IV. أهداف الدراسة.

V. تحديد المفاهيم.

VI. الدراسات السابقة.

VII. الفرضيات.

خاتمة.



**تمهيد:** يعتبر تحديد الإطار المنهجي للدراسة أحد أهم العوامل الرئيسية في تصميم ونجاح أي بحث علمي، حيث أن التحديد الدقيق للإطار المنهجي للدراسة يساعد الباحث بشكل كبير على تحديد وضبط إشكالية البحث وكذلك الفرضيات بالإضافة إلى أنه يساعده على تحديد وضبط المفاهيم ومؤشراتها وأبعادها مما يسمح بعد ذلك باختيار المنهج والعينة الملائمتين وكذلك اختيار أدوات جمع البيانات المناسبة، وقد حاولنا في هذا الفصل شرح ماهية الإطار المنهجي المعتمد في الدراسة وذلك وفق العناصر الآتية:

-تحديد الإشكالية.

-بيان أهمية الإشكالية.

-أسباب اختيار الموضوع.

-أهداف الدراسة.

-تحديد المفاهيم.

-الدراسات السابقة.

- تحديد الفرضيات.

**1. الإشكالية:** \* إن توجهات مختلف الطلبة مثلا لدراسة تخصصات معينة تكون بناءا على رغبتهم فيها ونظرتهم إليها وعلى مكتسباتهم النظرية في هذه التخصصات والتي تجعلهم في النهاية إما مقبلين عليها ومهتمين بها وراغبين في دراستها أو غير مهتمين وغير راغبين ورافضين لها، وكذلك الأمر ينطبق بالنسبة لممارسة المهنة وممارسيها، فالفرد يمتحن ويدرس مهنة يكون له انطباع إيجابي عنها، وهذا يدل على أن مهنة العلاقات العامة تعد مهنة العصر والتي أصبحت ضرورة تفرضها الحياة المؤسساتية في أيامنا هذه.

و الجامعة باعتبارها مؤسسة بيداغوجية لا تخلو بها دائرة من دوائر العلاقات العامة والتي تعد حلقة الوصل التي تربطها بجماهيرها الداخلية والخارجية سواء مع الجامعات الأخرى أو مع الأساتذة والموظفين والعاملين بالمؤسسة الجامعية، وخصوصا الطلبة باعتبارهم من أهم الجماهير الموجودة في الجامعة والتي يجب أن تهتم بهم العلاقات العامة بهدف الحفاظ على علاقات جيدة سواء مع الطلبة المحليين في أثناء المرحلة الدراسية الجامعية أو الذين تخرجوا وانخرطوا في سوق العمل، ولا يتم ذلك إلا من خلال تقديم خدمات متنوعة لتحسين انتماءات الطلبة بجامعتهم وجعلهم يفتخرون بها أينما تواجدوا.

وباعتبار الطلبة الجامعيين هم محور دراستنا ، فهم يسعون إلى إقامة علاقات طيبة داخل الجامعة وإلى الاهتمام بمجال العلاقات العامة كتخصص، فالجامعة تسعى إلى تخريج طلبة متشبعين بثقافة ما ومنها ثقافة للعلاقات العامة وإيجاد مناصب خاصة لهم في نفس المجال والتخصص، وبالتالي فأذهان الطلبة لا تخلو من وجود أفكار وآراء أو مفاهيم نظرية أو انطباعات أو اتجاهات عن هذه الوظيفة سواء كانت إيجابية أم سلبية، لذلك فقد تعددت آراء الطلبة في هذه الوظيفة وتضاربت وكذلك طلبة الماستر والذين هم موضوع دراستنا.

وتتبلور إشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي: ما هي آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة؟

وتتدعم هذه الإشكالية بالتساؤلات الفرعية التالية:

- 1- هل هناك مفهوم واضح عن وظيفة العلاقات العامة لدى الطلبة؟.
- 2- ما طبيعة الانطباعات الذهنية لدى الطلبة حول وظيفة العلاقات العامة؟.
- 3- ما طبيعة اتجاهات الطلبة نحو الاهتمام بممارسة وظيفة العلاقات العامة؟.

II. بيان أهمية الإشكالية (موضوع الدراسة): يستمد هذا الموضوع أهميته من:

- 1- أهمية دراسة آراء الطلبة المختلفة المتشكلة عن وظيفة أو مهنة العلاقات العامة.
- 2- أهمية وظيفة أو مهنة العلاقات العامة باعتبارها مهنة العصر.
- 3- تعتبر هذه الدراسة محاولة في ظل غياب دراسات مشابهة لاستكشاف الآراء المتشكلة عن وظيفة أو مهنة العلاقات العامة.
- 4- هذه الدراسة تساعد في التأكيد على ضرورة الاهتمام بوظيفة أو مهنة العلاقات العامة.
- 5- تسمح لنا هذه الدراسة بالتعرف على ماهية العلاقات العامة وعلى ماهية آراء الطلبة ونظرتهم لمفهوم العلاقات العامة، ومدى إقبالهم واهتماماتهم أو رفضهم لهذه الوظيفة.

**III. أسباب اختيار الموضوع:** هناك أسباب عديدة لاختيار الموضوع يمكن حصرها في أسباب ذاتية وأسباب موضوعية:

**III-1- الأسباب الذاتية:**

أ- الرغبة في محاولة تكوين صورة تتسم بالوضوح والشفافية لموضوع آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة.

ب- القناعة الشخصية والرغبة بضرورة الخوض في مثل هذا الموضوع.

ج- الرغبة في إبراز أهمية آراء الطلبة لنشر وظيفة أو مهنة العلاقات العامة.

د- الرغبة في التعرف على نظرة مجتمع البحث لوظيفة أو مهنة العلاقات العامة.

هـ- أهمية موضوع الدراسة وجدته.

**III-2- الأسباب الموضوعية:**

أ- محاولة المساهمة في إنجاز دراسة علمية وإثراء البحث العلمي، وكذلك إثراء رصيدنا المعرفي ومكتبة جامعتنا بهذا النوع من الدراسات حتى يستفيد منها الطلبة مستقبلاً.

ب- قرب ودخول هذا الموضوع في تخصصنا وهو علم اجتماع العلاقات العامة، أي وجود علاقة وطيدة بين موضوع البحث وتخصصنا.

ج- قلة أو انعدام الدراسات السابقة والبحوث التي تتناول مثل هذا الموضوع.

**IV. أهداف الدراسة:** أي دراسة عملية تسعى لرصد حقائق نظرية عن الموضوع محل الدراسة والتأكد مبدئياً حسب طبيعة الموضوع، وذلك وفقاً للأهداف المسطرة من قبل الباحث، وعلى هذا الأساس تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- معرفة إن كان مفهوم وظيفة أو مهنة العلاقات العامة واضح أم مبهم لدى أفراد عينة الدراسة.
- 2- معرفة آراء وانطباعات أو طبيعة توجهات أفراد عينة الدراسة عن أو نحو وظيفة أو مهنة العلاقات العامة إن كان إيجابياً أم سلبياً.
- 3- الكشف عن المكانة التي تحظى بها وظيفة أو مهنة العلاقات العامة في مختلف أذهان أفراد عينة الدراسة.
- 4- محاولة جلب انتباه أفراد عينة الدراسة إلى الأهمية البالغة لدور العلاقات العامة في أية مؤسسة كانت وإبراز بعض الملامح المهمة للعلاقات العامة لهم.
- 5- محاولة رصد بعض آراء أفراد عينة الدراسة حول وظيفة أو مهنة العلاقات العامة والتعرف عليها.
- 6- الوصول إلى نتائج واقتراحات وتوصيات تفيد الجهات المعنية بما فيها المؤسسات تساهم في تعزيز نشاط العلاقات العامة أو الرفع من مستواها.
- 7- محاولة إزالة بعض من الغموض والإبهام الذي يكتنف مثل هذا النوع من المواضيع، ومحاولة الإحاطة بكل جوانبه، وكذلك ملاحظتنا المستمرة لوجود نظرة غامضة ومبهمّة حول وظيفة أو مهنة العلاقات العامة نظراً لتداخل الاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة وإدارات الأقسام الأخرى في المؤسسة.

## V. تحديد المفاهيم:

إن تحديد المفاهيم تعتبر مرحلة هامة تسمح للباحث بترك جميع محاولات التأويل والخيال الشخصي للقارئ، مما يسمح بالضبط المحكم والتدقيق في موضوع الدراسة العلمية، ونحن بالمفاهيم "آراء أو أفكار أو مجموعة معتقدات حول شيء معين، أو أسماء تطلق على الأشياء التي هي من صنف واحد، أو الأشياء التي تطلق على الصنف نفسه".<sup>1</sup> وتكمن أهمية تحديد المفاهيم في أنها تمكننا من تحديد المعاني المختلفة للمفهوم الواحد والتي تختلف من عالم لآخر، ومنه نستطيع أن نشق مفهوما إجرائيا يوفق بينها ويربطه بموضوع البحث، مما يساعد على تحقيق الغرض منه، كما أن تحديد المفاهيم يمكن من تكوين الفرضيات والنظريات التي تفسر فصول البحث من خلال هذه المفاهيم التي تعتبر مفتاح أي فرضية أو نظرية.

ولهذا يتوجب علينا أن نحدد بداية المفاهيم الأساسية التي لها صلة مباشرة بموضوع البحث، وتمثل المصطلحات الأساسية في بحثنا هذا في:

- الآراء
- الطلبة
- آراء الطلبة
- الوظيفة
- العلاقات العامة

قبل أن نتطرق إلى تعرف آراء الطلبة تجدر بنا الإشارة إلى الفرق بين الرأي وبعض المصطلحات كالحكم والاتجاه والسلوك، بالإضافة إلى الفرق بين الرأي الشخصي والخاص والجماعي والاجتماعي، مع الإشارة إلى مفهوم الرأي العام.

<sup>1</sup> Mitchell : a dictionary of sociology, routledge and keganpaul, London, 1993, P37.

## الفرق بين مصطلح الرأي وبعض المصطلحات:

-الرأي (**opinion**): هو التعبير الذي يستدل به الفرد على استجابة لسؤال عام مطروح عليه في موقف معين، أي أن الرأي هو وجهة نظر تتغير تبعا للمواقف المختلفة، وهو تعبير بالكلمات عن الاتجاه.

-الحكم (**Judgement**): فيتضمن الرأي الذي سبقته الدراسة العميقة للمبررات والأسباب الإيجابية والسلبية.

-الاتجاه: هو استعداد ذاتي للفعل أو لرد الفعل بطريقة معينة.

-السلوك: فهو مجموعة الوقائع المادية الصادرة عن الفرد وعلاقاته، وهو تعبير أيضا عن الاتجاه.

إن التعبير عن الاتجاه في شكل كلمات هو الرأي بعينهن ولكن ما يقوله الفرد يمكن أن لا يدل على حقيقة تفكيره، وقد برهنت التجارب أن الآراء الظاهرة قد تخفي الاتجاهات الحقيقية، وهناك فرق كبير بين الرأي الظاهر والاتجاه الحقيقي، فالرأي الظاهر يعبر عنه بالكلام، أما الاتجاه الحقيقي فيعبر عنه بالسلوك الواقعي.<sup>1</sup>

-الرأي الشخصي (**Personnel Opinion**): وهو الذي يكونه الفرد لنفسه في موضوع معين بعد تفكيره في هذا الموضوع، ويجاهر به دون أن يخشى شيئا.

-الرأي الخاص (**Opinion Private**): هو هذا الجزء من الرأي الشخصي الذي لا يجاهر به الشخص أمام الناس، ولكنه يحتفظ به لنفسه خشية أن يعرض نفسه للخطر أو خشية فقدان صديق أو منصب، وقد يبوح به الشخص لبعض المقربين إليه الذين يكتمون سره.

-الرأي الجماعي: هو رأي إما أن يكون مؤيدا أو محافظا أو معارضا، مثل التصويت في الانتخابات، أو استطلاعات الرأي اتجاه مسائل كثيرة مختلف عليها، مثل قضية التعاون بين الدول في إطار المنظمات الدولية والصيغ التي يمكن أن تتخذها، فهذا أمر ممكن أن تتباين الآراء حوله.

<sup>1</sup> كامل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام، ط1-ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2011-2012،

-الرأي الإجماعي: يكون حول مسائل غير قابلة للاختلاف، فلا يمكن مثلا أن يعد دوران الأرض حول الشمس مسألة قابلة للاختلاف لأنها حقيقة كونية معروفة لا يرقى إليها الشك.<sup>1</sup>

-الرأي العام: هو عملية رصد آراء مجموعة من الناس حول مسائل خلافية عامة مطروحة على بساط للمناقشة الحرة والمناظرة.<sup>2</sup>

هو الرأي السائد بين أغلبية الشعوب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها مسا مباشرا.<sup>3</sup>

### 1- الآراء:

أ- لغة: ومفردا "رأي"، والرأي حسب قاموس الهدى هو الاعتقاد أو ما اعتقده الإنسان، وهو أيضا الإصابة في التدبير.<sup>4</sup>

ب- اصطلاحا: الآراء تعني التعبيرات اللفظية أو الكتابية على الاتجاهات نحو ظاهرة أو مشكلة مثار الجدل والمناقشة.<sup>5</sup>

ج- التعريف الإجرائي: الآراء من وجهات النظر التي يعبر عنها تعبيرا خارجيا ومكشوفاً، أي أنها مجموعة من الاعتقادات والتعبيرات التي تتضمن الإعلان عن وجودها بواسطة ألفاظ أو رموز تسمح بفهم المشكلة أو الواقعة المثارة أو المعلن عنها.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 48-53.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 53.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 50-51.

<sup>4</sup> إبراهيم قلتي: قاموس الهدى، دار الهدى للنشر والتوزيع، عين مليلة-الجزائر، ص 239.

<sup>5</sup> جودة محفوظ: العلاقات العامة (مفهوم وممارسات)، دار الهلال ومؤسسة زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 1996، ص 65.



2- الطلبة:

(أ) - **التعريف النغوي:** هي الطلب أو السؤال.<sup>1</sup>

(ب) - **التعريف الاصطلاحي:** الطلبة أو المتعلمين، هم مجموعة من الأفراد الطالبين للمعرفة أو الدارسين في مؤسسة تعليمية، ولكن يطلب إطلاق هذا الاسم على من يدرس في الجامعات والكليات والمعاهد الدراسية العليا، بينما يطلب استخدام كلمة "تلميذ" على الأفراد الذين يدرسون في المدرسة الحديثة، وتلاميذ المدرسة هم طلاب للعلم أيضا، وتسمى الفتاة أثناء دراستها في الجامعة طالبة، وجمعها طالبات، وفي المدرسة تلميذة وجمعها تلميذات، ونفس الأمر ينطبق مع الفتى.<sup>2</sup>

ويعرف الطلبة وكذلك طلبة الجامعة بأنهم مجموعة من الأشخاص أو الأفراد الذين يتابعون دروسا في الجامعة أو أحد فروعها أو مؤسسة تعليمية مكافئة لها، وفي الغالب قد يكون هؤلاء الأشخاص قد انتهوا من الدراسة في أطوار سابقة تكون مستوياتها التعليمية على إحدى الشهادات الجامعية مثل: الليسانس، الماستر، الدكتوراه ... إلخ.<sup>3</sup>

(ج) - **المفهوم الإجرائي:** الطلبة هم مجموعة من الطالبين والطالبين الذين قد أنهوا دراستهم في الأطوار السابقة الأولى من المستوى الجامعي، ويغلب هذا المفهوم على الذين يدرسون في الجامعة من أجل الحصول على إحدى الشهادات الجامعية في سنة معينة، أما الذين يدرسون في مستويات أدنى من المستويات الجامعية في طلق عليهم مفهوم التلاميذ أو التلميذ، وهم أيضا طلاب للعلم.

(3) - **آراء الطلبة:** هي مجموعة من التعبيرات أو وجهات النظر التي يدلي بها أو يصرح بها عامة الطلبة لفظيا أو كتابيا أو رمزيا في فترة معينة نظير قضية مثارة أو موضوع مشترك يهمهم.

أما في مذكرتنا هذه سوف نأخذ طلبة الماستر كعينة لدراستنا، وهم مجموعة من الطالبين والطالبات في الجامعة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية أولى (1)+(2) ماستر في السنة الجامعية 2013/2014.

<sup>1</sup> قاموس المصطلحات الكنسية: الطلبة:لغة ،على البريد الإلكتروني:st-takla.org،تاريخ الدخول:04جانفي2014،على الساعة:08و20دقيقة.

<sup>2</sup> ويكيبيديا الموسوعة الحرة: مفهوم الطالب، على البريد الإلكتروني: www.wikipedia.org ،تاريخ الدخول: 04 جانفي 2014، على الساعة: 08و40 دقيقة.

<sup>3</sup> ويكيبيديا الموسوعة الحرة: مفهوم الطالب الجامعي، مرجع سابق ذكره، على الساعة: 08و59دقيقة.

وقبل أن نتطرق إلى تعريف وظيفة العلاقات العامة تجدر بنا الإشارة إلى الفرق بين المهنة والوظيفة والعمل.

**المهنة: لغة:** العمل، والعمل يحتاج إلى خبرة وممارسة.

**اصطلاحاً:** المهنة مجموعة من الأعمال المتشابهة تتطلب ممارسات معينة، يؤديها الفرد من خلال ممارسات تدريبية.

**الحرفة: لغة:** من الاحتراف، وهو الكسب.

**اصطلاحاً:** عمل يمارسه الإنسان يحتاج إلى تدريب قصير.

#### 4- الوظيفة:

(أ) - **التعريف اللغوي:** ما يقدر من عمل أو طعام أو رزق وغير ذلك في زمن معين، وتأتي بمعنى الخدمة المعينة.

(ب) - **التعريف الاصطلاحي:** هي وحدة من وحدات العمل، تتكون من عدة أنشطة مجتمعة مع بعضها في المضمون والشكل، ويمكن أن يقوم بها موظف واحد أو أكثر.<sup>1</sup>

يتفق فقهاء الإدارة على اختلاف المدارس التي ينتمون إليها على تعريف الوظيفة بأنها مجموعة من الواجبات والمسؤوليات، تحددها سلطة ذات اختصاص معين، وقد تكون الوظيفة شاغرة أو مشغولة بشخص واحد تعينه سلطة مختصة لتأدية واجبات ومسؤوليات هذه الوظيفة بصفة دائمة أو مؤقتة مقابل أجر محدد، ولا يتأثر مستوى الوظيفة في الهرم الإداري بكفاءة شاغلها وطريقة أدائه لعملها.<sup>2</sup>

**الوظيفة:** هي مجموعة من الواجبات والمسؤوليات التي يقوم بإنجازها فرد واحد، ولذا فهناك عدد من الوظائف بقدر عدد الأفراد وفي أية منظمة.

<sup>1</sup> عبد المغني الإدريسي: الحرفة والمهنة والوظيفة، 2009، على البريد الإلكتروني: [ejabat.google.com](http://ejabat.google.com)، تاريخ الدخول: 06 جانفي 2014، على الساعة: 09 و01 دقيقة.

<sup>2</sup> خالد بن حمد المالك: الموظف والوظيفة والمرتب، ط1، مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة، العدد 10554، 2001، على البريد الإلكتروني: [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)، تاريخ الدخول: 06 جانفي 2014، على الساعة: 09 و20 دقيقة.

أما العمل: فهو مجموعة من الوظائف المتشابهة الواجبات في إحدى المنظمات.<sup>1</sup>

(ج) - **التعريف الإجرائي للوظيفة:** هي مجموعة من الواجبات والمسؤوليات، أو هي وحدة من وحدات العمل، تحددها سلطة ذات اختصاص معين لشخص واحد تعيينه لأداء واجبات ومسؤوليات معينة بصفة دائمة أو مؤقتة، وقد تكون شاغرة أو مشغولة بشخص معين، أو هي مجموعة من الأنشطة المجتمعة مع بعضها البعض في الشكل والمضمون.

ومن خلال هذا نستطيع القول أن مجموع الواجبات هي وظيفة، ومجموع الوظائف المتشابهة هي مهنة، وأن مجموع الأعمال التي تحتاج إلى تدريب قصير هي حرفة.

#### 5- العلاقات العامة:

(أ) - **التعريف اللغوي:** هو مفهوم مركب من كلمتين: "العلاقات" و"العامة"، وهي كما أوردها المنجد الأدبي من المصدر "علائق"، وتعني حصيلة الروابط التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما والجمهور التي تتعامل معها.<sup>2</sup>

ولفظ "عامة" هي مؤنث مذكر "عام" وجمعه "عوام"، والعامة هي كل ما خالف الخاصة، ويقصد بها مجموعة الجماهير التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطاتها بالهيئة أو المنظمة أو الشركة.<sup>3</sup>

#### ب) - التعريف الاصطلاحي:

#### 1- تعاريف بعض الباحثين الغربيين:

\***تعريف "إيفي لي":** يعرفها بأنها "مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح وإعلام الناس بذلك، مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام، ونصح المؤسسات بتغيير خططها وتعديل سياستها كخدمة المصلحة العامة، ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2001، ص12.

<sup>2</sup> المنجد الأبجدي: ط8، دار المشرق، بيروت-لبنان، ص60.

<sup>3</sup> سمير حسين منصور: منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية (مصر)، 2005، ص12.

<sup>4</sup> جميل أحمد خضر: العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 1998، ص22.

ركز "إيفي لي" على الجانب الوظيفي للعلاقات العامة من خلال ثلاث نقاط أساسية:

**الجانب الإعلامي:** يتمثل هذا الجانب في قوله أن العلاقات العامة تعمل على إعلام الناس بأحوال المؤسسة.

- التركيز على وظيفتي البحث والتخطيط: وذلك عند إشارته إلى دراسات اتجاهات الرأي العام.

- ذكر الهدف الرئيسي للعلاقات العامة وهو خدمة المصالح العامة ومصصلحة المؤسسة في آن واحد، إلا أن ما يعاب على هذا التعريف هو تركيزه على الجانب الوظيفي وإهماله للجانب النظري للعلاقات العامة في كونها فلسفة إدارة بالدرجة الأولى، إضافة إلى عدم إشارته إلى ضرورة الحفاظ على العلاقات العامة، والمقصود بها الاستمرارية في تلميع صورتها.

\***تعريف "إدوارد بيرنيز":** يعرفها بأنها "محاولة كسب تأييد الرأي العام بالنسبة لنشاط أو قضية أو حركة أو مؤسسة وذلك عن طريق الإعلام والإقناع والتكيف"، ركز هذا التعريف على نقطتين أساسيتين هما:

- كسب جماهير المؤسسة في مجال العلاقات العامة.

- استعمال النشاط الإعلامي في مجال العلاقات العامة.

إلا أن العالم "بيرنيز" أهمل الجانب النظري للعلاقات العامة في كونها فلسفة إدارة، كما لم يشير إلى ضرورة المحافظة على العلاقة الطيبة مع جمهورها.

\***تعريف "كانفيلد ومور":** يعرفان العلاقات العامة على أنها "الفلسفة الإجتماعية للإدارة التي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور، وكسب ثقته وتفاهمه، وذلك باستخدام الاتصال في الاتجاهين بين الطرفين".<sup>1</sup>

- جمع هذا التعريف بين الجانب النظري للعلاقات العامة في كونها فلسفة إجتماعية للإدارة والجانب الوظيفي في قوله "من خلال أنشطتها المعلنة للجمهور"، كما تطرق إلى الهدف الرئيسي للعلاقات العامة في المؤسسات وهو تحقيق رضا الجمهور، إلا أن ما يعاب على هذا التعريف أنه أهمل ضرورة استمرارية التقييم والبحث وإقامة العلاقات الطيبة مع الجماهير.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق: ص 23-24.

<sup>2</sup> أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، جامعة الأزهر، القاهرة (مصر)، 1990، ص 50.

ب-(2)- تعاريف بعض الجمعيات والمعاهد والمجلات:

\*جمعية العلاقات العامة الأمريكية: عرفت العلاقات العامة بأنها "نشاط أو صناعة أو هيئة أو اتحاد أو حكومة أو مؤسسة أو أي مؤسسة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعلماء والموظفين أو المسلمين أو الجمهور بوجه عام لكي تطور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسة للمجتمع".<sup>1</sup>

هذا التعريف حدد أن العلاقات العامة لا تقوم بمجرد بناء علاقة سليمة مع الجمهور، إلا أنها تعمل أيضا على توطيد العلاقة واستمرارها كما تبين أنها نتيجة إلى كافة أنواع الجماهير دون استثناء.

\*تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة: تعرفها كما يلي: "العلاقات العامة هي وظيفة إدارية ذات طابع خاص ومستمر، تهدف من خلالها المؤسسة العامة والخاصة إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقسيم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق التعاون المستمر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة وكثرتها".<sup>2</sup>

ركز هذا التعريف على النقاط التالية:

- أن العلاقات العامة من بين الوظائف الإدارية التي تسعى لكسب تأييد الجماهير وثقتهم.
- عمل العلاقات العامة ليس مؤقتا بل هو عملية مستمرة باستمرار المؤسسة.
- قياس الرأي العام ضروري لأجل ضمان توازن برامجها وسياستها مع الجماهير المتعاملة معها، وبالتالي يمكن اعتبار هذا التعريف أنه قد استوفى أغلب العناصر الواجب توفرها في العلاقات العامة.<sup>3</sup>

أما المعهد البريطاني: فقد أوضح بأن العلاقات العامة هي: "الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها".

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي: المداخل الأساسية للع، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، 1995، ص32-33.

<sup>2</sup> جميل أحمد خضر: مرجع سابق ذكره، ص23.

<sup>3</sup> أحمد محمد المصري: مرجع سابق ذكره، ص51.

إلا أن هذا التعريف ينقصه التركيز والتحديد، فهو لا يتطرق إلى طبيعة تلك الجهود وعلى أي جهة من المؤسسة تقع مسؤوليتها، كما أنه لا يوضح المقصود بجماهير المؤسسة، لكنه بشكل عام يشتمل على مقومات الع، إذ أخذ ينظر الاعتبار أن الجهود الإدارية تتضمن من دون شك السعي إلى توفير سلع أو خدمات جيدة ترضي الجماهير، وقد أوضح التعريف ناحية هامة حينما أكد بأن نشاط العلاقات العامة هو نشاط مخطط وهادف.<sup>1</sup>

\*تعريف مجلة العلاقات الأمريكية: عرفت العلاقات العامة من خلال بحث ميداني قامت به بأنها: "وظيفة الإدارة التي تعمل على تحليل وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور، وربط سياسات وإجراءات المؤسسة مع الصالح العام، وتنفيذ برنامج للعمل والإعلام يهدف إلى كسب تفهم الجمهور للمؤسسة وتأييده لها".

لقد بسط هذا التعريف مفهوم العلاقات العامة ووضح وظائفها وحدد أهدافها، مؤكداً أن هذه الوظيفة من اختصاص الإدارة تنحصر في تقييم اتجاهات الرأي العام حتى يمكن رسم السياسات والخطط في ضوء هذا التقييم، وأنها تقوم بتخطيط برامج من شأنها الحصول على تأييد الجمهور وتعاونه.<sup>2</sup>

### ب-(3)- تعريف الباحثين العرب:

\*تعريف محمد محمود الجوهري: عرفها بقوله: "هي فن معاملة الجمهور وكسب تأييده ورضاه، أو هي الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجماهير وتحقيق المصلحة العامة".<sup>3</sup>

لقد أشار هذا التعريف إلى أن العلاقات العامة هي فن مخالف بذلك التعاريف السابقة التي قالت بأنها علم، غداً أن هذه الخاصية هي التي توصلها إلى رضا الجماهير عن المؤسسة، وقد أهمل كباقي التعاريف ما يلي:

- أن العلاقات العامة تهدف بصفة مستمرة إلى كسب تأييد ورضا الجماهير.
- أن العلاقات العامة تركز على تحقيق المصلحة العامة دون إهمال أهداف المؤسسة.

<sup>1</sup> عبد الناصر أحمد جرادان: لبنان، هاتف الشامى: أسس الع بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص18.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص20.

<sup>3</sup> محمد محمود الجوهري: الاتجاهات الجديدة في الع، ط1، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة(مصر)، 1971، ص125.

\*تعريف "إبراهيم إمام": يعرفها بقوله: "العلاقات العامة هي فن الحصول على رضا الجماهير وتأييدها وثقتها والوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافيين".

يتفق هذا التعريف مع تعريف محمود الجوهري، إذ يعتبر العلاقات العامة فنا يعتمد على وسائل الاتصال المناسبة، والطرق التفسيرية التي تتماشى وطبيعة الجماهير المتعامل معها.<sup>1</sup>

(ج)-المفهوم الإجرائي: العلاقات العامة مجال من مجالات الاتصال الجماهيري، وهي علم وفن ومهنة ووظيفة إدارية مستمرة ومخططة ومدروسة وهادفة، تقوم بها المؤسسة للإيصال ونشر المعلومات الصحيحة حول موضوع أو قضية والتي تهم الجماهير، وذلك عن طريق الاتصال والإقناع الفعالين من خلال وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، وعن طريق قياس اتجاهات الرأي العام من أجل كسب تأييد وتعاطف وثقة الجماهير الداخلية والخارجية المتعاملة معها.

<sup>1</sup> فخري حاسم نحري سلمان، عبد الرزاق إبراهيم، فضيلة صادق: العلاقات العامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد (العراق)، 1981، ص 33-17.

## VI. الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهم العناصر المعينة على حل مشكلة البحث لما لها من إسهامات سواء في التخطيط أو التوجيه أو ضبط المتغيرات...، كما أن الباحث يمكن أن يوظفها في حكم المقارنة أو الإثبات والنفي، فينطلق الباحث على أساس ما وصل إليه سابقه وهكذا دواليك.

وعلى الرغم مما يمكن أن يجنى من الدراسات السابقة إلا أنه لم يعثر على عدد كبير منها، ويعود الأمر في ذلك لجدة الموضوع في حد ذاته (آراء الطلبة نحو وظيفة الع) وندرة المصادر والمراجع التطبيقية ذات لا علاقة المباشرة بهذا الموضوع، لكن بالرغم من ذلك سنورد بعض الدراسات ذات الصلة بالموضوع والتي تم العثور عليها في حدود ما توفر لنا، أيضا تم إدراج دراسة عن اتجاهات نحو وظيفة الع باعتبار أن الاتجاه والرأي العام لهما نفس المكونات، وباعتبار المهنة تتضمن عدة وظائف فقد تم الاعتماد على هذه الدراسات بناء على الأهداف والنتائج.

### 1) الدراسة الأولى:

- عنوان الدراسة: "دور دوائر الع في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة"

أطروحة دكتوراه (قسم الع، كلية الصحافة والإعلام، جامعة لاهاي)

- صاحب الدراسة: "رافع أحمد أبو الزيت دراغمة"

- البلد: هولندا

- السنة: 2011<sup>1</sup>

### أ) العينة والمنهج:

أجرى الباحث دراسة منسحبة على عينة عمدية غير عشوائية قوامها جميع الطلبة المسجلين في الجامعات الفلسطينية الثلاث (أي اعتمد على عينة قوامها 47000 من الطلبة موزعين كالاتي: "20000" بجامعة بيرزيت و"7000" بجامعة النجاح الوطنية و"20000" بالجامعة الإسلامية) حيث قام الباحث

<sup>1</sup> رافع أحمد أبو الزيت دراغمة: دور دوائر الع في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة، أطروحة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في الع، كلية الصحافة والإعلام، جامعة لاهاي (هولندا)، 2011، ص01.



بالمقارنة بين الجامعات الفلسطينية الثلاث باستخدام المنهج الكمي بالدرجة الأولى من خلال مسح آراء المعنيين بها ثم المنهج الكيفي باعتبار هذه الدراسة وصفية، كما قام أيضا بتوزيع أداة الدراسة (الإستبانة) على عينة الدراسة والبالغة (800) استبانة وهي كالاتي (300) للجامعة الإسلامية (250) لجامعة النجاح الوطنية، (250) لجامعة بيرزيت خلال العام الدراسي 2008./2009<sup>1</sup>

#### ب) مشكلة الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الع الع في الجامعات الفلسطينية تجاه جمهور الطلبة، ومقارنته بين تلك الجامعات وذلك من خلال طرح التساؤلات التالية:

- هل تقوم دوائر الع الع في الجامعات الفلسطينية الثلاث بدورها المطلوب في استقطاب الطلبة الجدد وتشجيعهم للالتحاق بها، وفي بناء صورة إيجابية لدى الطلبة والحفاظ عليها في أثناء دراستهم الجامعية وكذلك بالنسبة للطلبة الخريجين؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما تقوم به الع الع في الجامعات الفلسطينية الثلاث في استقطاب طلبة الثانوية العامة وتشجيعهم للالتحاق بها عندما يقسم المبحوثون إلى متغير الجنس ومكان الإقامة والجامعة التي درس أو يدرس فيها؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات طلبة الجامعات عن الأدوار التي تقوم بها الع الع في الجامعات الفلسطينية الثلاث اتجاه خريجها عندما يقسم المبحوثون حسب الجنس والعمر وسنة التخرج والحالة الوظيفية.

#### ج) فرضيات الدراسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما تقوم به الع الع في الجامعات الفلسطينية الثلاث في استقطاب طلبة الثانوية العامة، وتشجيعهم للالتحاق بها عندما يقسم المبحوثون حسب الجنس ومكان الإقامة والجامعة التي درس أو يدرس فيها.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 163-164.

\* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخريجين عن الأدوار التي تقوم بها الع في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه الطلبة المسجلين فيها عندما يقسم المبحوثون حسب الجنس ومكان الإقامة والكلية والمعدل التراكمي.

\* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخريجين عن الأدوار التي تقوم بها الع في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه خريجها عندما يقسم المبحوثون حسب الجنس، والعمر وسنة التخرج والحالة الوظيفية.<sup>1</sup>

(د) - أهم نتائج الدراسة: تشير النتائج إلى أن هناك تقصيرا من قبل دوائر الع في الجامعات الثلاث وفق الآتي:

أولاً: دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة: كنشر إعلانات خاصة بطلبة الثانوية العامة عبر التلفاز، وتوزيع أقراص مرنة تعريفية في الجامعة على طلبة الثانوية العامة، وزيارتهم في مدارسهم، وتنظيم لقاءات إرشادية خاصة بهم، وتشجيعهم للالتحاق بالجامعة، والدور المطلوب منها اتجاه استقطاب طلبة الثانوية العامة.

ثانياً: دورها في بناء صورة إيجابية لدى الطلبة المحليين فيها: كمشاركة الطلبة في الأنشطة التي تقوم لها دائرة الع في الجامعة، ونقل الصورة الحقيقية للجامعة، وقياس الرأي العام الداخلي بشكل دوري، وحب الطالب لجامعته والافتخار بها، وتحفيز الطلبة للعمل التطوعي، ونقل آراء الطلبة واقتراحاتهم لإدارة الجامعة، ودورها اتجاه الطلبة المسجلين في الجامعة.

ثالثاً: دورها في الحفاظ على صورة إيجابية لدى الطلبة الخريجين: كالتواصل مع الخريجين عبر الوسائل المختلفة، ودعوة الخريجين للمشاركة في الأنشطة الجامعية، وتوفير قاعدة بيانات خاصة بالتواصل مع الخريجين.

(هـ) - توصيات الدراسة: في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة، يقدم الباحث عدداً من التوصيات التي يأمل أن تفيدها الجامعات الفلسطينية الثلاث، وطلبة الجامعات والباحثين، والمهتمين بموضوع الدراسة "دور دوائر الع في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة".

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 15-16.

- ضرورة استخدام وسائل الإعلام المختلفة بما فيها التلفاز لنشر الإعلانات الخاصة بطلبة الثانوية العامة.

- زيارة طلبة الثانوية العامة في مدارسهم، وتنظيم زيارات لهم في الجامعة وتوزيع أقراص مرنة عليهم لفاعليتها وفق دراسة Walter K. Lindenmann للقيام بالدور المطلوب منها في تشجيع هؤلاء الطلبة واستقطابهم للجامعة.

- العمل على مشاركة طلبة الجامعة في الأنشطة الجامعية، وتحفيزهم على العمل التطوعي، وكل ما من شأنه يجعلهم يحبون الجامعة ويفتخرون بها.

- ضرورة قياس الرأي العام الداخلي لأهميته، والعمل على نقل آراء الطلبة ومقترحاتهم لإدارة الجامعة، ونقل صورة الجامعة الحقيقية لهم.

- ضرورة توافر قاعدة بيانات خاصة بالطلبة الخريجين في دوائر الع الع بهدف التواصل معهم، ودعوتهم للمشاركة في الأنشطة الجامعية.<sup>1</sup>

(و) - **تقييم الدراسة:** تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كون مجتمع بحث هذه الدراسة، يتمثل في جميع الطلبة المحليين في الجامعات الفلسطينية الثلاث (في العام الدراسي 2008/2009م) في حين مجتمع بحثنا لا يتضمن جميع الطلبة المحليين في الجامعات الفلسطينية الثلاث، بل يتضمن طلبة الماستر فقط، كما اعتمدت هذه الدراسة على العينة العمدية العشوائية، في حين أن عينتنا هي العينة العشوائية الطبقية، كما أن تلك الدراسة هدفت إلى المقارنة بين الجامعات الفلسطينية الثلاث من أجل الوقوف على وجود أي تقصير من قِبل دائرة من دوائر الع الع في تلك الجامعات، في حين أن دراستنا لا تسعى إلى هاته المقارنة، بل تسعى إلى الوصف.

وتتشارك هذه الدراسة مع دراستنا في دراسة التوجه نحو مهنة الع الع والانطباعات والمفهوم الذي يحمله الطلبة عنها.

وساعدتنا هذه الدراسة في معرفة أن دور دوائر الع الع اتجاه الطلبة في الجامعات الفلسطينية الثلاث غير واضحة وفيها تقصير.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص266-267-268.

2- الدراسة الثانية: وهي دراسة سلطان بن عجمي الحمادي بعنوان "اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة الع الع وسبل تطويرها" وهي رسالة مقدمة إلى "كلية الدراسات العليا استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الشرطية بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية- قسم العلوم الشرطية- تخصص الحماية المدنية- الرياض - 2003.

أ- المنهج: استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد قام بحصر (مسح) شامل لمجتمع الدراسة قدره 251 فرد (120 ضابطاً، و13 موظفاً مدنياً) في جوازات منطقة الرياض (17 ضابطاً) في جوازات منطقة مكة المكرمة و(47 ضابطاً) في جوازات المنطقة الشرقية.

ب- مشكلة البحث: تؤدي دراسة هذه المشكلة البحثية إلى التعرف على مدى توجه القيادات العليا لدعم هذه الوظيفة من أجل أن تؤدي دورها على الوجه المطلوب، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية التالية:

- ما اتجاهات القيادة العليا في الجوازات نحو وظيفة الع وسبل تطويرها؟

- ما اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو أهمية وظيفة الع في الجوازات؟

- ما اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو الأنشطة والبرامج التي تقوم بها إدارة الع في الجوازات (واقع وظيفة الع في الجوازات)؟

- ما اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو أساليب ووسائل تطوير وظيفة الع في الجوازات؟

- ما علاقة الخصائص الديموغرافية للقيادات العليا في الجوازات باتجاهاتهم نحو وظيفة الع وسبل تطويرها؟<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سلطان بن عجمي الحمادي: اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها - رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الشرطية-، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض (السعودية)، 2003، ص8-9.

ج- نتائج الدراسة:

- وجود اتجاهات إيجابية عالية نحو أهمية الع في الجوازات، كان على رأسها "الع الع مهمة لتعريف الجمهور بخدمات الجوازات".

- وجود اتجاهات إيجابية كبيرة نحو الأنشطة والبرامج التي تقرر بها إدارة الع في الجوازات مما يشير إلى الواقع الحيد لوظيفة الع في الجوازات، كان في مقدمتها "تعرض الع في الجوازات شعارات تهدف إلى تعاون المواطن والمقيم مع رجال الجوازات".

- هناك اتجاهات إيجابية قوية نحو أساليب ووسائل تطوير وظيفة الع في الجوازات، كان أبرزها "دعم ميزانية الع في الجوازات بما تحتاجه لتنفيذ خططها الإعلامية" وغيرها من الجهود الأخرى.

- هناك اتجاهات إيجابية مرتفعة نحو وظيفة الع وسبل تطويرها.

- وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات الديموغرافية (الأولية أو الشخصية) لأفراد مجتمع الدراسة من القيادات العامة في الجوازات في اتجاهاتهم نحو بعض متغيرات الدراسة الأساسية عن وظيفة الع ويبيل تطويرها في إدارة الجوازات.<sup>1</sup>

د- توصيات الدراسة:

- الاهتمام بزيادة وتعزيز الاتجاهات الإيجابية للقيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة الع من خلال عقد ندوات وحلقات مناقشة تكون موجهة في مجملها لتدعيم الاتجاهات الإيجابية وتغيير الاتجاهات السلبية في حالة تواجها.

- حث المسؤولين على توفير الدعم المادي والبشري للع في الجوازات لضمان النتائج المتوقعة منه، وضرورة توفير أجهزة الاتجاهات والتقنيات الحديثة بمعناها الشامل للارتقاء بمستوى أداء عمل الع في الجوازات، وتوفير الوقت والجهد والاهتمام بحسن اختيار العاملين في الع حيث مؤهلاتهم العلمية وخبراتهم العملية، وإعطاء عناية أكبر بالتخطيط لعملية التدريب بشكل علمي مدروس وفعال، وإلحاق العاملين في الع بالمزيد من الدورات التدريبية المتخصصة الحديثة والملائمة لواقع العمل الحالي بصفة

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص206-207-208.

مستمرة، مع إدخال الميكنة الإدارية والتقنية الحديثة في التدريب، وطرح أساليب العمل المثالي في البرامج التدريبية.

- العمل على إيجاد اتصال مباشر وتنسيق فعال بين القيادات العليا في الجوازات وإدارة الع الع لها من أجل تضافر الجهود لضمان أداء أفضل في العمل.

- ضرورة تقديم توصيات للإدارة العليا في الجوازات لتطوير العمل في إدارة الع الع بها، ومراعاة زيادة معلومات القيادات العليا في الجوازات عن الدور المهم الذي تقوم به الع الع.

- الاهتمام بضرورة إيجاد المزيد من دراسات مقارنة في اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة الع الع وسبل تطويرها بجوازات كافة مناطق المملكة العربية السعودية.

- مراعاة قيام الع الع في الجوازات بالمزيد من الأنشطة الرياضية والاجتماعية والثقافية، ويجب على إدارة الع الع في الجوازات القيام بتقارير دورية للإدارة العليا عن سير عملها والاهتمام بسرعة نظر القيادات العليا بالجوازات في تقارير ومقترحات الع الع.<sup>1</sup>

### هـ) - تقييم الدراسة:

تشترك هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تسعى لمعرفة الاتجاهات نحو الع الع، كما أنها قامت بمسح شامل لمجتمع الدراسة، هذا المسح شمل القيادات العليا عكس دراستنا التي شملت استخدام أسلوب المعاينة على طلبة الماجستير، وقد أفادتنا هذه الدراسة في معرفة أن القيادات العليا لديها اتجاهات إيجابية فيما يخص أهمية وظيفة الع الع والأنشطة والبرامج التي تقوم بها، كما أفادتنا في تحديد المنهج الذي نتبعه وهو المنهج السوسيومترى، وكذلك طرح بعض التساؤلات والتي اقتبسناها من تلك الدراسة.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 210-211.

## VII. الفرضيات:

تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة، وانطلاقاً من إشكالية البحث والتساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية تتبلور فرضية البحث الرئيسية والفرضيات الفرعية كالتالي:

الفرضية الرئيسية: للطلبة آراء واضحة وإيجابية عن وظيفة العلاقات العامة.

### II-1- الفرضية الأولى:

مفهوم وظيفة العلاقات العامة واضح لدى الطلبة.

### II-2- الفرضية الثانية:

للطلبة انطباع إيجابي عن وظيفة العلاقات العامة.

### II-3- الفرضية الثالثة:

للطلبة اتجاهات إيجابية نحو الاهتمام بممارسة وظيفة العلاقات العامة.

**خلاصة:** لقد كان من الصعب ضبط الإطار أو الفصل المنهجي للدراسة، وذلك نظرا لكون موضوع آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة موضوعا واسعا ومتشعبا ومفهوم العلاقات العامة ووظائفها وآراء الطلبة من الصعب حصرهما، إضافة إلى جدة هذين المفهومين في بلادنا فالعلاقات العامة لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب في تقديم الخدمات، ومحاولة كسب ثقة وتقدير جمهورها الخارجي فمازال هناك قصور وتهميش لأهمية ودور العلاقات العامة في مختلف المؤسسات خاصة في الدول العربية ومنها الجزائر لدى الطلبة.



# الفصل الثاني: العلاقات العامة

تمهيد.

١. ماهية العلاقات العامة.
٢. علاقة مفهوم الع ببعض المفاهيم الأخرى المشابهة.
٣. التحديات التي تواجه الع في المجتمعات النامية.
٤. المشتغلون بالع والمتطلبات التي يجب توافرها فيهم.
٧. المداخل النظرية في دراسة الع.

خلاصة.

**تمهيد:**

لقد تطورت العلاقات العامة كنشاط تمارسه المؤسسات على اختلاف أنواعها وكأحد الفروع الاجتماعية تطورا سريعا منذ بداية القرن الحالي، وهذا راجع إلى التعقيد المتزايد الذي يتميز به المجتمع الحديث، وكذا الاهتمام بالفرد والتعمق في دراسته، وعلى الرغم من ذلك فإن نشاط العلاقات العامة في البلاد العربية ومعظم الدول النامية من الموضوعات التي لم تلق اهتماما كافيا من البحث والدراسة، وذلك لعدم اقتناع الكثير من الأشخاص بالدور الذي تؤديه بالنسبة للمؤسسة وهامشية الدور الذي تلعبه إدارات العلاقات العامة في المؤسسات وخاصة مؤسسات الدول العربية والإفريقية بما فيها الجزائر.

لذا حاولنا في هذا الفصل التعرف على العلاقات العامة بالتفصيل حتى تتضح الرؤية لدى القراء معتمدين على العناصر التالية:

- ماهية العلاقات العامة.
- علاقة مفهوم العلاقات العامة ببعض المفاهيم الأخرى المشابهة.
- التحديات التي تواجه العلاقات العامة في المجتمعات النامية (المعوقات).
- المشتغلون بالعلاقات العامة والمتطلبات التي يجب توافرها فيهم.
- المداخل النظرية في دراسة العلاقات العامة.

وسوف نتطرق أولا إلى:

## أ. ماهية العلاقات العامة:

### أ-1- مبادئ العلاقات العامة:

أ- احترام الرأي العام وكسب ثقة الجماهير:

إذ تقوم الع على احترام رأي الفرد في التعبير عن ذلك الرأي، كما تسعى إلى توفير الشروط الملائمة لعرض الآراء وتوفير المناخ الحر الذي يمثل البيئة المثلى للرأي العام، وتعمل المؤسسة على كسب ثقة الجمهور من خلال ما تتسم به من صدق وعن طريق الاتفاق بين أعمالها وأقوالها.

### ب- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

بمعنى أنه يجب أن يوجد تفاهم متبادل بين المؤسسة والعاملين بها على اختلاف مستوياتهم، وتحسين العلاقة بالجمهور الداخلي هو بداية العلاقة الناجحة مع الجمهور الخارجي، حيث أن الصورة الذهنية التي تتطبع في أذهان الجمهور الخارجي ما هي إلا انعكاس للصورة الذهنية للجمهور الداخلي.

### ج- الالتزام بالمبادئ الأخلاقية:

من أهم أهداف نشاط الع دعم شخصية المؤسسة، وذلك عن طريق تثبيت صفات إنسانية بها في بها في أذهان الجمهور، كذلك تقوم فلسفة الع بالمؤسسة على الالتزام بالمبادئ الأخلاقية مثل المصداقية والنزاهة والأمانة والموضوعية، فالع في المقام الأول سلوك إعلامي أخلاقي.

### د- إتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور:

تسعى المؤسسات المتحضرة إلى إتباع سياسة الوضوح وتقديم المعلومات الصادقة الموضوعية للجمهور، فالأساس السليم لعمل الع هو المصارحة تفاديا للشائعات المغرضة التي قد تمس سمعة المؤسسة.

### ر- مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع:

حيث أن رفاهية المجتمع تمثل هدفا عاما تسعى إليه جميع المؤسسات، ولذلك يجب أن تضع كل المؤسسات في اعتبارها أن تصمم أهدافها في ضوء أهداف المجتمع ككل لتحقيق الانسجام بين كليهما.

### ز- نشر الوعي بين الجمهور:

و ذلك بأن تقوم المؤسسة بتتوير الجماهير بما تقوم به من أنشطة وأعمال، وأن تشرح سياستها لجمهورها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.<sup>1</sup>

## 1-2- أهمية العلاقات العامة:

تحقق العلاقات العامة فوائد عديدة لأي منظمة إدارية، ومن هذه الفوائد ما يلي:

أ- تسعى العلاقات العامة إلى دعم ثقة الجمهور بالمنظمة وبناء سمعة طيبة لها عن طريق زيادة فهم وتقدير الجمهور لرسالة المنظمة وإنجازاتها وخدماتها.

ب- تسهم الع الع الجيدة في سيادة علاقات العمل الجيدة بالمنظمة، مما ييسر تدبير احتياجات المنظمة من أفراد القوى العاملة ذوي الكفاءة والمقدرة، واستقرارهم بالمنظمة، وبالتالي التخفيض من معدل دوران العمل فيها.

ج- كما تسهم الع الع الجيدة في تحسين تقدير وتفهم المشكلات الإدارية، سواء من قبل العاملين الذين يكونون على دراية بحقيقة الموقف وأحوال المنظمة، أو من قبل الجمهور الذي يتعامل مع المنظمة، حيث يكون على دراية بالحقائق الخاصة بإمكانات المنظمة وإنجازاتها ومشكلاتها، أو من قبل المجتمع المحلي بصفة عامة، حيث يكون على بينة من الدور الذي تقوم به المنظمة في الاقتصاد القومي وفي رفع مستوى هذا المجتمع، وبالتالي تحقق الع الع الترابط بين المنظمة وجماهيرها من مختلف الفئات بما يكفل تحقيق الأهداف الاجتماعية للع الع.

د- أيضا تسهم الع الع الجيدة في توجيه وإرشاد الإدارة على تطلعات الجمهور واتجاهاته التي تخدمها المنظمة، وبالتالي تكون هذه الاتجاهات وتلك التطلعات تحت نظر المنظمة عند وضع الخطوط والسياسات والبرامج.

ر- إن العلاقات العامة التي تمارس بطريقة مهنية مخططة تساعد المنظمة على الاتصال الفعال بمختلف جماهيرها، وتدعيم الصلة والصدقة معهم، وتنمي الثقة في المنظمة من قبل هؤلاء الذين - بنأييدهم ومؤازرتهم للمنظمة- يسهمون في تقدمها وتطورها.

<sup>1</sup> شذوان علي شبية: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية (مصر)، 2007، ص60-61.

ز-وأخيرا تسهم الع الع في تهيئة الرأي العام لنقل أفكار وآراء جديدة، وإيجاد جمهور هذه الهيئات والجماهير، ويوفر تعاونا بينهما، ويساعد على تماسك المجتمع كما توضح بحوث الع الع للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير، وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم، وهو ما يساعد على إحداث التعديلات المناسبة في السياسات والخطط، وبذلك تعمل الع الع على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير، وهو ما يؤدي إلى مساعدة المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تواجهها.

مما سبق يتضح أن الع الع أصبحت ضرورة ملحة في كافة المنظمات الإدارية أيا كان نشاطها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> فريجة محمد كريم: العلاقات العامة (البعد الفكري والتطبيقي)، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة (الجزائر)، 2012، ص ص38-

3-1- أهداف العلاقات العامة:

- أ- إعلام المواطنين بالسياسة العامة التي ينبغي الوصول إليها.
- ب- إيصال رغبات ومطالب المواطنين إلى الإدارة العليا في المنظمة.
- ج- الاهتمام برغبات وحاجات العاملين في المنظمة من الناحية الثقافية والصحية والترفيهية.<sup>1</sup>
- د- تحقيق السمعة الطيبة للمنظمة وتدعيم صورتها الذهنية، حيث تهدف أنشطة الع الع إلى توطيد سمعة المنظمة باعتبار أن السمعة الطيبة هي إحدى الدعائم الأساسية التي يقوم عليها كيان المنظمة.
- ر- المساعدة في ترويج المبيعات، حيث تلعب الع الع دورا مساعدا لنشاط التسويق في الترويج عن منتجات الشركة سواء الحالية أو الجديدة.
- ز- كسب تأييد الجمهور الداخلي، فالع الع تبدأ من داخل المنظمة أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين الجماهير الداخلية وإشعار العاملين بأهميتهم وتقدير عملهم وتحقيق الذات لهم.
- س- كسب ثقة الجمهور الخارجي، ويعتبر هذا الهدف من أهم الأهداف في أنشطة الع الع داخل أي منظمة، فعلى المنظمة أن تقوم بتحديد أهم الجماهير المتصلة بها، وتسعى إلى تدعيم علاقتها معها.<sup>2</sup>
- ص- تسعى الع الع إلى تطوير أسواق المؤسسة وتوسيعها وذلك بنشر أفكار جديدة يتقبلها الناس.<sup>3</sup>
- ط- استخدام الأساليب العملية المتطورة في مجال الع الع وتطبيقها.
- ع- مساعدة إدارة البيع على زيادة مبيعات المنشأة وتحسين خدماتها للجمهور ودعم سمعتها.
- ف- مواجهة الأزمات والطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة أو المنشأة، ومساعدتها على تجاوز تلك المواقف بأقل خسارة ممكنة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> الشрман، زياد محمد، عبد الغفور عبد الله عبد السلام: مبادئ الع الع، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2001، ص30.

<sup>2</sup> الصحن، محمد فريد، الع الع (المبادئ والتطبيق)، ط1، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية (مصر)، 1997، ص39-41.

<sup>3</sup> أبو إصبع صالح: الع الع والاتصال الإنساني، ط1، دار الشروق، الأردن، 1998، ص98.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب: الع الع في المؤسسات الحديثة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، 2007، ص52-53.

ك- معرفة آراء الجمهور واتجاهاته نحو سياسة المؤسسة وخططها من أجل تلبية رغباته ومتطلباته ضمانا لاستمرار تعامله مع المؤسسة.

ل- نقل وتوصيل المعلومات الصادقة عن المؤسسة للجماهير.<sup>1</sup>

م- العمل على استمرار الاتصالات بين المؤسسة وجمهورها، مع التصدي لأي محاولة لهدم هذه العلاقة، فهي تنوير للجماهير قبل محاولة التأثير فيهم.<sup>2</sup>

ن- تفعيل الاتصال بين المؤسسة والمنظمات الأخرى باستخدام مختلف وسائل الاتصال المتاحة.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> سلوى عثمان الصديقي، حافظ بدوي: أبعاد العملية الإتصالية (رؤية نظرية علمية وواقعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية (مصر)، 1999، ص 261.

<sup>2</sup> أحمد محمد المصري: مرجع سابق ذكره، ص 74.

<sup>3</sup> عبد الكريم راضي الجابري: الع (إبداع تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة)، دار النيسير، بيروت (لبنان)، 2001، ص 35-36.

## 1-4-وظائف العلاقات العامة:

ليست هناك وظائف ثابتة ومحددة يتفق عليها أغلب الباحثين والعلماء والمتخصصين في مجال الع لهاته المهنة، ولكن يمكن تقسيم وظائفها إلى 05 تقسيمات هي:

التقسيم الأول: يقول بأن وظائف الع الع تتحدد على أساس 03 مستويات هي:

أولاً: على مستوى المؤسسة:

- 1-تزويد المؤسسة بكافة المعلومات والبيانات التي ترصد التطورات التي تطراً على الرأي العام.
- 2-حماية المؤسسة من أي هجوم من شأنه أن يمس سمعتها أو ينال من صورتها الذهنية.
- 3-تعريف الإدارة العليا برد فعل الجمهور إزاء سياستها وقراراتها.
- 4-تسهيل الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة بمرونة وتنسيق العمل فيما بينها.

### ثانياً: على مستوى الجمهور:

تحدد تلك الوظائف حسب نوعية الجمهور سواء كان جمهور المؤسسة من العاملين فيها أو الجمهور الخارجي من المتعاملين بكافة فئاته، وبصفة عامة تسعى العلاقات العامة إلى تعريف الجمهور بالمؤسسة وسياستها وشرح أهدافها والوساطة ما بين الجمهور والإدارة العليا.

### ثالثاً: على مستوى المجتمع:

- 1-تقديم المؤسسة كشخصية اعتبارية إلى المجتمع.
- 2-الحد من المضار السلبية الناجمة عن نشاط المؤسسة.
- 3-السعي الدائم إلى خدمة مصالح المجتمع مع خلق الصورة اللائقة عن المؤسسة.
- 4-التنافس البناء ما بين المؤسسات ذات المنتجات أو الأهداف المتشابهة.
- 5-الالتزام بقيم وقواعد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> شدوان علي شبيبة: مرجع سابق ذكره، ص51-52.



التقسيم الثاني:

لقد تباينت آراء العلماء والباحثين واختلفت حول تحديد وظائف الع، حيث ذهب الكثير من المتخصصين في مجال الع إلى اعتبار وظائف الع تتمثل فيما يلي:

**أولاً: البحث:** ويقصد به تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المنظمة، سواء في الداخل أو الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة.

**ثانياً: التخطيط:** ويقصد به تخطيط ورسم سياسة الع بالنسبة للمنظمة، وذلك بتحديد الهدف والجماهير المستهدفة، وتصميم البرامج الإعلامية، وتوزيع الإختصاصات، وتحديد الميزانية وتوزيعها على الأنشطة.

**ثالثاً: الاتصال:** ويقصد به القيام بتنفيذ الخطط المختلفة والاتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور، والاتصال بالهيئات والأفراد في الخارج وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة.<sup>1</sup>

**رابعاً: التنسيق:** وظيفة أساسية من وظائف الع، ويقصد بالتنسيق العمل على الاتصال بالمسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج وتزويدهم بالمعلومات والأخبار والبيانات والإحصاءات المتعلقة بالعلاقات العامة.<sup>2</sup>

**خامساً: التقويم:** ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج الع والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها.<sup>3</sup>

كما أن التقويم يمثل المحطة النهائية في آلية عمل الع لأن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى، وظهور التقويم نتيجة للحاجة المستمرة لمعرفة مدى كفاية خطط الع وبرامجها ومدى حاجات جماهيرها المستمرة، وكذلك فهي تمثل عملية التجرد العلمي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المختلفة بما يساهم في نجاح المؤسسة، وهذا يؤكد أن عملية التقويم هي عملية مستمرة تتزامن مع العمليات التحضيرية والتخطيطية والتفسيرية، وهناك 03 أنواع من عمليات التقويم:

<sup>1</sup> الصحن، محمد فريد، مرجع سابق ذكره، ص43.

<sup>2</sup> سلامة فاطمة: واقع الع في المؤسسة الصناعية العامة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق-رسالة لنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع والتنمية (تحت إشراف بشاينية سعاد من جامعة الإخوة منتوري)، قسنطينة (الجزائر)، 2007-2008، ص69.

<sup>3</sup> رشوان حسين: الع (مدخل تطبيقي)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية (مصر)، 1998، ص199.

- التقييم - السابق - على التنفيذ.
- التقييم - المتزامن - مع التنفيذ.
- التقييم - اللاحق - للتنفيذ.<sup>1</sup>

والجدير بالذكر هنا أن البحث والتخطيط والاتصال والتنسيق والتقييم آليات ليس من السهل تطبيقها في برامج الع الع لكونها نشاطات نوعية يصعب قياسها بوسائل القياس المادية كالحجم والمساحة، وإنما تعتمد على المهارة البشرية مضاف إليها الأساليب العلمية المتطورة، إضافة إلى ذلك تتعامل مع تغيرات متباينة، لذلك فإن آليات الع الع تحتاج إلى مهارات عالية وقدرة على التنبؤ والملاحظة.<sup>2</sup>

### التقسيم الثالث:

وقد أثار "علي برغوث" إلى أن هذه الوظائف الأربعة الأولى ليست سوى عمليات للع الع، وذلك لسبب بسيط هو مبرر وجود الع الع في أية مؤسسة، ليس مجرد إنجاز البحوث والتخطيط لبرامجها وتنفيذها ومتابعتها فحسب، بل إن مبرر وجودها هو بناء صورة المؤسسة وحمايتها من الضرر وعلاج الأوضاع الخاطئة التي قد تعترض تحقيق أهدافها،<sup>3</sup> وعليه فقد قسم وظائف الع الع إلى وظيفتين أساسيتين:

**أولاً: الوظيفة البنائية:** وتظهر من خلال الأنشطة التي تهتم برضى المؤسسة ووقايتها من الأضرار والمخاطر المحتملة وبكل ما يتعلق بمستقبل المؤسسة، وذلك من خلال الأنشطة البنائية مثل:

1- الأنشطة البحثية.

2- إصدار وتنظيم الأحداث الخاصة.

3- أنشطة التدريب.

بالإضافة إلى تصميم البرامج بأنواعها الهادفة كحماية المؤسسة من كافة المخاطر المتوقعة وغير المتوقعة.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: الع الع في التطبيق، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص44-45.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص45.

<sup>3</sup> علي برغوث: الع الع أسس نظرية ومفاهيم عصرية، القاهرة (مصر)، 2007، ص24.

ثانياً: الوظيفة العلاجية (التصحيحية): تظهر عنه الحاجة لتصحيح الأخطاء التي تعترض سير عمل المؤسسة وللمحد من المخاطر التي تحدث بالمؤسسة.

وهنا تظهر عناصر المهمة التي ظهرت لأجلها الع والتمثلة في إعادة الأوضاع لما كانت عليه والاستفادة القصوى من تلك الأوضاع لتحقيق الوظيفة البنائية.

"تمارس هذه الوظيفة من خلال جميع الأنشطة العلاجية (التصحيحية)، كبرامج إدارة القضايا والمشكلات وإدارة الأزمات وإدارة الصراع وإدارة النزاع، بالإضافة للبرامج التي تنفذها في الأوقات غير العادية التي يتعرض لها المجتمع الذي تنشط فيه".<sup>1</sup>

**التقسيم الرابع:** وهي التقسيمات التي طرحها الباحثون العرب وهي:

أولاً: التقسيم الذي طرحه "علي عجوة": وقد تضمن طرحه ثلاث وظائف للع أوردها في:

#### 1- الوظائف الإعلامية: وتتمثل في:

أ- العمل على توعية الجمهور بالسلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة ومساعدته في كيفية الاستفادة منها.

ب- إحداث التفاعل الإيجابي مع جماهير المؤسسة من خلال تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية.

ج- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة.

#### 2- وظائف الاستعلام: وتتمثل في:

أ- الاستمرار في عملية إجراء البحوث المسحية للجماهير أو الرأي العام.

ب- العمل على تحليل مواقف الجماهير والرأي العام، وذلك من أجل دعم ما هو إيجابي ومعالجة ما هو سلبي.

ج- العمل على تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مرادف الجمهور.

#### 3- وظائف التنسيق: وتتمثل في:

أ- العمل على ربط خطط الع مع خطط الإدارات الأخرى.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 23-24.

ب- منع التدخل والازدواجية، وكذا التعارض من خلال برمجة أنشطة الع مع الأنشطة الأخرى.

ج- التنسيق لفعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج الإدارة.

التقسيم الخامس: وهي التقسيمات التي طرحها الباحثون الغرب وهي:

أولاً: التقسيم الذي طرحه "إيفي لي": حدد "إيفي لي" أهم وظائف الع الع في:

1- مساعدة الجمهور على التكيف الذي يقصد به التقبل عن طريق الإقناع والمشورة الموجهة إليه.

2- استخدام وسائل الإعلام والاتصال بصورة علمية سليمة مع ضرورة دراسة الجماهير وتحليل اتجاهات الرأي العام والتعرف على أسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر.

3- الإقناع بخدمة اهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات.<sup>1</sup>

ثانياً: التقسيم الذي طرحه "إدوارد بيرنيز": وقد أشار في كتابه "بلورة الرأي العام" إلى وجود 03 وظائف رئيسية للع الع هي:

1- الوظيفة الأولى: مساعدة الجمهور على التكيف الذي يقدمه به هنا التقبل عن طريق الامتناع بالنصح والمشورة الموجهة إليه.

2- الوظيفة الثانية: الإعلام الذي يعتبر المميز الأصلي للع بصورتها العلمية، إذ يستلزم تحليل الرأي العام.

3- الوظيفة الثالثة: المتابعة أي جذب اهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات، بمعنى أنه إذا ظهرت سلع أو خدمات بديلة فإنها لا تؤثر في تقليل وجهة الاهتمام التي كانت توجه إلى السلعة أو الخدمة القديمة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> غريب عبد السميع: الاتصال والع في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية (مصر)، 2006، ص63.

<sup>2</sup> سمير حسن منصور: مرجع سبق ذكره، ص46.

ثالثاً: التقسيم الذي طرحه "كانفيلد": قسمها إلى 07 وظائف وهي: البحث، التخطيط، الإنتاج، التنسيق، الخدمة الإدارية، خدمة المجتمع المحلي، التوجيه الإداري.<sup>1</sup>

ومنه تختلف وظائف إدارة الع الع من شركة لأخرى حسب الأهداف المطلوب تحقيقها وإمكانيات المؤسسة المادية وحجمها.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 57-58.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري وسارة جابري: مدخل للاتصال والع الع، مؤسسة جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 191.

## II. علاقة مفهوم العلاقات العامة ببعض المفاهيم الأخرى المشابهة:

1-الع وال إدارة: تعتبر الع الع من الوظائف الإدارية الهامة في المؤسسات الحديثة، وهي وظيفة استشارية متخصصة تقدم النصح والإرشاد للإدارة، ويكمن الفرق بين الع الع والإدارة في كون الع الع تقدم النصح والمشورة لإدارة المؤسسة، لكنها لا تصدر القرارات لأن ذلك من صلاحيات الإدارة العليا وحدها، وبذلك تبقى الع الع دائما وظيفة استشارية.<sup>1</sup>

2-الع الع والتسويق: التسويق هو وظيفة الإدارة التي تحدد الحاجات والرغبات الإنسانية، وتوفر المنتجات التي تلبي تلك الحاجات مقابل ما يعتبره المجهز ذا قيمة له من مال أو سلعة أو عمل.<sup>2</sup>

-هذه الوظيفة من أكبر وظيفة إدارية تسبب أرباحا لوظيفة الع الع خاصة عند الأشخاص الذين يدرسون المنظمات الصغيرة، وذلك لأنهم يرون فيها أن وظيفتي الع الع والتسويق يقوم بها ذات الأشخاص أو ذات الأقسام، كذلك من المحتمل أن يحدث إرباكا كبيرا في المؤسسات غير الربحية، حيث يستخدم التسويق غير الهادف للربح أو "التسويق الاجتماعي"، للإشارة على وظيفة بناء وإدامة علاقات بين الأعضاء وبين المتبرعين أو غيرهم من المؤيدين.

-وغالبا ما تزيد الإدارات الأمر تعقيدا، فقد وجد أخصائي علاقات عامة يعمل في مجال الرعاية الصحية على باب مكتبه لافتة كتب عليها "قسم الاتصال التسويقي" تحتل المكان الذي يحمل اسم "الع الع"، وذلك كجزء من عملية إعادة تنظيم قامت به الإدارة.

-نخلص في الأخير إلى أن الع الع الجيدة تساعد في تعبيد الطريق أمام الجهود التسويقية، وفي ذات الوقت فإن أي برنامج تسويقي ناجح ومستهلكون راضون يجعل بناء وإدامة العلاقات الجيدة مع الآخرين أكثر يسرا.

<sup>1</sup> شريف أمد شريف وآخرون: الترويج والع الع -مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة-، الدار الجامعية، الإسكندرية (مصر)، 2006، ص321-223.

<sup>2</sup> محمد ناجي الجوهري: وسائل الاتصال في الع الع، ط1، مكتب الرائد، عمان (الأردن)، 2000، ص19.

3- العلاقات العامة والإعلان (الإشهار):

يعرف الإعلان حسب "لجنة التعاريف" التابعة لـ"جمعية التسويق الأمريكية" بأنه "الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل بواسطة ممول معني لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات وترويجها".<sup>1</sup>

ومهما كان الهدف الرئيسي للإعلان هو البيع، أما الع الع فتهدف إلى الإقناع عن طريق الإعلام والاتصال من خلال الدور الذي تقوم به مسبقا لتقديم المعلومات وخلق مناخ من الفهم عن المنتج أو الخدمة المرغوبة في الإعلان عنها، ويعد كل من الإعلان والع الع أنشطة اتصالية، ولكنهما يتميزان عن بعضهما البعض بفروق أساسية، فالع الع ليست نشاطا إعلانيا، بل تمثل نشاطا أوسع وأشمل من الإعلان، فهي ترتبط بكافة العمليات الاتصالية التي تحدث داخل وخارج المؤسسة، بينما يرتبط الإعلان بالوظيفة التسويقية، والإعلان يكون مدفوع الأجر، أما الع الع فلا يقال أنها مجانية، ولكن يذهب دعمها المادي للدراسات والأبحاث، وقد تلجأ المؤسسة للإعلان أو لا تفعل من وقت لآخر، أما الع الع فهي وثيقة الصلة بالمؤسسة، ودائمة لا غنى عنها للمؤسسة عنها، وقد يستخدم الإعلان شكلا أو اثنين من أشكال الاتصال في حين تستوعب الع الع كافة الأنشطة والفنون الاتصالية، والإعلان يكون جزء من أنشطة الع الع.<sup>2</sup>

4- العلاقات العامة والنشر: يقصد بالنشر تلك المعلومات التي تأتي من مصدر خارجي بهدف نقل أفكار ومضامين تهم الجمهور، مثل معلومات عن نشاط المؤسسة أو أهدافها، كما يعرف النشر بأنه وسيلة تصبح من خلالها المعلومة معروفة ومتاحة، ويهدف النشر إلى التعامل مع الصورة الذهنية لأي موضوع شريطة أن يكون صادقا وموضوعيا، وتستخدم الع الع النشر لخدمة أهدافها وأهداف الصالح العام معا.

فالنشر يمثل وظيفة اتصالية، بينما الع الع وظيفة إدارية، كما يمثل النشر وسيلة لبث المعلومات خلال قناة اتصالية ما، ومن هنا فإن النشر مثل أداة أو وسيلة يوظفها ممارس الع الع لتحقيق أهداف معينة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> علي عجوة: الأسس العلمية للع الع، ط2، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 1983، ص25.

<sup>2</sup> شذوان علي شبيبة: مرجع سبق ذكره، ص41.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص43.





كل هذه الوسائل وغيرها من الدعاية الكاذبة ترفضها الع الع القائمة على نقل المعلومات والحقائق بأمانة وصدق لتحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها، مع الحرص على مراعاة مصلحة الجمهور والمنظمة معا.

وتعتبر الدعاية الصادقة أسلوباً من أساليب الع الع التي تلجأ إليها وتستخدمها لأجل تحسين صورة المنظمة في أذهان الجماهير، خاصة وأنها تقوم بتوصيل الأخبار للمشاهدين والمستمعين على أنها ليست إعلاناً، مما يعطيها مصداقية أكثر ويمكن الوثوق بها.<sup>1</sup>

وتحصل الوسائل الإعلامية على أخبار المنظمة من تصريحات مسؤوليها في المؤتمرات الصحفية التي تعقدتها إدارة المنظمة ويدعى إليها الصحفيون ومحطات التلفزة وغيرها من وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سويدان نظام موسى وحداد شفيق إبراهيم: التسويق (مفاهيم معاصرة)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2003، ص342.

<sup>2</sup> رضوان محمود العمر: مبادئ التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2005، ص368.

7- الع وال اتصال: يقصد بالاتصال إرسال واستقبال معلومات بين طرفين على الأقل من خلال وسيلة من وسائل الاتصال، وتعتبر الع الع أحد الوسائل الاتصالية الهادفة إلى إحداث تأثير إيجابي في سلوك الطرفين المرسل والمرسل إليه.<sup>1</sup>

\* و الملاحظ أنه في عدد من البلدان الأنجلوسكسونية، تحل إدارة الع الع محل خلية الإعلام والاتصال وتقوم بعدة مهام منها:

- كتابة وتوزيع المواد الإعلامية في الصحف.
- تنظيم المؤتمرات الصحفية والاستقبالات والزيارات.
- تحرير وإنتاج المجلة الداخلية والخارجية للمنظمة ومختلف المطبوعات الأخرى.
- إقامة المهرجانات والمعارض وتنظيم الرحلات والزيارات داخل المنظمة.
- الإشراف على البرامج الممولة التي تقوم بها المنظمة عبر وسائل الإعلام.
- إجراء البحوث المفيدة للمنظمة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>النجار عبد العزيز محمد: مرجع سبق ذكره، ص368.

<sup>2</sup>لعقاب محمد: دعائم الاتصال في المؤسسة، مجلة الإعلام والاتصال في الوسط الجامعي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون(الجزائر)، ص41.

III. التحديات التي تواجه العلاقات العامة في المجتمعات النامية (المعوقات):

- 1- عدم وجود مفهوم واضح ومحدد للعلاقات العامة إن لم يكن هناك خطأ أو لبس في ذلك المفهوم.
- 2- تجاهل أهمية العلاقات العامة كإدارة واحتلالها لمكانة تكميلية على الخريطة التنظيمية.
- 3- احتكار جهود إدارة العلاقات العامة وتوجيهها من قبل الإدارة العليا بما يتفق ومصالحها وأهدافها دونما النظر بعين الاعتبار إلى مطالب واحتياجات الجمهور وخاصة على المستوى الداخلي بما يمثل صراعا قيميا بين قيم واحتياجات المؤسسة والجمهور بما يحقق صالح المؤسسة فقط.
- 4- عدم الاهتمام بدراسة الجمهور سواء من حيث التكوين أو النواحي السيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية.
- 5- عدم الاستعانة بالمتخصصين أو المؤهلين أكاديميا، فضلا عن عدم الحصول على التدريب الكافي.
- 6- نقص الدعم الفني والمالي المقدم لتلك الإدارة حيث يفضل توظيفه في بنود أخرى.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> شدون علي شيبية: مرجع سبق ذكره، ص 72-72.

#### IV. المشتغلون بالعلاقات العامة والمتطلبات التي يجب توافرها فيهم:

أولاً: أخصائي العلاقات العامة: إن اختيار أخصائي العلاقات العامة يتحدد على أساس مجموعة من الصفات الأساسية الواجب توفرها في المشتغلين بمهنة العلاقات العامة وهذه الصفات يمكن إجمالها في ركنين هما:<sup>1</sup>

أ- الصفات والقابليات الشخصية: وهي تلك الصفات التي لا يمكن قياسها بالاختبارات بل تولد مع الفرد وقد تعمل التجارب على صقلها ولكنها لا تتمكن من خلقها وهي:

- قوة الشخصية: كحسن المظهر والقامة ودقة الحديث، فصاحب الشخصية القوية هو الذي يوحي بالاحترام ويجذب الناس إليه.

- اللباقة: وهي القدرة على التحدث مع الآخرين والتأثير في آرائهم ويتضمن ذلك الاستماع إلى الآخرين.<sup>2</sup>  
- الإحساس العام: أن تكون لديه القدرة على لاشعور بمدى توافقه مع الغير أو نشوزه عنهم، وأن يعرف متى ينصت ومتى يدافع ومتى يهاجم ، كما أن الحرص ضروري حتى لا تؤدي زلة لسان إلى مشكلات يصعب حلها.

- حب الاستطلاع: أي الرغبة المستمرة في أن يعرف عناصر الأحداث ماذا، لماذا، كيف، متى، أين، من...، فبدون ذلك لا يتسنى له الحصول على الحقائق ولن يكون قادراً على تفسير الأحداث.

- الكياسة: أي مدى تأثيره في تفكير الآخرين وهو ما يتطلب قدراً من الدقة.

- الاتزان: من خلال الاتصال بالأفراد والجماعات وتحقيق التفاهم وكسب التأييد وخلق الانطباع الجيد لدى الجماهير عن المؤسسة إلي تمثلها العلاقات العامة، والاتزان من مقومات هذا الانطباع الطيب، وهو يساعد رجال العلاقات العامة على مواجهة المشاكل في هدوء واتخاذ السياسات بحكمة.

- الاهتمام بالآخرين: وهو الإقبال على الغير والحب في الاندماج معهم للتعرف على طريقة تفكيرهم، وخاصة أساليب التأثير فيهم.

- الحماس: العلاقات العامة عملية مستمرة لتسويق الأفكار إلى الآخرين والتأثير فيهم، وقد شبّهت هذه العملية بعملية البيع، فإذا لم يكن البائع متحمساً لما يبيع فالأولى بالمشتري أن يزهّد في الشراء من عنده.

- الاستمالة: أي القدرة على استمالة الغير للأفكار التي يعبر عنها

<sup>1</sup> علي عجوة: الع بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 2001، ص41.

<sup>2</sup> فخري جاسم سلمان وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص75.

-**الاستقامة:** أي أن يكون رجل العلاقات العامة مهذباً، مخلصاً لوظيفته لأن نجاحه مرهون بالثقة التي يضعها الناس فيه.

- **النشاط:** الع العمل يتسم بالديمومة، الاستمرارية، وأنشطة متعددة وبحث مستمر عن عيوب المنظمة، وجهد دائم لمواجهتها، هذا يعني أن يكون رجل الع في حركة دائبة وقادراً على البذل والعطاء.<sup>1</sup>

-**الموضوعية:** وهي القدرة على النظرية بالتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروفة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل، والتعرف على العيوب حتى ولو كان مصدرها الشخص نفسه، وعدم التحيز لأي فريق على حساب الآخرين.

-**الخيال الخصب:** أي القدرة على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة، التغلب على الآراء المعارضة أو أضافها لكسب فئات المترددين.<sup>2</sup>

-**الشجاعة:** كثيراً ما يواجه رجل الع أوضاعاً متأزمة في علاقة مؤسسته بالجمهور، وعليه أن يكون شجاعاً في اتخاذ القرارات الحازمة بسرعة قبل أن يغلب زمام الأمور من يده، كما يحتاجها بصفة كبيرة مواجهة بأخطائه.

-**الحس الفني:** إن النشاط الإعلامي يجب أن يدعمه الذوق والحس الفني لكي يؤثر في الناس، هذه الصفة ملكة طبيعية يمكن تنميتها عن طريق الدراسة والاطلاع.

-**القدرة على الاحتمال والمثابرة:** هذه الصفة تدل على كون نشاط الع لا يؤدي إلى نتائج سريعة واضحة بل أن أهدافه بعيدة المدى وبطيئة الظهور.

<sup>1</sup> علي عجوة: مرجع سبق ذكره، ص53-55.

<sup>2</sup> محمد مصطفى أحمد: الخدمة الاجتماعية في مجال الع، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص66-57.

-قابلية التنظيم: إن رجل الع كإداري يحتاج إلى تنظيم أعماله وترتيب الموارد المتاحة له وتقسيم الوقت وإعطاء الأولوية للأعمال حسب أهميتها، وتتضاعف الحاجة إلى التنظيم عنه عندما تكون الأهداف الموضوعية من أهداف غير ملموسة كما هو الحال في الع.<sup>1</sup>

ب- الإعداد العلمي: إن المشتغل بالع هو إداري وإعلامي في نفس الوقت، واختصاصه هو تفعيل الاتصال بالاتجاهين، كما انه يعمل في وحدة إدارية ضمن هيكل المؤسسة، ويساهم في تحقيق أهدافها، وبالرغم من عدم وجود منهاج محدد للتأهيل العلمي للعمل في الع فإن المتعارف عليه أن ذلك الإلمام بالمواضيع التالية:<sup>2</sup>

-اللغة: يجب أن يكون رجل الع الع متمكنا من اللغة سواء فيما يكتبه أو عند قيامه بتقييم ما يكتبه الآخرون في دائرته، إضافة إلى مسؤولية الإشراف على ما يصدر في المؤسسة من اتصالات وضمن وضوحها وسلامتها من حيث البناء اللغوي.

-الكتابة: حيث أن التأثير في الآخرين يعد المحور الرئيسي لعمل الع والإلمام بأصول الكتابة هي الخطوة الأولى في ذلك الطريق، فالمواد الإعلامية يكون إعدادها بطريقة سهلة وممتعة سواء كانت مذاعة أو مطبوعة.<sup>3</sup>

-القراءة: إن ممارسة القراءة ضرورية لسببين:

\* للحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المطبوعة أو الخطية، سواء كانت خاصة أو عامة، وفهم ما تتضمنه هذه المعلومات من اتجاهات مؤثرة على المؤسسة لمعرفة اللغة والقدرة على استعمال الكلمات والعبارات التي تعبر عن أفكاره، والتي تتفق في مدلولها مع الإطار الدلالي للجماهير التي يخاطبها.

-الاستماع: تتضمن مهارة الاستماع اليقظة التامة لما يقال وفهمه، والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة سواء كان ذلك في استطلاع للآراء أو توجيه لمناقشة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> جميل أحمد خضر: مرجع سبق ذكره، ص95.

<sup>2</sup> فخري جاسم سلمان وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص76.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص76-77.

<sup>4</sup> محمد مصطفى أحمد، مرجع سابق ذكره، ص68-69.

-**التخاطب:** لا تعني الخطابة بالمفهوم الأدبي بقدر ما تعني الحديث الجذاب المنطقي المفهوم، لكل أفكار المتحدث والتأثير في آراء المستمعين سواء كانوا جمهورا كبيرا أو أفرادا معدودين.

-**الصحافة:** لا بد أن يدرس رجل الع الع الفنون الصحفية المختلفة كفن الخبر والتحقيق والحديث والمقال، وفن الإخراج لأنها الركيزة التي يعتمد عليها في تقديم مادة الاتصال للجمهور.<sup>1</sup>

-**علم الدلالة:** تختلف دلالات الألفاظ من مجتمع لآخر باختلاف الخصائص لكل مجتمع، وقد تختلف داخل المجتمع الواحد وفي نفس العصر باختلاف الطبقات الاجتماعية، لذلك يجب على خبير الع الع أن يلم بهذا العلم الذي يدرس الألفاظ من حيث قدرتها على الإبانة أو الوضوح والإبهام.

-**الإلمام بعلم النفس:** يجب أن يكون ملما بعلم النفس،<sup>2</sup> لأن التأثير في الأفكار يتطلب معرفة النفس البشرية ودوافع سلوكها ومصادر الاتجاهات وكيفية تكوينها، ومدى قوة العوامل المختلفة المكونة لشخصية الفرد على تفكيره وسلوكه.

-**علم الاجتماع:** الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، يعيش ضمن جماعات متعددة تؤثر في سلوكه وطريقة تفكيره، لذلك يجب على الإعلام أن يفهم طبيعة تكوين الجماعات وأنماط الاتصال السائدة وقوة الروابط داخلها.

-**الإدارة:** يحتاج رجل الع الع إلى المعرفة الإدارية في تسيير شؤون وحدته وفي فهم مؤسسته وما يجري فيها، وكيفية تحقيق أهدافها ودوره في كل ذلك.

-**الاقتصاد:** من واجبات دائرة الع الع دراسة العوامل السائدة في المجتمع وأثرها على المؤسسة، ومن أهم تلك العوامل المؤثرة والدوافع الاقتصادية التي تلعب دورا هاما في توجيه سلوك الأفراد ومواقفهم من القضايا المطروحة.

-**أصول البحث العلمي:** إن الع الع الناجحة يجب أن تعتمد على الأسلوب العلمي في مزاوعة عملها خاصة في عملية التعرف على الرأي العام، وبحوث قياس فعالية النشاط الإعلامي.

-**الإحصاء:** لا يتسنى لأي باحث جمع البيانات وتبويبها وتحليلها واستخلاص النتائج منها دون الإلمام بالأساليب الإحصائية، ويمتد ذلك إلى المؤسسات الكبيرة إلى إجادة استخدام الكمبيوتر في إجراء البحوث.

<sup>1</sup> علي عجوة: مرجع سابق ذكره، ص53-56.

<sup>2</sup> محمد مصطفى أحمد، مرجع سبق ذكره، ص70.



-**السياسة:** تفيد دراسة مبادئ السياسة وأساليب الحكم في معرفة العملية السياسية، وتأثير القوى المختلفة في إدارتها وانعكاس هذه العملية على المنظمات والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية على الأفراد والجماعات.

-**التاريخ:** تساعد معرفة التاريخ على تفسير الأحداث والتنبؤ بها، مما يمكن من مواجهة الأزمات قبل وقوعها، أو تخفيض آثارها السيئة إلى أقل مدى ممكن.<sup>1</sup>

وإضافة إلى هذه المواصفات الواجب توافرها في القائم بالعمارة هناك أيضا من يضيف علم الجمال، الفلسفة، المنطق، القانون، التسويق، الإعلان وإدارة وتنظيم المشروعات.<sup>2</sup>

**ثانيا: مدير العمارة:** يشترك مدير العمارة في ضرورة توافر جميع الشروط السابقة، كما أنه من الضروري أن تتوفر لديه مجموعة من الصفات التكميلية التي ترتبط بالخواص الطبيعية للإداريين وأهم هذه الصفات:

- 1- أن يكون قدوة حسنة لمرؤوسيه وممثلا أعلى للعاملين في إدارته.
- 2- أن يجيد فن القيادة لكي تتجح الحملات الإعلامية.
- 3- أن تتوفر لديه القدرة على دراسة اتجاهات الرأي العام والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحيطة بالمؤسسة.
- 4- القدرة على مشاركة العاملين معه، وذلك بإتباع سياسة الباب المفتوح لصالح المشكلات، وتبادل الآراء والمقترحات وتقديم الشكاوي والالتماسات بما يساعد على تطوير العمل في الإدارة.
- 5- أن يكون قادرا على النقد الذاتي ومسائلة النفس على رد الهجوم بإستراتيجية وتكتيك محكم، وتقبل الفوز أو الهزيمة باعتدال.
- 6- أن يكون قادرا على الإفادة من المواد المتاحة إلى أقصى حد ممكن وتنمية مواطن القوة في تلم الموارد وعلى تنظيم وقتهم.

<sup>1</sup> علي عجوة: مرجع سبق ذكره، ص58.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي: مرجع سبق ذكره، ص78.

7- أن يكون عالما تمام العلم بكل ما يخص مؤسسته وكل ما يحيط به وما يقال أو ينشر عنها.<sup>1</sup>

**ثالثا: مستشار الع:** لكي ينجح الاستشاري في القيام بدوره، فإنه يجب عليه أن يتفهم التوقعات المتبادلة بينه وبين التنفيذ، بينما هؤلاء الآخرون يتوقعون منه:

1- الولاء للمنشأة.

2- مساعدة الإدارة في اكتشاف ومراعاة جوانب الع في قراراتها.

3- المهارة في تفسير وشرح وزيادة تفهم الجمهور للمنشأة.

4- وجود الدافع إلى العمل المتفاني والمخلص.

وفي مقابل ذلك يتوقع المستشارون:

1- توفير القيادة الايجابية للع.

2- سياسة محددة تساندها الإدارة.

3- خطة محددة تضم جميع السياسات والبرامج.

4- الإعتمادات المالية و الكافية للقيام بالأنشطة اللازمة.

5- الإعتمادات المالية اللازمة للقيام ببحوث العلاقات العامة.

6- توفير المعلومات عن تاريخ المنشأة وطبيعة الخدمة أو السلعة، وكيفية تقديمها أو إنتاجها، وشكل

الجهاز الإداري للمنشأة، ومسؤوليات واختصاصات كل فرد فيه، وذلك حتى يتمكن من تحديد

المشكلة وتحليلها.<sup>2</sup>

وفي ضوء ما سبق يمكننا القول انه لا تكون هناك نشاطات الع الع فعالة وبرامجها ناجحة

بالاستعانة بالمستشارين فقط عند الضرورة دون وجود قاعدة صلبة للع بالمؤسسة، فرغم توافر الخبرة

والموضوعية فيه إلا أنه لا يمكنه الإلمام بالمشكلة وخلفياتها وأبعادها، وإنما يمكن لأخصائي الع الع

ومديرها في الشركة أن يتعاون مع المستشار في شكل متكامل من أجل جهود متضافرة لخدمة الع الع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> رحي مصطفى عليان وآخرون: الاتصال والع الع، دار الصفاء، عمان (الأردن)، 2005، ص328.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي: مرجع سبق ذكره، ص78-81.

<sup>3</sup> علي الباز: الع الع والإنسانية والرأي العام، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية (مصر)، 1991، ص77.

**V. المداخل النظرية في دراسة الع الع:** إن الدراسة المتعمقة للع الع لابد وان تبدأ من نقطة انطلاق محددة فما من علم ينشأ في فراغ نظري أو منهجي، ومن هنا كانت الاستعانة بالمداخل النظرية ضرورة لتحقيق مزيد من التفسير والموضوعية في دراسة العلم ووضع الأسس والقواعد العريضة له.

والع الع كعلم تستفيد من العلوم الاجتماعية المختلفة من خلال الاستعانة بها كخلفية نظرية تسهم في إرساء قواعد هذا العلم الذي يتميز بالحدائثة النسبية ويفتقر إلى منطلق نظري محدد يسهم في دراسته وتطبيقاته.

ومن هنا يمكن أن نتطرق إلى بعض المداخل النظرية السوسيولوجية والاتصالية وأخرى لم تذكر يمكن أن تبدأ منها الع الع فيتحقق التكامل بين الجانب العلمي والتطبيقي.

**أولاً: المدخل السوسيولوجي:** إن هناك حاجة دائمة لتحديد الع الع من الناحية النظرية والتطبيقية، ولقد أشار الاتحاد العالمي للع الع إلى أن الع الع تمثل علما اجتماعيا بشقيه الأكاديمي والتطبيقي، فالنظريات في الع الع تهدف إلى شرح وتوضيح وضبط كل ما يتعلق بالع الع كعملية حيث عمد بعض منظري الع الع إلى توظيف النظرية الحديثة للتنظيم في دراسة ما يتعلق بالظواهر التنظيمية وأكدوا على أن بناء النظرية في الع الع يحتاج إلى فهم الأصول النظرية لعلم الاجتماع.

وتوجد أربع نظريات اجتماعية تمثل أطرا للعمل في مجال الع الع مثل: التفاعلية الرمزية، نظرية التبادل، نظرية الصراع، وكذلك النظرية البنائية الوظيفية وبالاستعانة بتلك النظريات يمكن بناء إطار للعمل والدراسة يسهم في التعرف على سلوك الأفراد داخل التنظيمات وبنائها وكذلك التعرف على أو بناء شبكة العلاقات بين المؤسسة وجمهورها ومجتمعها الخارجي،<sup>1</sup> وهي كالتالي:

**1- التفاعلية الرمزية:** يعد منظور التفاعلية الرمزية محاولة نظرية ومنهجية تقوم على أسس سيكولوجية وتمتد جذورها إلى المدرسة السلوكية والدراسات المبكرة لعلماء الاجتماع، ومن أبرز رواد تلك النظرية "هربرت ميد" و"كولي" و"بلومر"، وتفترض هذه النظرية أن الواقع والحقيقة هو ما يعتقده الأشخاص بالعقل مما يعني أن التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية تتحدد عن طريق المعاني التي يكونها الأفراد المتفاعلين، وتؤكد تلك النظرية على أن الأفراد يستخدمون الرموز في تفاعلهم مع بعضهم البعض، ومن هنا تعد الظاهرة الاجتماعية نتاجا مستمرا للتفاعل بين الأفراد وبذلك يكون التنظيم من وجهة نظرها نتاجا

<sup>1</sup> النماذج والاتجاهات النظرية في دراسة الع الع، على البريد الإلكتروني: [www.ckfu.org](http://www.ckfu.org)، تاريخ الدخول: 20 جانفي 2014، على الساعة: 09 و 08 دقائق.

للتفاعل الاجتماعي، كما تؤكد على أن وسائل الإعلام تقدم انعكاسا للواقع الفعلي من خلال بث ونشر المعلومات عن طريق مصادر معروفة ومحددة سلفا، بما يترتب عليه تغيير في مدركات الأفراد ونظرتهم للواقع، كما تسعى إلى تحقيق نوع من المعرفة الكلية بالمواقف لإجراء المقارنات بين ضروب السلوك المختلفة والمواقف الاجتماعية، وتركز لا تفاعلية الرمزية على الأفراد كوحدة أساسية للتحليل.

وقد لخص "بلومر" القضايا الأساسية للتفاعلية الرمزية في ثلاث مقدمات هي :

أ- أن الكائنات الإنسانية تسلك إزاء الأشياء في ضوء ما تتطوي عليه تلك الأشياء من معان ظاهرة لهم.

ب- أن تلك المعان هي ناتج للتفاعل في المجال الإنساني.

ج- أن هذه المعاني تتعدل وتتشكل خلال عملية التأويل الذي يستخدمها كل فرد في تعامله مع الرموز التي تواجهه، وبهذا فإن الاستعانة بمنظور التفاعلية الرمزية ينظم العمل في مجال العلاقات العامة على أسس علمية واضحة بما يحقق الكفاءة في نشاطاتها.

- **كيفية الاستفادة من هذه النظرية في الع الع:** إن توظيف منظور التفاعلية الرمزية في مجال عمل دراسة الع الع بينهم في تقديم تفسير وشرح لكل ما يتعلق بالظاهرة التنظيمية، كما يساعد على اختيار إدارة العلاقات العامة ومسئوليتها لأفضل الاستراتيجيات والقواعد التنظيمية التي تنظم علاقات المؤسسة سواء على المستوى الداخلي أو على مستوى علاقة المؤسسة بالمؤسسات الأخرى أو المج ككل ، كما تسهم في تحقيق وممارسة الضبط داخل وخارج المؤسسة كتنظيم اجتماعي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق.

2) **نظرية التبادل:** تمتد الجذور التاريخية لتلك النظرية مثلها مثل التفاعلية الرمزية في النظرية السلوكية وتختلف مع التفاعلية الرمزية في أنها تستمد بعض ملامحها من النموذج الوضعي، وترتكز نظرية التبادل على دراسة سلوك الأفراد داخل المؤسسة ودراسة الدوافع، ومن أهم رواد تلك النظرية "بيتر بلاو" و"جورج هومانز" و"رينشارد امرسون"، حيث تؤكد على أن البناء الاجتماعي يعد نتاجا للتبادل الاجتماعي بين الأفراد، كما أن عملية التبادل التي تتم بين الأفراد والتنظيمات تحقق نوعا من التوازن بين المدخلات والمخرجات، ويفترض ذلك المنظور أن الأفراد يشكلون ويدعمون علاقاتهم.

ويشير مفهوم "التبادل الاجتماعي" إلى تلك العملية التي يتم من خلالها تبادل القيم والأفكار، فالتبادل الاجتماعي ما هو إلا طريقة لتدعيم العلاقات الاجتماعية بحيث يراعي كل طرف مطالب واحتياجات الطرف الآخر بهدف الوصول إلى علاقات قوية مستقرة، حيث يتم التفاعل بين الأشخاص من خلال الاستعانة بنماذج لتفهم وتقييم العلاقات داخل وخارج المؤسسة.

ولقد قدم "امرسون" مجموعة من الافتراضات التي تقوم عليها نظرية التبادل وهي:

- أ- أن الأفراد يسلكون بالطريق الذي يحقق لهم النفع والفائدة.
- ب- أن كل حدث ذو قيمة توجد به متغيرات قيمة تتزايد أو تتناقص حسب الحاجة التي ينطوي عليها ذلك الحدث.
- ج- أن المنفعة أو الاستفادة من التفاعل الاجتماعي تكون مشروطة بما يتحقق من نفع خلال عملية التبادل.

-**كيفية الاستفادة من هذه النظرية في الع الع:** تتمثل مهمة أخصائي الع الع في تحليل أبعاد وظيفة الع الع بالمؤسسة، بهدف تحديد عناصر ذلك التبادل ومحدداته، حيث تفيد هذه النظرية في دراسة الدوافع التنظيمية التي تؤثر على ما تحققه المؤسسة من توافق وانسجام على المستوى الخارجي، وكذلك عند اتخاذ القرارات والاتصال، وبالرغم من أن "تيرنر" قد أشار إلى أن تحديد تلك النظرية للبناء الاجتماعي والتعهد البنائي يعد ضعيفا، إلا أن دراسة مدى ما يحققه التبادل التنظيمي من تحديد للبناء، وكذلك مستوى أداء المؤسسة قد تحسن من فاعلية تلك النظرية.

ولقد وجد كل من "سوليفان" و"هيلوج" أن المؤسسة قد تسيء استخدام الع الع أو لا تقدرها حق قدرها، بما يدفع الباحثين في ميدان الع الع إلى دراسة العلاقات المتبادلة بين المؤسسة وممارسي الع الع لتحديد الأسس التي يجب أن يقوم عليها ذلك التفاعل الذي يحدد طبيعة العلاقات بين الطرفين، كما أن

دراسة أوضاع خبراء ومسؤولي الع الع بالمؤسسة يعد بمثابة خطوة أولية تسهم في نجاح إدارة الع الع في القيام بدورها بفاعلية من خلال تحديد آليات التعامل بين الأطراف المتضمنة في الأنماط والمستويات المختلفة للتعاملات والعلاقات.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> المرجع السابق.

3- النظرية البنائية الوظيفية: يعد المنظور البنائي الوظيفي من أهم المنظورات وأكثرها واقعية، حيث ينظر للمؤسسة باعتبارها شبكة للعلاقات الاجتماعية بحيث أن استمرار التنظيم ووجوده يعتمد على مدى التوافق والانسجام في شبكة العلاقات، ومن ثم فإن دراسة دور العلاقات كإدارة في ظل البنائية الوظيفية يضع لها دورا محددًا في التنظيم بما يحقق الكفاءة والفاعلية في الأداء.

ويمثل المنظور البنائي الوظيفي إطارا للعمل يشمل البنائية، وتمتد الأصول النظرية لذلك المنظور في النموذج العلمي الوصفي في كتابات "إميل دوركايم" و"ماكس فيبر" و"تالكوت بارسونز" و"روبرت ميرتون"، وترى تلك النظرية أن الظاهرة الاجتماعية توجد كنتيجة للتفاعل داخل الأبنية الاجتماعية، وتكون الوظيفة هي تعزيز ذلك البناء، كما تنظر للتنظيم باعتباره رمزا للتفاعل الاجتماعي أو نتاجا للتبادل الاجتماعي بحيث يحدث نوعا من التوازن بين العلاقات، وتفترض (البنائية الوظيفية) أن التنظيم وعلاقاته يعد جزءا من نسق أكبر والعمليات التي تؤدي إلى وجود تلك التنظيمات مثل: التعاون، الصراع، الاتصال، تحدث كنتيجة للتفاعل بين أجزاء معينة في النسق تتأثر وتتكيف مع بعضها البعض من أجل حماية البناء ككل.

ويعد النموذج البنائي الوظيفي نموذجا ذاتيا، إذ يفهم السلوك في نطاق معناه الذاتي عند الفاعل، فالأفراد من وجهة نظر البنائية الوظيفية يمارسون أنواعا شتى من الأفعال، وأثناء تلك العملية يتبادلون العلاقات فيما بينهم، وإذا رأوا أنه من الضروري المحافظة على هذه العلاقات الاجتماعية فلا بد من وجود أنواع أخرى من النشاطات الجزئية التي تهدف إلى الحفاظ على الكل.

وترى البنائية الوظيفية أن المجتمع يمثل بناء معقدا كما لو كان تنظيما معقدا، وبهذا فإن الظاهرة الاجتماعية تعد أكثر من مجرد تجمع من الأفراد ككيان، حيث تنظر التفاعلية الرمزية للجزء حتى تفهم الكل، في حين أن لبنائية الوظيفية تنظر للكل حتى تفهم الجزء، ومن منظور البنائية الوظيفية فإن التنظيمات المعقدة ما هي إلا أنساق، والبناء التنظيمي ما هو إلا نتاج للوظيفة التي يحددها البناء.

- كيفية الاستفادة من هذه النظرية في العلاقات العامة: نظرا لأهمية ذلك المنظور فإنه يفيد في دراسة الاتصال بالمؤسسات وخاصة الاتصال الجماهيري، حيث تقيد أبحاث العلاقات العامة في البناء التنظيمي للمؤسسة، ويجد الباحثون في ميدان العلاقات العامة حاجة لدراسة العلاقات العامة ودورها في المؤسسة والذي يمثل فائدة بنائية وظيفية تسهم في فهم بناء المؤسسة والدور الذي يقوم به الاتصال والعم في التنظيم كنتاج لوصفهم داخل البناء التنظيمي للمؤسسة.

أيضاً يفيد ذلك في دراسة العلاقات المتبادلة بين الممارسين ووظائفهم وأدوارهم من خلال إدارة العلاقات بين شبكات العمل في المؤسسة ووضع ومكانة وظيفة العلاقات العامة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> المرجع السابق.



### خلاصة:

من خلال استعراضنا للعلاقات العامة كعلم وكفن وكفلسفة للإدارة، تبين لنا أنها مجال واسع لا نستطيع أن نحصر مفاهيمها لأنها علم والعلم في تطور مستمر، ولأنها فن كالفن يبدع ويأتي دائما بالجديد، ولأنها فلسفة إدارة فالإدارة تختلف باختلاف طرق تسييرها، لذا فالعلاقات العامة في تطور مستمر حيث يجب على ممثلي هذا العنصر في المؤسسات أن يكونوا دائما مع الجديد في هذا المجال مع مراعاة الحفاظ على المبادئ والأسس الأولى الخاصة بها.

# الفصل الثالث: مجتمع الطلبة والعلاقات العامة

تمهيد.

أولاً: مجتمع الطلبة.

١. حقوق وواجبات الطالب.

٢. السجل الأكاديمي للطالب.

٣. الضوابط السلوكية الطلابية.

٤. التكيف الأكاديمي للطالب في الجامعة.

٧. الطالب والفشل الأكاديمي.

ثانياً: علاقة العلاقات العامة بمجتمع الطلبة.

خلاصة.

### تمهيد:

تعلق الجامعة آمالا كبيرة على أبنائها الطلبة في أن يكونوا مشاريع إبداع في دراستهم وتفوقهم لكي يخدموا بلدانهم ويرفعوا رأس الجامعة عاليا خاصة في الوطن العربي والعالم بصفة عامة، فعلى الطالب أن يعرف كل ما يتعلق بنظام الدراسة بالجامعة ومدة الدراسة، ومن أجل تذليل الصعوبات التي تواجه الطلبة أو الطالب أثناء مسيرته الدراسية يجب على الجامعة القيام بإنشاء مركز للإرشاد والتوجيه الطلابي، حيث يقوم هذا المركز بتقديم خدمة الإرشاد والتوجيه لطلبة الجامعة من خلال برامج متخصصة تساعد على تعزيز قدراتهم الأكاديمية والشخصية واكتشاف قدراتهم الكامنة، وهذا لا يتأتى إلا من خلال قيام الجهة المكلفة بالاتصال والعلاقات العامة بإدارة الجامعة بترجمة أهداف الجامعة الخاصة لتتواءم مع مطالب وحاجات الطلبة، فالعلاقات العامة من الوظائف الأساسية والمهمة بالجامعات تمثل عاملا مهما بين عدة عوامل تسهم في نجاحها وتحقيق تفاهمها مع جمهورها، وخاصة مع الطلبة وربطها بمجتمعاتها، إذ يحدث دعم العلاقات العامة لفعالية الجامعات أثرا إيجابيا في اتجاهاتهم وسلوكياتهم، ويحقق استجاباتهم للجهود المبذولة.

ولقد حاولنا في هذا الفصل التطرق إلى مجتمع الطلبة و العلاقات العامة وبعض الأشياء التي تخصهم معتمدين في ذلك على النقاط التالية:

أولا : مجتمع الطلبة: وفيه سوف نتطرق إلى ما يلي:

- حقوق وواجبات الطالب.
  - الضوابط السلوكية الطلابية.
  - التكيف الأكاديمي للطالب في الجامعة.
  - الطالب وال فشل الأكاديمي.
- ثانيا: علاقة العلاقات العامة بمجتمع الطلبة.

## الفصل الثالث:مجتمع الطلبة والعلاقات العامة

أولاً: مجتمع الطلبة:

ا.حقوق وواجبات الطالب (أو الطلبة):

أ. الحقوق:

- 1-المشاركة في مراجعة وتطوير المقررات الدراسية وفق اللوائح والتعليمات الجامعية.
- 2-الحصول على التعليم المتميز والهادف ضمن الخطط الدراسية المقررة.
- 3-حسن المعاملة والاحترام المتبادل من الهيئة الأكاديمية والإدارية.
- 4-الدراسة في بيئة تعليمية إيجابية منظمة بعيدة عن التعصب والتمييز.
- 5-إبداء الرأي واحترام طرق التفكير وأساليب التعبير.
- 6-التظلم ضد من لوائح وتعليمات الجامعة.
- 7-المشاركة الفاعلة في انتخابات وأنشطة مجلس الطلبة.
- 8-الحصول على خدمات الإرشاد المهني والتوجيه الطلابي.

ب. الواجبات:

- 1-الإطلاع على تعليمات الجامعة والالتزام بلوائحها.
- 2-تمثيل الجامعة بالصورة الحسنة، وعدم الإساءة إليها بالقول والفعل.
- 3-الظهور بالمظهر اللائق الذي يتسق مع قدسية الحرم الجامعي.
- 4-المحافظة على ممتلكات الجامعة وعدم الإضرار إليها.
- 5-الانتظام بالدراسة والالتزام بالمواعيد وقواعد المحاضرات والامتحانات.
- 6-الالتزام بقواعد السلوك العام واحترام أعضاء الهيئة التدريسية وموظفي الجامعة.
- 7-إظهار الانتماء للجامعة والولاء لدولة المقر التي تحتضنها.

## الفصل الثالث:مجتمع الطلبة والعلاقات العامة

8-المحافظة على الهدوء وعدم التدخين في المرافق الجامعية.<sup>1</sup>

**II.السجل الأكاديمي للطالب:** يتضمن السجل الأكاديمي للطالب ما يلي:

1-سيرة الطالب الدراسية وتتضمن المقررات الدراسية التي درسها في كل فصلن وتقديراتها وعدد وحداتها ورموزها والمعدل التراكمي للفضل والفصل العام.

2-خطة الطالب الدراسية.

3-مشاركاته العلمية إن وجدت (مسابقة علمية ، إلقاء بحث).

4-الجوائز العلمية إن وجدت.

5-تسجيل عنوان الرسالة ودرجة المناقشة بالنسبة لطلبة الدراسات العليا.

6-قائمة بالمقررات المعادلة ( إن وجدت).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الجامعة الخليجية: دليل الطالب، 2011-2012، ص09.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص26.

### III. الضوابط السلوكية الطلابية:

أولاً: المخالفات: تشمل المخالفات التي يرتكبها الطلبة والتي تخضع للعقوبات التأديبية أنواع الغش الأخرى، السرقة والإتلاف، مخالفة التعليمات الجامعية، مخالفة حدود الآداب والاحتشام والمضايقات والاعتداءات الجسدية، إعاقة أنشطة الجامعة، الإخلال بالأمن والتصرفات غير المنضبطة، حيازة أو توزيع أو تعاطي الكحول والمخدرات، أو حمل أو استخدام الأسلحة داخل الحرم الجامعي أو التعرض لرموز القيادة أو الدولة بالألفاظ التحريضية.

ثانياً: العقوبات التأديبية: عند ثبوت ارتكاب الطالب إحدى المخالفات السالف ذكرها، يتم فرض إحدى العقوبات المدرجة أدناه بما يتناسب مع نوع وحجم المخالفة التي قام بارتكابها، وذلك في ضوء ما نتوصل إليه وتوصي به لجنة انضباط الطلبة:

1- التنبيه.

2- الإنذار والملاحقة.

3- الفصل المؤقت.

4- الفصل النهائي.

### ثالثاً: الإجراءات:

1- يعين رئيس الجامعة لجنة تسمى "لجنة انضباط الطلبة"، يرأسها أحد أعضاء هيئة التدريس، وتضم في عضويتها:

أ- عضو هيئة تدريس من كلية ما (ككلية القانون مثلاً).

ب- ممثل أعضاء هيئة التدريس في مجلس الجامعة.

ج- ممثل مجلس الطلبة في الجامعة.

2- تقدم الشكاوي والأدلة المساندة إلى عمادة شؤون الطلبة.

3- تقوم عمادة شؤون الطلبة بإحالة الأوراق المتعلقة بالشكوى إلى رئيس لجنة انضباط الطلبة.

4- تقوم لجنة انضباط الطلبة بدراسة الشكوى والأدلة والمعلومات المتوفرة، وتستمع إذا رأت ضرورة لذلك إلى الجهة مقدمة الشكوى والطالب المشكو منه والشهود (إن وجدوا)، وتقدم تقاريرها حول ما توصلت إليه إلى رئيس الجامعة مصحوباً بالتوصيات اللازمة.

5- يتخذ رئيس الجامعة قراره في ضوء تقرير اللجنة وتوصياتها، ويعتبر قراره نهائياً لا يقبل الاعتراض.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 28.

**14. التكيف الأكاديمي للطلاب في الجامعة:** إن التكيف الأكاديمي للطلاب في الجامعة بصورة عامة عبارة عن التفاعل بين الفرد والطلاب وما لديه من إمكانيات وحاجات من جهة، وبين البيئة وما فيها من خصائص ومتطلبات من جهة أخرى، ويكون الناتج النهائي لهذه العملية هو التكيف الحسن أو التكيف السيئ.

ويظهر التكيف الحسن في شعور الطالب بالرضا والارتياح اتجاه دوره كطالب في الجامعة، وانخراطه في مجتمع الجامعة واستمتاعه بدراسته وارتياحه لأساتذته وزملائه، كما ينعكس التكيف الحسن في الإنتاجية أي في أداء المهمات المتضمنة في التعليم الجامعي والتمكن من المعارف والمعلومات، الأمر الذي يظهر في النتائج الدراسية التي يحصل عليها.

أما التكيف السيئ للطلاب الجامعي فيظهر في شعور الطالب بعدم الرضا عن دوره كطالب في الجامعة، وهو الأمر الذي يبدو على شكل إحساس بالقلق والتوتر والشعور بالغربة والاكنتاب، مما يؤدي إلى تدهور الأداء التحصيلي للطلاب، وينعكس ذلك سلبا في نتائجه الدراسية ومعدلاته.

ويتأثر التكيف الأكاديمي للطلاب في الجامعة بعوامل متعددة مثل: خبرات طفولته وقدراته العقلية و التحصيلية ومهاراتهم كما يتأثر بظروف الأسرة التي ينتمي إليها الطالب، والمركز الاجتماعي والثقافي والاقتصادي لتلك الأسرة، ويتأثر أيضا بمفهوم الذات لدى الطالب ومدى تقبله وتقديره لذاته ومستوى طموحه وآماله في المستقبل، كما يتأثر بطبيعة الحياة في الجامعة وما فيها من قواعد وتعليمات ومناهج وعلاقات مع الأساتذة والزملاء وما تقدمه الجامعة من خدمات في مجالات التوعية والإرشاد وبرامج تنمية المهارات الدراسية والاجتماعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> يونسى كريمة: الاغتراب النفسي وعلاقته بالتكيف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس المدرسي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو (الجزائر)، 2011-2012، ص130-131.

## الفصل الثالث:مجتمع الطلبة والعلاقات العامة

**٧.الطالب والفشل الأكاديمي:** يمكن تلخيص بعض العوامل الرئيسية التي تؤدي إلى تعثر بعض الطلاب الجامعيين فيما يلي:

- 1-اختيار التخصص الأكاديمي غي الملائم للقدرات والرغبات الشخصية.
- 2-التغيب المفرط عن المحاضرات.
- 3-عدم إعطاء الدراسة الجامعية حقها والانشغال عنها بأمر أخرى.
- 4-عدم الاهتمام بإدارة الوقت.
- 5-عدم توفر المهارات الدراسية اللازمة.
- 6-عدم وضوح الأهداف وما يرغب الطالب في الوصول إليه.
- 7-الاستمرار في الاعتماد على الآخرين، وقلة الاعتماد على النفس.
- 8-عدم الاكتراث واللامبالاة بالأمر المهمة خاصة الدراسية منها.
- 9-الافتقار إلى المثابرة والعزيمة وضعف الرغبة في النجاح والتميز.
- 10-الاستمرار في التفكير والتصرف كطالب في المرحلة الثانوية.
- 11-عدم التكيف مع البيئة الجامعية أكاديميا واجتماعيا ونفسيا.
- 12-ضعف القدرة على التفكير التحليلي والاستنباطي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص129-130.



## الفصل الثالث:مجتمع الطلبة والعلاقات العامة

### ثانيا: علاقة العلاقات العامة بمجتمع الطلبة.

-الاهتمام بالطلبة ومشكلاتهم الأكاديمية والعمل على تسهيل إجراءات التحاقهم بالكلية وتوجيههم،وذلك من خلال عقد الندوات التعريفية وتوضيح الشروط والأنظمة ذات الصلة عبر اللوحات الإعلانية للكلية الأمر الذي من شأنه أن يعزز ثقة الطلبة بالكلية ويسرع من تكيفهم مع فلسفتها والمشاركة في أنشطتها.

-إن قسم العلاقات العامة يقع على مسؤوليته صناعة الصورة الذهنية والسمعة الطيبة لدى الجمهور المكون من الطلبة ومؤسسات المجتمع الدولي وأفراده والمؤسسات الوطنية وتلبية احتياجاتهم قدر المستطاع.<sup>1</sup>

-كما أن العلاقات العامة مجال دراسي شائع بين الطلاب من أجل الحصول على شهادة دراسية في العلاقات العامة، فهذا الموضوع الدراسي يهدف إلى تطوير المهارات العملية والمهنية فضلا عن إعداد الطالب للعمل في قطاع العلاقات العامة، فمن المهم أن تفهم دورها في المجتمع وعلاقتها بوسائل الإعلام الحالية فضلا عن تطوير تفكير الطلاب التحليلي في مجال وسائط الإعلام.<sup>2</sup>

\*وفي الأخير يمكن القول بأن العلاقات العامة على علاقة كبيرة مع الطلبة كما أن الطلبة هم أيضا على علاقة مع العلاقات العامة حيث نرى أن هناك مجموعة من الطلبة يقومون بتشكيل لجان واتحادات خاصة من أجل طرح بعض من المشاكل والانشغالات الخاصة بهم، أيضا نرى أن بعضا من أعضاء الطلبة يتم انتخابهم كمسؤولين لمكاتب العلاقات العامة.

<sup>1</sup> العلاقات الخارجية والعلاقات العامة: الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية،غزة (فلسطين)،2015، على البريد الإلكتروني:

[www.ucas-edu.ps/public\\_relations/public\\_relaions.aspx](http://www.ucas-edu.ps/public_relations/public_relaions.aspx).

تاريخ الدخول:31-05-2015، على الساعة: 21 و 53 دقيقة.

<sup>2</sup> محمد عبد السلام: فكرة عن دراسة العلاقات العامة بالخارج(تخصص: العلاقات العامة)،الشرق الأوسط،على البريد الإلكتروني:

[www.hotcourses.ae/study-abroad-info/subject-info/public-relations/](http://www.hotcourses.ae/study-abroad-info/subject-info/public-relations/)

تاريخ الدخول:31-05-2015، على الساعة: 22 و 17 دقيقة.

**خلاصة:** مما سبق نستنتج بأن للطلبة حقوق وعليهم واجبات، كما أن سلوكياتهم تحكمها مجموعة من الضوابط والقوانين في إطار مجتمع معين، ويبقى التكيف الأكاديمي للطلاب في الجامعة مرهونا بما تقدمه الجامعة من خدمات وبرامج فعالة وهادفة لتنمية المهارات، كبرامج التوعية والإرشاد، إذ لا بد على الجهة المكلفة بالاتصال والعلاقات العامة بإدارة الجامعة أن تسخر كل جهودها لذلك، وتسهر عليه لإعطاء صورة وانطباعات عن الجامعة في أذهان الطلبة، إضافة إلى أن العلاقات العامة تقيم علاقات وطيدة مع مجتمع الطلبة فهاته الأخيرة لها أيضا صلة بالعلاقات العامة.

# الباب الثاني: الجانب الميداني للدراسة

# الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد.

١. مجالات الدراسة (مجتمع وعينة الدراسة وسماتها).

٢. أدوات جمع البيانات.

٣. أساليب المعالجة الإحصائية.

٤. منهج الدراسة.

خاتمة.

**تمهيد:** يعد الإطار الميداني للدراسة أو البحث أحد الركائز المهمة في تدعيم البحث العلمي، ذلك أنه لا يمكن لأي باحث في حقل العلوم الإنسانية والاجتماعية الاستغناء عنه، كما أنه يسمح بتأسيس عمل منهجي منظم يترجم معظم أهداف البحث، وينطوي تحت هذا الإطار بعض من الإجراءات المنهجية، فنجاح أي بحث علمي ميداني لا يتوقف إلا على الطريقة المنهجية المستعملة في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، والمتمثلة أساساً في تحديد مجالات الدراسة (بما فيها مجتمع وعينة الدراسة وسماتها)، وأدوات جمع البيانات والمعلومات المناسبة، والأساليب الإحصائية المناسبة المستخدمة في معالجته، إضافة إلى تحديد منهج الدراسة.

وقد احتوى هذا الإطار على فصلين وهما: الفصل الرابع والفصل الخامس، حيث اشتمل الفصل الرابع على الإجراءات المنهجية للدراسة، أما الفصل الخامس فقد خصص لتحليل وتفسير البيانات وعرض نتائج الدراسة.

وسوف نتطرق أولاً إلى الفصل الرابع والمعنون بالإجراءات المنهجية للدراسة، والذي اشتمل على

العناصر التالية:

- مجالات الدراسة.
- أدوات جمع البيانات.
- أساليب المعالجة الإحصائية.
- منهج الدراسة.

## 1.مجالات الدراسة:

### 1-1-المجال الجغرافي:

ويقصد به المكان الذي ستنتم فيه الدراسة، وبما أن موضوعنا يتناول آراء الطلبة نحو وظيفة العلاقات العامة، أي ما هي أهم الآراء المكونة في أذهان الطلبة عن وظيفة العلاقات العامة، فقد تم تحديد إجراء هذه الدراسة على مستوى القطب الجامعي -تاسوست- التابع لجامعة "جيجل"، وبالضبط على طلبة الماستر بجميع التخصصات "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" الجديدة، هاته الأخيرة تابعة لبلدية الأمير عبد القادر يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومجموعة من الأشجار الغابية، بالإضافة إلى الطريق الوطني "رقم 43" الرابط بين قسنطينة وجيجل، ومن الجنوب بلدية الأمير عبد القادر، ومن الشرق بلدية الطاهير، ومن الغرب طريق الكيلومتر الثالث، بالإضافة إلى بلدية جيجل.

\*وقد أنشئت "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" بناء على المرسوم التنفيذي رقم 362/12 المؤرخ في 08 أكتوبر 2012 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 258/03 المؤرخ في 22 يوليو 2003 المتضمن إنشاء جامعة جيجل، وبناء على القرار الوزاري رقم 919 المؤرخ في 26 نوفمبر 2013 يتم القرار رقم 215 المؤرخ في 24 مارس 2013 والمتضمن إنشاء الأقسام المكونة لـ"كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" لدى "جامعة جيجل".

\*ويتكون الهيكل التنظيمي لـ"كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" في الجانب البيداغوجي مما يلي: العمادة، نواب العمادة، رؤساء الأقسام، نواب رؤساء الأقسام، ، 06 أقسام بيداغوجية، إضافة إلى مكتبة وأمانة عامة ، وهي موزعة على 05 طوابق (انظر الملحق رقم 02)، إضافة إلى وجود هيكل بشري وآخر إداري.

\*وقد تم اختيار هذه المؤسسة "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" نظرا لكون بعض من طلابها أصحاب تخصص في علم اجتماع الاتصال والبعض الآخر في علم اجتماع العلاقات العامة، إضافة إلى أن أصحاب هاذين التخصصين لهم رصيد معرفي حول وظيفة العلاقات العامة وكون هذه الأخيرة من

وظائفها الإعلام والاتصال، وهذا ما دفعنا لاختيار هذه الكلية للقيام بدراستنا من اجل رصد بعض من آرائهم وتطلعاتهم والتعرف على طبيعة تصوراتهم اتجاه هذه الوظيفة (العلاقات العامة).

1-2- المجال البشري: (مجتمع وعينة الدراسة)

\*يتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في جميع عدد الطلبة المسجلين في "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" داخل القطب الجامعي -تاسوست- التابع لـ"جامعة جيجل" في العام الدراسي 2014/2013، حيث تشير إحصائيات الطلبة لنفس العام الدراسي الجامعي أن هناك 2398 طالب وطالبة مسجلين بهاته الكلية و موزعين على مختلف الأقسام والدرجات والتخصصات والمستويات العلمية (انظر الملحق 03)، وينطوي تحت هذا المجال كل من مجتمع وعينة الدراسة وهما كالآتي :

2-أ-مجتمع الدراسة :

فيما يخص بحثنا فإن مجتمع الدراسة أو المجتمع الإحصائي كما يسمى هو جميع طلبة الماستر المسجلين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لعام 2014/2013 في مختلف التخصصات العلمية والذين يحملون آراء هامة عن وظيفة العلاقات العامة، وبالنسبة لتحديد أسلوب جمع البيانات من مفردات مجتمع دراستنا فقد تمثل في اختيار أسلوب العينة بسبب كبر حجم مجتمع الدراسة وعدم تجانس أفراده.

\*ويقدر عدد طلبة الماستر في "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" باعتبارهم محور دراستنا بـ 208 طالب وطالبة موزعين على مختلف الأقسام والدرجات والتخصصات والمستويات العلمية.

2-ب-عينة الدراسة :

نظرا إلى كبر عدد أفراد عينة الدراسة (الطلبة في فئة الماستر) كما هو موضح سابقا فقد اعتمدت في دراستي هذه على العينة الطبقية نظرا لوجود 3 طبقات من الطلبة في نفس الفئة المذكورة.

داخل هذه العينة الطبقية قمنا بإختيار عينة أيضا من أفراد مجتمع الدراسة بطريقة عشوائية.

ويقدر عدد أفراد عينة دراستنا بـ: 45 فرد أي ما نسبته 21,63% ، وعليه فالعينة المستعملة في دراستنا هي : العينة العشوائية الطبقية المتساوية لأننا أخذنا 15 فرد كعينة للدراسة من كل طبقة.



2-ب-1- السمات العامة للعينة :

أولاً : الجنس:

جدول رقم (01) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
22.22%	10	ذكر
77.78%	35	أنثى
100%	45	المجموع

\*يبين الجدول رقم (01) أن نسبة الذكور تقدر ب 22.22% و هي ممثلة ب 10 أفراد , في حين أن نسبة الإناث هي النسبة الأكبر و تقدر ب 77.78% و هي ممثلة ب 35 فرد , و يرجع ذلك إلى كون الذكور معظمهم لا يرغبون في إكمال مشوارهم الدراسي بالجامعة بسبب تفرغهم إلى عالم الشغل أو الفشل في النجاح , و ربما الفقر المدقع أو ضعف المعيشة للأسرة هي التي تفرض ذلك على عكس الإناث, و هناك أسباب كثيرة يمكن أن تدخل في ذلك لم نستطع حصرها.

ثانياً: السن :

جدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرار	السن
15.56%	07	23
33.33%	15	24
28.89%	13	25
13.33%	06	26
08.89%	04	27 فما فوق
100%	45	المجموع

\*من خلال الجدول رقم (2) نلاحظ أن أكبر نسبة هي للفئة التي عمرها 24 سنة و تقدر نسبتها ب 33.33% و يمثلها 15 فرد، و تأتي في المرتبة الثانية الفئة التي عمرها 25 سنة و تقدر نسبتها ب 28.89% و هي ممثلة ب 13 فرد، بعدها تأتي الفئة التي عمرها 23 سنة ممثلة ب 7 أشخاص و تتراوح نسبتها ب 15.56%، ثم تأتي الفئة التي عمرها 26 سنة في المرتبة الرابعة ممثلة ب 6 أشخاص و نسبتها و نسبتها هي 13.33% ، أما المرتبة الأخيرة فهي للفئة التي عمرها 27 سنة فما فوق و نسبتها هي 08.89% و يمثلها 04 أفراد ، و هذا يشير إلى تنوع أفراد عينة الدراسة وشمولها وعدم حصرها في سن أوفئة معينة.

### ثالثاً: طبيعة التخصص الأكاديمي المحصل عليه في الليسانس:

جدول رقم (03) يوضح طبيعة التخصص الأكاديمي المحصل عليه في الليسانس طرف أفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة التخصص الأكاديمي المحصل عليه في الليسانس
33.33%	15	علم اجتماع التربوي
40%	18	علم اجتماع العمل و التنظيم
26.67%	12	علم اجتماع الاتصال
100%	45	المجموع

\*من خلال الجدول رقم (03) يتضح لنا أن أكبر نسبة و هي 40% ترجع للفئة التي تدرس في تخصص "علم اجتماع العمل و التنظيم" و يقدر عدد أفرادها ب 18 فرد، بعدها يأتي في المرتبة الثانية أصحاب تخصص "علم اجتماع التربوي" و يقدر عدد أفرادها ب 15 فرد و بنسبة 33.33% ، أما المرتبة الثالثة و الأخيرة فهي تذهب لأصحاب تخصص "علم اجتماع الاتصال" بنسبة 26.67% و 12 فرد، و هذا راجع

إلى كبر عدد الأفراد الذين يحبذون تخصص علم اجتماع العمل و التنظيم و قلة عدد الأفراد الذين يحبذون تخصص علم اجتماع التربوي مقارنة مع الذين يحبذون تخصص علم اجتماع الاتصال.

**رابعاً: طبيعة التخصص الأكاديمي الحالي في الماستر لأفراد عينة الدراسة :**

جدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة التخصص الأكاديمي الحالي في الماستر.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة التخصص الأكاديمي الحالي في الماستر
33.33%	15	علم اجتماع التربية
33.33%	15	علم اجتماع العلاقات العامة
33.33%	15	علم اجتماع العمل و التنظيم
100%	45	المجموع

\*من خلال الجدول رقم (04) يتضح لنا أن جميع هذه التخصصات الثلاث نسبتها متساوية وهي 33.33%, كما أن عدد أفرادها متساوي و يقدر بـ 15 فرد في كل تخصص, و يرجع ذلك إلى طبيعة اختيارنا لحجم العينة حيث اخترناه بالتساوي وهذا من أجل التمثيل الأنسب لأفراد العينة.

**خامساً: المستوى الدراسي الجامعي:**

جدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي الجامعي
33.33%	15	سنة أولى
66.67%	30	سنة ثانية
100%	45	المجموع

\*من خلال الجدول رقم (05) يتبين لنا أن ما نسبته 33.33% من أفراد عينة الدراسة يدرسون في السنة الأولى و يقدر عدد أفرادهم ب 15 فرد مقارنة بكبر حجم عدد الأفراد الذين اخترناهم من السنة الثانية و المقدر ب30 فرد و بنسبة 66.67% , و هذا راجع أيضا إلى طبيعة اختيار ذلك نظرا لقلة عدد الأفراد الذين يدرسون في السنة الثانية من كل تخصص مقارنة بالسنوات الأولى و التي عادة ما تكون مكتظة (أنظر الملحق رقم 03).

3-1 - المجال الزمني: ويمكن حصره في الوقت أو الزمن الذي استغرقناه خلال إجراء دراستنا الميدانية من جمع للمعلومات من الكتب أو عن طريق شبكة الأنترنت، إضافة إلى جمع البيانات الإحصائية والوثائق والسجلات من مصلحة الإحصائيات وإدارة قسم علم الاجتماع وتوزيع الاستمارات واسترجاعها، وقد استغرقت هذه الدراسة حوالي 06 أشهر فأكثر، وذلك خلال العام الدراسي الجامعي 2014/2013.

ويتضمن هذا المجال مايلي :

أ- الدراسة الميدانية: استغرقت الجزء الأكبر من وقت الدراسة، من أواخر شهر ماي إلى منتصف شهر أوت، حيث كانت أول خرجة ميدانية استطلاعية يوم 07 ماي إلى "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية"، وبالضبط إلى "إدارة قسم علم الاجتماع" الموجودة بالطابق الثاني من الكلية، حيث عمدنا إلى إحدى الموظفات والتي تعمل بإدارة قسم علم الاجتماع وطلبنا منها إعطاءنا بعض الوثائق التي سوف تخدمنا في دراستنا، ومن أبرزها الهيكل التنظيمي الخاص بالكلية، بعدها قمنا بخرجة ميدانية ثانية، حيث قصدنا "مصلحة الإحصائيات" الموجودة في الطابق الثالث من نفس الكلية، طلبنا فيها من مسئولة الإحصائيات تزويدنا ببعض الوثائق والبيانات الإحصائية المكملة لدراستنا كقائمة الطلبة المسجلين في الكلية وعدد الأساتذة للعام الدراسي 2014/2013، حيث تم تزويدنا بها إضافة إلى تزويدنا بتقديم خاص بالكلية، حيث بعد هذا كله قمنا بتوزيع الاستمارة يوم 18 ماي 2014م، وقد استغرقنا 04 أيام فقد من أجل استرجاعها، أما الوقت المتبقي فقد خصصناه لتفريغ البيانات ومعطيات الاستمارة وتبويبها وتحليلها واستخلاص النتائج.

**II. أدوات جمع البيانات:** إن جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث واللازمة لإجراء الدراسة الميدانية لا تتم بطريقة مباشرة أو اعتباطية، وإنما عن طريق مجموعة من الأدوات التي تعتبر من الوسائل الضرورية والأساسية لهذه العملية، وهذا حتى يستطيع الباحث الإمام بجميع المعطيات موضوع البحث، وبما أن هذه الأدوات تتحدد وفقا لطبيعة البيانات والمعلومات المراد جمعها فقد قمنا بالاستعانة ببعض هذه الأدوات وذلك وفق ما تطلبه موضوع بحثنا، ومن بين هذه الأدوات ما يلي:

1-الاستمارة:وهي من الأدوات الأكثر استخداما في الدراسات السوسيولوجية كونها وسيلة علمية تساعد الباحث على جلب البيانات اللازمة من المبحوث نفسه، كما أنها الوسيلة التي تجعل الباحث يتقيد بموضوع بحثه دون الخروج عن إطاره، وذلك من خلال تقسيمها إلى محاور تشكل النقاط الأساسية للبحث.

والاستمارة هي عبارة عن "مجموعة أسئلة تدور حول موضوع معين لا تحتاج إلى شرح إضافي وتجمع في شكل استمارة".<sup>11</sup>

وتعرف أيضا على أنها "وسيلة للاتصال بالمبحوثين واستفسارهم واحدا واحدا وبشكل مماثل، وهي تقنية مباشرة لتقصي المعلومات من الأشخاص، تسمح باستفسارهم مباشرة لتقصي الحصول على علاقات رياضية وعقد مقارنات كمية".<sup>2</sup>

هي أيضا "مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين ترسل للأشخاص المعنيين عن طريق البريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة أو التأكد من معلومات متعارف عليها، لكنها غير مدعمة بحقائق".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد عياد: مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص121.

<sup>2</sup> Maurice angers :initiation pratique à là méthodologie des sciences,édition casbah,algerie,1997,p58.

<sup>3</sup> فيروز زرقاة وعبد الحميد بوطبة وعبد الرزاق أمقران وآخرون : في منهجية البحث الاجتماعي،ط1،منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة (الجزائر)،2007،ص104.

\*"يعتبر الاستبيان (أو الاستمارة) أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات من مصادرها، ويعتمد على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من أجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث أنها مفيدة لبحثه، وتساعده بالتالي على اختبار فرضياته،<sup>1</sup> وهو نوعان:

مباشر يوزع عن طريق اليد مباشرة من الباحث أو الفريق المساعد له، وغير مباشر يوزع عبر البريد والهاتف أو الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، والاستمارة هي الأداة الأساسية لعملية الاستبيان، وهي المحطة التي تلي تحديد واختيار العينة تحوي عادة مجموعة أسئلة بعضها مفتوح وبعضها مغلق (والبعض الآخر شبه مغلق)، وبعضها يتعلق بالحقائق وبعضها الآخر يتعلق بالآراء والمواقف، وبعضها عام وبعضها متخصص".<sup>22</sup>

\*وقد تم اختيار الاستمارة لدراستنا هذه لأنها تتفق مع طبيعة بحثنا، فهي في الغالب تستخدم لمحاولة دراسة جمهور ما من أجل معرفة طبيعة آرائه واتجاهاته نحو موضوع ما، وهذا يتفق مع هدف دراستنا حيث نسعى لمعرفة آراء وصور ونظرة الطلبة نحو وظيفة الع الح، أما عن نوع الاستبيان (الاستمارة) الذي استخدمناه فهو الاستبيان المباشر الذي يرسل عن طريق اليد مباشرة من الباحث والفريق المساعد له.

\*لقد قمنا بصياغة أسئلة الاستمارة أسئلة ميدانية تعكس الانشغالات الجوهرية الواردة في الإشكالية، ثم قمنا بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي العلم والخبرة في مجالات البحث العلمي ومن المسؤولين المؤهلين للحكم عليها، وقد تألفت هذه المجموعة من عضوين من أعضاء الهيئة التدريسية في "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" بالقطب الجامعي - تاسوست- التابع لـ"جامعة جيجل" متخصصين يدرسون في الإحصاء ومنهجية البحث العلمي، وقد طلب الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، إضافة إلى مدى كفاية العبارات لتغطية كل محور من محاور متغيرات الدراسة الأساسية واقتراح ما يروونه ضروريا من تعديل صياغة

<sup>1</sup> عبد الغني عماد: منهجية البحث في علم الاجتماع (الإشكاليات، التقنيات، المقاربات)، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت (لبنان)، 2007، ص 61.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 62-63.



العبارات أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة لأداة الدراسة، وكذلك إبداء آرائهم فيما يبدو بالبيانات الأولية إلى جانب مقياس "ليكرت" المستخدم في الاستبانة.

\* وقد تم حذف بعض البيانات الغير مهمة من محور البيانات الشخصية، إضافة إلى تغيير صياغة بعض العبارات وتبديل أماكن بعض مصطلحات الإجابة على مقياس "ليكرت" الخماسي من طرف أحد المحكمين.

\* وفي ضوء التوجيهات التي أبداهها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها المحكمين بتعديل الصياغة وحذف بعض العبارات في تحديد مواضيع الالتباس والضعف فيها، إضافة إلى استخدام مقياس "ليكرت" للتدرج الثلاثي بدل الخماسي، وكل هذه التعديلات والإضافات لعبارات أداة الدراسة تعرف بما يسمى "صدق المحكمين" (الصدق الظاهري)، وقد أعطيت تعريفات له هي:

"إن صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه"<sup>1</sup>

كما يقصد بالصدق "شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها".<sup>2</sup>

\* وقد تم تقسيم أداة الدراسة وهي الاستبانة إلى قسمين وهما كما يلي:

<sup>1</sup> العساف، عبد المعطي وصالح محمد: أسس الع الع، دار الحامد للنشر، عمان (الأردن)، 1995، ص429.

<sup>2</sup> محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل التطبيقات)، دار وائل للنشر، عمان (الأردن)، 2001، ص179.

القسم الأول: ضم محور واحد فقط سمي بـ"المحور الأول" تعلق بالبيانات الشخصية للمشاركين في الاستبانة، وقد قسم بدوره إلى 05 عناصر تناولت خصائص عينة الدراسة من حيث: الجنس، والسن، طبيعة التخصص الأكاديمي المحصل عليه في الليسانس، طبيعة التخصص الأكاديمي الحالي في الماجستير، إضافة إلى المستوى الدراسي الجامعي، وقد تكون من 05 فقرات بدأت من السؤال رقم 01 إلى السؤال رقم 05.

القسم الثاني: ضم الأسئلة المتعلقة بفرضيات الدراسة، واشتملت على 52 عبارة توزعت على 03 محاور ابتداء من المحور الثاني إلى الرابع وهي:

المحور الثاني: تناول مفهوم مهنة الع وال وتكون من 06 فقرات بدأت من السؤال رقم 06 إلى السؤال رقم 11، كما احتوى هذا المحور على 27 عبارة تطرقت إلى: طبيعة مهنة الع الع، ممارسو المهنة، علاقة المهنة بالمهن الأخرى، مبادئ المهنة، مهام المهنة، أهداف المهنة.

المحور الثالث: تناول الانطباع عن مهنة الع الع، واحتوى على فقرة واحدة فقط بدأت من السؤال رقم 12، وتكون هذا المحور من 11 عبارة خلصت إلى: سمعة مهنة الع الع، أهمية المهنة، متطلبات ممارسة المهنة وممارسوها، ممارسو المهنة، مكانة المهنة.

المحور الرابع: تناول التوجهات نحو الاهتمام بممارسة مهنة الع الع، واحتوى أيضا على فقرة واحدة من السؤال رقم 13، واشتمل هذا المحور على 14 عبارة تطرقت إلى: التشجيع أو عدم التشجيع على ممارسة مهنة الع الع، الرغبة أو عدم الرغبة في ممارسة هذه المهنة، منح فرص أو عدم منح فرص لممارستها.

وكانت الإجابات في القسم الثاني ذات إجابات مغلقة وفقا لمقياس "ليكرت" الثلاثي (موافق، محايد، معارض) والذي يلائم دراسة والاتجاهات والتصورات.

كما تمت صياغة عبارات الاستمارة (الاستبيان) ببساطة وسهولة قدر الإمكان حتى تكون مفهومة لدى عامة المبحوثين مع مراعاة صياغة العبارات التي يجب عنها المبحوثون أن تكون مقياس "ليكرت" ذو التدرج الثلاثي.

وتم توزيع 45 استبانة على مختلف فئات طلبة الماستر والذين يدرسون في عدة تخصصات معينة، كما تم استردادها جميعا وبنسبة استرداد 100%، وبعد تفحص جميع الاستبانات وجدت بعض بياناتها ناقصة حيث تم إكمالها من طرف الباحث.

### 1-أ- حساب الشروط السيكومترية (الثبات والصدق) لاستبيان الدراسة:

حساب الثبات: إن احتمالات الإجابة على بنود استبيان هذه الدراسة ثلاثية وليست ثنائية، ومنه فقد تم الاعتماد في حساب قيمة ثباته على معادلة "ألفا كرونباخ" والتي تصلح في حالة الاستبيانات ذات الاختيارات المتعددة وليست الثنائية، ويتمثل قانون هذه المعادلة في الآتي:

$$a = \frac{n-1}{n} \times \frac{\sum (E^2 - K^2)}{n-1}$$

حيث: a: هو رمز "معادلة ألفا كرونباخ"

n: عدد بنود الاختبار.

مج ع<sup>2</sup> ب: مجموع تباين بنود الاختبار.

ع<sup>2</sup> ك: التباين الكلي للاختبار.

وبتطبيق هذه المعادلة على دراستنا تم الحصول على قيمة ثبات مساوية لـ 0.82ن وعليه يمكن القول أن ثبات هذا الاستبيان عال.

حساب الصدق: إن صدق استبيان هذه الدراسة يتمثل في:

$\sqrt{\text{جذر الصدق الذاتي لمعامل الثبات، وتطبيق هذه المعادلة تم الحصول على قيمة صدق مساوية لـ 0.90}}$

وعليه يتبين لنا أن هذا الاستبيان بيان صادق.

وقد تم إعطاء الوزن المناسب لكل عبارة من عبارات الاستبانة نظرا لأهميتها، ويتضح ذلك فيما يلي:

- موافق ← الوزن ← 3.
- محايد ← الوزن ← 2.
- معارض ← الوزن ← 1.

وتجدر بنا الإشارة إلى أنه في حالة ما إذا كانت العبارة سلبية فإن الأوزان تكون معكوسة، ومن أجل تحديد إلى أي خلية تنتمي قيمة المتوسط الحسابي فقد تم:

حساب المدى وذلك بطرح أصغر قيمة من أعلى قيمة في المقياس (3-1=2)

ثم قسمة المدى وهو: (2) على أكبر قيمة في المقياس وهي (3) والهدف من ذلك تحديد الطول الفعلي لكل خلية ويساوي (0.66=3÷2).

ولأن المقياس لا يبدأ من الصفر بل من العدد (1) فإن نهاية الخلية الأولى هي (1.66=0.66+1) ، وهذا يعني ان أي وسط حسابي يقع بين القيمة (1) والقيمة (1.66) يعد ضمن الخلية الأولى وهي "معارض".

تكون بداية الخلية الثانية في مقياس "ليكرت" أكبر من (1.66) ونهايتها تكون (2.32=0.66+1.66)، وهذا يدل على أن وسط حسابي أكبر من (1.66) وأقل من (2.32) يصدق ضمن الخلية الثانية. وهي "محايد".

تكون بداية الخلية الثالثة ضمن نفس المقياس أكبر من (2.32) ونهايتها هي (2.98=0.66+2.32)، ولهذا أي وسط حسابي أكبر من (2.32) وأقل من (2.98) يعد ضمن الخلية الثالثة وهي "موافق".

وبذلك يكون الوزن المرجح لإجابات كل عبارة من العبارات كالاتي:

1-1.66 ← معارض

1.66-2.32 ← محايد

2.32 -2.98 ← موافق

2- الوثائق والسجلات الإدارية:

"تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات، وفيما يرجع الباحث إلى جمع البيانات حول الموضوع أو فقط بعض المحاور من الوثائق والسجلات الإدارية، ويشترط عدم التكرار في جمع البيانات، فإما أن تكون البيانات المجمعة من الوثائق والسجلات الإدارية بيانات تكملية للاستمارة والمقابلة والملاحظة أو لبعضهم فقط.

ووظيفتها تكملية في التحليل والتفسير والتعليل، وإما أن تكون البيانات المجمعة تتعلق ببعض محاور البحث التي لا تمسها أدوات جمع البيانات الأخرى".<sup>1</sup>

"هي عبارة عن تلك اللوائح القانونية التي تشمل القوانين الوطنية والقوانين الداخلية لتسيير المؤسسة الاجتماعية، كما تشمل قوائم العمال والإداريين وطرائق تسيير الإنتاج بالمؤسسة، وتشرح طبيعة العمل بها.

ويستخدم الباحث أداة الوثائق والسجلات الإدارية لجمع المعلومات والبيانات التي لا يستطيع جمعها عن طريق الأدوات الأخرى، ويشترط في أن لا يجمع معلومات وبيانات مكررة، أي كان قد تجمعها عن طريق أداة من الأدوات الأخرى".<sup>2</sup>

ومن بين الوثائق التي اعتمدها في بحثنا ما يلي:

- بيانات تعريفية للمؤسسة محل الدراسة (كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية).
- بيانات تعريفية بالمجال البشري للدراسة.
- بيانات حول البناء التنظيمي للمؤسسة (الهيكل التنظيمي العام للكلية).

<sup>1</sup> رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دارالهدى للطباعة والنشر، عين مليلة (الجزائر)، 2008، ص223.

<sup>2</sup> رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة (الجزائر)، 2007، ص268.

3-الإحصاءات الرسمية: "هي الإحصاءات التي تقوم بها مختلف المؤسسات أو جماعات أو مراكز بحث أو أفراد باحثين في مواضيع مختلفة من أجل تفسير ظاهرة أو الإعداد لظروف معينة، ويكون .... لذلك حصر عدد الأفراد أو حصر عدد المواقف والآراء حول قضية اجتماعية أو نفسية أو سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو إدارية أو أمنية أو عسكرية، وتكون الإحصاءات تتميز بالصفة الرسمية.<sup>1</sup>

"وهي أيضا من أدوات جمع البيانات الخاصة التي يعتمد عليها في موضوع بحثه".<sup>2</sup>

ومن بين الإحصاءات التي اعتمدها في بحثنا الإحصاءات المتعلقة بالطلبة.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 273.

<sup>2</sup> رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 224.

III. أساليب المعالجة الإحصائية: من أجل القيام بالتحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة قمنا

باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1- حساب التكرارات والنسب المئوية من أجل وصف أفراد مجتمع الدراسة.

- التكرارات (ك) = عدد المفردات

- مجموع التكرارات = حاصل جمع التكرارات

- النسبة المئوية =  $\frac{\text{التكرار} \times 100}{\text{مجموع التكرارات}}$

مجموع التكرارات

2- تم استخدام اختبار كا<sup>2</sup> لمناقشة فرضيات الدراسة

كا<sup>2</sup> =  $\frac{\sum (ت - ت م)^2}{ت م}$

ت و

حيث: ت و: هو التكرار الواقعي المشاهد.

ت م: هو التكرار المتوقع.



#### IV. منهج الدراسة:

\* بما أن هذه الدراسة تتناول قضية "آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة" فإن المنهج الملائم لها هو المنهج السوسيويمتري لأنه المنهج الأنسب لدراستنا فهو يعنى بقياس الآراء والاتجاهات فنحن بصدد استقصاء مجموعة من آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة من أجل تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج منها بما يفيدنا في بحثنا ، إضافة إلى أنه يمكننا من استعمال العديد من أدوات البحث كالاستمارة، وغيرها والتي تشكل في آخر المطاف مجموعة متكاملة يمكن من خلالها أن نتوصل إلى الإجابة عن مختلف التساؤلات الرئيسية والفرعية للبحث.

\* كما أننا استخدمنا الأسلوب التحليلي الذي يسعى إلى تحليل الظاهرة للعناصر التي تتألف منها.

**خلاصة:** بعد اختيار الطريقة المنهجية المناسبة لجمع البيانات و المعلومات للدراسة قمنا بتحديد مجال الدراسة الجغرافي و البشري (مجتمع وعينة الدراسة) و الزمني، إضافة إلى اختيار بعض من أدوات جمع البيانات و المعلومات وقد تمثلت في الاستمارة, كما أننا حددنا أهم الأساليب الإحصائية التي استعملت في هذا البحث خلال معالجتنا للبيانات والمعلومات كاختبار "كا<sup>2</sup>", التكرارات والنسب المئوية , و في الأخير اخترنا المنهج الملائم لهذه الدراسة و هو المنهج السوسيومترى.

وفي الأخير يمكن القول أن هذا الفصل بمثابة قاعدة صلبة يعتمد عليها في عرض وتحليل البيانات وتفسيرها والتعليق عليها واستخلاص النتائج في الفصل الموالي.

# الفصل الخامس: تحليل وتفسير

## البيانات

تمهيد.

١. تفرغ البيانات، تبويبها والتعليق عليها.

٢. النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضيات.

٣. النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة.

٤. النتائج العامة.

خلاصة.

### تمهيد:

تعد مرحلة تحليل وتفسير البيانات واحدة من أهم أساسيات البحث العلمي ومقتضياته خلال التطرق إلى الجانب الميداني للدراسة، وهذا نظرا لأهمية البيانات المتحصل عليها وعلاقتها بمشكلة البحث وأهدافه وفروضه.

وقد حاولت في دراستي هذه التحصل على بيانات كمية وأخرى كيفية، فأما الكمية فكانت في شكل جداول تضمنت مجموعة من التكرارات والنسب المئوية، وأما الكيفية فتتعلق بوصف الجداول وتحليل بياناتها وتفسيرها والتعليق عليها، ومحاولة ربطها مع بعضها البعض تحسبا لما جاء في الإطار النظري للدراسة واستخلاص النتائج.

وقد احتوى هذا الفصل الخامس والأخير والمعنون بـ: "تحليل وتفسير البيانات" على مجموعة من العناصر، وهي كالآتي:

- تفرغ البيانات وتبويبها والتعليق عليها.
- النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضيات.
- النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة.
- النتائج العامة.

وسوف نتطرق في هذا الفصل أولا إلى:

1. تفريغ البيانات، تبويبها والتعليق عليها:

1-1 تحليل معطيات الفرضية الأولى ومناقشتها:

أولاً: مهنة العلاقات العامة هي:

جدول رقم (06) يوضح طبيعة مهنة الع الع:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبرة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	06,67	08,89	84,44	45	03	04	38	مهنة إعلامية اتصالية	(01)
	02,22	06,67	91,11		01	03	41	مهنة إدارية	(02)
	51,11	22,22	26,67		23	10	12	مهنة تسويقية	(03)
	48,89	40	11,11		22	18	05	مهنة إخبارية	(04)

من خلال الجدول رقم (06) والذي يوضح طبيعة مهنة الع الع نلاحظ أن طلبة الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالقطب الجامعي "تاسوست" يرون بأن مهنة الع الع هي مهنة إدارية بالدرجة الأولى، حيث تقدر النسبة المئوية للعبرة رقم 02 بـ: 91,11%، أما بالنسبة للعبرة رقم 01 (مهنة الع الع هي مهنة إعلامية اتصالية) تحتل المرتبة الثانية بنسبة 84,44%، وبالنسبة للعبارتين 04 و 05 فقد تم الاعتراض عليهما من طرف طلبة الماستر، حيث أنهن يرون بأنها مهنة إخبارية بنسبة 48,89% حسب العبرة رقم 04، وهي مهنة تسويقية بنسبة 51,11% حسب العبرة الثالثة.

وربما يرجع اعتبارهم لمهنة الع الع مهنة إدارية وإعلامية اتصالية وليست إخبارية أو تسويقية إلى طبيعة تخصصهم الأكاديمي وتأثرهم به، حيث أن 33,33% من أفراد عينة الدراسة متخصصين في علم اجتماع الع الع، وكذلك في علم اجتماع التربية وعلم اجتماع العمل والتنظيم، إضافة إلى اختلاف نظرة وفهم وتخصص كل طالب في الماستر للع الع وتعدد تعاريفها.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

ثانيا: يمارس مهنة العلاقات العامة:

جدول رقم (07) يوضح ممارسي الع الع:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبارة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	02,22	02,22	95,56	45	01	01	43	مختص في الع الع	(01)
	08,89	33,33	57,78		04	15	26	المدير	(02)
	06,67	08,89	84,44		03	04	38	مختص في الع الع تحت إشراف المدير	(03)
	51,11	26,67	22,22		23	12	10	رئيس مجلس الإدارة	(04)
	26,67	40	33,33		12	18	15	مسؤول الإعلام والاتصال والتوجيه	(05)

من خلال الجدول رقم 07 وبالنسبة لممارس مهنة الع الع، نلاحظ أن طلبة الماستر يوافقون على أن مهنة الع الع تتطلب مختص لممارستها، وهذا ما نلاحظه في العبارة رقم 01 بنسبة تقدر بـ: %95,56.

أما عن العبارة رقم 03 فهي في المرتبة الثانية بنسبة %84,44، وتأتي العبارة رقم 02 في المرتبة الثالثة بنسبة %57,78، وهذا يدل على أن مهنة الع الع تتطلب مؤهلات وشروط معينة لممارستها.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

أما عن العبارة رقم 04 فقد تم الاعتراض عليها بنسبة 51,11%، أما عن العبارة الأخيرة وهي "يمارس مهنة الع الع مسئول الإعلام والاتصال والتوجيه" فهي ذات موقف حيادي، وتقدر نسبتها بـ: 40% لأن هناك غموض حول من يمارس هذه المهنة من قبل طلبة الماستر، فهم لا يستطيعون الحكم إن كان مسئول الإعلام والاتصال والتوجيه يستطيع ممارستها، وإن استطاعوا الحكم فهو حكم نسبي مرتبط بالمعرفة النظرية، ويفتقر إلى الخبرة والممارسة المباشرة الميدانية.

ثالثاً: لمهنة العلاقات العامة علاقة وطيدة بـ:

جدول رقم (08) يوضح علاقة مهنة الع الع بالمهن الأخرى:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبارة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	02,22	08,89	88,89	45	01	04	40	مهنة الإعلانات	(01)
	11,11	62,22	26,67		04	28	12	مهنة النشر	(02)
	53,33	28,89	17,78		24	13	08	مهنة الدعاية	(03)
	46,67	33,33	20		21	15	09	مهنة التسويق	(04)
	13,33	08,89	77,78		06	04	35	مهنة الإعلام والإتصال	(05)

من خلال الجدول رقم 08 والذي يتناول علاقة مهنة الع الع بالمهن الأخرى نلاحظ أن طلبة الماستر قد وافقوا على أن مهنة الع الع لها علاقة قوية بمهنة الإعلانات، وهذا ما تؤكد العبارة الأولى (01) بنسبة وصلت إلى 88,89%، كما أن مهنة الع الع لها أيضاً علاقة وطيدة بمهنة الإعلام والاتصال، وهذا ما تؤكد العبارة رقم 05 بنسبة 77,78%.

وبالمقابل تم اتخاذ موقف حيادي من العبارة رقم 02 بنسبة 62,22%، فطلبة الماستر ذو خبرة محدودة في ميدان هذا التخصص الحديث العهد، أما بالنسبة للعبارة رقم 04 فقد تم الاعتراض على وجود

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

علاقة بين مهنة الع وال مهنة التسويق بنسبة 46,67%، كذلك تم الاعتراض على العبارة الثالثة "مهنة الع لها علاقة وطيدة بمهنة الدعاية" وبنسبة 53,33%.

وترتبط إجابات طلبة الماستر هنا حول علاقة مهنة الع بالمهن الأخرى، بنظرتهم حول

طبيعة المهنة وبتكوينهم النظري، وتختلف إجاباتهم باختلاف نظرتهم للمهنة وتكوينهم المعرفي.

رابعاً: من مبادئ مهنة العلاقات العامة:

جدول رقم (09) يوضح مبادئ مهنة الع:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبارة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	04,45	13,33	82,22	45	02	06	37	احترام الرأي العام وكسب ثقة الجماهير	(01)
	08,89	11,11	80		04	05	36	الالتزام بالمبادئ الأخلاقية	(02)
	06,67	60	33,33		03	27	15	إتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور	(03)
	17,78	44,44	37,78		08	20	17	المساهمة في رفاهية المجتمع	(04)



من خلال الجدول رقم 09 نلاحظ أن طلبة الماستر قد وافقوا على أن من مبادئ مهنة العال هو احترام الرأي العام وكسب ثقة الجماهير وهي في المرتبة الأولى وبنسبة 82,22%، ثم تأتي العبارة رقم 02 في المرتبة الثانية وهي "الالتزام بالمبادئ الأخلاقية" بنسبة 80%، ويرجع اختيار الطلبة لهاتين العبارتين (01) و(02) لأنهما ضروريان لتحسين سمعة أية مؤسسة كانت.

أما عن العبارة رقم (03) وهي "إتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور"، فقد اتخذ منها موقف حيادي وبنسبة 60%، وهذا راجع إلى كون طلبة الماستر لا يعرفون الكثير عن هذا المبدأ وعن طبيعة المعلومات المقدمة إلى الجمهور من قبل إدارة العال بالمؤسسة إن كانت صادقة أم كاذبة.

أما العبارة رقم (04) وهي "المساهمة في رفاهية المجل" فقد اتخذ منها أيضا موقف حيادي وبنسبة 44,44%، فالع العال في أية مؤسسة كانت حسب طلبة الماستر قد لا تحقق الرفاه الاجتماعي وقد تحققه وهذا راجع إلى ما يلي:

- حجم الإمكانيات المادية المتاحة للمؤسسة والدولة.
- مدى توافق الأهداف الخاصة للمؤسسة مع الأهداف العامة للجمهور والمجتمع.
- الوفرة والنفاذ للمتخصصين بالمجل المذكور.
- درجة الوعي بأهمية مهنة العال.
- درجة التطور الحاصل في جميع الميادين.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

خامسا: من مهام (وظائف) مهنة العلاقات العامة:

جدول رقم (10) يوضح مهنة الع:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبارة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	11,11	20	68,89	45	05	09	31	(01) الحفاظ على الصلة بين المؤسسة وجمهورها	
	08,89	13,33	77,78		04	06	35	(02) خلق الصورة اللاتقة عن المؤسسة	
	11,11	33,33	55,56		05	15	25	(03) الحفاظ على الصلة بين الإدارة العليا والعاملين	
	04,45	13,33	82,22		02	06	37	(04) حماية المؤسسة من أي هجوم أو شائعات تمس سمعتها	
	46,67	31,11	22,22		21	14	10	(05) تنظيم المناسبات الخاصة بالمؤسسة واستقبال الضيوف	

من خلال الجدول رقم 10 نلاحظ أن طلبة الماستر قد وافقوا على أن من مهام الع "حماية المؤسسة من أي هجوم أو شائعات تمس سمعتها"، وهذا ما توضحه العبارة رقم 04 وبنسبة 82,22%، ثم تأتي العبارة رقم 02 في المرتبة الثانية وبنسبة 77,78%، ثم العبارة رقم 01 في المرتبة الثالثة بنسبة 68,89%، وأخيرا العبارة رقم 03 في المرتبة الرابعة وبنسبة 55,56%.

وجل هذه العبارات قد وافقوا عليها، وهذا يدل على أن طلبة الماستر على علم بأن مهنة الع تتعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

أما العبارة رقم 05 وهي تنظيم المناسبات الخاصة بالمؤسسة واستقبال الضيوف فقد تم الاعتراض على أنها من مهام مهنة الع وال بنسبة 46,67%، وهذا راجع إلى جهل طلبة الماستر إن كانت هذه المهنة تمارسها مهنة الع ولقلة تكوينهم النظر

سادسا: تسعى مهنة العلاقات العامة إلى:

جدول رقم (11) يوضح أهداف مهنة الع الع:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبارة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	44,44	35,56	20	45	20	16	09	(01) تطوير إنتاج المؤسسة	
	02,22	04,45	93,33		01	02	42	(02) تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة	
	06,67	13,33	80		03	06	36	(03) تأسيس هوية المؤسسة	
	11,11	02,22	86,67		05	01	39	(04) تحقيق سمعة طيبة للمؤسسة	

من خلال الجدول رقم 11 نلاحظ أن طلبة الماستر اعترضوا على أن مهنة الع الع تسعى إلى "تطوير إنتاج المؤسسة" حسب العبارة رقم 01 وبنسبة 44,44%، وهذا نتيجة لإدراكهم بأن مهنة الع الع ليس هدفها الإنتاج والريح في الوقت الحالي، فهي تسعى إلى تحسين الصورة الذهنية عن المؤسسة، بل هي هدفها في الماضي.

أما بالنسبة للعبارة رقم 02 فقد تم الموافقة عليها من قبل طلبة الماستر وهي "تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة" وبنسبة 93,33%، تليها العبارة رقم 04 بنسبة 86,67%، ثم العبارة الثالثة وبنسبة 80%، وهذا ما يدل على أن طلبة الماستر يدركون جيدا الهدف الحقيقي الذي وجدت من أجله هذه المهنة، والذي هو تكوين صورة طيبة عن المؤسسة والحفاظ عليها وليس الإنتاج.

من خلال الجداول السابقة من رقم 06 إلى 11 والتي توضح تكرارات الدرجات والنسب المئوية لمدى وضوح مهنة العال لى أذهان طلبة الماستر ب: "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" بالقطب الجامعي "تاسوست" نلاحظ أن عدد التكرارات العامة يساوي 45 بما يعادل نسبة موافقة 57,8%، مما يعني أن مفهوم مهنة العال واضح وجلي لى أفراد العينة، وهذا نظرا لتجانس إجابات المبحوثين.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

### 2-1- تحليل معطيات الفرضية الثانية ومناقشتها:

أولاً: في رأيك مهنة العلاقات العامة:

جدول رقم (12) يوضح الانطباع عن مهنة الع:ع:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبارة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	02,22	06,67	91,11	45	01	03	41	مهنة مقبولة ومحترمة	(01)
	22,22	11,11	66,67		10	05	30	مهنة مهمة جدا لا يمكن التخلي عنها.	(02)
	11,11	04,45	84,44		05	02	38	مهنة مهمة لأي مؤسسة مهما كان طبيعة عملها.	(03)
	11,11	62,22	26,67		05	28	12	مهنة تتطلب الإبداع.	(04)
	13,33	11,11	75,56		06	05	34	مهنة تتطلب الأخلاق.	(05)
	17,78	11,11	71,11		08	05	32	مهنة خاصة بالجنسين	(06)
	40	33,33	26,67		18	15	12	مهنة خاصة بالذكور.	(07)
	35,56	31,11	33,33		16	14	15	مهنة خاصة بالإناث.	(08)
	48,89	28,89	22,22		22	13	10	مهنة لها مكانة مرموقة في المجتمع.	(09)
	46,67	24,44	28,89		21	11	13	مهنة لها مكانة إدارية في المؤسسة.	(10)
	26,67	31,11	42,22		12	14	19	مهنة مهمشة و سطحية .	(11)

من خلال الجدول رقم 12 والذي يبين التكرارات والنسب المئوية للانطباع عن مهنة الع:ع لدى الطلبة (طلبة الماستر)، نلاحظ أن نسبة الموافقة على كل هذه العبارات بلغت 51,7%، وهذه النسبة تشير إلى أن أفراد العينة لديهم انطباعات إيجابية نحو مهنة الع:ع خاصة فيما تعلق بسمعتها وأهميتها، وهذا يرجع إلى غزارة مكتسباتهم النظرية عن هذه المهنة، ولكن رغم ذلك نجد أن بعض الأفراد لم يصرحوا

صريح العبارة إن كان انطباعهم عن مهنة الع إيجابي أو سلبي، وهذا فيما يخص متطلبات مهنة الع الع فلم يفصح طلبة الماستر عن حكمهم فيما يخص كون مهنة الع الع تتطلب الإبداع، وهذا راجع إلى افتقارهم للخبرة المباشرة الميدانية عن ممارسة هذه المهنة، أما فيما يخص ممارسي المهنة فقد وافقوا على ممارستها من طرف الجنسين، ورفضوا كونها مهنة خاصة بالذكور أو الإناث، ولكن فيما يخص المكانة التي تحظى بها هذه المهنة فانطباعاتهم هنا هي سلبية، وهذا سببه الواقع المزري للع الع في وسطهم الجامعي والاجتماعي.

فيما يتعلق بالمؤشر الأول لعبارات الجدول رقم 12 وهو "سمعة المهنة" نلاحظ أن طلبة الماستر وافقوا على أن مهنة الع الع مهنة مقبولة ومحترمة حسب العبارة رقم 01 وذلك بنسبة 91,11%، تليها العبارة رقم 05 وهي "مهنة الع الع تتطلب الأخلاق" بنسبة 75,56%، وهذا راجع إلى أن مهنة الع الع تحظى بسمعة طيبة من وجهة نظر طلبة الماستر.

أما فيما يخص المؤشر الثاني، فهو "أهمية المهنة"، حيث تندرج تحته العبارتين رقم 03 و02، حيث تمت الموافقة على كليهما بالنسبة للعبارة الثالثة "مهنة الع الع مهنة لأي مؤسسة مهما كانت طبيعة عملها"، تقدر نسبتها ب: 84,44%، أما العبارة الثانية وهي "مهنة الع الع مهمة جدا لا يمكن الاستغناء عنها" فنسبتها تقدر ب: 66,67%، أما المؤشر الثالث لعبارات هذا الجدول السابق فهو "مكانة المهنة"، ومن خلال العبارتين 09 و10 نلاحظ أن طلبة الماستر قد عارضوا على أن مهنة الع الع لها مكانة مرموقة في المجتمع والإدارة، وهذا يتبين من خلال العبارة رقم 09 وهي "مهنة الع الع مهنة لها مكانة مرموقة في المجتمع" بنسبة 48,89% والعبارة رقم 10 "مهنة الع الع مهنة لها مكانة إدارية في المؤسسة" وبنسبة 46,67%.

أما فيما يخص العبارة رقم 11 وهي "مهنة الع الع مهنة مهمشة وسطحية" فقد تم الموافقة عليها وبنسبة 42,22%.

من خلال هذا كله نلاحظ أن طلبة الماستر لديهم نظرة وانطباع ورأي سلبي لمكانة مهنة الع الع فهي في نظرهم مهنة لا تحظى بأية مكانة مرموقة سواء لدى المجتمع أو المؤسسة، كما أنها تعاني من التهميش وخاصة في الجامعة والمؤسسات الجزائرية.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

بالنسبة للمؤشر الرابع والأخير وهو "ممارسو المهنة ومتطلباتها" نلاحظ أن طلبة الماجستير قد وافقوا على العبارة رقم 06 وهي مهنة خاصة بالجنسين بنسبة 71,11%، وقد عارضوا العبارة رقم 07 وهي "مهنة الع الع هي مهنة خاصة بالذكور" بنسبة 40%، كما قد عارضوا العبارة رقم 08 "مهنة الع الع هي مهنة خاصة بالإناث" بنسبة 35,56%.

أما عن العبارة رقم 04 "مهنة الع الع هي مهنة تتطلب الإبداع فلم يفصح طلبة الماجستير عن إجاباتهم، وقد كان موقفهم حيادي بنسبة 62,22%، نظرا لافتقارهم إلى ممارسة هذه المهنة.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

### 1- 3- تحليل معطيات الفرضية الثالثة ومناقشتها:

أولاً: توجهات الطلبة نحو الاهتمام بممارسة مهنة الع: الع:

جدول رقم 13 يوضح توجهات الطلبة نحو الاهتمام بممارسة مهنة العلاقات العامة:

المجموع	النسبة المئوية			المجموع	تكرار الدرجات			العينة الاحتمالات	رقم العبارة
	معارض	محايد	موافق		معارض	محايد	موافق		
%100	11,11	15,56	73,33	45	05	07	33	أشجع على ممارسة مهنة الع الع لأنها مهنة جيدة وضرورية.	(01)
	15,56	62,22	22,22		07	28	10	أشجع على ممارسة مهنة الع الع لأن لها مستقبل زاهر.	(02)
	02,22	08,89	88,89		01	04	40	أشجع على ممارسة مهنة الع الع لأنها تعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية.	(03)
	26,67	42,22	31,11		12	19	14	أرغب في ممارسة مهنة العلاقات العامة لأنها مربحة.	(04)
	22,22	48,89	28,89		10	22	13	أرغب في ممارسة مهنة الع الع لأنها ذات وزن هام في المجتمع.	(05)
	20	13,33	66,67		09	06	30	لا بد من منح فرص عمل لممارسة مهنة الع الع في المؤسسة لأنه لا يمكن الاستغناء عن مهامها.	(06)



## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

11,11	06,67	82,22	05	03	37	(07) لا بد من منح فرص عمل لممارسة مهنة الع في المؤسسة لأنها جزء أساسي في أي عمل إداري.
15,56	20	64,44	07	09	29	(08) لا أشجع على ممارسة مهنة الع الع لأنها ليست بالمهنة الجيدة وغير ضرورية.
22,22	57,78	20	10	26	09	(09) لا أشجع على ممارسة مهنة الع الع لأن لا مستقبل زاهر أمامها.
31,11	11,11	57,78	14	05	26	(10) لا أشجع على ممارسة مهنة الع الع لأنها لا تعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية.
20	53,33	26,67	09	24	12	(11) لا أرغب في ممارسة مهنة الع الع لأنها مهنة ليست مربحة.
84,44	08,89	06,67	38	04	03	(12) لا أرغب في ممارسة مهنة الع الع لأن ليس لها وزن هام في المجتمع.
13,33	11,11	75,56	06	05	34	(13) لا ضرورة لمنح فرص لممارسة مهنة الع الع لأنه يمكن التخلي عن مهامها.

## الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

	24,44	15,56	60		11	07	27	(14) لا ضرورة لمنح فرص لممارسة مهنة الع ل لأنها جزء أساسي في عمل الإدارة.
--	-------	-------	----	--	----	----	----	---------------------------------------------------------------------------

من خلال الجدول رقم 13 والذي يبين التكرارات والنسب المئوية نحو الاهتمام بممارسة مهنة الع ل لدى طلبة الماستر، نجد أن النسبة المئوية لدرجة الموافقة لكل هذه العبارات من 01 إلى 14 تساوي 50,3%، مما يدل على أن أفراد عينة الدراسة لهم توجهات إيجابية نحو الاهتمام أو عدم الاهتمام بممارسة هذه المهنة، فمعظم أفراد العينة يشجعون على ممارسة هذه المهنة وعلى ضرورة منح فرص عمل لممارستها (لممارسيها كي يمارسوها)، وفيما يخص رغبتهم في ممارسة هذه المهنة فأغلبهم لم يفصحوا عن ذلك، وهذا راجع إلى آرائهم ومواقفهم المتناقضة حول الرغبة في ممارستها نظرا لأهميتها لدى الفرد والمؤسسة والمجتمع، والرغبة في عدم ممارستها بسبب التهميش الذي تعاني منه في أغلب الجامعات والمؤسسات الجزائرية.

فيما يتعلق بالمؤشر الأول لعبارات الجدول رقم 13 وهو "التشجيع على ممارسة مهنة الع ل" نلاحظ أن طلبة الماستر قد وافقوا على التشجيع على ممارسة هذه المهنة حسب العبارتين 03 و 01، حيث توضح العبارة رقم 03 التشجيع على ممارسة مهنة الع ل كونها تعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية وبنسبة 88,89%، بعدها تأتي العبارة الأولى وهي التشجيع على ممارسة مهنة الع ل كونها مهنة جيدة وضرورية بنسبة 73,33%، ثم تأتي العبارتين رقم 08 و 10 على التوالي، حيث تشير العبارة رقم 08 إلى عدم التشجيع على ممارسة مهنة الع ل كونها ليست بالمهنة الجيدة وغير ضرورية وبنسبة 64,44%، ثم تأتي بعدها العبارة العاشرة وهي عدم التشجيع على ممارسة مهنة الع ل كونها لا تعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية بنسبة 57,78%، ويدل على قناعتهم التامة بأن مكانة أي مؤسسة لا تصنعها إلا هذه المهنة.

في حين قد اتخذ الطلبة موقفا محايدا من العبارتين 02 و 09، حيث تشير العبارة رقم 02 إلى التشجيع على ممارسة مهنة الع ل كونها ذو مستقبل زاهر وبنسبة 62,22%، بعدها تأتي العبارة

التاسعة وهي عدم التشجيع على ممارسة مهنة الع لكونها لا مستقبل زاهر أمامها بنسبة 57,78%، وهذا يدل على تناقض آراء الطلبة فيما يخص مستقبل المهنة وعدم إحاطتهم به.

أما فيما يخص المؤشر الثاني وهو "الرغبة في ممارسة مهنة الع" فنلاحظ أن الطلبة قد اتخذوا موقف معارض من العبارة رقم 12 وهي "عدم الرغبة في ممارسة مهنة الع لكونها مهنة ليس لها وزن هام في المجتمع" وبنسبة 84,44%، ويدل ذلك على أن رغبتهم في ممارستها لا تكون إلا إذا حظيت بمكانة مرموقة، في حين اتخذ الطلبة موقف محايد في بقية عبارات هذا المؤشر، حيث تشير العبارة رقم 11 إلى عدم الرغبة في ممارسة مهنة الع لكونها مهنة غير مريحة وبنسبة 53,33%، ثم تأتي العبارة رقم 05 وهي "الرغبة في ممارسة مهنة الع لكونها ذات وزن اجتماعي بنسبة 48,89%، ثم بعدها تأتي العبارة الرابعة وهي "الرغبة في ممارسة مهنة الع لكونها مهنة مريحة بنسبة 42,22%، وهذا يعني أن رغبتهم في ممارسة مهنة الع لا يرجع إلى وزنها الاجتماعي الهام ولا إلى أجرها الشهري، فقد يرغب طلبة الماستر في ممارسة هذه المهنة نظرا لوزنها الهام في المجتمع، وحتى وإن كانت لا تحظى بأهمية أو مكانة في المجتمع.

وأخيرا المؤشر الثالث وهو "منح فرص عمل لممارسة مهنة الع" نلاحظ أن طلبة الماستر قد وافقوا على منح فرص عمل لممارسة مهنة الع، حيث تشير العبارة رقم 07 إلى ضرورة منح فرص عمل لممارسة مهنة الع في المؤسسة كونها جزء أساسي في أي عمل إداري وبنسبة 82,22%، بعدها تأتي العبارة رقم 13 من الجدول رقم 13 والتي تبين عدم ضرورة منح فرص عمل لممارسة مهنة الع لكونها يمكن التخلي عن مهامها، حيث وافقوا عليها وبنسبة 75,56%، بعدها يأتي الدور على العبارة السادسة والتي توضح موافقة أصحابها على ضرورة منح فرص عمل لممارسة هذه المهنة في المؤسسة لكونها لا يمكن الاستغناء عن مهامها، وتقدر نسبتها بـ 66,67%، وفي الأخير تأتي العبارة رقم 14 وهي تبين الموافقة على عدم ضرورة منح فرص عمل لممارسة مهنة الع لكونها جزء غير أساسي في عمل الإدارة وبنسبة 60%، وهذا يدل على أن طلبة الماستر يجزمون على أنها مهنة هامة وضرورية في الإدارة ولا يمكن الاستغناء عنها مهما كانت طبيعة المؤسسة ومجال عملها.

### II. النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضيات :

تحاول هذه الدراسة الوصول إلى استنتاجات عامة شاملة ونتائج مبنية على حقائق علمية مستقاة من الواقع الاجتماعي أو المعطيات الميدانية، فالنتائج التي توصلنا إليها ليست سوى جملة من الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أي بحث علمي، وقد تعلقت دراستنا بالكشف عن أهم الآراء (الصور الذهنية) المكونة في أذهان الطلبة (طلبة الماستر) عن وظيفة الع الع لدى "جامعة تاسوست" بـ"كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية"، حيث تمكننا من الوصول إلى جملة من النتائج المرتبطة بالفرضيات، وهي كما يلي:

#### 1- النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضية الأولى: والتي مفادها:

مفهوم وظيفة الع الع لدى الطلبة (طلبة الماستر) بـ"جامعة تاسوست" بـ"كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية"، حيث تشير معظم نتائج هذه الدراسة إلى صدق وصحة هذه الفرضية، وقد أجاب 57,7% من الطلبة عن هذه العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى بالموافقة، فلم يتخذوا موقفا محايدا أو معارضا إلا نادرا، مما يدل على أن جلهم لديهم فكرة عن مفهوم وظيفة (مهنة) الع الع من حيث طبيعتها وممارستها وعلاقتها بالمهن الأخرى ومبادئها ومهامها وأهدافها.

وقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج المتعلقة بقياس مؤشرات الفرضية الأولى، وهي كالتالي:

- مهنة الع الع هي مهنة إدارية بالدرجة الأولى في نظر أفراد عينة الدراسة وبنسبة 91,11%، وهي مهنة إعلامية اتصالية في نظر 84,44% من أفراد العينة نفسها.

- يرى 95,56% من أفراد العينة أن مهنة الع الع يمارسها مختص في الع الع و84,44% يرون أنه يمارسها مختص في الع الع تحت إشراف المدير، في حين أن 57,78% منهم يرون أنه يمارسها المدير.

- معظم أفراد العينة يرون أن مهنة الع الع علاقة وطيدة بمهنة الإعلانات وبنسبة 88,89%، في حين يرى 77,78% منهم أن لها علاقة بمهنة الإعلام والاتصال.

- من مبادئ مهنة الع الع "احترام الرأي العام وكسب ثقة الجماهير" في نظر 82,22% من أفراد العينة، في حين أن 80% من هؤلاء الأفراد يرون أن من مبادئها "الالتزام بالمبادئ الأخلاقية".

- إن ما نسبته 82,22% من أفراد العينة يرون أن مهمة الع الع هي "حماية المؤسسة من أي هجوم أو شائعات تمس سمعتها"، كما أن 77,78% يرون بأن مهمتها هي "خلق الصورة اللائقة عن المؤسسة"، إضافة إلى أن 68,89% منهم أيضا يرون أن من مهامها "الحفاظ على الصلة بين المؤسسة وجمهورها"، وهذا يدل على ان أفراد عينة الدراسة لديهم مشكل في فهم مهام مهنة الع الع بالنسبة للجمهور الداخلي مقارنة مع الجمهور الخارجي، فمهنة الع الع هنا من وجهة نظر أفراد العينة هي الاهتمام بالجمهور الخارجي أكثر من اهتمامها بالجمهور الداخلي، والحقيقة تبين عكس ذلك، فإدارة الع الع لا تفضل أحدهما على الآخر.

-تسعى مهنة الع الع إلى "تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة" في نظر 93,33% من أفراد العينة، كما أن 86,67% منهم يرون بأنها تسعى إلى "تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة"، في حين يرى 80% أنها تسعى إلى "تأسيس هوية المؤسسة"، وهذا يدل على أن الهدف الأساسي لهذه المهنة واضح، وهو رسم صورة ذهنية واضحة عن المؤسسة في أذهان الجماهير بمختلف أنواعهم، والعمل على تحسينها.

2- النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضية الثانية: إن هذه الفرضية الثانية والمعنونة بـ "الطلبة (طلبة الماجستير) بـ "جامعة تاسوست" بـ "كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" انطباع إيجابي عن وظيفة الع الع لم يتم تأكيدها كليا رغم أن 51,7% من أفراد العينة لديهم انطباع إيجابي عنها ووافقوا على ذلك، فهناك من لا يبدي انطباعه عن المهنة إن كان إيجابي أو يلبي فيما يخص متطلبات المهنة، كما أن آرائهم تضاربت بين إيجابية سمعة المهنة وأهميتها وسلبية مكانتها، ومن خلال مؤشرات هذه الفرضية التي حددناها مسبقا للقياس الكمي لها توصلنا إلى النتائج التالية:

-لمهنة الع الع سمعة محترمة ومقبولة لدى طلبة الماجستير بجامعة تاسوست بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بنسبة 91,11%، وهي مهنة مهمة لأي مؤسسة مهما كانت طبيعة عملها لدى أفراد العينة بنسبة 84,44%.

- 75,56% أن مهنة الع الع تتطلب الأخلاق، كما أن 71,11% منهم يرون أنها خاصة بالجنسين، في حين أن 66,67% من هؤلاء الأفراد يرون أنها مهنة مهمة جدا ولا يمكن الاستغناء عنها.

-في المقابل أفراد العينة لم يفصحوا عن رأيهم فيما عدا كانت مهنة الع الع مهنة تتطلب الإبداع، فقد حايدوا هذه العبارة وبنسبة 62,22%.

-أما بالنسبة لمكانة هذه المهنة ف: 48,89% من الأفراد يعارضون على كون مهنة الع الع ذو مكانة مرموقة في المجتمع، كما أن 46,67% منهم يعارضون على أن هذه المهنة لها مكانة إدارية في المؤسسة، وفي الأخير يوافق هؤلاء الأفراد على أن مهنة الع الع هي مهنة سطحية ومهمشة بنسبة 42,22%.

### 3- النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضية الثالثة:

ومفاد هذه الفرضية هي أن: "للطلبة (طلبة الماستر) ب"جامعة تاسوست" بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" توجهات إيجابية نحو الاهتمام أو عدم الاهتمام بممارسة مهنة الع الع"، وقد لم تثبت هذه الفرضية أيضا إثباتا كليا، حيث توصلنا إلى أن 50,3% من أفراد العينة لديهم توجهات إيجابية. وقد اتضح لنا من خلال قياس مؤشرات هذه الفرضية النتائج التالية:

-يشجع طلبة الماستر بجامعة تاسوست ( بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية) تعلى ممارسة مهنة الع الع لأنها تعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية بنسبة تقدر ب: 88,89%، كما أنهم يشجعون على ممارستها لكونها مهنة جيدة وضرورية بنسبة 73,33%.

-لم يفصح أفراد العينة عن رغبتهم في ممارسة مهنة الع الع من عدمها، ويرجع ذلك إلى أن 48,89% منهم يتخذون موقف حيادي فيما يخص رغبتهم في ممارسة مهنة الع الع لأنها ذات وزن هام في المجتمع، كما اتخذ 42,22% من هؤلاء الأفراد نفس الموقف فيما يتعلق بالرغبة في ممارستها لكونها مريحة.

-يرى 82,22% من أفراد العينة أنه لا بد من منح فرص عمل لممارسة مهنة الع الع في المؤسسة لأنها جزء أساسي في أي عمل إداري، كما أن 66,67% منهم يرون بضرورة منح فرص عمل لممارستها في المؤسسة لأنه لا يمكن الاستغناء عن مهامها.

### III. نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

هنا سوف نقوم بمقارنة نتائج دراستنا بنتائج الدراسات السابقة مع تبيان أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما، وهذه الأوجه هي كالآتي:

- تتفق دراستنا مع دراسة "رافع دراغمة" والمعنونة بـ "دور دوائر الع في الجامعات الفلسطينية الثلاث في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة" في نتائج الدراسة، حيث تشير نتائج دراستنا إلى أن للع دور مهم وأهمية كبرى في أي مؤسسة كانت، ولا يمكن الاستغناء عنها، كما أن نتائج دراسة "رافع دراغمة" أشارت أيضا إلى أن للع أهداف ودور مهم في استقطاب الطلبة.

- تشير نتائج دراستنا إلى أن وظيفة الع قد رسمت بعض الاتجاهات والانطباعات الايجابية عنها لدى طلبة الماستر (بجامعة تاسوست بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية)، في حين أن دور ووظيفة دوائر الع بالجامعات الفلسطينية الثلاث يشوبها التقصير بخصوص بناء صورة ايجابية عنها لدى الطلبة (طلبة الثانوية العامة، الطلبة المسجلون فيها، الطلبة الخريجون)، وهو ما يختلف مع نتائج دراستنا، والتي ترى أن الع وظيفة أساسية ومهمة.

- وبالنسبة للدراسة الثانية والأخيرة وهي دراسة "سلطان عجمي الحمادي" والمعنونة بـ "اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة الع وسبل تطويرها" فتتفق دراستنا مع هذه الدراسة في النتائج التي توصلت إليها وهي أن الطلبة يعترفون بأهمية مهنة الع، وهو نفس ما توصلت إليه دراسة "سلطان عجمي الحمادي"، والتي من أهم نتائجها ما يلي:

- هناك اتجاهات ايجابية نحو أهمية وظيفة الع.
- مهنة الع وظيفة أساسية وجوهرية من وظائف المنشأة، وهي جزء أساسي في عمل أي إدارة.
- توصلت دراستنا إلى أن طلبة الماستر بجامعة تاسوست لديهم نظرة وانطباع سلبي فيما يخص واقعها ومكانتها في الجامعة والمؤسسة والمجتمع، عكس ما توصلت إليه نتائج دراسة "سلطان عجمي الحمادي" والتي أكدت على الواقع الجيد لوظيفة الع في الجوازات.
- كما تختلف نتائج دراستنا أيضا مع نتائج دراسة "سلطان عجمي الحمادي" في أن هناك اتجاهات ايجابية متوسطة نحو وظيفة الع من قبل طلبة الماستر، أما دراسة "سلطان" فهي ترى بأن هناك اتجاهات ايجابية عالية للقيادات العليا في الجوازات نحو أهمية وظيفة الع.

### IV. النتائج العامة للدراسة:

من خلال النتائج المحصل عليها سابقا من خلال النسب المئوية، يمكن الذهاب إلى القول بأن هذا البحث والمعنون بـ "آراء الطلبة نحو وظيفة الع" قد حقق أهدافه في معظمها والمتمثلة في الكشف عن طبيعة هذه الآراء (الصور الذهنية) من خلال التطرق إلى: مفهوم وظيفة (مهنة) الع لدى الطلبة (طلبة الماستر) بجامعة تاسوست بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وانطباعاتهم المشكلة عنها، إضافة إلى توجهاتهم نحو الاهتمام أو عدم الاهتمام بممارسة المهنة.

- يرى طلبة الماستر بجامعة تاسوست بأن مهنة الع مهنة واضحة من حيث المفهوم، فهي مهنة إعلامية اتصالية، كما أنها مهنة إدارية تحتاج إلى من يمارسها، ومنهم: مختصو الع تحت إشراف المدير إضافة إلى المدير، لما لها صلة وثيقة بمهنة الإعلانات ثم بمهنتي الإعلام والاتصال من مبادئها حسهم احترام الرأي العام وكسب ثقة الجماهير، ثم العمل على الالتزام بالمبادئ الأخلاقية، مهامها حماية المؤسسة من أي هجوم أو شائعات تمس من سمعتها وخلق الصورة اللائقة عن المؤسسة، وفي الأخير يرون بأن هدفها الرئيسي هو تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة والسمعة الطيبة عنها وتأسيس هويتها.

- يرى أفراد العينة بأن مهنة الع تهتم بالجمهور الخارجي أكثر من الداخلي، وهذا فهم خاطئ، فهي تهتم بالجمهور الداخلي كاهتمامها بالجمهور الخارجي.

- يرى أفراد العينة أن مهنة الع مهنة مقبولة ومحترمة ولا يمكن الاستغناء عنها لأنها مهنة مهمة جدان كما أنها مهمة لأي مؤسسة مهما كانت طبيعة عملها، تتطلب الأخلاق الحسنة، يمارسها الذكور والإناث (الجنسين).

- بعض الأفراد لم يفصحوا عن رأيهم فيما يخص أنها مهنة تتطلب الإبداع أم لا تتطلبه، كما لم يفصحوا عن رغبتهم أو عدم رغبتهم في ممارسة هذه المهنة، إضافة إلى أنهم لم يبدوا آرائهم فيما يخص تشجيعهم أو عدم تشجيعهم على ممارسة مهنة الع من حيث مستقبلها، وهذا راجع إلى قلة خبراتهم في ميدان ممارسة المهنة.



- يرى أفراد العينة أن مهنة العال مهنة ليس لها مكانة مرموقة في المجتمع، وليس لها مكانة إدارية، إلا أنها سطحية ومهمشة، وخاصة في معظم الجامعات والمؤسسات الجزائرية ومنها جامعة تاسوست.

- يشجع جل أفراد العينة على ممارسة مهنة العال، وعلى ضرورة منح فرص عمل لممارستها في أي مؤسسة مهما كانت طبيعة عملها لأنها مهنة جيدة وضرورية، وتعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية.

- يعارض بعض الأفراد على عدم رغبتهم في ممارسة مهنة العال لأن ليس لها وزن هام في المجتمع.

- وفي الأخير يوافق عض الأفراد على عدم ضرورة منح فرص عمل لممارسة مهنة العال لأنها جزء غير أساسي في عمل الإدارة، إضافة إلى أنه لا يمكن التخلي عن مهامها.

### خلاصة:

لقد تطرقنا في هذا الفصل الخامس والأخير إلى تحليل وتفسير البيانات الخاصة بدراستنا، حيث قمنا بتفريغ هذه البيانات الهامة وتبويبها والتعليق عليها من أجل الوصول إلى نتائج عامة شاملة تفيدنا في بحثنا وتفيد أي باحث ورائنا، ومنها النتائج على ضوء الفرضيات، النتائج على ضوء الدراسات السابقة، بعدها لخصنا كل ما توصلنا إليه من نتائج سابقة فيما يسمى "النتائج العامة".

## الخاتمة:

إن اختياري لموضوع "آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة" كان انطلاقاً من كونها وظيفة أساسية من وظائف الإدارة فهي تعد بمثابة همزة وصل بين المؤسسات والجماهير بمختلف أنواعهم لإنشاء علاقات تبادلية بينهما، ورغم اهتمام مؤسسات الدول المتقدمة بالعلاقات العامة إلا أن هذا الاهتمام ضعيف في الدول النامية مقارنة مع هذه الدول.

وقد حاولنا من خلال بحثنا هذا سواء في جانبه النظري أو الميداني الكشف عن طبيعة هذه الآراء التي يكونها الطلبة وخصوصاً طلبة الماجستير والذين هم محور دراستنا-تجاه وظيفة العلاقات العامة والتي تعد من أهم مهن العصر الحديث، ولقد احتوى هذا البحث على خمسة 05 فصول وهي فصل خاص بتحديد الإطار المنهجي للدراسة، وآخر خاص بالعلاقات العامة، مجتمع الطلبة والعلاقات العامة، الإجراءات المنهجية للدراسة، تحليل وتفسير البيانات وهو الفصل الخامس والأخير، إضافة إلى أن هذا البحث احتوى أيضاً على خاتمة عامة، وثلاث 03 ملخصات باللغة العربية والفرنسية والإنجليزية، وقائمة من المراجع، ومجموعة من الملاحق، وفهارس خاصة بمواضيع الدراسة والجدول.

واعتماداً على نتائج دراستنا نستطيع القول بأن هذه الآراء لها علاقة بالمكتسبات النظرية من مجال هذا التخصص وهو العلاقات العامة، كما لها علاقة بالمكتسبات الميدانية في مجال تطبيق وممارسة هذه المهنة أو هذا التخصص.

ولقد خلصت تساؤلات دراستنا إلى مجموعة من النتائج تمثلت في كون طلبة الماجستير بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لهم مفاهيم واضحة حول مهنة العلاقات العامة فيما يخص طبيعتها وممارستها وعلاقتها بالمهن الأخرى ومبادئها ومهامها وأهدافها، كما أن لديهم انطباعات إيجابية عن المهنة فيما يخص سمعتها وأهميتها عكس المكانة التي تحظى بها فهم لديهم انطباعات سلبية عنها، إضافة إلى أن لديهم توجهات إيجابية نحو الاهتمام بممارستها فهم يشجعون على ممارستها وعلى ضرورة منح فرص عمل لممارستها لأنها مهمة ولا يمكن الاستغناء عنها، كما أنها مهنة مهمة للمؤسسة لأنها جزء أساسي في أي عمل إداري.

وفي الأخير نرجو أن تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن ماهية مهنة العلاقات العامة وأهميتها، كما نرجو أن تكون هذه الدراسة مساهمة متواضعة في حقل البحث العلمي لمجال العلاقات العامة، وعليه يجب تحسين وتطوير البحث العلمي وخاصة في هذا المجال.

ولقد خلصت دراستنا إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

- العمل على زيادة الوعي بأهمية العلاقات العامة في كافة المؤسسات الجزائرية ومنها الجامعات والقيام ببعض البرامج المهمة في التوعية داخلها.
- تحسين واقع العلاقات العامة بالجامعة وعدم وضعها كمادة في تخصص معين بل يجب أن تدرس كتخصص مستقل وبارز.
- القيام بإجراء المزيد من المؤتمرات والملتقيات الدراسة داخل مختلف الجامعات الجزائرية، والتي تتناول العلاقات العامة وتطرح أهم المشاكل المتعلقة بها داخل المؤسسات الجزائرية، وتبرز الحلول المناسبة لها.
- زيادة التشجيع والترغيب في ممارسة هذه المهنة سواء ماديا أو معنويا.
- العمل على منح فرص العمل لممارسة هذه المهنة والتشجيع على زيادتها.
- توفير ميزانية خاصة بهذا العلم الجديد والعمل على إنشاء أقسام خاصة به، والتشجيع على ذلك، إضافة إلى جلب المختصين في هذا المجال (العلاقات العامة).
- الاهتمام بضرورة إجراء المزيد من الدراسات الميدانية الوصفية لانطباعات واتجاهات الطلبة (ومنهم طلبة الماستر) نحو وظيفة العلاقات العامة.
- الاهتمام بزيادة وتعزيز الانطباعات الايجابية للطلبة (كطلبة الماستر) نحو وظيفة العلاقات العامة.
- العمل على تحسين الصورة الذهنية لإدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة كانت.

## ملخص الدراسة باللغة العربية :

هدفت هذه الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف على مختلف الآراء المشككة حول وظيفة العلاقات العامة من قبل الطلبة ، لكون هذه الآراء ذو أهمية كبرى في تحسين وتطوير واقع عمل العلاقات العامة في أي مؤسسة كانت مهما كان مجال عملها كالجامعة مثلا.

وقد انطلقت إشكالية دراستنا من بعض التساؤلات الفرعية و هي كالآتي:

-هل مفهوم وظيفة(مهنة) العلاقات العامة لدى الطلبة واضح؟

-ما طبيعة انطباعات الطلبة نحو وظيفة العلاقات العامة؟

-ما طبيعة اتجاهات الطلبة نحو الاهتمام بممارسة وظيفة العلاقات العامة؟

ومن أجل تحقيق هذه الدراسة لأهدافها اتبعنا أسلوب المعاينة بعد تحديدنا لمجتمع الدراسة و المتمثل في جميع طلبة الماستر بمختلف تخصصاتهم ،حيث قمنا باختيار عينة عشوائية طبقية من هذه الفئة نظرا لوجود ثلاث تخصصات فيها(تخصص علم اجتماع العلاقات العامة ،علم اجتماع التربية،علم اجتماع العمل و التنظيم)،و داخل كل تخصص من هذه التخصصات اخترنا عينة من أفراد الدراسة بطريقة عشوائية متساوية،ولقد اعتمدنا على المنهج السوسيومترى لأنه الأنسب لمثل هذه الدراسات،كما استخدمنا مجموعة من الأساليب الإحصائية منها: حساب التكرارات و النسب المئوية للتعرف على تصورات أفراد عينة الدراسة ، كما<sup>2</sup>(مربع ) لمناقشة فرضيات الدراسة ،إضافة إلى أننا أجرينا اختبار الثبات الخاص بإستبانة الدراسة من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ وقد تمثلت قيمته في (0.82)،وكذلك تم حساب الصدق الخاص بالإستبانة و قيمته تساوي (0.90)،و كل هذا بعد عرض الإستبانة على مجموعة من المحكمين.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن :

-هناك مفهوم واضح عن وظيفة(مهنة) العلاقات العامة لدى (57.7%) من أفراد عينة الدراسة.

-هناك انطباعات ايجابية متوسطة عن مهنة العلاقات العامة لدى (51.7%) من أفراد عينة الدراسة.

-هناك توجهات ايجابية متوسطة نحو الاهتمام بممارسة مهنة العلاقات العامة لدى(50.3%) من أفراد عينة الدراسة.

وكإجابة على تساؤلات إشكالية دراستنا هناك مفهوم أو مفاهيم واضحة و انطباعات إيجابية عن مهنة العلاقات العامة، بالإضافة إلى أن هناك توجهات ايجابية نحو الاهتمام بممارسة هذه المهنة. و عليه يمكن القول أن جميع فرضياتنا قد تحققت و بنسبة( 53.3%)

## Résumé de étude en français :

Cette étude visait principalement à identifier des différents points de vue la composé sur la fonction des relations publiques par les étudiants, sur le fait que ces points de vue d'importance majeure dans l'amélioration et le développement de la réalité du travail de relations publiques dans une institution était Quelle que soit la portée du travail de la ligue, par exemple. Il a commencé notre étude de certaines questions problématiques et filiale sont les suivants:

-Sont Concept de la fonction (profession) et les relations des étudiants de maîtrise publique effacer?

-Quel Nature impressions des étudiants en sur la fonction de relations publiques?

-Quel des tendances vers les étudiants intérêt à exercer la fonction de relations publiques?

Afin de réaliser cette étude au cette but nous suivons méthode d'échantillonnage apré nous sélectionnons la population de l'étude et la représenté de tous les étudiants dans le Master de diverses spécialisations, où nous avons sélectionné un échantillon aléatoire stratifié de cette catégorie en raison de la présence de trois disciplines dans lesquelles (spécialisé dans la sociologie des relations publiques, de la sociologie de l'éducation, sociologie du travail et de la organisations) ,et au sein de chaque

spécialité de ces disciplines sont choisis un échantillon de membres de l'étude au hasard égales, et nous employons la méthode d'analyse descriptive, car il est le mieux adapté pour de telles études, comme nous avons utilisé tout un éventail de méthodes statistiques, calculer les fréquences et les pourcentages d'identifier les perceptions des membres de l'échantillon de l'étude,  $\chi^2$  (carré) pour discuter les hypothèses de l'étude, en plus de ce que nous avons eu la stabilité tester votre étude identifions en calculant le coefficient alpha de Cronbach étaient représentés valeur dans (0.82), ainsi que le calcul de votre honnêteté privé à la questionnaire et sa valeur est égale à (0,90), et tout cela après avoir vu la questionnaire sur un groupe d'arbitres.

L'étude a conclu que:

-il Effacer concept pour un emploi (profession) Relations publiques (57,7%) de l'échantillon de l'étude.

-il Moyen Impressions positives au sujet de la profession des relations publiques à (51,7%) de l'échantillon de l'étude.

-Il Attitudes positives à l'égard du milieu d'intérêt à exercer la profession de relations publiques pour quelques amis (50,3%) de l'échantillon de l'étude.

Et répondre aux questions sur la problématique de notre étude, il s'agit d'un concept ou des concepts sont des impressions claires et positives sur la profession des relations publiques, en plus de cela il ya des tendances positives vers intérêt dans cette profession.

Par conséquent, nous pouvons dire que toutes nos hypothèses ont été faites et de (53,3%)



## **Summary The Study In Language English:**

This study aimed mainly to identify of the various views the composed about the function of public relations by the students, to the fact that these views of major importance in the improvement and development of the reality of the work of public relations in any institution was Whatever the scope of work the league, for example.

It began our study of certain problematic questions and subsidiary are as follows:

- Are Concept of function (profession) Public Relations in the students clear?
- What Nature impressions the students about the function of public relations?
- What Nature of the trends toward the student interest to exercise the function of public relations?

In order to achieve this study for this goal we Follow sampling method after we selection the study population and the represented of all students in the Master of various specializations, where we selected a stratified random sample of this category due to the presence of three disciplines in which (specializing in sociology of public relations, sociology of education, sociology of work and organization), and within each specialty of these disciplines chose a sample of members of the study randomly equal, and we used the descriptive analytical method because it is best suited for such studies, as we use a range of statistical methods, calculate the frequencies and

percentages to identify the perceptions of members of the study sample,  $Ca^2$  (square) to discuss the hypotheses of the study, in addition to that we had stability test your identifying study by calculating the coefficient alpha Cronbakh were represented value in (0.82), as well as the calculated your honesty The questionnaire and its value is equal to (0.90), and All this after viewing the questionnaire on a group of arbitrators.

The study concluded that:

-there Clear concept for a job (profession) Public Relations (57.7%) of the study sample.

-there Medium positive impressions about the profession of public relations at (51.7%) of the study sample.

-there Positive attitudes towards the medium of interest to exercise the profession of public relations for some friendly (50.3%) of the study sample.

And answer questions on the problematic of our study there is a concept or concepts are clear and positive impressions about the profession of public relations, in addition to that there are some positive trends into interest in this profession.

Therefore, we can say that all our assumptions have been made and by (53.3 %)



# قائمة المراجع:

## قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. الكتب باللغة العربية:

1. أبو إصبع، صالح: العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1، دار الشروق، الأردن، 1998.
2. أحمد عياد: مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
3. أحمد محمد المصري: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، جامعة الأزهر، القاهرة (مصر)، 1990.
4. جميل أحمد خضر: العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والطباعة و التوزيع، عمان (الأردن)، 1998.
5. جودة، محفوظ: العلاقات العامة مفهوم وممارسات، دار الهلال ومؤسسة زهران للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 1996.
6. رحي مصطفى عليان وآخرون: الاتصال والع الع، دار الصفاء، عمان (الأردن)، 2005.
7. رشوان، حسين: العلاقات العامة مدخل تطبيقي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية (مصر)، 1998.
8. رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة (الجزائر)، 2008.
9. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة (الجزائر)، 2007.
10. رضوان بلخيرى وسارة جابري: مدخل للاتصال والع الع، ط1، مؤسسة جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
11. رضوان محمود العمر: مبادئ التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2005.
12. سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي: أبعاد العملية الاتصالية رؤية نظرية علمية وواقعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية (مصر)، 1999.
13. سمير حسن منصور: منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية (مصر)، 2005.
14. سويدان نظام موسى، حداد شفيق إبراهيم: التسويق (مفاهيم معاصرة)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2003.
15. شدوان علي شيبية: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية (مصر)، 2007.

16. الشerman، زياد محمد، عبد الغفور عبد الله عبد السلام: مبادئ العلاقات العامة، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2001.
17. شريف أمد شريف وآخرون: الترويج والعلاقات العامة (مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة)، الدار الجامعية، الإسكندرية (مصر)، 2006.
18. عبد الرزاق محمد الدليمي: العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
19. عبد الغني عماد: منهجية البحث في علم الاجتماع (الإشكاليات، التقنيات، المقاربات)، ط1، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت (لبنان)، 2007.
20. عبد الكريم راضي الجابري: العلاقات العامة (إبداع، تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة)، دار التيسير، بيروت (لبنان)، 2001.
21. عبد المحيي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 2004.
22. عبد الناصر أحمد جرادان ولبنان هاتف الشامي: أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري للنشر والتوزيع، (الأردن)، 2009.
23. العساف، عبد المعطي وصالح حمد: أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر، عمان (الأردن)، 1995.
24. العلق بشير عباس، ربيعة علي محمد: الترويج والإعلان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 1998.
25. علي الباز: العلاقات العامة والإنسانية والرأي العام، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية (مصر)، 1991.
26. علي برغوت: العلاقات العامة (أسس نظرية ومفاهيم عصرية)، القاهرة (مصر)، 2007.
27. علي عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط2، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 1983.
28. علي عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 2001.
29. غريب عبد السميع: الاتصال والوع في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية (مصر)، 2006.
30. فخري نحري جاسم سلمان، عبد الرزاق إبراهيم، فضيلة صادق: العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة والنشر، كلية الإدارة و الإقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 1981.

31. فريجة محمد كريم: العلاقات العامة (البعد الفكري والتطبيقي)، دار العلوم للنشر والتوزيع، عناية (الجزائر)، 2012.
32. فيروز زرارقة وعبد الحميد بوطبة وعبد الرزاق أمقران وآخرون: في منهجية البحث الاجتماعي، ط1، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة (الجزائر)، 2007.
33. كامل خورشيد مراد: مدخل إلى الرأي العام، ط1- ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان (الأردن)، 2011-2012.
34. محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2001.
35. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 2000.
36. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل للنشر، عمان (الأردن)، 2001.
37. محمد فريد الصحن: العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، ط1، دار الجامعة للطباعة والنشر، الإسكندرية (مصر)، 1997.
38. محمد محمود الجوهري: الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة (مصر)، 1971.
39. محمد مصطفى أحمد: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999.
40. محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، 2007.
41. محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، 1995.
42. محمد ناجي الجوهري: وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط1، مكتب الرائد، عمان الأردن، 2000.
43. محمد يوسف مصطفى عبده: مقدمة في العلاقات العامة، مراجعة سامي طابع، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2004.
44. النجار عبد العزيز محمد: العلاقات العامة مدخل بيئي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية (مصر)، 1994.

45. إبراهيم قلاتي: قاموس الهدى، دار الهدى للنشر و التوزيع، عين مليلة (الجزائر).

46. المنجد الأبجدي: ط8، دار المشرق، بيروت (لبنان).

### III. المجالات باللغة العربية:

47. الجامعة الخليجية: دليل الطالب، 2011-2012.

48. لعقاب محمد: دعائم الاتصال في المؤسسة، مجلة الإعلام والاتصال في الوسط الجامعي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون (الجزائر).

### IV. الأطروحات والرسائل العلمية الجامعية باللغة العربية:

49. رافع أحمد أبو الزيت دراغمة: دور دوائر الع الع في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع

الطبة، أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة لاهاي، هولندا، 2011.

50. سلامة فاطمة: واقع الع الع في المؤسسة الصناعية العامة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق، رسالة لنيل

درجة الماجستير في علم الاجتماع التسمية، تحت إشراف : بشاينية سعاد، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة (الجزائر)، 2007-2008.

51. سلطان بن عجمي الحمادي: اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة الع الع وسبل تطويرها،

رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الشرطية-تخصص: الحماية المدنية-، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض (السعودية)، 2003.

52. يونس كريمة: الإغتراب النفسي وعلاقته بالتكيف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، مذكرة لنيل شهادة

الماجستير في علم النفس المدرسي، جامعة مولود معمري بتيزي وزو، الجزائر، 2011.

### V. المراجع باللغة العربية الخاصة بمواقع الأنترنت:

53. خالد بن حمد المالك: الموظف والوظيفة والمرتبة، مؤسسة الجزيرة للصحافة

والطباعة، العدد 2001، 10554، على البريد الإلكتروني: <http://www.aljazirah.com>

تاريخ الدخول: 2014-01-06، على الساعة: 08 و 40 دقيقة.

54. عبد المغني الإدريسي: الحرفة والمهنة والوظيفة، 2009، على البريد

الإلكتروني: <http://ejabat.google.com>

تاريخ الدخول: 2014-01-06، على الساعة: 09 و 01 دقيقة.

55. قاموس المصطلحات الكنسية: الطبة : لغة، على البريد الإلكتروني: <http://st-takla.org>

تاريخ الدخول: 04-01-2014، على الساعة : 08 و 20 دقيقة.

56. النماذج والإتجاهات النظرية في دراسة العلاقات الع، على البريد الإلكتروني: <http://www.ck.fu.org>

تاريخ الدخول: 20-01-2014، على الساعة: 08 و 10 دقائق.

57. ويكيبيديا الموسوعة الحرة: مفهوم الطالب، على البريد الإلكتروني: <http://ar.wikipedia.org>

تاريخ الدخول: 04-01-2014، على الساعة: 08 و 40 دقيقة.

58. ويكيبيديا الموسوعة الحرة: مفهوم الطالب الجامعي، على البريد الإلكتروني: <http://ar.wikipedia.org>

تاريخ الدخول: 04-01-2014، على الساعة: 08 و 59 دقيقة.

59. العلاقات الخارجية والعلاقات العامة: الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، غزة (فلسطين)، 2015، على البريد

الإلكتروني: [www.ucas-edu.ps/public\\_relations/public\\_relaions.aspx](http://www.ucas-edu.ps/public_relations/public_relaions.aspx).

تاريخ الدخول: 31-05-2015، على الساعة: 21 و 53 دقيقة.

60. محمد عبد السلام: فكرة عن دراسة العلاقات العامة بالخارج (تخصص: العلاقات العامة)، الشرق

الأوسط، على البريد الإلكتروني:

[www.hotcourses.ae/study-abroad-info/subject-info/public-relations/](http://www.hotcourses.ae/study-abroad-info/subject-info/public-relations/)

تاريخ الدخول: 31-05-2015، على الساعة: 22 و 17 دقيقة.

**VI. الإحالات باللغة العربية:**

61. \*الع \* : العلاقات العامة.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

**VII. الكتب باللغة الفرنسية:**

62. Maurice Angers :initiation pratique à la méthodologie des sciences

,édition Casbah ,Algérie,1997.

**VIII. المعاجم باللغة الإنجليزية :**

63. Mitchell :a dictionnaire de sociologie,routledge and kegan paul,London,1993





الملاحق:

9- من مبادئ مهنة العلاقات العامة:

معارض	محايد	موافق	
			احترام الرأي العام و كسب ثقة الجماهير
			الالتزام بالمبادئ الأخلاقية
			اتباع سياسة كشف المعلومات للجمهور
			المساهمة في رفاهية المجتمع

10- من مهام (وظائف) مهنة العلاقات العامة:

معارض	محايد	موافق	
			الحفاظ على الصلة بين المؤسسة و جمهورها
			خلق الصورة اللائقة عن المؤسسة
			الحفاظ على الصلة بين الإدارة العليا والعاملين
			حماية المؤسسة من أي هجوم أو شائعات تمس سمعته
			تنظيم المناسبات الخاصة بالمؤسسة واستقبال الضيوف

11- تسعى مهنة العلاقات العامة إلى: (الأهداف)

معارض	محايد	موافق	
			تطوير إنتاج المؤسسة
			تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة
			تأسيس هوية المؤسسة
			تحقيق سمعة طيبة للمؤسسة

المحور الثالث: بيانات خاصة عن الانطباع نحو مهنة العلاقات العامة:

12- في رأيك مهنة العلاقات العامة:

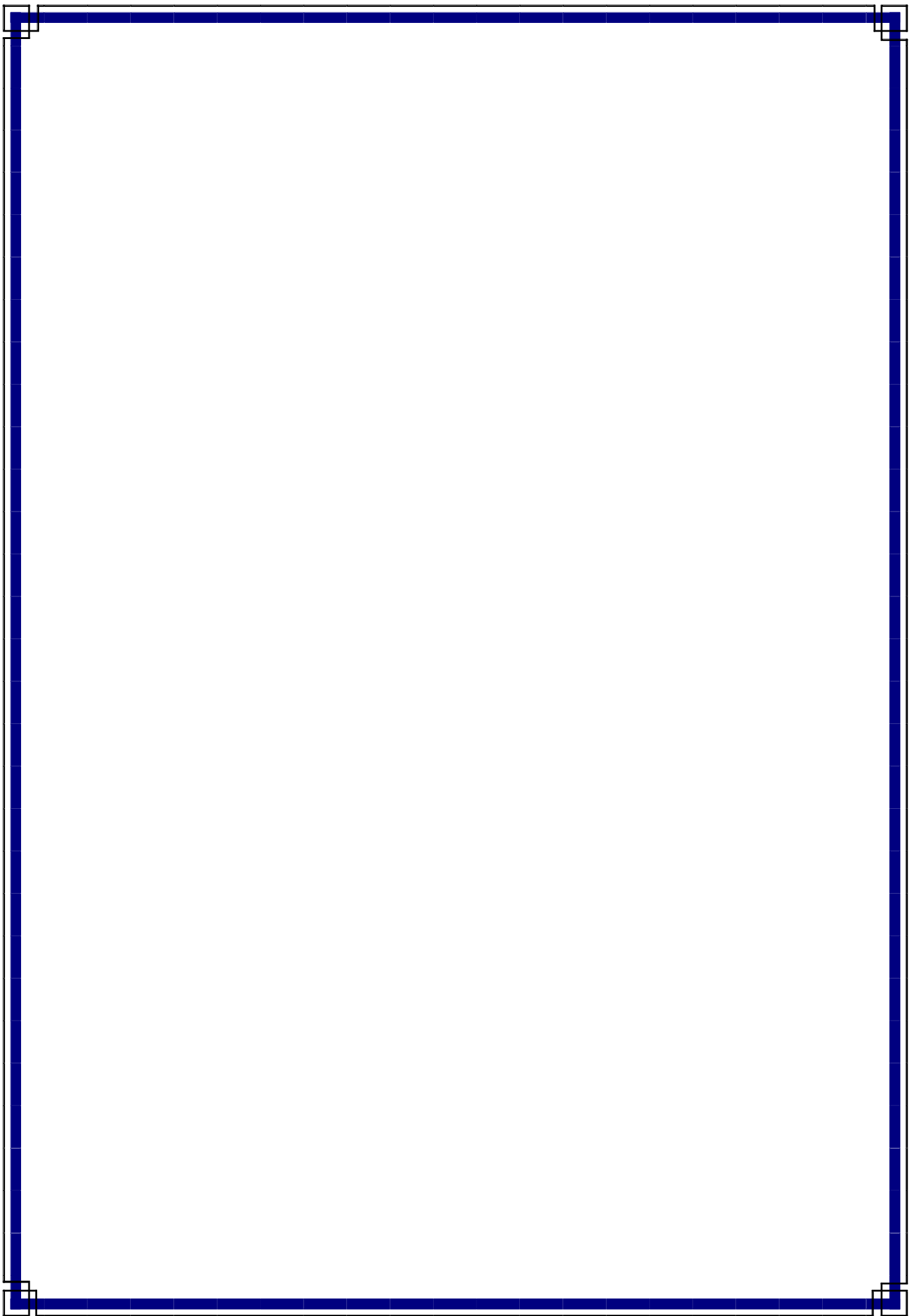
معارض	محايد	موافق	
			مهنة مقبولة ومحترمة
			مهنة مهمة جدا لا يمكن التخلي عنها
			مهنة مهمة لأي مؤسسة مهما كان طبيعتها عملها
			مهنة تتطلب الإبداع
			مهنة تتطلب الأخلاق
			مهنة خاصة بالجنسين
			مهنة خاصة بالذكور
			مهنة خاصة بالإناث

			مهنة لها مكانة مرموقة في المجتمع
			مهنة لها مكانة إدارية في المؤسسة
			مهنة مهمشة و سطحية

**المحور الرابع:** بيانات خاصة بالتوجهات نحو الاهتمام بممارسة المهنة

13- ما هي طبيعة توجهاتك نحو الاهتمام بممارسة مهنة العلاقات العامة؟

معارض	محايد	موافق	
			أشجع على ممارسة مهنة العلاقات العامة لأنها مهنة جيدة وضرورية
			أشجع على ممارسة مهنة العلاقات العامة لأن لها مستقبل زاهر.
			أشجع على ممارسة مهنة العلاقات العامة لأنها تعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية
			أرغب في ممارسة مهنة العلاقات العامة لأنها مريحة
			أرغب في ممارسة مهنة الع الع لأنها ذات وزن هام في المجتمع
			لا بد من منح فرص عمل لممارسة مهنة العلاقات العامة في المؤسسة لأنه لا يمكن الاستغناء عن مهامها
			لا بد من منح فرص عمل لممارسة مهنة العلاقات العامة في المؤسسة لأنها جزء أساسي في أي عمل إداري
			لا أشجع على ممارسة مهنة العلاقات العامة لأنها ليست بالمهنة الجيدة وغير ضرورية
			لا أشجع على ممارسة مهنة العلاقات العامة لأن لا مستقبل زاهر أمامها.
			لا أشجع على ممارسة مهنة العلاقات العامة لأنها لا تعطي للشخص أو المؤسسة مكانة اجتماعية
			لا أرغب في ممارسة مهنة العلاقات الع لأنها مهنة ليست مريحة
			لا أرغب في ممارسة مهنة العلاقات العامة لأن ليس لها وزن هام في المجتمع
			لا ضرورة لمنح فرص لممارسة مهنة العلاقات العامة لأنه يمكن التخلي عن مهامها
			لا ضرورة لمنح فرص لممارسة مهنة العلاقات العامة لأنها جزء أساسي في عمل الإدارة



الملحق رقم 01:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علم الاجتماع

استمارة بحث حول:

آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة

—دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بكلية العلوم الإنسانية  
والاجتماعية—

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع العلاقات العامة

تحت إشراف الأستاذ:

بغول زهير

من إعداد الطالب:

بوغولة مفيد

ملاحظة:

- هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2015/2014

**المحور الأول: البيانات الشخصية**

- 1-الجنس: ذكر  أنثى:
- 2-السن: 23  24  25  26  27 فما فوق
- 3-طبيعة التخصص الأكاديمي المحصل عليه في الليسانس:  
 علم اجتماع التربوي  علم اجتماع العمل والتنظيم  علم اجتماع الاتصال
- 4-طبيعة التخصص الأكاديمي في الماجستير: علم اجتماع التربية   
 علم اجتماع العلاقات العامة  علم اجتماع العمل والتنظيم
- 5-المستوى الجامعي: سنة أولى  سنة ثانية

**المحور الثاني: بيانات خاصة بمفهوم مهنة العلاقات العامة**

6-مهنة العلاقات العامة هي:

معارض	محايد	موافق	
			مهنة إعلامية اتصالية
			مهنة إدارية
			مهنة تسويقية
			مهنة إشرافية

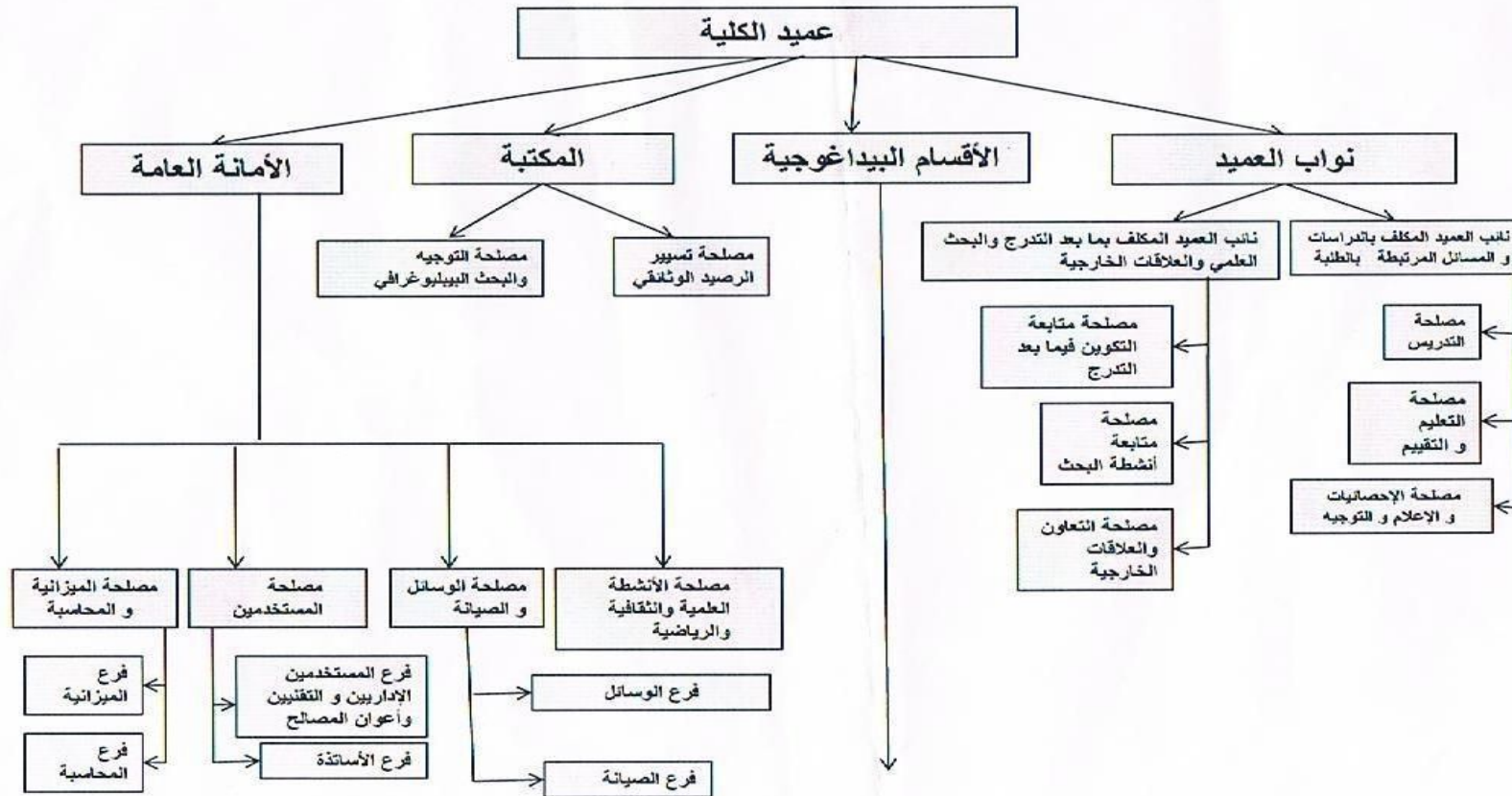
7-يمارس مهنة العلاقات العامة:

معارض	محايد	موافق	
			مختص في العلاقات العامة
			المدير
			مختص في الع الع تحت إشراف المدير
			رئيس مجلس الإدارة
			مسؤول الإعلام والاتصال و التوجيه

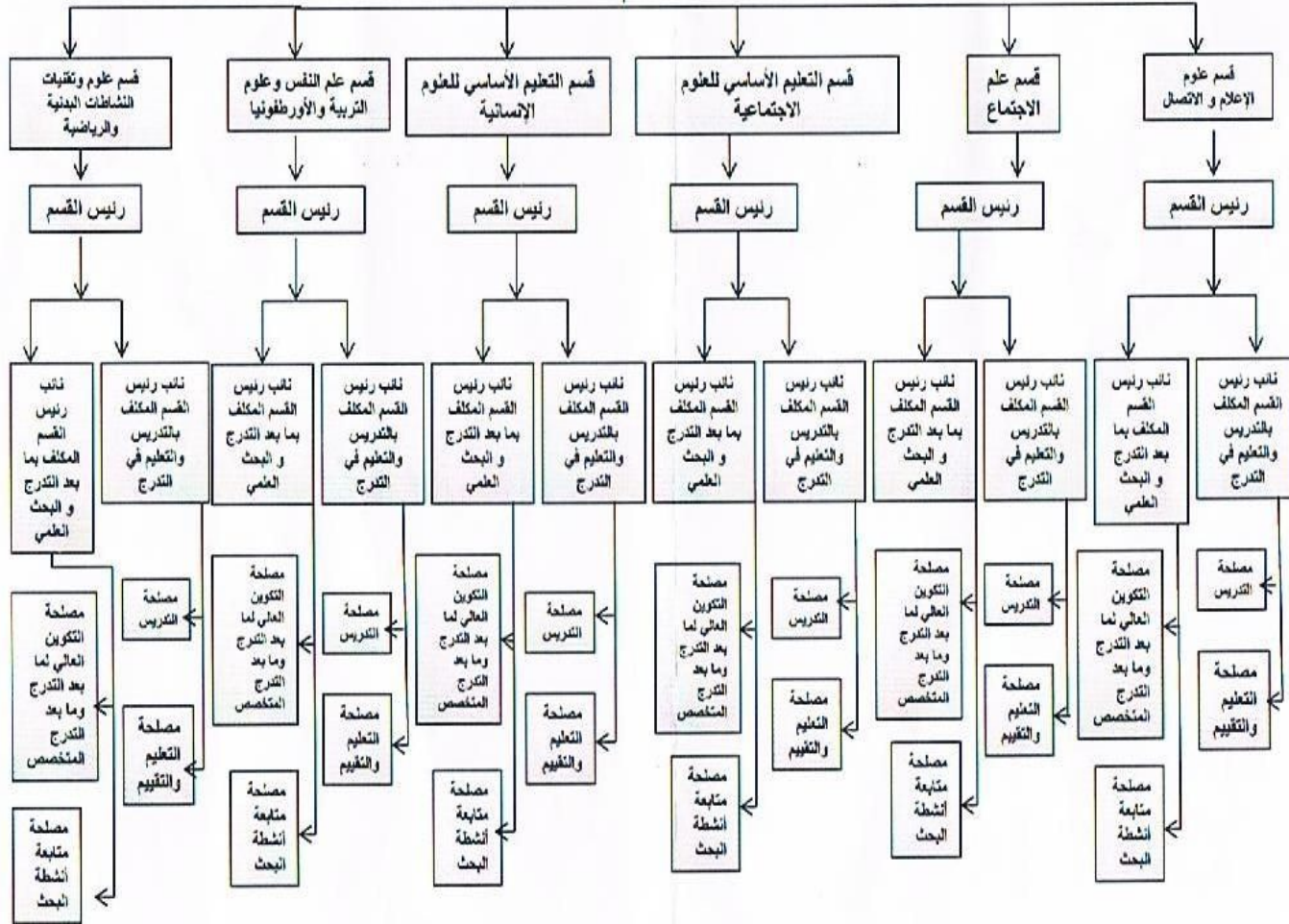
8-لمهنة العلاقات العامة علاقة وطيدة ب:

معارض	محايد	موافق	
			مهنة الإعلانات
			مهنة النشر
			مهنة الدعاية
			مهنة التسويق
			مهنة الإعلام والاتصال

الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (الجانب البيداغوجي)



## الأقسام البيداغوجية





الملحق رقم 03:

توزيع الذكور والإناث في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية 2013/2014:

المجموع	الإناث	الذكور	المستوى	التخصص	القسم
435	342	93	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية	
441	370	71	الثانية	علم الاجتماع	قسم علم الاجتماع
271	236	35	الثالثة	علم اجتماع العمل والتنظيم	
55	51	04	الثالثة	علم اجتماع التربوي	
115	92	23	الثالثة	علم اجتماع الاتصال	
55	43	12	الأولى	علم اجتماع العلاقات العامة	
33	25	08	الثانية		
51	51	-	الأولى	علم اجتماع التربية	
30	30	-	الثانية		
39	36	03	الأولى	العمل والتنظيم	
118	116	02	الثانية	علوم التربية والأرطفونيا	
127	121	06	الثالثة		
335	261	74	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية	
248	203	45	الثانية	علوم الإعلام والاتصال	قسم الإعلام والاتصال
45	03	42	الأولى	قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	
2398	1980	418			

## فهرس الموضوعات :

## الصفحة:

الإهداء.

شكر وتقدير.

خطة الدراسة.

الباب الأول: الجانب النظري للدراسة.

أ - ج ..... مقدمة

4 ..... الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

5 ..... تمهيد

6 ..... I. الإشكالية

9 ..... II. بيان أهمية الإشكالية

10 ..... III. أسباب اختيار الموضوع

11 ..... IV. أهداف الدراسة

12 ..... V. تحديد المفاهيم

22 ..... VI. الدراسات السابقة

29 ..... VII. الفرضيات

28 ..... خلاصة

29 ..... الفصل الثاني: العلاقات العامة

30	تمهيد.....
31	I. ماهية العلاقات العامة.....
42	II. علاقة مفهوم العلاقات العامة ببعض المفاهيم الأخرى المشابهة.....
46	III. التحديات التي تواجه العلاقات العامة في المجتمعات النامية.....
47	IV. المشتغلون بالعلاقات العامة والمتطلبات التي يجب توافرها فيهم.....
53	V. المداخل النظرية في دراسة العلاقات العامة.....
61	خلاصة.....
62	الفصل الثالث: مجتمع الطلبة والعلاقات العامة.....
63	تمهيد.....
64	أولاً: مجتمع الطلبة.....
64	I. حقوق وواجبات الطالب.....
65	II. السجل الأكاديمي للطالب.....
66	III. الضوابط السلوكية الطلابية.....
67	IV. التكيف الأكاديمي للطالب في الجامعة.....
68	V. الطالب والفشل الأكاديمي.....
69	ثانياً: علاقة العلاقات العامة بمجتمع الطلبة.....
70	خلاصة.....

الباب الثاني: الجانب الميداني للدراسة.

71	الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة.....
72	تمهيد.....
73	أ.مجالات الدراسة (مجتمع وعينة الدراسة).....
81	ب.أدوات جمع البيانات.....
91	ج.أساليب المعالجة الإحصائية.....
92	د.منهج الدراسة.....
93	خلاصة.....
94	الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات.....
95	تمهيد.....
96	أ.تفريغ البيانات وتبويبها والتعليق عليها.....
111	ب.النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضيات.....
114	ج.النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة.....
115	د.النتائج العامة.....
117	خلاصة.....
د - هـ	الخاتمة.....
ر - ز	ملخص الدراسة باللغة العربية.....
س - ص	ملخص الدراسة باللغة الفرنسية.....
ط - ظ	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية.....
	قائمة المراجع.
	الملاحق.

## فهرس الجداول:

أولاً: فهرس الجداول الخاصة بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم (1)	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس.	.76
جدول رقم (2)	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن.	.76
جدول رقم (3)	يوضح طبيعة التخصص الأكاديمي المحصل عليه في الليسانس لأفراد عينة الدراسة.	.77
جدول رقم (4)	يبين طبيعة التخصص الأكاديمي الحالي في الماجستير لأفراد عينة الدراسة.	.78
جدول رقم (5)	يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الجامعي.	.78

ثانياً: فهرس الجداول الخاصة بتحليل معطيات فرضيات الدراسة:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم (06)	يوضح طبيعة مهنة العلاقات العامة لدى أفراد عينة الدراسة.	.96
جدول رقم (07)	يوضح ممارسي العلاقات العامة	.97
جدول رقم (08)	يوضح علاقة مهنة العلاقات العامة بالمهن الأخرى	.98
جدول رقم (09)	يوضح مبادئ مهنة العلاقات العامة	.99
جدول رقم (10)	يوضح مهام مهنة العلاقات العامة	.101
جدول رقم (11)	يوضح أهداف مهنة العلاقات العامة	.102
جدول رقم (12)	يوضح انطباعات أفراد عينة الدراسة عن مهنة العلاقات العامة.	.102
جدول رقم (13)	يوضح توجهات أفراد عينة الدراسة نحو الاهتمام بممارسة مهنة العلاقات العامة.	.104