

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع



تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة

دراسة ميدانية بالقطب الجامعي كلية العلوم الاجتماعية
والإنسانية - تاسوست -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم الاجتماع العلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

- كياس عبد الرشيد

من إعداد الطالبة:

- بورويس رزيقة

لجنة المناقشة:

د. بواب رضوان رئيسا
أ. كياس عبد الرشيد مشرفا ومقررا
أ. شحات سعاد مناقشة

السنة الجامعية: 2018/2017

كلمة شكر وعرافان

الحمد لله رب العالمين على عونه وتوفيقه لنا على إتمام هذا العمل
والصلاة والسلام على النبي المصطفى ومن لأثره أقتفى وبهداه
اهتدي، محمد خير خاتم المرسلين الحبيب الأمين

أما بعد:

يشرفني أن أتقدم بالشكر الجزيل والتقدير الكبير للمشرف الأستاذ
"كياس عبد الرشيد" الذي لم يبخل عليا بنصائحه وتوجيهاته
البنائه في أنجاز هذا العمل

كما لا انسي شكر جميع أساتذة قسم علم الاجتماع وبالأخص

الأستاذة: شحات سعاد، بن يحي سهام، وبوبكر هشام

وبوطاجين عادل الذين مدوا يدي العون لي

كما أشكر الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على جهدهم في

مناقشة وتقييم وتقويم هذه المذكرة.

أهداء

بسم الله الواحد الأحد الرحمان الرحيم الذي أماننا على إتمام هذا العمل
وبعد:

أهدي هذا العمل بدرجة أولى إلى:

التي جعل الله الجنة تحت أقدامها والتي غمرتني بعطفها وحنانها

وأنازلة لي درج حياتي بحبها

إلى التي لن تبخل علي يوما بنصيحة أو دعوة صالحة، إلى الصدر

الحنون ""أمي"" الغالية حفظك الله

إلى كابد الشدائد وكان عرق جبينه منير دربي إلى من اشترى لي

أول قلم ودفعني بكل ثقة إلى معركة العلم وشجعني على خوض

الصعاب إليك ""أبي"" العزيز حفظك الله

إلى إخوتي وأخواتي وإلى الكتوتين الجميلتين والمشائختين

"مرام""مريم" إلى جميع أصدقائي وزملائي وكل الأهل والأقارب وإلى

كل من ساعدني من قريب أو بعيد بكلمة طيبة أو حتى بالابتسامة

إلحكم جميعاً أهدي بدرجة عملي وكل من يعرفني

رزيقة

الفهرس

الصفحة	العنوان
	كلمة شكر وتقدير
	الفهرس
	فهرس الجداول
أ - ب	المقدمة
الجانب النظري	
	الفصل الأول: إطار المفاهيمي للدراسة
04	تمهيد
07-05	أولاً- إشكالية الدراسة
07	ثانياً- فرضيات الدراسة
08	ثالثاً- أسباب اختيار موضوع الدراسة
09-08	رابعاً- أهمية وأهداف الدراسة
13-09	خامساً- الإطار المفاهيمي للدراسة
20-13	سادساً- الدراسات السابقة
21	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: التمثلات الاجتماعية

23	تمهيد
25-24	أولاً- تطور النظر إلى التمثلات الاجتماعية
26	ثانياً- خصائص التمثلات الاجتماعية
28-26	ثالثاً- وظائف التمثلات الاجتماعية
30-28	رابعاً- كيفية بناء التمثلات الاجتماعية
32-30	خامساً- عناصر بناء التمثلات الاجتماعية
34-32	سادساً- عمليات بناء وإنتاج التمثلات الاجتماعية
35-34	سابعاً- أبعاد التمثلات الاجتماعية
38-35	ثامناً- نظريات التمثلات الاجتماعية
39	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: مهنة العلاقات العامة
41	تمهيد:
48-42	أولاً- نشأة وتطور العلاقات العامة
50-48	ثانياً- علاقة مفهوم العلاقات العامة مع بعض المفاهيم
51-50	ثالثاً- سيكولوجية العلاقات العامة
52-51	رابعاً- خصائص العلاقات العامة
54-52	خامساً- وظائف العلاقات العامة

56-54	سادسا- صفات العاملين بالعلاقات العامة
57-56	سابعا- الشروط الواجب توفرها في أخصائي العلاقات العامة
58-57	ثامنا- مبادئ مهنة العلاقات العامة
60-58	تاسعا- التنظيمات المهنية للعلاقات العامة
68-61	عاشرا- أهم النظريات في العلاقات العامة
69	خلاصة الفصل
الجانب الميداني للدراسة	
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة	
71	تمهيد
74-72	أولا- مجالات الدراسة
75-74	ثانيا- منهج الدراسة
78-75	ثالثا- أدوات جمع البيانات
78	رابعا- أساليب التحليل
79	خلاصة الفصل
الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة النتائج الدراسية	
81	تمهيد
102 -82	أولا- عرض البيانات وتحليلها

104-103	ثانيا - مناقشة وتحليل نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
105	ثالثا :نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
106	رابعا: النتيجة العامة
107	خلاصة الفصل
ج	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	فهرس الجداول	الصفحة
01	توزيع المبحوثين حسب الجنس	82
02	توزيع المبحوثين حسب السن	82
03	يوضح قدرة البرامج التعليمية في توضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة	83
04	مفهوم مهنة العلاقات العامة الذي يراه الطلبة	84
05	التخصص الأكاديمي وتميز مفهوم مهنة العلاقات العامة	85
06	يوضح عدد السنوات التي تناول فيها الطلبة موضوع العلاقات العامة	85
07	بين كفاية مدة التخصص لمعرفة صفات المختص في مهنة العلاقات العامة	86
08	بين رأي الطلبة في صفات مختص مهنة العلاقات العامة	87
09	يبين بأن المقاييس المدرجة في التخصص وعلاقتها في فهم صفات المختص في مهنة العلاقات العامة	87
10	أهم المقاييس ذكرا لصفات مختص مهنة العلاقات العامة	88
11	يبين أهم صفات ممتن العلاقات العامة كما يراها الطلبة	89
12	تأثير طريقة الأساتذة المؤطرين في تكوين أفكار عن مهام مهنة العلاقات العامة	91
13	يبين طريقة الأساتذة في تقديم المحاضرات والأعمال الموجهة	92
14	علاقة الطريقة التي يستخدمها الأساتذة يتعلم الطلبة مهارات اتصالية لمهنة العلاقات العامة	93
15	تأثير شروحات الأساتذة على تصورات الطلبة حول وظائف مهنة العلاقات العامة.	94
16	يبين تأكيد الأساتذة على تقديم معلومات جديدة أثناء شرح لوظائف مهنة العلاقات العامة	94
17	بين الكيفية التي تكون عليها شروحات الأساتذة	95
18	أهم وظيفة لمهنة العلاقات العامة يشرحها الأساتذة شرحا وافيا	96
19	زيادة وضوح صورة مهنة العلاقات العامة مع زيادة الشرح	96
20	يبين وجود النقاش بين الطلبة وزملائهم السابقين حول مهنة العلاقات العامة.	97
21	بين أن النقاشات تؤدي لتبادل الآراء بين الطلبة وزملائهم السابقين لتبني موقف حول مهنة العلاقات العامة موفهم حول مهنة العلاقات العامة	98

فهرس الجداول

99	تیین تأثیر الزملاء السابقین علی الطلبة فی معرفة أهمية مهنة العلاقات العامة	22
99	یبین تبادل المعلومات مع الزملاء السابقین تساعد فی معرفة الأمور الغامضة عن مهنة العلاقات العامة	23
100	یبین دور تبادل المعلومات مع الزملاء السابقین فی تكوين صورة إيجابية عن مهنة	24
101	تیین وسائل تفاعل الطلبة مع زملائهم السابقین حول مهنة العلاقات العامة	25
102	یبین المواضيع التي يناقشها الطلبة مع الزملاء السابقین فیما ساعدتهم	26

مقدمة

تعد مهنة العلاقات العامة من مهن العصر، خاصة بعد أن أصبحت تدرس في الجامعات كتخصصات وهي أمر ضروري لإعداد الخريجين المؤهلين لميدان العمل، وتلقينهم ما يساعدهم على النجاح فيها والقيم بمتطلباتها وتأدية مهامها على أكمل وجه وتمثلت أهميتها الكبرى في خلق الصلة متينة بين المؤسسة وجمهورها كما أنها ليست بالأمر الهين لهذا نجد "إدوارد برنيز" في كتابه بلورة الرأي العام أبدى حرصه الشديد على وضع أساس ومبادئ مهنة العلاقات العامة وكيفية تطوير هذه المهنة داخل المؤسسة بمختلف أنواعها، فبدأ الاهتمام والانشغال بها والسعي لتطويرها والبحث فيها على المستوى العلمي خاصة وأنه يعد أول من قام بتدريسها كتخصص جامعي ومن هنا كان الاهتمام الغربي بها أما في الدول العربية فقد قام الأستاذ "إبراهيم إمام" بإدخالها كمقياس في الجامعات المصرية فلاقى استحسان الطلبة وفضول الأساتذة ومن هذه الانطلاقة أخذت منحأها في واقع المؤسسة وكان بمثابة دافع الدول العربية الأخرى.

والجزائر إحدى هذه الدول التي تحاول أن تواكب التطورات العلمية الحاصلة عالميا وعربيا فأدرجتها هي الأخرى كتخصص في جامعاتها حتى تمكن طلبتها الاطلاع وتوفير لهم القدر الكافي من المعلومات والمعارف في ما يخصها.

ومن هذا المنطلق يبدأ الدارسون فيها بحمل تصوراتهم حولها والتي تبني في ظل هذه المعلومات ومتأثرين بعدة عوامل في محيطهم الجامعي الذي يعتبر النواة المركزية التي تتولد عنها عناصر محيطة تتمثل في الأساتذة المؤطرين والزملاء كما أنها هي العنصر الأكثر استقرارا في التمثلات التي تعتبر آلية التفكير عند الطالب حتى تصبح تمثلاته جاهزة وفي هذه النقطة بالتحديد يكمن موضوع دراستنا المتمثل في تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة أهمية كبيرة لأنه يسلط الضوء على فئة اجتماعية مهمة في المجتمع وتزداد أهمية الموضوع في معرفة العوامل المساعدة والمحيطة بالطالب في بناء تمثلاته نحو مهنة العلاقات العامة.

وانطلاقا من كل هذا قسمنا هذا البحث إلى بابين الأول نظري والثاني ميداني فبالنسبة للدراسة النظرية تناولنا فيها ثلاث فصول، وحاولنا إمام بكل الجوانب النظرية للبحث ومفاهيمه وهذه الفصول هي:

الفصل الأول: تمثل في الإطار المفاهيمي للدراسة حيث بدأنا أولاً بتمهيد ثم بتحديد إشكالية الدراسة وفروضها ثم أسباب اختيار موضوع الدراسة إلى أهمية وأهداف الدراسة، ليتم فيما بعدها تحديد الإطار المفاهيمي للدراسة وعرض الدراسات السابقة وختمنها بملخص الفصل.

الفصل الثاني: كان حول التمثلات الاجتماعية وخصائص ووظائفها بالإضافة إلى ذكر كيفية وعناصر بناء التمثلات الاجتماعية ،كما حددنا عمليات بنائها وإنتاجها وأبعادها وبعد عرضنا لكل هذه العناصر وصلنا في الأخير عرض المقاربات الخاصة بالتمثلات وتمثلت في النموذج السوسيو تطوري ونظرية النواة المركزية والنموذج السوسيو ديناميكي.

الفصل الثالث: حول مهنة العلاقات العامة بدأناه بإشارة إلى نشأة العلاقات العامة في المرحلة القديمة والحديثة ليأتي بعدها تحديد علاقة مفهوم المهنة مع مفاهيم أخرى وسيكولوجية العلاقات العامة بالإضافة إلى تقديم خصائص ووظائف المهنة وذكر أهم صفات وشروط العاملين بالمهنة وصولاً إلى عرض مبادئ المهنة وتنظيماتها، ختاماً بأهم النظريات في العلاقات العامة.

وفيما يخص الباب الثاني الذي يعرض الدراسة الميدانية التي قمنا بها في جامعة محمد الصديق بن يحيى-تاسوست- وقمنا بتقسيم هذا الباب إلى فصلين وهما:

الفصل الرابع: تمثل في الإجراء المنهجية الخاصة بالدراسة الذي تناولنا فيه أول نقطة مجالات الدراسة، وتطرقنا بعدها إلى المنهج وأداة جمع البيانات تمثلت في المقابلة والاستمارة والملاحظة ليأتي الفصل السادس الذي خصصناه لعرض البيانات وتحليلها ومناقشتها في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة وفي أخير استخلاص نتائج الدراسة وإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة.

الجانب النظري

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

أولاً- إشكالية الدراسة

ثانياً- فرضيات الدراسة

ثالثاً- أسباب اختيار موضوع الدراسة

رابعاً- أهمية وأهداف الدراسة

خامساً- الإطار المفاهيمي للدراسة

سادساً- الدراسات السابقة

خلاصة الفصل

تمهيد

يعد الإطار المنهجي للدراسة القاعدة الأساسية التي يقوم عليها البحث العلمي وخطوة هامة من خطواته السلمية من أجل تحقيق الهدف من البحث سواء الهدف النظري أو الهدف العلمي، التحديد الدقيق لهذا الإطار يساعد الباحث على تحديد و ضبط الإشكالية و الخروج إلى الفرضيات و مؤشراتنا بالإضافة إلى تحديد المفاهيم المناسبة للدراسة، وقد حاولنا في هذا الفصل شرح الإطار المنهجي المقدم في الدراسة وذلك وفق العناصر التالية:

- إشكالية الدراسة
- فروض الدراسة
- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- أهمية وأهداف الدراسة
- الإطار المفاهيمي للدراسة
- الدراسات السابقة

أولاً: إشكالية

يظهر التطورات في كل الجوانب الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وظهور مهن جديدة نجد منظومة التعليم العالي تحاول أن تواكب هذه التطورات من حين إلى آخر وتجاري التحولات الكبرى كي تكون قادرة على التماشي مع التطورات كلها والتركيز على مقاربات جديدة من العلاقات البيداغوجية والتعليمية وتتخلى تدريجياً على النظام الكلاسيكي وإتباع النظام الجديد LMD وخاصة وأنه يركز على البعد المهني والأكاديمي بالدرجة الأولى ومن جهة أخرى يراعي مخرجات التعليم العالي وسوق العمل بهدف تلبية احتياجات الطالب الجامعي والمجتمع.

فالجامعة تعتبر مؤسسة بيداغوجية تسعى إلى تقديم المعارف والمعلومات لهؤلاء الفاعلين الاجتماعيين وحتى يستفيدون من المسار التعليمي والتكويني منذ اختيارهم للتخصص الذي يتناسب مع قدراتهم وطموحاتهم بناء على ما يتصورونه ويمثلونه نحو المهنة المستقبلية من هذا المنطلق يبدأ الطالب الجامعي في بناء تمثله انطلقاً من المعارف والأفكار التي يتلقاها، ويحاول تهيئتها وفق مدركاته ورؤيته الأمور أوما تراه الجماعة التي ينتمي إليها لهذا يعرف هذا الفعل بالتمثلات الاجتماعية التي تشكل اليوم أحد الموضوعات الكبرى لمجالات البحث في العلوم الاجتماعية بصفة عامة وفي علم النفس الاجتماعي لأنها تحدد أشكال التفكير العلمي الموجهة نحو اتصال وفهم المحيط والتفكير فيه وهذه الأشكال لا تأتي إلا من العمليات المعرفية والعمليات الوظيفية التي يكتسبها الطالب من الفضاء الجامعي بوصفه حقلاً يتفاعل معه مع باقي الطلبة الآخرين وحتى الأساتذة ليكون نوعاً من تبادل الأفكار والمعلومات حول المواضيع التي تكون مشتركة بينهم لتدعيم تصوراتهم عن واقعهم وآمالهم وتطلعاتهم حول المسار العلمي والمهني مستقبلاً، لقد لاقى التمثلات الاجتماعية اهتماماً كبيراً من طرف العلماء بالأخص من طرف "إيميل دوركايم" و "موسكوفيشي" الذي نظر لها كثيراً بداية من تحديد السيرورة التي تكون فيها التمثلات إلى العناصر التي تساهم في بنائها من المعلومة والاتجاه والحقل لاعتبار أن التمثلات هي البناء الاجتماعي لمعارف عادية مهيأة من خلال القيم والمعتقدات وبتقاسمها أفراد جماعة معينة تدور حول مواضيع مختلفة تؤدي إلى توحيد نظراتهم للأحداث كما أنها تظهر أثناء التفاعل والتبادل في مجال محدد.

وتخصص علم الاجتماع العلاقات العامة، باعتباره فضاء يتفاعل فيه الطالب انطلاقاً مما يتلقاه لمختلف المعارف والمعلومات وأفكاره أثناء التحصيل الدراسي حول مهنة العلاقات العامة لاعتبار التخصص هو العامل الأول المؤثر في الطالب لبناء تمثلاته حول المهنة ليجسد في خياله الواسع أعلى

درجات في ممارسة المهنة مستقبلا فمهنة العلاقات العامة أصبحت اليوم مدخلا أساسيا لتنظيم و إدارة المؤسسة في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأداة الأولى للتواصل مع البيئة الخارجية وفي بناء الصورة الإيجابية عن المؤسسة وهي الأهمية التي تكمن فيها وتوصلت لها مختلف الدراسات الاجتماعية التنظيرية وسعى لإثباتها مختلف الباحثين والمنظرين بداية من "إيفلي" الذي يعتبر أبو العلاقات العامة إلى يومنا هذا مستندين إلى عدد من النظريات العلمية كالتفاعلية الرمزية والبنائية الوظيفية وغيرها إلا أن هذه الأهمية والخلفية التي حضت بها المهنة تواجه تهميشا لا يمكن وصفه في مختلف المؤسسات الجزائرية التي لم تحظى بالاهتمام الكافي والذي تستحقه ولم تفتح لهما المؤسسات سواء العامة أو الخاصة مجالاً للممارسة وتوظيف موظفين يكفلون بإدارة قسم أو مصلحة العلاقات العامة رغم وجود حاملي الشهادات تتوافق ومتطلبات المهنة متخرجة من الجامعات الجزائرية عامة وجامعة جيجل إحدى هذه الجامعات وهو الهاجس الذي أصبح يشغل الطالب أثناء اختياره لتخصص العلاقات العامة والواقع الذي يصطدم به عند الخروج إلى الميدان والبحث عن منصب شغل، إلا أن ذلك لم يمنع الطلبة من اختياره رغم أنه غيبته المؤسسات واقعيًا، ومن هذا المنطلق ارتأينا معرفة ما الذي يحدد تصورات الطالب نحو مهنة العلاقات العامة في ظل وجود عوامل تساعد في بناء تمثلاتهم حولها خاصة وأنها لا تواكب باقي المهن التي أدرجت تخصصاتها في الجامعات ووجدت في الواقع الفعلي ولعل موضوع تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة و تأثير العوامل المساعدة يحمل أهمية كبيرة في الكشف عنها وجعله كنافذة لتحديد اتجاهات الطلبة حول اختيار المهنة مستقبلا مما يدرسونه أم الواقع هو الذي يحدد الاتجاه حتى تكون مواكبة له وهو ما دفعنا إلى طرح السؤال الرئيسي مؤاده:

- ما هي العوامل المؤثرة في تكوين تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة؟

واندرجت عنه التساؤلات التالية:

س1: هل لمجال التخصص دور في تكوين تمثلات الطلبة حول خصوصيات مهنة العلاقات

العامة؟

س2: هل يساهم تفاعل الطلبة مع أساتذة تخصص في بناء تمثلات الطلبة حول وظائف مهنة

العلاقات العامة؟

س3: هل تؤثر علاقات الطلبة بزملائهم السابقين في بناء تمثلاتهم حول موقفهم من مهنة العلاقات العامة؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

تعد الفرضيات من أهم الإجراءات المنهجية لأنها تساعد الباحث في الاتجاه نحو الحقيقة التي أثارته مشكلة البحث وتساؤلاتها، لأنها تساعد الباحث على اقتصاد الجهد والمال وتبعده عن الوقوع في متاهات لا حصر لها ولكي تحقق الفروض غايتها لا بد من اختيارها بشكل علمي دقيق لأن صحة هذه الفرضيات سيؤدي إلى صحة الدراسة ككل، والدراسة الراهنة تتطوي على مجموعة من الفرضيات حددها الباحث فيما يلي:

الفرضية العامة: يكون الطلبة تمثلاتهم حول مهنة العلاقات العامة بعوامل مختلفة .

الفرضية الأولى: يلعب التخصص الأكاديمي دوراً في تكوين تمثلات الطلبة حول خصوصيات مهنة العلاقات العامة، ولاختبار هذه الفرضية اعتمدنا على المؤشرات التالية وهي:

- المضامين التعليمية تساهم في تحديد مفهوم مهنة العلاقات العامة عن المهن الأخرى.

- أطوار التكوين تساعد في معرفة صفات المختص في مهنة العلاقات العامة.

الفرضية الثانية: يساهم النشاط البيداغوجي للأساتذة التخصص في بناء تمثلات الطلبة حول وظائف مهنة العلاقات العامة، ولاختبار هذه الفرضية اعتمدنا على المؤشرات التالية وهي:

- طريقة التدريس تساعد على تعلم مهارات الاتصال.

- الشروحات المقدمة تسهل من فهم مهام كل وظيفة.

الفرضية الثالثة: تؤثر علاقات التفاعل بين الطلبة وزملائهم السابقين في بناء تمثلاتهم حول موقفهم من مهنة العلاقات العامة، ولاختبار هذه الفرضية اعتمدنا على المؤشرات التالية وهي:

- تبادل النقاشات بين الطلبة وزملائهم يزيد من تدعيم موقفهم اتجاه المهنة

- تبادل المعلومات يساعد الطلبة بشكل كبير في تحديد موقفهم نحو مهنة العلاقات العامة.

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

1- الأسباب الذاتية

- الرغبة الشخصية في دراسة هذا الموضوع.
- الرغبة في معرفة فيما تتمثل تمثلات مجتمع البحث نحو مهنة العلاقات العامة.
- الرغبة في معرفة جوانب الموضوع من جهة التمثلات ومن جهة أخرى مهنة العلاقات العامة.
- محاولة إثراء رصيدي المعرفي.

2- الأسباب الموضوعية:

- موضوع البحث هو ضمن الاختصاص هو علم الاجتماع العلاقات العامة.
- محاولة المساهمة في إثراء البحث العلمي ولو بالقليل.
- قلة وغياب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.
- قابلية الموضوع للدراسة.

رابعا: أهمية وأهداف الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في انه تناول التمثلات الاجتماعية من جهة ومن جهة مهنة العلاقات العامة في إطار علم الاجتماع بصفة عامة، خاصة وأن الدراسة مست فئة مهمة في المجتمع ألا وهي فئة الطلبة الجامعيين.

ومن هذا المنطلق يمكن تحديد الأهداف التي تسعى لها هذه الدراسة وهي كالتالي:

- معرفة العوامل المؤثرة في تكوين تمثلات الطلبة.
- محاولة معرفة فيما تتمثل تصورات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة.
- محاولة الإشارة إلى العلاقة بين التمثلات الاجتماعية ومهنة العلاقات العامة.
- محاولة لفت الانتباه إلى أهمية مهنة العلاقات العامة.
- الوصول إلى نتائج واقتراحات و توصيات تفيد الجهات المعنية وعلى رأسها الجامعة.

خامسا: الإطار المفاهيمي للدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم، من أهم الخطوات المنهجية لأي بحث وينبغي على الباحث أن يتبعها لأنها تساعد في تكوين حلقة الربط بين ما هو نظري وميداني ومن خلال موضوع دراستنا سنحاول تحديد المفاهيم التالية:

1- تمثيلات: **Représentation**

لغة: التمثيل من مثل، تمثيل الشيء لفلان، أي صورته له بالكتابة ونحوها كأنه ينظر إليه وتمثيل الشيء شبه به وجعله مثله¹.

اصطلاحا: هي المحتوى المتعلق بالمعلومات أو الآراء وترتبط بالفرد أو بالجماعة وتقع عن الحد المشترك للمادة والشخص وللصورة والدلالة ويشكل البعد المعرفي جوهرها².

حسب فيشر - 2005 - Ficher: هي بناء اجتماعي لمعارف عادية مهياة من خلال القيم والمعتقدات ويتقاسمها أفراد جماعة معينة، تدور حول مواضيع مختلفة، و تؤدي إلى توحيد نظرتهم للأحداث كما أنها تظهر أثناء التفاعل الاجتماعي

عرفها فلامينت وروكيت: 2007 - Flament Roquette and:

حيث عرفها في ثلاث نقاط متدرجة وهي: وصفية ومفاهيمية وإجرائية وهي تتمثل في الآتي:

أ- هي أسلوب لرؤية مظهر من العالم والذي يترجم في الحكم وكذلك في الفعل وأسلوب الرؤية هذا لا يستطيع أن يرجع إلى فرد واحد فقط، ولكنه يرجع لفعل اجتماعي.

ب- هي مجموعة من المعارف والاتجاهات، والمعتقدات المتعلقة بموضوع معين، وبمواقف وبوضعيات مختلفة ومعينة، وبتطبيقات لقيم وأحكام معيارية.

ج- هي مجموعة من العناصر المعرفية المرتبطة بواسطة علاقات، هذه العناصر وعلاقتها تتواجد في ثبات داخل مجموعة محددة ومعينة³.

1 - المنجد في اللغة والأعلام، دار الشروق بيروت، ط36، ص746.

2 - جيل فيريول: معجم مصطلحات علم الاجتماع، تر أنسام محمد الأسعد، دار مكتب الهلال، بيروت، ط1، 2011، ص152.

3 - بشرى العناد مبارك: التمثيلات الاجتماعية وعلاقتها بالتوجه نحو السيادة لدى المنتمين للأحزاب السياسية، مجلة الفتح، جامعة دبي، ع51، سبتمبر 2012، صص، 120، 121.

حسب قاموس علم الاجتماع: تعد التمثلات الاجتماعية شكلا من أشكال المعرفة الفردية والجماعية المتميزة عن المعرفة العلمية، فالتمثلات الاجتماعية حسب المنظور الاجتماعي هي نمط من التفكير التعليمي والوظيف من طرف جماعة اجتماعية بهدف التواصل مع محيطها وتأثير منه بغية فهم هذا المحيط ومحاولة التحكم فيه، ويرجع الفضل في اكتشاف عبارة التمثل الاجتماعي إلى إميل دوركايم سنة 1898 حينما قارن بين التمثلات الفردية والتمثلات الاجتماعية¹.

وأول من استخدم المفهوم حيث وظفها في تعريفه للفعل الاجتماعي وفي أبحاثه العصبية القبلية حيث يقول أن التمثل الاجتماعي يعتبر إحدى الآليات التي تؤكد من خلالها الأسبقية الاجتماعية على الفردية².

2- الطلبة: étudiant

الطلبة: مفردها الطالب

لغة: من الطلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه³.

اصطلاحا: هو الشخص الذي سمح له مشواره العلمي بالانتقال من المرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعة بهدف تطوير قدراته واستعداداته الشخصية من جميع جوانبها جسما وعقلا وفكرا وخلقاً والوصول إلى مستوى يؤهله لأن يخدم مجتمعه⁴

3- تمثلات الطلبة:

هي مجمل التصورات التي يكونها الطلبة عن دراستهم الآنية ومستقبلهم بغرض تحقيق تطلعاتهم وأما لهم من جهة وعن المجتمع الذين يعيشون فيه من حيث سلوكياته ومعتقداته الثقافية بشكل عام من جهة أخرى⁵.

¹ -مليكّة جبار: التمثلات الاجتماعية للطلبة الجامعيين (ما بعد التدرج) لفرض العمل بعد التخرج، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد 18، مارس 2015، ص 17.

² -جمال حيرش: التمثلات الاجتماعية أسس المقاربة النظرية وأفاق البحث في الحق السوسيولوجي، جامعة جيجل، العدد 1، 2006، ص، ص 24، 25.

³ -سحر محمد وهي: بحوث في الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1996، ص 59.

⁴ -فضيل دليو: إشكالية المشاركة الديمقراطية في الجامعة الجزائرية منشورات جامعة قسنطينة، 1999، ص 95.

⁵ -مدني محمد توفيق اختيار الفرع في جامعة الجزائر وتمثلات الطلبة، أطروحة ماجستير الجزائر، 1988، ص 42.

التعريف الإجرائي لتمثلات الطلبة:

هي كل ما يحمله الطالب من تصورات وأفكار ومعلومات وأراء حول التخصص الدراسي الذي يختاره بغرض الوصول به إلى ممارسة المهنة المستقبلية بناء على ما يكتسبه من معلومات وأفكار التي يتلقاها من المسار العلمي الجامعي وتحت تأطير أساتذة مختصين لتعكس في الأخير اتجاهه وميوله نحو موضوع مهنة العلاقات العامة.

4- المهنة: Besongue

اصطلاحاً: مجموعة من الأعمال تتطلب مهارات معينة يؤديها الفرد من خلال ممارسات تدريبية.¹ والمهنة كذلك عمل يشغله الإنسان لدى الآخر أو لدى مصلحة حكومية أو عمومية على تنوع مجالاتها (اقتصادية، سياسية، تعليمية.. إلخ) وتكون في الغالب كتابية أو إدارية.² حسب عبد الله محمد نوري: على أنها الحرفة التي تشتمل على مجموعة من المعارف العقلية ومجموعة الممارسات والخبرات التدريبية يؤديها الفرد من خلال ممارسته العمل.³

5- العلاقات العامة:

نقسم مصطلح العلاقات العامة إلى جزأين هما: علاقات وعامة.
- **علاقات:** وتعني حصيلة الصلات واتصالات التي تتوفر بين هيئة وجماهيرها المتعاملة، وذات اتجاهين لهما طرفان يتحكمان في هذه الصفات بحيث يتوفر قيامها على وجودها.

عامة: وتشمل كافة الجماهير التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطاتها بالهيئة.⁴ هذا من الناحية اللغوية أما من الناحية الاصطلاحية فقد اختلفت وتوعدت المفاهيم باختلاف آراء الباحثين ووجهات نظرهم من حيث الاهتمامات العلمية أو الممارسة المهنية لمن حاول إعطاء تعريف لها.

¹ - بلال خلف الساكرينه: أخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2009م، ص 27.

² - زيدان عبد الباقي: علم الاجتماع المهني مطبعة السعادة، القاهرة، ط1، 1976، ص 37.

³ - عبد الله محمد نوري الديرشوي: الأخلاق الإسلامية وآداب المهنة، دار انتساب السعودية، 2013، ص 119.

⁴ - عبد الرحمن محمد العناد: التخطيط وإدارة برامج إدارة العلاقات العامة، ط1، مطابع التقنية للأوفيس، 1998، ص 101.

6- مهنة العلاقات العامة اصطلاحاً:

حسب علي برغوث: مهنة تتحصر وظيفتها في بناء صورة مقبولة ومحبوبة وإيجابية عن المؤسسة لدى جماهيرها 'الداخلية والخارجية' وذلك باستخدام كافة الوسائل والأساليب الاتصالية، وكافة المهارات التي يتصف بها محترفو العلاقات العامة، وعلاج ما طرأ على هذه الصورة من أوضاع خاطئة من أجل الوصول إلى ما يعرف بالتوافق والتفاهم المشترك بين كل من المؤسسة وجماهيرها.¹

حسب معجم ويست: نشاط مؤسسة صناعية أو نقابية أو شركة أو أصحاب مهنة، أو حكومية أو أي هيئة من الهيئات لإقامة علاقات سليمة مجدية بالجمهور العام وبفئات هذا الجمهور.²

حسب التعريف المهني المتخصص للعلاقات العامة: على أنها في أبسط معانيها هي إقامة علاقات حسنة بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية مبنية على التفاهم والثقة المتبادلة، كما اهتم هذا التعريف بإبراز الوظائف الأساسية التي تطلع بها إدارة العلاقات العامة في أي منطقة حكومية أو خاصة وباعتبارها من وظائف الإدارة المختلفة بالمؤسسة، كما توجد إدارة لشؤون الموظفين وإدارة لشؤون المالية مثلاً فهناك إدارة العلاقات العامة.³

حسب الجمعية المهنية الأوروبية للعلاقات العامة: تعرفها بأنها نشاط مؤسسة عامة أو خاصة يهدف إلى توفير وتحسين علاقات التفاهم مع الجامعات أو ما يعرف بالجمهور.⁴

ومن هذه التعارف نجد لمهنة العلاقات العامة عدة خصائص وهي كالاتي:

* تسعى لإعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

* أن هناك قائمين بالعلاقات العامة ومختصين يتمتعون بكافة المهارات والأساليب الاتصالية.

* نشاط يوجد بالمؤسسة سواء كانت حكومية أو خاصة وعلى اختلاف مجالاتها.

* هدفها تحقيق التوافق والتكيف بين الجمهور والمؤسسة.

¹ -علي برغوث، العلاقات العامة، أسس نظرية ومفاهيم عصرية، القاهرة، 2007، ص 7.

² -هيثم هادي نعمان: العلاقات العامة، محاولة لبناء تعريف، الباحث إعلامي، العدد 4، كلية إعلام، جامعة بغداد، 2008 ص 153.

³ -نايف عبد الجواد محمد الكردومي: رفع مكانة العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في أجهزة الأمن، ورقة عمل مقدمة للحلقة العلمية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بالتعاون مع شرطة أبو ظبي 2001م، ص 5.

⁴ - لىصر فطيمة، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في اتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم والاتصال، والعلاقات الاجتماعية، قسم علم الاجتماع والاتصال، جامعة قسنطينة، 2008م ص 65.

التعريف الإجرائي لمهنة العلاقات العامة:

هي مهنة إدارية تمارس في إطار المؤسسة على اختلاف مجالها وتنوع طابعها أو تكون مخطط لها، وهي حلقة الربط بين المؤسسة وجمهورها من خلال نشر المعلومات وإيضاح الأهداف لإعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة ويتمتع المختص بالعلاقات العامة بكافة الأساليب الاتصالية.

سادسا: الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة مهمة جدا في تكوين نظرة الباحث عن موضوع دراسته وتوفر له التراث النظري الخصب وبالرغم مما يمكن أن يجنى من الدراسات السابقة إلا أنه لم يعثر على عدد كبير منها والصعوبات التي وجدها في تحديدها ومطابقتها مع موضوع دراستنا، ويعود الأمر إلى الموضوع في حد ذاتها تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة، وندرة المصادر والمراجع التي لها علاقة بالموضوع لكن حاولنا قدر المستطاع إيراد بعض الدراسات ذات الصلة بالموضوع أو تشابهها سواء من الناحية التمثلات أو جهة مهنة العلاقات العامة.

1- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى

دراسة سلطان بن عجمي الحمادي: بعنوان: اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها وهي رسالة مقدمة إلى كلية الدراسات العليا لاستكمال الحصول على متطلبات درجة الماجستير في العلوم الشرطية نايف العربية للعلوم الأمنية، قسم علوم الشرطة، تخصص الحماية المدنية، الرياض 2003.

تمثلت الإشكالية البحثية لهذه الدراسة في التعرف على مدى توجيه 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 العلاقات العامة وسبل تطويرها؟
- ما هي اتجاهات القيادة العليا في الجوازات نحو أهمية وظيفة العلاقات العامة في الجوازات؟
- ما هي اتجاهات القيادة العليا في الجوازات نحو الأنشطة والبرامج التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في الجوازات (واقع وظيفة العلاقات العامة في الجوازات)؟

- ما هي اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو أساليب ووسائل تطوير وظيفة العلاقات العامة في الجوازات؟

- ما هي علاقة الخصائص الديموغرافية للقيادات في الجوازات باتجاهاتهم نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها؟

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد قام بحصر (مسح) شامل لمجتمع الدراسة قدره 251 فردا، 120 ضابطا، 13 موظفا مدنيا في جوازات منطقة الرياض 17 ضابطا في جوازات منطقة مكة المكرمة و 47 ضابطا في جوازات منطقة الشرق.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود اتجاهات إيجابية عالية نحو أهمية العلاقات العامة في الجوازات كان على رأسها العلاقات العامة مهمة لتعريف الجمهور بخدمات الجوازات.

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

- هناك اتجاهات إيجابية قوية نحو أساليب وسائل وظيفة العلاقات العامة في الجوازات كان أبرزها دعم ميزانية العلاقات العامة في الجوازات بما تحتاجه لتنفيذ خططها الإعلامية وغيرها من الجهود الأخرى.

- هناك اتجاهات إيجابية مرتفعة نحو وظيفة العلاقات العامة 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 العلاقات العامة وسبل تطويرها في إدارة الجوازات.

تعقيب على الدراسة:

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث مجتمع الدراسة والذي تمثل في الموظفين في الجوازات بينما كان مجتمعنا هو الطلبة الجامعيين بالإضافة إلى أنه كان الاختلاف على مستوى المتغير الأول اتجاهات القيادات العليا بينما في دراستنا كانت تمثلات الطلبة وأما نقطة الاشتراك بين هذه الدراسة

ودراستنا تمثلت في المنهج وهو المنهج الوصفي مع المسح الشامل لعينة الدراسة كما كان هدف الدراسة معرفة اتجاهات الإيجابية للقيادة نحو مهنة العلاقات العامة وهو ما تسعى إليه من خلاله معرفة تصورات الطلبة نحو العلاقات العامة.

الدراسة الثانية:

دراسة رافع أبو أحمد أبو الزيت دراغمة: دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة، أطروحة دكتوراه (قسم العلاقات العامة) كلية الصحافة و الإعلام جامعة لاهوا بهولندا 2011.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية اتجاه جمهور الطلبة ومقارنته بين تلك الجامعات و ذلك من خلال طرح التساؤلات التالية:

- هل تقوم دوائر العلاقات العامة 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 للخريجين؟

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

- هل توجد فروق في إجابات الطلبة الجامعات عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث اتجاه خريجها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، ومكان الإقامة، و الكلية و المعدل التراكمي؟

أما عن فروض الدراسة فتمثلت فيما يلي:

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

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخريجين عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث اتجاه الطلبة المسجلين فيها عندما يقسم المبحوثون حسب الجنس ومكان الإقامة والكلية و المعدل التراكمي.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخريجين عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية اتجاه خريجها عندما يقسم المبحوثون حسب الجنس والعمر، وسنة التخرج و الحالة الوظيفية.

وكانت هذه الدراسة وصفية فاعتمد فيها على المنهج الكمي بالدرجة الأولى من خلال مسح آراء الطلبة المعنيين بها و المنهج الكيفي في تحليل نتائج الدراسة.

كما اعتمد الباحث على عينة عملية عشوائية قدرها جمع 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 بجامعة إسلامية، كما اعتمد على أداء الاستمارة على عينة الدراسة والبالغة 800 استبانة وهي كالاتي :

300 للجامعة الإسلامية، 250 لجامعة النجاح الوطنية، 250 لجامعة بيرزيت خلال العام الدراسي 2008-2009.

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أنّ هناك تقصير من قبل دوائر العلاقات العامة في الجامعات الثلاث وفق الآتي:

أولاً: دورها في استقطاب الطلبة الثانوية العامة، كنشر إعلانات خاصة بطلبة الثانوية العامة عبر التلفاز وتوزيع أقرص مرنة تعرفهم بالجامعة و زيارتهم في مدارسهم وتنظيم لقاءات إرشادية خاصة بهم وتشجيعهم للالتحاق بالجامعة و الدور المطلوب منها اتجاه استقطاب طلبة الثانوية العامة.

ثانياً: دورها في بناء صور إيجابية لدى الطلبة المحليين فيهما كمشاركة الطلبة في الأنشطة التي يقوم بها دائرة العلاقات العامة في الجامعة و نقل الصورة الحقيقية للجامعة لقياس الرأي العام الداخلي بشكل دوري، وحب الطالب لجامعته و افتخاره بها، و تحفيز الطلبة للعمل التطوعي و نقل آراء الطلبة و اقتراحاتهم 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 الجماعية، و توفر القاعدة ببيانات خاصة بالتواصل مع الخريجين.

تعقيب على الدراسة:

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كون مجتمع بحث هذه الدراسة، يتمثل في جميع الطلبة المحليين في الجامعات الفلسطينية الثلاث في العالم الدراسي (2008-2009م) في حين مجتمع بحثنا لا يتضمن جميع الطلبة المحليين في الجامعات الفلسطينية الثلاث بل يتمثل طلبة علم الاجتماع، العلاقات العامة، فهذه الدراسة نجدها اعتمدت على العينة العمدية العشوائية، في حين أننا إعتدنا على العينة القصدية مع المسح الشامل لمجتمع الدراسة فهدفت هذه الدراسة إلى المقارنة بين الجامعات الفلسطينية الثلاث من أجل الوقوف على وجود أي تقصير من قبل دائر من دوائر العلاقات العامة في تلك الجامعات، في حين أن دراستنا لا تسعى إلى المقارنة بل الوصف من خلال اعتمادنا على المنهج الوصفي فاشتركت هذه الدراسة مع دراستنا من خلال معرفة التوجيه نحو مهنة العلاقات العامة و المفهوم الذي يحمله ويكونه الطلبة.

2- الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى

دراسة محمد شابي: دور التعليم الجامعي في تشكيل تمثلات الطلبة للمرأة العاملة، من مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التربية، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة باجي مختار - عناية- 2009-2010م

تمحور إشكالية حول موضوع تمثلات الطلبة الجامعيين ومدى تأثير التعليم الجامعي عليهم مع تسليط الضوء على عمل المرأة و دورها الاجتماعي والنظرة المشككة عليها من جزاء العمل وتكيفيه مع معطيات العصر، فسعي الباحث في معرفة الدور الذي يلعبه التعليم الجامعي في تشكيل تمثلات الطلبة للمرأة العاملة كسؤال رئيسي لتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

- ما طبيعة تمثلات الطلبة الجامعيين للمرأة العاملة ؟
- ما هو دور التمثلات في تحديد اتجاهات و سلوكات الطلبة نحو المرأة العاملة؟
- هل يساهم التعليم الجامعي في تعتبر و تشكيل تمثلات الطلبة للمرأة العاملة؟

أما عن فرضيات الدراسة:

- توجد تمثلات سلبية لدى الطلبة الجامعيين نحو المرأة العاملة.

- البيئة الاجتماعية للطالب تساهم في تشكيل تمثلاته للمرأة العاملة
- تلعب الجامعة دور أساسي في تغيير تمثلات الطلبة للمرأة العاملة.

واعتمد الباحث على المنهج الوصفي قصد الحصول على بيانات كمية وكيفية كما اعتمد الباحث على العينة الحصصية كونها تضم خصائص المجتمع الطلابي الغير متجانس فاعتمد على عينة مكونة من 174 مفردة منهم 34 ذكور و 140 إناث. و اعتمد على الاستمارة كأداة لجمع المعلومات والبيانات.

تلخصت نتائج الدراسة في النقاط التالية:

- أن الطلبة يلجون عالم الجامعة محملين باستعدادات مكتسبة بينهم الأصلية تتفاوت حدتها اتجاه المرأة العاملة تحت تأثير متغيري الجنس و المستوى التعليمي .
- أن النسق الجامعي وعن طريق ضغوطات الهابتوس الطلابي يشكل عند الطلبة تمثلات جديدة تميزهم كطلبة تراكم هذه الأخيرة غير السنوات الجامعية لتصير موافق و اتجاهات تحدد سلوكياتهم.
- أن البيئة الأصلية سواء كانت ريفية أو مدينة والتي تنشأ فيها الطلبة تساهم بصورة فعالة في تشكيل تمثلات متمايزة بين الريف المحافظ بالتالي تمثلات اتجاه المرأة تكون أكثر سلبية والمدينة منفتحة بتمثلات أكثر مرونة .
- أن المستوى التعليمي للوالدين بوصفهما منبعاً للتنشئة الاجتماعية الأساسية يساهم في تشكيل تمثلات الطلبة اتجاه الجنس الآخر ومن ثم اتجاه المرأة العاملة فكلما كان مستوى التعليم عند لوالدين مرتفع كانت التنشئة مكتملة وناضجة وكلما كان المستوى أضعف كانت التنشئة غير سوية ونتج عنها تمثلات متشددة وغير متوازنة فقد تقود إلى مواقف وسلوكيات شاذة ومتطرفة.

تعقيب على الدراسة:

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كون مجتمع البحث غير متجانس (مختلف المستويات التعليمية). في حين يتطلب مجتمع بحثنا مسحا شاملا لطلبة السنة الثانية الماستر في علم الاجتماع العلاقات العامة فهذه الدراسة اعتمدت على العينة الحصصية بينما دراستنا على العينة القصدية. فاشتركت هذه الدراسة مع دراستنا من خلال معرفة تمثلات الطلبة و العوامل المساعدة في تشكيلها بالإضافة إلا أنها اشتركت في نفس المنهج هو المنهج الوصفي .

كما حققت لنا هذه الدراسة استفادة نظريه لخدمة لموضوعنا من الجانب النظري.

الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة. 2013-2014.

تمحورت هذه الإشكالية للكشف عن تمثيلات الطلبة ما بعد التدرج في نظام (LMD) بجامعة ورقلة لواقع استثمار مؤسسات المجتمع لمخرجات الجامعة من الإطارات دوي الشهادات العليا، وما يتلاءم مع متطلبات سوق العمل، والكشف عن التبادل المشترك في عملية التأثير بين الجامعة ومحيطها انطلاقاً من استحداث الآليات الناجحة لربط لخريجي الجامعة بالمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية التي توفر فرص العمل، وتدور معالم المشكلة البحثية حول سؤال محوري مآده.

- ما هو إشراف طلبة ما بعد التدرج لفرص العمل المتاحة بعد التخرج؟
وانبثقت منه الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوائم التكوين الجامعي متطلبات واحتياجات سوق العمل؟
- هل تساهم البحوث و التريصات الميدانية في اكتشاف حاجات سوق العمل؟
- هل يتحلى خريجي الجامعة بروح المبادرة في صنع فرص العمل وفق الآليات الجديدة التي يحددها اقتصاد سوق العمل؟

واتبعت الدراسة المنهج الوصفي للائمته لموضوع الدراسة حول توقعات الطلبة الجامعيين لفرص العمل ما بعد التخرج.

أما العينة فتمثلت في العينة الغير احتمالية العرضية من طلبة ما بعد التدرج الدفعات المتخرجة من كليات القطب الجامعي الثاني وتمثلت في 30 طالب من كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير و30 طالب من كلية العلوم السياسية وعلوم التسيير و30 طالب من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية و30 طالب من كلية الآداب واللغات ويتمثل إجمالي العينة في 120 طالب من مستوى الدفعات المتخرج لنظام "ل.م.د." ماستر 2- في التخصصات المختلفة.

فكانت أدوات الدراسة هي الملاحظة ولطبيعة الموضوع أختار الباحث الملاحظة بالمشاركة لمعرفة توقعات الطلبة الجامعيين المقبلين على التخرج في الماستر لفرص العمل ما بعد التدرج أما المقابلة: فاعتمدت على المقابلة بالاستمارة التي وزعت على الطلبة ما بعد التدرج السنة الثانية ماستر بجامعة قاصدي مرياح ورقلة لمعرفة آرائهم وتوقعاتهم حول فرص العمل.

تمثلت النتائج العامة للدراسة في ما يلي:

أن برامج التعليم العالي لا تتواكب ومتطلبات و احتياجات سوق العمل فرغم أن الجامعة الجزائرية عرفت تغيرات جديدة ومن بينها نظام " ل م د " (LMD) الذي عان من الأسباب التي جعلت الجزائر ككل بلدان العالم تطبيقه، بما يتميز من هيكلية جديدة للتعليم وإعادة تنظيم التعليم ومحتويات جديدة للبرامج وهذا ما نأمل في الواقع أن يتحقق من هذا النظام لكي يواكب ويتلاءم مع متطلبات والتطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية .

كما سعت إلى استخلاص الآليات المتبعة في اكتشاف سوق العمل، وما يتضمنه من متطلبات لفهم في العمل، ومن خلال إجابة المبحوثين نجدها متنوعة فيها من مواقع للأونترنت، مدى تصفح الجرائد، والجريدة الرسمية كما أنّ نظرة المبحوثين تتمثل في اعتماد فقط على التوظيف في القطاع العمومي لإيجاد مناصب الشغل دون الاعتماد على تشجيع الدولة لشباب الخريج من الجامعات والمراكز الجامعة على إنشاء و تكوين مؤسسات صغيرة والمتوسطة وإتاحة الفرصة لهم في شتى المجالات، وذلك لبث روح المبادرة الفردية، لدى هؤلاء الفاعلين وما توفره الدولة كذلك من آليات لدعم و تشغيل الشباب الخريج من الجامعة و الذي يعاني من البطالة.

وللتغيرات الاجتماعية والاقتصادية الحالية تفرض على الطالب أن يكون فاعلا في اختياراته وأن يوجد لنفسه فرص عمل ضمن الصيغ المختلفة لكن ليحقق ذلك لابد من أن يتوفر له عنصرين أساسيين أولهما التكوين الجامعي الجيد والمعزز بالتعارف التقنية والواقعية وثانيا تقبل المجتمع له، ولما تلقاه من تكوين من خلال منحه الفرصة لاستغلال هامش حريته لصنع فرص العمل المتلائمة مع متطلعاته وما يفرضه الواقع الحالي.

تعقيب على الدراسة:

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا أنها اعتمدت على العينة الغير احتمالية العرضية أما دراستنا فلم تكن فيها المعاينة بل المسح الشامل للمجتمع لكن هناك اشتراك في صفة أن الطلبة على مستوى التخرج (السنة ثانية ماستر) بإضافة إلى اشتراكها في معرفة تمثلات الطلبة ومساهمة مدة التكوين الجامعي في تكوينها بإضافة إلى اشتراكها في نفس المنهج وهو المنهج الوصفي ونفس أدوات جمع البيانات وهي الاستمارة والمقابلة والملاحظة. كما كانت لنا استفادة من هذه الدراسة من الجانب النظري.

خلاصة الفصل:

قمنا في هذا الفصل بتحديد الأسباب التي أدت بنا إلى اختيار هذه الدراسة وتحديد الأهداف الموجودة منه، وصولاً إلى تحديد المفاهيم المناسبة للدراسة إضافة إلى الدراسات السابقة، في محاولة الاستفادة منها بما ترى البحث وموضوع الدراسة

الفصل الثاني: التمثلات الاجتماعية

تمهيد:

أولاً- تطور النظرة إلى التمثلات الاجتماعية.

ثانياً- خصائص التمثلات الاجتماعية.

ثالثاً- وظائف التمثلات الاجتماعية.

رابعاً- كيفية بناء التمثلات الاجتماعية.

خامساً- عناصر بناء التمثلات الاجتماعية.

سادساً- عمليات بناء وإنتاج التمثلات الاجتماعية.

سابعاً- أبعاد التمثلات الاجتماعية.

ثامناً- نظريات التمثلات الاجتماعية.

- النموذج السوسيوثقافي.

- نظرية النواة المركزية.

- النموذج السوسيوثقافي.

خلاصة الفصل

تمهيد

أصبح مفهوم التمثلات من بين المفاهيم المتناولة حديثا في مختلف الميادين الاجتماعية فاحتل مكانة مهمة في البحوث والدراسات، فتنوعت دلالاته بحسب استخدامه فاعتمدنا في هذا الفصل على عدة نقاط سنحاول من خلالها توضيح بعض الغموض الذي يشوب المفهوم، بداية من نظرة العلماء والباحثين له، إلى معرفة وظائفه وكيفية بنائه وصولا إلى تحديد التأسيس النظري له.

أولاً- تطور النظرة إلى التمثلات الاجتماعية.

1- نظرة الفلاسفة:

يتعلق التصور أو التمثل بالنسبة لبعض الفلاسفة، بفعل معرفي يربط شيئاً ما بموضوع ما مكون بذلك تصوراً، حيث يصبح التصور بهذا المعنى عاملاً فكرياً ديناميكياً "لخلق وإعادة خلق" حقيقة تربط بين موضوع مفكر فيه وبين محتوى خارجي ملموس¹، فتصورنا لمهنة العلاقات العامة هو ربط قمنا به بين صورة هذه المهنة في فكرنا وبين المهنة الفعلية في الواقع الموجودة في المؤسسة، فالواقع إذن لا يوجد إلا من خلال النظرة التي يكونها إنسان حوله ولذلك لا بد من تدخل الفكر الذي هو فعل النفس، ويمكن فهم التمثلات العلاقة بين التمثلات والواقع والحقيقة وهو ما سعى أفلاطون إلى إقراره².

2- نظرة علماء النفس:

يشغل الباحثون في هذا التخصص على مفهوم- التصورات العقلية- حيث ينظر لهذه الأخيرة كوسائط للتفاعل بين العون المعرفي والعالم (العالم الخارجي أو الداخلي الواقعي أو الخيالي) فالتصور العقلي هو سيرورة لبناء اتصالات بين عنصرين هما المتصور والمتصور، فأخذ علماء النفس المعرفي مجرى فلسفي في تعاملهم مع الموضوع وذلك من خلال طرح أفكار:

- هل يوجد واقع حقيقي أم أن ما نراه هو ما أنتجته أفكارنا عن محيطنا؟

- وهل يمكن أن تكون تصوراتنا لمحيطنا خادعة لنا ومزيفة للواقع؟

أما التصورات العقلية فيتم تناولها هنا على أنها تمثيلات فكرية (رسم، مفهوم) في مقابل تصورات مادية تعتبر تمثيلات مادية للواقع (الصور، المخططات، الكتابة الموسيقية... إلخ) ومنه تعتبر التصورات العقلية تمثيلاً فكرياً غير ملموس للواقع يحدث على مستوى فكر الفرد³.

1- جلول أحمد، مومن بكوش الجموعي : التصورات الاجتماعية مدخل نظري، مجلة الدراسات وبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد السادس، أبريل 2014، ص168.

2- سليمان العربي، بوبكر اوي الحسن: جغرافية التمثلات ، دراسة نظرية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، المجلد 23، العدد الثالث، خريف 2001، ص146.

3- مرجع سابق، ص168.

3- نظرة علم الاجتماع:

أما علم الاجتماع فقد تجسدت نظرة من خلال مفهوم التصورات الاجتماعية الذي طرحه دوركايم منذ أكثر من قرن، فيما أن الجماعة الاجتماعية (المجتمع) تمثل الوحدة القاعدية لهذا العلم، فقد تم اعتبار التصورات الاجتماعية أشكال عقلية مجتمعية، لها ديمومة تستمر لأجيال، فبالرغم من اعتراف دوركايم بالتصورات الفردية فقد رأى بأن دورها في التصورات الاجتماعية يبقى سلبيا، فهي غير ذات أهمية كبيرة لأنها محدودة الزمن (تختفي باختفاء صاحبها) ولأنها لا تعكس جيدا التصورات الاجتماعية التي تخضع لقوانين جماعية مختلفة.

ويرى دوركايم أن الجماعة ليست مجرد حاصل لمجموع الأفراد الذين يكونونها بل كيان مستقل كامل الأوجه، ولهذا يجب دراستها انطلاقا من هذا الأساس.

فالتصورات تكون مختلفة وعابرة ويومية عندما تكون فردية، في حين أنها مستقرة وصلبة ومتقاسمة عندما تكون جماعية¹.

4- نظرة علم النفس الاجتماعي:

تحلل التمثلات بوصفها أنساقا ذهنية وأطر مرجعية تتيح للفرد إمكانية تأويل الأحداث والوقائع الخارجية²، فيقترح عالم النفس الاجتماعي موسكوفيتشي مفهوم التصورات الاجتماعية الذي يقدم تصورات على اعتبارها ديناميكية ومتطورة، كما أنها منحصرة على بنى صغيرة فهي إذن كثيرة من حيث العدد وأكثر تنوعا ومحدودية وتجزئة، ولهذا السبب تتغير بشكل أسهل وأسرع من التصورات الاجتماعية، فعلماء النفس الاجتماعيون يرون بأن التصورات الاجتماعية من صنع الفرد، ولكنها مكتسبة ومتقاسمة مع الجماعة لكن الجماعة في تصور موسكوفيتشي ليست هي المجتمع الأصلي، وإنما هي الجماعات الصغيرة والتي ينتمي إليها الأفراد³، فالطالب الجامعي هو من صنع تصوراتته حول مهنة العلاقات العامة وينتقاسمها مع زملاءه باعتبارهم جماعة صغيرة ينتمي إليها.

1- جلول أحمد، مومن بكوش الجموعي: مرجع سابق، ص 169.

2- سليمان العربي، بويكراري الحسن: مرجع سابق، ص 146.

3- مرجع سابق: ص، ص 169، 170.

ثانيا- خصائص التمثلات الاجتماعية:

أن مصطلح التمثل معقد وثرى لذا سوف نتطرق لمميزاته وخصائصه لتوضيح مفهومه أكثر وحسب ما لخصته -دونيتشجودلي- خمسة خصائص أساسية وهي:

1- تصور الموضوع: وهذا يعني لا يوجد تصور، من دون موضوع ودعم الطبيعة المتنوعة له، إلا أنه ضروري، وهو إما يكون تدريجيا أو مستخلصا للإشارة فهناك تفاعل بين الموضوع والفاعل.

2- ميزة تمثيلية: بمعنى أن كل صورة يقابلها معنى وكل معنى تقابله صورة، حيث يثنيه كل تصور هي مزدوجة ولها، وجه أول تمثيلي والآخر رمزي.

3- وجهين لميزة رمزية دلالية: فالتمثل أو التصور وجهان أحدهما شكلي والآخر رمزي وقد شبه موسكوفيتشي ذلك بوجهي الورقة على شكل دلالة خاصة به ولكل دلالة شكل خاص بها¹.

4- ميزة بنائية: بمعنى أن الفرد لما يستخدم موضوعا خارجيا فهو يقوم بربطه، بمواضيع أخرى متواجدة من قبل في الدائرة الفكرية حيث ينتزع منه بعض الصفات، ويضيف أخرى الذي يجعل من التصور مختلف عن العمليات النفسية الأخرى وبواسطة الترتيب والبناء الذهني

- **تتميز بالاستقلالية والإبداع:** حيث أنها ليست إنتاج مبسط بل ترتيب يستلزم في اتصال جزءاً مستقلاً للإبداع الفردي والجماعي حيث يستعين، بعناصر وصفية ورمزية مستقلة من محيطها الذي تعيش فيه للتعبير باستقلالية عن الواقع².

ثالثا- وظائف التمثلات الاجتماعية

تلعب التمثلات الاجتماعية دورا أساسيا في ديناميكية العلاقات الاجتماعية وكذلك في الممارسات لذلك فهي تستجيب لعدة وظائف أساسية تتمثل فيما يلي:

1- Dense jedelet : les représentation sociales, puf, paris,1991,p363.

2- بن عبدة عبد الرحيم: التطورات الاجتماعية للمكوفين الموظفين لعملية إدماج الاجتماعي والمهني، رسالة ماجستير (غير منشورة) قسنطينة، 2006، ص22.

1- وظيفة المعرفة:

تسمح التمثلات أو التصورات الاجتماعية للأفراد بفهم وتفسير الواقع وكذلك بإدماجه في إطار قابل، للاستيعاب منسجم مع القيم والأفكار والآراء التي يؤمن بها كما تسهل التواصل الاجتماعي، بتحديد لها إطار مرجعي مشترك يسمح بتبادل ونقل ونشر المعرفة.

2- وظيفة الهوية:

تساهم التمثلات الاجتماعية في التعريف بهوية الجماعة وتجعل الحفاظ على خصوصياتها أمرا ممكنا، كما تساهم في عملية المقارنة، والتصنيف الاجتماعي فهذه الوظيفة تعطي لتصورات مكانة هامة فيما يخص سيرورات المقارنة الاجتماعية ذلك ان الهدف من هذه الوظيفة هو الحفاظ على صورة إيجابية عند الفرد عن المجموعة التي ينتمي إليها لأن التصورات الاجتماعية تعكس نوعا من التنشئة الاجتماعية للفرد¹.

3- التأويل وبناء الواقع: تتجلى هذه الوظيفة من خلال تصور الواقع الاجتماعي وتأويل وتفسير الأحداث والمواقف الاجتماعية في الحياة اليومية، فالتمثلات من ميزات الإبداع سواء لدى الأفراد أو الجماعات فهي متطورة ولو بصورة بطيئة ولا تتسم في أغلب الأحيان بالثبات والجمود².

4- وظيفة التوجيه: ومن أهم التمثلات الاجتماعية أنها تساعد أفراد المجتمع على التواصل وتوجيه سلوكياتهم وتصرفاتهم فهي إذن تؤسس الآراء والتصرفات وتجدد الاتجاهات ومن هذه يحدد دور التمثل أن لها دور إلزامي يحدد المباح أو المسموح به أو الحضور في ظرف اجتماعي.

5- وظيفة تبرير الممارسة والمواقف: تلعب التمثلات هذه الوظيفة من خلال توفير فضاء لتبرير اتجاهات والممارسة وتدخل التمثلات كذلك بعد الفعل منتجة بهذا للفاعلين تفسير الوضعية الاجتماعية.

كما حدد الباحثين جيوردان و دوفنشي 1987 Giorden et Devicchi .

1- ابتسام غانم : مقارنة نظرية لمصطلح التصور الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، السنة السابعة، العدد 43، الجزائر، خريف 2009، ص 08.

2- محمد شابي: دور التعليم الجامعي في تشكيل تمثلات الطلبة للمرأة العاملة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التربوية، جامعة محمد الصديق بن يحي، تاسوست، جيجل، 2009-2010 م، ص 84.

ثلاث وظائف للتمثلات وهي:

- المحافظة على المعارف.
- تنظيم المعارف.
- تحديد وتوجيه المعارف والأفعال¹.

ولكي تؤدي التمثلات وظيفتها يجب أن تتوفر على عمليتين هما

1- الربط:

2- التجسيد:

فالربط أو الروابط فهي مفاهيم فائقة في الذهن ضمن نظام معرفي مسبق تعمل على ربط الخبرات الجديدة بما هو قائم في ذلك النظام.

أما التجسيد فهي العملية التي يتم من خلالها تحويل الأفكار المجردة إلى أشياء محسوسة ليتسنى لمعظم الناس، استيعابها وقبولها بوصفها معرفة فالتجسيد مظهران هما:

أ- **التشخيص:** ويتجلى في ربط الأفكار أو المعلومات بشخص.

ب- **التصوير:** أي تمثيل الفكرة أو المعلومات بصورة أو شكل².

رابعاً - كيفية بناء التمثلات الاجتماعية.

إن التمثلات الاجتماعية ليست مجرد إعادة بناء للواقع من خلال معاني بسيطة بل هي عملية عقلية، نفسية واجتماعية، يعمل الفرد من خلالها على إيجاد نموذج اجتماعي وفق قيم ومعايير المجتمع ويرى موسكوفيتشي: أن التمثلات الاجتماعية يتم صياغتها من ثلاث شروط وهي كالاتي:

1- محمد شابي: مرجع سابق، ص 83، 84.

2- روبرت مكلفن، وريتشارد غروس: ترجمة ياسين حداد، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002، ص 283.

1- المعلومة

لابد من وجود معلومات كافية حول التمثل والتي يجب أن تكون كثيرة التداول¹ وتكون لها علاقة بالموضوع اجتماعي معين، وقد تكون هذه المعلومات كمية وكيفية، في شكل قوالب جاهزة وقد تكون هذه المعلومات عادية أو أصلية²، والتي تتشكل من خلال التجارب والمعارف التي تنتقل بواسطة الاتصالات الاجتماعية³. "وحسب الموضوع فإن الطلبة يجمعون أكثر المعلومات والأفكار حول مهنة العلاقات العامة من خلال ما يتم تداوله بين الزملاء أو ما يتم تعلمه وقراءته".

2- مجال التمثل:

يعبر حقل التصور على فكرة التنظيم المحتوى من جهة وغنى هذا المحتوى بالمعلومات حول الموضوع التصور من جهة أخرى⁴.

"ويعتبر مجال التصور عامل مؤثر في تكوين التمثلات باعتباره المكان الذي يعيش فيه الفرد وموقعه من العالم الخارجي⁵. فالطلبة يكون مجال التمثل الذي يجمعون منه محتوى المعلومات هو تخصص العلاقات العامة.

3- الاتجاه:

يتحدد الاتجاه باستقطاب إيجابي أو سلبي اتجاه موضوع التمثل لأنه يمثل حاجة الجماعة لممارسة ضغوطاتها بين الأفراد والدفاع عن مواقفها في مقابل الجماعات التي لا تتوافق معها في اتجاه حول موضوع التمثل⁶. وللإشارة يبدو أن بعد الاتجاه أسبق في الوجود من بعدي المعلومة والتصور فالإتجاه يتواجد حتى في ظل معلومات ضئيلة وحقل التصور قليل التنظيم فطبقة العمال وبعض أفراد الطبقة

1- ربيعة لشطر: التصورات الاجتماعية لأطفال الشوارع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة 20أوت1955، سكيكدة، 2009، ص47.

2- إسماعيل قيرة وآخرون: التصورات الاجتماعية والنسق القيمي، دار أنيس للنشر والتوزيع، قسنطينة 2007، ص11.

3- بوبكر بوخريس: المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2006، ص55.

4- خروف حياة: تصورات العمال لدى الهيئة الوسطى والعمال المستقيدين، أطروحة ماجستير في علم النفس التنظيم والعمل، غ م قسم علم النفس، جامعة باجي مختار، عنابة، 2006، ص32.

5- سعيدة شين: التصورات الاجتماعية للعوامل المحددة لمكانة المعلم في المجتمع، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد24، جوان 2016، ص137.

6- ربيعة لشطر : مرجع سابق، ص47.

الوسطى كان لهم اتجاه واضح حيال التحليل النفسي في دراسة موسكوفيتشي رغم تواضع معلوماتهم حول هذه المسألة¹. وعليه القول أن الطالب يتأثر باتجاه زملائه سواء الإيجابي أو السلبي نحو مهنة العلاقات العامة والزملاء باعتبارهم جماعة كل واحدة تحاول الدفاع عن موقفها.

خامسا - عناصر بناء التمثلات الاجتماعية

باعتبار التمثلات نمطا للتفكير الاجتماعي فإن مرتكز المقاربة لموضوع التمثل مشروط بضرورة اعتباره عملية فكرية مبنية على العلاقة الثنائية التي تربط الفاعل المتمثل من جهة بموضوع التمثل، أي أن التمثل يتحدد بمحتواه (معلومات، صور، آراء، اتجاهات...) ويرتبط هذا المحتوى بموضوع إنجاز العقل. (حدث اقتصادي، شخصية اجتماعية...) وهو تمثل اجتماعي لموضوع (فرد، أسرة، جماعة، طبقة)، ومن جهة أخرى فالتمثل يستند لموقع الأفراد في المجتمع والاقتصاد والثقافة ومنه فإن لكل تمثلا اجتماعي هو تمثل لشيء ما أو لشخصية ما وهو ليس نسخة عن الواقع، أو الفكر، أو الجزء الذاتي، أو الجزء الموضوعي في الفرد، بل أنه سيرورة بناء العلاقة بينهما وكل تمثل بالأساس هو إيجاد العلاقة مع العالم والأشياء².

ويمكن استخلاص هذه العلاقة من إحياء جودلي D. jodelet على أن كل تمثل اجتماعي هل تمثل لشيء ما ولشخص ما ومن ثم فهو ليس واقعا مضاعفا ولا هو تخيلا مضاعفا كما أنه ليس الجانب الذاتي للموضوع ولا هو الجانب الموضوعي للذات، إنه العملية التي تتأسس من خلالها كل علاقاتها (العلاقات بين العناصر) فالتشكيل البنوي للتمثل الاجتماعي يتركز على عنصرين بنائيين هما:

1- موضوع التمثل: يرتبط موضوع التمثل بالمحتوى الذي يتضمن: صور، آراء، مواقف، ونهاية كل تمثل هي "المحتوى الذهني المحسوس لعملية فكرية تستعيد بشكل رمزي شيئا غائبا ينسجم مع إحدى الأشياء الغابرة" فحقل التمثل يتطلب حدا من المعارف التي تدمجه على مستويات تخيلية كفيلا بأن تحقق له

1- إسماعيل قبيرة وآخرون: مرجع سابق، ص33.

2- ربيعة لشطر : مرجع سابق، ص42.

خاصية الإبداعية لذلك يلاحظ بأن بعض حالات التمثل تهتم أكثر بالنشاط التصوري للمتمثلين وبقدراتهم على إبداع الصورة الذهنية التي تشكل محتويات التمثل¹.

وقد أشار Gilbert , Dunand إلى أن وعي إنسان يتوفر على أسلوبين اثنين هما:

أ- **الأسلوب المباشر:** ويكون فيه الشيء المتمثل حاضرا في الذهن، كما هو الحال بالنسبة للتمثل الإدراكي *Représentation Perceptive* ومثال ذلك إدراك أشكال الهندسية.

ب- **الأسلوب غير المباشر:** وهو الأسلوب الذي لا يعطي فيه الشيء المتمثل بكامل مكوناته للإحساس ويمنظور Durand فإن هذا الأسلوب يشكل الحالة الخاصة التي تعطي فيها الموضوع الغائب "التمثل" للوعي من خلال الصورة، حيث يتوفر الوعي على درجات مختلفة للصورة يمكن أن نلخصها في حالتين اثنتين:

1- **حالة التطابق الكلي:** أو الحضور الهادف للصورة والذي يؤكد إلى حد ما التشابه أو التماثل الوظيفي بين الصورة الذهنية والواقع المصور أو المتمثل.

2- **حالة التطابق الحاد:** وهي الحالة التي لا تعتبر فيها الصورة كعلامات قائدة لمدلولها كعلامات متميزة خاصة بالموضوع المتمثل دون أن يكون هذا الأخير واضحا كاملا، بالتالي فإن هذه الإشارات ما هي إلا نتاج رمزي² ومسايرة مع موضوعنا فإن موضوع التمثل هو مهنة العلاقات العامة.

2- الفاعل "منتج التمثل":

يعتبر الفاعل "الطالب" العنصر المحوري الثاني في التشكيل البنوي للتمثلات فالتمثل الاجتماعي هو ذلك باستمرار تمثل لفاعل معين متوقع اجتماعيا واقتصاديا وأيديولوجيا، ومرتبطة مع فاعلين آخرين (زملاء، أساتذة) يشغلون بدورهم موقعا محددا في هذه السياقات معنى ذلك أن التمثل بطبيعة الوضعيات التي تنتج عنها لذا فهو يتجاوز كونه عملية فكرية خاصة باستعادة أشياء غائبة في مستويات رمزية إلى كونه نشاط يحدث في إطار عملية التواصل مع فاعلين آخرين، أي بتعبير اشمل مع محيط اجتماعي

1- جمال حريش: مرجع سابق، ص128.

2- نفس المرجع السابق : ص129.

متميز بكثافة المعلومات والأخبار الرائجة بفعل الروايات المنقولة شفويا أو بفعل الوسائل الإعلامية المختلفة¹.

وبناء على ذلك ومن وجهة السوسيو معرفية فإن البيانات والخصائص المعرفية للفاعلين أي الطلبة تتحدد قدراتهم من خلال إضفاء الدلالات المنطقية على أنفسهم وعلى الآخرين وكذلك في أساليب معالجتهم للأخبار، المكثفة وفقا للدلالات الخاصة التي تحملها.

إن هذه الخصائص المعرفية للطلاب لا تتشكل استثناءً في تنشيط الآليات الخاصة بإسقاط الدلالات على موضوعات التمثل وإنما تضاف إليها خصائص عامة أي تتمحور في عنصرين أساسيين هما:

1- الديناميكية النفسية للطلاب (الفاعل): يبرز فيها الطابع الذاتي من خلال اتجاه الطالب إلى محاولة إسقاط دلالاته الخاصة ومحاولة ترجيحها على مختلف الدلالات.

2- النتاج الثقافي: ويتمثل في العادات والقيم ومختلف النتاجات الذهنية الأخرى (علوم، معتقدات، إيديولوجيات) و التي يكتسبها الطالب في تفاعله مع المحيط (الجامعة)، ومع فاعلين آخرين (الزملاء، الأساتذة).

سادسا - عمليات بناء وإنتاج التمثلات الاجتماعية.

تمثلت عمليات بناء وإنتاج التمثلات الاجتماعية في عمليتين أو السيرورتان التي قدمها موسكوفيسي سنة 1961م وهي:

1- عملية التوضيح:

هي سيرورة معقدة جدا تعمل على تنظيم المعارف المكونة لموضوع التمثل وذلك بتحويل العناصر النظرية المجردة إلى صور واقعية ويقول ر. فار Farr.R: "بواسطة عملية التوضيح يصبح ما هو قابل للشرح بديهيا فسيرورة التوضيح حسب: س.موسكوفيسي تشمل على حركتين بحيث تنطلق الأولى من النظرية إلى الصورة والثانية من الصورة إلى البناء الاجتماعي².

1- مانع اسمهان: تمثلات الشخصية النموذجية لدى طلاب الجامعة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في علم الاجتماع التربوي، جامعة جيجل، 2012-2013، ص44.

2- بن ملوكة شهباز: التمثلات الاجتماعية للمعرفة المدرسة لدى التلاميذ الذين تظهر لديهم أعراض انقطاع عن الدراسة، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس الأسري، جامعة وهران2، 2014-2015، ص34.

وتسمح سيرورة التوضيح بالتحكم ودمج المعارف على ثلاث مراحل وهي:

أ- المرحلة الأولى: انتقاء المعلومة.

ب- المرحلة الثانية: المخطط الشكلي.

ج- المرحلة الثالثة: النواة التشكيلية.

- فالمرحلة الأولى يتم من خلالها انتقاء المعلومات المتداولة حول الموضوع ويتم فرزها .

- أما المرحلة الثانية: محاولة خلق نوع من التنسيق الذي يؤدي إلى تكاثف عناصر المعلومات من جهة، وعزل المفاهيم الأكثر تصارعا من جهة أخرى.

- لتأتي المرحلة الثالثة التي يتم فيها التطبيق¹ ، والذي يكون بعد بناء المعارف والعناصر حتى تصبح النواة المركزية هي الواقع الاجتماعي ذاته.

إن المعارف جزئية وقد يتم انتقاؤها من بين كل المعلومات التي يزخر بها المجتمع في حين يتم في الوقت ذاته انتقاء المعلومات ووضعها في مواجهة أنظمة القيم وغيرها من التمثلات وتحويلها نحو المسجد، فقد يبني الفرد إذا صح القول، صورة للمفاهيم يجب التنويه هنا بأن مصطلح - صورة- يحيل إلى هوية ثابتة في حين يكون التمثل في هذا واقع اجتماعي، ثم قد يخرج عن سياقه من طرف الفرد الذي يتبناه ويوظفه في عدة سباقات قد لا يتم التراجع عنه وقد ينسى الفرد أن خطابه من إبداعه هو².

2- عملية الترسخ:

تعرف عملية الترسخ بعملية التثبيت حيث تتعلق هذه العملية بالتجدير الاجتماعي ففي هذه الحالة في المعنى والفائدة الممنوحة لهما ويتمثل الإرساء مظهر آخر متعلق بإدماج المعرفي للموضوع الممثل في نسق التفكير السابق والتحويلات الناتجة عنه.

1- بوسنة عبد الوافي زهير: التصور الاجتماعي لظاهرة انتشار لدى الطالب الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم في علم النفس الإكلينيكي، جامعة منشوري، قسنطينة، 2007-2008، ص، ص25، 26.

2- محمد شباني: المرجع السابق، ص85.

وتهدف هذه العملية إلى إدماج عناصر معرفية جديدة ضمن نماذج المعرفة السائدة والبحوث السائدة والبحوث المعاصرة في حقل التمثلات المعرفية، توضح هذه الخاصية المرتبطة بالاندماج المعرفي للموضوع المتمثل بمنظومة الفكرة السائدة قِيلا وبالتحويلات الناجمة عنها¹.

وعند دراسة التصورات الاجتماعية يمكن ملاحظة ثلاث أشكال للترسيخ حيث أن:

الشكل الأول: يعتمد على تدخل المعطيات والمعتقدات أو القيم العامة.

والشكل الثاني: يهتم بتراكب التصورات الاجتماعية، وذلك في الطريقة التي يتصور من خلالها الأفراد الصلات بين الوضعيات والفئات الاجتماعية.

أما الشكل الثالث: له فيتم تحليله إذا ما وضع الباحث صلة بين التصورات الاجتماعية، والانتماءات أو الوضعيات الاجتماعية الخاصة التي يحتلها الأفراد².

سابعاً- أبعاد التمثلات الاجتماعية.

يرى ر. كايس R. kaes في البحوث التي أنجزها في الفترة المعتمدة ما بين 1976-1980م أن للتمثلات ثلاث أبعاد وهذا خلافاً للفكرة التي تقر بأن الفرد لا يبني تمثله من العدم وإنما يتم ذلك بالرجوع إلى ما اكتسبه من رصيد في المجتمع الذي ينمو ويتطور فيه لأن الخبرات تساهم بشكل كبير في صياغة التمثلات منذ المراحل الأولى لتكوين الفرد. والتي لها أثر ذاكري والتي تساعد الفرد على التكيف والتفاعل مع معطيات المحيط، وهذا ما نلاحظه بشكل واضح في تمثلات الطلبة لمهنة العلاقات العامة وفي ما يلي تفصيل أبعاد التمثلات الثلاثة:

1- البعد الأول: التمثل هو عملية بناء الواقع من طرف الفرد الذي يبني ويشكل تمثلاته انطلاقاً من المعلومات التي يوفرها الواقع³. وهو تعبير للعقل البشري ويعتبر هذا البعد بمثابة البعد النفسي لأنه ينطلق من ذات الفرد.

2- البعد الثاني: (البعد الثقافي). فحسب ريكاس فإن البعد الثاني يتمثل في كونه نتاج ثقافي، ويعتبر تاريخ ظاهرة معبر عنه اجتماعياً، بمعنى أن التصورات كمنتوج ثقافي ظاهر تاريخياً هي تسجيل دائماً

1- مانع إسمهان: المرجع السابق، ص40

2- بوسنة عبد الوافي زهير: المرجع السابق، ص، ص27، 28.

3- بن ملوكة شهيناز: المرجع السابق، ص، ص29، 30.

في سياق تاريخي تابع للوضع الواقعية والتميزة أساسا بطبيعة المشروع السياسي والاجتماعي، وتطور العلاقات الاجتماعية والإيديولوجية لمختلف الطبقات المكونة للمجتمع وكل هذا في إطار زمني محدد أما من ناحية كونها منتج ثقافي معبر عنه اجتماعيا، فهي توحى إلى كل فرد يتعامل مع الواقع انطلاقا من مكانته الطبقيّة والنشاطات التي يقوم بها، حيث كل فئة تحمل جملة من المعتقدات والطقوس والقيم يعبر عن انتماء أصحابها لها، وهذا يسمى في إطار المرجعي لكل فئة¹.

3- البعد الثالث: التصور كعلاقة اجتماعية للفرد، مع عنصر من محيطه الثقافي بما أن داخل نسيج من العلاقات² والتفاعلات التي تربط الفرد بمجتمعه³.

فإن تصور هذا الفرد لأي عنصر من محيطه الثقافي لا يكون دون توسط هذه العلاقات الاجتماعية التي تمنحه مميزات خاصة وتوجب عليه انتقاء بعض العناصر الموضوع الذي يتصوره⁴.

ومن خلال عرض هذه الأبعاد الثلاثة يتضح أن تمثّل الفرد لأي عنصر من عناصر محيطه الثقافي والاجتماعي يعتمد بشكل مباشر على العلاقة الاجتماعية وهذا يمنحه مميزات خاصة توجب عليه انتقاء بعض عناصر الموضوع الذي يتصوره وعزل العناصر الأخرى، فالتصور ذو بعد نفسي لأنه يجري عملية وصل بين المجرّد والمحسوس أي عملية الإدراك وأيضا ذو بعد اجتماعي نتيجة تأثير مظاهر المجتمع في ظاهرة الفرد، ونتاج ثقافي معبر من خلال الكائنات والأشياء والمعايير الموجودة في ثقافة المجتمع.

ثامنا - نظريات التمثلات الاجتماعية:

يتعلق الأمر في الواقع بثلاث نماذج نظرية وهي مقاربات مكملة لبعضها البعض وسوف نعرضها بحسب الترتيب الزمني لظهورها.

1- بن عبيد عبد الرحيم: التصورات الاجتماعية لمكفوفين الموظفين لعملية الإدماج الاجتماعي والمهني، رسالة ماجستير (غير منشورة)، فسنطينة، 2006، ص7.

2- الحاج شيخ سمية: التصورات الاجتماعية للمرض العقلي لدى الأطباء، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة بسكرة، 2012-2013، ص34.

3- جردير فيروز: التصورات الاجتماعية للأساتذة اتجاه ظاهرة الفشل المدرسي في التعليم الثانوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس المدرسي فرع صعوبات التعلم، جامعة منثوري، فسنطينة، 2010-2011، ص39.

4- نفس المرجع السابق: ص39.

1- النموذج السوسيوثقافي.

يعد هذا النموذج أول مقارنة نظرية يقترحها موسكوفيتشي للعمل على التمثلات حيث يدرس هذا النموذج الكيفيات التي ينتج من خلالها الأفراد تمثلاتهم حول مواضيع الحياة المختلفة.

ويرى موسكوفيتشي أن ظهور وضعية اجتماعية جديدة وما تفرضه هذه الأخيرة من قلة المعلومات بشأنها أو عجز المعارف المكتسبة سابقا عن تأويلها يؤدي إلى بروزها كموضوع إشكالي وجديد يستحيل معرفته بشكل كامل نظرا لتشتت المعلومات التي تتعلق به فهذه الوضعية تولد نقاشات وجدالات وتفاعلات تزيد من الشعور بضرورة فهم الموضوع، وهكذا يتم تنشيط التواصل الاجتماعي والتطرق لكل المعلومات والمعتقدات والفرضيات الممكنة، ما يؤدي في نهاية الأمر إلى خروج أغلبية لدى الجماعة، ولكن هذه السيرورة العفوية المولدة للتصور تحتاج إلى ثلاث شروط وهي:

- تشتت المعلومة.

- التركيز في البؤرة.

- الحاجة إلى الاستدلال.

ولكن موليير: فصل فيما بعد أكثر في هذه الشروط:

- ظهور الموضوع.

- وجود جماعة اجتماعية¹.

- وجود رهانات متعلقة بالهوية أو بالترايط الاجتماعي متأثرة بهذا الموضوع.

- حدود ديناميكية اجتماعية، أي مجموعة من التبادلات والتفاعلات ما بين الجماعات حول هذا الموضوع.

غياب تنظيم امتثالي متحكم في المعلومة المتعلقة بالموضوع.

كما اقترح موسكوفيتشي من خلال هذا النموذج سيرورتين ينتج عنهما التصور وهي:

- سيرورة التوضيح

- سيرورة الترسخ².

1- عادل بوطاجين : التصورات الاجتماعية للصحة لدى التلاميذ الثانوية، رسالة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2009-2010 ، ص30.

2- نفس المرجع السابق : ص30.

طلبة الجامعة يعيشون وضعية اجتماعية جديدة بانقالتهم إلى الجامعة يبدوون في تشكيل تصورهم حول مختلف فروع التكوين ثم في مرحلة اختيار التخصص يبحثون عن أفكار ومعلومات أخرى لبناء تصوراتهم عن تخصصهم وعلاقته بالمهنة التي يمتنونها مستقبلا كما هو شأن طلبة تخصص العلاقات العامة.

2- نظرية النواة المركزية

يرى "ب. مولير" أن النواة المركزية هي العنصر الأكثر استقرارا للتمثل وهذا ما يضمن لها الديمومة في السياقات الاجتماعية.

أما "فلامو" فيعطي تعريفا شاملا هو: "نظام بنيته هي النواة المركزية التي تنظم كل العناصر التمثل بما في ذلك جانبه المحيطي أي عنصر يتغير في بنية يؤدي إلى تغير كامل للتمثل. ولهذه النواة المركزية ثلاث وظائف أساسية:

* **الوظيفة التثبيئية:** النواة هي العنصر الذي ينشئ العناصر الأخرى ويحدد لها القيمة.

* **الوظيفة التنظيمية:** النواة هي التي تحدد طبيعة العلاقات التي تربط بين مختلف عناصر التمثل.

* **الوظيفة الاستقرارية:** النواة هي العنصر الذي يضمن اتحاد العناصر واستقرارها ومقاومتها للتغير¹.

وينظر "أبريك Abric"، صاحب هذه المقاربة النظرية إلى التصورات الاجتماعية على أنها مجموعة سوسيومعرفية منظمة بطريقة خاصة، وتتحرك حسب قواعد عمل خاصة بها، فهي فهم الميكانيزمات التي تتدخل من خلالها التمثلات في الممارسة الاجتماعية، يتطلب ضرورة معرفة التنظيم الداخلي للتصور. ولهذا اهتم مختلف الباحثين الذين يعملون معه في هذا المجال بالمعتقدات المتقاسمة والمتوافق عليها من قبل أعضاء الجماعة، حيث نظر إليها كنسق مدرج من المعتقدات، يضم عناصر محيطه منتظمة حول نواة مركزية، تتولى مهمة تنظيم بقية مكونات النسق.

لكن تقدم الأبحاث كشف عن إمكانية وجود تدرج آخر داخل النواة المركزية، حيث يشير المشتغلون في هذا الحقل إلى وجود عناصر مركزية رئيسية تضمن إعطاء الدلالة للموضوع، في حين تخصص وتدقق هذه الدلالة مجموعة من العناصر المركزية البنائية (adjoints)².

1- بن ملوكة شهيناز: المرجع السابق، ص44.

2- أحمد جلول، مومن بكوش: المرجع السابق، ص175.

فطلبة الجامعة تصبح لهم نوع من الممارسة في سياق تحدده الجامعة كجهاز مركزي لبناء تمثلاتهم حول مهنة العلاقات العامة بالإضافة إلى وجود الأساتذة والزملاء حيث يساهمون في تقديم معلومات وتساعدهم في تكوين وبناء تصوراتهم.

3- النموذج السوسيوديناميكي:

اقترح هذا النموذج من قبل "داوز dioise" الذي اهتم بالمعتقدات الخاصة التي كونها الأفراد عن المواضيع المختلفة للحياة الاجتماعية، فالتصورات الحسية لا يمكن تبصرها إلا من خلال ديناميكية اجتماعية تضع الفاعلين الاجتماعيين في حالة تفاعل.

عندما تدور هذه الدينامكية حول مسألة مهمة، تثير مواقف مختلفة لدى الأفراد بحسب الانتماءات الاجتماعية لكل واحد، وذلك بالرغم من اشتراكهم في نفس المبادئ المنظمة للموقف، وهكذا تسبب هذه النظرية وظيفة مزدوجة للتمثلات الاجتماعية، فهي تعتبر كمبادئ مولدة للمواقف ولكنها من جهة أخرى مبادئ منظمة للفروقات الفردية.

عندما تعطي هذه النظرية مكانة مهمة للعلاقات ما بين الأفراد وذلك بمحاولة توضيح الكيفية التي يمكن من خلالها الانتماءات الاجتماعية المختلفة أن تحدد أهمية الموكلة بمبادئ مختلفة، إذ يتعلق الأمر بدراسة ترسيخ التمثلات في الواقع¹، فالطالب الجامعي عندما يكون تصوره حول مهنة العلاقات العامة يحاول في نفس الوقت تحديد موقفه اتجاه المهنة في ظل تفاعله مع الأساتذة والزملاء في حيز تخصص العلاقات العامة.

1- عادل بوطاجين : مرجع سابق، ص33.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق فإن مفهوم التمثلات متعدد التخصصات ومتشعب ليأخذ طريقه كأحد الموضوعات الكبرى في علم الاجتماع، لأن التمثلات الاجتماعية هي جملة الآراء والصور والاتجاهات والقيم بالإضافة إلى المعتقدات تمر بعملية البناء ومحددة دورها انطلاقاً من الوظائف شرطية توفر الموضوع سواء أكان فكرة أو شخص أو مهنة...إلخ وفي نفس الوقت وجود كم هائل من المعلومات التي يحملها الفرد أو يكونها من خلال تفاعله مع جماعة ما ليترجمها في الأخير في موقف السلوك.

الفصل الثالث: مهنة العلاقات العامة

تمهيد:

أولاً: نشأة وتطور العلاقات العامة.

1- العلاقات العامة القديمة.

2- العلاقات العامة الحديثة.

ثانياً: علاقة مفهوم العلاقات العامة مع مفاهيم أخرى.

1- الإعلام.

2- الدعاية.

3- التسويق.

4- الإعلان.

5- الإدارة.

ثالثاً: سيكولوجية العلاقات العامة.

رابعاً: خصائص العلاقات العامة.

خامساً: وظائف العلاقات العامة.

سادساً: صفات العاملين بالعلاقات العامة.

سابعاً: شروط العاملين بالعلاقات العامة.

ثامناً: مبادئ مهنة العلاقات العامة.

تاسعاً: التنظيمات المهنية للعلاقات العامة وتطورها.

عاشراً: أهم النظريات في العلاقات العامة.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعتبر العلاقات العامة ببعدها الاجتماعي والإنساني ولطالما اهتمت بتوطيد العلاقات بين الأفراد بين بعضهم البعض وحتى مع المؤسسات وكمهنة مرت بتحولات كثيرة على المستوى العلمي والأكاديمي فتميزت عن باقي المهن الأخرى بوظائف وسميات العاملين بها فأصبحت ضرورة مهمة لا بد من وجودها في جميع المؤسسات، وعلى كل المستويات، لأنها تسعى دائما للحفاظ على العلاقات بين الأفراد والجماعات بالإضافة إلى أن العلاقات العامة علما، كباقي العلوم الأخرى لم تنشأ من فراغ بل لها إطار نظري ومنهجي ليسهم في إثراء المعرفة والاستعانة بالمداخل النظرية ضرورة لتحقيق مزيد من التفسير والموضوعية في دراسة هذا العلم وإرساء قواعده خاصة أن العلاقات العامة تهتم بوصف العناصر المميزة والظاهرة في العملية الاتصالية والاجتماعية.

أولاً- نشأة وتطور العلاقات العامة.

ظهرت العلاقات العامة بظهور المجتمع البشري وتطورت مع تطور أنماط وصور الحياة المختلفة كنتيجة لطبيعة التفاعل الاجتماعي، بين المنظمات بمختلف أنواعها وقد كانت العلاقات العامة ولازالت قطبا في كل مجتمع، فهي نشاط مارسه إنسان منذ القدم في مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعايش¹.

ولقد عرف الإسلام والمسلمون العلاقات العامة ومارسوها، منذ أن بدأ رسول الله محمد عليه - أفضل الصلاة والسلام- بالدعوة إلى الإسلام، فهي لم تنشأ كما في الدول الغربية من المجتمعات الصناعية القائمة على المصالح، وإنما هي في جميع شؤون الحياة، فالتوحيد منظم العلاقات بين العبد وربّه وكيفية الغرض من خلقه وحتى في جميع العبادات والمعاملات، ومن هذا إذن العلاقات العامة في المجتمع المسلم ينبغي أن تكون متصلة بتعاليم الإسلام المنبثقة من الدين الإسلامي، ولا يمنع الاستفادة من التنظيمات لها في المجتمعات الأخرى بما لا يتعارض مع التعاليم الإسلامية، وإنما تطوير في أساليب المستخدمة في هذا العلم² ومن هذا المنطلق يمكن تقسيم العلاقات العامة إلى قسمين هما:

1- العلاقات العامة القديمة.

2- العلاقات العامة الحديثة.

1- العلاقات العامة القديمة: بدأت عند البدائيين حيث كان رؤساء القبائل يستخدمون المناسبات المختلفة في نشر الأخبار والتوجيهات والمبادئ على ذويهم وكانوا يستعينون بالسحر والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير في توصيل هذه الأخبار³. للإبقاء على التعاون والتماسك، عن طريق التفاهم المشترك، مع اهتمام بإقامة علاقات بينهما وبين القبائل الأخرى تقاديا للحروب، وتقوم بالاتصالات الودية

1- عبيدة الصيطي، وكلثوم مسعودي: مدخل إلى العلاقات العامة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2010م، ص12.

2- هباس رجاء الحربي: العلاقات العامة والإدارة العليا، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان ط2، 2011م، ص، ص 22، 23.

3- عبد الحي محمود صالح: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، د. ط، القاهرة، 2004م، ص13.

لإقامة الصلح فرئيس القبيلة كان يحرص الحرص الشديد على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة ويفصل في منازعاتهم حتى يسود الوئام بين فئات القبيلة¹.

أما في الحضارة الفرعونية، حيث عرف المفهوم كمنشأ إنساني منذ القدم، حيث كان على لسان ملوكها، وكهنتها يتم نقل وتسجيل انتصارات وشرح الاصطلاحات والشعائر والطقوس الدينية، وحتى الإرشادات الدينية المختلفة².

كما حرص ملوك مصر الفرعونية على الاتصال بأهالي حيث كان الكهنة، ينقلون أحكام إلهية للناس، كما ينقلون للملك المظالم التي كان يتعرض لها الشعب، فاهتموا بتسجيل مختلف الأحداث الهامة في مجتمعهم من انتصارات حربية، ومشروعات كبرى كإقامة الجسور وبناء الأهرامات، وكان هذا هدفه إعلام وكسب تأييد الجماهير وإقناعهم بأن الحاكم يعمل من أجل رفاهيتهم، وهذا من خلال النقوش والرسوم الحجرية، على وجهات المعابد والكتابات على أوراق البردي³.

ونجد في حضارة بابل وأشور أن ملوكها اهتموا بالتأثير على عواطف الناس وأفكارهم خاصة في الأوقات التي تتطلب الشرح والتفسير، وكشفت لنا الأشوريين هم أول من ابتدع النشرات المصورة، فكانوا يرقمون انتصاراتهم وبجانب الرقم يصورون صور الأسرى بالألوان من الملوك والأمراء، ويعرضونها في قصورهم وساحاتهم العامة فكانت تعمل على الملصقات والتماثيل إلى يومنا هذا⁴.

وفي الحضارة الإغريقية والرومانية تميزت العلاقات العامة في هذه الحضارة بكونه العصر الأكثر اتصالاً وتفاعلاً، بالجماهير فلذا اهتمت هذه الحضارة باتجاهات الرومانية والإغريقية وتعتمد على كسب ثقة الناس وتأييدهم، وهذا بعد ظهور بعض المبادئ الديمقراطية في المدن اليونانية التي ساعدت العلاقات العامة في الاتساع في ذلك العصر.

¹ - حمدي عبد الحارس البخشويشي: العلاقات العامة في مهنة الخدمة الاجتماعية، المكسب العلمي للكمبيوتر للنشر والتوزيع الإسكندرية، 1997، ص8.

² - محمد عبد الفتاح: مرجع سابق، ص167.

³ - هناء حافظ بدوي: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية) المكتب الجامعي الحديث، د. ط، مصر، 2011، ص42.

⁴ - غريب عبد السميع غريب: اتصال العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شهاب الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص39.

ولهذا كان لليونان والرومان الفضل الكبير في دفع العلاقات العامة إلى الأمام وذلك بفضل تقدم المدينة وبداية ظهور المبادئ الديمقراطية والاعتراف بالرأي العام.

العلاقات العامة في العصور الوسطى ففي هذه العصور عرفت المجتمعات الأوروبية ظلمات التعصب الديني والجهل الذي تعاني وجور الكنيسة وطغيان رجال الدين، أما العلاقات بين الملوك والأجراء فكانت تقوم على النظام الإقطاعي البغيض في أشبع صورته، فقد كان الفلاحون كالعبيد يساقون كالأغنام ويباعون ويشترون كجزء من الأرض التي يفلحونها، وفي هذا السياق لا يسعنا إلا أن نذكر ما للمسيحية في أوروبا من دور في ظهور العلاقات العامة وتطورها، حيث كان لها دورا هاما في شؤون الدعوة الدينية وخاصة عندما ظهر المذهب البروتستانتي الذي أعده الكاثوليك، آنذاك خروجاً عن المسيحية، لذلك راحوا يناشدون الخلاص منه عن طريق دعواتهم وعلاقاتهم تحت رعاية البابا في مسائل الإعلام والنشر، وإعادة الثقة بالكنيسة، قيما بعد ظهرت نقابات حرفية أثرت على الرأي العام، ونظمت العلاقات بين العمال والصناع من جهة والجمهور العام من جهة أخرى، ولكن فيما بعد عملت هذه النقابات على استغلال العمال عوضاً عن حمايتهم، وغش المستهلكين بدلا من رعاية مصالحهم¹.

أما بالنسبة للحضارة الإسلامية، استطاعت تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطباء، إذا عادة ما يصحب الإرشاد الديني في المسجد وتوجيه اجتماعي وسياسي وكان الفاطميون والشيعية من أشد الناس اتقانا لفنون الدعوة لمذاهبهم وابتداع بذلك الفاطميون إقامة المواليد والحفلات للدعوة لحكمهم، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية وكانت المساجد من أفضل الأماكن التي أظهرت فيها العلاقات العامة والاتصالات الطيبة بالناس والدعوة إلى الدين الإسلامي، وثمة حقيقة اكتشفها المسلمون في ميدان العلاقات العامة منذ زمن بعيد فقد كان "أحمد بن طولون" يؤمن بضرورة اختبار أعوانه ومستشاريه من أهل البلاد التي يحل بها لأنهم يفهمون نفسية مواطنيهم ويستطيعون التأثير فيهم بطريقة لا تأتي لغيرهم، وهذا ما يفعله خبراء العلاقات العامة ويرى الإذاعة ودور النشر عندما يوظفون صحفيين ومذيعين من أهل البلاد التي يوجهون إليها الدعاية والإعلام، وكانت جهة نظر "أحمد بن طولون" في ذلك أن أصلح الأشياء لمن ملك بلداً أن يكون كاتبته من هذا البلد واختار لذلك كاتباً له من أهل مصر يدعى "جعفر بن عبد الغفار".

1- عبد الرزاق محمد الدليمي: العلاقات العامة في المجال الدولي، ط2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، د. ط، 2014م، ص23.

وقد نجح خبراء العلاقات العامة المسلمون في استخدام الشعارات نجاحا كبيرا فقد أتقن الأيوبيون استخدام شعاراتهم للتأثير في اتجاهات الرأي العام وحض الناس على الجهاد، وكانت شعاراتهم إما آيات من القرآن الكريم أو أحاديث نبوية شريفة من أقوال الرسول عليه - الصلاة والسلام - بالإضافة إلى الخطابة والشعر والقصص التاريخي.

وكذلك فإن انتصار "صلاح الدين الأيوبي" على الصليبيين لم يكن فقط بفضل الحرب والقتال وحسب، وإنما في المقام الأول يرجع إلى تعبئة جماهير المسلمين نفسيا بالوسائل والأساليب الإعلامية المختلفة التي أثرت تأثيرا كبيرا في الجنود، وجعلتهم يصمدون في وجه العدو من أجل النصر ويستشهدون في سبيل الله¹.

ومنه نجد أن العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية عرفت تطورا ملحوظا بفضل جهود الشعراء والخطباء والكتاب الذين كانوا يحثون على الالتحاق بالدعوة الإسلامية².

2- **العلاقات العامة الحديثة:** بدأت العلاقات العامة الحديثة في الظهور في عام 1900م عندما بدأت حكومات الدول الأوروبية وأمريكا باستخدام مروجين محترفين لشرح سياستهم وعرضها بشكل مقبول على الجمهور من أجل تهيئة أذهانهم وتعبئة الشعور العام لديهم اتجاه المناسبات العامة والأزمات³.

ويمكننا أن نرجع تاريخ تقنيات العلاقات العامة الحديث إلى العقد الأول من القرن العشرين، حيث يعتبر "إيفي لي" Ivylee هو رائد العلاقات العامة إذ قام عام 1903م بافتتاح مكتب للإشهار مع "جورج باركر" George, Parker وبعد سنوات قليلة أصبح لي Lee ممثلا لشركة الفحم ولسكة الحديد بنسلفانيا، وحينما حصل إضراب في صناعة الفحم فإنه أصدر إعلان المبادئ، « وبه دشن مفاهيم الانفتاح والأمانة في التعامل مع الجمهور ليمثل نقطة تحول من وكلاء الصحافة في القرن التاسع إلى العلاقات العامة في القرن العشرين»⁴ فقد نشأت العلاقات العامة في كنف الشركات التجارية التي آمنت بإرضاء الجماهير كفيل بالمحافظة على مركزها، فقد نمت في نهاية القرن التاسع عشر حتى أصبحت

1- محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص19.

2- ناصر محمد جودت: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، ط1، دار مجداولي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008م، ص189.

3- عبد الناصر أحمد جريدات وليان هاشن الهاشمي: أسس العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، ط2، 2005م، ص36.

4- صالح خليل أبو إصبع: العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2009م، ص20.

شقيقة الإعلام في منتصف القرن العشرين وبذلك أصبح نشاط العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسات والشركات ورؤساء وسائل الإعلام وكوسيلة اتصال للتأثير على الجماهير لمختلف أنواعها.

ومنذ 1919م وخاصة بعد انتهاء الحرب العالمية ازدادت النشرات والأبحاث عن العلاقات العامة كما أصبح لها أصول ومبادئ أخلاقية ومهنية بفضل إنشاء جمعية للعلاقات العامة، كجمعية العلاقات العامة الأمريكية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة وغيرها من المعاهد والجمعيات العلمية، ومع زيادة اهتمام بهذا النشاط زاد عدد الكليات والمعاهد الذي تدرس موضوع العلاقات العامة ضمن برامجها الدراسية ومنح الشهادات العليا في هذا الموضوع، كما زاد وجود أجهزة العلاقات العامة في العديد من المؤسسات والشركات¹. فأول كلمة مختصة في العلاقات العامة ظهرت عام 1920م وألقي أول درس في العلاقات العامة في جامعة نيويورك عام 1923².

بعد نهاية الحرب العالمية الثانية وفي سنة 1947م أصبح مفهوم العلاقات العامة مستقرا فقد خصص أقسام للعلاقات في المنظمات والهيئات والمؤسسات كما ظهرت عدة جمعيات تهتم بها في مختلف البلدان، إذ تم إنشاء الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة 1948م في أوربا فقد تم إنشاء المعهد البريطاني للعلاقات العامة 1948م، وتكونت أول جمعية للعلاقات العامة بفرنسا سنة 1949م، وفي استراليا كانت بدايتها سنة 1950م، وبلجيكا ثم إنشاء أول مركز للعلاقات العامة 1952م في حين كانت بداية ظهور العلاقات العامة في إيطاليا سنة 1954م بإنشاء أول جمعية للعلاقات العامة، ومن ثم أنشئت العلاقات العامة الدولية سنة 1955م³.

أما في الوطن العربي فقد ظهرت العلاقات العامة متأخرة حتى عام 1965م أين تم ظهور الجمعية العربية للعلاقات العامة، ويعود سبب تأخر العلاقات العامة عن الظهور في الوطن العربي إلى مشاكل الاستعمار، الخراب والدمار الذي لحق بالأقطار العربية وكذلك غياب هيئات ومؤسسات كبرى وعدم وجود معاهد مختصة في التدريب والتنمية الإدارية، ولكن مؤخرا أخذت الدول العربية في الاهتمام بالعلاقات العامة من خلال تخصيص أقسام لها في المؤسسات والمنظمات وتم إدراجها ضمن التخصصات التعليمية

1- عبد الناصر أحمد جريبات وليان هاشن الهاشمي: مرجع سابق ، ص36.

2- محمد منير حجاب: مرجع سابق ، ص 20.

3- غريب عبد السميع : الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، ط1، مؤسسة الجامعة، مصر، 2006، ص39.

في المعاهد والجامعات وأخيرا استقر مفهوم العلاقات العامة في العصر الحديث بعد الحرب العالمية الثانية سنة 1947.

نستنتج مما سبق أن العلاقات العامة نشأت وتطورت بمراحل عديدة كانت في بدايتها تعتمد على المشاعر والعواطف الفردية، وتبلورت نظرا لتبلور الاتجاهات الفكرية وظهور المجتمعات الحديثة¹. كما بدأت العلاقات العامة في الدول الأوروبية تنمو، إذ أسس عام 1950 أول ناد انظم إليه اختصاصيون وخبراء العلاقات العامة سمي ببيت الزجاج وفي عام 1952 أسست الجمعية المهنية للعلاقات العامة، وفي عام 1958م عقد مؤتمر عالمي حول العلاقات العامة في العاصمة البلجيكية "بروكسل" وتألقت لجنة أوروبية للعلاقات العامة.

ثم بدأ نشاط العلاقات العامة ينتقل إلى الدول العربية، إذ كانت مصر هي أول من عرفت هذا النشاط إذا أنشئ عام 1953م في وزارة الإرشاد القومي قسم العلاقات العامة ثم انتقلت بعد ذلك إلى كل من العراق وقطر، وسوريا إلى غاية أن أصبحت توجد في أغلب البلدان العربية، لكن هذا لا يعني أنه ليس هناك قاصرة في هذا المجال، إذ أن هناك بلدان لا تتجاوز هذه المرحلة، بل غير ممكنة مفهوم دور العلاقات العامة جيدا²، أما في الجزائر تستطيع القول أن الاعتماد على العلاقات العامة كوظيفة من وظائف تسيير وإدارة المؤسسات في الجزائر بدأ فقط في التسعينات من القرن الماضي مع دخول الجزائر عصر اقتصاد السوق وخصوصة المؤسسات وظهور متغيرات عالمية جديدة، كبروز ظاهرة العولمة والتطور المذهل في مجال التكنولوجيا، هذا الوضع العالمي الجديد أعاد النظر في عمل المؤسسات الكلاسيكية التي تعتمد على التسيير التقليدي فأصبحت المؤسسات حديثة تستند إلى ما أنتجه العالم الحديث³

ومنه نجد أهم التطورات التي حدثت في العصر الحديث فيما يلي:

- أصبحت العلاقات العامة، مهنة تطبيقية حديثة لها من العمليات والخطوات والأسس ما يميزها عن باقي المهن.

1- غريب عبد السميع: مرجع سابق، ص ، ص39، 40.

2- عبد السلام أبو قحف: هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، جامعة بيروت، 2000، ص349.

3- عبد الناصر أحمد جريدات وليان هاشن الهاشمي: مرجع سابق ، ص36.

- أصبحت العلاقات العامة تمارس من خلال أخصائيين مختصين معدين إعدادا مهنيا ملائما للاطلاع بمسؤوليتها وذلك في كليات ومعاهد وأقسام مختصة أنشئت خصيصا لهذا الغرض.
- كونت العلاقات العامة لنفسها قاعدة متشعبة من العلوم الاجتماعية الأخرى كعلم النفس الأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع والإدارة وغيرها حتى تستطيع أن تطلع بمسؤولياتها.
- تعد ممارسة العلاقات العامة المؤسسات الصناعية والتجارية إلى جميع المؤسسات والهيئات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها من المؤسسات المجتمعية.
- أصبحت العلمية من الصفات المميزة للعلاقات العامة ويتجلى ذلك في عملية دراسات خاصة بالجمهور ووسائل الاتصال لبيان مدى تأثيرها وتقييمها وفي رسم خطط وبرامج العلاقات العامة.
- وأصبحت لها نوعين من الجمهور أحدهما داخلي والآخر خارجي¹.
- أصبح من السهل علينا إدراك ما بينها وبين كافة الأنشطة الإنسانية الأخرى كالعلاقات الإنسانية والشؤون العامة من فروق بعد أن كان هناك خلطة بين كل منهما.
- أصبح من السهل علينا معرفة ما بينها وبين المصطلحات والمفاهيم الأخرى كالدعاية والإعلان والترويج من فروق وذلك بعد أن أمكن بلورت مفهومها وتحديد ماهيتها.
- ومن هذه الأسباب والعوامل نمت العلاقات العامة وانتشرت ولم تعد في حاجة إلى تأكيد أهميتها كما أنها لم تعد موضوع جدل أو نقاش في عالم مترابط ومتداخل العلاقات والاتصالات وإنما جدل للنقاش يدور حول اصطلاح العلاقات العامة.

ثانيا - علاقة مفهوم العلاقات العامة مع بعض المفاهيم الأخرى.

- 1- العلاقات العامة والإعلام: الإعلام لا يعد أكثر من مجرد نشر الحقائق والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة والمؤسسة سواء جمهورها الداخلي أو الخارجي ومن وسائل الإعلام الأساسية الصحافة والإذاعة والسينما والتلفزيون والمحاضرات والندوات.

ومن التعريف السابق للعلاقات العامة يتضح أنها إعلاما يقدم إلى الجمهور مع عنصر إقناع، ومجهودا يبذل من أجل تحقيق التوازن والتكامل بين اتجاهات وتصرفات كل منطقة وجمهورها، والحق

1- عبد الخالق محمود عيفي: المرجع السابق، ص23.

يعتبر أن إعلام جزء أساسيا وأداة هامة من أدوات العلاقات العامة، وعلى ذلك فهي كعملية اجتماعية تستخدم وسائل إعلام مختلفة في برامجها لتحقيق أهدافها، ومن هنا يتضح أن العلاقات العامة شيء و الإعلام شيء آخر فالعلاقات العامة هي الكل والإعلام يعتبر جزء من ذلك الكل باعتباره أداة أو وظيفة من وظائف العلاقات العامة¹.

2- العلاقات العامة والدعاية: إذا كانت الدعاية محاولة التأثير في الأفراد والجمهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين وزمان معين ولههدف معين، وهي تلجأ لتحقيق أهدافها أحيانا إلى الحذف والتشويه والكذب، فإنها تخلو من الموضوعية والدقة لأنها تضخم الحقائق أو تختلفها اختلافا لذا فإن العلاقات العامة تستخدم الإيحاء النفسي في الجماهير كما تستخدمه الدعاية والفرق بينها في الأسلوب فرق في الدرجة لا في النوع وقد تستعين العلاقات العامة بالدعاية لتحقيق أهدافها إلى الحد الذي تتحول فيه إدارة العلاقات العامة إلى إدارة للدعاية، وهذا ما يحدث غالبا في المجتمعات الرأسمالية².

3- العلاقات العامة والتسويق: يعرف التسويق بأنه مجموعة الأنشطة الفرعية والمتكاملة التي تهدف إلى تدفق وانسياب السلع والخدمات والأفكار من مواقع إنتاجها إلى مواقع استهلاكها.

فالعلاقات العامة تتعامل مع كافة فئات الجماهير المرتبطة بالمنظمة في حين أن التسويق يتعامل مع بعض وليس الكل هذه الجماهير مثل المستهلكين والموردين وعلى الرغم من ذلك فإن التسويق والعلاقات العامة يتفقون في المجال والأهداف ويهتم كل منهما بالسوق واتجاهات وأفكار وسلوك المستهلك وكيفية صنع قرار الشراء³.

4- العلاقات العامة والإعلان: يعتبر الإعلان نشر للمعلومات والبيانات عن السلع أو الخدمات أو الأفكار... إلخ في وسائل النشر المختلفة بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو تقبلها نظير دفع مقابل، وإذا كان الإعلان على نوعين إعلان إعلامي يستهدف اطلاع الناس وتزويدهم ببعض الحقائق ذات الصلة بحياتهم اليومية، وإعلان دعائي يغري الناس ويدفعهم لشراء السلع.

1- عبد الحي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص، 53، 54.

2- علي جابر الشمري: الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010، ص17.

3- عبد الخالق محمد عيفي: المرجع السابق، ص65.

فإن العلاقات العامة في أي منظمة تلجأ إلى الإعلان لتعريف الجمهور بها بهدف التأثير بمواقفه واتجاهاته نحوها¹.

5- العلاقات العامة بالإدارة: تعتبر العلاقات العامة من الوظائف الإدارية الهامة في المؤسسات الحديثة، وهي وظيفة استشارية متخصصة تقدم النصح والإرشاد للإدارة، ويكمن الفرق بين العلاقات العامة والإدارة في كون العلاقات العامة تقدم النصح والمشورة والإدارة².

ثالثاً- سيكولوجية العلاقات العامة:

يلعب علم النفس بصفة عامة وعلم النفس الاجتماعي بصفة خاصة دوراً أساسياً في دراسة العلاقات العامة حيث يهتم رجال العلاقات العامة بدراسة آراء واتجاهات الأفراد والجماعات ودوافع السلوك الاجتماعي وأحداث التأثير أو التغيير فيها³.

وفي هذا الصدد يرد "عاطف غيث" مجموعة من النقاط يعتبرها مبادئ أساسية يتوقف عليها تغيير اتجاهات، ويجب أن يلم بها المنشغلون بالعلاقات العامة حتى يقف على مدى إمكانية إحداث ذلك التغيير المرغوب في اتجاهات، وتتمثل هذه المبادئ في ما يلي:

- **المبدأ الأول:** تتوقف قابلية الاتجاه للتعديل على خصائص النسق الذي يضم اتجاهات وعلى شخصية الفرد وطبيعة انتمائه الجماعي.

- **المبدأ الثاني:** يمكن الوصول إلى تغيير اتجاه عن طريق مزيد من المعلومات الإضافية وتغيير الانتماء الجماعي للفرد والتعديل إجباري للسلوك اتجاه أشياء محددة عن طريق بعض الإجراءات التي من شأنها أن تحدث تغييراً أساسياً في الشخصية.

- **المبدأ الثالث:** يتوقف تأثير الانتماء الجماعي الجديد في تغيير الاتجاه على خصائص الجماعة وطبيعة عضوية الفرد فيها، فعندما ينضم الفرد إلى جماعة جديدة فإنه يتعين عليه أن يتبنى اتجاهاتها.

1- علي جابر الشمري: المرجع السابق: ص، ص17، 18.

2- شريف أمّ شريف وآخرون: الترويج والعلاقات العامة، مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر 2006، ص، ص221، 223.

3- سميح أبو مغلي، عبد الحفيظ سلامة، علم النفس الاجتماعي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية الأولى، 2002، ص، ص185، 186.

- **المبدأ الرابع:** تتوقف عملية تغيير الاتجاه على المعلومات الإضافية وشكلها ومفهومها على العوامل الفعالة في المواقف ومصدرها والوسط الذي انبعثت منه.

- **المبدأ الخامس:** يمكن الوصول إلى تعديل الاتجاهات عن طريقين¹.

1- أن يوضع الفرد في مجرى اتصال وثيق بموضوع الاتجاه عن طريق القانون أو عن طريق تهيئة ظروف ملائمة.

2- أن يجبر الفرد على فعل شيء ما من خلال العرف أو عملية عقلية ومن هذه الحالة يتصرف الفرد كأن له اتجاهات غير اتجاهاته الشخصية.

- **المبدأ السادس:** يمكن تعير اتجاه عن طريق خلق اتجاهات جديدة بمثابة وسائل لإشباع حاجات الإنسان ويذكر (Fia) أن القائم بالعلاقات العامة الناجح هو الذي يثق بنفسه ويعمله وإنتاجه ويكسب ثقة الجمهور كما يؤكد أن العلاقات يجب ألا تصبح مجرد دعاية للذات ترضي الغرور الذاتي للقائم بالعلاقات العامة وأن يصيب تقدما ويرفع من مستوى طموحه ويجعله يضع أهدافا محددة جديدة معا يساعد على إيجاد قوة الدفع تدفع العمل إلى الأمام، فإن الدوافع النفسية تدفع بالفاعلين وتحفزهم إلى العمل المخلص والجاد الذي يفخرون به، إن الفرد يحب أن يشعر بالإعجاب وارتياح من جراء العمل².

رابعا - خصائص العلاقات العامة.

* العلاقات العامة تعتبر فلسفة الإدارة، وهذه الفلسفة تفترض أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية، التي ينص عليها قانونها إنما ينبغي أن تلعب دورا اجتماعيا، لذلك فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول.

* العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية بل تشكل عنصرا أساسيا في الأنشطة المنظمة.

1- محمد مصطفى كمال: العلاقات العامة بين تكنولوجيا اتصال والأزمات، دار المنهل اللبناني، بيروت، ط1، 2012، ص، ص 63، 64.

2- نفس المرجع السابق، ص65.

* العلاقات العامة عملية اتصال دائمة ومستمرة بين طرفين هما المؤسسة والجمهور التي تتعامل معها سواء الجماهير الداخلية أو الجماهير الخارجية ولذلك فهي تتسم بالديناميكية والاستمرارية وقوة الفعالية بين الطرفين¹.

* العلاقات العامة تركز على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية.

وطرق البحث العلمي التي تساعد معرفة احتياجات الجماهير ودراسة آراءها ونقلها إلى المستويات الإدارية العليا.

* تتسم العلاقات العامة بالشمولية فتغطي كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية أي كافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها، كما تخدم أصحاب المهن والحرف المختلفة.

* تستهدف العلاقات العامة، تحقيق الرضا العام وانتزاع موافقة الجماهير.

أي أنها تدار بمهارة الأسلوب التأثير الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون².

* العلاقات العامة تعد وسيلة للإقناع والاستخدام الإكراه.

* العلاقات العامة تستند إلى مبدأ التنظيم، عملية منظمة وتنظم الأولويات³.

خامسا - وظائف العلاقات العامة.

لقد اختلف الباحثون في مجال العلاقات العامة في تحديد وظائفها بالنسبة للجمهور والمؤسسة وإدارتها أو حتى مع بعضها البعض، إلى أنه هناك اتفاق بين أغلبهم ويمكن تحديدها فيما يلي:

1- **البحث:** ويقصد به تلك الدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين الجماهير المؤسسة الداخلية والخارجية، وكذلك دراسة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المؤثرة على المؤسسة، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية التي يقوم بها وتحديد الوسائل الإعلامية الأكثر فعالية.

1- فهدى محمد العدوي : مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2011م، ص34.

2- عبد الرزاق الدليمي: العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص75.

3- علي كنعان: العلاقات العامة في الصحافة والإعلام، دار الأيام للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط ع، 2015، ص34.

2- **التخطيط:** ويقصد به رسم سياسته العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة، وذلك عن طريق تحديد الأهداف وتصميم البرامج الإعلامية المحققة لهذه الأهداف مع مراعاة التوقيت الزمني وتوزيع الاختصاصات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديدا دقيقا¹.

3- **الاتصال والإعلام:** جمهور المؤسسة وشرح خدماتها، الدور الذي تقوم به في المجتمع في أسلوب سهل صادق دقيق وإعلام جمهور المؤسسة الخارجي بسياستها وتعريفه بأي تعديل أو تغيير، أو إضافة إلى نشاطها وتزويد الجمهور بكافة المعلومات لمساعدته وتكوين رأي عام مبني على أساس من الحقائق.

4- **الإنتاج:** الوسائل الإعلامية ونشر الأنباء المتصلة بالمؤسسة والتي تكسب تأييد الرأي العام، وتحليل وسائل الإعلام المختلفة والتأكد من صحة الأخبار التي تنشر على الجمهور شكلا وموضوعا وإيجابية عن الاستفسارات والأسئلة عن طريق مكتب الاستعلامات، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية وحماية المؤسسة من أي هجوم مثل نشر أخبار كاذبة أو ترويج معلومات غير صحيحة عنها².

5- **التنسيق:** هو العمل على الاتصال بالمسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والأفراد في الخارج فالتنسيق يكون من خلال الاتصال الداخلي مع المديرين ورؤساء الأقسام والموظفين وتقديم الأخبار والمعلومات والتوصيات المتعلقة بالعلاقات العامة كما يقوم الخبراء بالاتصال بقيادة الرأي في خارج مثل رجال الأعمال ورؤساء الأقسام.

6- **الإدارة:** وتعني تقديم الخدمات لسائر الإدارات والأقسام ومساعدتها على أداء وظائفها وإقامة علاقات مع جماهيرها الداخلية والخارجية بالإضافة إلى تقديم المشورة العلمية للأعضاء مجلس الإدارة عن تخطيط السياسة العامة ورسم أهداف المؤسسة³.

1- زياد محمد الشрман وعبد الغفور عبد الله عبد السلام : مبادئ في العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001، ص30.

2- سميح أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة: المرجع السابق، ص، ص187، 188.

3- حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص17.

- التقييم: ويقصد به قياس النتائج الفعلية والقيام بإجراءات التصحيحية لبرامج العلاقات العامة لضمان فعاليتها وتحقيقها لأهدافها¹.

ويقوم تقييم النتائج في أغلب الأحيان على أساس ما بدل من مجهود مادي وما يرتبط بهذا المجهود من نتائج، وتقارن هذه التقديرات بما تكلفه البرامج من أموال، قد يكون من المفيد عند تقييم برامج العلاقات العامة أن تحاول الإجابة على الأسئلة التالية:

- * هل لدينا أهداف واضحة للعلاقات العامة؟.
- * هل التنظيم الحالي لإدارة العلاقات العامة يساعد على تحقيق الأهداف بكفاية؟.
- * ما هو القدر الذي أمكن تحقيقه من هذه الأهداف؟.
- * هل يتناسب المجهود الذي يبذل والأموال التي أنفقت مع ما أمكن تحقيقه؟².

سادسا- صفات العاملين بالعلاقات العامة:

أمام المؤتمر النوعي للعلاقات العامة الذي عقد عام 1922م فقد أقرّ بعض الصفات والخصائص التي يجب أن تتوفر في العاملين بمهنة ومجال العلاقات العامة وذلك عن طريق تأهيل بعض من تتوفر فيهم الصفات التالية:

- * الاقتناع برسالة العلاقات العامة وأهميتها.
- * الشجاعة في مواجهة المواقف الصعبة.
- * القدرة على معاملة الناس وإقناعهم بلباقة، فالقائم بالعلاقات العامة يواجه الناس ويرشدهم باللفظة والعبارة (أي يكون قوي الشخصية)³.
- * أن يكون أهلا لكسب ثقة (الناس) الآخرين بمعنى أن تكون تصرفاته جيدة وقائمة على الصدق والأمانة والوفاء، لكي تساعد وعلى بناء الثقة بينه وبين من يتعامل معهم.

1- فاطمة حسين عواد: الاتصال والإعلام والتسويق، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص22.

2- سميح أبو مغلي، عبد الحفيظ سلام : المرجع السابق ، ص189.

3- مصطفى يوسف: العلاقات العامة ، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص185.

* أن يبتعد في تعامله مع الناس عن هجومية، يعني أن يحاول دائما التقرب من الناس وكسب ودهم، لا أن يقوم بشن الهجمات العدوانية التي تنفرهم منه وتبعدهم عنه، أي

القيام باستلطاف الناس ومراعاة مشاعرهم، والبعد ما أمكن عن مناقضتهم والوقوف ضدهم¹.

* أن يكون قادرا على الإفادة من الموارد المتاحة إلى أقصى حد ممكن وتنمية مواطن القوة في تلك الموارد، وقادرا على تنظيم وقته وإفادة منه إلى أقصى حد، وقادرا على تحديد أوليات العمل والتركيز على الأعمال التي تساهم في تحقيق الأهداف بفعالية وكفاءة.

* أن يكون لديه العلم بكل ما يخص المنظمة، ويحيط بها أو ينشر عنها وذلك بفضل اتصالاته وعلاقاته وقراءاته بشرط تحري الدقة عند جمع المعلومات والحقائق لتساعده في رسم الخطط أو السياسات عند اتخاذ القرارات أو عند تقديم المشورة للإدارة العليا بالمنظمة².

ومما سبق ذكره من مواصفات وخصائص للقائمين والعاملين بالعلاقات العامة نجدها أنها ترتبط بجوانب الأخلاقية فنجد في دستور جمعية مستشاري العلاقات العامة حددت فيه عشرة نقاط تتعلق بالصفات الأخلاقية لممارسة العلاقات العامة وأوجب أعضائها التقيد بها وهي:

* أي يبتعد كل عضو بعدم الانشغال في أي مهنة تقود إلى الفساد سلامة وسائل الاتصال الجماهيري وقوانين.

* على العضو أن لا يقوم بنشر معلومات مضللة وكاذبة.

* على العضو أن يحمي ثقة جمهوره الحالي والسابق وأن لا يسئ استخدام هذه الثقة.

* على العضو أن لا يقدم خدمات الأسباب أو الإعراض متضاربة إلا بعد أخذ موافقه كل منها.

* على العضو إخبار الشخص المتعاقد معه عن أي ممتلكات أو مصالح مالية تعود له (أي العضو) نفسه لدى شركة أو مؤسسة أو شخص عندما يقترح استخدام ذلك الشخص أو الشركة.

* على العضو أن لا يقترح على الزبون المتوقع عن ربط الأجر والتعويضات المالية على تحقيق نتائج معينة، أو أن تتأثر الأجر بنفس الطريقة وبالنتائج المتحققة.

1- محمد منير حجاب: المرجع السابق، ص36.

2- فاطمة حسين عواد: المرجع السابق، ص20.

* على العضو أن لا يقدم إلى الزبون المتوقع مقترحا تفصيليا لبرنامج العلاقات العامة قبل تعيينه فعلا.

* على العضو أن لا يقبل استشارة جهتين لديهما مصالح متضاربة إلا بعد موافقة كل منهما¹.

سابعا- شروط الواجب توفرها في أخصائي العلاقات العامة:

طبيعة العمل في العلاقات العامة توجب الحديث على الشروط الواجب توفرها في من يعمل كقائم بالاتصال أو أخصائي في العلاقات العامة، فهذه الشروط كشروط عامة، تحدها كل منشأة حسب ظروفها ومتطلبات العمل بها:

1- حسن المظهر: لعل حسن المظهر من الأشياء الهامة في عمل القائم بالعلاقات العامة لأن من المعروف أن الانطباع الأول في المقابلة الشخصية أو اتصال مباشر بالناس، له تأثير على نجاح المقابلة أو فشلها لأن هناك من الناس من يحكم على الأمور بمظاهرها وليس بباطنها.

2- إتقان إحدى اللغات الأجنبية: تهتم بعض المؤسسات باختيار أخصائي العلاقات العامة من ذوي المهارات الكلامية، والذين يتقنون إحدى اللغات الأجنبية، على اختيار طبيعة عمل المؤسسة، يستدعي دعوة بعض الأجانب أو إجراء إحدى المناقشات بإحدى اللغات الأجنبية².

3- الحماس: العلاقات العامة عملية مستمرة لتسويق الأفكار إلى الآخرين والتأثير فيهم، قد شبهت هذه العملية بعملية البيع، فإذا لم يكن البائع متحمسا لما يبيع فالأولى بالمشتري أن يزهد في الشراء من عنده.

4- النشاط: العلاقات العامة علم يتسم بالديمومة والاستمرارية وأنشطة متعددة وبحث مستمر عن عيوب المنظمة، وجهد دائم لمواجهتها، وهذا يعني أن يكون رجل العلاقات العامة، في حركة دائمة وقادرا على البذل والعطاء³.

1- محمد منير حجاب: المرجع السابق، ص، ص 149، 150.

2- زهير عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد: إدارة العلاقات العامة والبرامج، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2104، ص، ص 90، 91.

3- علي عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق علم الكتب، القاهرة (مصر)، 2001، ص، ص 41، 53.

5- إعداد العلمي: إن المشتغل بالعلاقات العامة هو إداري وإعلامي في نفس الوقت، واختصاصه هو تفعيل الاتصال بالاتجاهين، كما أنه يعمل في وحدة إدارية، ضمن هيكل المؤسسة، ويساهم في تحقيق أهدافها، وبالرغم من عدم وجود مناهج محددة للتأهيل العلمي للعمل في العلاقات العامة¹

ثامنا - مبادئ مهنة العلاقات العامة.

تمثل العلاقات العامة الفلسفة الاجتماعية للإدارة، وهي بهذه المكانة فإن هناك مجموعة من المبادئ تلتزم بها في تنفيذ أعمالها وتحديد أهدافها وإطارها وفي ما يلي أهم هذه المبادئ التي تعتمد عليها الممارسة الرشيدة للعلاقات العامة.

* استناد إلى أداء حقيقي وإنجازات ملموسة.

* الإعلام الصادق والابتعاد عن التكتّم وإتباع سياسة كشف الحقائق.

* ترتكز العلاقات العامة على تحقيق عملية مؤديها بها أنّ الإنسان كائن اجتماعي يتميز بالعقل والتفكير.

* تستند العلاقات العامة إلى الجانب الأخلاقي².

* إتباع طريقة البحث العلمي في حلّ المشكلات، فطريقة البحث العلمي مبنية على المفاوضة وتحاول الوصول إلى المبادئ عامة، عن الطريق التحليل الدقيق البعيد عن كل تحيز.

* العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة، أي يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها، فمن غير الممكن أن تبدأ المؤسسة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجي، وعلاقتها مع الجمهور الداخلي على غير ما يرام، فيجب خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المنشأة على اختلاف مستوياتهم الإدارية، ثم بعد ذلك تبدأ بتنمية وتوطيد العلاقات بين المنشأة وجمهورها الخارجي³.

1- فخري جاسم سلمان وآخرون: العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة والنشر، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 1981، ص76.

2- محمد منير حجاب: المرجع السابق، ص 136.

3- رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال و العلاقات العامة ، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014م، ص، ص 181، 182.

* تعاون المؤسسات مع بعضها البعض فلا يمكن للمؤسسة أن تنجح في تأدية رسالتها ما لم تتعاون مع غيرها، فلا يمكن أن تمارس هيئة أو مؤسسة نشاطها وتوطيد علاقتها بجماهيرها وتعمل تعاونها مع الهيئات الأخرى ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين المؤسسات¹.

تاسعا - التنظيمات المهنية للعلاقات العامة.

تخص الدراسات العلمية العديد من الأشكال التنظيمية المهنية في مجال العلاقات العامة، والتي تعددت مسميتها وتنوعت عضويتها، فهناك الجمعيات والاتحادات والمعاهد والمراكز، وهناك عضوية الأفراد والشركات والجمعيات وتنوع هذه الأشكال التنظيمية المهنية على المستويات المحلية والقومية والإقليمية والدولية، ويتمركز أهمها في أوروبا، الولايات المتحدة الأمريكية وعلى الرغم من هذا التنوع والتعدد والانتشار إلا أنها جميعا تكاد تتفق في أهدافها وأنشطتها.

في الولايات المتحدة الأمريكية نجد جمعية العلاقات العامة الأمريكية التي أنشأت عام 1947م وتمثل هذه الجمعية نموذجا لنوعية التنظيمات التي انتشرت تحت هذا المسمى في كثير من بلاد العالم ومنها مصر، وتعتبر هذه الجمعية الأمريكية أكبر تنظيمات للعلاقات العامة، وثم في عضويتها آلاف من جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية.

وفي عام 1949م التقت مجموعة تتكون من الأخلاقيين والفلاسفة الاجتماعيين ورجال العلاقات العامة لكي يناقشوا اهتماماتهم حول المجتمع الأمريكي وتحدثوا عن عملهم في العلاقات العامة، وكيفية تنظيم المشتغلين بها في تكتلات جماعية، تستهدف رفع مستوى الممارسة ودعم سمعة المشتغلين بالعلاقات العامة وكفاءتهم، وجاءت الخطوة الأولى عندما اتسع هذا الاجتماع بإصدار تصريح مشترك أكد فيه على ضرورة دعم مهارة المشتغلين بالعلاقات العامة وأخلاقياتهم وتحقيق فهم أفضل لطبيعة عملهم، من أجل ذلك شكلوا لجنة دولية مهنية لوضع هذا التعاون الدولي موضع التنفيذ لتأسيس اتحاد دولي للعلاقات العامة.

1- فهدي محمد العودي: المرجع السابق: ص 46، 47.

وخلال السنوات الخمس التالية، استطاعت هذه اللجنة عقد اجتماعات متعددة، اشترك فيها المعهد البريطاني للعلاقات العامة، كما اشترك فيها ممثلون من بريطانيا وهولندا والنرويج والولايات المتحدة الأمريكية إلى جانب عدد من المراقبين من استراليا وبلجيكا وكندا وإيطاليا وسويسرا¹.

وأخيرا ظهر الاتحاد الدولي للعلاقات العامة إلى الوجود في ماي 1955م في اجتماع عقد "سترنفود"، تم من خلال الموافقة على دستور الاتحاد وتشكيل أول مجلس له، وفي بريطانيا أيضا تأسس المعهد البريطاني للعلاقات العامة عام 1948م، وهو أكبر مؤسسة تخصص في العلاقات العامة وتطويرها في المملكة المتحدة وقامت بتأسيسه جماعة من المشتغلين بالعلاقات العامة في المؤسسات التجارية، الصناعية والحكومية، والتي شعر أعضائها بالحاجة إلى تنظيم يعبر عن التطوير السريع لمهنتهم.

وفي عام 1960م اجتمع في "أورليانيز" عدد ضخم من خبراء العلاقات من معظم الدول الأوروبية وقرروا تأسيس المركز الأوروبي للعلاقات العامة Euro Pean relation center of public والتأسي وفقا للقانون البلجيكي ومن خمس دول أعضاء ومؤسسين من كل من فرنسا، إيطاليا، ألمانيا، بلجيكا و هولندا، وفي عام 1961م انضمت اليونان، ثم انضمت كذلك انجلترا إليه في عام 1965م².

- وفي عام 1969م تأسس اتحاد مستشاري العلاقات العامة، وهو يعمل في مجال الاستشارة ولكنه لا يقوم على عضوية المستشارين كأفراد وإنما يقوم على عضوية الشركات الاستشارية، وكان مقره في بريطانيا، ويهدف إلى تطوير الاستشارية في العلاقات العامة، وتحسين مستواها وتعريف الجمهور بها وتنمية ثقة فيها إضافة إلى الحفاظ على المبادئ المعهنة في ممارسة الشركات لأعمالها كما له اتصالات مع الشركات الاستشارية في عدد من الدول الأخرى بقصد تقديم خدمات إليها.

وفي عام 1971م أنشأت جمعية العلاقات العامة الإسبانية ترأسها السيد "جواكين ميستر" وكان من أهم أغراضها:

أ- الدفاع عن المبادئ والأسس التي أقرها الاتحاد الدولي للعلاقات العامة في كود أثينا والعمل على احترامها في جميع المجالات.

¹ - وليد خلف الله دياب: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط ع، 2014، ص، ص317، 318.

² - نفس المرجع، ص319.

ب- نشر تعريف العلاقات العامة وتدريبها على الصعيد المحلي والدولي¹.

ج- القيام بأبنية ثقافية وتربوية تعلي من شأن المهنة التي تضم 135 عضوا مقسمين بين أعضاء عاملين وأعضاء منتسبين.

وقد اعترف الاتحاد الأوروبي للعلاقات العامة بجمعية العلاقات العامة الإنسانية وهي الآن جزء منه، كما قالت أيضا الجمعية الاعتراف الرسمي الكامل من قبل الاتحاد الدولي.

- جمعية العلاقات العامة العربية. the arab public relations.

كانت مصر أول دولة في الشرق الأوسط تهتم بالعلاقات العامة كمهنة، لتدخل في جميع برامج جامعاتها وتعطي لخريجها شهادات علمية معترف بها، فقد تأسست جمعية العلاقات العامة العربية في: 07-05-1965م بالقاهرة بواسطة 20 عضوا فقط وهي الآن تضم حوالي 1500 عضوا، وهي تعترف بكود اتينا ويكود فيينا الذي أصدرهما الإتحاد الدولي - TPR A - للأخلاقيات المهنية، وكيفية ممارستها، وجمعية العلاقات العامة التي تمارس بالرقم 01- بوزارة الشؤون الاجتماعي ضمن مجموعة الجمعيات الأهلية والعلمية التي تمارس العمل الاجتماعي والعلمي بمصر، وتم توثيق أوضاعها وفق لقانون 48 لعام 2002م.

وتهدف جمعية العلاقات العامة العربية إلى عدة أهداف.

* تنمية الوعي بقيمة العلاقات العامة وأهدافها.

* بسط مفهوم العلاقات العامة، ومبادئها².

¹- نفس المرجع ، ص320.

²- نفس المرجع ، ص ص321،320.

عاشرا: أهم النظرية في العلاقات العامة.

هناك حاجة دائمة لتحديد العلاقات العامة من الناحية النظرية والتطبيقية ولقد أشار الإتحاد العالمي لهيئة العلاقات العامة أن العلاقات العامة علما اجتماعي بشقيه الأكاديمي والتطبيقي فالنظريات في مجال العلاقات العامة تهدف إلى ما يلي:

* شرح وتوظيف وضبط كل ما يتعلق بالعلاقات العامة كعملية.

* النظريات تقدم وتستمد أهميتها لكونها تقدم وصفا تحليليا تركيبيا للظواهر كما تصف المفردات منظور استتاعي تحليلي.

* النظريات تصف المنظمة من منظور ديناميكي¹.

وفي ما يلي سنتناول أهم نظريات العلاقات العامة والتي لها أصول من علم الاجتماع وهي:

1- نظرية التفاعلية الرمزية:

نشأ منظور التفاعلية الرمزية بوصفه دليل عمل سوسولوجي لفلسفة الذرائع (البرجماتية) التي اهتمت بالخبرة الإنسانية بوصفها منبعاً للمعرفة منطلقاً في صياغة أفكارها من الاهتمام بالخبرات السابقة أساساً لتنظيم الحاضر والمستقبل ومن خلال إيمانهم بمبدأ المقدمات تقاس بصحة النتائج²

فتأسس في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين ومن أبرز روادها "هيريت ميد" و"كولي" و"بلومر" وتفترض التفاعلية الرمزية أن الواقع والحقيقة هو ما يعتقد الأفراد بالفعل مما يعني استخدام للرموز في تفاعلهم مع بعضهم البعض ومن هنا تعد الظاهرة الاجتماعية نتاجاً مستمراً بين الأفراد.

وترتكز التفاعلية الرمزية على الأفراد، كوحدة للتحليل، حيث يمكن فهم سلوك الجماعات من خلال النظر إلى أولئك الأفراد الذين يشكلون تلك الجماعة والتعرف إلى الكيفية التي يتفاعلون بها مع بعضهم البعض مما يحقق في النهاية شخصية مميزة لكل جماعة من الجماعات الموجودة داخل البناء الاجتماعي للتنظيم³.

¹ - عبد الخالق محمود العيفي: المرجع السابق، ص 84.

² - محمد جهاد جمل، دلال هلال: مهارات الاتصال إنساني، بين اللفظية وغير اللفظية في اللغة العربية، دار الكتاب، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2008، 61.

³ - محمود عودة: أسس علم الاجتماع، مكتبة سعيد رأفت، الإسكندرية، 1990، ص ، ص 96،97.

ويساعد منظور التفاعلية الرمزية في مجال العلاقات العامة في التعرف على علاقات الأفراد ببعضهم البعض وعلاقتهم بإدارة العلاقات العامة وعلاقتهم بالتنظيم أو المنظمة التي ينتمون إليها، وتؤكد النظرية على أن التنظيم يعد نتاجا للتفاعل الإنساني فالأفراد الذين يعملون من خلال التنظيم غالبا ما يختارون أنماط السلوك التنظيمي والأهداف والرموز مما يشكل ويوجه التفاعل التنظيمي بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى، وتوظيف العلاقات العامة لهذا المنظور في مجالها يسهم في تقديم وتفسير وشرح كل ما يتعلق بالظاهرة التنظيمية كما يساهم¹. على اختيار إدارة العلاقات العامة ومسؤوليها لأفضل الاستراتيجيات والقواعد التي تنظم علاقات المؤسسات الأخرى أو المجتمع ككل كما تساهم في تحقيق وممارسة الضبط داخل المؤسسة كتتنظيم اجتماعي.

تعقيب

اعتبرت التفاعلية الرمزية الأفراد كوحدة للتحليلي داخل البناء الاجتماعي للتنظيم الذي هو المؤسسة، ويتم في إطارها مناقشة الرموز والمعاني.

لفهم سلوك الجماعة داخل التنظيم، كما اهتمت بعلاقات الأفراد مع بعضهم البعض من الناحية العامة في علاقتهم مع التنظيم وأما الناحية الخاصة مع إدارة العلاقات العامة.

وتركيزه على الأفراد كوحدة للتحليل جعلها تهمل مبادئ التنظيم الاجتماعي التي يجب أن يسير عليها الأفراد أثناء تفاعلهم.

واستنادا إلى الموضوع فإنه يتم بناء التمثلات حول مهنة العلاقات العامة ما يعتقد الطالب الجامعي (الفرد)، وطبيعة العلاقة القائمة بينه وبين الأساتذة والزملاء (الجماعة) باعتبارهم العناصر المحيطة وتلعب دورا رئيسيا في بناء التمثلات.

2- النظرية البنائية الوظيفية:

لقد ظهرت النظرية البنائية الوظيفية في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين وكانت بمثابة رد فعل للمعوقات وانتقادات والمشكلات التي وجهت لكل من النظرية البنوية والنظرية الوظيفية، إن النظرية البنائية الوظيفية تعترف بأن لكل مجتمع أو مؤسسة أو منظمة بناء والبناء يتحلل إلى أجزاء وعناصر بنيوية وعناصر تكوينية، ولكل عنصر وظيفة تساعد على ديمومة المجتمع أو المؤسسة أو المنظمة².

¹ - شذوان علي شبيبة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص88.

² - إحسان محمد الحسن : النظريات المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005، ص49.

إن أحد أهم الزوايا الحديث لفهم النظرية المستنبطة من الكتابات "بارسونز" والتي احتوت على شقين أساسيين مترابطين ومتكاملين هما البناء والوظيفي، فالبناء هو نسق من التحولات، التي تتوافق القوانين قصد المحافظة على العناصر، الأولوية للنظم بدون أن تخرج هذه العناصر عن حدودها أو تعمل على استناد على العناصر الخارجية وكلمة البناء عند "بياجيه" تحتوي على ثلاث معاني وخصائص: الكلية، التحول، الضبط الذاتي، ومنه يمكن البناء من إعطاء موقع للجانب الشكلي الظاهري.

أما الوظيفية: فتهدف إلى تحليل المجتمعات وتحليل ومعرفة أجزاء المجتمع في وظيفة الكل كما ذكر "ميرتون"، أن الوظيفة هي تلك النتائج أو الآثار المحافظة التي تؤدي إلى التكيف والتوافق في نسق معين.

وتكمن خصائص البناء الوظيفي فيما يلي:

* تصور أو وصف الحدود القائمة بين الأنساق الاجتماعية وغيرها من الأنساق الأخرى، كالنسق الثقافي أو البيولوجي ونسق الشخصية.

* التصور أو الوصف المجرد للوحدات البنائية الكبرى في النسق الاجتماعي بشكل يتخطى تاريخها مع التأكيد على العلاقات المعيارية القائمة بينهما¹.

* اهتمام بشروط النسق وتكامله وفاعليته باختيار نسقا مجردا، ويشمل التوجيه الوظيفي على كل هذه الخصائص².

وترى البنائية الوظيفية أن المجتمع بناء معقد كما لو كان تنظيما معقدا، وتتنظر لكل حتى تفهم الجزء ويرى "ويلسون" أن المنظور الوظيفي ينظر للبناء الاجتماعي كما لو كان بناءً تنظيميا يوجد كنتيجة للوظيفية.

ويجد الباحثين في ميدان العلاقات العامة حاجة لدراسة العلاقات العامة ودورها في المؤسسة والذي يمثل فائدة بنائية ووظيفية تسهم في فهم بناء المؤسسة والدور الذي يقوم به الاتصال، والعلاقات العامة في التنظيم كنتاج لوضعهم داخل البناء التنظيمي للمؤسسة، أيضا يفيد ذلك المنظور في دراسة العلاقات

¹ - فريحة محمد كريم: العلاقات العامة، البعد الفكري والتطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عناية، 2012، ص ، ص90،89.

² - نفس المرجع السابق، ص90.

المتبادلة بين الممارسين ووظائفهم وأدوارهم، من خلال إدارة العلاقات العامة، وتوضح الدراسات والأبحاث العلاقة بين شبكات العمل في المؤسسة ووضع ومكانة العلاقات العامة ويتضمن ذلك التحليل.

- تحديد ممارس العلاقات العامة بالمؤسسة.

- مدى الأهمية أو الكفاءة التي يتميز بها الممارسون وما يحصلون عليه من مكافآت.

- طبيعة الوظائف التي توكل لإدارة ممارسة العلاقات العامة ومدى إسهامها في تحقيق الأهداف الكلية للبناء التنظيمي المتمثل في المؤسسة.

وتحدد مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة عندما تستطيع أن تؤدي دورها بقوة وفعالية، لذلك لا بد من تكوين نسق من المعلومات حول العلاقات العامة وكل ما يتعلق بها من مشكلات وحلول، أيضا ضرورة تحديد الكيفية التي تعمل بها العلاقات العامة كبناء وكعملية، والكيفية التي تتفاعل بها مع سائر العناصر التنظيمية الأخرى¹.

تعد نظرية البنائية الوظيفية من النظريات التي تنتظر للمؤسسة على أنها شبكة العلاقات الاجتماعية، بحيث أن استمرار التنظيم ووجوده على مدى التوافق والانسجام في شبكة العلاقات العامة ومن ثم فإن دراسة الدور العلاقات العامة كإدارة في ظل البنائية الوظيفية يضع لها دورا محددًا داخل المؤسسة بما يحقق الفعالية والكفاءة والأداء². مهنة العلاقات العامة جزء من النسق العام لها علاقة بباقي الأنساق الأخرى وهي الإدارة والمجتمع.

تعقيب

ترى البنائية الوظيفية أن المجتمع بناء معقد وتنتظر للكل حتى تفهم الجزء واهتمت بالنسق المفتوح وتصورته أثناء التأثير والتبادل في بناء الاجتماعي إلا أنها أهملت نظرة الفرد أثناء فهمه من الناحية الكلية وبالاستناد إلى موضوع دراستنا فإنه يتم بناء تمثلات نحو مهنة العلاقات العامة، من خلال التنسيق بين خصائص التنسيق الثلاثة والتفاعل فيما بينها وهذا بهدف تحقيق مطالب وأهداف الخاصة بكل طالب جامعي حتى يكون هناك ملائمة في تمثلاته نحو مهنة العلاقات العامة.

¹ - شديوان علي شيبية: مرجع سابق، ص 100، 101.

² - نفس المرجع السابق، ص 102.

3- نظرية التبادل:

تمتد الجذور التاريخية لنظرية التبادل مثلها مثل نظرية التفاعلية الرمزية في النظرية السلوكية وتختلف مع التفاعلية الرمزية في أنها تستمد بعض ملامحها من النموذج الوضعي، وترتكز التبادلية على دراسة سلوك الأفراد داخل المؤسسة ودراسة الدوافع ومن أهم رواد هذه النظرية "بتريلو"، و"جورج هومانز" وريتشارد مرسون¹.

فنجد أن "بلو" حاول أن يعبر عن الفجوة بين كل من عمليات التفاعل والصراع والتبادل بين الأفراد على المستوى الصغير وبين الوحدات البنائية المتجددة التي تنبثق أثناء التفاعل على مستوى التحليل الوحدات الكبيرة مثل الجماعات والمجتمعات المحلية والتنظيمات والنظم². تؤكد النظرية على التبادل الذي يتم بين الأفراد وبعض التنظيمات لتحقيق نوع من التوازن بين المدخلات والمخرجات ويفترض هذا المنظور أن الأفراد يشكلون ويدعمون علاقاتهم.

أما افتراضات النظرية فتمثلت فيما قدمه "مرسون" وهي كالتالي:

- أن الأفراد يسلكون الطريق الذي يحقق لهم النفع والفائدة.
- كل حدث ذو قيمة توجد به متغيرات تتزايد أو تتناقص حسب الحاجة التي ينطوي عليها ذلك الحدث.
- الاستفادة من التفاعل الاجتماعي مشروط بما يحقق من نفع خلال عملية التبادل أي أن الحاجات والأهداف الخاصة هي المحرك الرئيسي للأفراد، إذا لا بد من إشباع حين يحدث التفاعل بين الأشخاص لكي تترتب عليه العلاقات الاجتماعية³.

أما إذا ركز أخصائي العلاقات العامة على المؤسسة كوحدة للتحليل بافتراض أن توقعات المؤسسة تتفق مع توقعات الجمهور يحدث نوع من التفاهم الجمعي بهذا فإن أهداف وافتراضات نظرية التبادل يمكن أن تترجم إلى مستوى التنظيمي بحيث أن الأفراد العاملون داخل التنظيم لابد لهم الحق في مناقشة

¹ - شدون علي شيبية : المرجع السابق، ص 92.

² - بوناتا ننتيرز: ترجمة محمد سعيد فرح، بناء نظرية علم الاجتماع، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط2، 2006، ص 245.

³ - محمد عبد الفتاح محمد: العلاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية (أسس ومبادئ)، المكتب الجامعي الحديث، د ط، مصر، 1994، ص 48.

القرارات المتعلقة بالسلوك التنظيمي والأهداف التنظيمية بصورة تمكنهم من توجيه وتشكيل التفاعلات التنظيمية بين المؤسسة وسائر المؤسسات الأخرى.

فتمثل مهمة أخصائي العلاقات العامة في تحليل أبعاد مهنة العلاقات العامة بالمؤسسة بهدف تحديد عناصر ذلك التبادل ومحدداته¹.

تعقيب:

تؤكد نظرية التبادل على العلاقات بين الأفراد والتنظيمات وكيفية تشكيل علاقاتهم انطلاقاً من الاتصال والتفاعل المتبادل من أجل تحقيق المنفعة وأهداف التي تخلق نوع من العلاقات الاجتماعية من الجانب الإيجابي إلا أنها أهملت الجانب السلبي لعملية التبادل بين الوحدات الصغيرة أو الوحدات البنائية الكبرى على المستوى الداخلي أو الخارجي.

وباستناد إلى موضوع دراستنا فإنه يتم بناء التمثلات من خلال عمليات التبادل في ظل وضعية اجتماعية تفاعلية اتصالية تزيد من الشعور ببعضهم البعض اتجاه الموضوع لمهنة العلاقات العامة.

4- نظرية النسق:

النسق في أبسط معانيه، يعني ارتباط والتساند، فيما تؤثر مجموعة وحدات الوظيفية ببعضها البعض فإنه يمكن القول أنها تُولف نسقا، ويمكن تحديد العناصر الداخلية والمكونة للنسق وتمييزها عن غيرها أي العناصر الخارجية عنه التي لا تشكل أجزاء من مكونات التغيير الجذري للمجتمع لأنه يؤدي إلى عدم توازن النسق وأن سمة الترابط بين جميع عناصر النسق سمة أساسية من وجهة نظر الوظيفيين.

أما ما يراه "بارسونز" أن النسق الاجتماعي يتكون مجموعة من الفاعلين يتفاعلون في موقف اجتماعي نقابي فحدد خصائص النسق في عدة وظائف وهي:

- **وظيفة التكامل:** يعني أن النسق الاجتماعي يجب أن يضمن النسق اللازم بين الفاعلين وأعضاء النسق.

- **وظيفة تحديد الأهداف:** ويعني أن النسق الاجتماعي يجب أن يسمح بوضع وإبراز عقلانية وموضوعية الفعل.

¹ - عبد الخالق محمد عفيفي: المرجع السابق، ص 91 ، 92.

- **وظيفة التكيف:** يجب أن يضمن مطابقة الوسائل مع الأهداف المتبعة فهو مكيف فعال في الوسط المحيط¹.

كما يميز المنظرون بين النسق المغلق والنسق المفتوح الذي يتفاعل مع البيئة الخارجية متبادلا معها المدخلات والمخرجات على عكس النسق المغلق لا يتفاعل مع البيئة الخارجية.

فالنسق المفتوح يمثل نسقا تعاونيا ومن هنا حرص منظور العلاقات العامة على تبني منظور النسق المفتوح في كتاباتهم، لأنه يضع العلاقات العامة في المنتصف بحيث تواجه المتغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية للتنظيم².

والتغيرات التي تحدث داخل النسق التنظيمي، نفسه كنتيجة للمدخلات الخارجية، بما يحقق التوازن داخل التنظيم وخارجة³.

وتعد نظرية النسق من أهم وأكثر النظريات شيوعا في فهم الطريقة التي تعمل بها إدارة العلاقات العامة.

ويوجد مفهومان غالبا ما تستخدم في مجال العلاقات العامة عند الاستعانة بنظرية النسق، وهما اعتماد على المصادر ويشير هذا المفهوم إلى الدرجة التي تضبط فيه العلاقة بالمصادر الخارجية بصورة تمكنه من تحقيق أهدافه والمفهوم الثاني: الملكية المماثلة وتعني الكيفية التي يتقاسم بها الأفراد التنظيم وأقسامه المختلفة المهارات والأهداف والفرص.

وتدعم وظيفة إدارة العلاقات العامة في التنظيمات ذات النسق المفتوح عملية التوازن بين النسق الأكبر والأنساق الفرعية، داخل وخارج التنظيم، حيث يرى "بافليك" أن تحقيق التوازن بين المؤسسة وجمهورها هدفا رئيسي للعلاقات العامة، إذا تلعب دورا هاما في تحقيق التكيف في السلوك التنظيمي، ويرى "كنتليبوسنتر" أن ممارسة العلاقات العامة في النسق المفتوح يعمل من أجل مصلحة المؤسسة والجمهور معا بصورة متوازنة⁴.

¹ - فريحة محمد كريم: المرجع السابق، ص، ص88،87.

² - عبد الخالق محمد عفي: مرجع سابق، ص، ص93،92.

³ - نفس المرجع السابق، ص93.

⁴ - شدون علي شيبية: مرجع سابق، ص، ص104،103،102.

تعقيب:

اهتم المنظور النسقي بكيفية الترابط والتساند بين الأفراد داخل النسق سواء كان هذا النسق مغلقا أو مفتوحا فميز المنظور النسق المفتوح على النسق المغلق لأنه الأنسب لمجال العلاقات العامة في مواجهة التغيرات التي تحدث في البيئة الداخلية والخارجية إلا أنهم أهملوا تحديد المسار الفعلي له خاصة ما بين الأنساق الصغرى والأنساق الكبرى.

والاستناد إلى موضوع دراستنا فإنه يتم بناء التمثلات نحو مهنة العلاقات العامة أن الطلبة الجامعيين (الفاعلين) يتفاعلون فيما بينهم ليحددوا طبيعة العلاقة التي تربط بين عناصر التصور المكونة.

خلاصة الفصل:

وفي الأخير يمكن القول بأن مهنة العلاقات العامة وما تتميز به من خصائص وظائف وما تحظى به من مبادئ أنها مهنة مهمة لكل مؤسسة على اختلاف طابعها ومجالها، ومدخلا مهما لتنظيمها وتسييرها وتحقيق مصالحها بل أنها لا تكتفي بهذا بل تتعدى الاهتمام بجماهيرها سواء الداخلية أو الخارجية لتخلق نوعا من المصلحة المتبادلة بينهما من خلال التفاعل والتواصل.

واعتماد على المداخل السوسبيولوجية في العلاقات العامة يؤدي إلى تحديد مهامها أثناء الممارسة العملية في جميع جوانبها وعلى المستوى الداخلي والخارجي بالإضافة إلى أنها ساهمت في تحديد أهمية العلاقات العامة في التنظيمات ومع توضيح سلوك الأفراد داخل هذه التنظيمات وحتى في كيفية بناء العلاقات مع جمهورها

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

1- المجال الجغرافي

2- المجال البشري

3- المجال الزمني

ثانياً: منهج الدراسة

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

1- المقابلة

2- الاستمارة

3- الملاحظة

رابعاً: أساليب التحليل

خلاصة الفصل

تمهيد

إن تحديد الإجراءات المنهجية للدراسة وبالشكل الصحيح جد مهم للربط بين ما هو نظري وما هو ميداني أي جوانب الدراسة، من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وبالأخص أن الجانبان يدعمان بعضهما البعض وتجنب حدوث الخلل في كليهما وتبني الإجراءات المنهجية للدراسة يحتم علينا احترام الخطوات والإجراءات اللازمة والصحيحة بشكل منظم ومتسق بدأ من تحديد مجالات الدراسة وأدوات جمع البيانات وصولاً إلى تحديد أساليب التحليل.

أولاً: مجالات الدراسة

1-المجال الجغرافي

ويقصد به التعريف بالمكان الذي تتم به الدراسة وباعتبار موضوعنا يتمثل في تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة وبما أن العينة تمثلت في طلبة تخصص العلاقات العامة تم تحديد إجراء هذه الدراسة في جامعة جيجل على مستوى " قطب تاسوست "، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. حيث يعتبر قطب جامعة تاسوست تابع لبلدية الأمير عبد القادر يحدها من الشمال بحر 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 الطريق الكيلو متر الثالث، بإضافة بلدية جيجل.

وقد أنشئت كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بناء على المرسوم التنفيذي رقم 362/12 المؤرخ في 8 أكتوبر 2012 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 03 / 258 المؤرخ في 22 يوليو 2003 المتضمن إنشاء جامعة جيجل وبناء على القرار الوزاري رقم 919 المؤرخ في 26 نوفمبر 2013 متمم القرار رقم 215 المؤرخ في 24 مارس 2013 والمتضمن إنشاء الأقسام المكونة لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لدى جامعة جيجل.

والتي تمثلت فيما يلي:

- قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية.
- قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية.
- قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا.
- قسم الإعلام والاتصال.
- قسم علم الاجتماع.
- قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

ويتكون الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في الجانب البيداغوجي مما يلي:
العمادة، نواب العمادة، مجلسين تمثلا في مجلس الكلية والمجلس العلمي، نواب رؤساء الأقسام، 06 أقسام بيداغوجية إضافة إلى مكتبة وأمانة عامة، وهي موزعة على 05 طوابق (أنظر الملحق رقم 2) بالإضافة إلى وجود طاقم إداري موزعين كل حسب مجالهم و تخصصهم.

وقد تم اختيار هذه المؤسسة وبالضبط كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لأن عينتنا هم طلبة علم الاجتماع العلاقات العامة، وهو ما جعلنا نختارهم بالإضافة إلى أنهم هو الأكثر دراية حول مهنة العلاقات العامة، واختيارنا لهذه الكلية من أجل معرفة كل تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة.

2- المجال البشري

يتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في الطلبة المسجلين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية داخل القطب الجامعي - محمد الصديق بن يحيى - تاسوست، التابع لجامعة جيجل في العام الدراسي 2017-2018 حيث تشير إحصائيات الطلبة في نفس العام أن هناك 4005 طالب وطالبة مسجلين بالكلية (أنظر الملحق رقم3).

وقد انطوى تحت المجال البشري تحديد مجتمع الدراسة وعينة الدراسة كالاتي:

1- مجتمع الدراسة :

فيما يخص موضوع دراستنا فإن مجتمع الدراسة هو طلبة الماستر المسجلين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية للعام الدراسي 2017-2018 م كان 605 طالب موزعين على مختلف الأقسام والتخصصات العلمية وفي ظل مجتمع البحث توجد عينة دراستنا بهدف جمع المعلومات الخاصة بالموضوع "

2- عينة الدراسة:

تعتبر العينة في البحث العلمي هي جزء من المجتمع الأصلي أو عدد الحالات التي تؤخذ منها فقد اعتمدنا على العينة القصدية والتي تمثلت في طلبة تخصص علم الاجتماع العلاقات العامة لأنهم الأنسب لموضوع الدراسة، ولهم خلفية للموضوع من حيث المعارف والأفكار التي تقيدنا في موضوع الدراسة.¹ وبما أننا اخترنا العينة القصدية لموضوع دراستنا فإنها تعتبر العينة التي تتكون من مفردات تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا جيدا، وهنا يقوم الباحث باختيار مناطق معينة تتميز بتمثيلها لخصائص المجتمع ومزاياه، وذلك يعطيه نتائج أقرب مما تكون عليه عند مسح المجتمع بأكمله.² فارتأينا إلى اختيار طلبة تخصص علم اجتماع العلاقات العامة، لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والتي تمثلت في 25 طالب بما أن العدد محدود قمنا بعملية المسح الشامل لها .

¹ - فوزية غرابية وآخرون : أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص3.

² - كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار الثقافة، عمان، ط1، 2006، ص147.

3- المجال الزمني

وهو الوقت المستغرق لإنجاز هذه الدراسة فامتدت من شهر ديسمبر 2017 إلى غاية شهر ماي 2018 حيث استغرق حول 6 أشهر، وجاء التقسيم لها وفق ما يلي:

المرحلة الأولى: كانت خلال شهر ديسمبر وجانفي وتم خلالها إعادة النظر في عنوان والضبط النهائي له وتحديد مجال الدراسة الميداني والعينة والبحث عن المراجع والمصادر.

المرحلة الثانية: كانت على مدار شهر فيفري ومارس وتم من خلالها إعداد الجانب النظري وفق خطة منظمة وترتيب المعلومات المتعلقة بالمتغيرين وهما:

التمثلات الاجتماعية ومهنة العلاقات العامة، مع قيامنا بمقابلة استطلاعية مع 6 أفراد من العينة المحددة، لمعرفة مدى تقبل الطلبة للموضوع وتحديد نوع أسئلة الاستمارة.

المرحلة الثالثة: وكانت خلال شهر أفريل إلى ماي أين تم تصميم أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي وعرضها على المحكمين وتم في الأخير توزيعها على عينة البحث لنصل في الأخير إلى تحليل البيانات والمعلومات المتحصل عليها وضبط المذكرة في شكلها النهائي.

ثانيا: منهج الدراسة

إن كل دراسة علمية طريقة ومنهج خاص يتبعه الباحث من أجل التدقيق في المعلومات والتحليل الموضوعي وطبيعة الموضوع المراد دراسته هو الذي يحدد المنهج الواجب إتباعه من قبل الباحث الاجتماعي، كما أن تحديده يتوقف على تحديد شروط الدراسة بكل دقة ويعد المنهج بمثابة الكيفية التي يتبعها الباحث لدراسة إشكالية موضوع البحث.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي .

حيث يعتبر بأنه: تلك الطريقة العلمية المنظمة التي يعتمدها الباحث في دراسته لظاهرة اجتماعية أو سياسية معينة وفق خطوات بحث معينة يتم بواسطتها تجميع البيانات، والمعلومات الضرورية بشأن الظاهرة وتنظيمها وتعليلها من أجل الوصول إلى أسبابها ومسبباتها والعوامل التي تتحكم فيها وبالتالي استخراج نتائج يمكن تعميمها مستقبلا.²

¹ - محمد صبري، فؤاد نعر: التفكير العلمي والتفكير النقدي، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص203.

² - عبد الناصر جندلي: تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، ص200.

كما يعرف كذلك بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات ومعلومات معينة عن ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة وترجع أسباب اختيار لهذا المنهج لأن خصائصه تتوافق مع متطلبات موضوع الدراسة¹ من حيث خصائصه وهي:

- أنه يساعدنا في وصف الظاهرة وتحليلها بشكل أدق.
- أنه يساعدنا في إعطاء العلاقة بين القضايا التي وردت في الموضوع.
- أنه يساعدنا في جمع أكبر عدد من البيانات والمعلومات التي تخدم الموضوع وتمثل مجتمع البحث.

ثالثًا: أدوات جمع البيانات

تعتبر أدوات البحث هي تلك الوسائل التي يستخدمها ويعتمد عليها الدارس في جمع المادة اللازمة لموضوع الدراسة²، وقد اعتمدنا في موضوعنا هذا على:

1- المقابلة

تعتبر المقابلة أداة هامة للحصول على المعلومات المباشرة من خلال مصادرها المباشرة، وتتكون في أبسط صورها من مجموعة من الأسئلة والفقرات ويقوم الباحث بإعدادها وطرحها للشخص موضوع البحث وبعدها يتم تسجيل البيانات.

كما تعتبر المقابلة بمثابة محادثة موجهة بين الباحث والطرف الآخر محل الدراسة بهدف الوصول إلى الحقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لمعرفة من أجل تحقيق هدف الدراسة³، وقد استندنا في دراستنا هذه على: المقابلة الاستطلاعية التي تهدف إلى التعرف على آراء الأشخاص المبحوثين حول قضية ما أو حدث ما أو سياسة ما أو أسلوب ما⁴.

¹ - علي معمر عبد المؤمن: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، دار بن غازي، ليبيا، ط1، 2008، ص287.

² - سلطانية بلقاسم، حسان الجيلاني: محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2009، ص107.

³ - علي معمر عبد المؤمن، المرجع السابق، ص246.

⁴ - عبد المعطي محمد عفان، يعقوب عبد الرحمن، التطورات المنهجية وعملية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2002، ص، ص176، 177.

حيث قمنا بإجراء محادثة مع عدد من الطلبة (إناث وذكور)، حول تصوراتهم لموضوع مهنة العلاقات العامة والعوامل التي تساعد في بناء تمثلاتهم انطلاقاً من مجال التخصص وهو تخصص العلاقات العامة والدور الذي يقوم به الأساتذة في توضيح صورة المهنة في أذهانهم أو حتى من توجيهات الزملاء السابقين، مع إعطائهم المجال للحديث دون تدقيق أو تحديد لإجاباتهم وبعد تجميع المعلومات من جراء إجاباتهم تم تأكيد على الفرضيات التي قمنا بافتراضها وتحديد الأسئلة اللازمة للاستمارة.

2- الاستمارة

تعتبر الاستمارة من أكثر الوسائل شيوعاً في العلوم الاجتماعية والنفسية والتربوية وهي عبارة عن نموذج يضم مجموعة من المحاور التي بدورها تضم مجموعة من الأسئلة إما تكون مفتوحة أو مغلقة وذلك حسب ما يتطلبه الموقف.

كما تعرف الاستمارة بأنها نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على المعلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف ويتم تنفيذ الاستمارة وتعبئتها بالمعلومات إما عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل عن طريق البريد.¹

ولهذا يرى كل من Benjamin matolon et Rodolphchiglione أن الاستمارة أداة دقيقة ومعيارية في نفس الوقت من حيث نص الأسئلة وتنظيمها ومن أجل أن يكون هذا ممكناً لا بد أن تكون الأسئلة واضحة ولا تكشف أي غموض.²

وقد اشتملت استمارتنا على 26 سؤالاً من بينها المغلقة والمفتوحة وتخلتها الترتيبية على ما ورد وتم تجميعه من المقابلة الاستطلاعية التي قمنا بها مع عدد من الطلبة لتجنب الوقوع في الغموض واللبس، والعمل على تحديد الأسئلة بشكل دقيق واضح حتى يسهل على الطالب إجابته عليها لتتنوع أسئلة الاستمارة على أربع محاور رئيسية تتمثل فيما يلي:

المحور الأول: ضم سؤالين ويتمثل في البيانات الشخصية للمبحوثين.

المحور الثاني: ضم تسعة أسئلة حول دور التخصص الأكاديمي في تكوين تمثلات الطلبة حول خصوصيات مهنة العلاقات العامة.

¹ - محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل النشر، ط1999، ص2، ص81.

² - جمال معتوق: العلوم الاجتماعية والبحث الاجتماعي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط2013، ص1، ص180.

المحور الثالث: ضم ثمانية أسئلة حول نشاط البيداغجي ومساهمته في بناء تمثلات الطلبة حول وظائف مهنة العلاقات العامة.

المحور الرابع: ضم سبعة أسئلة حول علاقات التفاعل بين الطلبة وزملائهم السابقين في بناء تمثلاتهم حول موقفهم من مهنة العلاقات العامة.

وبعد الوصول إلى تحديد أسئلة الاستمارة اللازمة، فقد تم عرضها على مجموعة الأساتذة المختصين في مجال المنهجية، وفي مجال العلاقات العامة فأخذت ملاحظاتهم بعين الاعتبار، ثم تعديل الاستمارة وإلغاء بعض الأسئلة التي اتفقوا عليها جميع الأساتذة ونذكر من بين هذه التعديلات:

- إعادة صياغة السؤال رقم 03 بعد أن كان هل المواد التعليمية تساهم في توضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة إلى هل البرامج التعليمية كافية في توضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة.

- إضافة احتمال " أخرى اذكرها " في السؤال رقم 04.

- إلغاء سؤالين من نفس المحور المعنون بالتخصص الأكاديمي وتكوين تمثيلات الطلبة.

- إعادة صياغة السؤال رقم 16 بعد أن كان هل هناك إمام الأساتذة في جميع وظائف مهنة العلاقات العامة إلى هل هناك تأكيد من طرف الأساتذة على تقديم معلومات جديدة أثناء شرح لوظائف مهنة العلاقات العامة.

- إعادة صياغة السؤال رقم 23 بعد أن كان تبادل المعلومات يكمن في شرحها مع بعضكم البعض لفهم خفايا مهنة العلاقات العامة إلى تبادل المعلومات مع الزملاء السابقين تساعد في توضيح الأمور الغامضة حول مهنة العلاقات العامة.

ومع مراعاة هذه التعديلات التي قدمها المحكمين بإضافة توجيهات الأستاذ المشرف خرجت الاستمارة في شكلها الجديد فقمنا بتوزيعها في المرة الأولى بقصد تجربتها فقمنا بتوزيع سبعة استمارات تجريبية على الطلبة لمعرفة مدى فهمهم للأسئلة ووضوحها والتأكد من صدق وصحة الاستمارة، وعليه وبناء مما تقدم أثناء توزيع الاستمارة التجريبية أنه ليس هناك أي لبس أو غموض في أسئلة الاستمارة ليتم بعدها توزيعها في الشكل النهائي.

3- الملاحظة

استخدمنا أداة الملاحظة بحكم أننا جزء من مجتمع البحث وعلى اتصال مع هذا المجتمع مما كان سببا مساعدا في مراقبة واحتكاك مع الطلبة وبهدف معرفة العوامل المؤثرة في تكوين تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة .

حيث تعرف الملاحظة بأنها، أداة من أدوات البحث العلمي لها أهمية في مناهج البحث العلمي، بواسطتها يمكن الحصول على المعلومات والبيانات المراد بحثها.¹

كما تعرف كذلك أكثر التقنيات صعوبة لأنها تعتمد على مهارات الباحث وقدرته على تحليل العلاقات الاجتماعية وإنما لا السلوك المراد دراسته، حيث تمكن من اكتشاف الارتباطات والعناصر الموجودة بين العلاقات الاجتماعية التي لا يمكن فهمها إلا من خلال ملاحظتها ومعايشتها.²

وقد ساعدتنا هذه الأداة على:

- ✓ ملاحظة العلاقة القائمة بين الطلبة وأساتذة التخصص.
- ✓ ملاحظة طريقة الأساتذة المعتمدة في التدريس.
- ✓ سمحت إعطاء تصور الموضوع والمواقف التي قد تحيط به وبالطالب.
- ✓ ساعدتنا الملاحظة في تحديد بعض المؤشرات الخاصة بالفرضيات، طريقة التفاعل للطلبة مع زملائهم، طريقة تدريس.

رابعاً: أساليب التحليل

استخدمنا في هذه الدراسة أسلوبين هما:

1- أسلوب التحليل الكمي:

وهو الأسلوب الذي يستخدم النسب المئوية في كشف صحة الفرضيات عن طريق إحصاء إجابات الفئة المبحوثة حول الأسئلة المطروحة ونحن اعتمدنا على الجداول البسيطة في دراستنا هذه.

2- أسلوب التحليل الكيفي: ويعتمد على وتفسير تحليل البيانات الممكنة مع عرض النتائج وتفسيرها بالرجوع للجانب النظري للدراسة.

¹ - علي عمر عبد المؤمن: مرجع سابق، ص112.

² - فضيل دليو: المنهجية في العلوم الاجتماعية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص187.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل لإجراءات المنهجية اللازمة لدراسة، حيث قمنا أولاً بتحديد مجالات الدراسة (الجغرافي، البشري، الزمني) وتحديد المنهج الذي يتوافق والدراسة إضافة إلى أدوات المستخدمة في جمع البيانات والمعلومات من مقابلة واستمارة وملاحظة وصولاً إلى تحديد أساليب التحليل.

الفصل الخامس: عرض وتحليل البيانات ومناقشتها

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل البيانات

ثانياً: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

ثالثاً: نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

رابعاً: النتيجة العامة

خلاصة

تمهيد:

بعد تطرقنا في الفصل السابق إلى الإجراءات المنهجية للدراسة سنتناول في هذا الفصل تحليل البيانات وعرضها في الجداول وذلك بهدف الربط بين الإطار النظري والميداني للوصول إلى مناقشة فرضيات الدراسة واستخلاص النتائج المتوصل إليها.

أولاً : عرض وتحليل البيانات

المحور الأول : البيانات الشخصية

الجدول رقم 01 : توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة المئوية	عدد المبحوثين	الجنس
28%	7	ذكر
72%	18	أنثى
100%	25	المجموع

من خلال الجدول رقم 01: والذي يتمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس نجد أن نسبة إناث والمقدرت بـ 72% تفوق نسبة الذكور المقدرت بـ 28 % وهذا راجع لاهتمام إناث أكثر من الذكور في مواصلة الدراسات العليا وقد رجع بسبب عزوف الذكور عن مواصلتها لعدة عوامل ومنها البحث عن منصب للعمل.

الجدول رقم 02: توزيع المبحوثين حسب السن .

النسبة المئوية	التكرار	السن
32%	8	[24-22]
60%	15	[27-25]
8%	2	28 فما فوق
100%	25	المجموع

من خلال الجدول رقم 02 : أعلاه نجد أن أكبر نسبة للفئة العمرية ما بين 25 إلى 27 والتي قدرت نسبتها بـ 60 % لتأتي بعدها الفئة العمرية ما بين 22 إلى 24 سنة بنسبة بـ 30 % لتكون لمرتبة الأخيرة الفئة العمرية من 28 فما فوق بنسبة بـ 8% وهي أضعف نسبة وهذا يشير إلى تنوع أفراد عينة الدراسة وعدم حصرها في فئة عمرية خاصة وأنه كان لعدد من الطلبة المبحوثين فترة زمنية بين مرحلة الليسانس والماستر من جهة أخرى ومن جهة أخرى راجع إلى إعادة السنوات الدراسية الماضية ، وهو ما

تم حصره في الفئتين العمرية من 25 إلى 27 و 28 فما فوق أما الفئة العمرية من 22 إلى 24 فمرحلة الليسانس والماستر متسلسلة عندهما .

المحور الثاني: التخصص الأكاديمي وتكوين تمثلات الطلبة

جدول رقم 3: يوضح قدرة البرامج التعليمية في توضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	17	68%
لا	8	32%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة كانت للذين وافقوا على أن البرامج التعليمية في تخصص العلاقات العامة تلعب دورا في توضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة حيث كان عددهم بـ 17 %مبحوثا وقدرت نسبتهم بـ 68 % ، في المقابل نجد عدد الذين لم يوافقوا كان 8 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 32%، تعليلهم يرجع إلى أن البرامج تركز على جوانب وتهمل جوانب أخرى بالإضافة إلى أن التخصص جديد و يستدعي أن تتكون البرامج تطبيقية أكثر منها نظرية، فهذه البرامج تهمل مثلا دور تعلم اللغات الأجنبية التي تعتبر ضرورية لممارسة مهنة العلاقات العامة حسب ما أدى به المبحوثين. ومنه يمكن القول أن وجهات النظر اختلفت بين الطلبة سواء كانوا ذكورا أو إناثا رغم تلقيهم لنفس البرامج التعليمية في التخصص، فالطلبة الذين كانت إجابتهم بـ نعم اکتفوا بما يتلقوه على خلاف الذين أجابوا بـ لا لم يكتفوا بما يقدم في البرامج التعليمية، لأنهم قاموا بالبحث عن المعلومات أكثر لبناء تمثلاتهم وتدعيمها إلا أن البرامج التعليمية تبقى المفتاح الذي يوفر للطلبة القدر الكافي من المعلومات في توضيح مفهوم مهنة وعلى الطالب أن ينظمها وفق ما يخدمه.

جدول رقم 04 : مفهوم مهنة العلاقات العامة الذي يراه الطلبة

النسب المئوية	التكرارات	الاحتمالات
64%	16	بناء صورة إيجابية حول المؤسسة
20%	5	تحسين العلاقة من المؤسسة وجمهورها
12%	3	معالجة الأزمات المتعلقة بالمؤسسة
4%	1	أخرى أذكرها
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي بين مدى رؤية الطلبة لمفهوم مهنة العلاقات العامة الذي درسه كانت إجابة 16 مبحوثا على أن هذا المفهوم يهدف إلى بناء صورة إيجابية حول المؤسسة وقدرت نسبتهم بـ 64 %، في حين نجد الذين يرون بأنه يهدف إلى تحسين العلاقة بين المؤسسة وجمهورها كان 5 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 20 %، بينما رآ أنه كان يهدف إلى معالجة الأزمات المتعلقة بالمؤسسة فأجاب عليه ثلاث مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 12 % ، كما إقترح مبحوثا بديلا آخر تمثل في تعريف الجمهور بمنتجات المؤسسة وكانت نسبته بـ 4%.

من خلال هذه المعطيات المقدمة من الجدول أعلاه تبين أن الطلبة رغم تلقيهم لنفس المحتوى الدراسي إلا أنهم اختلفوا في رؤيته، فالطالب عندما يتلقى المعلومة يتأثر بها ويحاول بناء صورة المفهوم في ذهنه بشكل ثابت، وتكون القدرة على تجسيد هذه الصورة في الواقع أي أنه يخرج الصورة إلى الفعل ، ولا تبقى حبيسة الخيال لا يمكن أن تجسد في الواقع، ومنه يمكن القول أيضا أن الطالب يسعى لبناء تمثلاته وفق ما يتلقاه من المعلومات .

جدول رقم 5: التخصص الأكاديمي وتمييز مفهوم مهنة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	23	92%
لا	2	8%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن التخصص الأكاديمي يساهم في معرفة مفهوم مهنة العلاقات العامة عن باقي المفاهيم الأخرى، حيث كانت إجابة أغلب المبحوثين بالموافقة وكان عددهم 23 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 92%، بينما الذين رفضوا ذلك كان عددهم 2 وقدرت نسبتهم بـ 8%. ومن خلال هذا يمكن القول بأن التخصص الأكاديمي هو المجال الذي يكون به الطلبة تمثلاتهم عن مفهوم مهنة العلاقات العامة بعد أن وفر لهم القدر الكافي من المعلومات وأفكار حول موضوع تمثلهم وهو مهنة العلاقات العامة بالإضافة إلى أن التخصص عامل مهم في تنشئة وتكوين الطلبة لبناء تمثلاتهم بشكل منظم لتستقر في الأخير الصورة التي يريدون رأيتها.

الجدول رقم 06: يوضح عدد السنوات التي تناول فيها الطلبة موضوع العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
سنتين	16	64%
ثلاث سنوات	9	36%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول نلاحظ بأن بين الطلبة تباين عدد السنوات التي تناولوا فيها موضوع مهنة العلاقات العامة حيث كان المجيبون على احتمال سنتين 16 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 64%، بينما الذين درسوا ثلاث سنوات كان عددهم 9 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 36%.

ومنه يمكن القول بأن رغم اختلاف المدة الزمنية إلا أنها لم تكن حاجزاً في بناء تمثلات الطلبة حول مهنة العلاقات لأن سبب الاختلاف راجع أن الطلبة الذين كان لديهم سنتين أي تناولوها في سنة

الأولى والسنة الثانية ماستر حيث كانت لهم في مرحلة ليسانس تخصص آخر وهو علم إجتماع التنظيم والعمل أو تخصص علم الإجتماع التربية على خلاف الدين كانوا لهم ثلاث سنوات وتناولها ضمنها لم يمنعهم من الحصول على المعلومات كافية حول موضوع مهنة العلاقات العامة قد يكون هناك فروق في تكوين التصور حسب عدد كفاية مدة السنوات.

الجدول رقم 07: يبين كفاية مدة التخصص لمعرفة صفات المختص في مهنة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	14	56%
لا	11	44%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن النسبة الأعلى تمثلت في الذين يرون أن المدة كافية في معرفة صفات مختص مهنة العلاقات العامة حيث كان عدد المبحوثين الذين أجابوا على احتمال نعم 14 مبحوثا وقدرت نسبتهم بـ 56% ، وبينما كانت إجابة باقي المبحوثين الرفض لذلك الذين يرون بأن المدة غير كافية كان عددهم 11 مبحوثا وقدرت نسبتهم بـ 44%.

ومنه يمكن القول أن بناء التمثلات تحتاج لمدة زمنية معينة ولا تكون لحظية أو في سنة واحدة وهذا ما يراه "ريكاس" أنه من أبعاد التمثلات وجود الإطار الزمني المحدد والكافي، لإقتناء المعلومة حول صفات المختص في مهنة العلاقات العامة التي توجد في الواقع الفعلي للأفراد أثناء الممارسة.

جدول رقم 08: يبين رأي الطلبة في صفات مختص مهنة العلاقات العامة

النسب المئوية	التكرار	الاحتمالات
4%	1	الصفات الأخلاقية
12%	3	الصفات المهنية
0%	0	الصفات العلمية
84%	21	معا
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين بأن رأي الطلبة حول صفات مختص مهنة العلاقات العامة يرون أنه يجب أن يتوفر على الصفات المهنية والأخلاقية والعلمية معا فكان عدد المبحوثين الذين اختاروا هذا الاحتمال بـ 21 مبحثا وقدرت نسبتهم بـ 84%، وهي أعلى نسبة لتأتي الصفات المهنية في المرتبة الثانية وكان عدد المبحوثين الذين رأوا بأهميتها 3 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 12%، لتحظى الصفات الاخلاقية بإجابة مبحث واحد قدرت نسبته بـ 4%، بينما لم تحظى الصفات العلمية بإجابة المبحوثين. ومنه فالطلبة يرون أن توفر جميع الصفات مع بعضها البعض راجع لأن تمثلاتهم بنيت على قدر كبير من المعلومات حولها، وكانت بالشكل المنظم حول صفات المختص في هذه المهنة وخاصة وأن تمثلاتهم كانت تقريبا في حالة من التطابق الكلي، واستحضار الطالب لصورة الصفات التي في ذهنه تشابه الصورة الموجودة في الواقع أثناء ممارسة مهنة العلاقات العامة.

الجدول رقم 09: يبين بأن المقاييس المدرجة في التخصص وعلاقتها بفهم صفات المختص في مهنة العلاقات العامة.

النسب المئوية	التكرار	الاحتمالات
80%	20	نعم
20%	5	لا
100%	25	المجموع

من خلال الجدول يتضح بأن إجابات المبحوثين تؤكد على أن المقاييس التي يدرسونها تساعد في فهم صفات القائم بمهنة العلاقات العامة فكانت نسبتها الأعلى وكان عددهم 20 مبحوثاً أجابوا بالإيجاب وقدرت نسبتهم بـ 80%، بينما الذين أجابوا بالسلب كان عددهم 5 مبحوثين وكانت نسبتهم 20%. وعليه يمكن القول يجب توفر عناصر تحيط بالطالب في بناء تمثلاته حول هذه الصفات أو ما يعرف بنتائج تساهم في إكساب الطالب القدر الكافي من المعلومات وآراء وأفكار في بناء تمثلاته حول صفات مختص مهنة العلاقات العامة التي تعتبر من خصوصيات ممارسة المهنة.

الجدول رقم 10: يبين أهم المقاييس التي تذكر صفات مختص مهنة العلاقات العامة.

الرتبة المقاييس	المرتبة الأولى	النسبة المئوية	المرتبة الثانية	النسبة المئوية	المرتبة الثالثة	النسبة المئوية	المرتبة الرابعة	النسبة المئوية
مقياس العلاقات العامة	21	84%	3	12%	1	4%	0	0%
مقياس أساليب الإقناع	4	16%	15	60%	5	20%	1	4%
مقياس علم اجتماع الإعلامي	00	00%	3	12%	6	24%	16	64%
مقياس إدارة الأزمات	00	00%	4	16%	13	52%	8	32%
المجموع	25	100%	25	100%	25	100%	25	100%

من خلال الجدول يكون ترتيب المقاييس حسب رأي المبحوثين كالتالي:

المرتبة الأولى كانت لمقياس العلاقات العامة ونجد عدد المبحوثين الذين اختاروه هو 21 مبحوث وكانت نسبتهم 84%، في مقابل ذلك نجد المرتبة الثانية لمقياس أساليب الإقناع حيث كان عدد المبحوثين الذين اختاروه هو 15 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 60%، أما المرتبة الثالثة فكانت لمقياس إدارة الأزمات وكان عدد المبحوثين الذين اختاروه 13 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 52%، أما المرتبة الأخيرة فكانت لمقياس علم الاجتماع الإعلامي وكان عددهم 16 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 64%، وبالتالي نلخص القول بأن الطلبة لهم اهتمام بمراعاة المقاييس الأكثر ذكراً لصفات المختص في مهنة العلاقات العامة، حيث نجد أن مقياس العلاقات العامة هو الأكثر ذكراً لصفات مختص المهنة دون تحديد والأقرب لتعريفهم بها، في

حين كان مقياس الأساليب الإقناعية يهتم بالصفات الإقناعية لإقناع جمهور المؤسسة بما يخصها وتقدمه لهذا الجمهور كعدم الخوف والارتباك أثناء المواجهة، أما فيما يخص مقياس إدارة الأزمات فأغلب الصفات التي تقدم تساهم في حل المشكلات وتقبلها والقدرة على مواجهتها والتصدي لها، أما مقياس علم الاجتماع الإعلامي فالصفات التي يتمثلها الطلبة من خلال هذا المقياس في الجانب الإعلامي نقل المعلومات بكل صدق وأمانة وتجنب التكمم عليها للحفاظ على الصورة الإيجابية للمؤسسة عند الجمهور.

الجدول رقم 11: يبين أهم صفات مختص العلاقات العامة كما يراها الطلبة

المراتب و النسب الاحتمالات	المرتبة الأولى	النسبة المئوية	المرتبة الثانية	النسبة المئوية	المرتبة الثالثة	النسبة المئوية	المرتبة الرابعة	النسبة المئوية	المرتبة الخامسة	النسبة المئوية	المرتبة السادسة	النسبة المئوية
قوة الشخصية	10	40%	7	28%	2	8%	2	8%	2	8%	2	8%
الصدق والأمانة	6	24%	7	28%	3	2%	1	4%	4	16%	4	16%
الدراية التامة بما يخص المؤسسة	2	8%	6	24%	8	32%	1	4%	5	20%	3	12%
الثقافة العالية	00	00%	2	8%	3	12%	10	40%	4	16%	6	24%
القدرة على تحمل المسؤولية	5	20%	1	4%	6	24%	3	12%	5	20%	5	20%
الموضوعية والدقة في التعامل	2	8%	1	8%	4	16%	8	32%	5	20%	5	20%
المجموع	25	100%	25	100%	25	100%	25	100%	25	100%	25	100%

من خلال الجدول يكون ترتيب الصفات حسب رأي أي المبحوثين كالتالي:

المرتبة الأولى قوة الشخصية ونجد عدد المبحوثين الذين اختاروها هو 10 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 40%، أما المرتبة الثانية فكانت لصفة الصدق والأمانة حيث كان عدد المبحوثين الذين اختاروها هو 7 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 28%، بينما في المرتبة الثالثة كانت لصفة الدراية التامة بما يخص المؤسسة فكان عدد المبحوثين الذين اختاروها هو 8 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 32%، أما المرتبة الرابعة فكانت لصفة الثقافة العالية وكان عددهم 10 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 40%، أما المرتبة الخامسة فكانت موزعة على صفتي القدرة على التحمل والموضوعية والدقة في التعامل وكان عدد المبحوثين الذين أجابوا عليها هو 5 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 20%، بالإضافة إلى ذلك نجد صفة الموضوعية والدقة في التعامل حسب رأي الطلبة جاءت في المرتبة الأخيرة وكان عددهم 5 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 20%.

ومن خلال هذه المعطيات المقدمة في الجدول يتبين أن قوة الشخصية جاء في المرتبة الأولى حسب رأي الطلبة وهذا راجع لأنها الصفة التي يجب أن يتمتع بها المختص في مهنة العلاقات العامة انطلاقاً من قدرته على مواجهة المواقف الصعبة التي تمر عليه وتمس المؤسسة من جهة ومن جهة أخرى القدرة على التعامل مع الجمهور الخاص بالمؤسسة سواء كان داخلي أو خارجي أما فيما يخص صفة الصدق والمصادقية فقد كان تمثلهم لها توفير القدر الكافي من الثقة أثناء تعامله بينما الدراية التامة بما يخص المؤسسة لأن المختص يكون مجال عمله في المؤسسة ولديه علم بكل ما يخصها من خلال إتصاله لوحداتها وأفرادها حتى يكون صائبا عند اختبار المقررات التي تكون مناسبة وتخدم مصلحة المؤسسة في حين الثقافة العالية يحمل الكم الهائل من المعلومات بمجال عمله من تأهيل علمي والمهارات الكلامية والتواصلية.

فيما جاءت صفة القدرة على تحمل المسؤولية المهنية أثناء ممارستها بعدم الهروب من الخطأ الذي قد يقترفه أو حتى عندما يتحتم عليه الدفاع عن المؤسسة عند تعرضها للمشاكل لتأتي صفة الموضوعية والدقة في التعامل حسب تصور الطلبة لأهميتها كصفة لمختص المهنة في المرتبة الأخيرة لأن الصفة تحتم عليه أن لا يكون متحيزاً لطرف ما على حساب طرف آخر.

لنستنتج في الأخير أن ترتيب هذه الصفات عند الطلبة أنه راجع إلى رؤيتهم لها من خلال أنها مجسدة في الواقع.

المحور الثالث: يساهم النشاط البيداغوجي لأساتذة التخصص في بناء تمثلات الطلبة لوظائف مهنة العلاقات العامة

الجدول رقم 12: يمثل تأثير طريقة الأساتذة المؤطرين في تكوين أفكار عن مهام مهنة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية	الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	%80	تسهل الاستيعاب	15	%75
			بسيطة	05	%25
			مجموع	20	%100
لا	05	%20			
المجموع	25	%100			

يوضح الجدول أعلاه أن الطلبة يتأثرون بطريقة الأساتذة المؤطرين في تكوين أفكارهم عن مهام مهنة العلاقات العامة، حيث كان عدد المبحوثين الذين أجابوا على نعم هو 20 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 80%، وهو أعلى نسبة حسب رأي الطلبة لأنها تسهل الاستيعاب اختياريها 15 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 60%، أما من حيث الذين يروها بسيطة كان عددهم هم 5 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 20%، أما في ما يخص إجابة المبحوثين بـ "لا" فكان عددهم 5 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 20%.

ومنه يمكن القول بأن الطلبة لبناء تمثلاتهم يتأثرون بمن لهم معرفة وتجارب تفوق ما يمتلكونه وهذا ما يحصل من الطريقة التي يعتمدها الأساتذة لمساعدتهم في بنائها خاصة وأن الأساتذة هم الجماعة المرجعية للطالب وكما نظر إليها "إبريك" على أنها نسق مدرج من المعتقدات تسعى لإستحداث الأسلوب الأنسب لتكون محيطة بالطالب وتوفر له ما يستلزمه في بناء تمثلاته

الجدول رقم 13: يبين طريقة الأساتذة في تقديم المحاضرات والأعمال الموجهة.

النسبة المئوية	التكرار	احتمالات
44%	11	نظرية
8%	2	تطبيقية
48%	12	معا
100%	25	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يوضح الطريقة المعتمدة هي الطريقة النظرية والتطبيقية معا وهذا حسب إجابات المبحوثين والذي كان عددهم 12 وقدرت نسبتهم بـ 48%، بينما الطريقة النظرية لوحدها فكان عدد المبحوثين الذين أجابوا عليها هو 11 مبحوثا وقدرت نسبتهم بـ 44%، بينما الطريقة التطبيقية فأجاب عليها مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 8%.

ومنه يمكن القول بأن الطريقة المعتمدة من طرف الأساتذة تساهم بشكل كبير في مساعدة الطلبة في بناء تمثلاتهم حول مهنة العلاقات العامة لأنها توفر المعلومات التي يحتاجها الطالب لتدعيم تصوراته ووضعه في إطار قابل للاستيعاب الكم المعرفي ويسمح له في نفس الوقت من تبادل ونقل ونشر المعرفة هو كذلك وهو ما يتوفر في طريقة التدريس التي يعتمدها الأساتذة وبالأخص الطريقة النظرية والتطبيقية معا حيث يجعل الطالب يتلقى ويقدم ما بحوزته من معلومات لأن هذه الطريقة تفتح المجال للتفاعل بين الطالب والأساتذة.

الجدول رقم 14: علاقة الطريقة التي يستخدمها الأساتذة بتعلم الطلبة مهارات الاتصال لمهنة العلاقات العامة.

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات	النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
20%	3	استخدام الألفاظ الصحيحة	60%	15	نعم
13%	2	تعلم مبادئ الحوار			
67%	10	تعلم مهارات الإقناع			
100%	15	المجموع			
			40%	10	لا
			100	25	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أفراد العينة صرحوا بأن طريقة التي يعتمدونها الأساتذة تساعدهم في تعلم المهارات الإتصالية في ممارسة مهنة العلاقات العامة حيث بلغ عدد المبحوثين الذين أجابوا بالموافقة 15 مبحثاً وقدرت نسبتهم بـ 60%، حيث ساعدتهم في تعلم مهارات إقناع بنسبة 67%، أما استخدام الألفاظ الصحيحة بنسبة 20%، أما تعلم مبادئ الحوار بـ 13% أما في جهة الإجابة على الاحتمال بـ "لا" كان عدد المبحوثين هو 10 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 40%.

ومنه يمكن القول بأن الطريقة المعتمدة من طرف الأساتذة ساهمت في خلق نوع من الاتصال بينهم وبين الطلبة وهذه الاتصالات سمحت بتكامل المعارف والأفكار والتجارب وتلقينها للطلبة لتساهم في إعطائهم صورة إيجابية في كيفية ممارسة مهنة العلاقات العامة انطلاقاً من أمور بسيطة والتي قد يستخدمها الطالب في الحياة اليومية بصفة دائمة كاستخدام الألفاظ الصحيحة و استخدام مبادئ الحوار السليم أثناء المحادثات إلى كيفية اكتساب المهارات الإقناعية اللازمة لإقناع الآخرين.

الجدول رقم 15: تأثير شروحات الأساتذة على تصورات الطلبة حول وظائف مهنة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	3	12%
أحيانا	21	84%
لا	1	4%
المجموع	25	100%

يبين الجدول أعلاه بأن رأيت الطلبة للشروحات المقدمة من طرف الأساتذة حول وظائف مهنة العلاقات العامة مثلت أعلى نسبة لإحتمال أحيانا، حيث كان عددهم 21 مبحوث وقدرت نسبتهم بـ 84%، في حين نجد الدين أجابوا على الاحتمال بنعم كان عددهم 3 مبحوثين وقدرت بـ 12%، في حين أجاب مبحوث واحد على احتمال بـ لا وقدرت نسبة بـ 4%.

ومنه يمكن القول أن تمثلات الطلبة ترتبط بالشروحات المقدمة من طرفه الأستاذة حول وظائف مهنة العلاقات العامة خاصة وأنها تسعى لتحديد الاتجاهات وتكوين الآراء والتصرفات التي تتوافق وتمثلات الطلبة لأن الشروحات عند تكرارها تسعى إلى ترسيخ المعلومات في أذهان الطلبة وتثبيتها وتحقيق لهم نوعا من الاندماج المعرفي نحو مهنة بداية من أن الوظائف تعتبر كعناصر للمهنة في ممارسة العلاقات العامة فالأستاذة يحاولون تجزئة الأمور وتبسيطها وليس إعطاء الطابع الكلي مما قد يؤدي إلى تثبيت ذهنية الطالب أثناء بنائه لتصوراتهم حولها ومما لخصناه من الجدول بأن الشرح تكون أحيانا لغرض التذكير الطالب وترسيخ فيه المعلومة اللازمة لخروج إلى الصورة التي يريدها هو.

الجدول رقم 16: يبين تأكيد الأساتذة على تقديم معلومات جديدة أثناء شرح وظائف مهنة العلاقات

العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	18	72%
لا	7	28%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول أعلاه يبين أفراد العينة بأن هناك تأكيد من طرف الأساتذة على تقديم معلومات جديدة أثناء شرحهم لوظائف مهنة العلاقات العامة عبر على ذلك 18 طالبا وقدرت نسبتهم بـ 72%، فيما كانت الإجابة على احتمال الإجابة بـ "لا" 7 طلبة قدرت نسبتهم بـ 28%.

ومنه يمكن القول من خلال إجابة الطلبة بأن الأساتذة يحرصون على تقديم معلومات جديدة تساعد الطلبة في بناء تمثلات في كل مرة خاصة وأن هذه الشروحات تساهم في تفسير وفهم ما يخص مهنة العلاقات العامة وتجنب الوقوع في الغموض يعنى ذلك أن الأساتذة يؤثرون في بناء تمثلات الطلبة بشكل مباشر .

الجدول رقم 17: يبين الكيفية التي تكون عليها شروحات الأساتذة

النسب المئوية	التكرار	الاحتمالات
8%	2	دائما
80%	20	أحيانا
12%	3	نادرا
100%	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأن عدد المبحوثين الذين رأوا بأن شروحات الأساتذة تكون أعلى نسبة حيث كان عددهم 20 مبحثا وقدرت نسبتهم 80%، ليأتي بعدها الاحتمال نادرا وكان عددهم 3 مبحثين وقدرت نسبتهم بـ 12%، بينما الاحتمال دائما كان عددهم مبحثين وقدرت نسبتهم بـ 8%.

ومما تشير إليه هذه المعطيات بأن الكيفية التي يقدم بها الأساتذة لشروحات تساعد في بلورة تمثلات جديدة تعينهم على فهم واقع المهنة وتفسير وخاصة هذه الشروحات عندما تكون أحيانا محاولة إكساب الطلبة معلومات جديدة وترسيخها تدريجيا داخل نظام تفكيرهم.

الجدول رقم 18: أهم وظيفة لمهنة العلاقات العامة يشرحها الأساتذة شرحا وافيا.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
وظيفة التخطيط	12	48%
وظيفة التسويق	3	12%
وظيفة الاتصال والإعلام	8	32%
وظيفة التنسيق	2	8%
وظيفة التقويم	0	0%
الوظيفة الإدارية	0	0%
المجموع	25	100%

بين الجدول أعلاه أن الوظيفة التي تتال الشرح الوافي من طرف الأساتذة حسب ما يراه الطلبة كانت وظيفة التخطيط بأعلى نسبة حيث أجاب منهم 12 طالبا وقدرت نسبتهم بـ 48% ، بينما رأى 8 مبحوثين أنها وظيفة الاتصال والإعلام قدرت نسبتهم بـ 32% ، بينما المبحوثين الذين إختاروا وظيفة التسويق وكان عددهم 3 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 12%، في حين لم يختار أي مبحوث وظيفة التقويم والوظيفة الإدارية.

ومنه يمكن القول من معطيات الجدول أن الأساتذة يركزون على الوظائف الأكثر أهمية من باقي الوظائف الأخرى، وهذا الأمر لم يمنع من مساهمته في تشكيل تمثلات الطلبة حول مهنة العلاقات لأن هذه الطريقة تبقى مجرد تيريرات لتوفير الكم الهائل من المعلومات للطلبة.

الجدول رقم 19: زيادة وضوح صورة مهنة العلاقات العامة مع زيادة الشرح.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	22	88%
لا	3	12%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول نلاحظ بأن عدد المبحوثين الذين تتضح لهم صورة مهنة العلاقات العامة من خلال الشروحات يمثل النسبة الأعلى وكان عددهم 22 مبحثاً وقدرت نسبتهم بـ 88%، في المقابل نجد أن الدين أجابوا بـ "لا" هو ثلاث مبحوثين والدين تقدر نسبتهم بـ 12%، أي أن الشروحات لم تمكنهم من تصولر مهنة العلاقات العامة بوضوح.

ومن خلال هذه المعطيات يمكن القول بأن توفير القدر الكافي من المعلومات من خلال الشرح يساعد ويؤثر في بناء تمثلات الطلبة وتحديد رؤيتهم اتجاه مهنة العلاقات العامة، حيث نجد الطلبة لهم صورة واضحة عن المهنة وهذا بفضل ما كانوا يتلقوه من معارف من طرف الأساتذة عن مهنة العلاقات العامة فرؤيتهم كانت متفق عليها فالصورة التي كانت في مخيلتهم بأن مهنة العلاقات العامة مهنة مهمة وإيجابية ولها دور كبير في المؤسسة في معالجة الأزمات وخلق العلاقة الحسنة بين المؤسسة وجمهورها بإضافة إلى أنه يمارسها مختص له إلتزامات بضوابط المهنة، ومنه يمكن القول بأن هذه الصورة التي شكلوها راجعة إلى توفر المعلومات من طرف الأساتذة سواء أكانت كمية أو كيفية وأكبر مؤشر دال على أن التمثل يبني من خلالها والمعلومة هي القاعدة الأساسية للتمثل.

المحور الرابع: تؤثر علاقات التفاعل بين الطلبة وزملائهم السابقين في بناء تمثلاتهم حول موقفهم من مهنة العلاقات العامة.

الجدول رقم 20: يبين وجود النقاش بين الطلبة وزملائهم حول مهنة العلاقات العامة.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	20	80%
أحيانا	5	20%
المجموع	25	100%

يوضح الجدول أعلاه بأن هناك مواضع تدور وتناقش بين الطلبة وزملائهم حول مهنة العلاقات العامة، حيث كان عدد أفراد العينة الذين أكدوا على ذلك 20 مبحث وقدرت نسبتهم بـ 80%، بينما في المقابل نجد أن الذين نفوا كان عددهم 5 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 20%.

من خلال المعطيات المتوفرة في الجدول يمكن القول أن التمثل لا يكون إلا لشيء واقعي وأن يتوفر الموضوع الذي هو مهنة العلاقات العامة وما يخلقه من آراء واتجاهات حولها، فكانت أغلب النقاشات التي تدور بين الطلبة وزملائهم عن واقع مهنة العلاقات العامة في الجزائر والمكانة التي لا تحظى بها في المؤسسة الجزائرية، رغم أهميتها ودورها الكبير بالأخص وأن القائم عليها يحظى بمهارات لا تتميز بها باقي الوظائف الأخرى، ويتبادل هذه المواضيع تولد نوعا من التفاعلات بين الطلبة لاعتبارهم فاعلين ويحتاجون لوجود جماعة اجتماعية ومتأثرة بالموضوع لتحقيق الفهم الجيد هذا على حد ما يراه "مولبندر" وكان متوافقا مع ما وصلت إليه هذه الدراسة من علاقة بين الطلبة وزملائهم السابقين.

الجدول رقم 21: يبين بأن النقاشات تؤدي تبادل الآراء بين الطلبة وزملائهم لتبين موقفهم حول مهنة

العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	20	80%
لا	5	20%
المجموع	25	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة الأعلى للمبحوثين الذين أجابوا بـ "نعم" حول أن الطلبة يتبادلون النقاشات مع زملائهم السابقين لتبني موقفهم حول مهنة العلاقات العامة كان عددهم 20 مبحثا وقدرت نسبتهم بـ 80%، في مقابل ذلك نجد أن عدد المبحوثين الذين أجابوا بـ "لا" هو 5 مبحثين وكانت نسبتهم 20% بأن النقاش مع زملائهم السابقين لا تؤدي لتبني موقف حول مهنة العلاقات العامة.

ومن خلال هذه المعطيات يمكن القول أن أغلب الطلبة يخضعون لحالة التفاعل مع زملائهم السابقين في بناء تمثلاتهم خاصة وأن الموضوع مشترك بينهم ومهم وهو مهنة العلاقات العامة وهذا ما يؤكد عليه "دواز" وهذا الاشتراك يعتبر مبدأ مهم للطلبة لتبني الموقف حول مهنة العلاقات العامة وخاصة وأن هذه العلاقات يكونها الطلبة في المحيط الداخلي للجامعة وليس في محيط خارج عن الجامعة خاصة وأن هذه النقاشات تولد نوعا من التفاعل بين الطالب وزملائه السابقين باعتباره عنصر محيط تعمل على تكوين تمثلات الطالب.

الجدول رقم 22: يبين تأثير الزملاء السابقين على الطلبة في معرفة أهمية مهنة العلاقات العامة.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	14	56%
لا	11	44%
المجموع	25	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الطلبة يتأثرون بزملائهم السابقين في معرفة أهمية مهنة العلاقات الدولية العامة حيث كان عددهم 14 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 56%، بينما الذين نفوا ذلك كان عددهم 11 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 44%.

ومنه يمكن القول أن الطلبة الذين يتأثرون بزملائهم السابقين ربما كان لهم قدر قليل من المعلومات حول هذه المهنة والزملاء السابقين لهم كم هائل من المعلومات ولهم اتجاه إيجابي نحو مهنة العلاقات العامة ولهم قدرة في الإقناع وتقديم موقفهم في أحسن صورة حتى تجعل الطلبة يتأثرون بهم وخاصة وأنهم يقومون بشرح المعلومات المتوفرة لديهم حول المهنة باعتبارهم جماعة مرجعية يتم اللجوء إليها للاستفسار خاصة وأن الموضوع المتمثل مشترك بينهم.

الجدول رقم 23: يبين تبادل المعلومات مع الزملاء السابقين تساعد في معرفة الأمور الغامضة عن مهنة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	20	80%
لا	5	20%
المجموع	25	100%

من خلال الجدول يتبين أن المبحوثين الذين يتبادلون المعلومات مع الزملاء السابقين لتتضح المسائل الغامضة كانت لها النسبة الأكبر حيث كان عددهم 20 مبحوثاً وقدرت نسبتهم بـ 80%، بينما كان عدد المبحوثين الذين خالفوا الرأي هو 5 وقدرت نسبتهم بـ 20%.

ومنه يمكن القول بأن تبادل المعلومات هو الجزء الأصلي والمحوري لبناء الطلبة لتمثلاتهم حول الأمور الغامضة المتعلقة لمهنة العلاقات العامة، بالأخص أن انتقاء هذا الغموض قد يكون الجزء الرئيسي التي تدور عليه تمثيلات الطلبة حول مهنة العلاقات العامة، وإن لم يسعى الطالب لفك من الغموض فإن التمثل يصبح عنده جدلات في مخيلته لا معنى لها.

الجدول رقم 24: يبين تبادل المعلومات مع الزملاء السابقين في تكوين صورة إيجابية عن المهنة.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	21	%84
لا	4	%16
المجموع	25	%100

يوضح الجدول أعلاه بأن تبادل المعلومات بين الطلبة وزملائهم السابقين تساعدهم في تكوين صورة إيجابية حول مهنة العلاقات العامة، حيث كان عدد الذين يتبادلون المعلومات مع زملائهم السابقين 21 مبحثاً وقدرت نسبتهم بـ 84%، بينما نجد أن عدد المبحوثين الذين أجابوا بـ "لا" كان عددهم 4 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 16%.

ومنه يمكن القول أن التفاعل بين الطلبة وزملائهم السابقين وهو الفعل الأساس الذي تقوم عليها الصورة الإيجابية وهذا ما أكد عليه موسكوفيتشي، خاصة وأن التمثل يتمثل في جزء رئيسي هو النواة وتدور حولها أجزاء محيطية هم الزملاء السابقين وما توفره من معلومات وسلوكيات ومواقف قد يصعب على الطالب إن يلقيها ويعبر عنها.

الجدول رقم 25: يبين وسائل تفاعل الطلبة مع زملائهم الاسبقين حول مهنة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
الكتب والمجلات	3	12%
الهاتف	0	0%
شبكات التواصل الاجتماعي	10	40%
أخرى (وجها لوجه)	12	48%
المجموع	25	100%

يتضح من خلال هذا الجدول أن أعلى نسبة في تعلق بالوسائل المستخدمة في تفاعل الطلبة مع زملائهم السابقين كانت للإحتمال البديل الذي اقترحه الطلبة وهو التفاعل وجها لوجه حيث كان عددهم 12 مبحوثا وقدرت نسبتهم بـ 48%، بينما كانت وسيلة شبكات التواصل الاجتماعي إجابة 10 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 40%، في حين كان عدد الذين اختاروا الكتب والمجلات ثلاث مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 12%، في حين لم يحظى احتمال الهاتف بإجابة المبحوثين.

ومنه يمكن القول أن الطلبة ليتفاعلوا مع زملائهم السابقين يفضلون النقاشات التي تكون وجها لوجه من خلال تبادل أطراف الحديث المطول بكل أريحية وشفافية حول مهنة العلاقات العامة، وفي مجمل الأمور التي تخصها لأن هذه الوسيلة أو الأسلوب تدعم الكثير للطلبة لبناء تمثلاتهم حول مهنة العلاقات العامة وفق ما يتلائم مع الصورة التي يريد أن يكونها وفق مدركاته.

الجدول رقم 26: يبين المواضيع التي يناقشها الطلبة مع الزملاء السابقين فيما بينهم

النسب المئوية	التكرار	الاحتمالات
64%	16	معرفة واقع مهنة العلاقات العامة في الجزائر
28%	7	الحصول على مهارات ومكتسبات جديدة حول مهنة العلاقات العامة
8%	2	أخرى أذكرها
100%	25	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى كانت للمبحوثين الذين يرون بأن مواضيع النقاش تساعدهم في معرفة واقع مهنة العلاقات العامة حيث كان عددهم 16 مبحثا وقدرت نسبتهم بـ 64%، في حين كانت إجابات الحصول على معارف ومكتسبات جديدة حول مهنة العلاقات العامة 07 مبحوثين وقدرت نسبتهم بـ 28%، فيما كانت إجابة المبحوثين على احتمال آخر المتمثل في معرفة مصيرهم بعد التخرج وكانت نسبتهم 8%.

ومنه يمكن القول النقاشات التي يتناولها الطلبة حول مختلف المواضيع التي تمس مهنة العلاقات العامة عبارة عن وضعية اجتماعية يتم من خلالها نقل المعلومات المكتسبة وهذا ما يراه موسكو فيتشي لتشكيل في الأخير تفاعلات بينهم تزيد من فهم الموضوع بالشكل الصحيح وإعطاء الصورة المناسبة لما يجعلونها عن مهنة العلاقات العامة وتحديد موقفهم بشكل صحيح.

ثانياً: مناقشة وتحليل نتائج الداسة في ضوء الفرضيات

الفرضية الأولى: يلعب التخصص الأكاديمي دوراً في تكوين تمثيلات الطلبة حول خصوصيات المهنة العلاقات العامة.

من خلال الجدول رقم 03 استنتجنا أن 68% من البحوثيين يرون قدرة البرامج التعليمية في توضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة ، بالإضافة أننا استنتجنا من خلال الجدول رقم 05 أن 92% من البحوثيين يرون أن التخصص الأكاديمي هو الأنسب لتوضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة عن باقي المهن الأخرى ، بالإضافة إلى ذلك استنتجنا من الجدول رقم 07 أن 56% من البحوثيين يرون أن مدة التخصص الأكاديمي تمكنهم من معرفة صفات المختص في مهنة العلاقات العامة. بالإضافة إلى ذلك نجد أن المقاييس المدرجة في التخصص تساهم هي الأخرى في فهم القائم بمهنة العلاقات العامة وهو ما استنتجناه بنسبة 80% من خلال الجدول رقم 09 وعليه فإن التخصص الأكاديمي عامل يساهم في تكوين تمثيلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة، من حيث المدة الزمنية للتخصص والمقاييس المدرجة وما توفره من معلومات للطلبة وبالتالي وحسب النتائج تبين أن الفرضية إيجابية ومؤكدة.

الفرضية الثانية: يساهم النشاط البيداغوجي للأستاذة في بناء تمثيلات الطلبة نحو وظائف مهنة العلاقات العامة.

يبين الجدول رقم 12 أن الطلبة يتأثرون بطريقة الأساتذة في تكوين أفكار عن مهام مهنة العلاقات العامة بنسبة 80% وأن هذه الطريقة تمثلت في الطريقة النظرية والتطبيقية مع أثناء تقديمهم للمحاضرات والأعمال الموجهة وهو ما استنتجناه من الجدول رقم 13 بنسبة 48% وأن هذه الطريقة المستخدمة تساعد الطلبة في تعلم المهارات الاتصالية في ممارسة مهنة العلاقات العامة من حيث استخدام الألفاظ الصحيحة وتعلم مبادئ وتعلم المهارات الإقناعية وهو ما استنتجناه من الجدول رقم 14 بنسبة 60% بالإضافة إلى ذلك استنتجنا من خلال الجدول رقم 16 أن 84% من الطلبة يرون بأن هناك شروحات مقدمة من طرف الأساتذة حول وظائف مهنة العلاقات العامة تكون أحيانا ، إلا أنها كافية حيث

يسعى الأساتذة من خلالها إلى تقديم معلومات جديدة وتأكيدا تدريجيا ، حتى لا يشعر الطالب بالضغط في فهمها وهو ما استنتجناه من الجدول رقم 17 بنسبة 72% ومن خلال هذه الشروحات المقدمة تساهم في توضيح صورة المهنة لدى الطلبة بنسبة 88% وهو ما يبين لنا في جدول رقم 19. وعليه فإن نشاط الأساتذة البيداغوجي يساهم في تكوين تمثلات الطلبة حول وظائف مهنة العلاقات العامة، وهذا ما وصحته الجداول من حيث طريقة المعتمدة في تلقين المعلومات والأفكار لطلبة مع الشروحات المكثفة حول وظائف مهنة العلاقات العامة التي ساعدتهم في توضيح صورة هذه المهنة ومن خلال هذه النتائج تبين أن الفرضية قد تحققت .

الفرضية الثالثة: تؤثر علاقات التفاعل بين الطلبة وزملائهم في بناء تمثلاتهم لمهنة العلاقات العامة.
تبين مختلف الشواهد الإحصائية في الجداول المتعلقة بالفرضية كانت لطلبة اتجاه إيجابي للمهنة، حيث استنتجنا من الجدول رقم 20 أن 80% من الطلبة تدور بينهم وبين زملائهم السابقين مواضيع حول المهنة وهذه المواضيع تؤدي إلى تبني مواقف إيجابية وهو ما بينه لنا الجدول رقم 21 بنسبة 80%. إضافة إلى ذلك أن الجدول رقم 23 يؤكد بأن 80% من الطلبة يتبادلون المعلومات مع زملائهم السابقين وتساعدهم في معرفة الأمور الغامضة عن المهنة وأن هذه المعلومات المتبادلة تساعدهم في تكوين صورة إيجابية عنها وهو ما استنتجناه من الجدول رقم 24 بـ 84%، ليوضح لنا الجدول رقم 26 بأن نسبة 64% من المواضيع التي يتناقشها الطلبة مع زملائهم السابقين تمثلت في معرفة واقع المهنة في الجزائر وهو الأمر الذي يساعدهم أكثر في تحديد موقفهم اتجاه المهنة. وعليه انطلاقا من النتائج التي قدمتها الجداول السابقة فإن علاقات التفاعل بين الطلبة وزملائهم السابقين تساهم في بناء تمثلاتهم حول موقفهم من مهنة العلاقات العامة من خلال مواضيع النقاش وتبادل المعلومات والآراء والأفكار ومنه يمكن القول أن الفرضية محققة.

بما أن الفرضيات الثلاثة تأكدت وتحققت في الواقع وأظهرت إيجابياتها وصحتها فإن الفرضية العامة صحيحة أي أن هناك عوامل تؤثر في تكوين تمثلات الطلبة حول مهنة العلاقات العامة تمثلت في ثلاث عوامل رئيسية وهي دور التخصص الأكاديمي والنشاط البيداغوجي للأساتذة وتفاعل الطلبة مع زملائهم السابقين.

ثالثاً: نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

بعد التوصل إلى نتائج الدراسة والتحقق من فرضياتها نسلط الضوء على الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في دراستنا وتبيان نقاط الاختلاف والتوافق كالاتي:

- دراسة مليكة جابر بعنوان: التمثلات الاجتماعية للطلبة الجامعيين (ما بعد التدرج) لفرص العمل، جاءت نتائجها مشابهة لنتائج هذه الدراسة فالطلبة لهم تصورات حول موضوع مهنة المستقبل إنطلاقاً من ما يوفره التكوين الجامعي.

- دراسة، محمد شابي بعنوان: دور التعليم الجامعي في تشكيل تمثلات الطلبة للمرأة العاملة والتي كانت من نتائجها أن النسق الجامعي يتشكل عند الطلبة عن طريق ضغوطات الهابيتوس الطلابي تمثلات جديدة تميزهم كطلبة تتراكم هذه الأخيرة عبر السنوات الجامعية لتصير مواقف واتجاهات تحدد سلوكياتهم . تشير نتائج دراستنا إلى أن النسق الجامعي وما يوفره من التخصص الأكاديمي والأساتذ والمزملاء كأنساق ضغرى تساهم في تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة، وهذه النتيجة التي توصلت لها دراستنا ليست بعيدة عما توصلت لها دراسة محمد شابي.

- دراسة أبو حمد أبو الزيت دراسة بعنوان: دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة ، والتي أشارت نتائجها إلى أن الدوائر العلاقات العامة دور في استقطاب الطلبة والسعي لبناء صورة إيجابية لديهم حيث أشارت نتائج دراستنا أن للطلبة تصورات إيجابية عن مهنة العلاقات العامة والدور المهم الذي تقوم به في المؤسسة ، من خلال الصورة الذهنية التي يحملها طلبة (علم الاجتماع العلاقات العامة).

-دراسة سلطان بن عجمي الحمادي بعنوان: اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها حيث كان من النتائج المتوصل إليها وجود اتجاهات إيجابية عن أهمية مهنة العلاقات العامة من حيث الأنشطة والبرامج التي تقوم بها كما أن مهنة العلاقات العامة مهنة أساسية في كل مؤسسة وهو ما يتفق مع دراستنا حيث أن الطلب مما يتصورونه يؤكدون على أهميتها ودورها في المؤسسة، كما أن القادة في الجوازات لهم اتجاه إيجابي نحوها وهو ما يحمله الطلبة تخصص علم الاجتماع العلاقات العامة إلا أن حاجزهم الوحيد هو غيابها في المؤسسات الجزائري.

رابعاً: النتيجة العامة:

استناداً إلى معطيات بحثنا والنتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة الميدانية يبين لنا أن هناك عوامل مؤثرة ومساعدة في بناء تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة تمثلت في التخصص الأكاديمي والنشاط البيداغوجي للأساتذة وتفاعل الطلبة مع زملائهم السابقين لتكون لهم الصورة الواضحة والتي لا يشوبها أي غموض فتبين أن هذه العوامل تحدها المؤشرات اللازمة لها، تتوافق والطالب الجامعي أي لا تمارس عليه قهرياً.

- التخصص الأكاديمي هو المجال الذي ينطلق فيه الطالب لبناء تمثلاته في كل ما يخص جوانب مهنة العلاقات العامة.

- البرامج التعليمية المقدمة تلعب دوراً في توفير المعلومات للطلبة.

- المدة الزمنية للتخصص تساهم في تنظيم معارف الطلبة ولها دور كبير في بلورة تمثلاتهم بما تحرص عليه من تقديم للمقياس التي تعتبر كنواة من الصعب التخلي عليها.

- ومن جهة أخرى أن النشاط البيداغوجي يلعب دوراً لا بأس به في إثراء الرصيد المعرفي للطلاب من معلومات وأفكار تعتبر محفزاً في بناء التمثلات الطلبة وهي النتيجة التي تؤكدتها الفرضية الثانية واستناداً للمؤشرات التي استخدمت للبحث فيها.

كما استنتجنا في الأخير أن الطلبة يتأثرون بعلاقاتهم مع زملائهم السابقين في التخصص من خلال تبادل المعلومات والنقاشات والآراء باعتبارهم جماعة مرجعية يرجع إليها الطلبة للاستفسار والتوضيح الأمور المبهة عن آفاق واقع مهنة العلاقات العامة وهي ما أكدته لنا الفرضية الثالثة.

خلاصة الفصل

إن ما توصلنا له وأفرزته معطيات الجداول من نتائج التي ساهمت في تأكيد من صحة الفرضيات الدراسة ميدانيا وصولا إلى تحديد أهم نتائجها لتحديد لنا في الأخير الاستنتاج العام للدراسة الذي كان بمثابة الإجابة على التساؤل الرئيسي لها.

الخاتمة

إن التمثلات الاجتماعية من بين المواضيع التي تكتسب أهمية كبيرة في علم الاجتماع وهذا لدورها في معرفة الآراء والتصورات سواء الفردية أو الجماعية فهي شكل من أشكال المعرفة وتتشكل من النواة وعناصر محيطية ويستدعي في بناء التمثلات توفر الموضوع وبما أن موضوع دراستنا في بناء التمثلات توفر الموضوع وبما أن موضوع دراستنا هو مهنة العلاقات العامة التي تعتبر إحدى التخصصات التي يهتم بها الطلبة علم الاجتماع ويميلون إلى دراستنا نظرا لما يرتبط بها من أهمية في مختلف المؤسسات من تدعيم الثقة الجمهور بالمؤسسة وبناء سمعة طيبة لها، إلا أن هذا الاهتمام في الحقيقة مرتبط بشكل مباشر بما يحمله هؤلاء من تصورات عن هذه المهنة بجمل الأفكار والمعارف التي يتلقونها حولها في ظل التكوين الجامعي ويساعد العوامل المحيطة بهم هو ما توصلت له نتائج دراستنا الميدانية حيث يتأثر الطلبة بعوامل مساعدة في بناء تمثلاتهم حول مهنة العلاقات العامة انطلاقا من مجال التخصص الأكاديمي وما يوفر من شروط وهي مدة التكوين اللازمة ومن جهة أخرى المقاييس المدرجة ضمنه حيث من خلالها يحمل الطالب على القدر الكافي من المعلومات والأفكار الخاصة بالإضافة إلى أن هناك جماعة مرجعية يتأثر بها وهم الأساتذة والزملاء السابقين.

قائمة المراجع

I. المراجع باللغة العربية:

أولاً- معاجم:

1. جيل فيريول: معجم مصطلحات علم الاجتماع، ترجمة أنسام محمد الأسعد، دار كتاب الهلال، بيروت، ط1، 2011 .
2. المنجد في اللغة والأعلام، دار الشروق، بيروت، ط36.

ثانياً- الكتب:

3. إحسان محمد الحسن: النظريات المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005.
4. إسماعيل قيرة آخرون: التصورات لاجتماعية والنسق القيمي، دار أنساب للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2007.
5. بلال خلف الساكرنية: أخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2009.
6. بوبكر بوخريس: المفاهيم والعمليات الأساسية في علم النفس الاجتماعي، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، 2006.
7. جمال معتوق: العلوم الاجتماعية والبحث الاجتماعي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2013.
8. جوتان تيرتر: ترجمة محمد سعيد فرح: بناء نظرية علم الاجتماع، منشأة المعارف الإسكندرية، ط2، 2006 .
9. حمدي عبد الحارس البخوشوشي، العلاقات العامة في مهنة الخدمة الاجتماعية، المكتب العلمي للكمبيوتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1997 .
10. رضوان بلخيري: مدخل إلى اتصال والعلاقات العامة، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014.
11. روبرت مكلفين روتشاد غروتس : ترجمة ياسين حداد : مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2002.
12. زهير عبد اللطيف ،عايد وأحمد العابد أبو السعيد: إدارة العلاقات العامة والبرامج، دار اليازوري
13. زياد محمد الشerman، وعبد الغفور عبد الله عبد السلام: مبادئ في العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
14. زيدان عبد الباقي :علم الاجتماع المهني، مطبعة السعادة، القاهرة، ط1، 1976.

15. سحر محمد وهبي: بحوث في اتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1996.
16. سلاطينة بلقاسم، حسان الجليلي: محاضرات في مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2009 .
17. سميح أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة: علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية الأولى، 2002.
18. شذوان علي شبيبة: العلاقات العامة بين نظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، إسكندرية، 2003.
19. صالح خليل أبو إصبع: العلاقات العامة واتصال إنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2009.
20. عبد الخالق محمود العفي: العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية فن التواصل وصناعة التميز، المكتبة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2014.
21. عبد الرزاق الدليمي: العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط2011، 1.
22. عبد الرزاق محمد الدليمي: العلاقات العامة في المجال الدولي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
23. عبد السلام أبو قحف: هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، جامعة بيروت، 2000.
24. عبد الله محمد العناد: التخطيط إدارة برامج العلاقات العامة، مطابع التقنية للأوفيس، ط1، 1998.
25. عبد الله محمد لوري الديرشوي: الأخلاق الإسلامية وآداب المهنة، دار إنتساب السعودية، 2013.
26. عبد المحي محمود صالح: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2004 .
27. عبد المعطي عفاف، يعقوب عبد الرحمان: التطورات المنهجية وعملية البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2002.
28. -عبد الناصر أحمد جريدات وليان هاشن الهاشمي: أسس العلاقات العامة ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، ط2005، 2.
29. عبد الناصر جندلي: تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، ط2، 2000.
30. عبيدة السيطي، كلثوم مسعودي: مدخل إلى العلاقات العامة، دار الخلدونية، للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2010.

31. العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
32. علي برغوت: العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية، القاهرة، 2007 .
33. علي جابر الشمري: الأساليب العلمية في ممارسة مهنة العلاقات العامة مدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
34. علي عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، علم الكتب، القاهرة، مصر، 2001.
35. علي كنعان: العلاقات العامة في الصحافة والإعلام، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة العربية، 2015.
36. علي معمر عبد المؤمن: مناهج البحث في البحوث الاجتماعية الأساسية والتقنيات الأساليب، دار بنغازي، ليبيا، ط1، 2008.
37. غريب عبد السميع: اتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شهاب الجامعية، الإسكندرية، 2006 .
38. فاطمة حسين عواد: اتصال وإعلام وتسويق، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
39. فخري جاسم سليمان وآخرون: العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة والنشر، كلية إدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 1981.
40. فريحة محمد كريم: العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2012.
41. فضيل دليو: إشكالية المشاركة الديمقراطية في الجامعة الجزائرية، منشورات جامعة قسنطينة، 1999.
42. فوزية غرابية وآخرون: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
43. فيضيل دليو: المنهجية في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2008.
44. كمال محمد المغربي: أساليب البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار الثقافة، عمان، ط1، 2006.
45. محمد جهاد جمال، دلال هلال: مهارات اتصال إنساني بين اللفظية وللغير لفظية في اللغة العربية، دار الكتاب ، إمارات العربية المتحدة ، ط1، 2008.

46. محمد سيرى فؤاد نعر: التفكير العلمي والتفكير النقدي، المكتبة الجامعية الحديثة، الإسكندرية، مصر، 2003.
47. محمد عبد الفتاح : العلاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية (أسس ومبادئ) ،المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1994.
48. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، 1999.
49. محمد مصطفى كمال: العلاقات العامة بين التكنولوجيات اتصال والأزمات ،دار المنهل اللبناني، بيروت، ط1، 2011.
50. محمد منير جحاب: العلاقات العامة في المؤسسة الحديث، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2001، 1.
51. محمود عودة:أسس علم الاجتماع ، مكتبة سعيد رأفت، الإسكندرية، 1990.
52. مصطفى يوسف: العلاقات العامة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
53. ناصر محمد جودث: الدعاية وإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، للنشر والتوزيع ،الأردن ط2008، 1.
54. هباس رجاء الدبس:العلاقات العامة والإدارة العليا، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن، عمان، ط2011، 2.
55. هناء حافظ بدوي: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية)، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2011.
56. وائل عبد الرحمان القل ، عيسى محمد فحل: البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ،الأردن ، 2007.
57. وليد خلف الله دياب: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، طبعة العربية، 2014.
- ثانيا- المجالات
58. ابتسام غانم:مقارنة لمصطلح التصور الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، السنة7، العدد43، الجزائر، خريف2009.

59. بشرى عناد مبارك: التمثلات الاجتماعية وعلاقتها بالتوجه نحو السيادة الوطنية لدى المتمثلين للأحزاب السياسية، مجلة الفتح، جامعة ديالي، العدد 51، سبتمبر 2012.
60. جلول أحمد مؤمن، بكوش الجموعي: التصورات الاجتماعية مدخل نظري، مجلة الدراسات وبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد السادس، أبريل 2014.
61. جمال حريش: التمثلات الاجتماعية أسس المقاربة النظرية وآفاق البحث في الحقل السوسيولوجي، المجلة الجزائرية للدراسات السوسيولوجية، جامعة جيجل، العدد الأول 2006.
62. سعيدة شن التصورات الاجتماعية للعوامل المحددة لما كانت المعلم في المجتمع، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية جامعة خيضر، بسكرة لعدد 24، جوان 2016.
63. سليمان القري، بوبكراوي الحسن، جغرافية التمثلات دراسة نظرية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، المجلد 23، العدد 3، خريف 2001.
64. مليكة جبار: التمثلات الاجتماعية للطلبة الجامعيين (ما بعد التدرج) لفرص العمل، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرجاج ورقلة، العدد 18، مارس 2015.
65. هيثم هادي نعمان: العلاقات العامة محاولة لبناء تعريف الباحث إعلامي، العدد 04، كلية إعلام، جامعة بغداد، 2008.

رابعاً- الرسائل والأطروحات الجامعية

66. بن عبيدة عبد الرحيم: التصورات الاجتماعية للمكفوفين الموظفين لعملية إدماج الاجتماعي والمهني، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسنطينة 2006.
67. بن ملوكة شهبان: التمثلات الاجتماعية للمعرفة المدرسية لدى التلاميذ الذين تظهر لديهم الانقطاع عن الدراسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس الأسري، جامعة وهران 2، 2014 - 2015
68. بوسنة عبد الوافي زهير: التصور الاجتماعي لظاهرة انتحار لدى الطالب الجامعي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس الإكلينيكي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008.
69. خروف حياة: تصورات العمال لدى الهيئة الوسطى والعمال المستفيدين، أطروحة ماجستير، في علم النفس التنظيم (غير منشورة)، قسم علم النفس، جامعة باجي مختار، عنابة، 2006.

70. رافع أبو أحمد أبو الزيت دراغمة: دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة، أطروحة دكتوراه قسم العلاقات العامة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة لاهوي، هولندا، 2001.

71. ربيعة لشر: التصورات الاجتماعية لأطفال الشوارع، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2009.

72. سلطان بن عجمي الحمادي: اتجاهات القيادات العليا في الجوازات نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها، رسالة مقدمة إلى كلية الدراسات العليا لنيل شهادة الماجستير في العلوم الشرطية نايف العربية للعلوم الأمنية، قسم علوم الشرطة، تخصص الحماية المدنية، الرياض 2003.

73. عادل بوطاجين: التصورات الاجتماعية للصحة لدى تلاميذ الثانوية، رسالة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة 20 أوت 1955، غير منشورة، سكيكدة، 2009-2010.

74. لبصر فاطيمة: واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، مذكرة لقبل شهادة ماجستير، في اتصال جامعة قسنطينة، 2007.

75. مانع اسمهان: تمثلات الشخصية النموذجية لدى طلاب الجامعة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع التربوي، جامعة جيجل، 2012-2013.

76. محمد شابي: دور التعليم الجامعي في تشكيل التمثلات للطلبة للمرأة العاملة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التربوية، جامعة باجي مختار، 2009-2010.

77. مدني التوفيق: اختيار الفرع بجامعة الجزائر وتمثلات الطلبة اتجاه دراستهم، أطروحة ماجستير، الجزائر، 1988.

78. نايف عبد الجواد محمد الكردومي: رفع مكانة العاملين في إدارة العلاقات العامة وإعلام في أجهزة الأمنية، ورقة عمل مقدمة للحلقة العلمية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية بالتعاون مع شرطة أبوظبي، 2001.

II- باللغة الفرنسية

79. Dense jodelet : les representation sociales, puf, paris, 1991,

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - تاسوست
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع

استمارة بحث حول:

تمثلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة
- دراسة ميدانية بجامعة تاسوست -
- طلبة علم الاجتماع العلاقات العامة - نمودجا -

تحت إشراف الأستاذ:

كياس عبد الرشيد

من إعداد الطالبة:

بورويس رزيقة

ملاحظة:

أنا الطالبة في الماستر علم الاجتماع العلاقات العامة أتعهد أن المعلومات الموجودة في الاستمارة سرية لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، الرجاء أن تكون إجابة دقيقة ومعبرة عن رأي صاحبها، ضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 22 - 24 من 25 - 27 28 فما فوق

المحور الثاني: يلعب التخصص الأكاديمي دورا في تكوين تمثلات الطلبة حول خصوصيات مهنة العلاقات العامة.

3- هل البرامج التعليمية كافية في توضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة؟

- نعم لا

- في رأيك إذا لم تكن كافية لماذا؟
.....
.....

4- هل ترى مفهوم مهنة العلاقات العامة الذي درسته يهدف إلى:

- بناء صورة إيجابية حول المؤسسة تحسين العلاقة بين المؤسسة
- وجمهورها معالجة الأزمات المتعلقة بالمؤسسة

- أخرى أذكرها:

5- هل يمكنك التخصص الأكاديمي من معرفة مفهوم مهنة العلاقات العامة عن باقي المفاهيم الأخرى؟

- نعم لا

6- كم هو عدد السنوات الدراسية التي تناولت فيها موضوع العلاقات العامة ؟

- سنتين (م+1م+2م) ثلاث سنوات (ل+م+1م+2م)

7- هل ترى بأن هذه المدة كافية لمعرفة صفات المختص في مهنة العلاقات العامة؟

- نعم لا

8- في رأيك ماهي الصفات التي يجب أن تتوفر في مختص مهنة العلاقات العامة؟

- الصفات الأخلاقية الصفات العلمية الصفات المهنية معا

9- هل المقاييس المدرجة في التخصص تساعدك في فهم صفات المختص في مهنة العلاقات العامة؟

- نعم لا

10- في رأيك رتب حسب الأهمية المقاييس الأكثر ذكرا لصفات المختص في مهنة العلاقات العامة:

- مقياس العلاقات العامة مقياس أساليب الإقناع
- مقياس علم الاجتماع الإعلامي مقياس إدارة الأزمات

- أخرى أذكرها:

11- في رأيك رتب صفات ممتهن العلاقات العامة كما تناولتها في مشاركتك الدراسي:

<input type="checkbox"/>	قوة الشخصية	<input type="checkbox"/>	الصدق والأمانة	<input type="checkbox"/>	الدراسة التامة بما يخص المؤسسة
<input type="checkbox"/>	الثقافة العالية	<input type="checkbox"/>	القدرة على تحمل المسؤولية	<input type="checkbox"/>	الموضوعية والدقة في التعامل

المحور الثالث: يساهم النشاط البيداغوجي لأساتذة التخصص في بناء تمثلات الطلبة حول وظائف مهنة العلاقات العامة:

12- هل تتأثر بطريقة الأساتذة المؤطرين في تكوين أفكارك عن مهام مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم أنها

تسهل الاستيعاب بسيطة أخرى أذكرها

13- ما هي الطريقة التي يعتمدها أساتذة التخصص أثناء تقديم المحاضرات والأعمال الموجهة؟

نظرية تطبيقية معا

14- هل ترى بأن الطريقة التي يعتمدها الأساتذة تساعدك في تعلم مهارات اتصالية في ممارسة مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بـ "نعم" فيما ساعدتك؟

استخدام ألفاظ صحيحة تعلم مبادئ الحوار تعلم مهارات الإقناع

أخرى أذكرها:

15- هل ترى أن الأساتذة يقدمون شروحات كافية حول وظائف مهنة العلاقات العامة؟

نعم أحيانا لا

16- هل هناك تأكيد من طرف الأساتذة على تقديم معلومات جديدة أثناء شرح لوظائف مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

17- هل ترى بأن هذه الشروحات تكون :

دائما أحيانا نادرا

18- ما هي الوظيفة التي تنال الشرح الوافي من طرف الأساتذة؟

<input type="checkbox"/>	وظيفة التخطيط	<input type="checkbox"/>	وظيفة التسويق	<input type="checkbox"/>	وظيفة الاتصال والإعلام
<input type="checkbox"/>	وظيفة التنسيق	<input type="checkbox"/>	وظيفة التقويم	<input type="checkbox"/>	الوظيفة الإدارية

19- هل صورة مهنة العلاقات العامة تزداد وضوحا مع هذه الشروحات؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هي الصورة التي كونتها.....

المحور الرابع: تؤثر علاقات التفاعل بين الطلبة وزملائهم السابقين في بناء تمثلاتهم حول موقفهم من مهنة العلاقات العامة

20- هل تدور نقاشات بينك وبين زملاء السابقين حول مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هو موضوع النقاش:.....

21- حسب ما تراه هل تؤدي هذه النقاشات في الأخير إلى تبادل الآراء بينك وبينهم لتبني موقف حول مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

22- هل سبق وأن أثر عليك الزملاء السابقين في معرفة أهمية مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

23- تبادل المعلومات مع الزملاء السابقين تساعدك في توضيح الأمور الغامضة حول مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

24- تبادل المعلومات مع الزملاء السابقين تساعدك في تكوين صورة إيجابية عن مهنة العلاقات العامة؟

نعم لا

25- ماهي الوسائل التي تتفاعل بها مع الزملاء السابقين حول مهنة العلاقات العامة؟

الكتب والمجلات الهاتف شبكات التواصل الاجتماعي

أخرى أذكرها:.....

26- هل المواضيع التي تناقشتها مع الزملاء السابقين تساعدك في:

معرفة واقع مهنة العلاقات العامة الحصول على معارف ومكتسبات جديدة حول مهنة العلاقات العامة

أخرى أذكرها:.....

الأساتذة المحكين للاستمارة

أستاذة مساعدة "أ"	شحات سعاد
أستاذ محاضر "أ"	بويكر هشام
أستاذة محاضرة "ب"	بن يحيى سهام

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة المعنونة بتمثيلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة إلى معرفة العوامل المؤثرة والمساعدة في بناء تمثيلاتهم نحوها وتطرح هذه الدراسة التساؤل العام التالي:
ما هي العوامل المؤثرة في تكوين تمثيلات الطلبة نحو مهنة العلاقات العامة ؟

التساؤلات الفرعية:

- هل لمجال التخصص دور في تكوين تمثيلات الطلبة نحو خصوصيات مهنة العلاقات العامة ؟
 - هل يساهم تفاعل الطلبة مع أساتذة التخصص في بناء تمثيلاتهم حول وظائف مهنة العلاقات العامة ؟
 - هل تأثر علاقة الطلبة مع زملائهم السابقين في بناء موقفهم من مهنة العلاقات العامة؟
- واعتمدنا فيها على المنهج الوصفي التحليلي بغية جمع المعلومات أكثر عن الظاهرة ودعمناها بأدوات جمع البيانات كانت الاستمارة أساسها حيث اشتملت على 26 سؤال وزعناها على 25 طالب سنة ثانية ماستر علم اجتماع العلاقات العامة بغية معرفة العوامل المؤثرة في تكوين تمثيلاتهم بالإضافة إلى الملاحظة والمقابلة، ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أهم النتائج وهي:
- أن الطلبة يتأثرون بمجال التخصص الأكاديمي لبناء تمثيلاتهم حول مهنة العلاقات العامة.
 - أن المعلومات المقدمة من طرف الأساتذة المؤطرين تساعد الطلبة في فهم وظائف مهنة العلاقات العامة.
 - أن علاقات التفاعل بين الطلبة وزملائهم السابقين تساعدهم في تحديد وتدعيم موقفهم حول مهنة العلاقات العامة.

Abstract :

The study entitled « Reprerentation of students towards the profession of public relation » aims at identifying the factors effecting the construction of their representation that is say , the main conorn of this studay is tofigure ont the factors that influence the students representation rowords the profession of public relation- For that reason, the study in hand adresses the folloning hypothèses :

What are the factors effecting the profession of public Relations, There are also thee sub hypotheses that have been emerged from it :

- Does the field of spécialisation have a role in fromming the student's representations a bout the speciaficities of the profession of public relations ?
- Does thre interaction of students with their tarchers contribute to formation of their representation a bout the functions
- Does the relation of students wiht their former colleagues effect their attitude to wards the profession of public relation?

The research methodology adopted in this studay is descriptive and analutical which intends to describte more details a bout the phenomenon to achieve the objective of the study, we relied on a questionnair administered to a sample of 25 second year master students speciality public relations in prder to frigare put the factors affecting the formation of thin representation in addition to questionnaire, we relies also on direct observation and interview .

The study reaches a number of result which are :

- The students are influenced are influence by the field of academic specialization in forming their representations towards the profession of public relation.
- information proveded by the profess and teachers may help the students to know the formations of the profession of public relations.
- interaction between students and their former collegues helps them to identify and support their and views and attitudes towards the profession of public relations.