

بسم الله الرحمن الرحيم

جمهورية السودان
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة وادي النيل
كلية الدراسات العليا

العلاقات العامة المشكلات والحلول

دراسة حالة للعلاقات العامة بجامعة الخرطوم لعام ٢٠٠٨م

بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في العلاقات العامة

إعداد الباحث : عمر التوم المصباح

إشراف الدكتور: مكي محمد مكي

قال تعالى :

﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾

سورة آل عمران الآية (١٥٩)

إهداء

إلى أسمى معاني البذل والعطاء .

إلى أسمى معاني الحب والوفاء .

أبي وأمي رحمة الله عليهما وأدخلهم في علين .

أخواني وأحبي وعشيرتي تقديراً واحتراماً

إلى وعد زماني الآتي

إلى ينابيع العطاء والبذل

إلى أسرتي الكريمة

إلى أساتذتي وزملائي

أهدي ثمرة جهدي

شكر وتقدير

قال تعالى : ﴿... قَتَبَسَم ضَاحِكًا مِنْ قَوْلِهَا وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأُدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾ (النمل : الآية ١٩) .

الحمدُ والشكر لله خالق السموات والأرضين وميسر الأسباب الذي خسر لي من عبادة من أعانني على دراستي هذه .

الشكر والعرفان لأسرة جامعة وادي النيل وأسرة كلية الدراسات العليا بجامعة وادي النيل التي رعتني طيلة فترة الدراسة وما زالت .

الشكر لأسرة قسم الإعلام بجامعة وادي النيل لما بذلوه معي من جهد لإنجاز هذه الدراسة ، كما أخص بالشكر والتقدير أستاذي الدكتور/ مكي محمد مكي الذي تولاني برعايته طوال فترة إعداد هذا البحث وفتح أمامي الطريق رحباً ولم يفرض علي رؤية أو رأياً وكان لي أستاذاً فاضلاً أعطاني كامل حريتي في هذا البحث جعل مني باحث لما قدمه لي من عون كان له الأثر الواضح في تكوين شخصيتي كباحث فجزاه الله خيراً.

كما أشكر حسن تعاون أسرة مكتبة كلية الإعلام والدعوة بجامعة أم درمان الإسلامية والمكتبة المركزية بجامعة أم درمان الإسلامية ومكتبة جامعة الخرطوم.

والشكر والتقدير لجامعة الخرطوم متمثلة في كلية العلوم الإدارية وإدارة الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة وأخص بالشكر الأستاذ/ حسن محمد صالح مدير إعلام الجامعة .

والشكر للأخ/ يوسف الشمبلي وزير الحكم المحلي والأخ/ حافظ سوار وإدارة التدريب بولاية النيل الأبيض على تفضليهم لي بهذه المنحة الدراسية.

والشكر والامتنان لأسرة وزارة الإرشاد والأوقاف الاتحادية بالدعم وتوفير سبل الدراسة وأخص الأخوة بمركز تدريب وتأهيل الأئمة والدعاة بالجهد الذي بذلوه معي في طباعة ومراجعة البحث وخاصة الأخ/ محمد الهادي والأخوات وفاة وعامرة.

والشكر للدكتور/ عباس بلة بجامعة أم درمان الإسلامية على الدعم والتشجيع.

والشكر للأخوة الكرام إبراهيم الصديق علي مدير القناة بالتلفزيون القومي والأخ الكريم/ مهدي سليمان وأخص بالشكر الأستاذ/ فخر الدين والأخ/ سنادة.

كما أزجي شكري واعتزازي بالجميل لأفراد أسرتي وأهلي وعشيرتي وعلى رأسهم الزوجة أميرة عبدالرحيم.

والشكر موصول لكل من قدم لي يد العون والنصح وكل من سأل وناصر أمل أن أكون قد حققت ما يأملونه في .

والشكر من قبل ومن بعد الله

ملخص البحث

هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف منها:

- إعطاء صورة عن واقع العلاقات العامة بجامعة الخرطوم والتعرف على أهم الأدوار والوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة بجامعة الخرطوم .
- الوقوف على المشاكل والصعوبات التي تواجه العلاقات العامة بالجامعة.
- استخدم الباحث المنهج الوصفي ، وصمم استبانة كأداة لجمع المعلومات ، ثم طبقت الاستبانة على عينة من مجتمع الجامعة من أساتذة وموظفين وعمال بلغت العينة (١٠٠) مائة مفردة وهو ما نسبته ١٧% تقريباً من مجتمع الدراسة البالغ عددها (٦٠٠٠) .

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

- ١ - إن العلاقات العامة بجامعة الخرطوم تقوم بأدوارها والوظائف المنوطة بها بصورة طيبة .
 - ٢ - هنالك مشكلات تواجه العلاقات العامة بالجامعة تتعلق بالجوانب الإدارية وأخرى مهنية وفنية ذات صلة بالطالب وكذلك مشكلات ذات صلة بالجامعة والقيادة التي تشرف على وزارة التعليم العالي .
 - ٣- إن المطبوعات والندوات والمنشورات أهم وسائل لتحقيق الأهداف المساعدة على العملية التعليمية .
- كما خرجت الدراسة بتوصيات منها :
- ١ - إيجاد معايير علمية محددة لاختيار موظف العلاقات العامة بالجامعة.
 - ٢ - إقامة برامج تدريبية طويلة وقصيرة المدى للعاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام.
 - ٣ - ضرورة مراجعة دمج إدارة العلاقات العامة مع إدارة الإعلام بالجامعة لتكامل الأدوار والاستفادة من الكادر والإمكانات المتاحة .

Abstract

This study aims to achieve a number of objectives relevant to the Public Relations Department in the University of Khartoum in particular such as:

- It's current situation.
- It's role and functions.
- Difficulties and problems.

The researcher used the descriptive analysis method, and he was developed a suitable questionnaire from to be used for collecting data from the field.

The questionnaire from used random samples representing the department staffs and administrative, department members (100 person).

Contusion

The public relations department performed roles and functions in a very efficient and effective manner.

The department is faced with same defecting and problems. Some of them are due to the administrative systems used while others are related to professional and technical student probing in addition to problems concerning the university and ministry of high education leadership.

Recommendations:

1. The selection of the staffs must be based on specific secretive criteria.
2. The department should conduct long and short forms programs.
3. There is a need to consolidate the public relation and information departments in the university to complement the roles and staffs and resources.

المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الاستهلال
ب	الإهداء
ج	شكر و عرفان
د	مستخلص الدراسة باللغة العربية
هـ	Abstract
و	المحتويات
ط	قائمة الجداول
	الفصل الأول : الإطار العام
١	المقدمة
٢	مشكلة الدراسة
٢	أسئلة الدراسة
٣	أهداف الدراسة
٣	أهمية الدراسة
٣	منهج الدراسة
٤	مجتمع وعينة الدراسة
٤	حدود الدراسة
٤	مصطلحات الدراسة
	الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة
٦	المبحث الأول : نشأة العلاقات العامة
١٤	المبحث الثاني : العلاقات العامة الوظائف والأهمية
١٥	تعريف العلاقات العامة
١٧	أهمية العلاقات العامة
١٨	أهداف العلاقات العامة
٢٠	المبحث الثالث : العلاقات العامة في الجامعات السودانية
	المقدمة
٢١	جامعة أم درمان الإسلامية
٢٣	جامعة جوبا
٢٤	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
٢٨	المبحث الرابع : الدراسات السابقة

رقم الصفحة	الموضوع
٢٨	الدراسات السودانية
٣٥	الدراسات العربية
٣٩	التعليق على الدراسات السابقة
	الفصل الثالث : إجراءات الدراسة الميدانية
٤٢	المبحث الأول : العلاقات العامة بجامعة الخرطوم
٤٤	المبحث الثاني : إجراءات الدراسة التطبيقية
٤٤	مقدمة
٤٤	منهج الدراسة
٤٤	أداة الدراسة
٤٤	تصميم الاستبانة
٤٥	وصف أداة الدراسة
٤٥	صدق وثبات الاستبانة
٤٦	مجتمع الدراسة
٤٦	عينة الدراسة وطريقة اختيارها
٤٦	طريقة تحليل البيانات
	المبحث الثالث : تحليل النتائج :
٤٧	البيانات الشخصية لعينة الدراسة
٤٨	عرض وتحليل البيانات
٦٦	عرض نتائج الدراسة الميدانية
٦٨	الفصل : النتائج والتوصيات والمقترحات
٦٩	نتائج الدراسة
٧٢	التوصيات
٧٢	المقترحات
٧٣	قائمة المصادر والمراجع

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
١-	نوع عينة الدراسة	٤٧
٢-	عمر عينة الدراسة	٤٨
٣-	وظيفة عينة الدراسة	٤٩
٤-	المؤهل الأكاديمي لعينة الدراسة	٥٠
٥-	المعرفة بوجود أداة العلاقات العامة بالجامعة	٥١
٦-	ما هي الطريقة التي يمكن التعرف بها على العلاقات العامة بالجامعة	٥٢
٧-	ما مدى اتصال العينة بإدارة العلاقات العامة بالجامعة	٥٤
٨-	ماهي نوع الاتصال مع العلاقات العامة بالجامعة	٥٥
٩-	معرفة الغرض من اتصال العلاقات العامة بالعينة	٥٦
١٠-	هل تصل مطبوعات ومنشورات الجامعة التي تصدرها العلاقات للعينة	٥٧
١١-	كيفية حصول العينة على مطبوعات ومنشورات العلاقات العامة	٥٨
١٢-	هل تعبر وسائل اتصال العلاقات العامة عن آراء العينة	٦٠
١٣-	هل السجلات والصحف والمنشورات التي تصدرها العلاقات العامة كافية للإعلام والترويج عن الجامعة	٧١
١٤-	ما هي المعلومات التي تفضل قراءتها العينة في مطبوعات الجامعة	٦٢
١٥-	هل هنالك زيادة في أنشطة العلاقات العامة بالجامعة في وقت محدد	٦٣
١٦-	معرفة أوقات زيادة أنشطة العلاقات العامة بالجامعة	٦٤
١٧-	هل ترى العينة العلاقات العامة تؤدي دورها بكفاءة ولديها قبول	٦٥

المقدمة :

تعقدت الحياة في عالم اليوم فأصبح التوتر والقلق من أبرز سمات هذا العصر ، ومن هنا تبرز أهمية العلاقات العامة في خلق الرضاء بين الجماهير المختلفة ، المستفيدة من الخدمة استفادة مباشرة ، والجماهير المستفيدة بطريقة غير مباشرة من المنشأة .

وعلى الرغم من كثرة الدراسات العلمية عن العلاقات العامة ، وعلى الرغم من الاعتراف بأهميتها في مجالات التطبيق العملي داخل كثير من المجتمعات المعاصرة ؛ إلا أن العلاقات العامة لا زالت تعاني من مشكلات علمية وتطبيقية أثارت عدداً من التساؤلات المهمة حول واقعها ومستقبلها ؛ خاصة وأن السمات السلبية لتطبيق العلاقات العامة في كافة المجتمعات التي أخذت بها كانت واضحة وملموسة . وفي إطار النظر للعلاقات العامة باعتبارها أحد وظائف الإدارة العليا للمنشأة ؛ وأنها نشاط مقصود ومدبر يؤدي إلى إحراز نتائج محددة ، وأنها عملية معقدة إلى درجة كبيرة ، مما يتطلب التنظيم العلمي المدروس الذي يمكنها من ممارسة وظائفها ، وتحقيق أهدافها إلا أننا نجد أنها في كثير من المؤسسات تعاني من التهميش ، لكن العلاقات العامة في المجتمع الصناعي أخذت حيزاً كبيراً من الاهتمام ؛ واحتل مدير العلاقات العامة مركزاً مرموقاً في الإدارة العليا للمؤسسة ، وإدارته تضم وحدات متشعبة ، مما يؤكد أهمية العلاقات العامة ، وهي أداة للتوجيه العام ، وتوصياتها محل احترام الجميع ، وهي الرقيب على مصلحة صاحب العمل . وأيضاً تقوم مسؤولياتها تجاه العاملين وحقوقهم ومكتسباتهم ، فهي حركة دائبة ، وعين ساهرة دائماً لمحاولة سد الثغرات ومعالجة القصور .

العلاقات العامة في السودان ما زالت حديثة علماً ومهنة ، إذا لم يكن هنالك وجود للعلاقات العامة بمفهومها العلمي قبل الاستقلال ، وإن شهدت تلك الفترة مكاتب للعلاقات العامة في عدد محدود جداً ، مثل الشركات الأجنبية مثل شركة (متشل كوتس) . ونجد أن نشاط العلاقات العامة في تلك المكاتب قد اقتصر على مهام تعتبر تقليدية ، مثل أعمال الحج ، واستقبال الضيوف ، ومتابعة المكاتبات ، وعلى الرغم من أن العلاقات العامة أصبحت في كثير من المؤسسات الخاصة

والعامة في السودان ، إلا أنها ما زالت تعاني إلى يومنا هذا؛ ولا تمارس بصورة علمية في كثير من المؤسسات ، مما يعني الحاجة لبذل المزيد من الجهد لجعل العلاقات العامة في وضعها ومسارها الصحيح .

إن الجامعات السودانية كمؤسسات علمية ، عليها أن تلتزم في إدارة شئونها بتطبيق المبادئ العلمية الصحيحة لعلوم الاتصال ، والعلاقات العامة ، من أجل تحقيق أهدافها على أساس علمي رصين وفعال . وبديهي إن كل تطور أو تقدم للإنسان تتطور معه أساليبه في الأداء ، وقد ساعد ذلك متغيرات عديدة أبرزها الكم الهائل من التكنولوجيا الحديثة ، والتي فرضت على أصحاب المؤسسات والهيئات ، سواء كانت الصغيرة أو الكبيرة ، إيجاد نوع من صيغ العلاقات الحميمة ، بينها وبين جمهورها ، مما أدى إلى بروز العلاقات العامة كوظيفة فعالة في هذا المجال

مشكلة الدراسة :

تتلخص مشكلة البحث في :

- ١- هل تؤدي العلاقات العامة في جامعة الخرطوم دورها المنوط بها ؟
- ٢- وما هي المشاكل التي تعترض سير العلاقات العامة ؟
- ٣- وهل هنالك عجز في العلاقات العامة في جامعة الخرطوم عن تأدية الدور الصحيح المطلوب منها ؟
- ٤- وهل عدم إتباع المنهج العلمي الصحيح للعلاقات العامة بسبب عدم فهم الإدارات لمهام ودور العلاقات العامة بالجامعة وعدم وجود وصف وظيفي للعلاقات العامة وموظفيها ؟

أسئلة الدراسة :

- ١ - مفهوم العلاقات العامة ؟ وما هي أهدافها واختصاصاتها ؟
- ٢ - ما هي الطبيعة التي تقوم عليها العلاقات العامة في المجال الحكومي وما هي أهدافها ؟
- ٣ - مدى مساهمة العلاقات العامة بجامعة الخرطوم في تقديم سمعة طيبة للجامعة ؟
- ٤ - ما هي الأسس لإيجاد علاقات عامة فاعلة بجامعة الخرطوم ؟

٥ - ما هي الفلسفة التي تستند إليها العلاقات العامة بجامعة الخرطوم ؟

أهداف الدراسة :

- ١ - التعرف على واقع العلاقات العامة في السودان بصورة عامه وفي جامعة الخرطوم بصورة خاصة .
- ٢ - التعرف على دور العلاقات العامة بجامعة الخرطوم ومدى مساهمتها في مختلف الأنشطة .
- ٣ - إيجاد مقترحات وحلول لبعض المشكلات التي تعترض العلاقات العامة بجامعة الخرطوم .
- ٤ - إبراز دور العلاقات العامة في تطوير أداء الجامعة وإعلاء صورتها في المجتمع .

أهمية الدراسة : -

تتبع أهمية الدراسة من كونها توفر بعض من المعلومات عن العلاقات ومدى تطورها بجامعة الخرطوم كما تتعرض لأهم الأحداث التي أدت إلى تبلور العلاقات العامة كمهنة وإدارة قائمة بذاتها في المؤسسات السودانية والتعرف على بعض معوقات تطورها بجامعة الخرطوم ، كما تبين أهمية الدراسة في الآتي :

- تعتبر الدراسة إضافة علمية لموضوع العلاقات العامة في مجال التخصص.
- الخروج بنتائج توضح مشكلات العلاقات العامة بجامعة الخرطوم .
- الخروج بتوصيات لتحسين عمل العلاقات العامة بجامعة الخرطوم .
- تحديد مشاكل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وتقديم الحلول العلمية لها .

منهج الدراسة :

سوف يستخدم الباحث المنهج دراسة حالة العلاقات العامة في جامعة الخرطوم ، وكذلك المنهج الوصفي التحليلي والذي يستهدف تصور وتحليل وتقديم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو مجموعة من الأحداث أو الأوضاع بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها باستخدام بيانات من مصادر أولية متمثلة في المعلومات

المستخلصة من الاستبيان والمقابلات والملاحظات وبيانات من مصادر ثانوية تتمثل في المراجع والمقالات والبحوث المنشورة ()

مجتمع وعينة الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بجامعة الخرطوم فوق الدرجة التاسعة والبالغ عددهم (٦٠٠٠) شخصاً لهم القدرة على إبداء الرأي اللازم حول موضوع الدراسة.

حدود الدراسة :

- الحدود المكانية : جامعة الخرطوم - ولاية الخرطوم .
- الحدود الزمانية : تشمل عمل العلاقات العامة عي الفترة من (٢٠٠٠-٢٠٠٨) وأجريت الدراسة في العام ٢٠٠٨ م .

مصطلحات البحث :

فيما يلي توضيح للمراد بكل مصطلح من المصطلحات الواردة في البحث موضوع الدراسة :

- ١ - العلاقات العامة : هي تخطيط وتنفيذ البرامج الاتصالية والاجتماعية التي تستهدف كسب تفاهم الجماهير النوعية ورضاها .
- ٢ - جامعة الخرطوم : هي أول جامعة بالسودان تم تأسيسها ومن أعرق الجامعات التي أنشأها المستعمر .
- ٣ - المشكلات : أي المشكلات التي تعوق عملية العلاقات العامة وتعيق تحقيق الأهداف على ضوء الخطط والبرامج .
- ٤ - الحلول : هي الحلول التي تساعد إدارة العلاقات العامة على تحقيق الأهداف والبرامج الموضوعية .

الفصل الثاني

العلاقات العامة النشأة والتطور

المبحث الأول : نشأة العلاقات العامة .

المبحث الثاني : العلاقات العامة الوظائف – الأهمية –

الأهداف

المبحث الثالث : العلاقات العامة في الجامعات

”

المبحث الأول

نشأة العلاقات العامة

العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية ارتبطت بالإنسان منذ نشأته في هذا الوجود، وهي تعتبر حلقة الوصل بين أي منظمة والمجتمع الذي يحيط بها^(١).
ففي المجتمعات الإنسانية البدائية كان رب الأسرة هو الذي يسوس العلاقات العامة بين أفرادها ، ثم انتقلت هذه المهمة إلى زعيم القبيلة أو العشيرة ، وأصبح هو من يبلغ عن أخبار الحروب أو الزواج أو الوفاة أو العمل مستخدماً في توصيل هذه المعلومات الوسائل البدائية مثل الطبول والرقص ولون الملابس ونوعيتها ، وقد اتخذت العلاقات العامة بعد ذلك شكلاً تخصصياً عندما استعان زعماء القبائل بالسحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية ومن إنشاد وقرع الطبول وغير ذلك^(٢).

علم العلاقات العامة بدأ من الفرد داخل الأسرة مع بقية أفراد الأسرة منذ خلق سيدنا آدم عليه السلام وتدرج نحو الاتساع بمرور الزمن وتعدد الحياة الاجتماعية وتشابكها .

بالإضافة إلى حاجة الإنسان للمأكل والمشرب والمسكن والحاجات المادية الأخرى فإنه يحتاج إلى غذاء من نوع آخر وذلك ما يطلق عليه بالغذاء الروحي، فالإنسان ليس جسد يتغذى بالخبز فقط ، ولكن إلى جانب ذلك ذو روح تحتاج إلى راحة نفسية تلك إنما تتم من خلال اتصاله بالآخرين وتعامله معهم والعلاقات العامة هي ذلك العلم الذي يتخصص من فن الاتصالات^(٣).

أن التنظيمات المختلفة سواء الإعلامية و الاجتماعية والسياسية أو الدينية ، تعتمد في نشاطها وبقائها على الشعور الطيب للأفراد فتتظيمات الأعمال تعتمد على الأفراد في إمدادها بالمهارات والكفاءات المطلوبة في العمل ، والتنظيمات تعتمد على

(١) أحمد إبراهيم أبوسن: العلاقات العامة في الدولة الحديثة ، دربي ، المطبعة العصرية ١٩٨٦م ، ص ١٠.

(٢) إبراهيم عبود وآخرون : العلاقات العامة وإدارتها ، عمان ، مؤسسة الوراق ١٩٩٩م ص ٢٤.

(٣) منال طلعت محمود : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، الإسكندرية : المكتب الجامعي ٢٠٠٤م،ص

أعضائها بصفة خاصة والجماهير بصفة عامة على تقديم خدماتها والحصول على المساعدات المالية ، وهذه العلاقات الاعتمادية للمنظمات المختلفة على الأفراد تعتبر واحدة من أهم المتغيرات الأساسية التي تحكم علاقات القرن الواحد والعشرون ، فهذه العلاقات الاعتمادية المتبادلة بين الأفراد والتنظيمات المختلفة أدت إلى خلق وزيادة الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة تحكم نشاط أي منظمة^(١) .

والعلاقات العامة هي فن بناء الثقة والفهم والتأييد والمكانة والتعاون ، وهي عبارة عن برنامج مخطط من أجل كسب الرأي العام المؤيد لدى جماهير مختلفة والحفاظ عليه والدفاع عنه ، ويشتمل مصطلح العلاقات العامة على معاني ثلاث أولها تقديم المعلومات للجمهور وثانيها توجيه حملة إقناع إليه بهدف تعديل مواقفه وأفعاله وثالثها القيام بجهود معينة من أجل إدماج مواقف وأفعال هذه الجماهير بتلك المؤسسة ، فالعلاقات العامة هي العلم الذي يتناول آراء شخص ما كما يتناول علاقة تنظيم معين بالأفراد الذين ينتمون إليه^(٢) .

إن علم العلاقات العامة في الأساس له صلة بمجموعة من العلوم الاجتماعية الأخرى كعلم النفس، الاجتماع، الاقتصاد، والإدارة وغيرها من العلوم الإنسانية^(٣).

نشأة علم العلاقات العامة :

أن العلاقات العامة علم مارسه الإنسان منذ القدم ومن مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم مع من حوله ، ولم تهمل الحضارات والإمبراطوريات القديمة نشاط العلاقات العامة ، وتطورت وسائل الاتصال التي يمارسها المشتغلون بالعلاقات العامة في الاتصال بالجمهور ، ودرجة تخصص كل منهم والجهود المستثمرة التي بذلها المتخصصون في نشاء وتقديم علاقات سليمة بين الهيئات التي يمثلونها وبين الجمهور^(٤) .

هذا العلم قديم قدم الإنسان وهو وسيلة اتصال مهمة .

(١) محمد فريد الصحن: العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الإسكندرية ، الدار الجامعية ٢٠٠٤م ، ص ١٧ .

(٢) إبراهيم عبدالله إبراهيم : المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، ع ٥٢ ، ١٩٨٣م ، ص ١٠٠ .

(٣) فؤاد البكري : مرجع سابق ص ١٠ .

(٤) محمد منير حجاب وسحر محمد وهيبي ، مرجع سابق ص ١٥ .

العلاقات العامة في عصر الحضارات الإنسانية القديمة :

يمكن تتبع الجهود التي كانت تبذل في مختلف العصور لنشر الأنباء والمعلومات بقصد التأثير على الجمهور ، فقد وجد علماء الآثار في العراق نشرات ترجع إلى عام ١٧٠٠ ق.م ترشد الزراع إلى كيفية بذر محاصيلهم وريها ومعالجتها من الآفات^(١) .

ووجد علماء الآثار في ودائع خزانة الإمبراطور شور ناتيبال في ينيوي سجلات منسقة بحسب تواريخها وحوادثها يقصد بها الإعلام والترويج لمبادئ بعينها^(٢) .

وفي ظل الحضارة الفرعونية كان الكهنة هم الوسطة التي تتولى الاتصالات بين الفرعون وأفراد الشعب ، وكان هؤلاء الكهنة يقومون بمهام العلاقات العامة داخل البلاد ، ويستخدمون في ذلك أسلوب الاجتماعات التي كانوا يعقدونها في المعابد ، كذلك أوراق البردي ويختارون المناسبات الشعبية أو الدينية لتوصيل المعلومات لمجموع الشعب ومن أمثلة ذلك مواسم الحصاد فيضانات النيل ، كما تولوا تسجيل الأعمال المهمة لكل فرعون على حوائط وأعمدة المعابد الكبيرة وكذلك المقابر التي كانت تحظى باهتمام خاص لدى الشعب وقد استطاع علماء الآثار أن يعثروا في بلدة تل العمارنة على كثير من الرسائل التي تنصدر أنباء الانتصارات ومواقع الحروب وتعليمات إلى الأهالي^(٣) .

ويتضح من أوراق البردي والتي يرجع تاريخها إلى الـ ٤٠٠٠ ق.م مدى اهتمام المصريين القدماء بإثارة ميول القراء وجذب انتباههم وتحريك الشوق فيهم^(٤) .

أما الحضارة اليونانية فقد اعتمدت في توصيل الأخبار وبت الأفكار على فن الخطابة طرح أفكار الفلاسفة الذين تعددوا في ذلك العصر كما استخدموا أسلوب المؤتمرات والاجتماعات التي كانت تشهد مناظرات بين أصحاب الفلسفات المختلفة ،

(١) جمال أحمد خضر : العلاقات العامة ، عمان ، دار المسيرة ١٩٩٨م ، ص ٣٧ .

(٢) محمد منير حجاب ، وسحر محمد وهبي ، مرجع سابق ص ١٨ .

(٣) محمد منير حجاب ، وسحر محمد وهبي ، مرجع سابق ص ١٦ .

(٤) إبراهيم إمام : فن العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص ٢٤ .

وكان الغرض من ذلك أن يحظى أصحاب كل فلسفة ما بتأييد الرأي العام وقد آمن الحكام بأهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الجماهير لذلك كان الأسكندر الأكبر يجعل في ركابه طائفة من الخطباء والشعراء والكتاب ، واهتمت الحضارة الرومانية بما يعرف اليوم بتعبير الرأي العام ورفعت شعار (صوت الشعب من صوت الله) ليؤكدوا أهمية الرأي العام وقاموا بحفره على معابدهم وتمثيلهم كما كتبوا عبارة مجلس الشيوخ والشعب الروماني على واجهة البرلمان وقد نشط في هذا المجال كل من الشعراء والأدباء الذين كانوا يقودون توجيه الجماهير إلى أعمالهم واستخدم بوليوس قيصر صحيفة لنشر نشاط مجلس الشيوخ والترويج للمبادئ والقيم التي كانت تسود تلك الحضارة^(١) .

نجد أن المعلومات المؤثرة على الجمهور موجودة في كل العصور الفرعونية واليونانية وغيرها من حضارات العراق والآثار القديمة والمذاهب الدينية المسيحية تتمثل في توصيل الأخبار وبت الأفكار والإعلام والنشر الفقه ذلك لإقناع الجمهور وتغيير أفكاره ومعتقداته عبر كل الوسائل منها اكتشاف الآثار وورق البردي والكهنة.

العلاقات علامة في العصور الوسطى :

كانت المجتمعات الأوروبية في عصر النهضة تعاني من ظلم الملوك وجور الكنيسة وطغيان رجال الدين ، ولم يقتصر التدهور على العلاقات الاجتماعية والدينية فحسب بل أصاب سائر العلاقات العامة وهكذا يمكن القول بأن العلاقات العامة في مجتمعات العصور الوسطى الأوروبية كانت تعاني من التدهور وتتردى في ظلمات التعس والجهل^(٢) .

فعندما ظهر المذهب البروتستانتي وجدت الكنيسة الكاثوليكية نفسها في مأزق حرج وراحت تتشد الخلاص من هذا المذهب الجديد الذي اعتبرته خروجاً على الكنيسة وعلى المسيحية ، واهتم الكرادلة تحت رعاية البابا بمسائل الإعلام والنشر وإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية ، ونشأت تحت ظل هذه الظروف الكنيسة

(١) محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، مرجع سابق ص ١٨ .

(٢) محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، مرجع سابق ص ١٩ .

البروتستانتية على يد (مارتن لوثر) الذي أفلح في إقناع العديد من الجماهير بمظاهر الظلم الذي كانت تمارسه الكنيسة الكاثوليكية ، وقد اعتمد في دعوته على مجموعة دعاة لديهم القدرة على إقناع الناس بدعوته^(١) .

العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية :

قامت العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية في الدعوة على الدين الجديد وخاصة في المناطق التي امتد إليها الإسلام خارج الجزيرة العربية على الإقناع وإقامة البينة والدليل المعنوي والمادي واعتمدت على أسلوب الشورى في اتخاذ القرارات ونشر الدين من خلال دعاة متنورين في المساجد ومن خلال الاحتفالات الدينية والاجتماعية المختلفة ولا يخفى دور الجامع الأزهر كمركز إسلامي للعلاقات العامة وساهم في الدعوة وهناك سمة أخرى اكتشفها المسلمون في ميدان العلاقات العامة منذ زمن بعيد فقد كان أحمد طولون يؤمن بضرورة اختيار أعوانه ومستشاريه من أهل الحل التي يحل لها لأنهم يفهمون نفسية مواطنيهم ويستطيعون التأثير فيهم بطريقة لا تتأتى لغيرهم فقد أتقن الأيوبيون استخدام شعاراتهم للتأثير في اتجاهات الرأي العام وحض الناس على الجهاز وكانت شعاراتهم آيات من القرآن الكريم وأحاديث شريفة من أحاديث الرسول ﷺ بالإضافة إلى الخطابة والشعر والقصص التاريخية بما تضمنته من أحاديث وشخصيات ومواقف يرونها القاص في ميادين القتال لرفع الروح المعنوية وبت الحماس في نفوس المسلمين^(٢) .

ساهمت العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية في نشر الدعوة داخل وخارج جزيرة العرب والتي هي أحسن تتمثل في الإقناع والشورى وقد استخدمت الحضارة الإسلامية التأثير في اتجاهات الرأي العام عبر وسائل مثل الجهاد والخطابة والشعر وغيرها من الوسائل .

العلاقات العامة في العصر الحديث :

العلاقات العامة في العصر الحديث فإنها نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية على يد رائدها أيفي لي الذي بدأ حياته بالعمل في كراسل صحفي ١٩٠٣م ثم تحول

(١) إبراهيم إمام : فن العلاقات العامة ، مرجع سابق ص ١٩ .

(٢) محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة، مرجع سابق ص ١٩ .

إلى عمل مستشار للعلاقات العامة في إحدى مؤسسات صناعة فحم الانتراسايت ١٩٠٦م ومن ذلك الأثناء قام عمال المناجم بإضرابهم عن العمل حتى تستجيب الإدارة إلى مطالبهم وقد رفض مدير المصنع آنذاك الإدلاء للصحافة بأي معلومات فيما يتعلق بالإضراب ونجح (إفالي) في إقناع مدير المصنع بتغيير موقفه وتزويد الصحف بكافة الإجراءات المطلوبة . وقد وضع أيفي لي آراؤه وأفكاره في إعلان مبادئ موزعة على الصحف وجاء فيه : (ليس هذا مكتباً سرياً للصحافة فكل أعمالنا نقوم بها في وضح النهار أننا نزودكم بالأخبار وهذه ليست وكالة إعلان) (١) .

ومن أشهر أعماله تغيير الصورة التي كانت في ذهن الجمهور عن جون روكفلر من رأسمالي جشع إلى مواطن كريم يعطف على الناس وقد ظهر بعد الحرب العالمية الأولى منافس (إفي لي) على لقب رجل العلاقات العامة وهو أدوارد بيريز عمل وكيلاً صحفياً قبل الحرب ثم أثناء الحرب في اللجنة التي أنشأها الرئيس الأمريكي ولسون لتغذية الجمهور بالمعلومات وقد لخص بيرنز نشاط العلاقات العامة جامعة نيويورك ١٩٢٣" (٢) .

وقد لخص بيرنز نشاط العلاقات العامة في فترة السلام ما بين الحربين بقوله: "لقد طبقت في بداية الأمر تلك الأساليب التي استعملت في الحرب العالمية الأولى وذلك لتنظيم العلاقات العامة بالجامعات والكليات المستشفيات وبعد ذلك طبقت في النشاط الاقتصادي كشركة فيرال موتوز وشركة إلكتروك والشركة الأمريكية للتلفون التلغراف ووضعت مجالات الإعلام حتى شملت الميادين المحلية وتعدتها إلى الميادين العامة وأصبحت المؤسسات ومعاهد الأبحاث والمعامل الخاصة والعامة تهتم بالإعلام اهتماماً كبيراً وقد شهد هذا العصر بداية المكاتب الخاصة بالعلاقات العامة (٣) .

نشأة العلاقات العامة في الولايات الأمريكية عبر المراسلين الصحفيين من خلال المطالب العمالية والإشكاليات بين العمال والإدارة مما دفع إلى تكوين علاقات

(١) محفوظ أحمد جودة : العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، العراق ، دار زهران ١٩٩٩م ، ص ٢٤ .

(٢) محمد مصطفى أحمد : العلاقات العامة من منظور اجتماعي ، القاهرة ، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، ١٩٩٧م ، ص ٤٦ .

(٣) جميل أحمد خضر ، العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص ٤٣ .

عامة لخلق تفاهم بين الجمهور ونشر المعلومات المطلوبة وذلك من خلال فترة الحرب العالمية الأولى والثانية وقد كان هذا بمثابة بداية نشأة مكاتب العلاقات العامة

العلاقات العامة في الوطن العربي:

كانت الأقطار العربية تزرح تحت نير الاستعمار ، وتعاني من عناصر التخلف، وبزوغ فجر التغيير خلال القرن التاسع عشر شهدت تطوراً سريعاً في مجالات الحياة المختلفة ، وخلال تلك الفترة ظهرت الصحافة العربية المطبوعة ولكن كان أكثر تلك الصحف تتسم بالرسمية لأنها صحف حكومية وجدت لتمجد المسؤولين ولم تكن وسائل الإعلام الأخرى معروفة وبمرور الزمن تطور الإعلام وأصبح يتصف بالمظاهر التالية :

- ١ - توجيه أفراد المجتمع وإرشادهم ورفع مستواهم بالمسئولية وفهمهم للتعاون ومضاعفة الجهود في خدمة الوطن.
- ٢ - تيسير سبل الثقافة والتعليم العالي دون تكاليف مادية في غالبية العالم العربي.
- ٣ - الانفتاح على الرأي العام والعالمى.
- ٤ - شرح قوانين وأنظمة الحكومة والدعوة إلى تنفيذها .
- ٥ - توعية المواطنين من أجل تمكينهم من الاختيار الرشيد للأدوار والأفكار المطروحة في وسائل الإعلام المختلفة والتعبير عن آرائهم بحرية مسئولة^(١)

ومن الإسهامات العربية المبكرة في مجال إرساء مفهوم العلاقات العامة تأسيس جمعية العلاقات العامة العربية في ١٩٦٥/٥/٦ م^(٢) .

تلى ذلك تطور ملحوظ في العلاقات العامة بالوطن العربي وأصبح لها أهمية خاصة ومن مظاهر هذا الاهتمام إنشاء الكثير من المنظمات والهيئات الصناعية

(١) مهدي حسن زويلف : العلاقات العامة نظريات وأساليب ، عمان ، دار صفاء ، ٢٠٠٣ م ، ص ١٦٧ .
(٢) خديجة الريح يوسف : العلاقات العامة في المؤسسات السياسية في السودان ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية ، ٢٠٠٤ م ، ص ١٩ .

والتجارية والسياسية أقساماً للعلاقات العامة ففي مصر أنشء في كل وزارة مكتب يهتم بالشئون العامة وكان ذلك في ١٩٥٣م وتعتبر شركة ارامكو في المملكة العربية السعودية هي أول من أنشأ قسماً للعلاقات العامة في العام ١٩٥٠م وبعد ذلك انتشرت العلاقات العامة وشملت كافة المجالات والمؤسسات وانتشرت دراساتها بالجامعات وأصبح الخبراء يحملون درجات الماجستير والدكتوراه في هذا التخصص^(١).

بدأت العلاقات العامة في الوطن العربي من خلال الصحافة ومن خلال الإرشاد والتوجيه ونشر التعليم وتوعية المواطنين عبر وسائل الإعلام المختلفة وتنفيذ القوانين والانفتاح المحلي والعالمي. وقد وتم تتويج ذلك بإنشاء جمعية للعلاقات العامة العربية .

ومن بعد ذلك انتشرت العلاقات حتى استوعبت كل الخبرات من حملة الدراسات العليا .

المبحث الثاني

العلاقات العامة الوظائف والأهمية والأهداف

العلاقات العامة أسرع أنواع التخصصات نمواً في بداية القرن الحادي والعشرين ، وقد وجد أحد الخبراء أنه في النطاق القانوني أن عدد الشركات التي تستخدم العلاقات العامة بأكثر من ٧٥% من الشركات العامة في أمريكا^(٢) .

وأصبحت العلاقات العامة توجد في كل المنظمات وكل المؤسسات وتتصل بالجمهور الخاص بها ، وليس المهم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة ولكن في كون العلاقات العامة تعمل بطريقة صحيحة ومنظمة ومخططة .

وتطورت العلاقات العامة ودخلت في كافة التخصصات والأعمال الحياتية فعلى سبيل المثال نجد أنواعاً للعلاقات العامة تتعدد بتعدد أوجه النشاط الاتصالي

(١) المرجع السابق ، ص ٢٠ .

(2) Dric. C. Gibsson : Litigation Public Relation Fundamental Assumption in Public relation curatery. Vol. 43. No 1. Spring 1998. P. 19.

ويتعدد الجماهير أو الجماعات الصغيرة في المجتمع الإنساني فهناك العلاقات العامة الحكومية والتعليمية والعسكرية وغيرها^(١) .

هذا النمو السريع في استخدام العلاقات العامة في أمريكا يعني الأهمية القصوى للعلاقات العامة وأثرها الواضح في التطور . مما يوضح أهمية العلاقات العامة وظهورها من تعدد أوجه النشاطات الإنسانية المختلفة حيث شمل الجانب الحكومي والرسمي وتطوير العملية التعليمية والعسكرية للعلاقات الدولية ، وعليه يمكن أن نقول أن للعلاقات العامة أهمية ودور خطير يمكن أن تلعبه في جميع أوجه النشاط الإنساني ، كما يعني ذلك استخدام العلاقات العامة بطريقة جيدة وصحيحة ومخطط لها مما جعل دورها فاعلاً ومؤثراً .

(١) محيي محمود حسن وآخرون : العلاقات العامة والإعلان ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي ، ١٩٨٥م ، ص

تعريف العلاقات العامة :

تعددت تعريفات العلاقات العامة بتعدد ممارساتها النظرية منذ ظهورها كوظيفية إدارية في المؤسسات والمنشآت ، فعرفت على أنها : "تخطيط وتنفيذ البرامج الاتصالية والاجتماعية التي تستهدف كسب تفاهم الجماهير النوعية ورضاها"^(١) .

كما عرفت العلاقات العامة على أنها : "فلسفة أو نظام أو علم تدار بمقتضاه المؤسسة أو الهيئة بحيث تتمكن من القيام بمسئولياتها الاجتماعية فتتخلل رغبات وحاجات كل الأطراف والجماعات المعينة بالأمر كي تستجيب لاهتماماتها ، والعلاقات العامة هي الجهد المقصودة والمستمرة التي تقوم بها المؤسسة والتي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم متعادل وعلاقات سليمة بين المؤسسة والجماهير التي تتعامل معها داخلياً وخارجياً"^(٢) .

وتعرف جمعية العلاقات العامة الدولية العلاقات العامة بأنها : "وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى فيها المؤسسة والمنظمات العامة والخاصة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها ، والحفاظ على استمرار هذا التعاطف والتفاهم والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام ضمن توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط"^(٣) .

العلاقات العامة هي الجهد المدروس والموجه والمستمر لترسيخ الفهم المتبادل والحفاظ عليه بين المنظمة وجمهورها"^(٤) .

كما عرفت العلاقات العامة بالعلامة بأنها : "عملية مستمرة تقوم بها إدارة المؤسسة للفوز بثقة مستخدميها ومستهلكي منتجاتها والجمهور عموماً للتفاهم معهم جميعاً وتتم

(١) صفوت العالم : فن العلاقات العامة ، القاهرة ، دار الهاني ، ٢٠٠٠م ، ص ١٩ .

(٢) محمد فريد عزت : القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية ، القاهرة ، العربي للنشر ٢٠٠٢م ، ص ٤٦٢ .

(٣) علي الباز : الإعلام والإعلام الأمني ، الإسكندرية ، مكتبة الإشعاع ٢٠٠٠م ، ص ٤١ .

(٤) علي عوجة : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، عالم الكتب ٢٠٠١م ، ص ٩ .

هذه العملية بطريقتين: الأولى هو النشاط الداخلي القائم على تصحيح الأوضاع والثانية هي النشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل التعبير الممكنة^(١) .

وعرف فؤاد البكري العلاقات العامة بأنها: "العلم الذي يهدف إلى التعرف على آراء الأفراد واتجاهاتهم وآراء الجمهور بوجه عام وبطريقة علمية وموضوعية منظمة، وذلك بهدف وضع السياسات الخاصة بالتعامل مع هذا الجمهور لتحقيق التفاهم والانسجام بين المنشآت المختلفة وجماهير تلك المنشآت وبين المنشآت والمؤسسات الأخرى التي يتعاملون معها والمنتشرة في المجتمع"^(٢) .

والعلاقات العامة هي : "العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية وموضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعامل والمحبة والوعي"^(٣) .

أما العلاقات الدولية هي عبارة عن وظيفة الإدارة المستمرة التي تسعى من خلالها المؤسسات والمنظمات إلى تأييد وترسيخ الفهم المتبادل مع الجمهور وتهتم بسلوك الأفراد والجماعات .

وعلى الضوء التعريفات السابقة ؛ تعتمد الدراسة التعريف الإجرائي الآتي: "إن العلاقات العامة هي تخطيط وتنفيذ كل البرامج التي تستهدف كسب تفاهم الجمهور وهي علم يساهم في إدارة المؤسسات والهيئات مما يمكنها من الوصول إلى الهدف المنشود" .

(١) محمد منير حجاب وآخرون : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، القاهرة (د.ت) ، ص ٢ .

(٢) فؤاد البكري : العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال ، القاهرة ، دار النهضة ٢٠٠١م ، ص ١٠ .

(٣) د. لبنان هاتف الشامي : العلاقات العامة في الإدارة ، عمان (د.ن) ، ص ١٥ .

أهمية العلاقات العامة :

ازداد اهتمام المؤسسات المعاصرة بممارسة العلاقات العامة ، ولم يعد من الممكن إغفال هذه الوظيفة في الهيكل الإداري لأي مؤسسة رغم اختلاف درجة الاهتمام به وإدراك مفهومها الحقيقي بين مؤسسة وأخرى^(١) .

تبرز أهمية العلاقات العامة في الأساس على كسب ثقة الجماهير التي تتعامل معها لأن هذه الجماهير هي التي ترشح بقاء هذه المؤسسة أو تلك من خلال تعاملها معه ، لذلك تلجأ المؤسسات إلى تحسين علاقاتها مع موظفيها ومع جمهورها الخارجي حيث أصبحت المنشأة تعتبرهم شركاء مهنة لأن خدمة كل فئة من هذه الفئات واجب على المؤسسة وعلى إدارتها أيضاً^(٢) .

وترتكز أهمية العلاقات العامة الناجحة على ترسيخ ثقافة التفاهم والمصادقية وتبادلية السيطرة أو تجنب الصراع إلى أقصى حد للحفاظ على العلاقات التي تجد بين المؤسسة وجمهورها ، ذلك يثني على العاملين في مجال العلاقات العامة^(٣) وهم يعرفون أن العلاقات العامة هي بساطة فعل الشيء الصحيح وإتاحة الفرصة للناس لمعرفة هذا الفعل وتطبيق هذه القاعدة في أعمالهم اليومية.

يمكن توضيح أهمية العلاقات العامة في بعض ما يمكن أن تحققه للمجتمع والمنظمات والهيئات في الآتي^(٤) :

- ١ - تهيئة الرأي العام لتقبل أفكار وآراء جديدة وإيجاد ما يؤيد أو يساند هذه الهيئات والتنظيمات والمؤسسات بما يقوي الروابط بين هذه الهيئات والجماهير .
- ٢ - توضيح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم ، وهذا التوضيح يساعد

(١) علي عجوة : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق م . سابق ، ص ٩ .

(٢) علي عجوة : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، مرجع سابق ص ٩ .

(٣) أحمد محمد المصري : العلاقات العامة ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ٢٠٠٠م ، ص ٧ .

(٤) حسين ناجي عارف : مبادئ العلاقات العامة ، عمان ، دار نايف ٢٠٠٠م ، ص ٢٢ .

هذه الهيئات على إحداث تعديلات مناسبة في سياساتها وحفظ عملها بما يتمشى مع رغبات الجماهير وتحقق النفع لهم والهيئات معاً .

٣- تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير ، وهذا التكيف أصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة وبدونه لا يمكنها أن تصل لأهدافها المنشودة .

وظهر من خلال التعريفات وخطورة العلاقات العامة والدور المتعاظم للعلاقات العامة فيما يتعلق بكسب ثقة الجماهير . حتى اعتبرت المؤسسة جمهورها الخارجي شريك حقيقي في المهنة والاهتمام بالمصداقية وترسيخ ثقافة التفاهم، حيث تم تلخيص الأهمية للعلاقات العامة إجمالاً في الآتي : تهيئة الرأي العام لتقبل الأفكار وتحديد وتوضيح اتجاهات الجماهير والتكيف بين الأجهزة والهيئة وجمهورها.

أهداف العلاقات العامة :

إن الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعثره التطورات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية والمستحدثات الجديدة التي غيرت وجه التاريخ ، فالمهمة الكبرى للعلاقات العامة هي التوفيق بين عناصر المجتمع ومنظماته وهيئاته والتنسيق بين مصالحه المختلفة لتحقيق مصالح المجتمع العليا والعمل على ترقيتها^(١) .

وتتبع أهداف العلاقات العامة من الدور الذي تقوم به في مجال الإدارة ، بمعنى أن هذه الإدارة تهدف إلى إيجاد وخلق التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها وكذلك إقامة سمعة طيبة لها في أوساط العمل .

ويرى خبراء العلاقات العامة أن أهم أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي تحسين السمعة أو الصورة الذهنية لدى الجماهير عن المنظمة ورفع الروح المعنوية للجمهور الداخلي والتي تتحقق من^(٢) :

(١) حمدي عبدالحارث البخرانجي : العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠٠ ، ص ٥٥ .

(٢) عبدالسلام ابوقحف : محاضرات في العلاقات العامة ، بيروت ، الدار الجامعية ١٩٩١م ، ص ٢٩ .

١ - نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بأدوارهم وأهمية هذه الأدوار في المنظمة.

٢ - رفع وتحسين الكفاءة الإنتاجية للعاملين من خلال الاهتمام بحل المشكلات التي تواجههم والمشاركة في تحسين ظروف العمل المادية والنفسية والاجتماعية .

٣ - تحقيق معدل دوران العمل .

٤ - شرح وتوضيح كافة سياسات وخطط وتوجيهات المنظمة وتحديد دور العاملين في إنجاز هذه السياسات والأهداف.

٥ - تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا بشأن القضايا والمواقف التي تواجه المنظمة أو شأن سياساتها وخططها الحالية والمستقبلية فضلاً عن تقديم المعلومات والتوصيات الخاصة بال جماهير الخارجية والتي لها علاقة بممارسة المنظمة لنشاطاتها وتحقيق أهدافها .

نجد أن الهدف الأساسي هو تحقيق الانسجام والتوافق بين عناصر المجتمعات ومنظماته وهيئاته لتحقيق المصالح العامة بالإضافة إلى أهداف أخرى تتمثل في نشر الوعي ورفع الكفاءة الإنتاجية وتوضيح الخطط والسياسات والتنسيق الكامل مع الأجهزة العليا للمؤسسات .

المبحث الثالث

العلاقات العامة في الجامعات السودانية

مفهوم العلاقات العامة في الجامعات السودانية

لا تختلف العلاقات العامة في الجامعات عن قطاعات الحكومة من حيث المبادئ الأساسية عنها في المجالات التنظيمية الأخرى وللجامعات جمهورها الداخلي والخارجي فلا يمكن أن تنجح الجامعة في سياساتها عن طريق القوانين والنظم واللوائح وحدها ولا يمكن أن تجد سياساتها التأييد والمساندة إلا إذا أدرك الجمهور الدور الذي تقوم به في كافة مجالات النشاط العام .

ف نجد في الجامعات لم تنشئ بعض الجامعات إدارات للعلاقات العامة إلى حديثاً وذلك لتستطيع تفسير سياسات التعليم العالي وأهمية الأبحاث وتعريف الجمهور بدور الجامعة خارجياً وداخلياً فتكون دائماً إدارة العلاقات العامة أدلة خاصة رغم اختلاف المسميات في بعض الأحيان .

كما نجد أن جميع إدارات العلاقات العامة بالجامعات السودانية تفتقد إلى الهدف الواضح والروي الموحدة بالإضافة لعدم وجود الدعم المادي والكادر المناسب والتدريب^(١) .

تهدف العلاقات العامة بشكل عام إلى هدفين:

الأول : نشر المعلومة بانتظام عن سياسات المؤسسة وخططها وإنجازاتها .
الثاني : تعريف الجماهير بشتى النظم التي تربطها بالمؤسسات والمنظمات بالإضافة إلى ذلك تقوم العلاقات العامة بدور هام في تحسين العلاقة بين المنظمة والجماهير^(٢) .

(١) المرجع حنفي عوض العلاقات العامة الاتجاهات النظرية القاهرة دار المعارض ص ١٤١ .

إبراهيم إمام العلاقات العامة و المجتمع ص ١٨ .

(٢) حنفي عوض ، العلاقات العامة الاتجاهات النظرية ومجالات التطبيق ، القاهرة ، دار المعارف، ١٩٨٣م، ص ١٤٠ .

لم تظهر العلاقات العامة في الجامعات العربية إلا مؤخراً لتستطيع أن تفسر سياسات التعليم العالي ، وأهمية البحوث العلمية وبيان أهمية التربية القيادية في مجتمعنا الناهض ، ويرجع ذلك إلى أن رسالة الجامعات ووظيفتها غير مفهومة لدى عدد كبير من الجماهير في معظم الأحيان ، فكان من الضروري لدى إنشاء أجهزة للعلاقات العامة تتولى مهمة التفسير والشرح والتنسيق والتفاهم والتعاون مع جماهير الجامعة الداخلية والخارجية كالطلاب والأساتذة والموظفين والهيئات ووسائل الإعلام وغيرها^(١) .

وفي السنوات الأخيرة أصبحت الجامعات في الدول النامية تتجه لعمل نشاط تنظيمي للعلاقات العامة ، فبعض الجامعات أنشأت ما أسمته بجهاز العلاقات العامة أو إدارة العلاقات العامة والإعلام أو إدارة العلاقات الثقافية والإعلام ، وبالطبع فإن هذا الوجود التنظيمي هو الطريقة المثلى لنشر نشاطات معينة وتعريف المجتمع بها ، وهذا بدوره يعمق مفهوم العلاقات العامة لدى الجماهير كما يزيد القناعة بضرورة إنشاء إدارات للعلاقات العامة في المؤسسات العلمية وخاصة في الدول النامية حيث ما زال هذا الموضوع وهذه الأفكار حديثة العهد^(٢) .

أما بالنسبة للعلاقات العامة في الجامعات السودانية فمنذ إنشائها نجد أنها تعهد إلى تأسيس إدارة خاصة للعلاقات العامة ، ولمعرفة مدى هذا الدور لهذه النظم في تحقيق الأهداف المرجوة للعلاقات العامة سيقوم الباحث بالوقوف على نظم العلاقات العامة ببعض الجامعات السودانية :

١ - جامعة أم درمان الإسلامية : النشأة والتطور^(٣) :

نشأة جامعة أم درمان الإسلامية في ١٩٠١ حيث بدأت اللبنة الأولى على أيدي قيادات العلم والفكر الإسلامي بالسودان ، وقد بدأت في شكل حلقات علمية تزود الناس بالعلوم وتؤهلهم للقيام بدورهم في المجتمع وتزودهم بشهادات من العلماء القائمين على الأمر لتثبيت أهليتهم العلمية .

(١) إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة ، مرجع سابق ص ٢٨٢ .

(٢) إبراهيم إمام .

(٣) دليل الجامعة ، دار جامعة أم درمان الإسلامية للطباعة والنشر ، ١٩٩٥ م ، ص ١٦١ .

ثم وضعت الجامعة في صورة حديثة في ١٩١٢م حيث برزت كمؤسسة علمية متكاملة تشتمل على المراحل الدراسية المختلفة ، المرحلة المتوسطة ، المرحلة الثانوية ، المرحلة الجامعية ، وأصبحت تمنح الشهادات الجامعية تحت اسم (المعهد العلمي) ومضت حتى أخذت اسم جامعة أم درمان الإسلامية في عام ١٩٦٥م وسارت تحت هذا الاسم إلى اليوم .

وتضم الجامعة الآن ثلاث عشر كلية وعدد من المراكز العلمية ومراكز الدراسات الإضافية وعدد من الفروع بالداخل والخارج هذا بجانب إقامتها دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه) بصنعاء في اليمن في تخصصات عدة وجامعة أم درمان الإسلامية عضو مؤسس وفاعل في الاتحادات العالمية التالية :

- ١ - اتحاد الجامعات العالمية .
- ٢ - اتحاد الجامعات الأفريقية .
- ٣ - اتحاد الجامعات العربية .
- ٤ - اتحاد الجامعات جنوب وشرق أفريقيا .
- ٥ - رابطة الجامعات الإسلامية .

نظم العلاقات العامة بجامعة أم درمان الإسلامية :

نشأت إدارة العلاقات العامة بالجامعة في الستينيات وأصبحت في صورتها الحديثة في ١٩٩٠م وتضم الإدارة الأقسام التالية :

- ١ - قسم الإعلام .
 - ٢ - قسم العلاقات العامة .
 - ٣ - قسم الشؤون الكتابية
- أولاً : قسم الإعلام وتتبع له الوحدات التالية :

- أ- الصحافة والنشر .
- ب - الراديو والتلفاز .
- ج - الفيديو والتصوير الفوتوغرافي .

ثانياً : قسم العلاقات العامة وتتبع له الوحدات التالية :

أ/ العلاقات العامة.

ب/ المراسم .

ج/ الضيافة .

د/ المعارض والمؤتمرات .

ثالثاً : قسم الشؤون الكتابية :

ويقوم هذا القسم بالتنسيق بين الوحدات المختلفة كما يقوم بالأعمال المكتبية

وشؤون الأرشيف .

أهداف العلاقات العامة بالجامعة :

١ - إبراز دور الجامعة العلمي والمساهمة في نشر وتعميق رسالتها في المجتمع الداخلي والخارجي .

٢ - تغطية مناشط الجامعة المختلفة عبر الوسائل الإعلامية المطبوعة والمسموعة والمرئية.

٣ - المساهمة في توطيد العلاقات بين الجامعات والمؤسسات النظرية في الداخل والخارج عن طريق تبادل المطبوعات والرسائل والمعلومات .

٤ - المساهمة في إعداد المؤتمرات والندوات الهامة .

٥ - إيجاد العلاقات مع أجهزة الإعلام في الداخل عن طريق دعوة مثيلاتها للمشاركة في مناسبات الجامعة المختلفة إلى جانب تنظيم اللقاءات العلمية التي تجع بين قيادات الجامعة والإعلاميين .

٦ - القيام بمهام المراسم والضيافة لزوار الجامعة وتسهيل إجراءات الاستقبال والسفر .

٧ - توثيق الرسائل الجامعية وحفظها في مكتبة الإدارة وتبادلها مع الجامعات

٨ - القيام بأعمال النشر في كتيبات وصحف وإصدارات تعكس كليات ومراكز

الجامعة العلمية .

جامعة جوبا :

كان الهدف الأساسي للسياسة البريطانية بجنوب السودان في العشرين سنة الأولى هو حفظ الأمن والنظام وتكيد سلطة الحكومة على القبائل الجنوبية بغرض إدارة عسكرية مركزية عليها ونظراً لشح موارد السودان المالية لم تبذل الحكومة البريطانية مجهوداً يذكر لعمران الجنوب خلال تلك الفترة وتبعاً لذلك تركت التعليم للجمعيات التبشيرية المسيحية والتي كان غرضه التبشير ولم يكن للحكومة أي تدخل في التعليم ، أما التعليم العالي فقد ارتبط الجنوب بشرق أفريقيا ، إذ كانت الحكومة تبعث بالطلاب الجنوبيين إلى جامعة ماكرري بيوغندا وفي ١٩٥٠م بدأت الحكومة في استيعاب الطلاب الجنوبيين بكلية غردون^(١) .

وترجع فكرة إنشاء جامعة في الجنوب إلى مؤتمر المائدة المستديرة عام ١٩٦٥م والذي طالب فيه الجنوبيون بإنشاء جامعات ومؤسسات تعليمية .

نشأة وتطور جامعة جوبا :

في عام ١٩٧٥م أصدر رئيس الجمهورية قراراً بنشاء جامعة جوبا وتكفلت المجموعة الأوربية بالمساهمة في تمويل برامج الدراسة بالجامعة ، وافتتحت الجامعة رسمياً في ١٩٧٧م وتضم الجامعة الكليات التالية :

- ١- كلية الموارد الطبيعية والدراسات البيئية.
- ٢ - كلية الاقتصاد والدراسات الاجتماعية .
- ٣ - كلية التربية .
- ٤ - كلية تعليم الكبار .
- ٥ - كلية الطب .

نظم العلاقات العامة بجامعة جوبا :

أنشأت إدارة العلاقات العامة والإعلام مع نشأة الجامعة وكانت هذه الإدارة تضطلع بمهام الإعلام والنشر والمراسم ، إلا أن ظروف عدم استقرار الجامعة لم تستطع العلاقات العامة القيام بوظائفها على النحو الأكمل كما أن العلاقات العامة

(١) دليل جامعة جوبا ، الخرطوم ، دار جامعة أفريقيا للطباعة والنشر ١٩٩٣م ، ص ١٠.

بالجامعة لا يوجد بها وصف وظيفي كما لا توجد بها أقسام متخصصة لممارسة أنشطة العلاقات العامة ، فقد تقوم العلاقات العامة بالمهام الإعلامية والمراسم .

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا^(١) :

ترتبط بدايات هذه المؤسسة بالمحاولات الأولى للتعليم الفني والمهني في السودان بهدف تدريب فنيين مقتدرين لمواجهة نقص الكوادر المؤهلة في مرافق الدولة الحيوية ، وفي عام ١٩٥٠م أنشأت مصلحة المعارف معهد الخرطوم الفني لمعالجة قضايا التدريب والتأهيل في مجال التعليم الفني والمهني.

وفي منتصف الستينيات وسعة للحاجة الماسة لمزيد من الفنيين والمهنيين في مختلف المجالات ثم تطوير المعهد الفني ليكون مركزاً للتعليم الفني في البلاد وفي ١٩٧٥م وتماشياً مع المتغيرات التنظيمية والإدارية وبروز المجلس القومي للتعليم العالي كسلطة تعليمية عليا تم تطوير المعهد وسمي معهد الكليات التكنولوجية ليكون معهداً مستقلاً يتم تمويله من قبل الدولة من خلال عدة معاهد متخصصة أعيد تنظيمها إدارياً وأكاديمياً تشكل خمس كليات واستطاع المعهد على مدى سنين من عمره أن يمد البلاد بالكفاءات الفنية والمهنية الرفيعة.

وفي ديسمبر ١٩٨٩م وبموجب قرار رقم ١٥ من قرارات ندوة التعليم العالي تم ترفيع معهد الكليات التكنولوجية ليكون جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ومن ثم شهدت الجامعة الوليدة تطوراً أكاديمياً وإدارياً استهدف بناء واستكمال مقوماتها الأساسية فأصبحت الجامعة تضم بالإضافة إلى الكليات السابقة الكليات الآتية^(٢):

١- كلية الدراسات العليا .

٢ - كلية التربية .

٣ - كلية العلوم .

كما ألحقت بالجامعة المعاهد المتخصصة التالية:

- المعهد العالي للأشعة التشخيصية والعلاجية.

(١) دليل جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، الخرطوم ، ١٩٩٥م ، ص ٩ .

(٢) دليل جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، ١٩٩٥م ، ص ١١ .

- كلية الموسيقى والدراما .
- كلية التربية الرياضية .
- معهد ود المقبول لعلوم الأرض .

نظم العلاقات العامة بجامعة السودان:

تم إنشاء وتأسيس إدارة العلاقات العامة والإعلام في ١٩٩٠م وفقاً للأهداف

التالية:

- إقامة علاقات مستمرة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى.
- عكس أنشطة الجامعة العلمية والثقافية عبر وسائل الاتصال.
- إصدار المطبوعات التي توضح رسالة الجامعة وأنشطتها .
- استقبال ضيوف الجامعة وإعداد برامج خاصة بهم.
- المشاركة في المناسبات القومية والتمثيل في المحافل الدولية والإقليمية والمحلية .

- المشاركة في وضع الخطط والإستراتيجيات لمشروعات الجامعة .
- مساعدة الإدارة العليا بالجامعة فيما يختص بالنواحي الخاصة بالنشر والإعلام.

توجد بإدارة العلاقات العامة والإعلام ثلاث أقسام:

١ - قسم النشر والإعلان.

٢ - قسم المراسم .

٣ - قسم الشؤون الإدارية .

١- قسم النشر والإعلام :

يقوم هذا القسم بالمهام التالية :

- طباعة الكتيبات التعريفية والنشرات والمطبقات.
- القيام بكافة التغطيات الإعلامية من صحافة وإذاعة .
- الإشراف على المعارض الخاصة بالعلاقات العامة.

٢/ قسم المراسم :

يقوم هذا القسم بالمهام التالية :

- استقبال ضيوف الجامعة ووضع برامج الزيارة الخاصة بهم .
- القيام بمهام الحجز والسفر لمنسوبي الجامعة .
- الإعداد لمناسبات الاستقبال للطلاب الجدد ووداع الخريجين.
- ٣- قسم الشؤون الإدارية الكتابية:
ويقف هذا القسم بالمهام التالية:
 - حفظ المكاتبات الواردة والصادرة.
 - التنسيق والاتصال بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى.
 - متابعة المطالبات المالية الخاصة بالإدارة
 - الإشراف على توزيع الصحف اليومية.
 - تزويد الإدارة باحتياجاتها التي تساعد في سير العمل.

المبحث الرابع الدراسات السابقة

فيما يلي يعرض الباحث نماذج من الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالموضوع ومن هذه الدراسات السابقة .

دراسة/ خالد خلف الله سليمان^(١) :

البناء الاتصالي للعلاقات العامة دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الجامعات السودانية ١٩٩٧م .

هدفت الدراسة إلى :

- ١ - بيان أهمية البناء الاتصالي للعلاقات العامة بالجامعات .
- ٢ - معرفة أنشطة العلاقات العامة الداخلية والخارجية بالجامعات .
- ٣ - توضيح العقبات والمشاكل التي تعترض البناء الاتصالي للعلاقات العامة بالجامعات .

- ٤ - معرفة النشاط التي حققته أجهزة العلاقات العامة بالجامعات السودانية .
- ٥ - تقديم تصور لنموذج يمكن من خلاله رفع كفاءة الممارسين للعلاقات العامة بالجامعات السودانية .

منهج الدراسة :

تعتبر الدراسة من المناهج الوصفية والتحليلية .

نتائج وتوصيات الدراسة :

- ١- أن الجامعات السودانية تعمل جميعها على إيجاد أجهزة للعلاقات العامة فيها ، حيث وتجد الباحث ما نسبته (١٠٠%) من عينة الدراسة توجد بها أجهزة لممارسة أنشطة العلاقات العامة .

(١) خالد خلف الله سليمان : البناء الاتصالي للعلاقات العامة ، دراسة وصفية تحليلية ، بالتطبيق على الجامعات السودانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، ١٩٩٧م .

٢ - تزايد الاتجاه إلي إطلاق مسمى العلاقات العامة والإعلام على إدارة العلاقات العامة بنسبة (٦٦.٧%) ومسمى الإعلام والعلاقات العامة بنسبة (٣٣.٣%).

٣ - يمثلون الحاصلون على مؤهل تخصص في الإعلام لشاغلي وظيفة مدير إدارة العلاقات العامة (٥٠%).

٤ - معظم مديري العلاقات العامة من الذكور حيث بلغت النسبة (٨٣.٣).
تناولت دراسة خالد خلف الله البناء الاتصالي لعلاقات العامة في الجامعات السودانية وبيان أهمية ذلك وتوضيح المشاكل والعقبات التي تعترض ذلك ، حيث تناولت دراستنا العلاقات العامة بجامعة الخرطوم ووضحت المشاكل ووضعت لها بعض الحلول وهو ما لم تقم به دراسة خالد خلف الله .

دراسة/ أيمن عبد الله النور^(١) :

نشأة وتطور العلاقات العامة في السودان ، دراسة تاريخية وصفية بالتطبيق على شركة الخطوط السودانية ٢٠٠٦م.
وهدفت الدراسة إلى :

١ - الوقوف على الأحداث التاريخية التي أدت إلى نشأة العلاقات العامة في السودان

٢ - التعرف على بعض الشخصيات التي كان لها دور في تطور مهنة العلاقات العامة في السودان .
منهج الدراسة :

اتبع الباحث في دراسته النهج التاريخي الوصفي .
نتائج وتوصيات الدراسة : -

١ - تنظر الإدارة لممارسة العلاقات العامة على أنها : تربط الجمهور الداخلي والخارجي للشركة وتودع كبار الضيوف وتتصل بوسائل الإعلام .

(١) أيمن عبدالله النور : نشأة وتطور العلاقات العامة في السودان ، دراسة وصفية بالتطبيق على شركة الخطوط الجوية السودانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، ٢٠٠٦م .

٢ - ضرورة جعل العلاقات العامة في مرتبة أعلى مما هي عليه في الهياكل التنظيمية بالمؤسسات .

٣ - ازدياد تطور دور العلاقات العامة في السنوات الأخيرة .

٤ - الميزانيات المخصصة للعلاقات العامة مناسبة بعض الشيء .

٥ - يتم إشراك إدارة العلاقات العامة في التخطيط الإداري للمؤسسات .

تناولت دراسة عبدالله النور نشأة وتطور العلاقات العامة في السودان وهي دراسة تاريخية ، بالتطبيق على شركة الخطوط الجوية السودانية ويظهر وجه الشبه بين الدراستين في الجوانب التاريخية بينما الاختلاف بين الدراستين في الجوانب التطبيقية .

دراسة / عبده محمد داؤود^(١) :

العلاقات العامة في هيئات الاستثمار السودانية ودورها في الترويج الاستثماري . دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة الإعلام والعلاقات العامة في هيئة الاستثمار بولاية الخرطوم .

تهدف الدراسة إلى :

١ - التعرف على طرق وأساليب ممارسة العلاقات العامة في هيئات الاستثمار بشكل عام وهيئة الاستثمار بولاية الخرطوم بشكل خاص ومدى مطابقة أساليب الممارسة بالممارسة العلمية .

٢ - التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة من أجل التعريف مغرض ومجالات الاستثمار في السودان .

٣ - موقع جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للهيئة ومدى تأثير ذلك على أداء العلاقات العامة

٤ - التعرف على الأساليب والوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة على من أجل إقناع الجماهير بضرورة الاستثمار في ولاية الخرطوم

(١) عبده محمد داؤود : العلاقات العامة في هيئة الاستثمار السودانية ودورها في الترويج الاستثماري ، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة الإعلام والعلاقات العامة في هيئة الاستثمار بولاية الخرطوم، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، ٢٠٠٢ م .

٥ - قياس مدى تأثير أنشطة وبرامج العلاقات العامة على الجمهور الذي يعمل في الهيئة وكذلك كيف يتعامل معها .

منهج الدراسة :-

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي .

نتائج الدراسة :

١ - أثبتت الدراسة أن العلاقات العامة في الهيئة لم تحقق نجاحاً يذكر فيما يتعلق بالترويج للاستثمار في الولاية وذلك لأسباب ذكرها الباحث .

٢ - أثبتت الدراسة أن للعلاقات العامة في الهيئة تأثير واضح في الجمهور الداخلي حيث أكدت أن جميع أفراد العينة المبحوثة علمهم بوجود جهاز للعلاقات العامة بنسبة (١٠٠%) .

٣ - أكدت الدراسة أن من أهم الأهداف التي حققتها العلاقات العامة في الهيئة هي تكوين سمعة طيبة عن الهيئة لدى العاملين فيها والمتعاملين معها وبلغت نسبة الذين أقرروا بذلك (٣٧.٥%) .

٤ - أثبتت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في الهيئة لا تستخدم أي وسيلة للتعرف على آراء واتجاهات ومقترحات جمهورها للداخلي .

٥ - أثبتت نتائج الدراسة أن أهم والوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة بالهيئة هي كتابة التقارير الصحفية والكتيبات التعريفية والنشرات الداخلية .

تناولت الدراسة دور العلاقات العامة في هيئة الاستثمار من خلال التعرض للأساليب والوسائل التي تتبعها الهيئة لإقناع الجمهور بضرورة الاستثمار بولاية الخرطوم ، وتلتقي مع هذه الدراسة في مدى تأثير أنشطة العلاقات العامة على الجمهور الذي يتعامل معها ، وتختلف عنها في أن هذه الدراسة لدراسة المشاكل التي تعترض أداء العلاقات العامة بجامعة الخرطوم ومحاولة إيجاد حلول لها.

دراسة/ محمد الأمين مفلح (١) :

العلاقات العامة بالجامعات بالتطبيق على الجامعات الأردنية ١٩٩٧م.

أهداف الدراسة :

- ١ - التعرف على واقع العلاقات العامة في الجامعات الأردنية .
 - ٢ - التعرف على دور العلاقات العامة في هذه الجامعات .
 - ٣ - تصور هيكل تنظيمي للعلاقات العامة في الجامعات الأردنية
- منهج الدراسة :

استخدم الباحث المنهج الوصفي والمسحي .

نتائج وتوصيات الدراسة :

- ١ - ضرورة التزام أجهزة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية بالمنهج العلمي السليم .
- ٢ - العمل على تعيين وتوظيف المتخصصين في العلاقات العامة وذلك لتطبيق الأسلوب الأمثل لعمل العلاقات العامة .
- ٣ - العمل على إيفاد الموظفين العاملين في أجهزة العلاقات العامة لدورات تدريبية محلياً وعالمياً لمواكبة التطور الذي يحصل في مجال العلاقات العامة
- ٤ - الفصل بين ما يسمى بالعلاقات العامة والعلاقات الثقافية والعلاقات الخارجية فهذه مسميات يدل كل منها على شيء مغاير .
- ٥ - ضرورة قيام الجامعات بإعادة تنظيم أجهزة العلاقات العامة وفق أحدث التنظيمات .

تناولت دراسة محمد الأمين مفلح العلاقات العامة في الجامعات الأردنية وسعت الدراسة للتعرف على واقع العلاقات العامة ودورها ووضع هيكل تنظيمي وتلتقي مع هذه الدراسة في ذات الهدف وتختلف معها في أن هذه الدراسة سعت لمعرفة المشاكل التي تواجه العلاقات العامة بجامعة الخرطوم ومحاولة إيجاد بعض الحلول لها .

(١) محمد الأمين مفلح : العلاقات العامة في الجامعات بالتطبيق على الجامعات الأردنية - رسالة ماجستير

غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، ١٩٩٧م .

دراسة/ ماهر عثمان إبراهيم^(١) :

دور العلاقات العامة في تنمية العلاقات الإنسانية ، دراسة تطبيقية وصفية على شركة اسمنت عطبرة ٢٠٠٥م.

وهدفت الدراسة إلي :

١ - التعرف على مدى اهتمام المنظمات من خلال إدارات العلاقات العامة بالعنصر البشري وإشباع حاجاته المادية والمعنوية من خلال خلق المناخ النفسي مما يدفعه لتحقيق أهدافه ومن ثم أهداف المنظمة .

٢ - تطوير العلاقات العامة وترقيتها بشكل عام لتنمية العلاقات الإنسانية .

٣ - المشكلات التي تواجه العلاقات العامة من خلال منهج مقارن بين القطاعين العام والخاص .

٤ - تقديم بعض المقترحات التي تسهم في تحسين أوضاع العاملين وتطور

من آرائهم

٥ - تسليط الضوء على إحدى المشكلات الرئيسية في مجال العلاقات العامة والتي يتوقف عليها نجاح المنشآت ولم تحظى بدراسة وافية .

منهج الدراسة :-

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والأسلوب الإحصائي .

توصيات الدراسة :-

١ - قيام إدارة العلاقات العامة بالاهتمام بالمشاركة الفعلية للعامل في وضع

الخطوط واتخاذ القرارات وأنه عنصر أساسي في تحقيق الكفاءة الإنتاجية.

٢ - العدل والمساواة بين المرؤوسين عند الترقيات والأجور وكل المتطلبات.

٣ - يجب أن تعطي زيادات خاصة في الرواتب للعامل خاصة الذي يتفوق

في عمله على أن يكون هنالك برنامج للحوافز المادية والمعنوية .

(١) ماهر عثمان إبراهيم : دور العلاقات العامة في تنمية العلاقات الإنسانية ، دراسة تطبيقية وصفية على

شركة أسمنت عطبرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا،

٢٠٠٥م .

٤ - الاهتمام بالعلاقات الإنسانية والاجتماعية وإشعار العامل بأنه عضو في جماعة أكثر من تأثيره بأنظمة الرقابة الإدارية والحوافز المادية.

٥ - على المشرف أن يظهر عناية فائقة بالظروف المادية والطبيعية لأداء العمل مثل المكاتب المريحة ، الاثاثات الفاخرة التي يعمل بها الموظفون ، التهوية ، الإنارة .. الخ .

تناولت دراسة ماهر عثمان دور العلاقات العامة في تنمية العلاقات الإنسانية، أظهرت الدراسة تطوير العلاقات العامة لخلق المناخ النفسي بين العنصر البشري وسعت الدراسة لخلق منهج مقارن بين القطاعين العام والخاص بينما تناولت هذه الدراسة دور العلاقات العامة بجامعة الخرطوم من حيث المشاكل التي تواجهها ومحاولة وضع حلول لتلك لمشاكل.

الدراسات العربية :

دراسة نهى حسين محمد التلاوي^(١) :

دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات رجال الأعمال .

وتتمثل مشكلة الدراسة في تحديد أبعاد الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال أصحاب هذه المؤسسات ورصد الجهود الاتصالية التي تقوم بها في إطار ذلك ، في ضوء نماذج جرونج للعلاقات العامة ونموذج إصلاح الصورة الذهنية ، وتحديد ملامح الصورة الذهنية نحو رجال الأعمال ومدى انعكاس الدور الذي تقوم به العلاقات العامة على الصورة الذهنية المنطبعة لدى الجمهور عن رجال الأعمال.

تهدف الدراسة إلى رصد وتحديد الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال - محل الدراسة - في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال ، والتعرف على مدى اهتمامها بإنتاج أنشطة اتصالية تحاول من خلالها تكوين صورة إيجابية عن رجال الأعمال ، ورصد وتحديد طبيعة الصورة الذهنية المقدم بها رجال الأعمال ومؤسساتهم عينة الدراسة في المضامين الصحفية المنشورة عنهم في الصحف محل الدراسة ، والتعرف على ملامح الصورة الذهنية لرجال الأعمال لدى الجمهور عينة الدراسة ، رصد العلاقات بين هذه الصورة المنطبعة وبين الأنشطة الاتصالية التي تقدمها العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال وكذلك المواد الصحفية المنشورة عنهم في الصحف المختلفة.

وقد خلصت الدراسة بشكل عام إلى أن العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال قد يكون لها دور يساهم في تشكيل صورة رجل الأعمال مالك المؤسسة، ولكن الأمر يتوقف على مجموعة من العوامل أهمها يتمثل في إدراك رجل الأعمال نفسه لأهمية دور العلاقات العامة ومدى اقتناعه بإمكانية قيامها بهذا الدور .

(١) نهى حسين محمد التلاوي : دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال ، دراسة

تطبيقية على عينة من مؤسسات رجال الأعمال ، رسالة ماجستير ، جمهورية مصر العربية .

دراسة/ فؤاد علي حسين سعدان (١) :

أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية :

قدم الباحث عرضاً شاملاً لدراسته مبيناً مشكلة الدراسة، حيث سعت دراسته إلى رصد وتحليل الكيفية التي تتم بها ممارسة العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية من خلال تطبيق نماذج العلاقات العامة التي اقترحها Gruning and hut، والنماذج الإضافية الأخرى التي تم التعرف عليها في الدراسات الحديثة، إلى جانب الكشف عن الأدوار الاتصالية التي يقوم بها مديرو العلاقات العامة في منظمات القطاعين العام والخاص وكافة المتغيرات التي تؤثر في كيفية ممارستها.

وقد هدفت الدراسة إلى :

١ - الكشف عن مدى قيام إدارات العلاقات العامة في مؤسسات القطاعين العام والخاص في اليمن بممارسة النماذج المعيارية للعلاقات العامة التي اقترحها Gruning and Hunt بالإضافة إلى النماذج التي تم التعرف عليها في الدراسات اللاحقة (نموذجي التأثير الشخصي والمترجم الثقافي) ونموذج الدوافع المشتركة.

٢ - الكشف عن أكثر الأدوار الاتصالية لممارسي العلاقات العامة ممارسة في أجهزة العلاقات العامة في اليمن والمتمثلة في دوري المدير والفني اللذان اقترحهما (Dozier Broom and) بالإضافة إلى دوري المدير التنفيذي والدور التقليدي.

٣ - التعرف على علاقة نمط ملكية المنظمة (القطاع العام أو الخاص) بممارسة إدارات العلاقات العامة لأحد النماذج الأربعة والنماذج الإضافية واتباع ممارستها لأحد الأدوار الاتصالية.

٤ - رصد العوامل والمتغيرات ذات التأثير في ممارسة نماذج العلاقات العامة في المنظمات اليمنية والأدوار الاتصالية لممارسيها .
هذا وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

(1)دراسة : فؤاد علي حسين سعدان : أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية : رسالة دكتوراه ،جامعة القاهرة .

١ - ظهور وجود فروق دالة إحصائياً في قيام مديري العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية بأداء الأدوار المختلفة ، فقد جاء الدور الفني في الترتيب الأول من حيث الممارسة ، فيما حل الدور التقليدي في الترتيب الثاني ، تلاه دور المدير ، أما دور المدير التنفيذي فقد احتل الترتيب الرابع والأخير .

٢ - ظهر وجود فروق دالة إحصائياً في ممارسة أجهزة العلاقات العامة في اليمن للنماذج الخاصة بممارسة العلاقات العامة ، حيث جاء نموذج التأثير الشخصي في الترتيب الأول ، أما نموذج المترجم الثقافي فقد حل في الترتيب الثاني يليه نموذج المعلومات العامة ، في حين جاء النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه في الترتيب الرابع ، ومن ثم نموذج الوكالة الصحفية ، تلاه النموذج اللامتوازن ثنائي الاتجاه الذي جاء في الترتيب السادس ، فيما احتل نموذج الدوافع المشتركة الترتيب الأخير .

دراسة سعاد حسن بشارة^(١) :

دور العلاقات العامة في دعم فعالية الجامعات .
تعد وظيفة العلاقات العامة من الوظائف الأساسية والمهمة بالجامعات، فهي تمثل عاملاً مهماً من بين عدة عوامل تسهم في نجاحها ، ولتحقيق تفاهمها مع جماهيرها ، وربطها بمجتمعاتها ، عليه فإن تصور هذه الدراسة يبنى على أن دعم العلاقات العامة لفعالية الجامعات يحدث أثراً إيجابياً على اتجاهات وسلوك جماهيرها، ويحقق تلاحم تلك الجماهير واستجابتها للجهود المبذولة ، لذا استهدفت التعرف على الدور الذي يقوم به جهاز العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز لدعم فعاليتها وخدماتها ، والآثار التي يعكسها هذا الدور على اتجاهات وسلوك الجماهير الداخلية والخارجية للجامعة ، مع محاولة وضع تصور أو خطة عمل تستهدف تطوير جهاز العلاقات العامة بالجامعة .

(١) سعاد حسن بشارة : دور العلاقات العامة في دعم فعالية الجامعات ، دراسة تطبيقية على جامعة الملك عبدالعزيز بمحافظة جدة ،

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- أن لجامعة الملك عبدالعزيز أثر كبير ومباشر على المجتمع ، الذي يتوقع منها دوراً أكبر في مجالات متعددة .

- إن جماهير الجامعة تعاني من عدم كفاية المعلومات ، وعدم توفر مصادر رسمية للحصول عليها .

- أن هناك درجة متوسطة من عدم الرضا العام بين الجمهور الداخلي والخارجي.

- أن الأجهزة الاتصالية بالجامعة لا تعطي أولوية لكسب ثقة جمهورها.

- أن تقوم جماهير الجامعة لفعاليتها ، وفعالية العلاقات العامة بها يقترب من الحد المتوسط أو أقل من ذلك .

هذا وقد أنهيت الدراسات بمجموعة توصيات تتعلق بزيادة فعالية كل من الجامعة وجهاز العلاقات العامة بها .

دراسة وليد خلف الله^(١):

تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على أهمية الأخلاقيات المهنية ودورها في مؤسسات العلاقات العامة ، والتعرف على أبرز العوامل التي تشكل القرارات الأخلاقية ، إضافة إلى التعرف على أهم الصفات الأخلاقية والمهنية للعاملين في العلاقات العامة ، والكشف عن دوافع الخروج عن الالتزام بالأخلاقيات المهنية، ودراسة موانيق الشرف العالمية وتحليلها .

توصلت الدراسة إلى درجة اقتناع ممارسة العلاقات العامة بأهمية وضع ضوابط أخلاقية وقيم مهنية للعلاقات العامة بدرجة كبيرة جداً، على أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً في صياغة السياسات والاستراتيجيات بالمنظمات المعاصرة إضافة إلى أن لها تأثيراً على المناخ النفسي للعاملين .

كما أظهرت النتائج تعدد العوامل المؤثرة في تشكيل القرارات الأخلاقية للممارسين منها التحدث مع زملاء المهنة الأكثر خبرة ، والعوامل الشخصية المرتبطة

(١) وليد خلف الله : أخلاقيات مهنة العلاقات العامة في الوطن العربي ، رسالة ماجستير ، القاهرة .

بالنشأة الاجتماعية كالخلفية الثقافية - القيم التي يعتنقها الأسرة - ثم القوانين والتشريعات المنظمة للعمل المهني .

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها :

- أن لجامعة الملك عبدالعزيز تأثير كبير ومباشر على المجتمع ، الذي يتوقع منها دوراً أكبر في مجالات متعددة .

- أن جماهير الجامعة تعاني من عدم كفاية المعلومات ، وعدم توفر مصادر رسمية للحصول عليها .

- أن هناك درجة متوسطة من عدم الرضا العام بين الجمهور الداخلي والخارجي.

- أن الأجهزة الاتصالية بالجامعة لا تعطي أولوية لكسب ثقة جمهورها.

- أن تقويم جماهير الجامعة لفعاليتها ، وفعالية العلاقات العامة بها يقترب من الحد المتوسط أو أقل من ذلك .

هذا وقد أنهيت الدراسة بمجموعة من توصيات تتعلق بزيادة فعالية كل من الجامعة وجهاز العلاقات العامة بها .

نجد أن كل الدراسات الأجنبية السابقة ليست ذات صلة مباشرة بدراستنا ولكنها تلتقي مع الدراسة في مدى تأثير العلاقات على المؤسسة وتأثير المؤسسة على المجتمع سواء كان التأثير مباشر أو غير مباشر حيث أن دراستنا تتناول بالوصف والتحليل مشاكل العلاقات العامة في جامعة الخرطوم لإيجاد الحلول اللازمة لها .

تحليل على الدراسات السابقة :

١- مدى الاستفادة.

٢- ما هي جوانب النقص .

٣- ما هي الإضافة الحقيقية التي حققتها .

يمكن الاستفادة من الدراسات السابقة في الآتي:-

- ١- أن هناك تأثير واضح وكبير من العلاقات العامة على المؤسسة.
 - ٢- أن للمعلومات دور كبير ومؤثر على أداء العلاقات العامة بالمؤسسات .
 - ٣- لا يوجد رضاء عام عن العلاقات العامة من جانب الجمهور.
- هذا بالإضافة إلى أن هنالك جوانب نقص تؤثر على أداء العلاقات العامة منها على سبيل المثال أهمية الأخلاقيات المهنية ثم القوانين والتشريعات والنظم المنظمة للعمل المهني.
- هذا فضلاً عن عدم وجود رؤية واضحة لتطوير عمل العلاقات العامة.
- ف نجد أن الإضافة العلمية التي قدمها البحث تتمثل في أن اتباع المنهج العلمي الصحيح للعلاقات العامة يساعد في تطور المؤسسات أهمية جذب مجتمع البحث للتعبير عن رأيه من خلال وسائط العلاقات العامة.
- أخيراً أهمية أن يكون دور الاتصال في اتجاهين لعكس الرأي والرأي الآخر.

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة الميدانية

المبحث الأول: العلاقات العامة بجامعة الخرطوم

المبحث الثاني: إجراءات الدراسة التطبيقية.

المبحث الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة

المبحث الأول

العلاقات العامة بجامعة الخرطوم

تقديم:

تعتبر جامعة الخرطوم من الجامعات العريقة والتي تأسست منذ الاستعمار وبدأت بكلية غردون التذكارية وهي من أول الكليات في السودان وفي المنطقة وهذا ما يجعلها متقدمة في مجال العلاقات العامة ولها خبرة طويلة في هذا المجال الذي جعل من الجامعة صرحاً شامخاً يعرف إقليمياً وعالمياً ، خاصة في مجال البحث العلمي والتطور العلمي.

ويمكن القول أن العلاقات العامة في جامعة الخرطوم قديمة قدم كلية غردون التذكارية التي أسسها المستعمر لتخريج كوكبة من العلماء ليرفدوا المستعمر بكوادر تعينه على تسيير أمر الحكم، وعليه تكون العلاقات قد مرت بمراحل مختلفة وتطورت مع تطور كلية غردون إلى جامعة شامخة لها ثلاثة أضلاع مجمع الوسط ومجمع شمبات ومجمع الطب ، ثم تطورت في مجال البحث العلمي في مجال أبحاث الأغذية والطب البيطري والزراعة وإنشاء مستشفى سوبا الجامعي ومركز أبحاث البناء والتربة.

أما أهداف العلاقات العامة اليوم مزيداً من ربط وتعريف بالجامعة داخلياً وخارجياً والمساهمة في نشر المعرفة خاصة في مجال البحث العلمي .

جامعة الخرطوم من خلال إدارة العلاقات العامة أصبحت جامعة قديمة ولها إسهام كبير حيث التطور في مجال البحث العلمي وإنشاء كليات جديدة مثل الصحة والمختبرات وغيرها من مراكز البحوث.

أما عدد العاملين بالجامعة فقد أصبح في تطور كبير حيث الزيادة السنوية في عدد العاملين والأساتذة والفنيين بالإضافة إلى الزيادة الكبيرة في عدد الطلاب حيث تجاوز عدد العاملين (٦٠٠٠) موظف هذا فضلاً عن العمال والمتعاونين والطلاب^(١)

(١) حسن محمد صالح، مدير إدارة الأعلام بالجامعة .

ونجد أن إدارة العلاقات العامة بالجامعة قد مرت بمراحل مختلفة حيث بدأت العلاقات والإعلام كإدارة واحدة ثم تطورت حيث أنشأت أقسام الطب وشمبات والوسط.

وأخيراً تم فصل إدارة العلاقات العامة عن الإعلام.

وبذلك أصبحت إدارة العلاقات العامة إدارة كبيرة ساهمت في إبراز دور الجامعة داخلياً وخارجياً وساهمت في نشر المعرفة وسط العاملين والطلاب بالجامعة وربط الجامعة بالجامعة المثيلة في جميع المجالات.

حيث استخدمت العلاقات معظم وسائل توصيل المعرفة متمثلة في نشر البحوث والندوات والمطبوعات والنشرات العلمية وغيرها من وسائل الاتصال أما المشاكل التي اعترضت العلاقات العامة بالجامعة متمثلة في الهيكل العامل وما صاحبه من ضعف ثم عدم وجود تدريب منتظم بالإضافة إلى الدعم المالي لتنفيذ الأدوار المطلوبة.

المبحث الثاني

إجراءات الدراسة التطبيقية

١-٣ المقدمة :

يحتوي هذا المبحث على ستة موضوعات تشمل منهج الدراسة وأدوات الدراسة ومجتمع الدراسة وعينة الدراسة وطريقة تحليل البيانات والبيانات الشخصية لعينة الدراسة .

٢-٣ منهجية الدراسة :

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي (وهو نوع من أساليب البحث ، يدرس الظواهر الطبيعية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية الراهنة دراسة كيفية توضيح خصائص الظاهرة ، وكمية توضيح حجمها وتغيراتها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى (١) .

٣-٣ أدوات الدراسة :

استخدم الباحث في هذه الدراسة الاستبانة (وهي عبارة عن قائمة من العبارات التي تتصل بموضوع الدراسة وتوزعها على مجموعة ممن لهم خبرة ودراية بموضوع الدراسة) (٢) .

٤-٣ تصميم الاستبانة :

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة ، والإطلاع على كتب مناهج البحث العلمي ، وعلى الخلفية النظرية اللازمة لمفاهيم أسس العلاقات العامة ودورها في العملية التعليمية .
تمكن البحث من وضع تصميم أولي للاستبانة وفقاً للأسس المتبعة ، والمعلومات التي يريد الحصول عليها ، أهداف الدراسة وفروضها .

(١) سيف الإسلام سعد عمر ١٩٩٤م ، صفحة ٣٥ جامعة أفريقيا العالمية

(٢) عبدالرحمن عميرة ١٩٨٦م صفحة ٤٦

وبعدها قام الباحث بعرض التصميم للاستبانة على الأستاذ المشرف وبعد مناقشتها ومراجعتها توصل الباحث إلى صياغة تمثل الصورة المبدئية للاستبانة (ملحق رقم "١")

٣-٥ وصف أداة الدراسة :

تم تقسيم الاستبانة إلى أجزاء هي (ملحق رقم "٣")

- ١- خطاب موجه لأفراد العينة ويشرح المطلوب .
- ٢- البيانات الشخصية والتي تشمل النوع ، المؤهل الأكاديمي ، العمر ، الموقع الوظيفي .

٣- محاور الاستبانة : تكونت من ثلاثة محاور هي :

المحور الأول : واقع العلاقات العامة .

المحور الثاني : المشكلات التي تواجه العلاقات العامة .

المحور الثالث : أساليب تطوير العلاقات العامة .

وقد اشتملت هذه المحاور على عدد من العبارات .

٣-٦ صدق وثبات الاستبانة :

من ناحية صدق الاستبانة ، تم عرضها في صورتها المبدئية على مجموعة من المختصين والمحكمين ، أعضاء هيئة التدريس من ذوي الخبرة والاختصاص في هذا المجال (انظر ملحق رقم ٤) وقد أوصى المحكمون ببعض التعديلات والإضافات والملاحظات ، بعدها تم وصفها في الصيغة النهائية للاستبانة . كما تم توزيع الاستبانة على عينة من مجتمع الدراسة لاختبار ثبات الدراسة أي القدرة على فهم الاستبانة وسهولة الإجابة عليها ، فقد بلغت نسبة الثبات ٩٣% ، وهي نسبة عالية تصلح لتوزيع الاستبانة على عينة الدراسة.

٧-٣ مجتمع الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من الأساتذة والطلاب والموظفين والعمال والفنيين بجامعة الخرطوم على مستوى الوسط والكليات الطرفية و الطب وللزراعة والبيطرة والتربية .

٨-٣ عينة الدراسة

أعتمد الباحث في هذه الدراسة على طريقة العينة العشوائية البسيطة ، حيث تم الاختبار على الأساتذة الدراسات العليا ولموظفين والفنيين والعمال وقد بلغ حجم العينة (١٠٠) مائة فرد من مجتمع الدراسة البالغ (٦٠٠٠) ألف كعينة قصدية.

٩-٣ طريقة تحليل البيانات :

استخدمت طريقة النسب المئوية لتحليل البيانات ، حيث تم تحويل إجابات عينة الدراسة إلى أرقام ، ومن ثم إلى مسائل رياضية بسيطة ، ثم إلى نسب مئوية لأجراء التحليل الإحصائي للأسئلة والخروج بنتائج الدراسة .
واستخدام أسلوب تحليل النسب وقف المعادلة الآتية :

$$100 \times \frac{t}{n}$$

حيث ت التكرار

و ن عدد أفراد العينة .

١٠-٣ البيانات الشخصية لعينة الدراسة .

المبحث الثالث

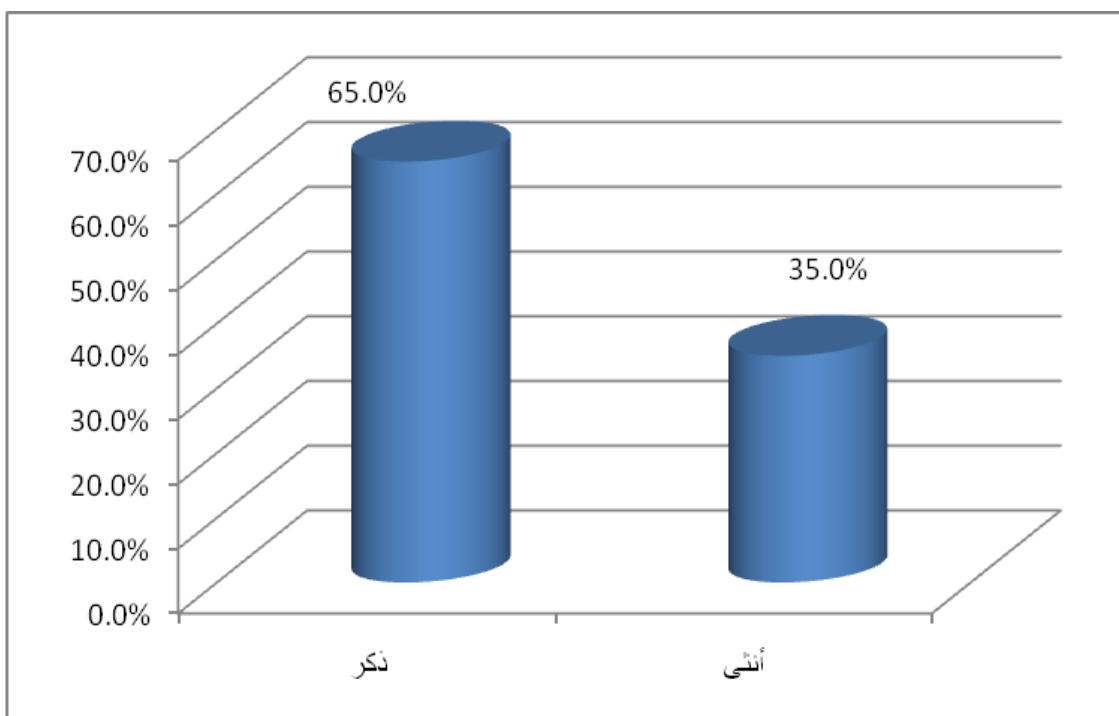
تحليل النتائج

١ . المعلومات الديموغرافية عن المبحثن : -

النوع :-

جدول رقم (٣-١)

المجموع	أنثى	ذكر	البيان
١٠٠	٣٥	٦٥	التكرار



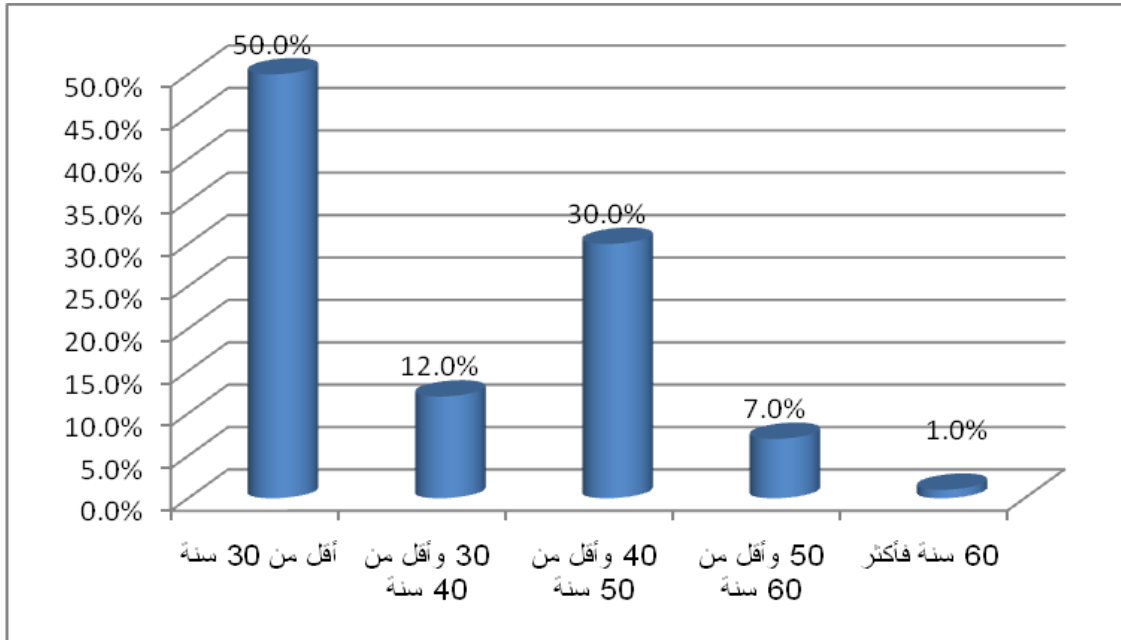
بالنظر إلى الجدول (٣-١) نبدي الملاحظات التالية :-

- الذكور بلغ عددهم ٦٥ من عينة البحث بنسبة مئوية (٦٥%) بينما بلغ عدد الإناث ٣٥ من عينة البحث بنسبة مئوية (٣٥%) .
- الجدول أعلاه يمكن أن يصلح كمؤشر لقياس العينة يمثل التكرار ٦٥% من عينة البحث.

العمر : -

جدول رقم (٢-٣)

البيان	أقل من ٣٠ سنة	٣٠ وأقل من ٤٠ سنة	٤٠ وأقل من ٥٠ سنة	٥٠ وأقل من ٦٠ سنة	٦٠ سنة فأكثر	المجموع
التكرار	٥٠	١٢	٣٠	٧	١	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (٢-٣) الخاص بالعمر نبدي الملاحظات التالية :-

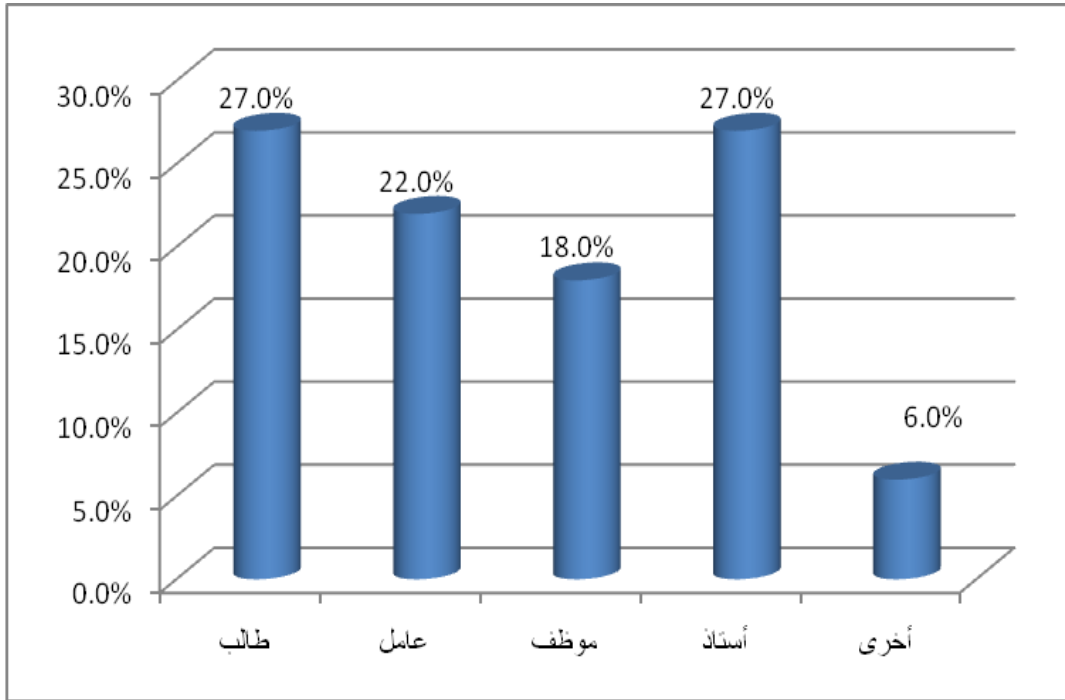
- الذين أعمارهم أقل من ٣٠ سنة بلغ ٥٠ فرداً من عينة البحث نسبة مئوية ٥٠% يليهم في الترتيب من حيث العدد الذين أعمارهم ما بين ٤٠ عاماً وأقل من ٥٠ سنة بعدد ٣٠ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ٣٠% يليهم الذين أعمارهم ما بين ٣٠ وأقل من ٤٠ سنة بعدد ١٢ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ١٢% جاء بعدهم الذين أعمارهم ما بين ٥٠ وأقل من ٦٠ بعدد ٧ أفراد من عينة البحث بنسبة مئوية ٧% ، بينما جاء أخيراً في ترتيب العمر الذين أكثر من ٦٠ سنة بعدد واحد من عينة البحث .

- يمكننا القول أن الطلاب الذين في الدرجات الوظيفية الدنيا هم يشكلون نصف عينة البحث بينما يفتقد مجتمع البحث الذي تتجاوز اعمارهم ال ٦٠ سنة وهي سن المعاش في الخدمة المدنية .

• المهنة : -

جدول رقم (٣-٣)

التكرار	طالباً	عامل	موظف	أستاذ	أخرى	المجموع
التكرار	٢٧	٢٢	١٨	٢٧	٦	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (٣-٣) نبدي الملاحظات التالية :

- الخارطة المهنية لعينة البحث ، غلب عليها الأساتذة والطلاب بعدد ٢٧ فرداً لكل منهما بنسبة مئوية ٢٧% على التوالي ، جاء بعدهم العمال بعدد ٢٢ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ٢٢% بينما حاز الموظفين على ١٨ من عينة البحث بنسبة ١٨% ، أما أخيراً جاءت خارطة المهن الأخرى (تقنين ، باحثين اجتماعيين ، مهندسين) بعدد ٦ أفراد من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٦% .

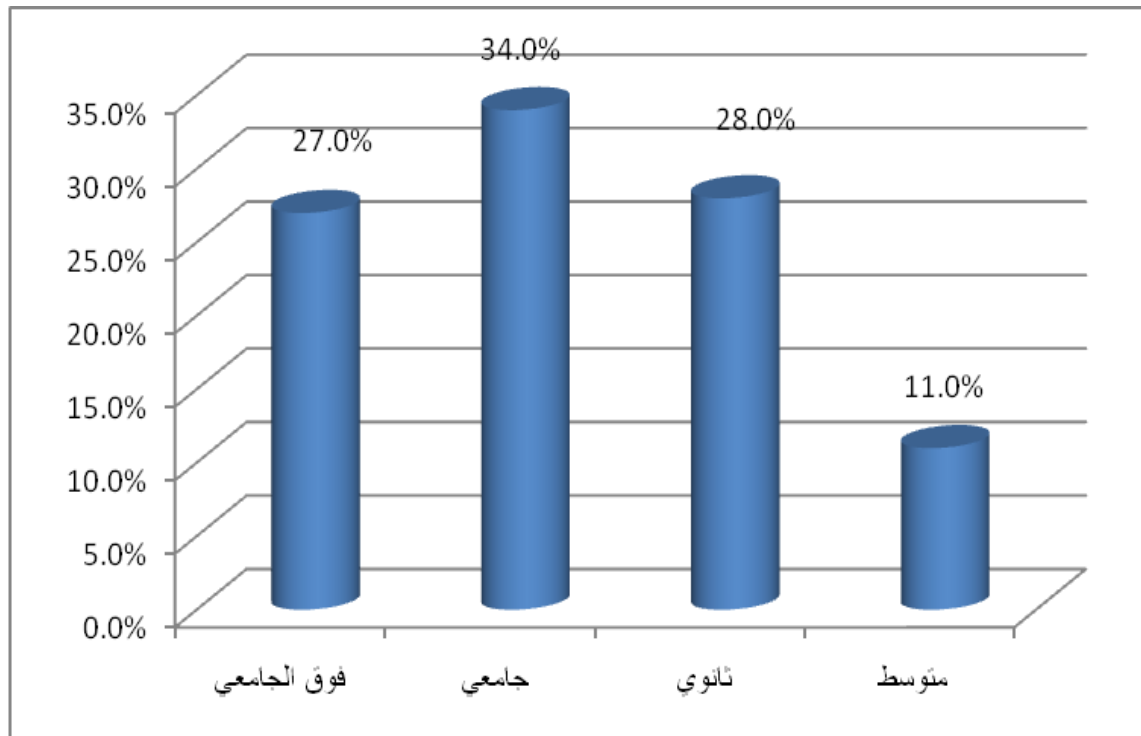
- الخارطة المهنية المتعددة يمكن أن تصلح كمؤشر يقود إلى أن موضوع البحث يمكن النظر إليه من زوايا مختلفة ، باختلاف ثقافات ووعي ومصالح الفئات المهنية المشكلة لعينة البحث .

- ولعل المهم أيضاً الإشارة إلى أن عدد الطلاب والأساتذة متساوي (٢٧) لكل عدد ١٨ موظفاً وبما أن أغلبهم جامعيين فأغلب عينة البحث من الجامعيين .

• المؤهل العلمي :-

جدول رقم (٤-٣)

التكرار	فوق الجامعي	جامعي	ثانوي	متوسط	المجموع
التكرار	٢٧	٣٤	٢٨	١١	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (٤-٣) نبدي الملاحظات التالية :

- شكل الجامعيين الحضور الأكبر في عينة البحث ب ٣٤ فرداً ، بنسبة مئوية ٣٤% بينما جاء الذين نالوا تعليم حتى مستوى المرحلة الثانوية بعدد ٢٨ فرداً بنسبة مئوية ٢٨% ، أما الذين تلقوا دراسات فوق الجامعية فقد بلغ عددهم ٢٧ من

عينة البحث بنسبة مئوية ٢٧% أما الذين تلقوا تعليم حتى المرحلة المتوسطة فقد كانوا ١١ من عينة البحث ، بنسبة مئوية ١١% .

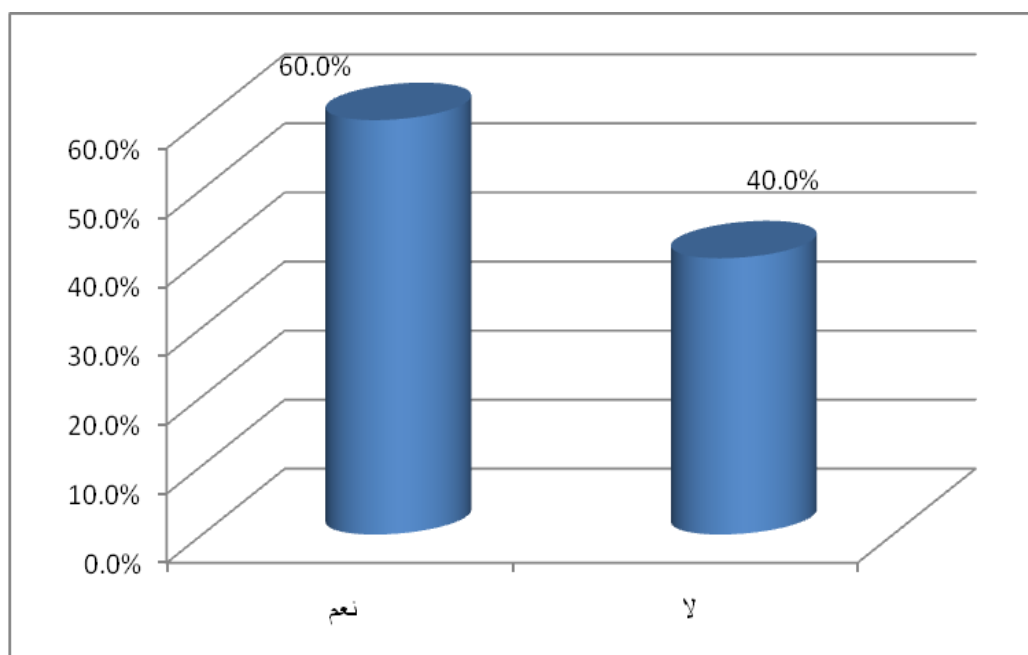
- يغلب على عينة البحث الذين تلقوا دراسات جامعية وفوق الجامعية بنسبة مئوية تبلغ ٦١% الأمر الذي يجعل التعامل مع موضوع الدراسة يتم من باب المعرفة والإلمام التام .

أولاً- محور: واقع العلاقات العامة بالجامعة ومدى التعرف بها وكيفية الاتصال معها وما هي أكثر الوسائل اتصالاً وأكثر فائدة .

س ٢ . هل لديك معرفة بوجود إدارة للعلاقات العامة بالجامعة ؟

جدول رقم (٥-٣)

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	٦٠	٤٠	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (٥-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- الذين أجابوا بمعرفتهم بوجود إدارة للعلاقات العامة بالجامعة بلغوا ٦٠ فرداً من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٦٠% أما الذين لا يعرفون عن إدارة العلاقات العامة بالجامعة فقد كانوا ٤٠ من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٤٠% .

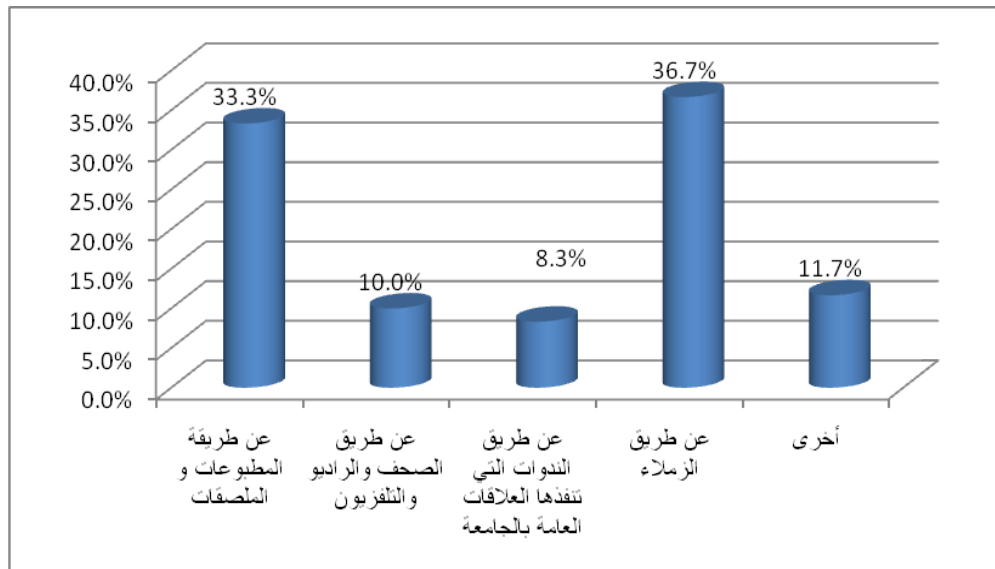
- الذين أقروا بمعرفتهم بوجود إدارة للعلاقات العامة عددهم يكاد يساوي عدد الذين يحملون مؤهلاً جامعيّاً وما فوق الجامعي ، وهذا يؤشر إلى أن أعداد الذين يحملون ذات المؤهلات في عينة البحث ، لديهم معرفة بوجود إدارة العلاقات العامة

- أن نسبة ٤٠% الذين أقروا بعدم معرفتهم بوجود إدارة للعلاقات العامة بالجامعة تعد نسبة غير قليلة ، تؤشر إلى ضعف وخلل في وسائل الاتصال بين إدارة العلاقات العامة وجمهورها

س٣ . ماهي الطريقة التي تعرفت بها على العلاقات العامة بالجامعة ؟

جدول رقم (٦-٣)

البيان	عن طريقة المطبوعات و الملصقات	عن طريق الصحف والراديو والتلفزيون	عن طريق الندوات التي تنفذها العلاقات العامة بالجامعة	عن طريق الزملاء	أخرى	المجموع
التكرار	٢٠	٦	٥	٢٢	٧	٦٠



بالنظر الي الجدول رقم (٦-٣) نبدي الملاحظات التالية : -

- الجدول يعبر عن الذين يعلمون بوجود إدارة العلاقات العامة ، وعددهم ٦٠ فرداً من عينة البحث .

- التعرف على إدارة العلاقات العامة من خلال الزملاء سجلت أعلى رقم من عينة البحث لعدد ٢٢ فرداً ، أي ما يعادل ٣٦.٧%، تلتها المطبوعات والملصقات ب ٢٠ فرداً من عينة البحث ٣٣.٣% ، جاءت بعدها الطرق الأخرى ب ٧ أفراد من عينة البحث ، بنسبة مئوية ١١.٧% ثم الصحف والراديو والتلفزيون ب ٦ أفراد ، بنسبة مئوية ١٠% ، أخيراً طريقة الندوات التي تنفذها العلاقات العامة بالجامعة ب ٥ أفراد من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٨.٣%.

- تشير نسبة المعرفة للعلاقات العامة عن طريق الزملاء إلى عمق الصلة الاجتماعية بين العاملين .

- كما أن تنوع طرق المعرفة من مطبوعات وملصقات ووسائل إعلام وندوات تعبر عن جهد يبذل .

- تشير نسبة المعرفة للعلاقات العامة عن طريق الزملاء إلى عمق الصلة الاجتماعية بين العاملين خاصة إذا أفترضنا أن، فترة بقاء الطلاب بالجامعة قد لا تتجاوز سنوات الدراسة فأن المعنيين فعلياً هم الأساتذة والعاملين .

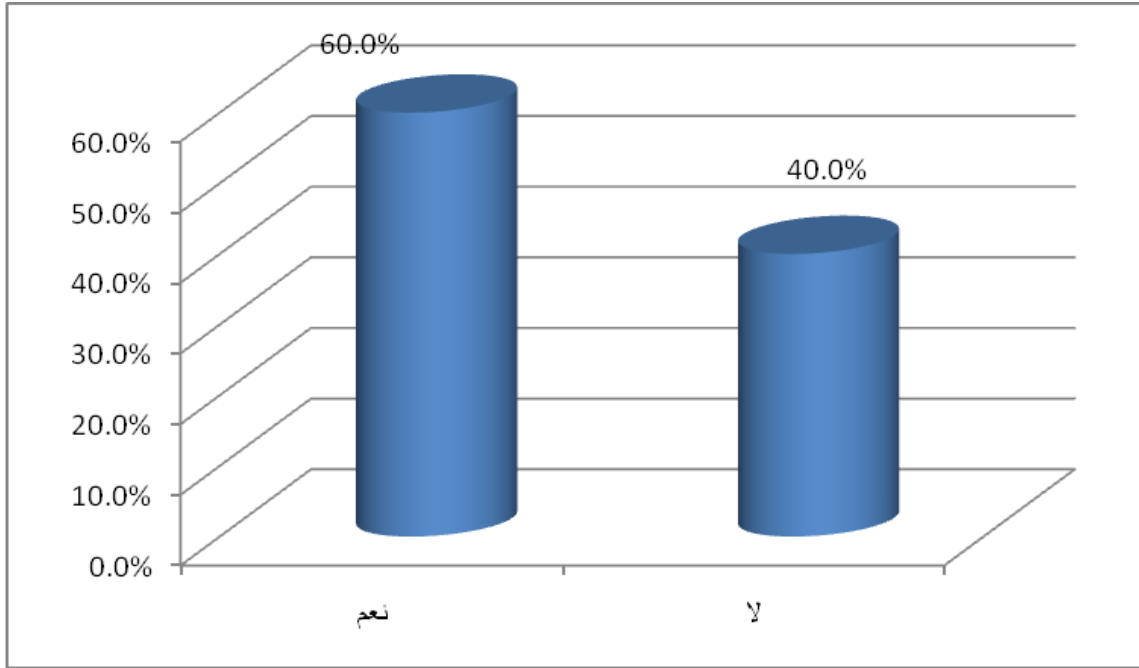
- ويعبر تنوع وسائل إعلام وندوات عن جهد مبذول وان لم يرتق الي المأمول .

- يمكننا القول أن نشاط العلاقات العامة ليس بالمستوي المناسب لمؤسسة عريقة مثل جامعة الخرطوم .

س٤. هل هنالك اتصال بينك وبين العلاقات العامة ؟

جدول رقم (٧-٣)

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	٦٠	٤٠	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (٧-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

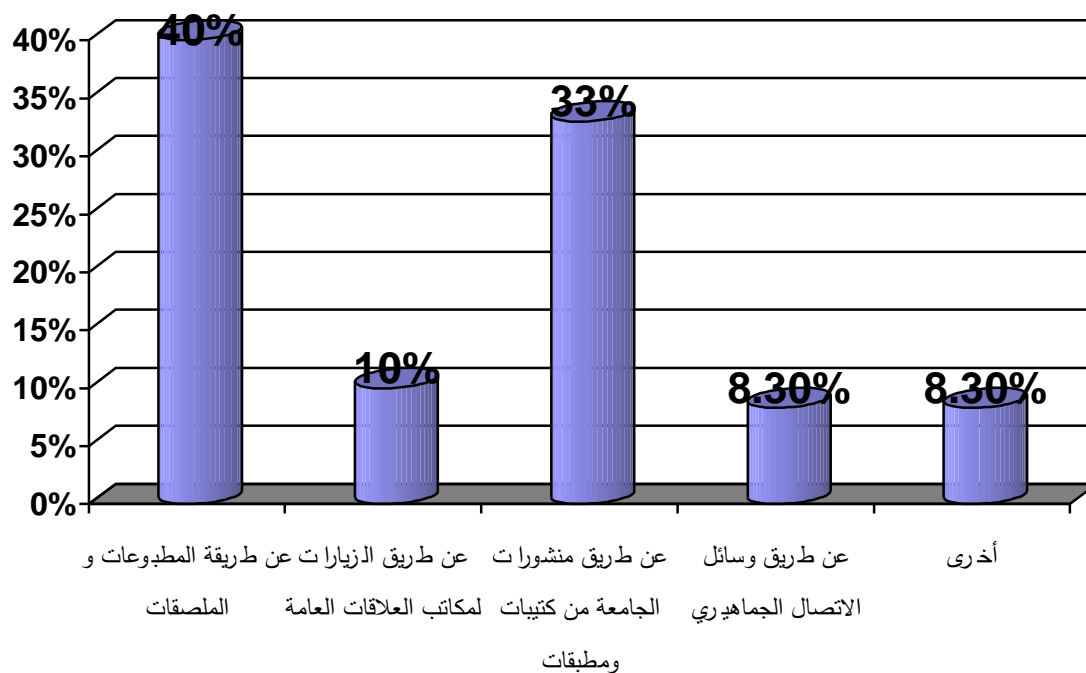
الذين لا يوجد اتصال بينهم والعلاقات العامة بلغوا ٦٠ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ٦٠% ، أما الذين يوجد اتصال بينهم والعلاقات العامة بلغوا ٤٠ من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٤٠% .

- يمكننا القول على الجدول أعلاه بأن إدارة العلاقات العامة لها اتصال مباشر مع ٤٠% من مجتمع البحث ، وهنالك اتصال غير مباشر بما يعادل ٢٠% " الزملاء" إذا وضعنا في الحساب أن هنالك ٤٠% من عينة البحث لا تعلم بوجود إدارة للعلاقات العامة .

- ويمكننا الإشارة الي أن المستهدف الفعلي في العلاقات العامة هم العاملين (٢٢) والموظفين (١٨) والاساتذة (٢٧) اي ٦٧ % من مجتمع البحث ووجود ٦٠ % لديهم اتصال مؤثر جيد بشكل عام .

س ٥ . ماهو نوع الاتصال بينك وبين العلاقات العامة ؟

البيان	عن طريقة المطبوعات و الملصقات	عن طريق الزيارات لمكاتب العلاقات العامة	عن طريق منشورات الجامعة من كتيبات ومطبقات	عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري	أخرى	المجموع
	٤٠ %	١٠ %	٣٣ %	٨.٣ %	٨.٣ %	
التكرار	٢٤	٦	٢٠	٥	٥	٦٠



بالنظر إلى الجدول رقم (٨-٣) نبدي الملاحظات التالية :

- الجدول يعبر عن الذين يوجد اتصال بينهم وإدارة العلاقات العامة وعددهم ٤٠ فرداً من عينة البحث .

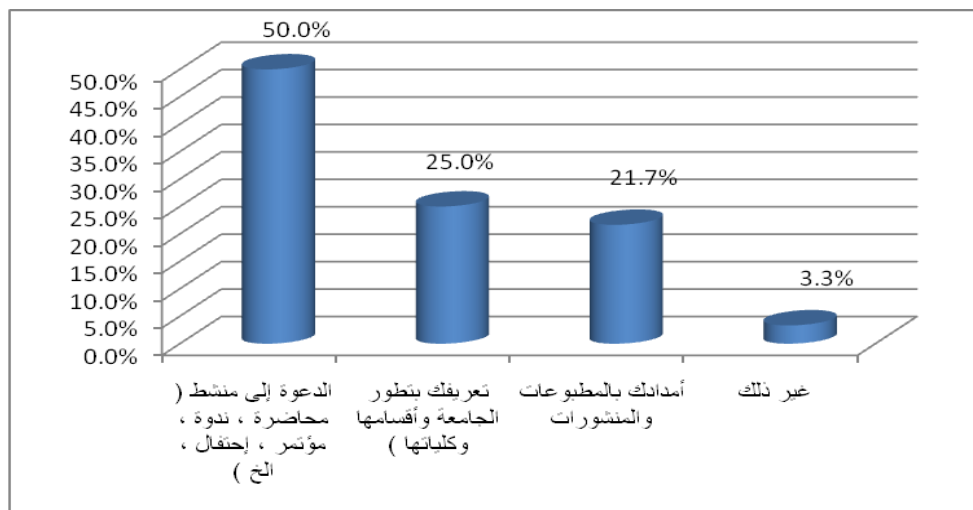
- جاء ترتيب كيفية طرق الاتصال بين عينة البحث وإدارة علاقات الجامعة بتقديم طريقة المطبوعات والملصقات ب ٢٤ فرداً ، بنسبة مئوية ٤٠% من مجموع الاتصال ، تلتها طريقة منشورات الجامعة من كتيبات ومطبقات ب ٢٠ أفراد بنسبة مئوية ٣٣% ثم طريقة الزيارات لمكاتب العلاقات العامة ب ٦ أفراد بنسبة مئوية ١٠% ثم طريقة وسائل الاتصال الجماهيري " صحف " إذاعة تلفاز " و طرق أخرى ب ٥ أفراد بنسبة مئوية ٨.٣% لكليهما

- قياساً على الجدول أعلاه والجدول رقم (٦-٣) ، يمكننا القول أن تنشيط طرق المطبوعات والملصقات والنشرات يمكن أن يجسر الفجوة ما بين إدارة العلاقات العامة ومجتمع البحث لأن هذه الطرق كانت نسبتها هي الأعلى في تحقيق المعرفة والاتصال، بالإضافة إلى أن هذه الوسائل ما زال لديها جمهور في مجتمع الجامعة .

س٦ . ماهو غرض اتصال العلاقات العامة بك ؟

جدول رقم (٩-٣)

البيان	الدعوة إلى منشط (محاضرة ، ندوة ، مؤتمر ، إحتفال ، الخ)	تعريفك بتطور الجامعة وأقسامها وكلياتها)	أمدالك بالمطبوعات والمنشورات	غير ذلك	المجموع
التكرار	٣٠	١٥	١٣	٢	٦٠



بالنظر إلى الجدول رقم (٩-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- هنالك ٤٠ فرداً من عينة البحث لم يحددوا إجابة لذلك يظهر المجموع على أساس ٦٠ فرداً من عينة البحث ، وهذا يرجع إلى أن هؤلاء لا يعرفون إدارة العلاقات العامة .

- تبذل إدارة العلاقات العامة جهداً باتجاه الدعوة لحضور مناشطها ، وهذا واضح ، لأن ٣٠ فرداً من عينة البحث ، بنسبة ٣٠% تلقوا دعوتها تلك ، أما الذين اتصلت بهم لتعريفهم بتطور الجامعة فقد حازوا على ١٥ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ١٥% ، أما الذين كان الاتصال بهم بغرض مدهم بالمطبوعات والمنشورات فقد كانوا ١٣ فرداً ، بنسبة مئوية ١٣%

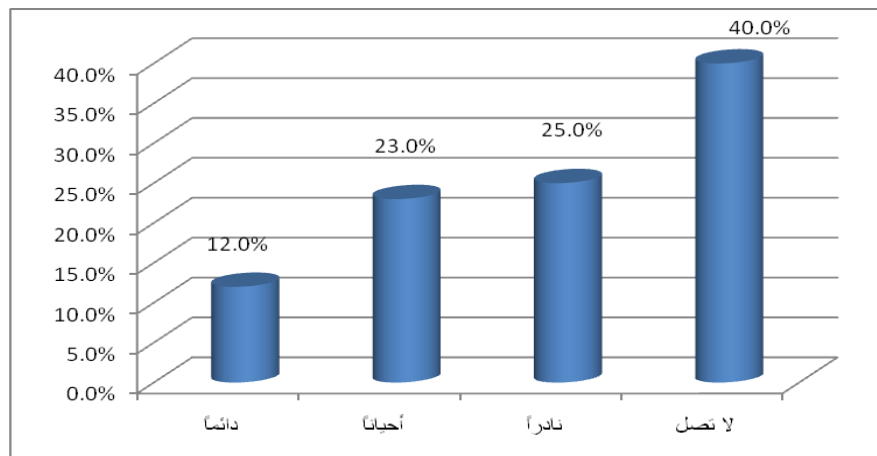
- هذا الإتجاه الواحد في الإتصال هو مؤشر سلبي لأن دور العلاقات العامة أيضاً عكس رأي الجمهور والمستفيد بشكل عام كما أن للعلاقات العامة دوراً في تعزيز الصلة الاجتماعية والتواصل الخلاق بين أفراد الخلية الواحدة .

- من الواضح أن دور العلاقات العامة لم يتطور الي تطوير وتعزيز الصورة الذهنية للجامعة خارجياً ، سوا مع الجمهور العام أو مثيلاتها من جامعات ومؤسسات عامة وهذا عيب كبير في ظل تنافس وتصنيفات عالمية وإقليمية للجامعات ومواقعها في خارطة التعليم خارجياً .

س٧ . هل تصلك مطبوعات ومنشورات الجامعة التي تصدرها العلاقات العامة ؟

جدول رقم (١٠-٣)

البيان	دائماً	أحياناً	نادراً	لا تصل	المجموع
التكرار	١٢	٢٣	٢٥	٤٠	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (١٠-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- إن ١٢ فرداً من عينة بنسبة مئوية ١٢% ، تصلهم مطبوعات ومنشورات الجامعة .

- هناك ٢٣ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ٢٣% تصلهم أحياناً مطبوعات ومنشورات الجامعة .

- هناك ٢٥ فرداً من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٢٥% نادراً ما تصلهم منشورات الجامعة .

- يوجد ٤٠ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ٤٠% لا تصلهم منشورات الجامعة

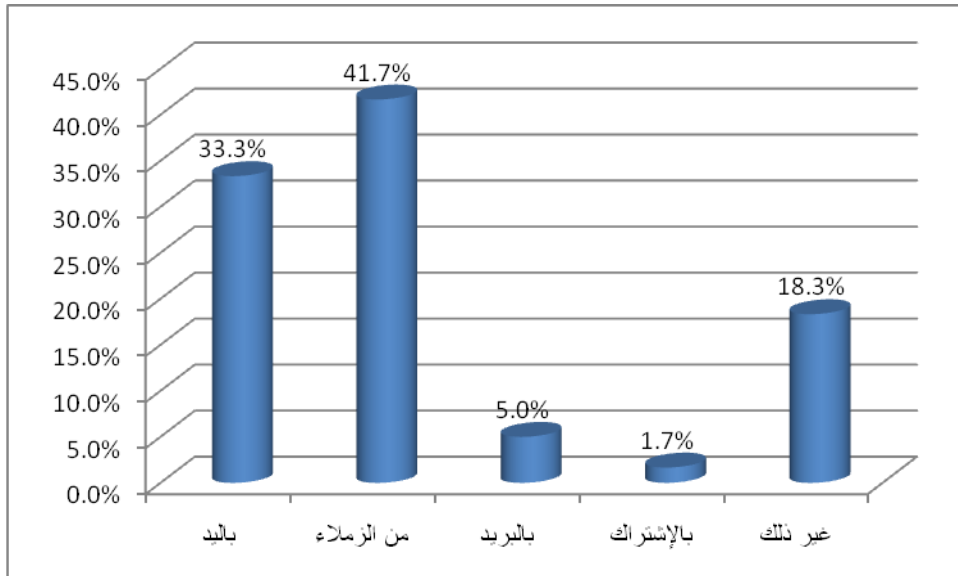
- يمكننا استنتاج أن نشاط العلاقات العامة ضعيف في توصيل المطبوعات والمنشورات إذا أضفنا إليهم الذين تصلهم في فترات متراوحة وهم ٢٣ من عينة البحث ، نتيقن من النتيجة أعلاه .

المحور الثاني : المشكلات التي تواجه العلاقات العامة وكيفية معرفتها .

- س٨ . بأي طريقة تحصلت على هذه المطبوعات والمنشورات ؟

جدول رقم (١١-٣)

البيان	باليدي	من الزملاء	بالبريد	بالاشتراك	غير ذلك	المجموع
التكرار	٢٠	٢٥	٣	١	١١	٦٠



بالنظر إلى الجدول رقم (١١-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- يعبر الجدول عن الذين تحصلوا على مطبوعات ومنشورات الجامعة وعددهم ٦٠ فرداً .

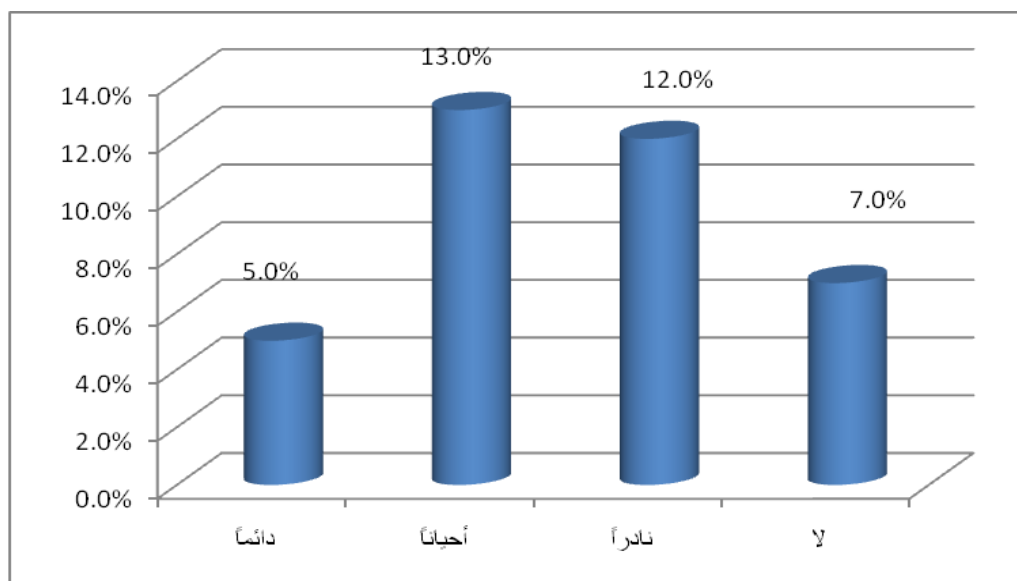
- هناك ٢٥ من عينة البحث ، ما يعادل ٤١% تحصلوا على مطبوعات ومنشورات الجامعة عن طريق الزملاء ، بينما تحصل ٢٠ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ٣٣.٣% عن طريق اليد ، بينما تحصل ١١ فرداً من عينة البحث بنسبة مئوية ١٨.٣% عبر طرق غير مباشرة ، أما الذين تسلموا مطبوعات ومنشورات العلاقات العامة عن طريق البريد بلغوا ٣ أفراد ، بنسبة مئوية ٥% هناك شخص واحد حصل على المطبوعات والمنشورات من خلال الإشتراك بنسبة مئوية ١.٧% .

- قياساً على الجدول أعلاه يمكننا التذليل بأن إدارة العلاقات العامة لا تتبع المنهج العلمي الصحيح في ترقية وسائل الاتصال ، ففي الوقت الذي شهد تطور تقني كبير عبر الإنترنت وبما تمتلكه الجامعة من إمكانيات فيما يخص الطباعة والنشر ، نجد أنها تتعامل بوسائل لم تعد من هذا الزمن وخصوصاً داخل مجتمع البحث ، لذلك نقترح التعامل عبر وسائل الإتصال والنشر الإلكتروني ، مع العلم أنه في وقت إجراء الدراسة ، كانت الجامعة أكملت مسألة التسجيل الإلكتروني للطلاب .

س٩. هل تعبر عن أرائك في وسائل الاتصال التي تصدرها العلاقات العامة بالجامعات ؟

جدول رقم (١٢-٣)

البيان	دائماً	أحياناً	نادراً	لا	المجموع
التكرار	٥	١٣	١٢	٧	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (١٢-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

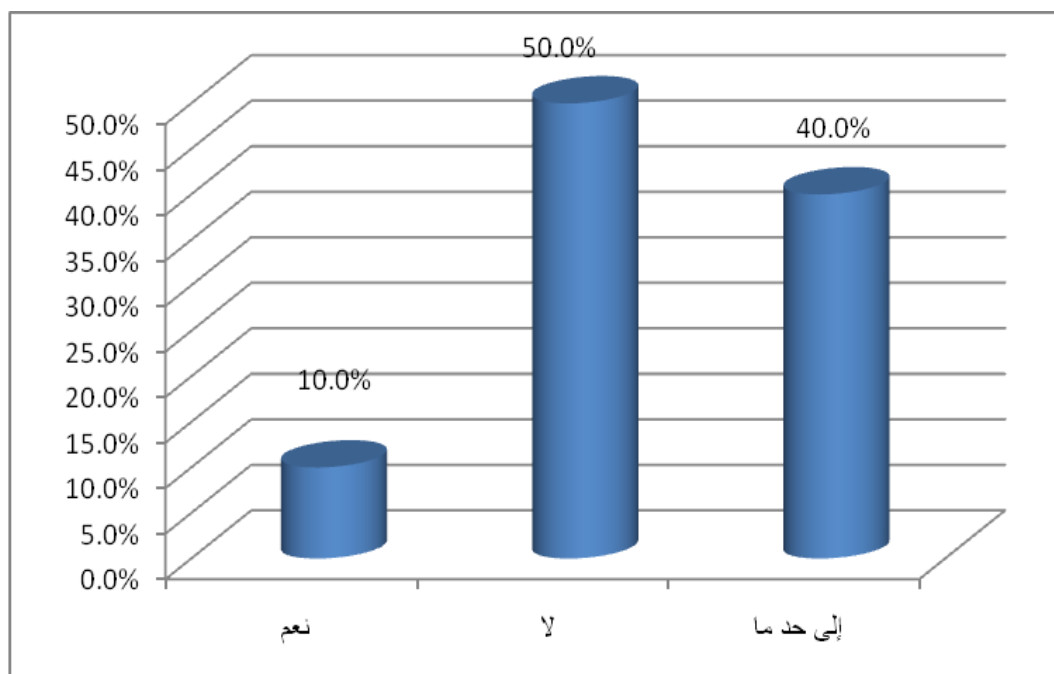
- بلغ عدد الذين لا يعبرون عن أرائهم في الوسائل التي تصدرها العلاقات العامة بالجامعة ٧٠ شخصاً من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٧٠% والذين يعبرون أحياناً فقد وصلوا إلى ١٣ شخصاً بما يعادل ١٢% والذين يعبرون عن أرائهم بصورة نادرة في وسائل الاتصال وصل ١٢ شخصاً بنسبة مئوية ١٢% أما الذين يعبرون عن أرائهم فقد وصلوا ٥ أشخاص بنسبة مئوية ٥% .

- من الواضح أن هناك ضعف في جذب مجتمع البحث إلى التعبير عن رائه من خلال وسائل العلاقات العامة .

س ١٠. هل المجلات والصحف والمنشورات التي تصدرها العلاقات العامة كافية للإعلام والترويج عن الجامعة ؟

جدول رقم (١٣-٣)

البيان	نعم	لا	إلى حد ما	المجموع
التكرار	١٠	٥٠	٤٠	١٠٠



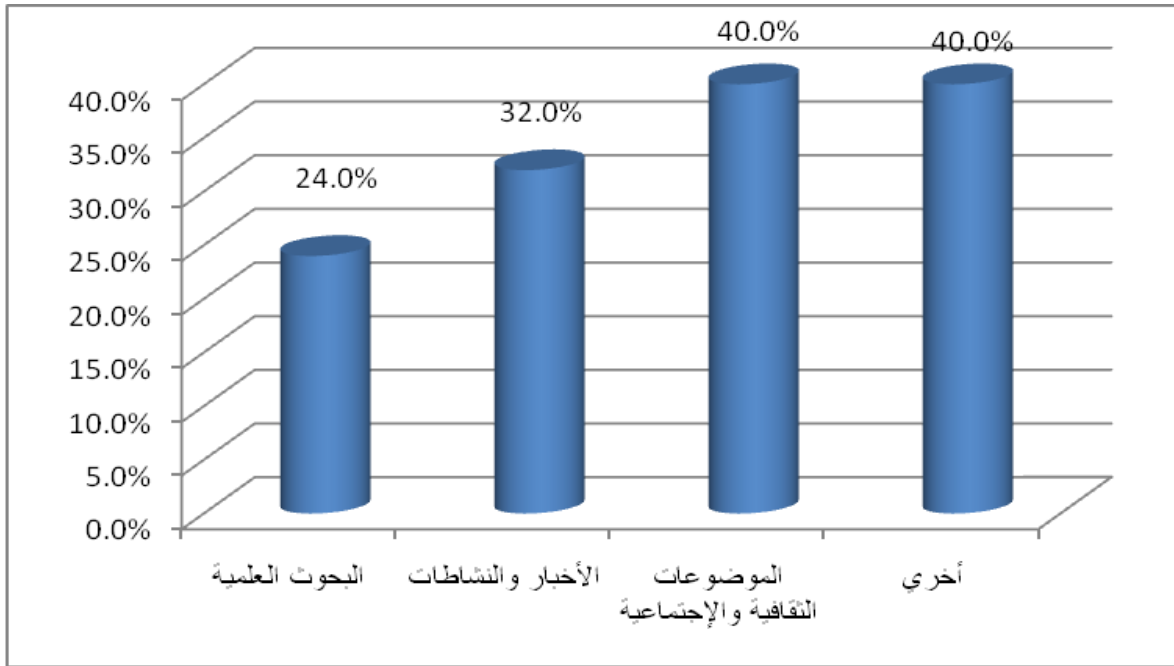
بالنظر إلى الجدول رقم (١٣-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- الذين يرون أن المجلات والصحف والمنشورات غير كافية للإعلام والترويج عن الجامعة بلغوا ٥٠ شخصاً من عينة البحث بنسبة ٥٠% أما الذين يرون أنها إلى حد ما تكفي للترويج عن الجامعة فقد بلغوا ٤٠ من عينة البحث بنسبة مئوية ٤٠% أما الذين يجزمون بكفاية المجلات والصحف والمنشورات في الإعلام والترويج فقد وصلوا ١٠ من عينة البحث بنسبة ١٠% .

- يمكننا القول أن إدارة العلاقات العامة تحتاج لبذل جهد مضاعف للترويج والإعلام عن الجامعة ، حتى تخفض النسبة العالية للذين يرون أن الترويج والإعلام غير كافي ، أو إلى حد ما .

س ١١ . أي المعلومات تفضل قراءتها في مطبوعات الجامعة ؟
جدول رقم (١٤ - ٣)

البيان	البحوث العلمية	الأخبار والنشاطات	الموضوعات الثقافية والاجتماعية	أخرى	المجموع
التكرار	٢٤	٣٢	٤٠	٤٠	١٠٠



بالنظر إلى الجدول رقم (١٤ - ٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- سجلت الموضوعات الثقافية والاجتماعية أعلى تفضيل في معلومات مطبوعات الجامعة بنسبة مئوية ٤٠% من عينة البحث ، تلتها من حيث الأفضلية الأخبار والنشاطات ب ٣٢% من عينة البحث ، وجاءت ثالثا في ترتيب الأفضلية البحوث العلمية ب ٢٤% وأخيرا جاءت الموضوعات الأخرى بنسبة مئوية ٤% .

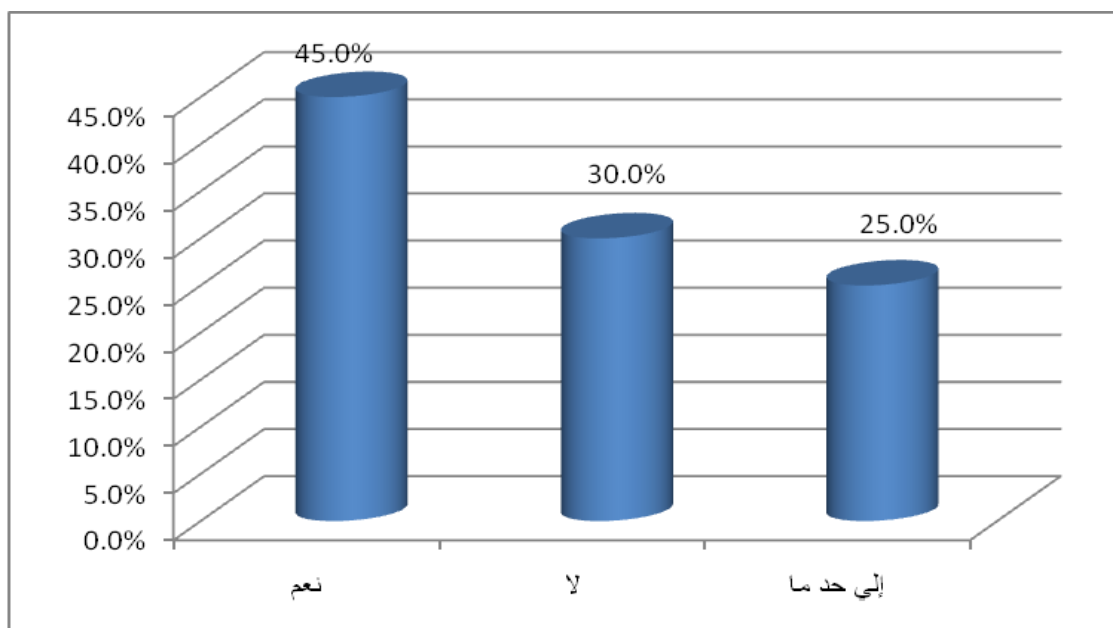
- يمكننا القول أن خارطة الموضوعات توزعت علي مجتمع العينة علي حسب مهن المشاركين فيها ، فالأساتذة دائماً ما يميلون إلي البحوث العلمية ، أما الطلاب والموظفين فيميلون للموضوعات الثقافية والاجتماعية والنشاط وأخباره .

س ١٢ . هل تزداد أنشطة العلاقات العامة في أوقات محددة ومعروفة

بالجامعة ؟

جدول رقم (١٥-٣)

البيان	نعم	لا	إلي حد ما	المجموع
التكرار	٤٥	٣٠	٢٥	١٠٠



بالنظر إلي الجدول رقم (١٥-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- الذين أكدوا أن أنشطة العلاقات العامة تزداد في أوقات محددة ومعروفة بالجامعة وصل ٤٥ من عينة البحث ، بنسبة مئوية ٤٥% أما الذين قالوا بعدم إزدیاد أنشطة العلاقات العامة بلغ عددهم ٣٠ من عينة البحث بنسبة مئوية ٣٠%

أما أولئك الذين أكدوا إلي حد ما أن هناك زيادة في الأنشطة بلغ ٢٥ من عينة البحث بنسبة مئوية ٢٥% .

- يمكننا القول أن أنشطة العلاقات العامة تزداد في أوقات محددة ومعروفة ، وهذا واضح من قراءة الجدول أعلاه حيث أن هناك ٧٠% من عينة البحث تقر إزدياد النشاط . وعلى الرغم من ازدياد النشاط في أوقات معينة يعتبر حالة جيدة ، لكن إدارة العلاقات العامة تحتاج الي برنامج يكون حاضرا في كل الأوقات ، حتي لا تبدو عليها صفة الموسمية .

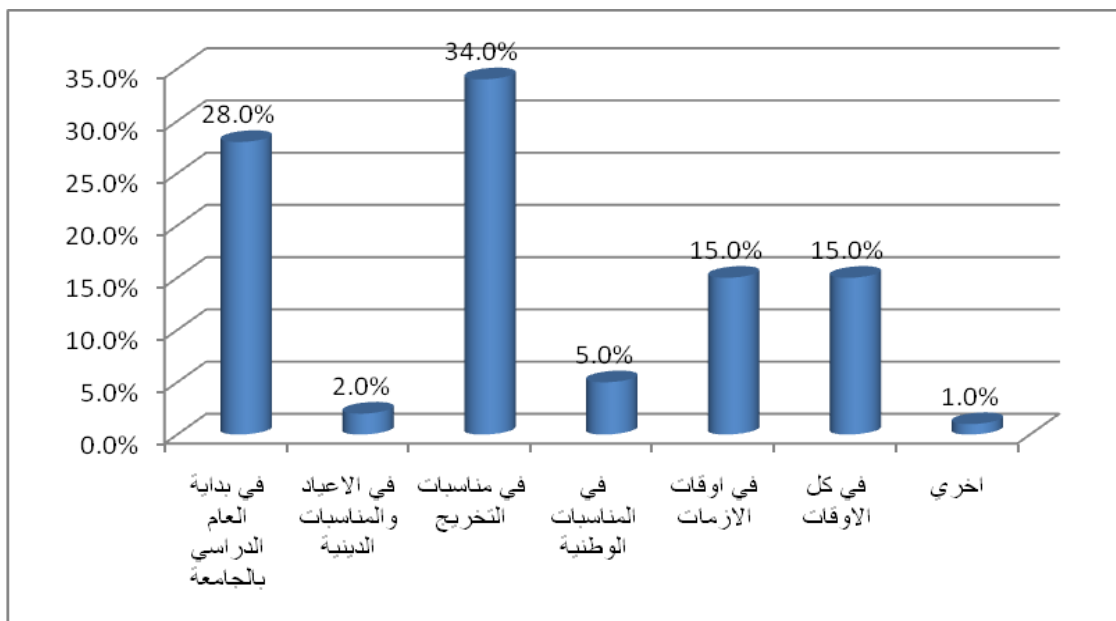
المحور الثالث : معرفة الأوقات التي تزيد فيها أنشطة العلاقات العامة

ومدى الفائدة منها .

س١٣ . ماهي الأوقات التي تزداد فيها أنشطة العلاقات العامة بالجامعة ؟

جدول رقم (١٦-٣)

البيان	في بداية العام الدراسي بالجامعة	في الأعياد والمناسبات الدينية	في مناسبات التخرج	في المناسبات الوطنية	في أوقات الازمات	في كل الأوقات	اخرى	المجموع
التكرار	٢٨	٢	٣٤	٥	١٥	١٥	١	١٠٠



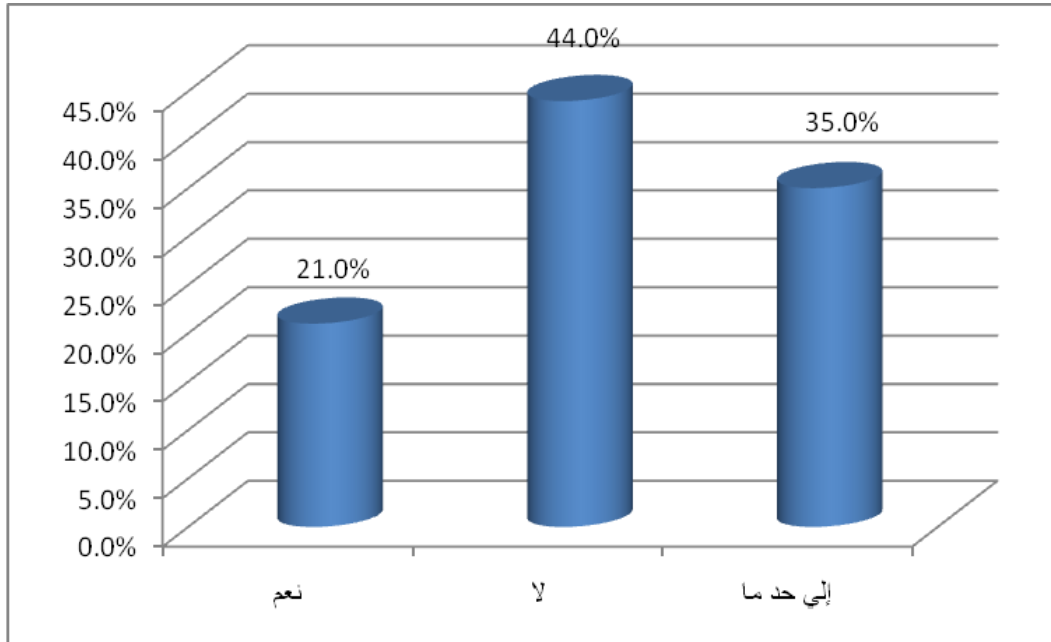
بالنظر إلى الجدول رقم (١٦-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- توزعت الأوقات التي تزداد فيها أنشطة العلاقات العامة بالجامعة ، حيث جاء في صدارتها مناسبات التخرج بنسبة مئوية ٣٤% الذي يليه كان بداية العام الدراسي بالجامعة ل ٢٨ % وتساوي كل من أوقات الأزمات وكل الأوقات في الترتيب ب ١٥% لكل منهما ، جاءت بعدهما المناسبات الوطنية ب ٥% والمناسبات والأعياد الدينية ب ٢% وأخيرا أوقات أخري ب ١%.

س ١٤ . هل ترى أن العلاقات بالجامعة تؤدي دورها بكفاءة ولديها قبول ؟

جدول رقم (١٧-٣)

البيان	نعم	لا	إلى حد ما	المجموع
التكرار	٢١	٤٤	٣٥	١٠٠



بالنظر إلي الجدول رقم (١٧-٣) نبدي الملاحظات التالية :-

- الذين قالوا أن العلاقات العامة لا تؤدي دورها وغير مقبولة كانوا ٤٤% من عينة البحث أما الذين قالوا أنه تؤدي دورها ومقبولة لكن إلي حد ما فقد وصلوا ٣٥% من عينة البحث أما الذين جزموا بأنها مقبولة وتؤدي دورها فقد وصلوا ٢١% من عينة البحث .

- يمكننا القول أن إدارة العلاقات العامة تقوم بدورها وتجد القبول من ٥٤% من عينة البحث لكنها تحتاج إلي تفعيل مهماتها حتي تتال الرضي الكامل.

٣-٤ عرض نتائج الدراسة الميدانية :

يمكن الاستنتاج من عرض وتحليل البيانات الخاصة أداة الدراسة أن هنالك بعض الفقرات في المحاور المختلفة تتفاوت في نسبة معرفتها وعدمه من أفراد العينة وبين ضعيف وممتاز ، ولذلك سوف نستعرض نتائج الدراسة الميدانية كآآتي :

١- الذين تعرفوا على وجود أداة العلاقات العامة يساوي عددهم عدد اللذين يحملون المؤهل الجامعي وفوق الجامعي .

٢- نسبة ٤٠% اللذين أقرروا بعدم المعرفة ، تؤشر على ضعف وخلل في وسائل الاتصال بين العلاقات العامة وجمهورها .

٣- معرفة العلاقات العامة عن طريق الزملاء تشير إلي عمق الصلة الاجتماعية بين العاملين .

٤- يمكننا القول أن نشاط العلاقات العامة ليست بالمستوى المناسب لمؤسسة عريقة مثل جامعة الخرطوم .

٥- نجد أن ٦٠% من مجتمع البحث لديهم اتصال يعد مؤشر جيد بشكل عام .

٦- أن تنشيط طرق المطبوعات والملصقات والنشرات يجسر الفجوة ما بين أداة العلاقات العامة ومجتمع البحث .

- ٧- الاتجاه الواحد في الاتصال هو مؤشر سلبي لأهمية رأي الجمهور في تعزيز الصلة الاجتماعية والتواصل .
- ٨- نجد أن دور العلاقات العامة لم يتطور خارجياً لعكس دور الجامعة مع الجمهور العام والجامعات المثلية داخلياً وخارجياً .
- ٩- يمكننا استنتاج أن نشاط العلاقات لعامة ضعيف في توصيل المطبوعات والمنشورات .
- ١٠- أن إدارة العلاقات العامة لا تتبع المنهج العلمي الصحيح ف ترقية وسائل الاتصال .
- ١١- هنالك ضعف في جذب مجتمع البحث إلى التعبير عن آرائه من خلال وسائل العلاقات العامة .
- ١٢- تحتاج إدارة العلاقات العامة بالجامعات إلى بذل جهد مضاعف للترويج والإعلام عن الجامعة .
- ١٣- يمكننا القول أن خارطة الموضوعات توزع على مجتمع لعينة على حسب مهن المشاركين منها فالأساتذة يميلون إلى لبحث العلمي والطلاب والموظفين الموضوعات الثقافية والاجتماعية والسياسية .
- ١٤- يمكننا القول أن نشاط العلاقات العامة تبدو عليه صفة الموسمية .
- ١٥- يمكننا القول أن إدارة العلاقات العامة تقوم بدورها وتجد القبول من ٥٤% من عينة البحث لكنها تحتاج إلى تفعيل حتى تتال الرضى الكامل .

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات والمقترحات

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات والمقترحات

١-٥ نتائج الدراسة :

يمكن استعراض نتائج الدراسة على ضوء الفروض :
التساؤل الأول : هل تؤدي العلاقات العامة في جامعة الخرطوم دورها المنوط بها ؟

وجاءت إجابات عينة الدراسة على النحو التالي :

- ١- نجد أن إحاطة إدارة العلاقات العامة بمجتمع البحث بنسبة ٦٠% .
 - ٢- تشير نسبة المعرفة للعلاقات العامة عن طريق الزملاء إلى عمق الصلة الاجتماعية بين مجتمع البحث .
 - ٣- يغلب على عينة البحث اللذين تلقوا دراسات جامعية وفوق جامعية بنسبة تبلغ ٦١% الأمر الذي يجعل التعامل مع موضوع الدراسة يتم من باب المعرفة والإلمام التام .
 - ٤- يعبر تنوع وسائل الإعلام والندوات عن جهد مبذول .
 - ٥- نجد أن العلاقات العامة استهدفت فعلياً ٦٧% من مجتمع البحث .
 - ٦- تبذل إدارة العلاقات العامة جهداً باتجاه الدعوة لحضور مناشطها .
- التساؤل الثاني : ما هي المشاكل التي تعترض سير العلاقات العامة ؟
- ١- اللذين أقرروا بعدم معرفتهم بوجود علاقات عامة بلغ نسبة ٤٠% هذا مؤشر ضعف وخلل في وسائل الاتصال بين إدارة العلاقات وجمهورها .
 - ٢- يمكننا القول أن نشاط لعلاقات العامة ليس بالمستوى المناسب لمؤسسة عريقة مثل جامعة الخرطوم .

٣- هنالك ضعف وعدم تنشيط طرق المطبوعات والملصقات والنشرات لوجود فجوة بين إدارة لعلاقات العامة وجمهورها لا هذه الطرق كانت نسبتها هي الأعلى وهي طرق لها جمهور كبير .

٤- الاتصال في اتجاه واحد مؤشر سلبي ولا يعكس رأي الجمهور .

التساؤل الثالث : هل هنالك عجز في العلاقات العامة في جامعة الخرطوم عن

تأدية الدور الصحيح المطلوب منها ؟

١- يمكننا استنتاج أن نشاط العلاقات العامة ضعيف في توصيل المطبوعات والمنشورات إذا أضفنا لهم اللذين تصلهم في فترات متراوحة وهم ٢٣ من لعينة تصل النسبة ٦٣% .

٢- من الواضح أن هنالك ضعف في جذب مجتمع البحث إلى التعبير عن آرائه من خلال وسائط العلاقات العامة .

٣- تحتاج العلاقات العامة لبذل جهد مضاعف لترويج والإعلام داخل وخارج الجامعة .

٤- هنالك موسمية في مناشط العلاقات العامة بالجامعة حيث بلغت في بعض الفترات ٧٠% .

٥- أن نشاط العلاقات العامة بالرغم الدور لواضح إلا أنه لا يرقى لمؤسسات مثل جامعة الخرطوم .

التساؤل الرابع : هل عدم إتباع المنهج العلمي الصحيح للعلاقات لعام يسبب عدم فهم الإدارات لمهام ودور العلاقات العامة بالجامعة وعدم وجود وصف وظيفي للعلاقات العامة وموظفيها ؟

١- من الواضح أن دور العلاقات العامة لم يتطور إلى تطوير وتعزيز الصور الذهنية للجامعة خارجياً ، سواء مع الجمهور العام أو مثيلاتها من الجامعات والمؤسسات في ظل التصنيف العالمي والإقليمي .

٢- يمكننا التدليل بأن إدارة العلاقات لعامة لا تتبع المنهج العلمي الصحيح في ترقية وسائل الاتصال ، ففي الوقت الذي شهد تطور تقني كبير عبر الإنترنت وبما تمتلكه الجامعة من إمكانيات فيما يخص الطباعة والنشر ، نجد أنها تتعامل بوسائل لم تعد من هذا الزمن وخصوصاً داخل مجتمع البحث .

٣- هنالك ضعف في جذب مجتمع البحث للتغيير عن رأيه من خلال وسائل لعلاقات لعامة .

٤- إدارة العلاقات العامة تحتاج إلى برنامج يكون حاضراً في كل الأوقات ، حتى لا تبدو عليها صفة الموسمية وضعف الإدارة .

٥- يمكننا القول أن إدارة العلاقات العامة تقوم بدورها وتجد القبول من ٥٤% من عينة البحث لكنها تحتاج إلى تفعيل مهماتها حتى تنال الرضى الكامل .

٣-٥ التوصيات :

من خلال ما توصلت اليه الدراسة من نتائج يمكن الخروج ببعض التوصيات والتي يمكن أن تتطور عمل العلاقات العامة بجامعة الخرطوم تحقيقاً للأهداف لمنشودة وهي :

- ١- مراجعة الهيكل الوظيفي لإدارة العلاقات العامة .
- ٢- دمج إدارة العلاقات العامة والإعلام حتى تتكامل الأدوار والاستفادة من الإمكانيات المتاحة .
- ٣- توفير الدعم المالي المناسب لتكثيف المناشط والمطبوعات والنشرات .
- ٤- التدريب المستمر وتوفير الإمكانيات المناسبة .
- ٥- مراجعة هيكل إدارة العلاقات العامة ليشمل جميع كليات الجامعة .
- ٦- العمل على تحفيز العاملين مالياً ووظيفياً .
- ٧- توفير وسائل الاتصال العلمية لمواكبة الثقافة والعولمة .
- ٨- التشجيع على إعداد البحوث والدراسات في مجال العلاقات العامة .

٤-٥ المقترحات :

- بناءً على نتائج وتوصيات الدراسة يقترح الباحث :
- ١- إجراء مزيد من الدراسات المشابهة لهذه لدراسة على عينة أوسع وأشمل يضاف إليها مقابلات .
 - ٢- إجراء دراسات تهدف إلى معرفة العقبات التي تواجه العلاقات العامة من خلال دوره في تطوير العملية التعليمية بالجامعة .

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : المصادر .

القرآن الكريم .

ثانياً : المراجع

(أ) الكتب

١-	إبراهيم عبدالله إبراهيم : المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ع ٥٢ ، ١٩٨٣م .
٢-	إبراهيم عبود وآخرون : العلاقات العامة وإدارتها ، عمان ، مؤسسة الوراق ١٩٩٩م .
٣-	أحمد إبراهيم أبوسن: العلاقات العامة في الدولة الحديثة ، دبي ، المطبعة العصرية ١٩٨٦م .
٤-	أحمد محمد المصري : العلاقات العامة ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ٢٠٠٠م .
٥-	جمال أحمد خضر : العلاقات العامة ، عمان ، دار المسيرة ١٩٩٨م .
٦-	حسين ناجي عارف : مبادئ العلاقات العامة ، عمان ، دار نايف ٢٠٠٠م .
٧-	حمدي عبدالحارث البخشرانجي : العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠٠ .
٨-	صفوت العالم : فن العلاقات العامة ، القاهرة ، دار الهاني ، ٢٠٠٠م .
٩-	عبدالسلام ابوقحف : محاضرات في العلاقات العامة ، بيروت ، الدار الجامعية ١٩٩١م .
١٠-	علي الباز : الإعلام والإعلام الأمني ، الإسكندرية ، مكتبة الإشعاع ٢٠٠٠م .

١١-	علي عجوة : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، عالم الكتب ٢٠٠١ م .
١٢-	فؤاد البكري : العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال ، القاهرة ، دار النهضة ٢٠٠١ م .
١٣-	لبنان هاتف الشامي : العلاقات العامة في الإدارة ، عمان (د.ن) .
١٤-	محفوظ أحمد جودة : العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، العراق ، دار زهران ١٩٩٩ م .
١٥-	محمد فريد الصحن: العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الإسكندرية ، الدار الجامعية ٢٠٠٤ م .
١٦-	محمد فريد عزت : القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية ، القاهرة ، العربي للنشر ٢٠٠٢ م.
١٧-	محمد مصطفى أحمد : العلاقات العامة من منظور اجتماعي ، القاهرة ، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، ١٩٩٧ م .
١٨-	محمد منير حجاب وآخرون : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، القاهرة .
١٩-	محيي محمود حسن وآخرون : العلاقات العامة والإعلان ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي ، ١٩٨٥ م .
٢٠-	منال طلعت محمود : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، الإسكندرية : المكتب الجامعي ٢٠٠٤ م.
٢١-	مهدي حسن زويلف : العلاقات العامة نظريات وأساليب ، عمان ، دار صفاء ، ٢٠٠٣ م .

(ج) الرسائل الجامعية:	
-٢٢-	أيمن عبدالله النور : نشأة وتطور العلاقات العامة في السودان ، دراسة وصفية بالتطبيق على شركة الخطوط الجوية السودانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، ٢٠٠٦م .
-٢٣-	حنفي عوض ، العلاقات العامة الاتجاهات النظرية ومجالات التطبيق ، القاهرة ، دار المعارف، ١٩٨٣م .
-٢٤-	خالد خلف الله سليمان : البناء الاتصالي للعلاقات العامة ، دراسة وصفية تحليلية ، بالتطبيق على الجامعات السودانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا، ١٩٩٧م .
-٢٥-	خديجة الريح يوسف : العلاقات العامة في المؤسسات السياسية في السودان ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية ، ٢٠٠٤م .
-٢٦-	سعاد حسن بشارة : دور العلاقات العامة في دعم فعالية الجامعات ، دراسة تطبيقية على جامعة الملك عبدالعزيز بمحافظة جدة ،
-٢٧-	عبد محمد داوود : العلاقات العامة في هيئة الاستثمار السودانية ودورها في الترويج الاستثماري ، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة الإعلام والعلاقات العامة في هيئة الاستثمار بولاية الخرطوم، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، ٢٠٠٢م .
-٢٨-	فؤاد علي حسين سعدان : أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية : رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة .
-٢٩-	ماهر عثمان إبراهيم : دور العلاقات العامة في تنمية العلاقات الإنسانية ، دراسة تطبيقية وصفية على شركة أسمنت عطبرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، ٢٠٠٥م .
-٣٠-	محمد الأمين مفلح : العلاقات العامة في الجامعات بالتطبيق على

	الجامعات الأردنية - رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أم درمان الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، ١٩٩٧م .
٣١-	نهى حسين محمد التلاوي : دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال ، دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات رجال الأعمال ، رسالة ماجستير ، جمهورية مصر العربية .
٣٢-	وليد خلف الله : أخلاقيات مهنة العلاقات العامة في الوطن العربي ، رسالة ماجستير ، القاهرة .
(د) مذكرات ، تقارير ، أبحاث مقدمة :	
٣٣-	دليل الجامعة، دار جامعة أم درمان الإسلامية للطباعة والنشر ، ١٩٩٥م.
٣٤-	دليل جامعة جوبا ، الخرطوم ، دار جامعة أفريقيا للطباعة والنشر ١٩٩٣م .
٣٥-	دليل جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، الخرطوم ، ١٩٩٥م .
٣٦-	دليل جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، ١٩٩٥م.

ثالثاً : المصادر والمراجع الأجنبية :

Dric. C. Gibsson : Litigation Public Relation Fundamental Assumption in Public relation quraterly. Vol. 43. No 1. Spring 1998. P. 19.

الملاحق

استبيان

دور العلاقات العامة بجامعة الخرطوم

س ١: معلومات عامة:

الاسم: (اختياري) :

النوع : ذكر أنثى

العمر : أقل من ٣٠ سنة ٣٠ وأقل من ٤٠ سنة ٤٠ وأقل من ٥٠ سنة ٥٠ وأقل من ٦٠ سنة سنة فأكثر

المهنة : طالب عامل موظف أستاذ

أخرى (تذكر) :

المؤهل العلمي : فوق الجامعي جامعي ثا

متوسط أقل من متوسط

س ٢: هل لديك معرفة بوجود إدارة للعلاقات العامة بالجامعة

نعم (أجب على السؤال الثالث) لا (يرجى عدم الإجابة على السؤال الثالث)

س ٣: ما هي الطريقة التي تعرفت بها على العلاقات العامة بالجامعة؟

عن طريق المطبوعات والملصقات عن طريق الإعلان في الصحف والراديو والتلفاز

عن طريق الندوات والمحاضرات التي تنفذها العلاقات العامة بالجامعة

عن طريق الزملاء أخرى تذكر

س ٤: هل هناك اتصال بينك وبين العلاقات العامة في الجامعة؟

نعم (أجب على السؤال الخامس) لا

س ٥: ما هي نوع الاتصال بينك وبين العلاقات العامة ؟

عن طريق المطبوعات والملصقات عن طريق الزيارات للجامعة

عن طريق منشورات الجامعات من كتيبات ومطبقات

عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية (الإذاعة - التلفاز - الصحف)

س ٦: ما هو غرض اتصال العلاقات العامة بك ؟

الدعوة إلى منشط محاضرة أو ندوة، أو مؤتمر احتفالات ... الخ

تعريفك بتطور الجامعة وأقسامها وكلياتها

إمدادك بالمطبوعات والمنشورات غير ذلك (حدد)

س٧: هل تصلك مطبوعات ومنشورات الجامعة التي تصدرها العلاقات العامة؟

دائماً أحياناً نادراً لا تصل

س٨: بأي طريقة تحصلت على هذه المطبوعات والمنشورات؟

باليد من الزملاء بالبريد
 بالاشتراك غير ذلك حدد

س٩: هل تعبر عن آرائك في وسائل الاتصال التي تصدرها العلاقات العامة بالجامعات؟

دائماً أحياناً نادراً

س١٠: هل المجلات والصحف والمنشورات التي تصدرها العلاقات العامة كافية للإعلام

والترويج عن الجامعة :

نعم لا

س١١: أي المعلومات تفضل قراءتها في مطبوعات الجامعة؟

البحوث العلمية الأخبار والنشاطات
 الموضوعات الثقافية والاجتماعية أخرى (تذكر)

س١٢: هل تزداد أنشطة العلاقات العامة في أوقات محددة ومعروفة بالجامعة؟

نعم لا

س١٣: ما هي الأوقات التي تزداد فيها أنشطة العلاقات العامة بالجامعة؟

في بداية العام الدراسي في الأعياد والمناسبات الدينية
 في مناسبات التخرج في المناسبات الوطنية
 في أوقات الأزمات أخرى (تذكر)

س١٤: هل ترى أن العلاقات العامة بالجامعة تؤدي دورها بكفاءة ولديها قبول؟

نعم لا

س١٥: في تقديرك ما هي أهم المقترحات لتطوير وتحديث أنشطة العلاقات العامة بالجامعة؟

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

خالص الشكر والتقدير

الباحث

تم تحكيم الاستمارة عبر:

م	الاسم	الصفة	الجامعة
١	د. نادية إبراهيم	أ. مشارك	أم درمان الإسلامية
٢	د. مجنوب بخيت محمد توم	أ. مساعد	السودان
٣	د. إباء أحمد التجاني عمر	أ. مساعد	السودان

استبيان

دور العلاقات العامة بجامعة الخرطوم

س ١: معلومات عامة:

الاسم: (اختياري) :

النوع : ذكر أنثى

العمر : أقل من ٣٠ سنة ٣٠ وأقل من ٤٠ سنة ٤٠ وأقل من ٥٠ سنة ٥٠ وأقل من ٦٠ سنة سنة فأكثر

المهنة : طالب عامل موظف أستاذ

أخرى (تذكر) :

المؤهل العلمي : فوق الجامعي جامعي ثا

متوسط أقل من متوسط

س ٢: هل لديك معرفة بوجود إدارة للعلاقات العامة بالجامعة

نعم (أجب على السؤال الثالث) لا (يرجى عدم الإجابة على السؤال الثالث)

س ٣: ما هي الطريقة التي تعرفت بها على العلاقات العامة بالجامعة؟

عن طريق المطبوعات والملصقات عن طريق الإعلان في الصحف والراديو والتلفاز

عن طريق الندوات والمحاضرات التي تنفذها العلاقات العامة بالجامعة

عن طريق الزملاء أخرى تذكر

س ٤: هل هناك اتصال بينك وبين العلاقات العامة في الجامعة؟

نعم (أجب على السؤال الخامس) لا

س ٥: ما هي نوع الاتصال بينك وبين العلاقات العامة ؟

عن طريق المطبوعات والملصقات عن طريق الزيارات للجامعة

عن طريق منشورات الجامعات من كتيبات ومطبقات

عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية (الإذاعة - التلفاز - الصحف)

س ٦: ما هو غرض اتصال العلاقات العامة بك ؟

الدعوة إلى منشط محاضرة أو ندوة، أو مؤتمر احتفالات ... الخ

تعريفك بتطور الجامعة وأقسامها وكلياتها

إمدادك بالمطبوعات والمنشورات غير ذلك (حدد)

س٧: هل تصلك مطبوعات ومنشورات الجامعة التي تصدرها العلاقات العامة؟
 دائماً أحياناً نادراً لا تصل

س٨: بأي طريقة تحصلت على هذه المطبوعات والمنشورات؟

باليد من الزملاء بالبريد
 بالاشتراك غير ذلك حدد

س٩: هل تعبر عن آرائك في وسائل الاتصال التي تصدرها العلاقات العامة بالجامعات؟

دائماً أحياناً نادراً

س١٠: هل المجلات والصحف والمنشورات التي تصدرها العلاقات العامة كافية للإعلام والترويج عن الجامعة:

نعم لا إلى حد ما

س١١: أي المعلومات تفضل قراءتها في مطبوعات الجامعة؟

البحوث العلمية الأخبار والنشاطات
 الموضوعات الثقافية والاجتماعية أخرى (تذكر)

س١٢: هل تزداد أنشطة العلاقات العامة في أوقات محددة ومعروفة بالجامعة؟

نعم لا إلى حد ما

س١٣: ما هي الأوقات التي تزداد فيها أنشطة العلاقات العامة بالجامعة؟

في بداية العام الدراسي في الأعياد والمناسبات الدينية
 في مناسبات التخرج في المناسبات الوطنية
 في أوقات الأزمات أخرى (تذكر)

س١٤: هل ترى أن العلاقات العامة بالجامعة تؤدي دورها بكفاءة ولديها قبول؟

نعم لا إلى حد ما

س١٥: في تقديرك ما هي أهم المقترحات لتطوير وتحديث أنشطة العلاقات العامة بالجامعة؟

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

خالص الشكر والتقدير

الباحث