

# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

العدد التاسع : أكتوبر - ديسمبر ٢٠٢٥

- أزمات الهوية في العصر الرقمي من منظور الميديولوجيا. **أ.د. محمد سعد إبراهيم**
- تحول القنوات التلفزيونية إلى منصات البث المباشر واتجاهات الجمهور نحوه. **د. عبدالله بن علي بن أحمد الفردي**
- معالجة كاريكاتير مواقع الصحف الإسرائيلية لأحداث الحرب على غزة ٢٠٢٣: دراسة سمبولوجية لموقعي صحيفتي هآرتس ومعاريف. **د. هشام محمد عبد الغفار / د. وليد محمد الهادي عواد**
- الدور الوسيط لاستراتيجية البقرة البنفسجية في تحديد العلاقة بين المنتجات العالية الجودة والقرار الشرائي. **د. حسين علي محمد أبو عمر**
- أطر تغطية مواقع القنوات الدولية الناطقة بالعربية للحرب التجارية الأمريكية الصينية واتجاهات النخبة المصرية نحوها. **د. رحاب سراج الدين محمد**
- التعرض لمقاطع الفيديو الإخبارية عن الصراعات الجيوسياسية في الدول المجاورة وعلاقته بقلق الحرب لدى المتابعين. **د. مي سعيد عبد القادر**
- دور المسلسلات التلفزيونية المصرية في تشكيل وعي الجمهور تجاه قضايا الصحة النفسية. **د. إيمان عبد الفتاح العراقي**
- الأبعاد الدلالية والقيمية للخطاب الإعلاني لحملة «تجمل بالأخلاق»: مقارنة سيميائية. **د. إيناس حسن عبدالعزيز محفوظ**
- الاتجاهات البحثية الحديثة في تعليم العلاقات العامة: دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني. **د. شيماء عبدالعاطي سعيد صابر**
- توظيف صحافة الفيديو الغامر في منصات المواقع الصحفية العربية والأجنبية. **د. ماجد إبراهيم المنزلاوي**

# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

## الهيئة الاستشارية

|                                                       |                        |
|-------------------------------------------------------|------------------------|
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة الشارقة- الإمارات        | أ.د أحمد رضوان         |
| العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس             | أ.د أمين سعيد          |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة مصر الدولية              | أ.د حمدي حسن           |
| عميد كلية الإعلام- الجامعة الحديثة                    | أ.د سامي الشريف        |
| عميد المعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق    | أ.د سهير صالح          |
| الأستاذ بكلية الإعلام جامعة عين شمس                   | أ.د السيد بهنسي        |
| رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام         | أ.د عادل عبد الغفار    |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة                  | أ.د عادل فهمي          |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة قطر                      | أ.د عبد الرحمن الشامي  |
| الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية السعودية | أ.د عبد الرحمن المطيري |
| الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعة التقنية- الأردن       | أ.د عبد الرزاق الدليمي |
| عميد المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال              | أ.د محمد رضا           |
| عميد كلية الإعلام الجامعة البريطانية بمصر             | أ.د محمد شومان         |
| الأستاذ بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا         | أ.د محمد سعد           |
| الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة                   | أ.د منى الحديدي        |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة                  | أ.د هويدا مصطفى        |

**مجلة بحوث الإعلام الرقمي**  
**دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن**  
**كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال . جامعة السويس**

مدير التحرير

**أ.م.د. حسين ربيع**

سكرتير التحرير

**د. رباب العجماوى**

المحرر الفني

**د. سمر على**

مصمم الغلاف

**أ. جهاد عطية**

السكرتير الإداري

**أ. آية طارق**

**أ. مارينا أيمن**

**أ. سامية سعد**

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

**أ.د. أشرف جلال**

مساعدو رئيس التحرير

**أ.د. حسن علي**

العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس

**أ.د. عبد الله الرفاعي**

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق جامعة الإمام  
محمد بن سعود الإسلامية- السعودية

**أ.د. مناور الراجحي**

الأستاذ بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الكويت

**الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط**

**المراسلات:** ترسل باسم رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال -

جامعة السويس - مدينة السلام (1)

**تليفون:** 0623523774

**البريد الإلكتروني:** dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

**رقم الإيداع:** 2023 /24417

**الترقيم الدولي:** ISSN. 2812-5762





| م  | القطاع                | اسم المجلة               | اسم الجهة / الجامعة                              | ISSN-<br>P    | ISSN-<br>O | السنة | نقاط<br>المجلة |
|----|-----------------------|--------------------------|--------------------------------------------------|---------------|------------|-------|----------------|
| 19 | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة بحوث الاعلام الرقمي | جامعة السويس، كلية الإعلام<br>وتكنولوجيا الاتصال | 2812-<br>5762 |            | 2025  | 7              |

## محتويات العدد:

كلمة العدد

- 27-1 أزمات الهوية في العصر الرقمي من منظور الميديولوجيا.  
أ.د. محمد سعد إبراهيم
- 76-29 تحوّل القنوات التلفزيونية إلى منصات البث المباشر واتجاهات الجمهور نحوها.  
د. عبدالله بن علي بن أحمد الفردي
- 197-77 معالجة كاريكاتير مواقع الصحف الإسرائيلية لأحداث الحرب على غزة 2023: دراسة سمبولوجية لموقعي صحيفتي هآرتس ومعاريف.  
د. هشام محمد عبد الغفار / د. وليد محمد الهادي عواد
- 292-199 الدور الوسيط لاستراتيجية البقرة البنفسجية في تحديد العلاقة بين المنتجات العالية الجودة والقرار الشرائي. "دراسة ميدانية علي عملاء شركة IKEA للأثاث".  
د. حسين علي محمد أبو عمر
- 453-293 أطر تغطية مواقع القنوات الدولية الناطقة بالعربية للحرب التجارية الأمريكية الصينية واتجاهات النخبة المصرية نحوها.  
د. رحاب سراج الدين محمد
- 537-455 التعرض لمقاطع الفيديو الإخبارية عن الصراعات الجيوسياسية في الدول المجاورة وعلاقته بقلق الحرب لدى المتابعين.  
د. مي سعيد عبد القادر

- 669-539 دور المسلسلات التلفزيونية المصرية في تشكيل وعى الجمهور تجاه قضايا الصحة النفسية. **د. إيمان عبد الفتاح العراقي**
- 730-671 توظيف صحافة الفيديو الغامر فى منصات المواقع الصحفية العربية والأجنبية: دراسة تحليلية. **د. ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي**
- 827-731 الأبعاد الدلالية والقيمية للخطاب الإعلاني لحملة "تجمل بالأخلاق": مقارنة سيميائية. **د. إيناس حسن عبدالعزيز محفوظ**
- 902-829 الاتجاهات البحثية الحديثة في تعليم العلاقات العامة: دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني. **د. شيماء عبدالعاطي سعيد صابر**
- 960-903 أطر تغطية مواقع الصحف العربية والدولية للحرب الاسرائيلية على غزة: دراسة تحليلية مقارنة. **رضوى مصطفى إبراهيم**
- 996-961 دور نقابة الصحفيين في الحراك السياسي في مصر منذ عام 2011: دراسة استطلاعية لقياس اتجاهات الصحفيين نحو دور النقابة. **روض عبد الحليم محمد - أ.د. سيد أبو ضيف أحمد - د. لبنى غريب مكروم**
- 1042-997 معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الروابط الأسرية الأردنية: دراسة تحليلية. **أفين قاسم الكردي**
- 1099-1043 الاتجاهات نحو رقمنة التعليم في دولة قطر: الواقع الحالي والآفاق المستقبلية. **Ahmed Yousef Al-Mahmoud, Dr. Kamaruzaman bin Nordin, Dr. Asmuliadi bin Lubis**
- 1136-1101 اتجاهات الجمهور العراقي نحو معالجة القنوات التلفزيونية لقضايا الفساد السياسي وأثرها على تقييم الاداء الحكومي. **ايمن كامل جواد**

- 1185-1137  Impact of Employing Artificial Intelligence Technologies in Egyptian Women's Platforms on Changing the Stereotypical Image of Women: A Field Study.  
**Merna mohsen**
- 1236-1187  عرض كتاب: دليل الصحافة الالكترونية: المهارات اللازمة للبقاء والازدهار في العصر الرقمي.  
**يمنى سامح محمد**

## الكلمة الافتتاحية:

في زمنٍ تتسارع فيه التحولات الرقمية وتتشابك فيه التكنولوجيا مع مسارات الاتصال والمعرفة، تواصل **مجلة بحوث الإعلام الرقمي** مسيرتها الأكاديمية نحو دعم البحث العلمي الرصين في مجالات الإعلام والاتصال، وترسيخ ثقافة الابتكار والتجديد في دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة. ويأتي هذا العدد التاسع (أكتوبر - ديسمبر 2025) استمراراً لنهج المجلة في تقديم بحوث نوعية تعكس تنوع الاتجاهات البحثية والمنهجية في ميادين الإعلام الرقمي والصحافة والتلفزيون والعلاقات العامة والتسويق والاتصال الجماهيري.

يضم العدد مجموعة من الدراسات والبحوث الأكاديمية المتنوعة التي تلقت عند هدف واحد، وهو: تحليل التغيرات البنيوية في الإعلام والاتصال في عصر التحول الرقمي، واستكشاف أثر التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل أنماط التواصل، والإنتاج الإعلامي، والوعي الاجتماعي.

تتنوع موضوعات هذا العدد بين الإعلام الرقمي، والاتصال الجماهيري، والدراسات الثقافية، والإعلان، والصحافة، والتلفزيون، والتعليم الرقمي، بما يعكس اتساع الأفق البحثي للمجلة وثراء الطرح العلمي فيها.

فنجد في هذا العدد دراسات تتناول القضايا الفكرية الكبرى على رأسها مقال علمي بقلم أ.د/ محمد سعد إبراهيم أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة المنيا ومؤسس منتدى الأصالة والتجديد في بحوث الإعلام العربية يسلط الضوء فيه على "أزمات الهوية في العصر الرقمي من منظور الميديولوجيا" ويقدم من



خلاله قراءة نقدية عميقة في تحولات الهوية الرقمية، إلى جانب دراسة "تحول القنوات التلفزيونية إلى منصات البث المباشر واتجاهات الجمهور نحوه" التي ترصد انتقال التلفزيون إلى بيئات البث التفاعلي الجديدة. ودراسة "توظيف صحافة الفيديو الغامر في منصات المواقع الصحفية العربية والأجنبية".

وفي سياق التغطيات الإخبارية، يضم العدد بحثاً تحليلية تتناول الإعلام في زمن الصراعات، منها: دراسة ترصد "معالجة مواقع الصحف الإسرائيلية للكاريكاتير أثناء الحرب على غزة 2023: دراسة سيميولوجية"، ودراسة ثانية تتناول "أطر تغطية مواقع القنوات الدولية الناطقة بالعربية للحرب التجارية الأمريكية - الصينية واتجاهات النخبة المصرية نحوها"، إضافة إلى دراسة ثالثة تحت عنوان "أطر تغطية مواقع الصحف العربية والدولية للحرب الإسرائيلية على غزة"، تقدم رؤية مقارنة لخطاب الإعلام الدولي تجاه القضايا الإقليمية.

كما يتناول العدد أبعاد التأثير النفسي والاجتماعي للإعلام في دراسة "دور المسلسلات التلفزيونية المصرية في تشكيل وعي الجمهور بقضايا الصحة النفسية"، ودراسة "التعرض لمقاطع الفيديو الإخبارية عن الصراعات الجيوسياسية وعلاقته بقلق الحرب لدى المتابعين"، فضلاً عن بحث "الأبعاد الدلالية والقيمية للخطاب الإعلاني لحملة «تجمل بالأخلاق» الذي يربط بين الإعلان والقيم الأخلاقية في الخطاب العام.

ويواصل العدد اهتمامه بقضايا الاتصال التعليمي والبحثي عبر دراسة "الاتجاهات البحثية الحديثة في تعليم العلاقات العامة: دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني"، ودراسة "الاتجاهات نحو رقمنة التعليم في دولة قطر: الواقع الحالي والآفاق المستقبلية"، التي ترصد ملامح التحول نحو بيئات التعليم الذكي في المنطقة العربية.

أما في مجال الإعلام والمجتمع، فيتناول العدد بحثاً تعالج قضايا الهوية والعلاقات الأسرية والسياسية، مثل "دور نقابة الصحفيين في الحراك السياسي في مصر منذ عام 2011"، و"اتجاهات الجمهور العراقي نحو معالجة القنوات التلفزيونية لقضايا الفساد السياسي"، و"معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الروابط الأسرية الأردنية"، وهي دراسات تعكس اتساع الأفق العربي في موضوعات العدد.

ويضم العدد كذلك دراسة باللغة الإنجليزية بعنوان **"Impact of Employing Artificial Intelligence Technologies in Egyptian Women's Platforms on Changing the Stereotypical Image of Women: A Field Study"** التي تستكشف دور الذكاء الاصطناعي في تغيير الصورة النمطية للمرأة المصرية عبر المنصات الرقمية.

ويُختتم العدد بعرض تفصيلي لكتاب أجنبي مهم تحت عنوان "دليل الصحافة الإلكترونية: المهارات اللازمة للبقاء والازدهار في العصر الرقمي"، الذي يقدم إطاراً عملياً لتأهيل الكوادر الصحفية في بيئة رقمية متسارعة.

إن ما يجمع هذه البحوث هو سعيها المشترك إلى فهم التداخل العميق بين الإنسان والتكنولوجيا والإعلام، وتقديم رؤى علمية رصينة تسهم في تطوير الفكر والممارسة في الحقل الإعلامي العربي.

تتوجه هيئة تحرير المجلة بخالص الشكر والتقدير للسادة الأساتذة والباحثين على إسهاماتهم العلمية المتميزة، وللسادة المحكمين والخبراء على جهودهم في تحكيم وتقييم الدراسات وفق معايير الجودة الأكاديمية. كما تعرب

الكلية عن اعتزازها بما تحقّقه المجلة من حضور علمي عربي متنّام يعكس مكانة جامعة السويس وريادتها في مجال الإعلام الرقمي.

وإذ تفخر كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس بما تحقّقه المجلة من حضور علمي متنّام على المستويين الوطني والعربي، فإنها تؤكد التزامها الدائم بتشجيع الباحثين على إنتاج المعرفة الجديدة، وتعزيز أخلاقيات البحث الأكاديمي، والانفتاح على الاتجاهات البحثية العالمية التي تستشرف مستقبل الإعلام الرقمي.

وإذ نقدّم هذا العدد التاسع إلى مجتمع الباحثين والمهنيين والمهتمين بالإعلام الرقمي، نأمل أن تسهم بحوثه في إثراء النقاش الأكاديمي، وتفتح آفاقاً جديدة أمام الباحثين في ميدان الإعلام والتكنولوجيا والاتصال الإنساني.

والله ولي التوفيق

هيئة التحرير

الاتجاهات البحثية الحديثة في تعليم العلاقات العامة:

دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني

## The Modern Research Trends in Public Relations Education: A Second Level Critical Analysis Study

د. شيماء عبدالعاطي سعيد صابر

أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان  
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة قنا

### الملخص:

تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم رؤية تحليلية نقدية لأدبيات البحث العلمي في مجال تعليم العلاقات العامة خلال العشر سنوات الأخيرة من عام 2015م حتى منتصف 2025م، بهدف رصد وتحليل وتقييم واقع تعليم العلاقات العامة على المستويين العربي والدولي، والوقوف على آخر التطورات والاتجاهات الحديثة لتلك المدارس المختلفة، والأطر النظرية والمنهجية التي اعتمدت عليها، مع تقديم رؤية مستقبلية للإسهامات العربية في هذا المجال، في ضوء الاعتماد على نمط الدراسات الكيفية، وأسلوب التحليل من المستوى الثاني، وكشفت الدراسة عن وجود فجوة بين مستوى المناهج السائدة في أقسام العلاقات العامة وبين المهارات العملية المطلوبة في سوق العمل، وأن مجال دراسات تعليم العلاقات العامة كان أكثر ثراءً وتنوعاً في الأدبيات الغربية عنها في الأدبيات العربية، كما رصدت الدراسة تفوق المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية في مجال دراسات وبحوث تعليم العلاقات العامة ومدى توافقها مع احتياجات سوق العمل، وأيضاً الدراسات المرتبطة بالتحويلات الرقمية، والأبعاد الأخلاقية في المناهج الدراسية، فضلاً عن تراجع الاهتمام بالمناهج والأدوات الكيفية في مجال دراسات وبحوث العلاقات العامة على المستويين العربي والدولي.

**الكلمات المفتاحية:** تعليم العلاقات العامة، أسلوب التحليل من المستوى الثاني، رؤية مستقبلية، المناهج الدراسية.

## **Abstract**

The current study seeks to provide a critical analytical vision of the scientific research literature in the field of public relations education during the last ten years from 2015 to mid 2025, with the aim of monitoring, analyzing and evaluating the reality of public relations education at the Arab and international levels, identifying the latest developments and modern trends of these different schools, and the theoretical and methodological frameworks on which they relied, while providing a future vision for Arab contributions in this field, in light of relying on the qualitative studies pattern and the second-level analysis method. The study revealed that there is a gap between the level of the prevailing curricula in public relations departments and the practical skills required in the labor market, and that the field of public relations education studies was richer and more diverse in the Western literature than in the Arab literature. The study also detected the superiority of American, European and Asian schools in the field of public relations education studies and research and their compatibility with labor market needs, as well as studies related to digital transformations and ethical dimensions in curricula, in addition to the decline in interest in qualitative methods and tools in public relations studies and research at both levels.

**Keywords:** PR Education, Second Level Analysis Method, Future Vision, Curriculums.

**المقدمة:**

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم في ميادين الاتصال والإعلام، برزت العلاقات العامة كعنصر محوري في نجاح المؤسسات وتعزيز تواصلها الفعال مع جمهورها، ولم تعد العلاقات العامة مجرد وظيفة تنفيذية تكميلية، بل أصبحت مجالاً استراتيجياً يسهم في بناء الصورة الذهنية، وإدارة الأزمات، وتحقيق التكامل بين أهداف المؤسسة واحتياجات المجتمع، ومن هذا المنطلق؛ يكتسب تعليم العلاقات العامة في الجامعات أهمية خاصة، حيث يمثل استثماراً حقيقياً في إعداد كوادر مهنية مؤهلة تمتلك المهارات والخبرات اللازمة للتأثير الإيجابي في بيئة العمل والمجتمع.

فتدريس العلاقات العامة في الجامعات لا يعد مجرد تخصص أكاديمي تقليدي يُدرس للطلاب، بل يعد في جوهره استثماراً استراتيجياً في بناء بيئة مهنية متكاملة وقادرة على إحداث تأثير حقيقي في محيطها المؤسسي والمجتمعي، فالعلاقات العامة اليوم أصبحت ضرورة وليست خياراً، في ظل التحديات المتزايدة التي تواجهها المؤسسات في التواصل، وبناء الصورة الذهنية، وتعزيز الثقة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي.

من خلال تعليم هذا التخصص، تُتاح للطلاب فرصة لفهم ديناميكيات الاتصال الإنساني والإعلامي، وتعلم كيفية إدارة الانطباعات، وحل الأزمات، وبناء العلاقات الاستراتيجية مع مختلف فئات الجمهور، ولا يقتصر دور خريج العلاقات العامة على تنفيذ حملات إعلامية أو كتابة الأخبار الصحفية، بل يتعدى ذلك إلى المساهمة الفعالة في صناعة القرار، ودعم أهداف المؤسسة، وتحقيق التكامل بين رسائلها وأدائها الفعلي. إن الجامعات، عندما تحتضن مناهج متخصصة في العلاقات العامة، تُساهم في تخريج كوادر مهنية واعية ومدرّبة تمتلك المهارات الاتصالية، والتحليلية، والإبداعية، إلى جانب الحس الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية، هذه الكوادر تمثل ركيزة أساسية في تعزيز الشفافية داخل المؤسسات، وبناء الجسور بينها وبين المجتمعات التي تعمل ضمنها.

كما أن تعليم العلاقات العامة يواكب التطور الرقمي، من خلال إدماج أدوات الإعلام الحديث والتقنيات التفاعلية في العملية التعليمية، مما يجعل الخريجين أكثر قدرة على التأقلم مع التغيرات التكنولوجية المتسارعة، واستغلالها في إيصال الرسائل بطرق مبتكرة وفعالة، كما يسهم في تهيئة الطلاب للانخراط في سوق العمل بكفاءة، من خلال تدريبهم على الممارسات العملية، وتوعيتهم بأهمية القيم الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية في مهنة العلاقات العامة.

ولكن على الجانب الآخر تظهر العديد من الدراسات أن كليات الإعلام والعلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، قد قطعت شوطاً كبيراً عن مثيلاتها العربية، ودول العالم الثالث في إدخال التكنولوجيا الرقمية لبرامجها وخططها التدريسية والعملية لمواكبة التطور السريع في الصناعة الإعلامية ومستجداتها<sup>(1)</sup>، حيث تتمتع برامج العلاقات العامة في هذه الدول بسهولة الوصول إلى التكنولوجيا الجديدة، وفرص التدريب لأعضاء هيئة التدريس بها، مما يزيد من قدرتهم على تلبية متطلبات الصناعة بشكل أسرع مقارنة بالدول الأخرى.

ومن هنا جاءت الدعوة من خلال الدراسات والبحوث الأكاديمية التي تطالب كليات الإعلام بأن تُغيّر من مناهجها، وأدواتها، وأساليبها التدريسية، وطرح برامج جديدة تتفاعل مع عصر المنصات المتعددة، وشبكات التواصل الاجتماعي، بما يتواءم مع تغيّر معايير الحصول على وظيفة في العلاقات العامة، خاصة بعد أن أصبحت الشهادة الجامعية في الإعلام مطلباً ثانوياً يمكن الاستغناء عنها في سوق البيئة الإعلامية الرقمية.

ومن خلال مراجعة الأدبيات الأكاديمية في السنوات العشر الماضية حول تعليم العلاقات العامة تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل موضوعي من المستوى الثاني للمناقشات والخطابات الرئيسية استناداً إلى عينة متاحة من مساهمات علمية منشورة، بما يسهم في وضع خريطة أولية لأجندة الاهتمامات البحثية في حقل دراسات تعليم



العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين، ثم تقديم بعض المقترحات العامة المتعلقة بنشاط البحث المستقبلي في هذا المجال.

### مشكلة الدراسة:

تحددت مشكلة الدراسة في رصد وتحليل وتقييم واقع الاتجاهات البحثية في حقل دراسات وبحوث تعليم العلاقات العامة خلال الفترة من بداية عام 2015م حتى منتصف عام 2025م، بهدف الوقوف على آخر التطورات والاتجاهات الحديثة، وجهود التنظير لهذه الدراسات والبحوث المرتبطة بمجال تعليم العلاقات العامة، والأطر النظرية والمنهجية التي اعتمدت عليها، وما تعكسه من تطور علمي في مجال البحث وعناصره ومستوياته، من خلال رؤية نقدية لهذه الدراسات في إطار مدارسها ومجالاتها المختلفة، وأطرها النظرية والمنهجية، على المستويين العربي والدولي، مع تقديم تصور مستقبلي للإسهامات العربية في هذا المجال، في ضوء الاعتماد على نمط الدراسات الكيفية، وأسلوب التحليل من المستوى الثاني.

### أهمية الدراسة:

للدراسة الحالية أهمية علمية وعملية كبيرة، سواء للباحثين أو الأكاديميين أو حتى للجهات التعليمية التي تسعى لتطوير هذا التخصص، فتعليم العلاقات العامة في الجامعات له أهمية كبيرة؛ لأنه يؤسس جيلاً من المتخصصين القادرين على التعامل مع تحديات الاتصال المؤسسي والإعلامي بشكل احترافي، كما تبرز أهمية الدراسة فيما يلي:

- (1) تحديد الفجوات البحثية في معرفة ما الذي تم بحثه بالفعل في مجال تعليم العلاقات العامة، وما الجوانب التي ما زالت تحتاج إلى دراسة أو تطوير.
- (2) تطوير مناهج تدريس العلاقات العامة لتواكب المتغيرات الإعلامية والتقنية الحديثة، من خلال مراجعة الأبحاث السابقة.

(3) تقييم جودة التعليم في مجال العلاقات العامة من خلال تحليل نتائج الأبحاث السابقة، والوقوف على مدى نجاح أو فشل برامج تعليم العلاقات العامة في إعداد خريجين مؤهلين لسوق العمل.

(4) ربط الجانب النظري بالواقع المهني، ومدى ارتباط مناهج العلاقات العامة باحتياجات سوق العمل الحقيقي.

(5) يمكن لنتائج هذه الدراسة أن تكون مرجعاً لصناع القرار في الجامعات لتحديث خططهم التعليمية وتحديد الكفاءات المطلوبة في تخصص العلاقات العامة.

#### أهداف الدراسة:

(1) رصد الاتجاهات البحثية في مجال تعليم العلاقات العامة على المستويين العربي والدولي، من خلال تحليل اتجاهات هذه الدراسات والبحوث، والوقوف على أهم النتائج التي أفرزتها.

(2) الكشف عن القضايا البحثية التي تناولتها الدراسات والبحوث محل التحليل، من خلال التعرف على المحاور التي انطلقت من خلالها هذه البحوث العربية والأجنبية.

(3) تحديد الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات في تعليم العلاقات العامة، مع استعراض المناهج المستخدمة وأدوات جمع البيانات.

(4) تقديم رؤية نقدية لهذه الدراسات والبحوث في إطار المقارنة بين مدارسها المختلفة، ومجالاتها البحثية، وأطرها النظرية والمنهجية، بهدف وضع رؤية مستقبلية تكفل تطور الأجندة البحثية في حقل دراسات تعليم العلاقات العامة.

#### نوع الدراسة ومنهجها:

ينتمي هذا العرض التحليلي النقدي إلى طائفة الدراسات الوصفية التحليلية Descriptive Analytical Studies، ويستند إلى أسلوب التحليل من المستوى الثاني Secondary Analysis، وهو أسلوب يسمح بالتحليل الأكثر عمقاً للتراث العلمي لبحوث ودراسات تعليم العلاقات العامة، والذي يمكن من خلاله رصد وتحليل اتجاهات الدراسات والبحوث في هذا المجال على المستويين العربي والدولي، بما تطرحه من

أجندة اهتمامات، وما تقدمه من أطر نظرية ومنهجية، وما توصلت إليه من نتائج، وما كشفت عنه من إشكاليات وتحديات، بما يسمح بطرح رؤية مستقبلية لتطوير اتجاهات هذه البحوث، وأدواتها ومناهجها وأطرها النظرية.

### مجتمع الدراسة والعينة:

يتحدد الإطار الموضوعي لمجتمع الدراسة في الدراسات والبحوث المنشورة أو غير المنشورة (الدكتوراه) باللغتين العربية والإنجليزية ذات الصلة المباشرة بمجال تعليم العلاقات العامة، والتي عكست تبايناً على مستوى المدارس الأكاديمية والفكرية من خلال نظم تعليم متنوعة.

#### عينة الدراسة:

##### أ- العينة الزمنية:

تم تحديد المدة الزمنية الأكثر حداثة والمتمثلة في الفترة التي تمتد من بداية عام 2015م حتى منتصف عام 2025م، وذلك نظراً لعدة عوامل تتعلق بكون هذه الفترة تعد كافية لرصد أحدث الاتجاهات والأساليب البحثية وتطورها على مدى عشر سنوات تقريباً، كما أن هذه الفترة شهدت تغيرات جذرية في تطور صناعة العلاقات العامة، تبعه تعديل في البرامج الأكاديمية لمواكبة هذا التغير في البيئة الإعلامية، مما انعكس على أولويات الاهتمام التي طرحتها الدراسات العلمية كاستجابة لهذه التغيرات.

##### ب- عينة الدراسات:

اعتمدت الدراسة على العينة المتاحة Available Sample في إطار العينات غير الاحتمالية Non-Probability Samples، من الدراسات والبحوث الخاصة بتعليم العلاقات العامة، والتي استطاعت الباحثة توفيرها والإطلاع عليها، وتتصل بالاتجاهات البحثية والنظريات والمفاهيم المرتبطة بمجال البحث، وقد بلغ عدد البحوث والدراسات التي تم إخضاعها للتحليل نحو (152) بحثاً ودراسة، نُشرت في دوريات علمية محكمة، دولية وإقليمية ومحلية، تمثلت البحوث العربية في (47) بحثاً ودراسة، والبحوث الأجنبية (105) بحثاً ودراسة، وقد تم استخدام البحث والدراسة المنشورة كوحدة

للتحليل الكيفي، حيث تم إخضاع كل بحث أو دراسة للتحليل الكيفي النقدي، والذي تركز في استخلاص الإضافات المعرفية والنظرية فيه، وتحديد ما أسهم به في تطور الاتجاهات البحثية والنظرية في حقل تعليم العلاقات العامة.

واستطاعت الباحثة الحصول على هذه الدراسات والبحوث عن طريق المسح الشامل في قواعد البيانات والمعلومات العربية والأجنبية المتاحة على شبكة الإنترنت، عبر البحث بالكلمات المفتاحية، بالإضافة إلى مواقع أكاديمية ودوريات ومجلات علمية متعددة توفر نصوصاً كاملة من الدراسات والبحوث ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وهي:

(قاعدة بيانات ProQuest، قاعدة بيانات Sage Publication، قاعدة بيانات Taylor & Francis، قاعدة بيانات Science Direct، قاعدة بيانات Jstor، قاعدة بيانات Springer، قاعدة بيانات Scopus، موقع Google Scholar، موقع Research Gate، قاعدة بيانات Elsevier، قاعدة بيانات Emerald)، فضلاً عن محركات البحث العربية، والتي تضمنت: (قاعدة بنك المعرفة المصري، قاعدة بيانات دار المنظومة، قاعدة بيانات أسك زاد، قاعدة بيانات المنهل، قاعدة بيانات اتحاد مكتبات الجامعات المصرية).

### محاور العرض التحليلي:

قامت الباحثة بمسح التراث العلمي في مجال دراسات العلاقات العامة، والتي اهتمت بمعالجة القضايا والإشكاليات ذات الصلة بميدان تعليم العلاقات العامة، وقد أسفر المسح عن وجود أربعة محاور أساسية في هذا المجال، وهي:

**المحور الأول:** الدراسات والبحوث التي تعرضت لتقييم البرامج الأكاديمية في العلاقات العامة داخل المؤسسات الجامعية، ومدى توافقها مع متطلبات واحتياجات سوق العمل، ويضم (76 دراسة).

**المحور الثاني:** الدراسات والبحوث التي اهتمت برصد ملامح وتحديات تعليم العلاقات العامة في ظل التطور التكنولوجي الحديث، ويضم (35 دراسة).

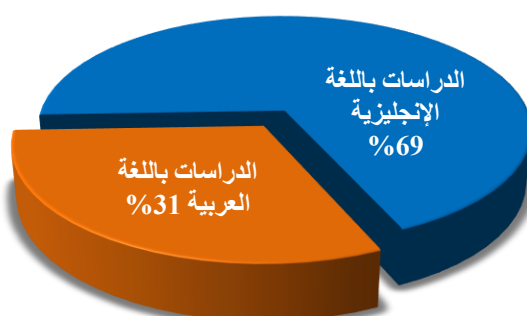
**المحور الثالث:** الدراسات والبحوث التي رصدت الأبعاد الأخلاقية والمعايير المهنية في المقررات الدراسية لبرامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية الجامعية، ويضم (22 دراسة).

**المحور الرابع:** الدراسات والبحوث التي تناولت جودة البرامج الأكاديمية لأقسام العلاقات العامة في ضوء متطلبات الجودة الشاملة ومعايير الاعتماد، ويضم (19 دراسات).

وفيما يلي التوصيف والعرض الكمي والكيفي للبحوث عينة الدراسة وفقاً لمحاورها:

جدول (1) تقسيم الدراسات وفقاً للغة النشر

| اللغة                      | ك   | %     |
|----------------------------|-----|-------|
| الدراسات باللغة الإنجليزية | 105 | 69 %  |
| الدراسات باللغة العربية    | 47  | 31 %  |
| إجمالي                     | 152 | 100 % |



الدراسات باللغة العربية ■ الدراسات باللغة الإنجليزية ■

شكل رقم (1)

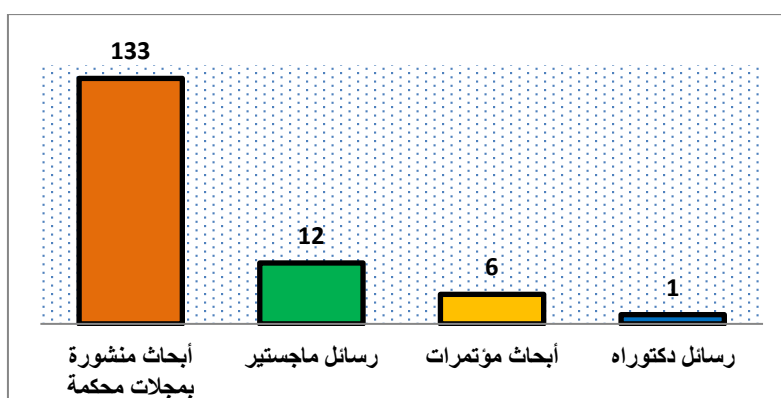
يتضح من الجدول (1) والشكل (1) أن هناك تباين ملحوظ في عدد الدراسات المنشورة في مجال تعليم العلاقات العامة بين اللغتين الإنجليزية والعربية، إذ تُشير البيانات إلى أن إجمالي الدراسات التي خضعت للتحليل بلغ 152 دراسة، فقد تفوقت الدراسات المنشورة باللغة الإنجليزية بشكل كبير، إذ تمثل 69% من إجمالي الدراسات، بينما تشكل الدراسات المنشورة باللغة العربية 31% فقط، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها أن الدول الأجنبية (خصوصاً في أمريكا وأوروبا)، تولي اهتماماً كبيراً بالبحث العلمي كمحور للتنمية وتخصص الجامعات ميزانيات ضخمة لدعم البحوث، وهناك جهات تمويل خارجية أيضاً، أما في الدول العربية غالباً ما يفتقر البحث العلمي إلى الدعم المادي والاهتمام المؤسسي الكافي، مما ينعكس على جودة وعدد البحوث. والسبب الآخر أنه توجد مجلات أكاديمية محكمة مرموقة عالمياً في مجال العلاقات العامة، وتُصدر بشكل دوري، وتوفر منصة للباحثين لنشر أعمالهم، أما في العالم العربي، عدد المجلات المحكمة المعترف بها دولياً أقل، وفرص النشر أقل، وبعض المجلات تفتقر إلى المعايير الصارمة في التحكيم العلمي. ويرجع السبب أيضاً إلى أن هناك تطور مستمر في مناهج تعليم العلاقات العامة في الغرب، حيث يتم الربط بين التعليم الأكاديمي والممارسة المهنية، ما يؤدي إلى تطوير بحوث تعكس واقع السوق والاتجاهات الحديثة، أما كثير من الجامعات العربية تعتمد على مناهج تقليدية، ولا تواكب التحولات الرقمية أو التكنولوجية الجديدة في المجال، كما أنها لا تزال تعتمد على الجهود الفردية، وتفتقر في بعض الحالات إلى التدريب البحثي المنهجي.

قلة البحوث العربية لا ترجع إلى قدرات الباحثين العرب؛ بل إلى البيئة البحثية والدعم المؤسسي، وإلى ضعف الربط بين التعليم والممارسة المهنية، وأيضاً إلى نقص التمويل وقلة النشر الدولي، فتطوير البحث العربي في تعليم العلاقات العامة يتطلب إصلاحات على مستويات عدة: المناهج، التمويل، النشر، والتدريب البحثي.

## جدول (2) تقسيم الدراسات وفقاً لأسلوب نشر الدراسة (وعاء النشر)

| أسلوب نشر البحث | ك | % |
|-----------------|---|---|
|-----------------|---|---|

|                           |     |       |
|---------------------------|-----|-------|
| أبحاث منشورة بمجلات محكمة | 133 | 87,5% |
| رسائل ماجستير             | 12  | 7,9%  |
| أبحاث مؤتمرات             | 6   | 3,9%  |
| رسائل دكتوراه             | 1   | 0,7%  |
| الإجمالي                  | 152 | 100%  |



شكل رقم (2)

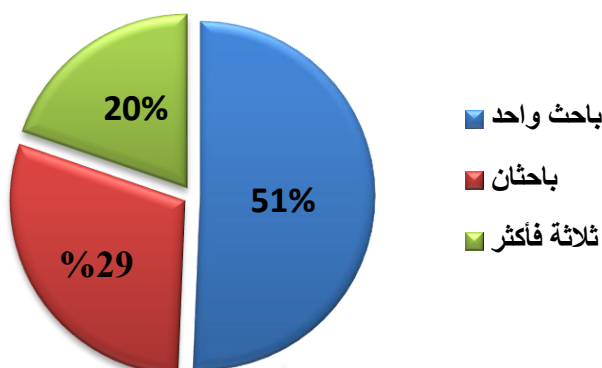
يظهر من الجدول (2) والشكل (2) أن غالبية الدراسات المتعلقة بتعليم العلاقات العامة تم نشرها في مجلات محكمة، حيث تمثل هذه الفئة نسبة 87,5% من إجمالي الدراسات، بينما هناك فارق كبير في النشر في رسائل الماجستير والدكتوراه والمؤتمرات العلمية، وهو ما تؤكدُهُ دائماً دراسات التحليل الثنائي في مجال العلاقات العامة خاصة والإعلام عامة، وقد يرجع ذلك إلى أن بعض المجلات المحكمة تصدر بشكل دوري (شهري، ربع سنوي، سنوي) مما يزيد من حجم النشر المنتظم مقارنة بالمؤتمرات أو الرسائل الجامعية، كما أن هناك مجلات متخصصة جداً في موضوعات دقيقة، مما يسمح للباحث أن ينشر بحثه في مجلة مناسبة تماماً لموضوعه، بعكس المؤتمرات أو الرسائل العلمية، وأيضاً المجلات العلمية المحكمة تظل محفوظة

إلكترونياً، وتدخل في أرشيف دائم، وتُعد مرجعاً مستقبلياً، بينما رسائل الماجستير والدكتوراه غالباً ما تكون محفوظة في مكتبات الجامعات فقط، وقد لا يتم الوصول إليها بسهولة.



جدول (3) تقسيم الدراسات وفقاً لعدد الباحثين المشاركين في البحث

| عدد الباحثين | ك   | %     |
|--------------|-----|-------|
| باحث واحد    | 77  | 50,7% |
| باحثان       | 45  | 29,6% |
| ثلاثة فأكثر  | 30  | 19,7% |
| الإجمالي     | 152 | 100%  |



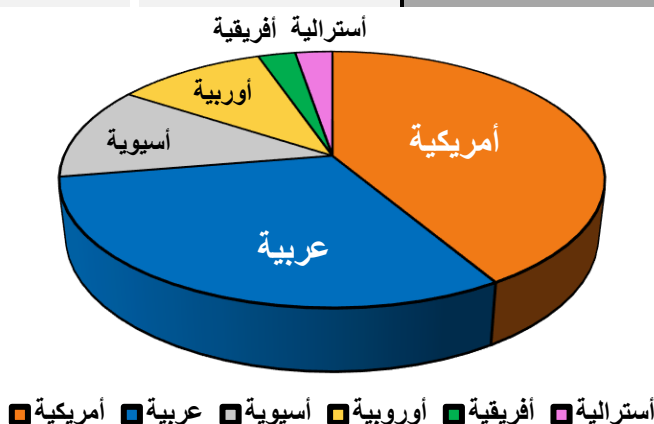
شكل رقم (3)

يكشف لنا جدول (3) وشكل (3) أن غالبية الدراسات في مجال تعليم العلاقات العامة أجريت من قبل باحث واحد بنسبة 51%، بينما شكلت الدراسات التي شارك فيها باحثان 29%، والدراسات التي شارك فيها ثلاثة باحثين أو أكثر كانت بنسبة 20%، ويظهر ذلك أكثر في البحوث العربية التي يعتمد أغلبها على باحث واحد، وقد يرجع كثرة الدراسات التي تعتمد على باحث واحد إلى أن النشر المشترك أحياناً يشتر بعض المشاكل مثل (ترتيب الأسماء، توزيع المهام، ملكية الفكرة أو النتائج) ولتجنب

الخلافات؛ يُفضل بعض الباحثين النشر وحدهم، كما يفضل بعض الباحثين العمل بمفردهم لإثبات قدراتهم الذاتية على البحث والتحليل مما يُعزز مكانته العلمية، كما أن بعض الدراسات تكون جزءاً من متطلبات الحصول على درجة الماجستير أو الدكتوراه، وهي بطبيعتها مشاريع فردية الباحث يكتب البحث باسمه وحده لأنه شرط للحصول على الدرجة العلمية، بالإضافة إلى أن البحوث الجماعية تكون أكثر شيوعاً في المجالات التطبيقية أو الطبية أو العملية، بينما في العلوم الإنسانية والاجتماعية تظل البحوث الفردية هي الأغلب.

جدول (4) تقسيم الدراسات وفقاً لبيئة إجرائها

| المدرسة  | ك   | %     |
|----------|-----|-------|
| أمريكية  | 63  | 41,5% |
| عربية    | 47  | 30,9% |
| آسيوية   | 18  | 11,8% |
| أوروبية  | 16  | 10,5% |
| أفريقية  | 4   | 2,6%  |
| أسترالية | 4   | 2,6%  |
| الإجمالي | 152 | 100%  |



## شكل رقم (4)

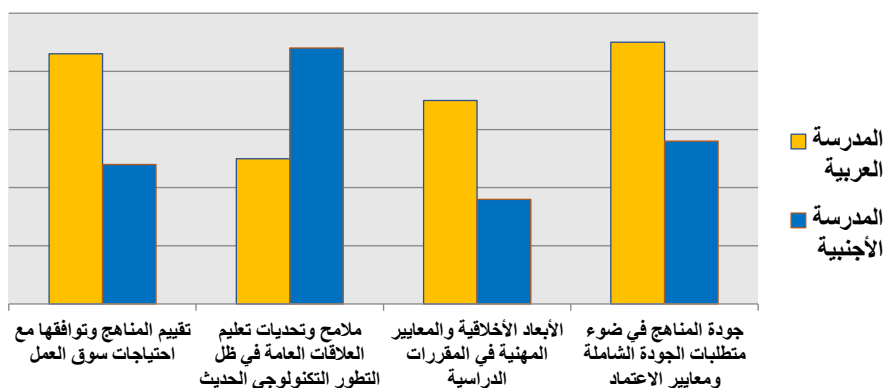
يوضح الجدول (4) والشكل (4) التنوع في بيئات إجراء الدراسات المتعلقة بتعليم العلاقات العامة مع تفاوت توزيع الدراسات حسب البيئات المختلفة، حيث تمثل النسبة الأعلى للمدرسة الأمريكية بواقع 41,5%، والذي قد يرجع إلى أن أغلب المجالات العالمية والمصنفة دولياً هي مجلات أمريكية فبتالي يكون النشر فيها لصالح المدرسة الأمريكية، كما أن الولايات المتحدة تضم أكبر عدد من الجامعات والمراكز البحثية المصنفة عالمياً، تليها المدرسة العربية بنسبة 30,9%، وهي نسبة مرتفعة نسبياً، والتي قد ترجع إلى ارتفاعت ميزانيات البحث العلمي في عدة دول عربية، واهتمام الباحثون العرب بتطوير مناهج وبرامج العلاقات العامة في بلادهم، وقد تفنقر بعض هذه الدراسات إلى الانتشار الدولي بسبب حاجز اللغة أو النشر في مجلات محلية.

أما المدارس الأخرى (آسيوية، أوروبية، أفريقية، أسترالية) فالنسب تتراوح بين 11,8% و 2,6%، البيئة الآسيوية تأتي ثالثاً، تليها الأوروبية، البيئتان الأفريقية والأسترالية تمثلان أقل نسبة من الدراسات، رغم أن هذه المناطق متقدمة علمياً، إلا أن قلة التمثيل قد تُعزى إلى أن بعض الأبحاث تُنشر بلغات محلية (مثل الصينية أو الألمانية)، وقد لا تُدرج في قواعد البيانات التي اعتمدت عليها الدراسة، وأيضاً قلة عدد الجامعات في تلك المناطق يكون بها أقسام تخصص علاقات عامة،

الخلاصة تم إجراء ما يقرب من 72,37% من الدراسات في البيئتين الأمريكية والعربية فقط، والتنوع الجغرافي جيد لكن هناك تمثيل ضعيف لبعض المناطق، مثل أفريقيا وأستراليا، وفي النهاية لا يعني ارتفاع النسبة أن البيئة أفضل علمياً، بل ربما تتوافر فيها ظروف بحث أكثر دعماً.

جدول (5) الاتجاهات البحثية في مجال تعليم العلاقات العامة  
في المدارس العربية والأجنبية

| م | الاتجاهات البحثية                                                      | المدرسة العربية | المدرسة الأجنبية | الإجمالي | %     |
|---|------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------|----------|-------|
| 1 | تقييم مناهج العلاقات العامة ومدى توافقها مع احتياجات سوق العمل         | 22              | 54               | 76       | 50%   |
| 2 | رصد ملامح وتحديات تعليم العلاقات العامة في ظل التطور التكنولوجي الحديث | 13              | 22               | 35       | 23%   |
| 3 | الأبعاد الأخلاقية والمعايير المهنية في المقررات الدراسية               | 4               | 18               | 22       | 14,5% |
| 4 | جودة المناهج في ضوء متطلبات الجودة الشاملة ومعايير الاعتماد            | 8               | 11               | 19       | 12,5% |
|   | الإجمالي                                                               | 47              | 105              | 152      | 100%  |



شكل رقم (5)

تُشير بيانات الجدول (5) والشكل (5) أن أكثر الاتجاهات بحثاً هي محور تقييم مناهج العلاقات العامة ومدى توافقها مع احتياجات سوق العمل، حيث يمثل نصف مجمل الدراسات بواقع 50%، يليه محور ملامح وتحديات تعليم العلاقات العامة في ظل التطور التكنولوجي الحديث بنسبة 23%، كما أن أقل الاتجاهات بحثاً كانت محور جودة المناهج بواقع 12.5%، يليها محور الأبعاد الأخلاقية للمقررات الدراسية بواقع 14.5%، مما سبق يتضح أن المدارس الأجنبية تولي اهتماماً كبيراً بتقييم المناهج وربطها بسوق العمل (54 دراسة)، وبتدريس الأبعاد الأخلاقيات والمهنية (18 دراسة) وهو ضعف اهتمام المدارس العربية في هذا الاتجاه، أما المدارس العربية رغم قلة الدراسات، إلا أن أكثر ما يركز عليه الباحثون العرب هو توافق المناهج مع سوق العمل (22 دراسة)، تليها ملامح وتحديات التطور التكنولوجي بواقع (13 دراسة).

نستنتج من ذلك أن هناك فجوة بحثية كبيرة بين المدارس العربية والأجنبية في عدد الدراسات، وأن تقييم المناهج وتوافقها مع سوق العمل هو الاتجاه الأهم والأكثر دراسة، ومحور الأخلاقيات والجودة الشاملة لا يحظى بالاهتمام الكافي في البحوث العربية مقارنة بالأجنبية، لذلك لابد من دعم وتشجيع البحث العربي في موضوعات الجودة والأخلاقيات لتقليل الفجوة، وتعزيز التعاون بين المدارس العربية والأجنبية لتبادل الخبرات، وأيضاً إجراء مزيد من الدراسات حول أثر التكنولوجيا والتعليم الرقمي على تدريس العلاقات العامة.

التحليل النقدي للمحاور والاتجاهات البحثية الحديثة في مجال تعليم العلاقات العامة وأهم النتائج التي توصلت إليها:

**المحور الأول:** الدراسات والبحوث التي تعرضت لتقييم البرامج الأكاديمية في العلاقات العامة داخل المؤسسات الجامعية، ومدى توافقها مع متطلبات واحتياجات سوق العمل.

استهدفت دراسات هذا المحور الربط بين طبيعة المناهج الدراسية في أقسام العلاقات العامة، ومدى قدرتها في تأهيل خريجها، وإكسابهم المهارات اللازمة التي

تمكنهم من دخول سوق العمل بعد التخرج، وقد وجدت الباحثة تحت هذا المحور ستاً وسبعين دراسة، منها اثنتان وعشرون دراسة عربية، وأربع وخمسون دراسة أجنبية، ويمكن عرضها على النحو التالي:

قدمت دراسة (Murphy & Joyce, 2025)<sup>(2)</sup> نموذجاً لمهمة دراسية لمساعدة أعضاء هيئة التدريس بقسم العلاقات العامة على تزويد الطلاب بالتدريب والخبرة في التقديم على وظيفة في مجال العلاقات العامة، لأن صناعة العلاقات العامة في حاجة متزايدة لأن يكون طلاب مرحلة البكالوريوس مستعدين مهنيًا عند التخرج، ونتيجة لذلك؛ يجب على أساتذة العلاقات العامة الاستمرار في دمج المهام التعليمية والتجارب العملية داخل الفصول الدراسية بطريقة إبداعية تحاكي ممارسات العالم الحقيقي وتُعزز الجاهزية لسوق العمل. وترى دراسة (Riddell & al, 2025)<sup>(3)</sup> أن إحدى التحديات الكبرى التي تواجهها المقررات الأكاديمية للعلاقات العامة تتمثل في كيفية تشكيل مجموعات الطلاب بشكل فعال لمشروع يستمر طوال الفصل الدراسي، وقد أظهرت النتائج أن أداء المجموعات والدرجات النهائية تحسن عند تشكيل فرق المشروع باستخدام نموذج الإنياجرام، مما يشير إلى أن هذا الإطار يُعزز التماسك داخل المجموعة، ويزيد من الإنتاجية، ويؤدي إلى تحقيق درجات أعلى. كما توصلت دراسة (رناد صالح، 2025)<sup>(4)</sup> إلى أن الإتجاهات البحثية المعاصرة لخريجي برنامج ماجستير العلاقات العامة لا تلبي احتياجات سوق العمل الفلسطينية، حيث اندرجت النسبة الأكبر للأطاريح تحت موضوع وظائف العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الحكومية، لذا توصي الدراسة بتشكيل لجنة تدقيق ورقابة محايدة لتدقيق ومراجعة الرسائل المنجزة والتي ستتجز؛ لضمان عدم تكرار المواضيع البحثية نفسها للرسائل ولضمان أصالتها.

وتُبرز دراسة (Ken Plowman & al, 2024)<sup>(5)</sup> أهمية تطوير مهارات التفكير النقدي والاستراتيجي لدى طلاب العلاقات العامة من خلال تدريس واضح لتحقيق النجاح المهني في المستقبل؛ بالاستناد إلى وجهات نظر متنوعة حول التفكير

النقدي والاستراتيجي، وبناءً على نتائج تقرير CPRE لعام 2023، وتقتصر الدراسة نموذج DASA متكامل من أربع خطوات (الكشف والتحليل ووضع الاستراتيجيات والتصرف) لتدريس عملية العلاقات العامة، كما تُقدم مناقشة متعمقة لتطبيق نموذج DASA مع أمثلة مُحددة لتنفيذه في الفصل الدراسي وتقييم مهارات الطلاب المعرفية. وهو ما أكدته دراسة (Rosalynn & al, 2024)<sup>(6)</sup> ودراسة (Anwer & Kwong, 2022)<sup>(7)</sup> في كيفية تمكين المعلمين من تحقيق مهامهم المتعلقة بالتنوع والإنصاف والشمول في مناهج العلاقات العامة، وكيف يمكن لمعلمي العلاقات العامة استخدام تقرير معايير لجنة تعليم العلاقات العامة CPRE لعام 2023 لمساعدة طلاب البكالوريوس على فهم معنى التنوع والإنصاف والشمول وأهميته ومناخه الحالي، من خلال الانخراط في البحث والتفكير الاستراتيجي النقدي والمناقشات الصفية، ومشاركة الآثار العملية على قطاع العلاقات العامة.

كما ناقشت دراسة (Hongmei Shen & al, 2024)<sup>(8)</sup> حول المهارات والمعارف والقدرات وخصائص التوظيف المرغوبة والمتوفرة وفقاً لتقارير معلمي وممارسي العلاقات العامة، حيث أنهم يروا أن المهارات والقدرات الأكثر صلة مهمة لكل من المعلمين والممارسين ويمنح ثقة أكبر بأن المناهج الدراسية والتجربة التعليمية فعالة، وأكدت الدراسة على ضرورة إجراء أبحاث حول الخريجين الذين لا يزالون في سوق العمل في مجال العلاقات العامة لمعرفة أسباب اعتقادهم بأن مدرسوهم كان مفيداً للغاية أو غير متوافق مع سوق العمل الذي كانوا يتعاملون معه. كما هدفت دراسة (Amanda & Lauren, 2024)<sup>(9)</sup> من خلال المنظور النظري لنظرية تقرير المصير، إلى قياس مدى تلبية قيادة جمعية طلاب العلاقات العامة الأمريكية (PRSSA) لاحتياجات سوق العمل من الكفاءة والاستقلالية والترابط؛ وتستكشف الدوافع الداخلية والخارجية للعمل كقادة فروع، واقتراح الدراسة استراتيجية قيادة (PRSSA) تدمج الدوافع الخارجية في شكل نموذج ائتمان دراسي يوائم مهمة (PRSSA) بشكل أفضل مع الاحتياجات المتطورة للطلاب. ورصدت دراسة

(Leila Boulkaibet, 2024)<sup>(10)</sup> اتجاهات طلاب علوم الإعلام والاتصال نحو مهنة العلاقات العامة، ويتضح من هذه الدراسة وجود قصور في فهم دور العلاقات العامة، حتى بالنسبة لطلاب هذا التخصص أنفسهم، ورغم ذلك، يتزايد عدد الطلاب الراغبين في التدريب في هذا التخصص، مما يثير الفضول لكشف اتجاهاتهم، وكشفت الدراسة أن معظم برامج التدريب المقدمة تبقى أكاديمية في جوهرها، بينما تتدرج برامج التدريب المهني.

واعتمدت دراسة (Amanda Weed & al, 2024)<sup>(11)</sup> على "بيتمان" كبرنامج للتعليم التجريبي في تعليم العلاقات العامة، على الرغم من الترويج لها من قبل منظمة PRSSA باعتبارها "المسابقة الوطنية الرائدة لدراسات الحالة لطلاب العلاقات العامة"، تشير رؤى البحث إلى أن "بيتمان" لا تلبي الاحتياجات التعليمية للطلاب، وهو ما ينعكس في انخفاض بنسبة 41.7% في عدد المشاركين في المسابقة منذ عام 2018، وقدمت الدراسة العديد من التوصيات البحثية لتحسين ممارسات المسابقة المتعلقة بالجدول الزمني للمسابقة، ونتائج التعلم التجريبي، والتواصل التنظيمي، وممارسات التحكيم، ودعم التنوع والمساواة والشمول لفرق طلاب "بيتمان". وقدمت دراسة (Kinsky & Gallicano, 2024)<sup>(12)</sup> ودراسة (Pamela Morris, 2016)<sup>(13)</sup> تدريب لطلاب العلاقات العامة والذي يُنمي التفكير الإبداعي لدى الطلاب، ورواية القصص الفعالة، ومهارات التواصل الجيدة، حيث يتطلب منهم ممارسة مهاراتهم الإبداعية في سرد القصص الرقمية، والتي ترتبط بممارسة العلاقات العامة، وبالاعتماد على النظريات المتعلقة بسرد القصص والإبداع، والذي سيساعدهم على تقديم أنفسهم ويُتيح لهم فرصة تفاعلية لبناء علاقات مع الآخرين. وفي نفس السياق تناولت دراسة (Ejae Lee, 2024)<sup>(14)</sup>، ودراسة (Margaret Ritsch, 2022)<sup>(15)</sup> ودراسة (Richard & Tricia, 2022)<sup>(16)</sup> حول إكساب طلاب العلاقات العامة المعرفة حول القضايا الاجتماعية وتطوير مهارات الكتابة في مجال العلاقات العامة والتفكير النقدي، وقد أظهرت الدراسة التجريبية أن الطلاب نجحوا في تطبيق العناصر الأساسية



للكاتبة الجيدة في مجال العلاقات العامة التي تعلموها خلال فترة الدراسة، وأنها ساعدتهم على تنمية وعيهم بالقضايا الراهنة المهمة، وتعزيز شعورهم بالتنوع والشمول، بالإضافة إلى تطوير المهارات التنافسية التي يُتوقع من طلاب العلاقات العامة تطويرها لمسيرتهم المهنية كمحترفين مبتدئين في هذا المجال. وهدفت دراسة (جهاد نضال، 2024)<sup>(17)</sup> إلى التعرف على مدى فاعلية برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة على الأداء الوظيفي من وجهة نظر الطلبة الخريجين منه، حيث عملت الدراسة على قياس الأثر الفعلي للبرنامج على أداء خريجيه في سوق العمل ومدى انعكاسه على أدائهم الوظيفي في أماكن عملهم بعد انتهاء متطلبات البرنامج من مساقات وتدريب وأبحاث، وتوصلت الدراسة إلى أن البرنامج رفع من قدراتهم في أماكن عملهم، وتعلموا مهارات مهمة مثل التخطيط والبحث والتحليل، وأوصت الدراسة على ضرورة تحديث وتطوير مساقات البرنامج بما يتناسب مع سوق العمل.

وفي ظل أزمة جائحة كورونا فقد تناولت دراسة (Sung Park & et, 2024)<sup>(18)</sup> ودراسة (Jiun-Yi Tsai & al, 2022)<sup>(19)</sup> ودراسة (Bhalla & Rozelle, 2022)<sup>(20)</sup> نقص التنوع الثقافي في الفصول الدراسية لطلاب العلاقات العامة، نتيجة لانخفاض عدد الطلاب الدوليين وصعوبة المشاركة في التعلم التجريبي القائم على مشاريع الطلاب، أدى إلى انخفاض مستوى الوعي الثقافي والهوية الثقافية خلال الجائحة بسبب ضعف الرؤية والتعرض لجمهور متنوع، وبسبب تلك التحديات اتجه أغلب معلمي العلاقات العامة إلى التركيز على الجانب النظري أكثر من الجانب التطبيقي بسبب التعلم عن بُعد. كما أكدت دراسة (EunHae Park, 2024)<sup>(21)</sup> أنه بسبب جائحة كورونا أصبحت المشاريع الجماعية تمثل دائماً عائقاً رئيسياً أمام نجاح تنفيذها في تعليم العلاقات العامة، وقد تفاقمت هذه التحديات بسبب جائحة كوفيد-19، مما أدى إلى انخفاض دافعية الطلاب في جلسات العمل الجماعي، وقدمت هذه الدراسة استراتيجيات متنوعة مستمدة من دوافع تحفيزية داخلية وخارجية لتشجيع الطلاب على

المشاركة الفعالة في المشاريع الجماعية، وقد صُممت هذه الاستراتيجيات لتعزيز القيمة الجوهرية للمشاريع مع تخفيف المخاوف والقلق المشترك بشأن نتائج العمل الجماعي، وتُظهر الأدلة المستقاة من الطلاب فعالية هذه الاستراتيجيات في تعزيز المشاركة الفعالة وتحقيق نتائج جماعية إيجابية. وتقدم دراسة (Bora Yook, 2024) (22) ودراسة (Nia Johnson, 2022) (23) مشروعين جماعيين في دورة تدريبية حول التواصل في أوقات الأزمات، حيث ينخرط طلاب العلاقات العامة في دراسة حالة جماعية شاملة، ويجرون بحثاً خلفياً معمقاً وتحليلاً نقدياً للتواصل التنظيمي في أوقات الأزمات في العالم الحقيقي، ويُطبق الطلاب إرشادات التدريب الإعلامي لتعزيز مهاراتهم في التواصل اللفظي وغير اللفظي كمتحدثين باسم الأزمات، وهو ما أكدته دراسة (LaKesha N., 2019) (24)، ودراسة (Anne & Kim, 2017) (25) تُعزز مقررات العلاقات العامة النهج التربوي لتنمية المعارف والمهارات والقدرات الأساسية لدى الطلاب والتي تشمل الكفاءات المعرفية بإدارة الأزمات والقضايا الاجتماعية، ومهارات الكتابة والتحدث أمام الجمهور، وتنمية مهارات حل المشكلات، والإبداع، والتفكير النقدي.

ومن خلال فحص الخط الزمني منذ أوائل خمسينيات القرن الماضي إلى منتصف تسعينياته، عندما انتشر التعليم الجامعي على نطاق واسع، هدفت دراسة (Tom Watson, 2023) (26) إلى استكشاف المواضيع التاريخية التي شكلت التعليم والتدريب في مجال العلاقات العامة والاتصال المؤسسي، كما تسلط الضوء على المبادرات الحديثة لاقتراح إطار عمل عالمي للقدرات في هذا المجال، وتوصلت نتائج البحث والتحليل الأرشيفي إلى أن هناك توتر مستمر بين المنظمات الممارسة والأكاديميين حول تصميم البرامج التعليمية ومحتواها والاعتماد عليها؛ وأن هناك اهتمام ضئيل بالتنسيق الدولي لتعليم وتدريب العلاقات العامة، على الرغم من النقاشات المكثفة. وتناولت دراسة (Bashir & Fedorova, 2023) (27) فهم الطلاب للعلاقات العامة من حيث مهام العمل، والمعارف، والآراء المتعلقة بالتخصص،

والجنس، وسنوات الدراسة الجامعية، وأظهرت النتائج أن التفاوتات في فهم العلاقات العامة وسوء فهمها متشابهة إلى حد كبير على مستوى العالم، ويُعد إدراج المعرفة الاستراتيجية والمعلمين المؤهلين في مناهج العلاقات العامة وأساليب تدريسيها أمراً ضرورياً للارتقاء بهذا المجال إلى مستوى مرموق من الفهم الأفضل والتصورات الخاطئة الأقل. كما كشفت دراسة (Burcu & Tevhide, 2023)<sup>(28)</sup>، ودراسة (Zlatanović & al, 2022)<sup>(29)</sup> أن متخصصو العلاقات العامة يكونون احتراماً لأكاديميي العلاقات العامة ويقدرّون مساهماتهم، لكنهم يُشيرون إلى ضرورة تحسين مناهج العلاقات العامة وزيادة وعي الخريجين، كما تكشف عن كيفية إقامة حوار بين أكاديميي العلاقات العامة الأتراك والمهنيين في هذا المجال، من خلال استطلاع آراء وتصورات كبار ممارسي العلاقات العامة الأتراك حول معارف ومهارات وكفاءات وسمات أكاديميي العلاقات العامة ومناهجهم. كما أكدت دراسة Sharon & Cheng (Lee, 2023)<sup>(30)</sup> ودراسة (Quan Xie & al, 2018)<sup>(31)</sup> قلق علماء وممارسي العلاقات العامة بشأن الفجوة بين معارف ومهارات الطلاب المكتسبة في الفصول الدراسية وتلبية توقعات أصحاب العمل، وهناك دعوة لمعلمي العلاقات العامة لإعداد الطلاب بشكل أفضل قبل دخولهم هذا المجال، من خلال تطوير تعليم العلاقات العامة، ومناهجها، وممارساتها. وهو ما أكدته دراسة (Michelle & Baum, 2023)<sup>(32)</sup> أن غالباً ما تؤدي الفجوة بين احتياجات الفصول الدراسية والممارسة المهنية للعلاقات العامة إلى تشابك في التوقعات غير الواقعية، وتزداد هذه التحديات حدة نظراً لافتقار أعضاء هيئة التدريس غالباً إلى الخبرة والمهارة والوقت والموارد اللازمة لتعزيز الشراكات مع المنظمات.

وأهتمت دراسة (فطيمة قبيبي، 2023)<sup>(33)</sup> بالتعرف على اتجاهات الطلاب نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة وعوامل اختيارهم لهذا التخصص، وآرائهم نحو المناهج الدراسية والمقررات المفضلة لديهم والمجالات التي يفضلون العمل بها بعد التخرج، وكشفت النتائج إلى أن غالبية الطلاب يرون بأن المناهج الدراسية كفيفة بتوضيح أسس

ومرتكزات مهنة العلاقات العامة، وأن هذا التخصص سيمكنهم من العمل في مكانة مرموقة، وبالرغم من ذلك فإن الكثير منهم متخوف من صعوبة الحصول على وظيفة بعد التخرج. وتري دراسة (Jonida Petro, 2023)<sup>(34)</sup> أن المهنيين الذين لا يملكون التعليم المناسب في العلاقات العامة عادةً ما يُصنفون ضمن فئة الصحفيين أو وكلاء الاتصال، ما لم يتمكنوا من مواصلة تعليمهم في هذا المجال وتنمية مهاراتهم في العلاقات العامة. وهدفت دراسة (ريما جنحو، 2023)<sup>(35)</sup> إلى التعرف على دوافع إقبال الفتيات للالتحاق في برنامج العلاقات العامة، وأظهرت النتائج مدى الإقبال الكبير للفتيات على الالتحاق ببرنامج العلاقات العامة، والتي اتفقت مع نظرية الامتياز التي اعتمدتها الدراسة، وكان دوافع الالتحاق هو حداثة التخصص وفرصة كبيرة للحصول على عمل والحد من البطالة، والمكانة الاجتماعية، ومن ثم كونه تخصص مطلوب للتعامل مع الآخرين، واكتساب المهارات الجديدة، وهو ما أكدته دراسة (Ilarion Tiu, 2017)<sup>(36)</sup> حيث حللت الدراسة دوافع الطلاب عند اختيارهم لتخصص الاتصالات والعلاقات العامة، بالإضافة إلى توقعاتهم بشأن هذا التخصص في درجة البكالوريوس، وأظهرت الدراسة وجود نقص في التواصل بين الجامعات ومرشحيها المحتملين، وهي ظاهرة قد تؤدي إلى عدم رضا طلاب السنة الأولى عن الكليات، مما يؤدي إلى عواقب مباشرة على ترك الدراسة الجامعية.

وفي سياق التطور الزمني لنظرية العلاقات العامة، كشفت دراسة Özlem & Gülsüm (2022)<sup>(37)</sup> عن الأطر النظرية لأطروحات الدكتوراه في مجال العلاقات العامة في تركيا بين عامي 1980م و2020م، وكشف التحليل أن عدد رسائل الدكتوراه في مجال العلاقات العامة في تركيا قد ازداد كمياً في السنوات الأخيرة، ومع تطور النظريات في أمريكا وأوروبا، تبين أن الرسائل في تركيا توازي تلك الموجودة في أمريكا وأوروبا من حيث الترتيب الزمني في رسائل الدكتوراه، وإن كان متوسط تأخرها في تركيا 15 عاماً. وقامت دراسة (Arien Rozelle, 2022)<sup>(38)</sup> بتدريب طلاب العلاقات العامة على مكافحة الكراهية والتطرف، فقد طُلب منهم العمل على

تطوير حملة تجنيد، بالإضافة إلى حملة تثقيفية وتوعوية لـ "التطعيم ضد الكراهية"، ويحدد الطلاب أساليب البحث اللازمة لصياغة الحملة، ثم يستعينون بنظريات العلاقات العامة لتوجيه استراتيجيتهم، ومن خلال هذا النشاط يتعرف الطلاب على مجموعة واسعة من أساليب البحث ونظريات العلاقات العامة، ويطبقونها، بالإضافة إلى دور العلاقات العامة في سياق النشاط.

وأهتمت دراسة (شريف حمدي وجعفري نجيب، 2021)<sup>(39)</sup> ودراسة **Nikita** (**Muktai, 2026**)<sup>(40)</sup> بالتعرف على اتجاهات أساتذة العلاقات العامة بواقع العلاقات العامة في مجالها الأكاديمي والعراقل التي تواجهها، وتوصلت الدراسة إلى أن الجانب النظري يغلب على تدريس العلاقات العامة، لذا من الضروري على مخططات الدولة الاهتمام ببرامج العلاقات العامة في الجامعات وإعطائها مكانتها الطبيعية تماشياً مع ما تُمليه متغيرات العصر في مجال التعليم والبحث العلمي. وفي نفس السياق هدفت دراسة (**Serra & Burcu, 2021**)<sup>(41)</sup> إلى استقصاء تصورات متخصصي العلاقات العامة تجاه أكاديمي العلاقات العامة، والذي يهدف إلى فهم تصور كبار الممارسين لأكاديمي العلاقات العامة الأتراك، بما في ذلك آرائهم ونقاط قوتهم وضعفهم، وتُظهر النتائج أن الأكاديميين يُعتبرون ذوي سمعة طيبة، إلا أن الصورة السلبية للعلاقات العامة كمهنة قد انتقلت إلى أكاديميات العلاقات العامة، وأكد المشاركون على الدور التعليمي لأكاديمي العلاقات العامة، وحملوهم مسؤولية إعداد الطلاب للحياة العملية المهنية. وهو ما أكدته دراسة **Richie & Sharyn** (2021)<sup>(42)</sup> ودراسة (**Philippa Mules, 2021**)<sup>(43)</sup> أن أساتذة العلاقات العامة يتناولون الإبداع ضمناً، معتمدين على المعرفة الشخصية والداخلية بدلاً من تطبيق نظرية أو مجموعة معارف محددة تتعلق بالإبداع، كما تكشف الدراسة سلسلة من التحديات التي يواجهها المعلمون، بما في ذلك افتقار الطلاب إلى الثقة عند الحاجة إلى الإبداع، وعدم وضوح كيفية تقييم الإبداع بنجاح في مهام التقييم. وقد حرصت دراسة (**Ebru Özgen & al, 2021**)<sup>(44)</sup> على أن يُقيم طلاب وممارسي العلاقات العامة

لمنهج العلاقات العامة داخل الجامعات، وكشفت نتائج الدراسة عن أهمية اللغة الأجنبية والمعرفة العملية والنظرية في تعليم جيد للعلاقات العامة، وخلصت الدراسة إلى أن كلا الجانبين أشارا فقط إلى قصور التعليم العملي، كما خلصت إلى تأكيده على أهمية العلاقات العامة التطبيقية، وبناءً على ذلك، برزت أهمية إدراج التعليم التطبيقي في المناهج الدراسية. وتتفق تلك الدراسة مع دراسة (بوغولة مفيد، 2015) (45) التي تهدف إلى التعرف على مختلف الآراء المشكلة حول وظيفة العلاقات العامة من قبل الطلبة، لكون هذه الآراء ذو أهمية كبرى في تحسّن وتطور واقع عمل العلاقات العامة في أي مؤسسة مهما كان مجال عملها كالجامعة مثلاً، وأكدت الدراسة على وجود انطباعات إيجابية لدى الطلاب عن مهنة العلاقات العامة.

وفي بيئات جغرافية متغايرة قامت دراسة (Sezgin & Bayoğlu, 2020) (46) بمقارنة لتعليم العلاقات العامة في الجامعات (بلغاريا، وإنجلترا، وألمانيا، وإسبانيا، وإيطاليا، وتركيا) وتقييمها من منظور تفسيري لأوجه التشابه والاختلاف بينها، وتناقش شروط القبول الجامعي أو الدراسات العليا، وأهداف ومناهج تعليم العلاقات العامة في تلك الجامعات، وأكدت الدراسة على أهمية التدريب وأن دول الاتحاد الأوروبي تُقدم دورات متشابهة تقريباً للطلاب كجزء من الدورات المشتركة، وأنها تُعد الممارسة وخاصةً التدريب العملي بالغ الأهمية. وسعت دراسة (عبدالله محمد، 2020) (47) إلى التعرف على واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بالكلّيات والمعاهد الحكومية والأزهرية والخاصة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلبة بها، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن جودة التأهيل والتدريب العملي في تخصص العلاقات العامة والإعلان في كليات الإعلام الحكومية والأزهرية والخاصة مُرضٍ إلى حد ما من وجهة نظر هيئة التدريس والهيئة المعاونة، وغير مُرضٍ إلى حد ما من وجهة نظر الطلبة، وأن بيئة التأهيل والتدريب غير مناسبة داخل الكليات والمعاهد أو خارجها، كما أن هذه الدورات التدريبية لا تُنظم وفق مخطط مدروس. وهو ما أكدته دراسة (عبدالباسط

هاشم، 2018)<sup>(48)</sup>، كما هدفت دراسة (Ari Prastowo & al, 2020)<sup>(49)</sup> إلى رسم خريطة لمواضيع البحث الموثقة، بهدف تعزيز التوجه البحثي لممارسي العلاقات العامة المحتملين، والمساهمة في تعزيز المقررات الدراسية المدرجة في مناهج البرامج الدراسية، وأظهرت النتائج أن مواضيع البحث التي أنتجها خريجو برامج دراسات العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي كانت أكثر توجهاً نحو المواضيع التي تُسهم في بناء ملف تعريف للخريجين ذوي الكفاءات كمسؤولي علاقات عامة/اتصالات مؤسسية، ومستشاري علاقات عامة.

واستعرضت دراسة (Halle & Umansky, 2018)<sup>(50)</sup> الفهم الحالي لتدريس وتعلم ممارسة العلاقات العامة في جامعات هولندا وألمانيا من خلال وصف العلاقة المعقدة بين النظرية والتطبيق في تعليم العلاقات العامة، وأهمية تعليم الطلاب العمل في سياق عمل دولي، بالتطبيق على عمل دورة جامعية دولية لتعليم الطلاب كيفية إدارة حملة على وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل مع القضايا الاجتماعية، ثم يُوصف نهج تربوي يُترجم إلى تصميم للمقرر. وترى دراسة Thompson, (2018)<sup>(51)</sup> أن تعليم العلاقات العامة يتأثر في غانا بالسياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي المحلي، ويتأثر بالمناهج الغربية، كما يشير الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي في غانا إلى ضرورة زيادة التركيز على تدريس الاستخدام الاستراتيجي لهذه التقنيات في ممارسة العلاقات العامة، ومواجهة التحديات الحقيقية وضرورة إيجاد طرقاً لتخصيص وتزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لهذا. وفي أسبانيا تسعى دراسة (Kathy Matilla & al, 2017)<sup>(52)</sup> إلى تحديد مدى انتشار المؤهلات الجامعية بين المتخصصين في مجال الاتصالات، وتحديد العلاقات العامة، وكشفت الدراسة أن التركيز الحالي للمناهج الدراسية لشهادات العلاقات العامة تقتصر إلى حد كبير على المناهج التقليدية، والتي تُركز بشكل أكبر على التسويق والإعلان والسمعة، وذلك بسبب تهميش التعليم الجامعي المتخصص في العلاقات العامة والذي يحدث تأثيراً سلبياً على القطاع المهني، إلى جانب نقص المعرفة والتدريب في العلاقات

العامة، أدى إلى عدم تمكين خريجي العلاقات العامة من تلبية متطلبات الممارسة المهنية. وتكمن أهمية دراسة (Bayram, 2017)<sup>(53)</sup> في أنها أجريت على طلاب البكالوريوس الجدد في مجال العلاقات العامة في تركيا، وقد وجد أن الطلاب لديهم معلومات قليلة أو معدومة بمجال العلاقات العامة كتخصص أكاديمي أو مهني، كما أن لديهم تصورات خاطئة أو ناقصة عن مهنة العلاقات العامة؛ حيث يرون أنها مهنة للنساء، كما يعتبرونها محاسبة أو استشارات أو أعمال سكرتارية، لذلك فإن هذه الدراسة قدمت منظوراً مساعداً لإعداد منهج السنة الأولى للأكاديميين. كما تستكشف دراسة (Matthew Wisla, 2017)<sup>(54)</sup> كيفية تدريس العلاقات العامة الدولية لطلاب الجامعات الأمريكية من خلال التركيز على الجوانب الرئيسية لخلفية ومؤهلات أساتذتهم، حيث أكد الباحثون على الصلة الحاسمة بين الخلفية الدولية للمعلم وقدرته على تدريس مهارات ووجهات نظر متعددة الثقافات للطلاب، وخلصت الدراسة إلى أن الخلفية العامة للمعلمين واستعدادهم لتدريس العلاقات العامة الدولية يؤثر بشكل كبير على طلابهم وتوجهاتهم الثقافية.

أما دراسة (Powell & Pieczka, 2016)<sup>(55)</sup> فتري أن هناك حاجة ملحة لدعم تعلم العلاقات العامة لكبار السن، والذي يتجاوز أطر الكفاءات المضمنة، ويمكن الممارسين المخضرمين من العمل باستقلالية خارج مجتمع الممارسة الأساسي، وتتطلب الأقدمية من متعلميها تقبل عدم اليقين ومواجهة تحدي خلق معارف جديدة في الممارسات اليومية لحياتهم المهنية. واستعرضت دراسة (ولاء فودة، 2016)<sup>(56)</sup> واقع التعليم الإعلامي الجامعي ومستقبله في ضوء استراتيجيات التنمية الإماراتية، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الأكاديمية لكليات الاعلام تساهم في تنمية قدرات الطلاب في إطار التنمية البشرية ويتضح ذلك من مخرجات التعلم التي تهدف إلى دعمهم بالوسائل الحديثة المستخدمة في مجال التعليم الإعلامي واكتساب الطالب لمعارف وخبرات في مجال تكنولوجيا الاعلام وتقنياته وهو ما يحققه الهدف الرئيسي الأول والثاني في برنامج الجامعة الكندية. وفي دراسة (Mary Welch, 2015)<sup>(57)</sup> تم توظيف



منهجية التحليل النقدي التاريخي في كيفية معالجة تخصص الاتصال الداخلي المهم في عدد من أطر تعليم العلاقات العامة المؤثرة عالمياً على مر الزمن، والذي يُفيد برامج التعليم والتطوير المهني المستقبلية، وكشفت الدراسة أن لا يزال مجال الاتصال الداخلي قيد الدراسة، وهو أمر مُثير للدهشة نظراً لتأثيره على فعالية المنظمة، علاوة على ذلك، لم يُول سوى اهتمام ضئيل لتاريخ تعليم الاتصال الداخلي، وتكشف الدراسة أيضاً عن تضارب في معالجة هذا المجال في الأطر التعليمية على مر الزمن، وتسهم في مناقشة أسباب حدوث هذه التضاربات.

### **المحور الثاني: الدراسات والبحوث التي اهتمت برصد ملامح وتحديات تعليم العلاقات العامة في ظل التطور التكنولوجي الحديث:**

استهدفت دراسات وبحوث هذا المحور الوقوف على الوضع الحالي لواقع تعليم العلاقات العامة داخل المؤسسات الأكاديمية الجامعية في ظل الطفرة التكنولوجية المتسارعة التي أعادت تشكيل ممارسات الاتصال والإعلام، فقد ركزت العديد من الدراسات والبحوث على تتبع ملامح المناهج والبرامج الأكاديمية الخاصة بهذا التخصص، وتحليل مدى توافقها مع متطلبات سوق العمل الرقمية الحديثة، كما تناولت التحديات التي تواجه المؤسسات التعليمية في إعداد كوادر مؤهلة قادرة على التفاعل مع تقنيات الاتصال الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات الضخمة. وتبرز أهمية هذه الجهود البحثية في أنها تسعى إلى رسم صورة واضحة عن نقاط القوة والقصور في تعليم العلاقات العامة، بما يساهم في تطوير استراتيجيات تعليمية أكثر مواكبة لاحتياجات العصر الرقمي، وقد وجدت الباحثة تحت هذا المحور خمساً وثلاثين دراسة، منها اثنتان وعشرون دراسة أجنبية، وثلاث عشرة دراسة عربية، ويمكن عرضها على النحو التالي:

وترى دراسة (Aimei Yang, 2025)<sup>(58)</sup> أن التوسع المتزايد في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة أسهم في زيادة الطلب على ممارسين ذوي كفاءة عالية، ومن ثم فإن مؤسسات التعليم المتخصصة في العلاقات العامة مطالبة

بإعادة هيكلة مناهجها لتضمين مقررات تعليمية تتناسب مع متطلبات هذا التطور، وتوصلت الدراسة إلى وجود أربعة محاور معرفية رئيسة يجب أن يشملها تعليم الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة وهي (إتقان مهارات البرمجة والتكويد، الإلمام بأساسيات الذكاء الاصطناعي، نظام الاسترجاع المعزز بالتوليد (RAG)، وإطار LangChain لأمن المعلومات، إضافة إلى نشر النماذج وتحسينها)، كما يُقدم منهج دراسي مقترح لتجسيد هذه المفاهيم بشكل عملي. وهو ما أكدته دراسة (Pauline Howes, 2025)<sup>(59)</sup> ودراسة (Steve Ryan, 2024)<sup>(60)</sup> والذي يهدف إلى مساعدة معلمي العلاقات العامة على تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي في فصولهم الدراسية، وذلك من خلال اكتساب طلاب العلاقات العامة مهارات تطبيق هذه الأدوات في كتابة بحوث العلاقات العامة ولا سيما في إنشاء المحتوى.

وقامت دراسة (Fitzek & Alina, 2025)<sup>(61)</sup> بعمل دراسة تجريبية على إمكانات نماذج اللغة الكبيرة وتحديداً (ChatGPT 3.5) في مساعدة طلاب الاتصال والعلاقات العامة على تحسين مهاراتهم في الكتابة الأكاديمية، مع التركيز على الوضوح والإيجاز والترابط وهي مهارات تتوافق مع نظرية العبء المعرفي، أكدت الدراسة على مخاطر الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي والتهديدات التي تُهدد الأصالة، والحاجة إلى إرشادات أخلاقية، مثل التدريب على التقييم النقدي. وفي نفس السياق تناولت دراسة (Young Joon Lim, 2024)<sup>(62)</sup> آثار وتداعيات ChatGPT على طلاب الجامعات الأمريكية، مع التركيز على إلمامهم بتقنيات الاتصال والتعليم الناشئة، كما تسعى إلى تقديم رؤية قيمة لمسؤولي الجامعات المعنيين بالآثار الأخلاقية لـ ChatGPT من OpenAI في التعليم العالي، وبحثت الدراسة في تصورات طلاب العلاقات العامة لـ ChatGPT، وكيفية استجابة الجامعات له، والخطوات الواجب اتخاذها في ضوء انتشار أدوات التعلم القائمة على الذكاء الاصطناعي، وكشفت النتائج عن قلق الطلاب إزاء نقص التنقيف المتعلق بأدوات الذكاء الاصطناعي في العصر الرقمي الحالي، ويتوقعون من الجامعات مواكبة تقنيات

الذكاء الاصطناعي سريعة التطور، وضرورة تعزيز السلوك الأخلاقي للطلاب. وكشفت دراسة (Corinne Dalelio, 2024)<sup>(63)</sup> أنه يمكن تمكين طلاب العلاقات العامة من استخدام الوسائط الرقمية لأغراض الواجبات والأنشطة الصفية دون انتهاك خصوصيتهم وتفضيلاتهم، مع قليل من الإبداع والمرونة، وتؤكد الدراسة على ضرورة الاهتمام بمحو الأمية الرقمية النقدية لطلاب العلاقات العامة والذي يكشف عن بعض الاستراتيجيات التربوية التي يمكن أن تساعد في هذا المسعى: (استخدام أدوات مفتوحة تُتيح الاستكشاف دون تسجيل دخول؛ وتكليف الطلاب بمراجعة استخداماتهم السابقة؛ وبناء خيارات للوسائط والمواضيع).

لم يحظ إدخال الذكاء الاصطناعي كمجال رئيس في مناهج الاتصال التسويقي بنفس التركيز كما في الممارسة المهنية، بالرغم من كونه الركيزة الأساسية في تأهيل ممارسي المستقبل والمعروفين أيضاً بصناع المحتوى وهو ماذكرته دراسة (إيمان زهرة، 2023)<sup>(64)</sup> حيث تميل الدراسة إلى اقتراح مقررات وموضوعات الذكاء الاصطناعي ليتم تضمينها في الأساليب التربوية والتعليمية المصرية لبرامج الاتصال التسويقي، وتجنب الخلافات المحيطة بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي ونقص الدراسات المتعمقة في هذا الصدد. وترى دراسة (Geah & Kinsky, 2023)<sup>(65)</sup> أن التصميم المرئي أصبح مهارة مهمة لطلاب العلاقات العامة قبل دخولهم هذا المجال، واستخدمت الدراسة تصميمًا شبه تجريبي لفحص الكفاءة الذاتية الإبداعية (CSE) وثقتهم بالتصميم المرئي لدى طلاب الجامعات قبل وبعد استخدام برنامج تصميم قائم على القوالب في فصول العلاقات العامة، وتشير النتائج إلى أن الطلاب المسجلين في هذه الدورات يتمتعون بمستويات عالية من الكفاءة الذاتية الإبداعية، ولكن بمستويات منخفضة من الثقة بالتصميم المرئي؛ ومع ذلك، تحسن برامج التصميم هذه بشكل ملحوظ كلاً من الثقة البصرية وبعض جوانب الكفاءة الذاتية الإبداعية. كما تقدم دراسة Kim & (Myoung, 2023)<sup>(66)</sup> ما يجب تدريسه وكيفية تدريس تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي لمعلمي العلاقات العامة في الجامعات الأمريكية، ويناقش لماذا يمكن

للطلاب العلاقات العامة تعلم لغات البرمجة بشكل أفضل على المنصات الاجتماعية، ومن المتوقع أن يساعد هذا في سد الفجوة بين المتطلبات المتزايدة للتحليلات القائمة على البرمجة في ممارسة العلاقات العامة والتعليم.

وفي نفس الإطار استهدفت دراسة (رسمية الشقران، 2018)<sup>(67)</sup> التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في برامج العلاقات العامة، بالإضافة إلى الكشف عن أشكال الوعي لدى الطلبة والعاملين من خلال العلاقات العامة، وتوصلت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي قد جزأت الجمهور إلى قطاعات محددة بحسب محتوى برامج العلاقات العامة والشكل الذي تقدم فيه هذه البرامج.

يشكل النمو السريع لشعبية وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي التسويق عبرها، تحدياً فيما يتعلق باستراتيجية التدريس المناسبة، فالتطورات التكنولوجية تسبق المصطلحات الواضحة، لذا تناولت دراسة (Sally Laurie & al, 2023)<sup>(68)</sup> الحاجة إلى مزيد من البحث في تدريس التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي من منظور استراتيجي قائم على أهداف الاتصالات التسويقية المتكاملة IMC، وتستكشف استخدام إطار عمل الإعلام المدفوع/ المملوك/ المكتسب (POEM) كشكل من أشكال التربية المنخرطة وجزء من إطار عمل التعلم المدمج النشط، وتشير النتائج إلى أنه يمكن لطلاب العلاقات العامة من تحديد الأنشطة ضمن حملة متكاملة وتأثيرها على رحلة العميل، وتم دعم هذه النتائج من خلال تحليل نوعي لآراء ثلاثة معلمين للعلاقات العامة ذوي خبرة في هذا المجال، وهو ما أكدته دراسة (Ludvik & al, 2019)<sup>(69)</sup> والتي ترى أن وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وفرت لمؤسسات التعليم العالي وسائل جديدة للتواصل مع فئاتها المستهدفة، وهدفت الدراسة إلى استكشاف استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً كالفيسبوك من قبل أقسام العلاقات العامة المختارة في جامعات جمهورية التشيك وسلوفاكيا، وتقديم مجموعة من المعايير العملية للتواصل الناجح مع الجمهور.

واهتمت دراسة (Julie O'Neil & al, 2023)<sup>(70)</sup> أفضل السبل التي يمكن لمُدربي العلاقات العامة من خلالها إعداد الطلاب على النحو الأمثل لتنسيق البيانات وتحليلها واستخلاص رؤى عملية منها، وأكد المُدرسون على ضرورة فهم الطلاب لأساسيات العلاقات العامة، ومفاهيم البحث والإحصاء الأساسية، والقدرة على سرد قصة بإيجاز وإقناع باستخدام التصور البياني للبيانات، كما ناقش المشاركون أهمية المهارات الشخصية، بما في ذلك الرغبة في التعلم، والقدرة على التكيف، والتفكير النقدي، وقُدمت آثار هذه المهارات والمقترحات التعليمية للمُدسي العلاقات العامة. كما تناولت دراسة (عماد الدين جابر وأسماء حجازي، 2022)<sup>(71)</sup> تقييم تجربة التعليم الإلكتروني في تدريس مساقات العلاقات العامة والصحافة في الجامعات الإماراتية من منظور الأساتذة، للتعرف على التسهيلات التي تقدمها الجامعات الإماراتية في مجال البنية التحتية في مجال الاتصالات والإنترنت لتسهيل تجربة التعليم، وتبيان المساقات التي تحتاج إلى (التعلم الواقعي، التعليم الإلكتروني، والتعليم الهجين)، وتقييم تجربة التعليم هذه وانعكاساتها على المحتوى المقدم، وبينت النتائج ارتفاع درجة الرضا بين الأساتذة عن تجربة تدريس هذه المساقات بنظام التعليم عن بعد، فهذا النمط من التعليم ساهم في زيادة القدرة على تفعيل التعليم التعاوني بين الطالب واثابة للطالب عنصر المرونة في حضور المحاضرات في الأماكن والأوقات المناسبة لهم. وقامت دراسة (Amanda Bradshaw, 2022)<sup>(72)</sup> بتصميم أدوات الوسائط الرقمية والمُصمم خصيصاً لفصل دراسي متخصص في العلاقات العامة، والذي يُعزز التعلم النشط، وينمي العديد من المعارف والمهارات والسمات والقدرات المحددة في تقرير "التقدم السريع" حول التعليم الجامعي، الذي أعدته لجنة العلاقات العامة، بما في ذلك الفطنة التجارية، والكتابة، والتحرير، والتواصل، والتفكير الإبداعي، والتعاون، والمبادرة، وإدارة الوقت، تشمل أهداف التعلم في الواجبات ما يلي: (فهم مكونات مجموعة أدوات الوسائط الرقمية؛ إنشاء وتجميع وتلخيص المعلومات ذات الصلة لمجموعة أدوات إعلامية رقمية آتياً، العمل بروح الفريق

لتحقيق النتيجة المرجوة؛ تعريف الطلاب ببرنامج إدارة المشاريع التعاونية (Basecamp).

وجاءت دراسة (أيمن النور، 2021)<sup>(73)</sup> لتعرف على إتجاهات طلاب العلاقات العامة نحو التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا، ومعرفة إنعكاسات التعليم الإلكتروني على التحصيل الأكاديمي للطلاب، ومعرفة المعوقات التي واجهت التعليم الإلكتروني أثناء جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا كان تأثيره إيجابياً على التحصيل الأكاديمي لطلاب العلاقات العامة، كما أن هناك عدداً من المقررات لا يصلح تدريسها عبر التعليم الإلكتروني في تخصص العلاقات العامة. وحاولت دراسة (عطيه مرق، 2020)<sup>(74)</sup> التعرف على اتجاهات الطالب نحو استخدام التعليم الإلكتروني في تدريس مقررات العلاقات العامة والإعلان بالتطبيق على منصة مايكروسوفت تيمز Microsoft Teams، وأوضحت النتائج ارتفاع معدل خبرة المبحوثين في استخدام الإنترنت وكثافة استخدامهم لها، وجاء التواصل مع الآخرين، وقضاء وقت الفراغ كأهم دوافعهم لاستخدامها، كما أكدوا على أن أفضل طريقة للتعليم هي الدمج بين التعليم التقليدي والإلكتروني (التعليم الهجين). وترى دراسة (Smallwood & Brunner, 2017)<sup>(75)</sup> أن التعليم عن بُعد يُقدم مزايا تربوية وموارد إضافية، منها المرونة، وإمكانية أكبر للوصول إلى التعليم، وزيادة إيرادات الجامعات، كما يمثل التعليم عن بُعد تحديات، مثل تعلم كيفية إعداد واجبات إلكترونية فعالة تشرك الطلاب، لا سيما في مجال العلاقات العامة، حيث يُعد التعلم الجماعي والتعاون عنصريين أساسيين. وركزت دراسة Moyo & Moqasa (2016)<sup>(76)</sup> على فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأدوات للعلاقات العامة، وتحديد ما إذا كانت هذه التكنولوجيا التي تستخدمها أقسام العلاقات العامة تسمح للطلاب بالتفاعل عبر قنوات الاتصال نفسها، والتأكد مما إذا كانت هذه التكنولوجيا تُعزز عملية التواصل بين طلاب قسم العلاقات العامة ومعلميهم.

**المحور الثالث:** الدراسات والبحوث التي رصدت الأبعاد الأخلاقية والمعايير المهنية في المقررات الدراسية لبرامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية الجامعية: يبرز هذا المحور ما تناولته الدراسات والبحوث من جهود في رصد الأبعاد الأخلاقية والمعايير المهنية داخل المقررات الدراسية لبرامج العلاقات العامة بالجامعات، انطلاقاً من القناعة بأن الالتزام الأخلاقي والمهني لا يقل أهمية عن الكفاءة المعرفية والمهارية، ويتيح هذا المحور استعراض ما توصلت إليه هذه الجهود البحثية من نتائج ورؤى، بما يسهم في تكوين تصور متكامل حول واقع تدريس الأخلاقيات والمعايير المهنية، ومدى فاعليتها في إعداد مخرجات تعليمية قادرة على مواجهة التحديات الأخلاقية للممارسة المهنية، وقد وجدت الباحثة تحت هذا المحور اثنتين وعشرين دراسة، منها ثماني عشرة دراسة أجنبية، وأربع دراسات عربية، ويمكن عرضها على النحو التالي:

تري دراسة (Alec Tefertiller & et, 2025)<sup>(77)</sup> أن تعليم الأخلاقيات من الاعتبارات المهمة لدى معلمي العلاقات العامة؛ حيث أثارت أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي قلق الكثيرين في التعليم العالي نظراً لتهديدها المحتمل للأمانة الأكاديمية مما يستدعي دراسة دقيقة، وخلصت الدراسة إلى أنه على الرغم من ضرورة معالجة القضايا الأخلاقية، يسعى الطلاب إلى استخدام هذه الأدوات بما يتوافق مع الإرشادات المهنية. كما جاءت دراسة (Madden & Guastafarro, 2024)<sup>(78)</sup> لتقدم طرقاً ملموسة لدمج الممارسات الواعية بالصدمات في المقررات الدراسية لطلاب العلاقات العامة عند العمل على القضايا الصعبة، كوسيلة لحماية الطلاب والعلماء والمدرسين دون التهرب من القضايا الصعبة، والذي يساعد على تطوير المهارات والإعداد المهني لطلاب العلاقات العامة، والمساهمة في بناء جيل متعاطف، وعطوف، وشغوف. كما قامت دراسة (Gallicano, 2024)<sup>(79)</sup> ودراسة (Gray & Thompson, 2024)<sup>(80)</sup> بخراط طلاب العلاقات العامة في مسح بيئي من خلال التنقل بين المصادر الأكاديمية والشركاتية والأخبار؛ والتفكير النقدي؛ وإيجاد الحلول؛ وتحليلها،

مما يتيح الفرصة لتعزيز المعرفة الأساسية حول اتخاذ القرارات الأخلاقية وإدارة الأزمات، وتطوير مهارات القيادة والعمل الجماعي وكيفية التعامل معها، بما في ذلك طرق مواجهة سلوك الفريق السيئ في هذا المشروع. وتكشف دراسة **Boman & al, 2024**<sup>(81)</sup> تصورات متخصصي العلاقات العامة للتعليم الأخلاقي والمهارات والموارد اللازمة لمعالجة المعلومات الخاطئة والمضللة، وتكشف المقابلات المتعمقة مع المتخصصين عن رؤى قيمة لإعداد الجيل القادم من متخصصي العلاقات العامة بشكل أفضل للتعامل مع حقبة ما بعد الحقيقة بفعالية، كما تلقي هذه النتائج الضوء على مجموعة المهارات متعددة الأوجه التي يحتاجها متخصصو العلاقات العامة.

وكما كشف تقرير لجنة تعليم العلاقات العامة لعام ٢٠٢٣، فإن مديري العلاقات العامة غير راضين عن مستوى المعرفة الأخلاقية لدى الخريجين الجدد الذين وظفهم، فقد كشفت دراسة **(Neill & al, 2024)**<sup>(82)</sup> عن المواضيع التي يعتقد المديرون أنه يجب تدريسها فيما يتعلق بأخلاقيات العلاقات العامة لإعداد الطلاب بشكل كافٍ لمسارهم المهني، وكشفت النتائج عن أوجه قصور كبيرة، لا سيما في الكليات والجامعات التي لا تقدم دورات أخلاقية مستقلة، بل تُدمج محتوى الأخلاقيات في دورات العلاقات العامة الأخرى. واستكشفت دراسة **(Erzikova, 2024)**<sup>(83)</sup> تصورات مُعلمي العلاقات العامة حول دمج مفهوم ريادة الأعمال الأخلاقية، والمعروفة بأنها عملية إرساء معايير أخلاقية جديدة لمعالجة القضايا المجتمعية في مناهج العلاقات العامة، وأظهر تحليل 25 مقابلة مع مُعلمين من خلفيات متنوعة موقفاً إيجابياً بشكل عام تجاه دمج ريادة الأعمال الأخلاقية، نظراً لتوافقه مع هدف تعليم العلاقات العامة المتمثل في تنشئة فاعلين في التغيير ذوي وعي أخلاقي. وجاءت دراسة **Engy (Khalil & al, 2024)**<sup>(84)</sup> من خلال نهج تعاوني عابر للحدود الوطنية، آراء طلاب العلاقات العامة حول الأخلاقيات المهنية، وخاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي، في الإمارات العربية المتحدة ومصر، وأوضحت النتائج أن تصور الطلاب كان واضحاً فيما يتعلق بالمتغيرات التي تؤثر على الممارسة الأخلاقية للعلاقات العامة،



وأعربوا بقوة عن الحاجة إلى برامج أكاديمية في العلاقات العامة تُولي اهتماماً أكبر للممارسة المهنية الأخلاقية، وخاصةً على المنصات الرقمية.

ولأن متخصصي العلاقات العامة غالباً ما يُكلفون بتوجيه القرارات الأخلاقية، وترسيخ دور الضمير الأخلاقي في مؤسساتهم، والاضطلاع بمسؤولية أخلاقية للحد من الضرر وتعزيز الاحترام، فإنهم عادةً ما يكتبون ويطبّقون سياسات أخلاقية تنظيمية، لذا جاء الغرض من دراسة (Place, 2024)<sup>(85)</sup> ودراسة Holbert & (Waymer, 2022)<sup>(86)</sup> هو تمكين الطلاب من مراجعة سياسات أخلاقيات وسائل التواصل الاجتماعي والويب التنظيمية، وتطبيق مفاهيم قانون وأخلاقيات العلاقات العامة، مثل حقوق النشر والخصوصية والملكية الفكرية والتشهير والمواطنة الرقمية والحوار الأخلاقي، من خلال صياغة سياساتهم الخاصة، وذلك بعد أن يتعلم الطلاب مبادئ الأخلاقيات الأساسية والفلسفات الأخلاقية، وبعد أن يتعلموا المبادئ القانونية الأساسية (أي الخصوصية والتشهير وحقوق النشر والملكية الفكرية واعتبارات التنوع والإنصاف والشمول). ووفقاً لتقرير "التقدم السريع" لعام 2018 الصادر عن لجنة تعليم العلاقات العامة، يُعد فهم الأخلاقيات أمراً بالغ الأهمية لممارسة علاقات عامة فعّالة، ومع ذلك يُشير هذا التقرير الأخير إلى وجود فجوة بين المعرفة الأخلاقية والممارسة الأخلاقية، ببساطة لا يعتقد المهنيون أن الممارسين المبتدئين مُهيأون للمتطلبات الأخلاقية لممارسات العلاقات العامة الحديثة؛ لذا تقترح دراسة (Kleinmann, 2024)<sup>(87)</sup> مهمةً لمعالجة هذه المسألة، باستخدام نموذج التعلم التأملي، حيث تسعى هذه المهمة إلى تعميق فهم طلاب العلاقات العامة للمبادئ الأخلاقية وتطوير ممارستهم لاتخاذ القرارات الأخلاقية.

وناقشت دراسة (Bruhn & et, 2023)<sup>(88)</sup> الاعتبارات الأخلاقية التي يجب على القائمين على التواصل مراعاتها عند تقييم التقنيات والابتكارات الرقمية الجديدة، وبناءً عليه قامت مجموعة من أعضاء هيئة التدريس بتيسير تمرين صفي عبر ست دورات مختلفة، شمل إجراء اختبار تمهيدي لتقييم ثقة طلاب العلاقات العامة في تقييم

واختبار أدوات وابتكارات التكنولوجيا الجديدة، ومراجعة آخر الأخبار المتعلقة بالأداة، ومعاينة تنفيذ إبداعي باستخدامها، وتقييم الأداة بشكل فردي، وعزز هذا التمرين الدور المهم للمسؤولين عن التواصل في التقييم النقدي للأدوات الجديدة، وهي ممارسة يجب عليهم إتقانها لتحقيق النجاح على المدى الطويل. كما تناولت دراسة ( Zhang, 2023)<sup>(89)</sup> كيفية دمج أخلاقيات الفضيلة في دورات أخلاقيات العلاقات العامة من خلال مناهج تربوية، وردود فعل الطلاب عليها، وتشير النتائج إلى فعالية المناقشات التي يقودها الطلاب والتفاعل مع القدوة الأخلاقية في تدريس أخلاقيات الفضيلة والأخلاق بشكل عام، كما تشير النتائج إلى مجالات للتحسين في دورات أخلاقيات العلاقات العامة المستقبلية. وقامت دراسة (ريان صواقية، 2022)<sup>(90)</sup> بالتعرف على أولويات البحث في العلاقات العامة من وجهة نظر طلبة سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة بالجزائر، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم القضايا التي يفضلها طلبة الاتصال والعلاقات العامة التطرق إليها في إعداد مذكراتهم هي قضايا أخلاقيات العلاقات العامة نظراً لأهميتها المتزايدة في ظل التطور التكنولوجي، وأن الطريقة المفضلة في اختيار موضوع الدراسة يتم بطريقة توافقية بين المشرف والباحث.

كما ترى دراسة (أمل منتصر، 2016)<sup>(91)</sup> أن تعليم طلاب العلاقات العامة أخلاقيات الأداء المهني يمكن أن يؤثر تأثيراً إيجابياً على ممارساتهم المهنية مستقبلاً من حيث الالتزام بالمبادئ والمعايير الأخلاقية، واستناداً لنتائج الدراسة يعد الوعي الذاتي لدى الطالب (الممارس مستقبلاً)، بالأداء الأخلاقي شرطاً أساسياً للممارسة المهنية الأخلاقية، ومن ثم تقترح الدراسة محاولة تنمية الوعي الذاتي للطلاب بالممارسة الأخلاقية بهدف دعم اتجاه الطلاب نحو الأداء المهني الأخلاقي وعدم التورط في ممارسات مهنية غير أخلاقية. وفي نفس السياق جاءت دراسة (إنجي أبوسريع، 2015)<sup>(92)</sup> لرصد وتحليل وتقييم مدركات الطلاب المتخصصين في العلاقات العامة لأخلاقيات الممارسة المهنية للعلاقات العامة، وذلك من خلال التعرف على مفهوم أخلاقيات المهنة لديهم ورؤيتهم لمدى الاستفادة المتحققة من دراسة

الأخلاقيات أكاديمياً وإدراكهم للدور الذي يمكنهم القيام به مستقبلاً لتفعيل المعايير الأخلاقية المهنية في واقع العمل المؤسسي سواء محلياً أو دولياً، هذا بالإضافة إلى التعرف على توجهات الأكاديميين المتخصصين نحو الهدف من تدريس الأخلاقيات المهنية والأساليب المستخدمة في تدريس البعد الأخلاقي للعلاقات العامة.

**المحور الرابع: الدراسات والبحوث التي تناولت جودة البرامج الأكاديمية لأقسام العلاقات العامة في ضوء متطلبات الجودة الشاملة ومعايير الاعتماد:**

تعرضت دراسات وبحوث هذا المحور إلى جودة البرامج الأكاديمية لأقسام العلاقات العامة، وذلك في ضوء متطلبات الجودة الشاملة ومعايير الاعتماد الأكاديمي، ومدى اتساق المخرجات التعليمية مع احتياجات سوق العمل ومتطلباته المتجددة، كما ركزت على استراتيجيات ضمان الجودة وآليات التحسين المستمر، والذي يسهم في رفع كفاءة العملية التعليمية وتعزيز فرص التطوير المؤسسي، مع إبراز أوجه القوة والتحديات التي تعترض أقسام العلاقات العامة في سعيها نحو استيفاء معايير الجودة والاعتماد، وبحث مدى توافر المتطلبات المهنية في أعضاء هيئة التدريس، وأساليب ومصادر التعلم، وتصورات الطلبة لهذه البرامج ودرجة رضاهم عنها، وقد وجدت الباحثة تحت هذا المحور تسع عشرة دراسة، منها ثماني دراسات عربية، وأحدى عشرة دراسة أجنبية، ويمكن تناولها على النحو التالي:

تُسهّم دراسة (Kinnear & Bowman, 2024)<sup>(93)</sup> في كيفية تصميم برامج العلاقات العامة وتدريسها وتكييفها في المستقبل، حيث تبحث الدراسة في كيفية تغير المنهج الدراسي، وكيفية تفاعله مع قطاع الصناعة، وكيف يعكس الأطر التعليمية التاريخية والمعاصرة، كما تستكشف الافتراضات التي بُني عليها تعليم العلاقات العامة، وتحاول الدراسة تحديد دوافع التغيير في تعليم العلاقات العامة، والافتراضات المتعلقة بالممارسة المهنية، وخلصت الدراسة إلى أنه من منظور تربوي مُميز تُركز العديد من مناهج العلاقات العامة الحالية على هياكل التعلم السطحية، أما الهياكل العميقة التي تُركز على المشاركة النقدية والمناهج المفاهيمية لحل المشكلات فهي أكثر تنوعاً

وانفصالاً وإثارة للجدل. وهدفت دراسة (إسراء الزايد، 2023)<sup>(94)</sup> إلى تحديد مدى توافق مخرجات برنامج العلاقات العامة بكلية الاعلام والاتصال لمتطلبات سوق العمل بالمملكة العربية السعودية في ظل رؤية 2030م، من خلال دراسة مدى ملائمة نواتج التعلم المعرفية والمهارية والقيمية اللازمة لبرنامج قسم العلاقات العامة لمتطلبات السوق من وجهة نظر طالباتها، وهل خريجوا تلك الأقسام يحملون خصائص الخريج الذي تطلع لتوظيفه المنظمات بكافة القطاعات، والخروج بمعايير مهمة لأبرز مواصفات خريج العلاقات العامة المأمول؛ وصولاً لتقديم تحليلاً رباعياً للبرنامج من خلال، ورصدت الدراسة وجود أدوار وظيفية جديدة في مجال العلاقات العامة لم يتطرق لها البرنامج، حيث أن صناعة العلاقات العامة تشهد تطوراً في مجالاتها وبطبيعة الحال سيعكس أدوار وظيفية جديدة، وبناء على ذلك تواجه أقسام العلاقات العامة تحدياً أمام إمكانية رصدها ومتابعتها وتطوير المناهج التعليمية على أثر متابعتها لتطور صناعة التخصص ذاته. كما تستكشف دراسة (Malone, 2023)<sup>(95)</sup> ودراسة (Nicole Seay, 2020)<sup>(96)</sup> المؤهلات المهنية لأعضاء هيئة التدريس الذين يُدرسون في برامج العلاقات العامة الجامعية المُعتمدة من AEJMC والمُعتمدة من PRSA في الولايات المتحدة، وتسعى إلى فهم أفضل لأنواع البرامج والمعاهد التي يُدرس فيها المُعلّمون المُعتمدون، وخلصت هذه الدراسة إلى أن مُعظم أعضاء هيئة التدريس الذين يُدرسون في برامج العلاقات العامة الجامعية المُعتمدة غير مُؤهلين مهنيّاً، وأن نسبة أعضاء هيئة التدريس المُعتمدين في البرامج المُعتمدة من PRSA أعلى منها في البرامج المُعتمدة من ACEJMC. وهو ما أكدته دراسة (Amir Ilyas, 2019)<sup>(97)</sup> في التعرف على أوجه الشبه والاختلاف في القيم والكفاءات المهنية لتعليم العلاقات العامة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وباكستان، من خلال المعايير المحددة للمناهج من قبل مجلس اعتماد تعليم الصحافة والاتصال الجماهيري الأمريكي ACEJMC، وهيئة التعليم العالي الباكستاني HEC، وشملت

الدراسة تحليل محتوى المقررات، ومقابلات للنخبة من المديرين التنفيذيين لهيئات الاعتماد في كلا البلدين، بجانب أعضاء هيئة التدريس.

وقدمت دراسة (Terence Terry, 2023)<sup>(98)</sup> تحليلًا لمدى جودة تعليم العلاقات العامة في كندا ومدى تلبية متطلبات سوق العمل، حيث أظهرت النتائج أن هناك تركيز محدود على بناء المهارة اللازمة لطلاب العلاقات العامة في الوقت المعاصر، على الرغم من حدوث تحول كبير في الممارسة بعد التحول الرقمي، وتنوع أدواته إلا أن تعليم العلاقات العامة لا تزال تغطي عليها التقليدية منذ حوالي 20 عام. وفي نوفمبر 2020م، راجع مجلس اعتماد التعليم في الصحافة والاتصال الجماهيري معايير اعتماده، وأدرج إرشادات جديدة للتنوع والمساواة والشمول (DEI)، وللوفاء بهذه الإرشادات الجديدة بشكل منهجي، قادت دراسة (Bush & Brav, 2022)<sup>(99)</sup> مبادرة للبحث والتطوير واختبار وحدات دراسية لتحقيق نتائج التعلم المتعلقة بالتنوع والمساواة والشمول في أربع دورات أساسية في الاتصالات الاستراتيجية بجامعة إيلون، ثم شارك المؤلفون الوحدات الدراسية والتقييم مع أعضاء هيئة التدريس في قسم الاتصالات الاستراتيجية، وناقشوا كيفية تطبيقها في كل دورة من الدورات الأساسية، وقد أوجدت هذه المبادرة لغةً ومعايير مشتركة لأعضاء هيئة التدريس الذين يُدرسون التنوع والمساواة والشمول في جميع المناهج الدراسية، ووفرت محتوى لاقى استحسان الطلاب، وزودت أعضاء هيئة التدريس بالموارد والتطبيقات اللازمة التي يمكنهم تخصيصها لتناسب مشاريعهم الدراسية وأساليبهم التدريسية. وفي نفس السياق تُسلط دراسة (Berger & Erzikova, 2022)<sup>(100)</sup> الضوء على عشرات الاستراتيجيات والأساليب التي يمكن للقادة والمرشدين والمعلمين والممارسين في العلاقات العامة استخدامها لإثراء وتعزيز التأمل الذاتي في مكان العمل والفصول الدراسية وحياتهم الشخصية، سيؤدي ذلك إلى تعزيز وتنمية واستدامة الوعي بالتنوع والإنصاف والشمول، وفهمه، وممارسته في مهنة العلاقات العامة حتى في الأوقات الصعبة. كما تهدف دراسة (عبدالصديق حسن، 2021)<sup>(101)</sup> إلى التعرف على

المحتوى التدريسي لبرامج العلاقات العامة والإعلان بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات المصرية والخليجية وعلاقته بتقويم الطلاب لجودة العملية التعليمية، وكشفت نتائج الدراسة أن برامج العلاقات العامة والإعلان في الجامعات الخليجية والمصرية تهتم بتطوير المهارات الشخصية والمهنية لدى الطلاب، وتطوير أدوات التدريب الاحترافي في استديوهات ومعامل القسم، وتوجيه الطلاب بضرورة التواصل والعمل مع المؤسسات المختلفة باستخدام التقنيات الاتصالية الحديثة.

وتطرقت دراسة (إبراهيم، 2021م)<sup>(102)</sup> لتحديد رؤية الخبراء والتربويين وتقييمهم للمعايير الأكاديمية والقياسية لقطاع الإعلام، ولأداء خريجي معاهد الإعلام بوزارة التعليم العالي بجمهورية مصر العربية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل، وانتهت الدراسة إلى أن من أهم المواصفات التي يجب أن يتحلى بها خريج الإعلام من وجهة نظر خبراء الإعلام هي التفاعل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخداماتها في المجالات الإعلامية المختلفة. وفي نفس السياق هدفت دراسة (كمال الفرجاني، 2020)<sup>(103)</sup> إلى التعرف على واقع تعليم الإعلام في ضوء تطبيق معايير الجودة الشاملة في كليات الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة ومصراته، والتعرف على ما إذا كان هناك فروق لواقع الإعلام تعليم الإعلام في ضوء معايير الجودة الشاملة تبعاً لمتغير نوع الجامعة، والتعرف على المعوقات التي تعيق تعليم الإعلام وتطويره والتوصل للمقترحات التي تفيد في تحسين جودة تعليم الإعلام، وكشفت الدراسة بأن أكبر معيق لتعليم الإعلام هو عدم تشجيع عضو هيئة التدريس على الرفع من مستواه، وعدم اهتمام الكلية بالمؤتمرات والندوات. كما اهتمت دراسة Robin Blom et al (2020)<sup>(104)</sup> بالإجابة على تساؤل يتعلق بمدى موافقة أو معارضة مديرو برامج العلاقات العامة بكليات الإعلام الأمريكية للتوسع الدولي في برنامج التقييم والاعتماد الأكاديمي للبرامج الدراسية الخارجية، من قبل مجلس اعتماد التعليم في الصحافة والاتصال الجماهيري، من خلال عينة قوامها (118) مفردة من مديري البرامج المعتمدة، وأيضاً جاءت دراسة (فرج معرف، 2020)<sup>(105)</sup> والتي سلطت الضوء على

واقع أقسام الإعلام بالجامعات الليبية من منظور الجودة الأكاديمية، ومعرفة المعوقات التي تواجه تحقيق الجودة داخل أقسام الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين غير راضيين عن الأداء الأكاديمي لأقسام الإعلام بالجامعات الليبية بنسبة عالية، وأن حصول أعضاء هيئة التدريس على مكافاتهم وترقياتهم في الوقت المناسب تعد من المقومات الأساسية والضرورية التي يجب توافرها داخل قسم الإعلام بالجامعات الليبية.

**وطورت دراسة (محمد الصبيحي، 2018)<sup>(106)</sup> نموذجاً لقياس الأداء الفعلي** لبرامج تدريس الإعلام في المرحلة الجامعية وفق معايير الجودة الشاملة مكوناً من تسعة أبعاد رئيسية هي: (أعضاء هيئة التدريس، وأساليب التدريس والتعلم، والمناهج الدراسية، وأساليب التقييم، والكتب والمراجع الدراسية، واحتياجات سوق العمل، ومواكبة تطور صناعة الإعلام، وقاعات التدريس، والمعامل والاستوديوهات)، وكشفت الدراسة عن وجود تباين في آراء الطلاب والطالبات في تقييمهم لجودة الخدمات التعليمية لاختلاف النوع والجامعة والخدمات التعليمية المقدمة، واحتياجات التأهيل لكل تخصص، ودرجة التقدم في تطبيق معايير الجودة. وفي الإطار نفسه رصدت دراسة (Eisa Al Nashi et al, 2018)<sup>(107)</sup> أساليب وطرق تعليم العلاقات العامة والاتصال الجماهيري في العالم العربي من خلال دراسة استكشافية تحليلية للهياكل العامة للبرامج، والمناهج الدراسية، وأعضاء هيئة التدريس، وشملت الدراسة عشر برامج للصحافة لديها مواقع شاملة على شبكة الويب داخل خمس دول عربية، هي: (مصر، الأردن، الكويت، الإمارات العربية المتحدة، قطر).

**وقد جاءت دراسة (منال الحسن، 2018م)<sup>(108)</sup> لترصد على نحو أكثر تخصيص** جدارات البحث العلمي من حيث مواصفات الجودة المتحققة للخريج، والمهارات المكتسبة من وجهة نظر الخريج في مرحلة الماجستير بأقسامه الثلاث: (العلاقات العامة، الصحافة، الإذاعة والتلفزيون)، والمهارات الواجب توفرها حتى يتمكن من العمل المهني الأكاديمي، وقد انتهت الدراسة إلى ضرورة التركيز والدعم الأكاديمي

على تنمية المهارات المهنية والأساسية الحديثة في مجال التخصص، وضرورة تقديم رؤية جديدة مبتكرة للبحث العلمي ورفعها لإدارة الدراسات العليا في الكلية ومهارة تقييم الإنتاج الإعلامي في الإطار الإقليمي والعالمي. كما رصدت دراسة (Joseph Weber, 2016)<sup>(109)</sup> رؤية وتصورات أعضاء هيئة تدريس العلاقات العامة والقيادات لوضع معايير تصنيف دولي للبرامج الأكاديمية بكليات الإعلام والاتصال الجماهيري بالولايات المتحدة الأمريكية، بما يسهم في تعزيز وتطوير هذه البرامج وتحفيز المنافسة بينها، وبما يخدم الطلبة على أكمل وجه. وفي نفس السياق اهتمت دراسة (Nejat & Deniz, 2015)<sup>(110)</sup> بتزايد عدد كليات الإعلام وخريجياتها في تركيا وسط مخاوف من مؤهلات أعضاء هيئة التدريس وجودة التعليم الذي يقدمونه، وأوصت الدراسة بحلول مقترحة من خلال منظور أكاديمي من بينها تحقيق التوازن بين الأسس النظرية والتطبيقات العملية في المناهج الدراسية وتخفيض عدد الطالب. رؤية نقدية مقارنة للتوجهات البحثية العربية والأجنبية في مجال دراسات تعليم العلاقات العامة:

تم تقسيم هذا المحور إلى أربع فئات:

أولاً: على مستوى مجالات الاهتمام.

ثانياً: على مستوى الأطر المنهجية والأدوات البحثية.

ثالثاً: على مستوى المداخل النظرية.

أولاً: على مستوى مجالات الاهتمام:

- تُظهر المراجعة النقدية للدراسات والبحوث الخاصة بتعليم العلاقات العامة على المستوى الدولي أنه على الرغم من اختلاف البيئات الاتصالية والثقافات التنظيمية، وما يرتبط بها من أنماط الممارسة الاتصالية، ومناخ الحرية الإعلامية، ونُظم التعليم، فإن التغيرات والتحديات التي تواجه تعليم العلاقات العامة حول العالم تبدو متقاربة إلى حد كبير، ومع ذلك، فإن الأجندة البحثية تبدو أكثر تنوعاً وثراءً في الأدبيات الغربية مقارنةً بالأدبيات العربية ودول العالم الثالث بوجه عام؛ حيث اتسمت



الدراسات الأجنبية بغزارة الطرح في مختلف مجالات الاهتمام المرتبطة بتعليم العلاقات العامة، سواءً ما يتعلق بالبرامج الأكاديمية وصلتها باحتياجات سوق العمل ومتطلبات الصناعة الاتصالية، أو في ما يخص رصد ملامح وتحديات تعليم العلاقات العامة في ظل التطور التكنولوجي والرقمنة، أو من خلال دراسة الأبعاد الأخلاقية والممارسة المهنية في التكوين المهني لطلبة العلاقات العامة كما تعكسها المناهج والمقررات الدراسية، أو جودة تلك البرامج في ضوء معايير الجودة الشاملة والاعتماد الأكاديمي.

ويمكن تفسير تفوق المدرسة الأمريكية في الاهتمام بدراسات وبحوث تعليم العلاقات العامة في ضوء عدة اعتبارات، ترتبط بظروف نشأة هذا التخصص الأكاديمي في تلك المنطقة، واتساع أسواق العمل وتعدد المؤسسات الاتصالية والإعلامية التي تستوعب الخريجين، إلى جانب التطور المستمر في صناعة الاتصال المؤسسي والاتصال التسويقي، كما يعود هذا التفوق إلى نجاح مؤسسات التأهيل العلمي للعاملين في العلاقات العامة في تحقيق شراكات وثيقة مع المؤسسات الإعلامية والاتصالية ومراكز التدريب المتخصصة، وإشراك هذه المؤسسات في تصميم وتطوير البرامج الأكاديمية، فضلاً عن ذلك، أسهم توافر التمويل المالي المخصص للبحوث العلمية في إثراء الدراسات المرتبطة بتعليم العلاقات العامة، وتعزيز تراكمها المعرفي وتنوع مجالاتها.

- اهتمت الدراسات الحديثة التي أجريت في البيئة العربية والبيئات المشابهة (الآسيوية والإفريقية) برصد التحولات التي طرأت على ممارسات الاتصال المؤسسي والصناعة الاتصالية، في حين لم تولِ الاهتمام الكافي برصد التطورات التي لحقت ببرامج تعليم العلاقات العامة لمواكبة هذه التغيرات، كما أن الغالبية العظمى من هذه الدراسات جاءت انعكاساً لما نُشر في الدوريات الأجنبية والرسائل العلمية الغربية، دون أن تمثل اتجاهات بحثية تنظيرية مستقلة يمكن رصدها أو تتبع مسار تطورها في السياق العربي.

- أشارت نسبة كبيرة من الدراسات إلى وجود فجوة واضحة بين ما يتم تقديمه على المستوى النظري داخل قاعات الدراسة الأكاديمية، وبين ما يواجهه الطلاب والخريجون من ممارسات مهنية واقعية في سوق العمل بمجال العلاقات العامة، وقد انعكس هذا الطرح في العديد من البحوث التي استندت إلى آراء طلاب أقسام العلاقات العامة وخريجها، حيث أكدوا أن المناهج والمقررات الدراسية لا تواكب دائماً متطلبات بيئة العمل الفعلية، سواء من حيث المهارات العملية، أو الأدوات التقنية، أو أساليب إدارة الاتصال الحديثة.
- يوضح الرصد النقدي للدراسات والبحوث المرتبطة بتعليم العلاقات العامة في البيئة العربية أن هناك قدراً من التباين - وإن لم يكن واسعاً - في التوجهات البحثية التي أنجزت خلال الفترة الزمنية محل الدراسة، وهو تباين يمكن تفسيره بتأثر هذه الدراسات بالمفاهيم والممارسات المستحدثة في ميدان الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة، ومع ذلك، يظل الإنتاج البحثي العربي محدوداً فيما يتصل برصد التحولات الناجمة عن البيئة الرقمية وانعكاساتها على البرامج التعليمية الخاصة بتدريس العلاقات العامة، وربط هذه البرامج بالتطورات المتسارعة في صناعة الاتصال والإعلام، بوصفها متغيراً تابعاً لما تشهده البيئة الاتصالية من تغيرات، ويقابل هذا القصور العربي، كثافة وثراء في الطرح البحثي بالدراسات الأمريكية والأوروبية والآسيوية، التي أولت اهتماماً أكبر برصد هذا التطور، وتحليله في ضوء المناهج والبرامج الأكاديمية، لذا تؤكد نتائج العرض الموضوعي على أهمية إجراء مزيد من الدراسات العربية في هذا المجال، بما يسهم في تطوير تعليم العلاقات العامة، وتعزيز قدرته على مواكبة متطلبات البيئة الرقمية وسوق العمل الاتصالي.
- على الرغم من أن الأدبيات العربية قد شهدت تطوراً ملحوظاً في مستوى الاهتمام بالدراسات التي تناولت تعليم العلاقات العامة، إلا أن هذا الاهتمام لا يزال محدوداً من حيث الكم والكيف، ويحتاج إلى مزيد من التنوع في موضوعاته ومجالاته البحثية، ويبرز ذلك بشكل خاص في ضعف التركيز على ربط البرامج التعليمية بمعايير

الجودة الشاملة ومتطلبات الاعتماد الأكاديمي، باعتبارها المدخل الرئيس لضمان فاعلية هذه البرامج وقدرتها على تحقيق مخرجات تعليمية متوافقة مع متطلبات سوق العمل، حيث يكشف الرصد الكيفي للأدبيات العربية في هذا المجال عن اتساع الفجوة بين التطور المتسارع في المعرفة الاتصالية والممارسات المهنية في العلاقات العامة، وما طرأ على بنية مؤسسات الإعلام والاتصال من تحولات وهيكلة جديدة، وبين ما يقابله من تطور محدود في برامج تدريس العلاقات العامة في الجامعات العربية، وخاصة في ما يتعلق بمواءمة هذه البرامج مع معايير الجودة والاعتماد الأكاديمي.

• يبين الرصد النقدي للدراسات الخاصة بتعليم العلاقات العامة، على المستويين العربي والدولي، أن هناك أكثر من عنصر مفقود في الأدبيات السابقة، ويأتي في مقدمتها: الدراسات والبحوث التي تُقارن بين فعالية البرامج الأكاديمية المعتمدة وغير المعتمدة، من خلال قياس قدرة خريجها على الالتحاق بسوق العمل والاندماج في الممارسة المهنية، ولا سيما في سياقات جغرافية وثقافية متباينة، ومن هنا تؤكد هذه الدراسة على أهمية التوسع في هذا النوع من البحوث، لما له من دور محوري في تقييم جودة البرامج التعليمية للعلاقات العامة، وضمان مواءمتها لمتطلبات سوق العمل ومعايير الجودة والاعتماد الأكاديمي.

• يُظهر الرصد النقدي للأدبيات السابقة عن وجود توجه نحو الدراسات الدولية والعابرة للثقافات، بما يعكس الاهتمام بمقارنة المناهج وتجارب التعليم في بيئات ثقافية متباينة، ففي هذا السياق قدمت (Quan Xie & al, 2018) دراسة مقارنة بين الصين والولايات المتحدة تناولت توقعات المديرين التنفيذيين في وكالات العلاقات العامة من مخرجات التعليم الجامعي، وأظهرت أن البرامج الصينية تركز على الجانب النظري أكثر، بينما تعطي البرامج الأمريكية أهمية أكبر للمهارات التطبيقية، بما يعكس اختلافًا في فلسفة التعليم بين الثقافتين. كما قامت دراسة (Sezgin & Bayoğlu, 2020) بمقارنة لتعليم العلاقات العامة في الجامعات (بلغاريا، وإنجلترا، وألمانيا، وإسبانيا، وإيطاليا، وتركيا) وتقييمها من منظور تفسيري لأوجه التشابه

والاختلاف بينها، وأكدت الدراسة على أن دول الاتحاد الأوروبي تُقدم دورات متشابهة تقريباً للطلاب كجزء من الدورات المشتركة. وأشارت دراسة (Hongmei Shen & al, 2024) إلى أن المناهج في الجامعات الأمريكية والأوروبية تتفق في تركيزها على مقررات أساسية مثل الكتابة والبحث والأخلاقيات، لكنها تختلف في دمج قضايا مثل التنوع والشمول والتحليل البياني، وهو ما يعكس اختلاف أولويات البيئات الثقافية.

وفي السياق العربي، أجرت (إنجي خليل وآخرون، 2024) دراسة ميدانية على طلبة العلاقات العامة في جامعة الشارقة (الإمارات) وجامعة القاهرة (مصر)، وأظهرت أن إدراكهم للممارسات الأخلاقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي يتأثر بالثقافة الاجتماعية والسياسية، وهو ما يميز هذه التجربة عن نظيراتها الغربية. أما في الدراسات المقارنة واسعة النطاق، فقد أجرت دراسة Julie O'Neil & al, (2023) مقابلات مع خبراء من الولايات المتحدة وأوروبا وآسيا حول المهارات المطلوبة لخريجي العلاقات العامة، وأكدوا أن الممارسة الفعالة في بيئات عابرة للثقافات تستلزم مزيجاً من الكفاءات التقنية كالتحليل الإحصائي، إلى جانب الفهم الثقافي والتفكير النقدي والقدرة على التكيف مع اختلاف السياقات.

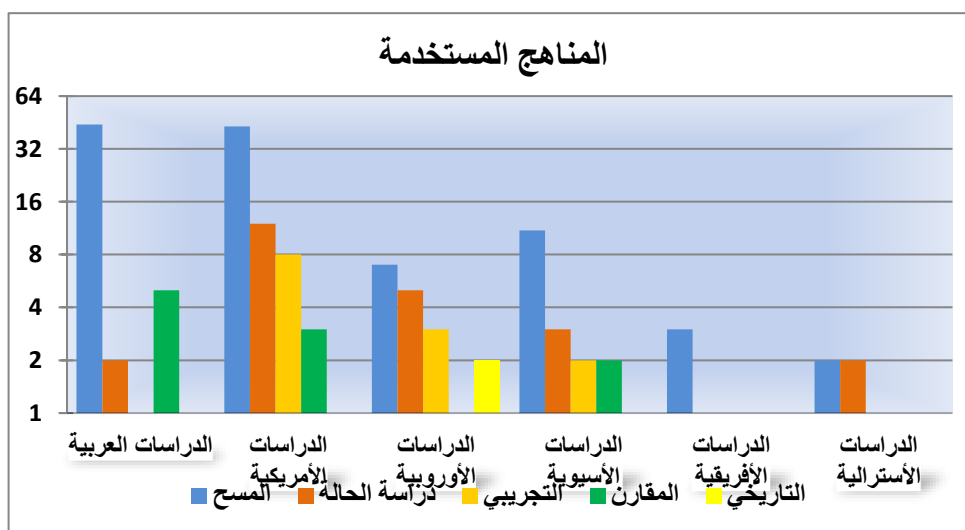
- يكشف الرصد النقدي عن تفوق المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية في مجال الدراسات والبحوث التي ربطت تعليم العلاقات العامة بالتحويلات الرقمية، والتي تعرضت لبرامج العلاقات العامة وعلاقتها بمتطلبات الصناعة واحتياجات سوق العمل، فضلاً عن الدراسات التي رصدت الأبعاد الأخلاقية في المناهج الدراسية بأقسام العلاقات العامة، وفي المقابل شهدت الساحة العربية نمواً ملحوظاً في الدراسات التي اهتمت بتقييم مناهج تعليم العلاقات العامة ومدى توافقها مع متطلبات سوق العمل؛ ويمكن تفسير ذلك في ضوء توجه أنظمة التعليم العالي في البلدان العربية خلال السنوات الأخيرة نحو وضع آليات وإجراءات تقييمية تستهدف تجويد نوعية التعليم، وتعزيز جودة المخرجات التعليمية للبرامج الأكاديمية، وضمان تحقيقها

لمعايير الجودة والاعتماد الأكاديمي، ومع ذلك، يلاحظ أن الدراسات العربية ما زالت أقل حضوراً في المجال المقارن والثقافي العابر للحدود، مقارنةً بنظيراتها الغربية والآسيوية، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز البحوث التطبيقية والمقارنة الدولية في تعليم العلاقات العامة.

**ثانياً: على مستوى الأطر المنهجية والأدوات البحثية:**

**جدول (7) يوضح المناهج المستخدمة في البحوث والدراسات عينة الدراسة**

| م        | المناهج المستخدمة | الدراسات العربية |       | الدراسات الأمريكية |       | الدراسات الأوروبية |       | الدراسات الآسيوية |       | الدراسات الأفريقية |      | الدراسات الأسترالية |      | الإجمالي |       |
|----------|-------------------|------------------|-------|--------------------|-------|--------------------|-------|-------------------|-------|--------------------|------|---------------------|------|----------|-------|
|          |                   | ك                | %     | ك                  | %     | ك                  | %     | ك                 | %     | ك                  | %    | ك                   | %    | ك        | %     |
| 1        | المسح             | 44               | 86,3% | 43                 | 65,2% | 7                  | 43,8% | 11                | 57,9% | 3                  | 75%  | 2                   | 50%  | 110      | 68,8% |
| 2        | دراسة الحالة      | 2                | 3,9%  | 12                 | 18,2% | 5                  | 31,3% | 3                 | 15,8% | 1                  | 25%  | 2                   | 50%  | 25       | 15,6% |
| 3        | التجريبي          | —                | —     | 8                  | 12,1% | 3                  | 18,8% | 2                 | 10,5% | —                  | —    | —                   | —    | 13       | 8,1%  |
| 4        | المقارن           | 5                | 9,8%  | 3                  | 4,5%  | —                  | —     | 2                 | 10,5% | —                  | —    | —                   | —    | 10       | 6,3%  |
| 5        | التاريخي          | —                | —     | —                  | —     | 2                  | 12,5% | —                 | —     | —                  | —    | —                   | —    | 2        | 1,3%  |
| الإجمالي |                   | 51               | 100%  | 66                 | 100%  | 16                 | 100%  | 19                | 100%  | 4                  | 100% | 4                   | 100% | 160      | 100%  |



شكل رقم (7)

- تكشف نتائج العرض النقدي عن تنوع الأطر المنهجية، والأدوات البحثية التي اعتمدت عليها دراسات وبحوث تعليم العلاقات العامة العربية والأجنبية، وإن غلب على معظمها استخدام المنهج المسحي بشقيه الكمي والكيفي، باعتباره أكثر المناهج البحثية ملائمة لنوعية الدراسات الوصفية، والتي أجريت الدراسات والبحوث في إطارها، ثم منهج دراسة الحالة، تلاه المنهج التجريبي ثم المنهج المقارن، وبنسبة ضئيلة المنهج التاريخي، كما تم المزاجية بين الأدوات الكمية والكيفية في جمع البيانات من مجتمع الدراسة، وكانت أداة الاستبيان الأكثر توظيفاً في جمع المعلومات، ثم المقابلة والملاحظة، وأداة تحليل المضمون، ومجموعات النقاش المركزة، وأسلوب التحليل من المستوى الثاني، وأداة التحليل النقدي، وأسلوب السيناريوهات، ثم أداة فحص الوثائق.
- يكشف التحليل النقدي للأدبيات أن الأدوات البحثية الكيفية لم تتل القدر الكافي من الاهتمام، سواء في الدراسات العربية أو الأجنبية، على الرغم من بروزها بشكل أوضح في البحوث الأجنبية مقارنة بالعربية، فقد أظهر الاعتماد المتزايد على المسوح بمختلف أنواعها، ولاسيما في المدرسة العربية وهيمنة الطابع الكمي على نسبة كبيرة من هذه الدراسات، الأمر الذي انعكس في كثير من الأحيان على محدودية العمق العلمي، وأدى إلى السطحية في تناول الظواهر محل الدراسة والعجز عن تفسيرها وتحليلها بشكل دقيقاً، لذا تؤكد الدراسة الراهنة على ضرورة التوجه النوعي نحو الدراسات الكيفية وشبه التجريبية، والعمل على تطوير آليات توظيف الأطر المنهجية في بحوث الإعلام عامة، ودراسات تعليم العلاقات العامة على وجه الخصوص.
- يوضح العرض الكيفي أن الدراسات الأجنبية في غالبيتها دمجت بين الأدوات الكمية والكيفية، عن طريق توظيف أكثر من أداة في جمع البيانات من أجل الحصول على نتائج أكثر شمولاً، مثل دراسة (Abd Majid & et, 2025) اعتمدت على الاستبيانات لرصد المهارات التي يتطلبها سوق العمل، إلى جانب مقابلات متعمقة مع طلاب العلاقات العامة لقياس الفجوة بين التعليم الأكاديمي والمهارات المهنية. وفي دراسة (Young Lim, 2024) جرى تحليل محتوى المناهج المقررة في برامج العلاقات

العامة بالجامعات الأمريكية بشكل كمي، ثم عززت النتائج بمقابلات نوعية مع الأساتذة لفهم كيفية دمج مهارات الإعلام الرقمي والتحليلات البيانية. كما لجأت دراسة (Zulhamri Abdullah & al, 2023) إلى الجمع بين الاستبيانات (كأداة كمية لعينة كبيرة بلغت أكثر من 1500 مشارك) والمقابلات الجماعية المركزة (Focus Groups) في ماليزيا والإمارات وكوريا الجنوبية، لقياس مدى ارتباط برامج العلاقات العامة بإطار الكفاءات العالمية. أما دراسة (Arien Rozelle, 2022) قامت بتدريب طلاب العلاقات العامة على أساليب البحث المختلفة وشملت (الاستبيانات، وتحليل المحتوى، والتحليلات الرقمية، ومجموعات التركيز، والمقابلات المتعمقة، والملاحظة بالمشاركة) وكيفية تطبيقها والاستفادة منها.

وعلى الرغم من غزارة الدراسات الأجنبية، جاءت الدراسات العربية في هذا السياق أقل عدداً؛ إذ اعتمدت دراسة (رناد صالح محمود، 2025) على المزج بين تحليل مضمون رسائل الماجستير، وإجراء مقابلات مقننة، واستمارة استبيان، لمعرفة تأثير الاتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الممارسة المهنية لطلبة جامعة النجاح الوطنية بعد التخرج، كما لجأت دراسة (السيد عبدالرحمن علي، 2022) إلى تحليل المضمون والملاحظة بالمشاركة في تقييم طرق تدريس العلاقات العامة خلال جائحة كورونا. وكذلك اعتمدت دراسة (عطيه محمد مرق، 2020) على ثلاثة أدوات لجمع البيانات هي الاستبيان والمقابلات المتعمقة وتحليل المضمون الكيفي لمنصة مايكروسوفت تيمز، وذلك لتعرف على اتجاهات الطلاب نحو استخدام التعليم الإلكتروني في تدريس مقررات العلاقات العامة والإعلان.

- على الرغم من أهمية التحليل النقدي في دراسات وبحوث تعليم العلاقات العامة، إلا أنه لم يُستخدم إلا في عدد محدود من الدراسات، وتمثلت في دراسة (Tom Watson, 2023) من خلال التحليل النقدي الأرشيفي لرابطة الدولية للعلاقات العامة (IPRA)، لفهم التأثيرات التاريخية التي شكلت تعليم العلاقات العامة في العالم الناطق باللغة

الإنجليزية خلال الفترة من 1950م حتى 1990م، وفي تركيا قدمت دراسة (Özlem Işık & Gülsüm Şimşek, 2022) تحليل مستوى ثاني لأطروحات الدكتوراه في مجال العلاقات العامة في تركيا خلال 1980م حتى 2020م، والتي بلغت 487 أطروحة دكتوراه، للكشف عن التغيرات والتطورات في الأطر النظرية المستخدمة في تلك الأطروحات، وتستخدم دراسة (Mary Welch, 2015) منهجية البحث التحليلي النقدي التاريخي لدراسة مصادر البيانات، بما في ذلك تقارير الهيئات المهنية والوثائق الأرشيفية؛ لتطوير رؤية ثاقبة يمكن أن تُفيد برامج التعليم والتطوير المهني للعلاقات العامة المستقبلية.

أما على مستوى الدراسات العربية، فقد قامت دراسة (إيمان زهرة، 2023) بمراجعة حوالي ثمانين بحثاً علمياً يتناول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في التراث العلمي فيما يتعلق بمجال تعليم العلاقات العامة من خلال منهج التحليل الثانوي وخلال الفترة من 2018م حتى 2023م، وماهية المقررات التي يمكن تضمينها في المناهج المصرية لبرامج العلاقات العامة والاتصال التسويقي.

- تميزت العديد من الدراسات الأجنبية خاصة في المدرستين الأمريكية والأوروبية باستخدام عينات كبيرة مبنية على مسوح قومية أو دولية، فيما افتقدت الدراسات العربية هذا النوع من العينات، وربما يرجع ذلك إلى أن الكثير من البحوث التي أجريت داخل المدارس الغربية والمتعلقة بتعليم العلاقات العامة، كانت مشروعات بحثية جماعية ممولة من هيئات علمية، وهو ما نفتقده بشدة في دراستنا العربية، والتي يغلب عليها الطابع الفردي.



## ثالثاً: على مستوى المداخل النظرية:

جدول (8) يوضح الأطر النظرية المستخدمة في البحوث والدراسات عينة الدراسة

| م        | النظريات المستخدمة                                  | دراسات عربية |    | دراسات أفريقية |    | دراسات أوروبية |   | دراسات آسيوية |   | دراسات أفريقية |   | الإجمالي |    |
|----------|-----------------------------------------------------|--------------|----|----------------|----|----------------|---|---------------|---|----------------|---|----------|----|
|          |                                                     | %            | ح  | %              | ح  | %              | ح | %             | ح | %              | ح | %        | ح  |
| 1        | نظريات المتحفة بالتعليم                             | 10.3         | 3  | 19             | 4  | 60             | 3 | 20            | 1 | 20             | 1 | 18.5     | 12 |
| 2        | نظرية الاستيعاب                                     | 13.8         | 4  | 4.8            | 1  | —              | — | —             | — | 20             | 1 | 9.2      | 6  |
| 3        | نظرية التنظيم                                       | 3.4          | 1  | 4.8            | 1  | —              | — | 40            | 2 | 40             | 2 | 9.2      | 6  |
| 4        | نظرية هياكلية                                       | 13.8         | 4  | —              | —  | —              | — | —             | — | —              | — | 6.2      | 4  |
| 5        | نظريات الأخلاقية                                    | 6.9          | 2  | 9.5            | 2  | —              | — | —             | — | —              | — | 6.2      | 4  |
| 6        | نموذج قبول تكنولوجيا                                | 10.3         | 3  | —              | —  | —              | — | —             | — | —              | — | 4.6      | 3  |
| 7        | نظرية الاستخدامات والإبائات                         | —            | —  | 4.8            | 1  | —              | — | 20            | 1 | 20             | 1 | 4.6      | 3  |
| 8        | نظرية الاعتماد                                      | 6.9          | 2  | —              | —  | —              | — | —             | — | —              | — | 9.2      | 2  |
| 9        | نظرية المشاركة المجتمعية                            | —            | —  | 4.8            | 1  | 20             | 1 | —             | — | —              | — | 9.2      | 2  |
| 10       | نموذج تحليل رياضي (سوت SWOT)                        | 6.9          | 2  | —              | —  | —              | — | —             | — | —              | — | 9.2      | 2  |
| 11       | نظرية انتشار المبتكرات                              | 6.9          | 2  | —              | —  | —              | — | —             | — | —              | — | 9.2      | 2  |
| 12       | نظرية تنظيم                                         | —            | —  | 9.5            | 2  | —              | — | —             | — | —              | — | 9.2      | 2  |
| 13       | نظريات ونماذج تم استخدامها مرة واحدة فقط في الأبحاث | 20.7         | 6  | 42.9           | 9  | 20             | 1 | 20            | 1 | —              | — | 26.2     | 17 |
| الإجمالي |                                                     | 100          | 29 | 100            | 21 | 100            | 5 | 100           | 5 | 100            | 5 | 100      | 65 |

- يظهر التحليل النقدي لدراسات وبحوث تعليم العلاقات العامة على المستويين العربي والدولي أن نسبة كبيرة من هذه الدراسات لم تحدد إطاراً نظرياً لها، حيث أن هناك (65) دراسة فقط اعتمدوا على إطار نظري، بينما لم تعتمد (87) دراسة على أي أطر نظرية، مما يكشف عن فجوة في الأسس المعرفية التي تدعم البحوث، كما أن الدراسات التي أجريت في البيئة الغربية كانت أكثر تقدماً وتطوراً في توظيف المداخل النظرية الملائمة لطبيعة الدراسة، فيما غلب الطابع التقليدي على المداخل النظرية التي وظفتها للدراسات العربية في هذا المجال، وتمثلت أهم المداخل النظرية التي

حاولت تقديم تفسيرات للظواهر المرتبطة بتعليم العلاقات العامة في: (نموذجي RAG وLangChain في دراسة (Aimei Yang, 2025)، ونظرية العبء المعرفي Sebastian Fitzek & Alina Cognitive Load Theory في دراسة (Bărgăoanu, 2025)، ونموذج التعليم التأملّي A Reflective Learning Model في دراسة (Christie Kleinmann, 2024)، ونموذج تعليم العلاقات العامة للممارسة المهنية Model for Public Relations Education for Professional Practice في دراسة (Tom Watson, 2023)، ونظرية التعلم التجريبي (ELT) Experiential Learning Theory في دراسة Nia Johnson, (2022) ودراسة (سمية عرفات، 2019)، ونموذج أنظمة الإبداع لميهالي تشيكسينتميهالي Mihaly Csikszentmihalyi's Systems Model of Creativity في دراسة (Richie Barker & Sharyn McDonald, 2021)، ونظرية التعلم الاجتماعي والثقافي Socio-Cultural Learning Theory في دراسة (Mandy Powell & Magda Pieczka, 2016).

أما عن النظريات والنماذج التي استندت عليها دراسات المحور الأول فكانت: نموذج الإنجرام Enneagram of Personality's Harmony Triads في دراسة (Heather Riddell & al, 2025)، ونظرية تقرير المصير Self-Determination Theory في دراسة (J. Weed & Lauren, 2024)، ونظرية كومبس للتواصل في أوقات الأزمات Coombs' Situational Crisis Communication Theory ونظرية استعادة الصورة للبينوا Benoit's Image Restoration Theory في دراسة (Bora Yook, 2024)، ونظرية التطعيم Inoculation Theory ونظرية التدفق ذي الخطوتين The Two-Step Flow Theory في دراسة (Arien Rozelle, 2022)، ونظرية النظام System Theory في دراسة (Igben H.G.O, 2022) ودراسة LaKesha N. Theory of Excellence في دراسة (Anderson, 2019)، ونظرية التميز Theory of Excellence في دراسة

(Özlem & Şimşek, 2022)، ونظرية الممارسة المجتمعية Community practice theory في دراسة (Halle & Umansky, 2018)، ونظرية الاستيعاب Assimilation Theory في دراسة (Abdul Rauf Ridzuan, 2018)، أما الدراسات العربية، فتم توظيف نظرية البنائية الوظيفية في دراسة (رناد صالح، 2025) ودراسة (شريف حمدي وجعفري محمد)، ونظرية التبادل الاجتماعي في دراسة (جهاد نضال، 2024)، والنظرية الوظيفية في دراسة (ليلي بولكبييت، 2024)، ونظرية للدافعية في دراسة (ريما جنحو، 2023)، ونظرية الغرس في دراسة (مناف بشير وماريا فيدور وفا)، والتحليل الاستراتيجي لـ "سوات SWOT Analysis في دراسة (عبدالباسط هاشم، 2018)، ونظريات التمثلات الاجتماعية في دراسة (بوروي س رزقة، 2018)، ونظرية التفاعلية الرمزية في دراسة (بوغولة مفيد، 2015).

بينما تمثلت المداخل النظرية للمحور الثاني في نظريات: نظرية إدارة خصوصية الاتصالات Communication Privacy Management Theory في دراسة (Corinne Dalelio, 2024)، ونموذج الهوية التكنولوجية An Identity Model، نموذج POEM للتسويق POEM Model في دراسة (Sally Laurie & al, 2023)، ونظرية الإقناع Persuasion Theory، ونظرية الاستخدمات والإشباعات Uses and Gratifications Theory في دراسة (Amanda Bradshaw, 2022)، ودراسة (Moyo & Nketsi, 2016)، نظرية التشاركية Engagement Theory في دراسة (Smallwood & Brigitta, 2017)، وفي الدراسات العربية، نموذج قبول التكنولوجيا في دراسة (عماد الدين جابر وأسماء أبوبكر، 2022) ودراسة (محمد عبد الحميد، 2021) ودراسة (عطية مرق، 2020)، ونظرية حتمية اندماج وسائل الإعلام Theory Convergence Media في دراسة (أريج فخرللدين، 2021)، ونظرية انتشار المبتكرات في دراسة (ريهام حلمد، 2019)، ونظرية ترتيب الأولويات في دراسة (رسمية الشقران، 2018)، نظرية

الاعتماد على وسائل الإعلام في دراسة (إسلام عثمان، 2017)، ونظرية تقرير الذات في دراسة (عزة الكحكي، 2016).

وتمثلت المداخل النظرية في المحور الثالث في: نظرية الموقف الأخلاقي Ethics Position Theory في دراسة (Alec Tefertiller & et, 2025)، نظرية الواجبات الأخلاقية لروس Ross' moral duties والنظرية الكانطية Kantian theory، والنظرية النفعية Utilitarianism Theory في دراسة (Tiffany Gallicano, 2024)، نماذج صنع القرار Decision-making models في دراسة (Marlene S. Neil, 2017)، وفي الدراسات العربية، جاءت نظرية المسؤولية المهنية لأخلاقيات العلاقات العامة، والنموذج الأخلاقي لممارسة مهنة العلاقات العامة (نموذج الاقناع الأخلاقي)، مدخل الإدارة الاستراتيجية الأخلاقيات في دراسة (أمل فوزي، 2016)، وقدمت دراسة (إنجي أبوسريع، 2015) نموذج الوظيفة الأخلاقية ذات المكونات الأربع Four-Component Model of Moral Functioning.

كما تناول المحور الرابع المداخل النظرية التالية: نظرية النظم العامة General System Theory في دراسة (Abd Majid & al, 2025)، نموذج تقييم (ACEJMC Assessment Format) في دراسة (Julie O'Neil & al, 2023)، ومعايير CEPR للجودة CEPR Standards في دراسة (Kim Malone, 2023)، نظرية التميز واستعادة الصورة Excellence and Image Restoration Theory في دراسة (Amanda Bradshaw, 2022)، أما الدراسات العربية، مدخل الجودة الشاملة (سمية عرفات، 2019)، ونظرية تحليل النظم (أحمد حسين، 2018)، ونموذج جودة الخدمة (عيسى عبد الباقي، 2016).

الرؤية المستقبلية المقترحة في مجال دراسات وبحوث تعليم العلاقات العامة: في ضوء التحليل النقدي للدراسات والبحوث التي تم رصدها، والتي تناولت تعليم العلاقات العامة على المستويين العربي والدولي، يمكن استخلاص رؤية شاملة للدراسات العربية المستقبلية، كالتالي:

أولاً: على مستوى الأجندة البحثية.

ثانياً: على مستوى المداخل النظرية والأطر المنهجية.

ثالثاً: على مستوى الأطر المنهجية والأدوات البحثية.

رابعاً: على مستوى العملية التعليمية.

أولاً: على مستوى الأجندة البحثية.

• أظهر الرصد النقدي تفوق المدرسة الأجنبية في الدراسات التي ربطت تعليم العلاقات العامة بالتحويلات والتغيرات في سوق العمل، خاصة مع تزايد الاعتماد على التقنيات الرقمية وأدوات التحليل والذكاء الاصطناعي في إدارة الحملات وبناء السمعة المؤسسية والتواصل مع الجماهير، مما يشير إلى الحاجة الماسة مستقبلاً لإجراء المزيد من البحوث والدراسات العربية المعمقة بما يسهم في الكشف عن أوجه القصور في المناهج الحالية، واقتراح آليات لتحديثها بما يضمن تزويد الطلاب بالمهارات المعرفية والتقنية والعملية اللازمة للاندماج بكفاءة في بيئات العمل المعاصرة، كما أن هذا التوجه البحثي يساهم في تعزيز التوازن بين الجانب النظري والتطبيقي في مناهج العلاقات العامة، ويدعم قدرة المؤسسات الأكاديمية على مواكبة احتياجات السوق المحلي والدولي.

• كشفت الدراسة التحليلية النقدية عن محدودية حجم الدراسات والبحوث المقارنة في مجال تعليم العلاقات العامة، خصوصاً تلك التي تتناول الأبعاد العابرة للثقافات والسياقات الجغرافية المتنوعة، مما يتطلب من الباحثين العرب التوجه المستقبلي نحو هذه النوعية من الدراسات؛ لما لها من أهمية في تعزيز الفهم المقارن لبرامج تعليم العلاقات العامة، مع مراعاة تأثير العوامل الثقافية والجغرافية والاقتصادية

المختلفة، ويقتضي ذلك إلقاء الضوء على كيفية تصور العلاقات العامة وتأطيرها داخل تصميم المناهج الدراسية، ومعايير الاعتماد الأكاديمي للبرامج، فضلاً عن تقييم مدى قدرة خريجها على الاندماج في سوق العمل، والتي تُشكل الأساس لكيفية تطور تعليم العلاقات العامة وممارساته المهنية.

• أظهرت الدراسة التحليلية النقدية ندرة كبيرة في مجال التوجه البحثي الأكاديمي لدراسات تعليم العلاقات العامة، داخل الخطط البحثية لتسجيل الرسائل العلمية في كليات الإعلام وأقسام العلاقات العامة بالجامعات العربية، خاصة على مستوى رسائل الدكتوراه، حيث لم ترصد الباحثة سوى رسالة دكتوراه واحدة تناولت استخدام أساتذة الإعلام بالجامعات السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي (دريبي بن عبدالله الدريبي، 2017)، وتم رصد عدد عشر رسائل ماجستير من أصل 47 دراسة عربية، الأمر الذي يتطلب من الباحثين العرب ضرورة الاهتمام والتوجه المستقبلي نحو هذه النوعية من الدراسات في البيئة العربية، ووضعها على أجندة خطط تسجيل الرسائل العلمية في أقسام العلاقات العامة وكليات الإعلام بالجامعات العربية.

• كشف الرصد النقدي عن تعدد البحوث الجماعية، والممولة من الهيئات العلمية في المدرستين الأمريكية والأوروبية، وهو ما تفتقده المدرسة العربية، مما يستلزم من الباحثين العرب التوجه مستقبلاً نحو المشاريع البحثية الجماعية الممولة في مجال بحوث ودراسات تعليم العلاقات العامة، والتي تتسم البيئة الثقافية فيها بالتشابه والتجانس إلى حد كبير، مما يعطى التكامل والعمق والمقارنة في نتائج هذه البحوث.

• أوضحت نتائج الدراسة التحليلية النقدية عن وجود عدد من الدراسات التي تناولت النماذج المبتكرة في مشاريع تعليم العلاقات العامة، خاصة في المدرسة الأمريكية، مثل دراسة (Murphy & Joyce, 2025) ودراسة Ken Plowman & al, (2024) ودراسة (Amanda & Lauren, 2024) ودراسة (Kinsky & Gallicano, 2024) ودراسة (Pamela Morris, 2016)، حيث عكست هذه

التجارب مشاركة أساتذة العلاقات العامة بالجامعات في توفير التعليم الشامل والمبتكر لطلاب المستقبل، والتي حظيت باستجابة إيجابية من قبل الطلبة، وكان لها تأثير قوي على تعلمهم، الأمر الذي يتطلب من الباحثين العرب التوجه المستقبلي نحو إجراء مراجعة منهجية لبعض تجارب التدريس المبتكرة، والتي تم تنفيذها بنجاح في برامج تعليم العلاقات العامة بالجامعات الأمريكية، حتى يتمكن أساتذة العلاقات العامة في البلدان العربية من الوصول إلى نظرة عامة على ما تم انجازه حتى اليوم في تدريس الابتكار في مجال العلاقات العامة.

- ضرورة التوجه مستقبلاً من قبل الباحثين العرب نحو التوسع في مزيد من الدراسات والبحوث التي تستهدف التعرف على دوافع الطلبة للالتحاق ببرامج العلاقات العامة في الجامعات العربية، وتصوراتهم لأدوارهم الوظيفية والمهنية بعد التخرج، وتقييمهم لمناهجهم الدراسية، ومدى استجابتها لوسائل الإعلام الرقمية، وعصر تقنيات الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن التوسع في الدراسات التي ترصد انعكاسات الاندماجات الرقمية على المناهج والبرامج الدراسية لتعلم العلاقات العامة في المنطقة العربية، مثل تدريس برامج الكمبيوتر الحديثة، التسويق الرقمي، وإنتاج المحتوى واستراتيجيات ترويجه، وإدارة الحملات الإلكترونية.

#### ثانياً: على مستوى المداخل النظرية والأطر المنهجية.

رغم ما شهدته البحث في مجال تعليم العلاقات العامة من توسع نسبي خلال السنوات الأخيرة، إلا أن المساهمات النظرية والمنهجية ما زالت تحظى باهتمام محدود وغير منظم من قبل الباحثين، فقد تقدمت المدارس الأمريكية والأوروبية بخطوات واسعة من خلال طرح أطر ومقاربات نظرية أكثر تنوعاً وملاءمة لدراسة هذا الحقل، في حين ظلت الدراسات العربية مرتبطة إلى حد كبير بمداخل تقليدية لا تعكس بشكل كافٍ التحولات التي يشهدها التخصص في البيئة الرقمية الراهنة، ويبرز من هنا التحدي أمام الباحثين العرب لإعادة النظر في الأسس النظرية التي ينطلقون منها، والعمل على استكشاف أطر ومداخل أكثر ابتكاراً يمكن توظيفها في تطوير الدراسات

المستقبلية في تعليم العلاقات العامة، بما يسهم في إثراء الأجندة البحثية العربية ويجعلها أكثر مواكبة للتغيرات العالمية، ويمكن الإشارة إلى بعض المداخل النظرية التي يمكن الاستفادة منها في إطار الأجندة البحثية المستقبلية على النحو التالي:

- توظيف مداخل نظرية جديدة، مثل نموذجي RAG و LangChain لتطوير برامج التعليم باستخدام الذكاء الاصطناعي في مناهج العلاقات العامة، ومخطط إنياجرام Enneagram of الشخصيات الانسجام في الشخصية أو نموذج الإنياجرام Enneagram of Personality's Harmony Triads، ونموذج أنظمة الإبداع لميهالي تشيكسينتميهالي Mihaly Csikszentmihalyi's Systems Model of Creativity، والمدخل الإبداعي A Creative Approach، ونموذج المبادرة والابتكار The Entrepreneurial model، ونموذج جودة الخدمة Quality Model، ونموذج طابا Taba Model لتطوير المناهج الدراسية، ونموذج تقييم ACEJMC لجودة التعليم ACEJMC Assessment Format، ومعايير CEPR للجودة CEPR Standards، نموذج التحليل الرباعي "سوات SWOT".
- أما النظريات فهناك نظريات جديدة مثل: نظرية التعلم التجريبي Experiential Learning Theory (ELT)، ونظرية التعلم الاجتماعي والثقافي Socio-Cultural Learning Theory، ونظرية التطعيم Inoculation Theory، ونظرية المجال The Field Theory، ونظرية التحدي الذاتي Self-Determination theory، نظرية كومبس للتواصل في أوقات الأزمات Coombs' Situational Crisis Communication Theory، ونظرية استعادة الصورة لبينوا Benoit's Image Restoration، ونظرية النظم العامة General System Theory، ونظرية الموقف الأخلاقي Ethics Position Theory، ونظرية الواجبات الأخلاقية لروس Ross' Moral Duties، والنظرية الكانطية Kantian Theory.



ثالثاً: على مستوى الأطر المنهجية والأدوات البحثية:

تقترح الدراسة في إطار تطوير المناهج والأدوات البحثية في مجال تعليم العلاقات العامة الأتي:

- تبرز الحاجة إلى توجيه مزيد من الاهتمام للدراسات والبحوث ذات الطابع الكيفي في مجال تعليم العلاقات العامة، لما تتسم به من تنوع في المناهج البحثية، وفي مقدمتها منهج دراسة الحالة، والدراسات الارتباطية، والمنهج الاستقرائي، وتحليل السياق، والدراسات الإثنوغرافية، إلى جانب المنهج الهجين، وأيضاً تعزيز البحوث المقارنة، ولا سيما تلك العابرة للثقافات، لما توفره من رؤى معمقة حول الفوارق والتشابهات في الممارسات التعليمية والمهنية على المستويين الإقليمي والدولي.
- توسيع نطاق الاهتمام بالبحوث التجريبية وشبه التجريبية من خلال اعتماد تصميمات بحثية تراعي احتياجات الفئات المستهدفة، مما يتيح قياس أثر الأساليب التعليمية المبتكرة على اكتساب الطلبة للمعارف وتنمية مهاراتهم المهنية، كما تسهم هذه البحوث في توفير أدلة علمية دقيقة تساعد في تطوير البرامج الأكاديمية بما يتوافق مع متطلبات البيئة الرقمية المعاصرة، فضلاً عن تعزيز القدرة على دمج التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية، بما يرفع من كفاءة المخرجات التعليمية وجودتها.
- ضرورة دعم الدراسات المستقبلية لما تحمله من أهمية بالغة في ميدان الدراسات الإعلامية على العموم، وتعليم العلاقات العامة على وجه الخصوص، إذ تسهم تلك الدراسات في استشراف التحولات المحتملة التي قد تفرضها البيئة الرقمية والتطورات التكنولوجية على هذا التخصص، فهي تتيح للباحثين والممارسين استباق التحديات والفرص المرتبطة بمستقبل المهنة، وتساعد في صياغة مناهج تعليمية أكثر مرونة وقابلية للتكيف مع المتغيرات، كما تضمن هذه الدراسات مواكبة البرامج الأكاديمية للاحتياجات المتجددة لسوق العمل.

- التوسع في استخدام الأدوات الكيفية في دراسات العلاقات العامة، حيث تُقدم مزيداً من التفسيرات التي تعجز عنها الأدوات الكمية، خاصة وأن دراسات المدرسة العربية محل التحليل في مجال تعليم العلاقات العامة ركزت في معظمها على المعالجة الكمية للبيانات، وتراجعت المعالجات الكيفية بشكل كبير، مقارنة بالمدرسة الغربية، لذا في هذا السياق يجب تعزيز الاهتمام بتوظيف الأدوات الكيفية، ومنها: مجموعات النقاش المركزة، الملاحظة بأشكالها المختلفة، المقابلة بمختلف أنواعها، أداة تحليل السياق، أداة التحليل النقدي، أداة التحليل للدلالي، تحليل الخطاب، التحليل السيميائي، فضلاً عن أساليب الدراسات الاستشرافية، ومنها: أساليب السيناريو، أسلوب ديلفي، وأسلوب شجرة العائلة، وغيرها من أدوات تحليل المستقبل لهذا اللون من العلاقات العامة في ظل بيئة تكنولوجية متغيرة.

#### رابعاً: على مستوى العملية التعليمية:

- في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها مجال العلاقات العامة، خصوصاً مع بيئة الإعلام الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وظهور أدوات الأتمتة والخوارزميات، تقترح الباحثة ضرورة مواكبة هذه التحولات على المستوى الأكاديمي في البيئة العربية بوجه عام، والمصرية بوجه خاص، ويتطلب ذلك إعادة النظر في لوائح كليات وأقسام الإعلام وبرامج العلاقات العامة، والعمل على تطويرها من خلال إدماج مقررات دراسية تعكس هذا التغير، إلى جانب تنمية مهارات أعضاء هيئة التدريس، وتوفير بيئة تكنولوجية متكاملة من معامل وأجهزة تدعم هذا التطور.

حيث تقترح الباحثة ضرورة إدخال بعض المقررات التي تواكب صناعة العلاقات العامة في البيئة الاتصالية الجديدة ومنها: (الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في العلاقات العامة، الاتصال المؤسسي وإدارة الهوية البصرية، الحملات الرقمية

عبر المنصات الاجتماعية، إدارة الأزمات الإلكترونية والسمعة الرقمية، العلاقات العامة العابرة للثقافات (Cross-Cultural PR)، الأخلاقيات الرقمية والمسؤولية الاجتماعية، ريادة الأعمال والابتكار في العلاقات العامة، التسويق المؤثر، الاتصال في الأزمات الصحية والبيئية، إدارة الفعاليات الافتراضية والهجينة، إدارة المحتوى الرقمي وصناعة القصص، تحليل البيانات الضخمة لفهم الجمهور، أدوات الرصد والتحليل الرقمي، الكتابة الإبداعية للعلاقات العامة الرقمية، أخلاقيات وتشريعات العلاقات العامة الرقمية)

### المراجع والهوامش:

#### (1) انظر:

- باسم الطويسي (2018). حالة نظم تعليم الصحافة والإعلام في دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: مشكلات قديمة مستمرة وتحديات جديدة، الأردن: معهد الإعلام الأردني، ص 1-65.
- Khalaf Tahat et al (2017). An Examination of Curricula in Middle Eastern Journalism Schools In light of Suggested Model Curricula, **Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict**, vol. 21, Issue 1, pp.1-23.
- (2) Murphy, Breann, & Joyce, Teddi, (2025) Preparing Students for the Workplace: Integrating Job Application Practice into a Campaigns Course, **Journal of Public Relations Education**, 11(1), Pp: 84-101.
- (3) Riddell, Heather, & al., (2025) Do We Have to Work in Groups? Using Enneagram Harmony Triads for Improved Group Formation in the Classroom, **Journal of Public Relations Education**, 11(1), Pp: 43-70.
- (4) رناد صالح محمود (2025) تأثير الاتجاهات البحثية لبرنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة في الممارسة المهنية: جامعة النجاح الوطنية نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

- (5)Ken Plowman & al (2024) Teaching Critical Strategic Thinking Through the DASA Model, **Journal of Public Relations Education**, 10(1), Pp: 79-107.
- (6)Rosalynn A. Vasquez & al (2024) Actualizing the DEI Mission in Public Relations Classrooms, **Journal of Public Relations Education**, 10(1), Pp: 133- 149.
- (7)Arshia Anwer & Timmy Kwong (2022) Student-led Diversity, Equity, and Inclusion Education in Public Relations: PRSSA as a Space for Teaching and Learning, **Journal of Public Relations Education**, 8(4), Pp: 161-182.
- (8)Hongmei Shen & al (2024) CPRE Study: Educator/Practitioner Perceptions of Student Preparation and International Comparisons of the Six-Course Standard, **Journal of Public Relations Education**, 10(2), Pp: 6- 46.
- (9)Amanda J. Weed & Lauren Nye (2024) Leveling the Playing Field: Fostering Student Success in the PRSSA Bateman Case Study Competition, **Journal of Public Relations Education**, 10(3), Pp: 55-104.
- (10)Leila Boulkaibet (2024) Attitudes of media and communication students towards the public relations job: Field study at the Faculty of Media and Communication, Constantine University -3, **Journal of Human and Society Sciences**, 13(2), Pp: 489-510.
- (11)Amanda Weed & al (2024) Leveling the Playing Field: Fostering Student Success in the PRSSA Bateman Case Study Competition, **Journal of Public Relations Education**, 10(3), Pp: 55-104.
- (12)Emily S. Kinsky & Tiffany Gallicano (2024) Express Yourself: Developing Creative Storytelling Skills, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 65-85.
- (13)Morris, Pamela K. (2016) Team Teaching of Creative Advertising and Public Relations Courses. **Journal of Advertising Education**, 20(1-2), Pp: 44-53.
- (14)Ejae Lee (2024) Social Advocacy Statement Writing for Entry Level Public Relations Practitioners, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 11-24.
- (15)Margaret Ritsch (2022) Business Acumen: Proposal Writing in the Student Firm, **Journal of Public Relations Education**, 8(1), Pp: 132-143.
- (16)Richard D. Waters & Tricia M. Farwell (2022) Shaping Tomorrow's Industry Leaders by Incorporating Inclusivity into Campaign Planning Curriculum: Student Reactions to the SMART+IE Mindset in Strategic Communication Efforts, **Journal of Public Relations Education**, 8(4), Pp:183-239.

- (17) جهاد نضال يحيى (2024) مدى فاعلية برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة على الأداء الوظيفي من وجهة نظر خريجيه: جامعة النجاح الوطنية: دراسة حالة، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.
- (18) Sung Eun Park & et (2024) Revisiting the Impact of the Pandemic on Cultural Diversity in Advertising and Public Relations Courses, **Journal of Advertising Education**, 28(1), Pp: 63-74.
- (19) Jiun-Yi Tsai & al (2022) Cross the Stage: Underrepresented Students' Challenges and Mentoring Needs in Strategic Communication Programs, **Journal of Public Relations Education**, 8(4), Pp: 91-127.
- (20) Nandini Bhalla & Arien Rozelle (2022) Eco-Tourism Campaigns as a Framework for Global PR Course, **Journal of Public Relations Education**, 8(4), Pp: 240-250.
- (21) EunHae (Grace) Park (2024) When Group Work isn't Dream Work: Insights to Enhance Students' Active Participation in Group Projects after the COVID-19 Era, **Journal of Public Relations Education**, 10(3), Pp: 141-157.
- (22) Bora Yook (2024) A Sequential Approach in Crisis Communication: Integrating Case Study, Press Conference Simulation, and Media Training Guidelines, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 121-140.
- (23) Nia Johnson (2022) Crisis Response Plan Group Project, **Journal of Public Relations Education**, 8(1), Pp: 144-153.
- (24) LaKesha N. Anderson (20219) Teaching the Introductory Public Relations Course: Pedagogical Recommendations, **Journal of Communication Pedagogy**, 1(1), Pp: 3-8.
- (25) Anne B. Lane & Kim A. Johnston (2017) Bridging the writing gap between student and professional: Analyzing writing education in public relations and journalism, **Public Relations Review**, 43(2), Pp: 314-325.
- (26) Tom Watson (2023) Public relations education, 1950s-1990s: the IPRA perspective, **Corporate Communications: An International Journal**, 29(1), Pp: 68-78.
- (27) Manaf M. Bashir & Maria Fedorova (2023) Students' perceptions of public relations in Kuwait: Disparities and ambiguities of a communication field, **Journal of the Gulf and Arabian Peninsula Studies**, 49(188), Pp: 97-134.
- (28) Burcu OKSUZ & Tevhide Serra (2023) The Other Side of the Coin: An Analysis by Turkish Public Relations Professionals on the Qualifications of Public Relations Academics and Curricula, **Romanian Journal of Communication and Public Relations**, 25(58), Pp: 23-49.

- (29) Valentina Zlatanović-Marković & al (2022) Public relations in the educational system, **Megatrend revija Megatrend revija**, 19(1), Pp: 267-282.
- (30) Sharon Tan & Cheng Ean Lee (2023) Students' Perspective on Public Relations Curriculum and Their Preparedness for the Industry, **Proceedings of the International Conference on Communication and Media 2022 (i-COME 2022)**, ASSEHR 769, Pp.153-162.
- (31) Quan Xie & al (2018) Expectations for Advertising and Public Relations Education From Agency Executives: A Comparative Study Between China and the United States, **Journal of Current Issues and Research in Advertising**, 39(3), Pp: 289-307.
- (32) Michelle M. Maresh-Fuehrer & Michelle Baum (2023) Inter-Institutional Service-Learning Collaborations in a Remote Environment: A Case Study, **International Journal of Work-Integrated Learning**, 24(3), Pp: 293-303 402.
- (33) فاطمة قبيبي بن دنيا (2023) اتجاهات الطلاب نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة دراسة على عينة من طلاب قسم العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز، **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، العدد العاشر، الجزء الأول، ص 146-176.
- (34) Petro, J. (2023). THE IMPORTANCE OF TEACHING PUBLIC RELATIONS. *International Journal of Social and Educational Innovation (IJSEIro)*, 10(20). Retrieved from <https://journals.asciacademic.org/index.php/ijsei/article/view/320>
- (35) ريماء أحمد جنحو (2023) دوافع اقبال الفتيات للالتحاق في برنامج العلاقات العامة بجامعة النجاح الوطنية من وجهة نظر الطالبات، **رسالة ماجستير**، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس- فلسطين.
- (36) Ilarion Tiu (2017) The reason why students choose Communication and Public Relations faculties, **euromentor journal studies about education**, 8(1), Pp: 84-106.
- (37) Özlem Işık & Gülsüm Şimşek (2022) Theoretical Evolution of PhD Theses on Public Relations in Turkey Between 1980-2020, **Journal of Selcuk Communication**; 15(1), Pp: 1-26.
- (38) Arien Rozelle (2022) Vaccinate Against Hate: Using Activism to Teach Applied PR Research and Theory, **Journal of Public Relations Education**, 8(2), Pp: 147-157.
- (39) شريف حمدي وجعفري نجيب (2021) اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية في مجالها الأكاديمي: جامعة أم البواقي نموذجاً، **رسالة ماجستير**، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي مهيدي أم البواقي، الجزائر.

- (40) Nikita Danuwatai & Muktai Chavan Deep (2026) A Study on Public Relations in Higher Education Sector, **International Conference on "Recent Developments in Business Practices"**, organized by the Dr. Ambedkar Institute of Management Studies and Research, Diksha Bhoomi, Nagpur, India.
- (41) T. Serra Gorpe & Burcu Öksüz (2021) Perceptions of senior public relations practitioners toward academics and public relations academics in Turkey, **Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences**, 61(1), Pp: 161-185. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2021-878327>
- (42) Richie Barker & Sharyn McDonald (2021) Practically there? Exploring public relations educators' perceptions of creativity in the curriculum and classroom, **Journal of Communication Management**, 26 (1), Pp: 115-129.
- (43) Philippa Mules (2021) Making space for activism studies in public relations curricula, **Public Relations Review**, 47(3), 102033.
- (44) Ebru Özgen & al (2021) Evaluation of Public Relations Curriculum on Student and Sector Expectations: A Research On Istanbul Province, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)**, 9(1), Pp: 127-156.
- (45) بوغولة مفيد (2015) آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماجستير، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة صديق بن يحي، جيجيل، الجزائر.
- (46) Murat Sezgin & Ferdi Bayoğlu (2020) Comparison of Public Relations Education at Undergraduate and Graduate Levels in Turkey and EU Member States, **Handbook of Research on Social and Economic Development in the European Union**, DOI: 10.4018/978-1-7998-1188-6.ch030
- (47) عبدالله أحمد مصطفى محمد (2020) واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بكليات ومعاهد الإعلام الحكومية والخاصة بمصر من وجهة نظر هيئة التدريس والطلبة بها، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 55، المجلد 6، ص 38 – 50.
- (48) عبدالباسط أحمد هاشم (2018) تقييم تعليم العلاقات العامة والإعلان في جامعات جنوب الصعيد، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد 13، المجلد 13، ص 383-435.
- (49) Ari Agung Prastowo & al (2020) Track Record of Public Relations Research in the Repository, **Library Philosophy and Practice (e-journal)**. 4136 <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/4136>



- (50) Igor ter Halle & Dimitrij Umansky (2018) Using communities of practice theory to teach Public Relations in higher education: a case study of an international undergraduate course, **European Public Relations Education and Research Association 20th Annual Congress, 27.-29.09.2018 in Aarhus, Denmark • Sep 29, 2018.**
- (51) Esi Eduwaa Thompson (2018) Public relations education in an emerging democracy: the case of Ghana, **Journal of Communication Management**, 22(4), Pp: 476-489.
- (52) Kathy Matilla & al (2017) An analysis of the university curricula of Spanish "dircoms" from a public relations approach, **Public Relations Review**, 43(3), Pp: 624-634.
- (53) Bayram Oğuz Aydın (2017) Public Relations Perception of Undergraduate Students: Their Employment and Career Expectations, **published in a book (Research Methods and Techniques in Public Relations and Advertising)**, Turkey.
- (54) Matthew Wisla (2017) An Investigation into the Teaching of International Public Relations to Undergraduates, **Master's Theses**, Faculty of the Graduate School, Marquette University, USA.
- (55) Mandy Powell & Magda Pieczka (2016) Understanding learning in senior public relations practices From boundary spanning to boundary dwelling, **Journal of Communication Management**, 20(4), Pp: 312-327.
- (56) ولاء عبدالرحمن فودة (2016) واقع التعليم الاعلامي الجامعي ومستقبله في ضوء استراتيجيات التنمية الاماراتية، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، العدد 12، المجلد 10، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، مصر، ص 76-94.
- (57) Mary Welch (2015) Internal communication education: a historical study, **Journal of Communication Management**, 19(4), Pp: 388-405.
- (58) Aimei Yang (2025) Preparing Public Relations' Practitioners for the AI Era: Advancing Pedagogical Principles in Public Relations' Artificial Intelligence Education, **Journalism & Mass Communication Educator**, 80(1), Pp: 3-24.
- (59) Pauline Howes (2025) Creating a Prompt Library: Applying Generative AI Skills to Public Relations Practice, **Journal of Public Relations Education**, 11(1), Pp: 71-83.
- (60) Steve Ryan (2024) Generative AI in the Classroom: Teaching a Critical Skill for the Public Relations, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 25-45.
- (61) Sebastian Fitzek & Alina Bârgăoanu (2025) Introducing Large Language Models in Communication and Public Relations Education: A Mixed-



- Methods Pilot Study, **International Journal of Artificial Intelligence in Education**, <https://doi.org/10.1007/s40593-025-00477-7>
- (62) Young Joon Lim (2024) Revolutionizing Campus Communications: The Power of ChatGPT in Public Relations, **Journal of Public Relations Education**, 10(2), Pp: 91-129.
- (63) Corinne Dalelio (2024) Respecting Students' Privacy Boundaries and Media Use Preferences while Teaching with Online Digital Tools, **Journal of Public Relations Education**, 10(3), Pp: 158-177.
- (64) إيمان زهرة (2023) نحو منظور مستقبلي لتضمين الذكاء الاصطناعي في تعليم الاتصال التسويقي في مصر، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 84، الجزء الثاني، المجلد الخامس، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الـ 24 لكلية الإعلام (يوليو/ سبتمبر) جامعة القاهرة، ص 91-146.
- (65) Geah Pressgrove & Emily S. Kinsky (2023) "Unapologetically Original": Building Creative Self-Confidence in the Public Relations Curriculum, **Journal of Public Relations Education**, 9(1), Pp: 35-61.
- (66) Seon-Woo Kim & Myoung-Gi Chon (2023) Teaching Social Media Analytics in Public Relations Classes: Focusing on the Python Program, **Journal of Public Relations Education**, 9(1), Pp: 117-146.
- (67) رسمية الشقران (2018) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة للجامعات الأردنية لتحسين صورتها: دراسة مسحية على عينة من موظفي العلاقات العامة وطلبة الجامعات الأردنية، **مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية**، المجلد 2، العدد 3، جامعة جدارا، الأردن، ص 240-256.
- (68) Sally Laurie & al (2023) Enhancing Students' Understanding of Social Media Marketing and the Use of Advertising and Public Relations Terminology Within IMC: A Participatory Action Research Project, **Journal of Marketing Education**, 46(1), Pp: 45-56.
- (69) Ludvik Eger & al (2019) Facebook and Public Relations in Higher Education. A Case Study of Selected Faculties from the Czech Republic and Slovakia, **Romanian Journal of Communication and Public Relations**, 21(46), Pp: 7-30.
- (70) Julie O'Neil & al (2023) "You Don't Have to Become a Data Scientist": Practitioner Recommendations for Cultivating PR Student Data Competency, **Journal of Public Relations Education**, 9(1), Pp: 2-34.
- (71) عماد الدين جابر وأسماء أبوبكر حجازي (2022) تقييم تجربة التعليم الإلكتروني في تدريس مساقات العلاقات العامة والصحافة في الجامعات الإماراتية من منظور الأساتذة: دراسة ميدانية،

- المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، عدد 24، مجلد 1، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، ص 513-477.
- (72) Amanda Bradshaw (2022) Inoculating Vaccine Disinformation: A Digital Media Kit Exercise, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 46-64.
- (73) أيمن عبدالله النور (2021) اتجاهات طلاب العلاقات العامة نحو التعليم الإلكتروني أثناء جائحة كورونا دراسة حالة طلاب العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، **المجلة الجزائرية للاتصال**، المجلد 20، العدد 1، ص 109-147.
- (74) عطيه محمد عطيه مرق (2020) اتجاهات طلاب العلاقات العامة والإعلان نحو التعليم الإلكتروني دراسة تطبيقية على منصة مايكروسوفت تيمز Teams Microsoft، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد العشرون، المجلد 7، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 354-279.
- (75) Amber M. K. Smallwood & Brigitta R. Brunner (2017) Engaged Learning Through Online Collaborative Public Relations Projects Across Universities, **Journalism & Mass Communication Educator**, 72(4), Pp: 442-460.
- (76) Lungisani Moyo & Moqasa Nketsi (2016) The Effectiveness of ICTs as a Public Relations Tool in Institutions of Higher Learning: A Case of University of Fort Hare University Alice, South Africa, **Journal of Communication**, 7(2), Pp: 274-286.
- (77) Alec Tefertiller & et (2025) The Kids Are Alright: Examining How U.S. Public Relations Students Ethically Navigate Artificial Intelligence, **Journal of Public Relations Education**, 11(1), Pp: 8-42.
- (78) Stephanie Madden & Kate Guastaferrero (2024) "Public Relations Isn't All Rainbows and Butterflies": Student Experiences in Developing a Child Sexual Abuse Prevention Campaign, **Journal of Public Relations Education**, 10(2), Pp: 8-41.
- (79) Tiffany Derville Gallicano (2024) Spilt Milk: Navigating a Response to a Moral Dilemma, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 141-169.
- (80) Jasmine Gray & Jacob Thompson (2024) Infusing Real-world Social Issues and Ethics into Research Methods Instruction, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 101-120.
- (81) Courtney D. Boman & al (2024) Identifying (Mis/Dis)Information Skills: The Need for Educating and Training a Holistic PR Professional, **Journal of Public Relations Education**, 10(3), Pp: 8-54.

- (82) Marlene S. Neill, Shannon A. Bowen & Denise Bortree (2024) Identifying & Addressing Gaps in Public Relations Ethics Education, **Journal of Public Relations Education**, 10(1), Pp: 108- 132.
- (83) Elina Erzikova (2024) Moral Entrepreneurship as a Framework for Teaching Public Relations and Activism: University Educators' Perspectives, **Journal of Public Relations Education**, 10(3), Pp: 105-140.
- (84) Engy Khalil & al (2024) Students' Perception of Public Relations Ethical Practice in Social Media: A Cross-national and Collaborative Approach, **Migration Letters**, 21(4), Pp: 882-907.
- (85) Katie R. Place (2024) Organizational Web and Social Media Ethics Policies, **Journal of Public Relations Education**, 10(2), Pp: 130-139.
- (86) Ashley Holbert & Damion Waymer (2022) Teaching Race and Cultural Sensitivity in Public Relations: The Case of Comic Relief and the Western Savior Ideology, **Journal of Public Relations Education**, 8(1), Pp: 116-131.
- (87) Christie Kleinmann (2024) The Perspectives Quiet Place Journal: Reflective Learning to Bridge the Gap Between Ethical Concepts and Practice, **Journal of Public Relations Education**, 9(3), Pp: 86-100.
- (88) Kelly Bruhn & et (2023) ChatGPT in the Classroom: Using the Latest Technology to Explore Innovation and Ethics, **Journal of Public Relations Education**, 9(2), Pp: 75- 97.
- (89) Xiaochen Angela Zhang (2023) Incorporating Virtue Ethics in Public Relations Ethics Education: Lessons from a Standalone Public Relations Ethics Course, **Journal of Public Relations Education**, 9(2), Pp: 38- 59.
- (90) ريان صوادقية (2022) أولويات العملية البحثية في مجال العلاقات العامة لدى الطلبة: دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 قالمة، رسالة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 5491 قالمة، الجزائر.
- (91) أمل فوزى منتصر (2016) اتجاهات طلاب العلاقات العامة نحو الدراسة الأكاديمية للأخلاقيات المهنية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد السابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 253-317.
- (92) إنجي محمد أبوسريع خليل (2015) إدراك الطالب الجامعي المتخصص لأخلاقيات الممارسة المهنية للعلاقات العامة دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم العلاقات العامة بكلية الاتصال جامعة الشارقة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الرابع، المجلد 14، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 371-461.

- (93) Susan Lilico Kinnear & Sarah Bowman (2024) Recognising a signature pedagogy for public relations teaching and learning in the last twenty years. **Corporate Communications**, 29(1), Pp: 79-94.
- (94) إسماء عبدالعزيز الزايد (2023) كفاءة مخرجات برامج أقسام العلاقات العامة لمتطلبات سوق العمل السعودي في ظل رؤية ٢٠٣٠م دراسة وصفية على برنامج قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، **المجلة الصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، المجلد 5، العدد 2، ص 505-562.
- (95) Kim Marks Malone (2023) Who's Teaching Future PR Professionals? Exploring Professional Credentials of Full-Time PR Faculty in Accredited Programs, **Journal of Public Relations Education**, 9(1), Pp: 62-81.
- (96) Nicole Seay (2020).An Analysis of Mission Statements of University Journalism and Communications Schools in the United States, **Elon Journal of Undergraduate Research in Communications**, 11(1), Pp.45-54.
- (97) Amir Ilyas (2019).Closing the Gap: A Comparison of Journalism Education between Pakistan and the United States of America, **Global Regional Review (GRR)**, IV(II), Pp: 32-41.
- (98) Terence Terry (2023) Do They Have What It Takes? A Review of the Literature on Knowledge, Competencies, and Skills Necessary for Twenty-First-Century Public Relations Practitioners in Canada, **Canadian Journal of Communication**, 39(3), Pp:361- 392.
- (99) Lee Bush & Vanessa Brav (2022) Systematically Applying DEI Accreditation Standards to a Strategic Communications Curriculum, **Journal of Public Relations Education**, 8(4), Pp: 128-160.
- (100) Bruce K. Berger & Elina Erzikova (2022) Self-Reflection is the Engine That Drives, Grows and Sustains DE&I among Leaders, Mentors and Public Relations Educators and Professionals, **Journal of Public Relations Education**, 8(4).Pp: 59-90.
- (101) عبدالصادق حسن (2021) المحتوى التدريسي لبرامج العلاقات العامة والإعلان بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات المصرية والخليجية وعلاقته بتقويم الطلاب لجودة العملية التعليمية دراسة تطبيقية مقارنة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 74، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 405-500.
- (102) صالح إبراهيم (2021) تقييم الخبراء للمعايير الأكاديمية القياسية ولأداء خريجي معاهد اللغات والإعلام بوزارة التعليم العالي بجمهورية مصر العربية، **مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية**، العدد الأول، المجلد الأول، ص 123- 192.

- (103) كمال أحمد الفرجاني (2020) واقع تعليم الإعلام في كليات الفنون والإعلام بجامعتي الزيتونة ومصراته في ضوء تطبيق معايير الجودة الشاملة، *مجلة كلية الفنون والإعلام*، العدد 8، جامعة مصراتة، ليبيا، ص 113-129.
- (104) Robin Blom et al (2020). International expansion of the Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMC) curricular evaluation program, **International Communication Gazette**, vol.82(8), Pp.749- 763.
- (105) فرج عياش معرف (2020) واقع أقسام الإعلام بالجامعات الليبية من منظور الجودة الأكاديمية: دراسة ميدانية، بحث منشور في المؤتمر الدولي 2020م حول ضمان جودة مؤسسات التعليم العالي، جامعة بنغازي، ليبيا.
- (106) محمد بن سليمان الصبيحي (2018) اتجاهات الطلاب نحو البرامج التعليمية في كليات الإعلام وأقسامها وعلاقتها بمتطلبات الجودة الشاملة: دراسة ميدانية على الجامعات السعودية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد 18، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ص 9-56.
- (107) Eisa Al Nashmi et al (2018) Journalism and mass communication education in the Arab World: Towards a typology, **International Communication Gazette**, 80(5), Pp: 403-425.
- (108) منال الحسن (2018) جدارات البحث العلمي لخريجي الماجستير في الإعلام في إطار إدارة المعرفة من وجهة نظر الخريج والخبراء، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد 14، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 107-148.
- (109) Joseph Weber (2017). Ranking Journalism and Mass Communications Programs: Administrators and Faculty Approve of the Idea and Assess Potential Criteria, **Journalism & Mass Communication Educator**, 72 (1), Pp: 37-51.
- (110) M. Nejat Ozupek Assc & Deniz Ozer Ress. Asst (2015) Investigation Into the Education at Communication Faculties in Turkey, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 191, Pp: 227-234.