

العلاقات العامة بالإدارات التعليمية المصرية

إعداد

الزهراء سيد فتح الباب

إشراف

أ.د/فؤادة البكري

استاذ العلاقات العامة المتفرغ جامعة حلوان

مستخلص

تتمثل مشكلة الدراسة في وصف وتحليل دور إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية المصرية، ودراسة الجوانل الإدارية والتنظيمية التي تؤثر على سير العمل، والكشف على مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في القيام بأدوارها الاتصالية مع الجماهير، ومدى اعتمادهم عليها وعلى انشطتهم الاتصالية في تحقيق المرجو من الأهداف، بالإضافة إلى التعرف على المعوقات التي تعترض ممارستها وتحد من أدائها لأدوارها. وقد استخدمت الدراسة منهج مسح الجمهور الداخلي، والتعرف على أدوارها ومدى النجاح في هذا الدور.

اشتملت عينة الدراسة على الإدارات التعليمية بمحافظة القاهرة والجيزة وعددها (15) إدارة تعليمية بنسبة 31%. بينما تتمثل عينة الدراسة الميدانية 200 مفردة من الجمهور الداخلي ثم سحب العينة بالطريقة العمدية البسيطة لموظفي الإدارات التعليمية محل الدراسة. وقد اعتمدت على استمارة الاستبيان كأحد الأدوات الكمية لجمع البيانات وتتضمن عدد من المحاور والأسئلة لرصد دور العلاقات العامة ومعرفة مدى تأثيرها في تحقيق أهداف الإدارة التعليمية.

وتتمثل أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

- فيما يتعلق باسم الإدارة التي تختص بنشاط العلاقات العامة بالإدارات التعليمية التي يعمل بها عينة الدراسة جاءت إجاباتهم أن المسمى وهو (العلاقات العامة والإعلام) جاء بنسبة 100%.
- اتفقت النسبة الغالبة من الباحثين على نجاح إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأهداف المرجوة منها.
- جاءت أكثر الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة هي شرح وبلورة التعليمات والأوامر الإدارية في المرتبة الأولى.
- وسائل الاتصال المطبوعة جاءت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للإدارة التعليمية.

Abstract

The problem of the study is represented in describing and analyzing the role of the Public Relations Department in the Egyptian educational departments, studying the administrative and organizational aspects that affect the progress of work, and revealing the extent of the success of the Public Relations Department in carrying out its communication roles with the masses, and the extent of their dependence on it and their communication activities in achieving the desired goals. In addition to identifying the obstacles that impede their practices and limit their performance of their roles. The study used the method of internal audience survey, and identifying their roles and the extent of success in this role.

The study sample included (15) educational administrations in the governorates of Cairo and Giza, with a percentage of 31%. While the field study sample consists of 200 female representatives from the internal public, then the sample was drawn in a simple, deliberate way for the employees of the educational departments in question, and it relied on the questionnaire form as one of the quantitative tools for collecting data and it includes a number of axes and questions to monitor the role of public relations and know the extent of its impact in achieving the objectives of the educational administration.

The most important results of the study are as follows:

–With regard to the name of the department that is concerned with the activity of public relations in the educational departments in which the study sample is working, their answers came that the name (Public Relations and Media) was 100%

–The majority of respondents agreed on the success of the Public Relations Department in achieving its desired goals.

–The most communicative activities carried out by the Public Relations Department were the explanation and elaboration of administrative instructions and orders in the first place.

المقدمة:

إن العلاقات العامة بمفهومها الحديث والمعاصر هي إدارة العلاقات والروابط بين المنظمات المختلفة وبين جماهيرها المتعددة؛ تحقيقاً لأهداف المنظمات، وتقديم المشورة للمنظمات، واستقطاب الموارد المالية، والاهتمام بالشؤون المجتمعية العامة، وتحسين صورة المنظمة ومنحها ميزة تنافسية، والقيام بدور رئيسي في إدارة الأزمات التي قد تواجه المنظمات⁽¹⁾.

وهناك اهتماماً كبيراً من جانب عدد كبير من الباحثين بالدراسات المعنية بمفهوم إدارة العلاقات العامة وقياس مدخلاتها ومخرجاتها⁽²⁾، وقد تم التأكيد في هذه الفترة على أن إدارة علاقات المنظمة لها تأثيرات إيجابية على الأهداف التنظيمية، وأن بناء علاقات إيجابية يبين المنظمة وجماهيرها، تساهم في تحقيق مخرجات هامة مثل الفاعلية التنظيمية⁽³⁾، وقد سعت بعض المنظمات في الولايات المتحدة وأوروبا للتحويل بوظيفة العلاقات العامة من إدارة اتصالاتها إلى إدارة علاقاتها مع الجماهير⁽⁴⁾، ويشمل هذا التحول المجالين الأكاديمي والمهني للعلاقات العامة⁽⁵⁾، ومع نهاية العقد الحالي من القرن الحادي والعشرين، نلاحظ انتقال العلاقات العامة من كونها وظيفة ثانوية تقوم بخدمات استشارية⁽⁶⁾ لإدارة المؤسسات إلى وظيفة تحتل موقعاً متقدماً في الهيكل التنظيمي للمنظمات، والمسؤول فيها له موقع في اتخاذ القرارات الاستراتيجية⁽⁷⁾، وقد دخلت العلاقات العامة مجالات تطبيقية عديدة في المجتمع المعاصر في الوزارات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والمنظمات الدولية ووسائل الإعلام والمشروعات الخاصة⁽⁸⁾.

وبدأ اهتمام الحكومة المصرية بالعلاقات العامة عند إنشاء وزارة الإرشاد القومي سنة 1952، ولم يمض سنة على إنشائها حتى رفعت مذكرة إلى مجلس الوزراء في 21 يناير سنة 1953 مقترحة إنشاء مكاتب للشؤون العامة في الوزارات المختلفة، تكون مهمتها دون غيرها الاتصال بالصحف، وتعمل كحلقة اتصال بين مصلحة الاستعلامات بصفتها إدارة العلاقات العامة في الوزارات المختلفة المركزية وبين الوزارات الأخرى، وقد صدر القرار الوزاري رقم 44 بتاريخ 26 يناير سنة 1955 بإنشاء إدارة للشؤون العامة في وزارة التربية والتعليم⁽⁹⁾.

مشكلة الدراسة:

إن العلاقات العامة هي التي تحقق العلاقات القوية بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة، وفي الميادين المختلفة سواء كان ذلك في الميادين التعليمية والتربوية أو أي ميادين أخرى، وحيث أن هناك عدم فهم لدور إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية في كثير من الأحيان، ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية في وصف وتحليل دور إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية المصرية، ودراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية التي تؤثر على سير العمل، والكشف عن مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في القيام بأدوارها الاتصالية مع الجماهير، ومدى اعتمادهم عليها وعلى أنشطتها الاتصالية في تحقيق المرجو من الأهداف، بالإضافة إلى التعرف على المعوقات التي تعترض ممارساتها وتحد من أدائها لأدوارها.

أهمية الدراسة:

- 1- أهمية القطاع التعليمي التي تقوم عليه الدراسة خاصة (الإدارات التعليمية) باعتبار أنه يتعامل مع كافة طبقات المجتمع المصري.
- 2- أهمية العلاقات العامة كأحد الوحدات الإدارية الهامة في قطاع التعليم الذي يعد من أهم القطاعات في تنشئة الأجيال.
- 3- العلاقات العامة تنفذ خططها وبرامجها وأنشطتها وتقيم برامجها عن طريق العديد من الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في الوصول إلى الجماهير والتي تتطلب الحاجة لتسليط الضوء عليها.
- 4- ندرة الدراسات التي أجريت في مصر حول دور إدارة العلاقات العامة في مجال الإدارات التعليمية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :-

- 1- التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة في الإدارة التعليمية ودورها ووظائفها.
- 2- رصد مهام إدارات العلاقات العامة وموقعها التنظيمي والتوصيف الوظيفي لها، ومدى قيامها بالأعمال المنوطة بها.
- 3- التعرف على الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة في الإدارات التعليمية المختلفة ومدى كفاءتها في تحقيق الأهداف الاتصالية.
- 4- تحديد طبيعة الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية المختلفة ومدى تنوعها.
- 5- التعرف على أهم الوسائل الاتصالية استخدامًا من قبل الجمهور وطبيعة تأثيرها.
- 6- مدى استخدام إدارة العلاقات العامة في الإدارات التعليمية لوسائل الاتصال الحديثة.
- 7- تحديد الكيفية التي يتم بها تقييم برامج العلاقات العامة في الإدارات التعليمية.

الدراسات السابقة:

تتخصر الدراسات السابقة في هذا البحث في محور واحد يستعرض الدراسات التي تناولت العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية ويمكن عرضها كما يلي:

- 1- دراسة فاطمة يوسف علاونة، "الصورة الذهنية لممارس العلاقات العامة في الجامعات الأردنية لدى جمهورها الداخلي"، (2019)⁽¹⁰⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على ملامح الصورة الذهنية عن ممارسي العلاقات العامة في الجامعات الأردنية لدى جمهورها الداخلي، واستخدمت الباحثة منهج المسح، واستمارة الاستبيان التي وزعت على عينة عمدية من (300) مفردة من الأكاديميين والإداريين في جامعتي اليرموك الحكومية وجامعة جدارا الخاصة. وأشارت النتائج إلى أن المقابلات الشخصية تقع في المرتبة الأولى كأهم مصادر تعرف المبحوثين على موظفي العلاقات العامة. كما بينت النتائج أنهم يرون ممارسي العلاقات العامة يبنون أعمالهم على استراتيجية واضحة ويحققون صورة إيجابية طيبة عن الجامعة لدى جمهورها، كما تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معرفة المبحوثين لدور العلاقات العامة ومتغيراتهم الديموجرافية.

2-دراسة نجوى الفضل الحسين الفضل، "بحوث العلاقات العامة ودورها في تنمية المؤسسات"، (2018)⁽¹¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على بحوث العلاقات العامة ودورها في تنمية المؤسسات، ومعرفة المشكلات التي تواجه بحوث العلاقات العامة في تنمية المؤسسات، وتقديم رؤية علمية لتقويم بحوث العلاقات العامة في الجامعات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج المسح، كما قامت الباحثة باستخدام تحليل المضمون، بالإضافة لاستمارة الاستبيان التي وزعت على عينة من أساتذة الجامعات والإعلاميين والمراكز البحثية بالسودان، وأداة المقابلة المتعمقة والملاحظة كأدوات مساعدة.

وأشارت النتائج إلى أن بحوث العلاقات العامة لها دور فعال في الكشف عن المشكلات التنموية التي تواجه المجتمع السوداني وأبرزها مشكلة نقص التمويل، كما توصلت لعدم وجود آلية متخصصة لتطبيق نتائج ومخرجات بحوث العلاقات العامة.

3-دراسة دونالد آمون Amon, Donald، "دور العلاقات العامة في إعادة تشكيل صورة المدارس الحكومية"، (2018)⁽¹²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في خلق علاقات اتصالية بين المدارس الحكومية والجمهور الخاص بكل منها، وتعزيز تصورات التعليم العام بمدينة أوكلاهوما، واستخدمت الدراسة نموذج جرونج وهانت، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة مكونة من أربع مدارس مختلفة الأحجام من صغيرة (أقل من 200 طالب) إلى كبيرة (أكثر من 1000 طالب).

وأشارت النتائج إلى أن الاتصال الشخصي هو أفضل أشكال الاتصال بين المدارس الحكومية وجمهورها بمدينة أوكلاهوما، واقتصر دور إدارة العلاقات العامة على التعامل مع الجمهور الداخلي (الموظفين) للمدارس، وتتنوع الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة مع جمهور المدارس الحكومية لخلق ثقة متبادلة بين المدارس وجمهورها.

4-دراسة إبراهيم محمد صالح، "تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني"، (2018)⁽¹³⁾:

هدفت الدراسة إلى تقييم نشاط العلاقات العامة في مجالات (الاتصال، التخطيط، البحوث، التقويم) من وجهة نظر العاملين في أقسام العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، وقد استخدم الباحث المنهج الكمي بإتباع أسلوب الدراسات المسحية، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين في أقسام العلاقات العامة في ستة وزارات في القطاع الحكومي الأردني (وزارة الداخلية، وزارة الأشغال العامة والسكان، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة التربية والتعليم، وزارة الصحة، وزارة البلديات)، وتكونت عينة الدراسة من 200 عامل وعاملة في أقسام العلاقات العامة تم اختيارها بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة.

وأشارت النتائج إلى وجود اتجاهات إيجابية قوية لدى الجمهور نحو التقييم والتقويم وبحوث أنشطة العلاقات العامة الاتصالية في القطاع الحكومي الأردني، وتراجع التخطيط لأنشطة العلاقات العامة، ووجود تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني، وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير النوع، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير العمر لصالح (35 - أقل من 45 سنة) ووجود فروق ذات دلالة إحصائية

لمتغير الخبرة، لصالح (10 سنوات فأكثر)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير مستوى التعليمي لصالح دراسات عليا.

5-دراسة أمل السر حمد، "توظيف وسائل الإعلام الجديد في الترويج لبرامج وأنشطة العلاقات العامة بالجامعات"، (2018) (14):

هدفت الدراسة إلى توظيف وسائل الإعلام الجديد في الترويج لبرامج وأنشطة العلاقات العامة بالجامعات الإماراتية، والتعرف على مدى تبني مؤسسات التعليم العالي الإماراتية على وسائل الإعلام الجديد في الترويج لبرامجها وخدماتها، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، واستمارة الاستبيان التي وزعت على عينة عمدية من (300) مفردة.

وأشارت النتائج إلى أن الإنترنت يساعد على نشر المعلومات والأنشطة الخاصة بالإدارات ووحدات مراكز الجامعة، ويحقق الإنترنت سهولة في التواصل مع الإدارة العليا للجامعة، وتنتشر العلاقات العامة بالجامعة معلوماتها عن طريق النشر الإلكتروني، وتستخدم إدارة العلاقات العامة ووسائل الإعلام الجديد لزيادة الميزة التنافسية لإدارة العلاقات العامة، وتفضيل الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع إدارة العلاقات العامة بالجامعات الإماراتية.

6-دراسة صقر قايد، "تصور مقترح لتفعيل وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي"، (2018) (15):

هدفت الدراسة إلى بناء تصور مقترح لتفعيل وظائف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي باليمن والسودان من خلال معرفة واقع التطبيق لوظائف العلاقات في الجامعات اليمنية والسودانية، واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستمارة الاستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات، واستخدم عينة عشوائية بسيطة بطريقة القرعة، بأسلوب المسح الشامل لجميع العاملين في إدارات العلاقات العامة في الجامعات اليمنية والسودانية عينة الدراسة، حيث بلغ حجمها (90) مفردة.

وأشارت النتائج إلى أن تحقيق العلاقات العامة لأهدافها الاتصالية بمؤسسات التعليم العالي باليمن والسودان، وتكوين صورة طيبة عن مؤسسات التعليم العالي، ورضا جمهور هذه المؤسسات عن أنشطتها الاتصالية، اهتمام مؤسسات التعليم العالي باليمن والسودان بتطبيق وظائف العلاقات العامة، ورضا الباحثين عن الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي باليمن والسودان، وأن الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في اليمن والسودان لنشر أخبار وأنشطة الجامعة هي وسيلة "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتراجع وسيلة "القنوات الفضائية"، ووجود سهولة في التواصل إلكترونياً مع إدارة العلاقات العامة عبر وسائلها الإلكترونية الحديثة، وأظهرت الدراسة إن المعوقات التي تواجه وظائف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي باليمن والسودان هي نقص المتخصصين للعمل في إدارات العلاقات العامة.

7-دراسة الفاتح بابكر، "العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وفاعلية توظيف وسائل الاتصال الحديثة"، (2017) (16):

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توظيف وسائل الاتصال الحديثة في وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في السودان بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ومعرفة الفوائد المرجوة من استخدامها، والعقبات التي تحول دون استخدامها أو الاستفادة منها في الجوانب العملية، واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد على استمارة الاستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات، واستخدم عينة عمدية للقائمين بالعملية الإدارية في الوزارة

والمختصين في المجالات التي تعتبر ذات صلة باستخدام الوسائط الحديثة للاتصال وتطويرها بالوزارة، وأيضًا القائمين بالعملية الإدارية في إدارة العلاقات العامة بالوزارة.

وأشارت النتائج إلى عدم الدراية الكافية بأدوار ووظائف العلاقات العامة من قبل الإدارة العليا والعاملين بوزارة التعليم العالي، عدم الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة في بعض المؤسسات الحكومية بالسودان، استخدام العلاقات العامة للوسائط الحديثة للاتصال ما زال ضعيفًا بالرغم من وجود بنية تحتية جيدة للتقنيات الحديثة للاتصال بوزارة التعليم العالي وتنوع الوسائط المستخدمة، وهناك تداخل إداري مرتبط بوظيفة العلاقات العامة وبرامجها تقوم بها إدارات أخرى بالوزارة.

8-دراسة أحمد فاروق حسن النعيمي، "دور العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في التوعية الثقافية للطفل المصري"، (2016)⁽¹⁷⁾:

هدفت الدراسة إلى تعرف مدى توافر أنشطة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة، ومعرفة الوسائل الاتصالية التي يعتمد عليها الأطفال في معرفة أنشطة مؤسسات الطفولة، والموضوعات والقضايا والمجالات التي تقدم من خلال أنشطة العلاقات العامة المتصلة بالتوعية الثقافية للأطفال، ومدى اهتمام القائم بالاتصال بالتوعية الثقافية للأطفال بمؤسسات الطفولة، ونوعية المعلومات التي يفضل الأطفال متابعتها في أنشطة وإصدارات إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة، وأهم الأنشطة والإصدارات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة، طبقت الدراسة على عينة قوامها (200) طفل وطفلة من المترددين على مؤسسات الطفولة، وكذلك على (50) فردًا من القائمين على إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة.

أشارت النتائج إلى أهم الأنشطة التي يرغب المبحوثون في أن تقدمها العلاقات العامة بالمؤسسات والتي تعمل على تنمية الوعي الثقافي، وإنشاء نادي العلوم لاكتشاف النابغين والمبتكرين لخدمة المجتمع، وتقديم نشاط الكشافة للتنمية، وتفعيل نشاط المسرح من داخل التوعية الثقافية، وثقة جمهور مؤسسات الطفولة بما تقدمه العلاقات العامة.

9-دراسة ليزا توماس Thomas Lisa، "تأثير العلاقات العامة الفعالة بقطاع المدارس"، (2014)⁽¹⁸⁾:

هدفت الدراسة إلى دراسة تأثير العلاقات العامة الفعالة وتحليل سياسات مراقبة وتوجيه برامج إعداد العلاقات العامة في قطاع المدارس، وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة مكونة من (400) مفردة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح.

أشارت النتائج إلى مراقبة برامج التنمية المهنية للعلاقات العامة، وأوضحت الدراسة أنه لا بد من وجود معايير واضحة للعلاقات العامة يتم تنفيذها من قبل جميع الدول، ولا بد من توفير معايير لمديري المدارس يتم الاسترشاد بها وتعتمد على توفر معايير اتصالية بين المدارس، ولا بد من تنفيذ برنامج العلاقات العامة للمدراء عند اعتماد برامج تراخيص للمدرسة.

10-دراسة فرانسيس ريلي Rely, Frances، "الفرص التي تقدمها العلاقات العامة لمؤسسات الطفولة والاستفادة من الابتكارات في المجتمعات العالمية"، (2014)⁽¹⁹⁾:

هدفت الدراسة إلى استعراض الفرص التي تقدمها العلاقات العامة القائمة على استخدام التكنولوجيا بالمؤسسات التعليمية في كاليفورنيا، واستخدم الباحث المنهج النوعي التحليلي لنماذج علاقات عامة تكنولوجية

بمؤسسات تعليمية، وتكونت عينة البحث من إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية في ولاية كاليفورنيا (211 إدارة) تعتمد في أدائها على التكنولوجيا الافتراضية في إدارة العلاقات العامة لديها. تم استطلاع رأي (861) ممارسًا للعلاقات العامة بتلك المؤسسات، وتكونت أدوات البحث مما يلي: استمارة استبيان للتعرف على فرص وتحديات استخدام التكنولوجيا لإدارة العلاقات العامة، المقابلات مع مجموعة التركيز.

أشارت النتائج إلى أن استخدام التكنولوجيا الاتصالية لإدارة العلاقات العامة للمؤسسات التعليمية تُحسن الأداء المعرفي والتعليمي للمؤسسة، وأن التكنولوجيا الاتصالية ترفع جودة عمل العلاقات العامة وتزيد من تأثيرها على المراهق.

11- دراسة مارك بوفنس Bovens, Mark، "هيكل تقييم دور العلاقات العامة في زيادة الوعي الثقافي للأطفال في المؤسسات التعليمية"، (2013)⁽²⁰⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تقييم أدوار العلاقات العامة وتأثيرها على تنمية الوعي الثقافي للأطفال في المؤسسات التعليمية بالأرجنتين، واستخدم الباحث تصميم استطلاع الرأي الوصفي، في بيونيس آيريس، وتكونت أدوات البحث من: استمارة استبيان على عينة مكونة من 400 مفردة.

وأشارت النتائج إلى أن هناك نوعان من الأدوار الرئيسية في العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة: أدوار تنظيمية، أدوار دفاعية، وتوصلت إلى أن العلاقات العامة تسعى إلى تحسين صورة المؤسسات التعليمية في بيونيس آيريس.

12- دراسة هبة حسن عباس توفيق، "دور العلاقات العامة بالجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء في إمداد شباب الجامعات بالمعلومات"، (2013)⁽²¹⁾:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الدور الذي تقوم به العلاقات العامة بالجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء في إمداد طلاب الجامعات بالمعلومات عن أنشطة الجهاز، فضلا عن تفسير العلاقة بين دور إدارة العلاقات العامة بالجهاز وطلاب الجامعات المصرية، واستخدمت الباحثة أسلوب المسح الإعلامي، وتكونت عينة الدراسة من (400) مفردة من طلاب الجامعات المصرية، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

وأشارت النتائج إلى متابعة طلاب الجامعات للأنشطة الاتصالية المختلفة التي تصدر عن إدارة العلاقات العامة بالجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، وأشارت أيضًا إلى اعتماد طلاب الجامعات على بعض الوسائل الاتصالية في التعريف بأنشطة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء تمثلت في (موقع الجهاز الإلكتروني، الإنترنت، النشرات المطبوعة، التلفزيون، الصحف، وأخيرًا الراديو)، وأشارت أيضًا إلى أن أهم المجالات لاستفادة طلاب الجامعات من متابعة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة هي (معلومات عامة، وأخيرًا المجال البحثي).

13- دراسة أجور دميري Demiry, Ugur، "استراتيجيات العلاقات العامة في مؤسسات الطفولة"، (2013)⁽²²⁾:

هدفت الدراسة إلى تقديم المعلومات حول استراتيجيات العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة في دول استراليا وتركيا، وسد الفجوة بين المتطلبات العملية للعلاقات العامة في مواقف مؤسسات الطفولة المبكرة وبين الواقع،

وتكونت عينة الدراسة من 2354 مشرفاً ومشرفة تربويين بمؤسسات لرعاية الطفول المبكرة من دول استراليا وتركيا. وتمثلت أدوات الدراسة في: مقياس استراتيجيات العلاقات العامة، دراسات الحالة المتعمقة.

وأشارت النتائج إلى ارتباط استراتيجيات العلاقات العامة في مؤسسات الطفولة بأستراليا وتركيا لمدى الاهتمام الذي توليه الدول للتنمية الثقافية للطفل وزيادة مستويات وعي العاملين في تلك المؤسسات، وأظهرت أيضاً النتائج إلى اعتماد العلاقات العامة كنظام منهجي أساسي في مؤسسات رعاية الطفولة المبكرة بأستراليا، وتراجع معايير جودة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة بتركيا وتأثيرها الثقافي على الطفل.

14- دراسة باتريك Patrick ، "المعايير الجديدة لمهنة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة"، (2012)⁽²³⁾:

هدفت الدراسة إلى فحص الاتجاهات الحديثة في مجال معايير ممارسة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في ضوء تمثيل العلاقات العامة كأحد أدوات ضمان الجودة، واعتمد الباحث على التصميم النوعي، وتكونت عينة البحث من 140 ممارساً للعلاقات العامة بمؤسسات للطفولة المبكرة تم اختيارهم عشوائياً من العديد من المؤسسات التابعة لإدارة سريناجار التعليمية.

وأشارت النتائج إلى أن معوقات تطبيق العلاقات العامة في مؤسسات الطفولة المبكرة تمثلت في عدم إجراء تقييم لأنشطة العلاقات العامة، وضعف الإمكانيات المادية، وضيق الوقت، ونقص المتخصصين في المجال، وأظهرت النتائج أيضاً أن ممارسي العلاقات العامة اعتبروا العلاقات العامة بمثابة أحد عوامل ضمان جودة التعليم في مرحلة الطفولة المبكرة، وأظهرت أيضاً كفاية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة.

15- دراسة أليزابيث ماكفيرسون Macpherson Elizabeth ، "تأثير خصائص المديرين بمؤسسات الطفولة على استخدام استراتيجيات العلاقات العامة"، (2012)⁽²⁴⁾:

هدفت الدراسة إلى فحص وفهم استخدام المديرين بمؤسسات الطفولة المبكرة لاستراتيجيات العلاقات العامة لمواكبة بيئة مؤسسات الطفولة سريعة التنافسية، وتأثير ذلك على الأطفال أنفسهم، واستخدام الباحث المنهج الاستكشافي النوعي لملائمة طبيعة العينة، وتكونت عينة الدراسة من (10) مديرين لمؤسسات رعاية الطفولة المبكرة، تنوعت تلك المؤسسات ما بين الحكومية والخاصة والدينية. وقع الاختيار على المؤسسات العشر من مدينة كوينزلاند بأستراليا، وتم استخدام الأدوات التالية لجمع البيانات: المقابلات شبه البنائية مع المديرين، استمارة استبيان لخصائص الإدارة بمؤسسات الطفولة المبكرة. أشارت النتائج إلى وعي ومعرفة المديرين بمؤسسات الطفولة المبكرة بطبيعة واستراتيجيات العلاقات العامة المطبقة بها.

16- دراسة جريج ليشتي Leichty, Greg ، "الوعي الثقافي للأطفال من خلال ممارسة العلاقات العامة"، (2012)⁽²⁵⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى العلاقة بين استخدام نماذج العلاقات العامة ونمو مستويات الوعي الثقافي للطفل، واستخدام الباحث المنهج الاستكشافي الارتباطي، وتكونت عينة البحث من أطفال مؤسستين لرعاية الأطفال الصغار شمال غرب ولاية مينسوتا الأمريكية، ضمت المؤسسة الأولى (213) طفلاً وطفلة وكان بها إدارة متخصصة في العلاقات العامة، أما المؤسسة الثانية فكانت تضم (188) طفلاً وطفلة ومن دون إدارة العلاقات العامة.

أشارت النتائج إلى فروق ذات دلالة إحصائية بين أطفال المؤسسات فيما يتعلق بمستويات الوعي الثقافي حيث تفوق أطفال المؤسسة ذات إدارة العلاقات العامة المتخصصة في إدراك الأبعاد الثقافية المختلفة لمجتمع ولاية مينسوتا.

17- دراسة جيسيليفراد Evarad, Gisele، " تأثير التدريب على زيادة الوعي الثقافي لممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة"، (2012)⁽²⁶⁾:

هدفت الدراسة إلى تقويم أهمية خبرات وتدريب ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في تحسين الوعي الثقافي للطفل البرتغالي، واستخدمت الباحثة مزيجاً من التصميمين النوعي والكمي، وتكونت عينة الدراسة من (100) مفردة من ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات تربية للطفولة المبكرة تم اختيارهم بأسلوب العينة العمدية من إجمالي ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة بمدينة لشبونة. أيضاً ضمت العينة محتوى (560) محاضرة وجلسة وورش عمل تدريبية للممارسين.

وأشارت النتائج إلى أن أبرز إيجابيات تدريب ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة، تحسين جودة الكفايات المهنية والفهم الجيد لأساليب العمل، وتنظيم البيئة التعليمية ودعم المعرفة والبناء الثقافي للطفل.

18- دراسة جيوف كامبيل Campbell, Geoff، "تطور العلاقات العامة المستخدمة لتنمية الوعي الثقافي بالمؤسسات الجامعية"، (2012)⁽²⁷⁾:

هدفت الدراسة إلى فحص استخدامات العلاقات العامة في تنمية الوعي الاجتماعي والثقافي بالمؤسسات الجامعية، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة الوصفية، وتكونت عينة البحث من مؤسسة لرعاية المراهقين في مدينة سيراكوس بنيويورك تضم مديراً تنفيذياً لإدارة العلاقات العامة، و 6 ممارسين للعلاقات العامة بالإضافة إلى 12 معلماً ومعلمة بالمؤسسة، وتم تجميع البيانات باستخدام المقابلات شبه البنائية.

وأشارت النتائج إلى زيادة المؤسسة في الأنشطة الاجتماعية والثقافية بفعل نماذج العلاقات العامة المتطورة والمشاركة الإيجابية لجمهورها، وأظهرت اهتمام إدارة العلاقات العامة بتنظيم الفعاليات الاجتماعية الثقافية المؤثرة على نمو تلك الجوانب لدى الجمهور، وأظهرت أيضاً إقامة العلاقات العامة أنشطة اتصالية اجتماعية لتوظيف الوسائل الاتصالية لجمهورها.

19- دراسة شيو يانج مولي Yang, Mu-Li; Chiou، "العوامل المؤثرة على ممارسة العلاقات العامة في معاهد الطفولة في تايوان"، (2011)⁽²⁸⁾:

هدفت الدراسة إلى فحص العوامل التنظيمية والفردية ذات التأثير على أداء ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية بتايوان، واستخدم الباحث المنهج الوصفي الاستكشافي، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية ضمت (600) ممارس للعلاقات العامة بمؤسسات التعليمية من ذوي المؤهلات الجامعية المتخصصة في العلاقات العامة.

وأشارت النتائج إلى ظهور ثلاثة عوامل تنظيمية (القيمة والدعم الموجه للعلاقات العامة، حجم منظومة العلاقات العامة بالمؤسسة، المستوى التأهيلي لممارسي العلاقات العامة) وعامل فردي واحد (الأهمية التعليمية لممارس العلاقات العامة) في التأثير على ممارسة العلاقات العامة، وأكدت على أهمية دور العلاقات العامة في تحقيق التواصل بين الجمهور والقيادات.

20- دراسة جسيلاجونكاليفيس Goncalves, Gisela، "عوامل القوة والضعف للعلاقات العامة بالمؤسسات الجامعية"، (2011)⁽²⁹⁾:

هدفت الدراسة إلى بحث جوانب القوة والضعف للعلاقات العامة بمؤسسات الجامعية في البرتغال، واستخدمت الدراسة العديد من أساليب البحث تضمنت وصف البحوث السابقة وأسلوب المسح بالعينة ودراسات الحالة، وتم استخدام عينة متوازنة تضم (12) مؤسسة جامعية في البرتغال تتشابه فيها منظومة تطبيق العلاقات العامة، وتم استطلاع رأي المتخصصين في مجال العلاقات العامة، وإجراء سلسلة مكونة من 7 دراسات للحالة. وأشارت النتائج إلى ضرورة إجراء فحوصاً عن المشكلات التي يعاني منها الجمهور، تشجيع المهنة والاحترافية في مجال العلاقات العامة بالمؤسسات الجامعية، ضرورة تقديم التدريب المتخصص لممارسي العلاقات العامة لرفع كفاءتهم المهنية، وأخيراً اهتمام العلاقات العامة باستطلاعات الرأي.

21- دراسة شيجوكأكويل Okwelle, Chijioke، "استراتيجيات العلاقات العامة لتعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي بالمنظمات الجامعية بنيجيريا"، (2011)⁽³⁰⁾:

هدفت الدراسة إلى استكشاف استراتيجيات العلاقات العامة من أجل تعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي بالمنظمات الجامعية بنيجيريا، وتحديد الأدوار المتوقعة للعلاقات العامة في منظمات التعليم، ومعرفة المشكلات المرتبطة بالعلاقات العامة المتضمنة في المنظمات الجامعية، وتم إجراء هذه الدراسة في المؤسسات الجامعية في ولاية نيجيريا، وتكونت الدراسة من 352 طفلاً و 54 معلماً في ثلاث منظمات في ولاية نيجيريا، وتم استخدام استمارة استبيان. وأشارت النتائج إلى الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة أدت إلى تحسن الوعي والارتباط بالسمات الثقافية والمجتمعية للمنظمات التعليمية (كإقامة معارض وتنظيم مؤتمرات وإقامة حفلات للجمهور).

22- دراسة رافع أحمد أبو الزيت دراغمة، "دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة"، (2011)⁽³¹⁾:

هدفت الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في ثلاث جامعات فلسطينية، هي: (الجامعة الإسلامية في غزة، وجامعة بيرزيت في رام الله، وجامعة النجاح الوطنية في نابلس)، وأثره في جمهور الطلبة، وموازنة أدائها، بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع عليها، وعلى العاملين في دوائر العلاقات العامة فيها، اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح والذي تم تطبيقه على جمهور الطلبة عينة قدرها (450) مفردة من الطلبة المسجلين في الجامعات.

أشارت النتائج إلى فاعلية الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة لاستقطاب طلبة الثانوية العامة وفعالية الدور الذي تقوم به في بناء الصورة الإيجابية لدى الطلبة المسجلين فيها، قلة الدراسات التي تتحدث في مجالات العلاقات العامة ودورها مع جمهور طلبة الجامعات.

23- دراسة حورية الجابر، "دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي"، (2010)⁽³²⁾.

تهدف الدراسة إلى دراسة أدوار العلاقات العامة الفنية والإدارية بين مسؤولي العلاقات العامة في التعليم العالي.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم تطبيق الدراسة على عينة قدرها (74) من أعضاء المستشارين لقسم التعليم العالي لجمعية العلاقات العامة الأمريكية. وأشارت النتائج إلى أن دور مسؤولي العلاقات العامة في بيئات التعليم العالي هو دورٌ فنيٌّ في المقام الأول مع مشاركتهم الهامشية في الدور الإداري الخاص بالتعليم، تبين أن كبار مسؤولي العلاقات العامة ليس لديهم إمكانية الوصول المباشر إلى رئيس المؤسسة رغم التنوع في شكل المؤسسة.

24- دراسة ويلسون تيري انجيلو Wilson Terry Angelo، "دور وسائل الاتصال واستراتيجيات العلاقات العامة في قطاع التعليم العالي"، (2009)⁽³³⁾:

تهدف الدراسة إلى التعرف على وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية من خلال التركيز على الرسائل التي ترسل من قبل أربع جامعات ذات التوجه البحثي العام. وقد اعتمدت الدراسة على طريقتين لجمع البيانات وهما: التحليل الموضوعي المتعمق للرسائل، ومقابلات النخبة، لتحليل مهمة الجامعات والخطط الاستراتيجية، و 800 بياناً صحفياً بين كل أربع جامعات. وأشارت النتائج إلى أن الجامعات ذات التوجه البحثي يستخدمون استراتيجيات وتقنيات العلاقات العامة لبناء وتوزيع الرسائل إلى المستفيدين الرئيسيين، وأن المشرعين في الدولة لا يعترفون بالتوجه البحثي للجامعات.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نماذج "جيمس جرونج" و "هنت" بممارسة العلاقات العامة للسلوك الاتصالي للمنظمات، إذ نشر "جيمس جرونج و هنت" عام 1984 كتاباً بعنوان "إدارة العلاقات العامة" عرض فيه أربعة نماذج لتطور العلاقات العامة وممارستها. وتتناول هذه النماذج أنماط علاقات اتصالات العلاقات العامة مع الجماهير الداخلية والخارجية المتعاملة معها⁽³⁴⁾، وإلقاء نظرة ثاقبة على تاريخ ومراحل الممارسات الرسمية للعلاقات العامة⁽³⁵⁾.

ويرى جرونج أن النموذج الرابع وهو "النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه" أو "ذو الاتجاهين المتوازيين" من أفضل النماذج التي ركزت على طبيعة الاتصال في المنظمات فهو يؤكد على الفهم وتبادل المعلومات ووجهات النظر بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي كهدف رئيسي لإدارة العلاقات العامة. ويهتم بإقناع الجمهور بناءً على الحقائق والمعلومات الموضوعية الصادقة. ويتطلب ذلك تحديداً مسبقاً للاحتياجات الإعلامية والاتصالية للجمهور، ويهتم أيضاً "برجع الصدى" الذي يعتبر مطلباً أساسياً لأنشطة وممارسات العلاقات العامة، ويعد ذلك النموذج من أفضل النماذج التطبيقية، ويتضمن علاقة اتصالية متوازنة بين المرسل والمستقبل.

وتسعى المؤسسة من خلال تطبيق النموذج إلى توظيف الأبحاث لتقديم رسالة اتصالية لإقناع الجمهور بالطريقة التي ترضي كلا من الطرفين، ويحقق الفهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها الاستراتيجية من خلال تطبيق الاتصال المتماثل في اتجاهين Symmetrical⁽³⁶⁾.

ووفقاً للمدخل السيمتري ثنائي الاتجاه يؤكد "جرونج" على أهمية التفاهم المتبادل الذي يتمكن من خلاله اختصاصي العلاقات العامة من العمل كوسيط محايد بين المؤسسة وجمهورها، كما يؤدي دوره على النحو الأكمل عندما تكون هناك حاجة للتغيير بما يتواءم مع احتياجات وتوقعات الجمهور والمجتمع، وتعد السيمتريّة مدخلاً موضوعياً هدفه الأساسي جعل العلاقة بين الإدارة والجمهور محققة لأقصى قدر من الرضاء والتعاون.

ويعد مفهوم الاتصال المتناسق من المفاهيم الأساسية لذلك النموذج، فالهدف الأساسي للعملية الاتصالية في هذا النموذج هو تسهيل عملية الفهم بين الجمهور والمؤسسة عن طريق استخدام الإستراتيجيات الإقناعية، فالعلاقات

العامة في جوهرها ما هي إلا نشاط اتصالي يعمل على نقل وتفسير الآراء والاتجاهات، فالهدف السيمتري للعلاقات العامة هو تحقيق المنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها⁽³⁷⁾.

ويعد النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه أفضل النماذج لحل الصراع حيث يوجد نوعان من المصالح تخدمها أنشطة العلاقات العامة: المصلحة الخاصة والمصلحة العامة، ونجاح العلاقات العامة يتمثل في قدرتها في الحفاظ على التوازن بين طرفي المصلحة.

إن الهدف الأساسي للعلاقات العامة في المؤسسات ذات الطابع الخدمي هو الحفاظ على النسق الاتصالي الذي يصل بين المؤسسة وجمهورها⁽³⁸⁾.

تطبيق نموذج "العلاقات العامة ذي الاتجاهين المتوازيين"، "النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه" على الدراسة الحالية:

ترى الباحثة أن تطبيق هذا النموذج هو الأنسب لهذه الدراسة لتطبيقه على أجهزة العلاقات العامة في الإدارات التعليمية، لأنه يقوم على الفهم المتبادل عن طريق دراسة وتحليل الأنشطة الاتصالية لعمليات الاتصال باتجاهين بين إدارة العلاقات العامة وجمهورها الداخلي والخارجي، وما تحققه من أهداف، مما قد يؤدي إلى تغيير اتجاهات وسلوك الطرفين لتحقيق التفاهم المشترك بينهما، حيث تؤدي إدارة العلاقات العامة دوراً اجتماعياً هاماً تتطلبه طبيعة العمل، وإمكان دراسة إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية للعملية التعليمية وتحقيق الرضا الوظيفي واهتمامهم برفع الصدى، لأن الأنشطة الاتصالية تمكن الجمهور الداخلي والخارجي بإدارات العلاقات العامة بالمنظمات من الاتصال المتبادل وهذا هو جوهر "نموذج العلاقات العامة ذي الاتجاهين".

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ- نوع ومنهج الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى الكشف عن دور إدارة العلاقات العامة في الإدارات التعليمية. وذلك باستخدام منهج مسح الجمهور الداخلي، والتعرف على أدوارها ومدى النجاح في هذا الدور، وهو منهج يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة بقصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.

ب- مجتمع الدراسة:

الإدارات التعليمية بمحافظتي القاهرة والجيزة وعددها (15) إدارة تعليمية بنسبة 31% من عدد الإدارات التعليمية بالمحافظتين وفقاً لنتائج الإحصاء الاستقراري بالمديريات التعليمية، ووفقاً للدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة وهذه الإدارات هي "روض الفرج التعليمية، الساحل التعليمية، إدارة شرق القاهرة، والخليفة التعليمية، ومصر القديمة التعليمية، وعابدين التعليمية، وبولاق الدكرور التعليمية، والعمرانية التعليمية، والعجوزة التعليمية، والهرم التعليمية، وأوسيم التعليمية، وإدارة القاهرة الجديدة التعليمية، وشبرامنت التعليمية، و6 أكتوبر التعليمية، والشيخ زايد التعليمية".

ج- عينة الدراسة:

تمثل عينة الدراسة الميدانية 200 مفردة من الجمهور الداخلي تم سحب العينة بالطريقة العمدية البسيطة لموظفي الإدارات التعليمية محل الدراسة.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة الميدانية للجمهور الداخلي

%	ك	المتغيرات	
		النوع	
26	52	- ذكر	
74	148	- أنثى	
100	200	ن	
29.5	59	- أقل من 40 عامًا.	
15.5	31	- من 40 إلى أقل من 50 عامًا.	
55	110	- 50 عامًا فأكثر	
100	200	ن	
19.5	39	- مؤهل متوسط.	
59.5	119	- مؤهل جامعي.	
21	42	- مؤهل فوق الجامعي.	
100	200	ن	
24.5	49	- أقل من 10 سنوات.	
10.5	21	- من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة.	
65	130	- من 15 سنة فأكثر.	
100	200	ن	

د- أدوات جمع البيانات:

استمارة الاستبيان كأحد الأدوات الكمية لجمع البيانات. والتي توزع على الجمهور الداخلي للإدارات التعليمية تتضمن عدد من المحاور والأسئلة لرصد دور إدارة العلاقات العامة ومعرفة مدى تأثيرها في تحقيق أهداف الإدارة التعليمية.

نتائج البحث:

المحور الأول: مدى إدراك العاملين لمكانة إدارة العلاقات العامة في الإدارة التعليمية:

فيما يتعلق باسم الإدارة التي تختص بنشاط العلاقات العامة بالإدارات التعليمية التي يعمل بها عينة الدراسة بسؤال المبحوثين، وجاءت إجاباتهم أن المسمى هو (العلاقات العامة والإعلام) جاءت النسبة 100% ، وهذا يوضح وجود إدراك تام بين موظفي الإدارة التعليمية للمسمى الوظيفي لإدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سعيدة حبيب محمد حبيب، 2014). التي توصلت إلى أن المسمى الوظيفي لجهاز العلاقات العامة الأكثر استخدامًا في كلا من المؤسسات الرسمية في محافظات عدن وصنعاء هو العلاقات العامة والإعلام.

جدول رقم (2)

معرفة العاملين بالمهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية

معرفة العاملين بالمهام التي تقوم	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
----------------------------------	---	----------------	-----------------	-------------------

		بها إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية	
.767	2.43	60	120
		23	46
		17	34
		100	200
		الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق:

فيما يتعلق بمدى معرفة العاملين بالإدارات التعليمية بالمهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة، جاءت النتيجة "أعرف دائماً" في المرتبة الأولى بنسبة عالية بلغت 60%، ويتبين من النتائج السابقة ارتفاع معرفة العاملين بالإدارات التعليمية بالمهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.43، وانحراف معياري بلغ 0.767، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (جين هونج Jin Hong، 2013) التي توصلت إلى معرفة الجمهور الكوري بالمهام التي تقوم بها العلاقات العامة، كما تتفق مع دراسة (دينا محمد الخطاط، 2009) التي بينت معرفة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية بالوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة.

المحور الثاني: تقييم فاعلية الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية من وجهة نظر العاملين:

جدول رقم (3) مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة للأهداف المرجوة من وجهة نظر العاملين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة تحقيق الأهداف						الهدف
		ك	%	لا		أحياناً		دائماً		
				ك	%	ك	%	ك	%	
.638	2.76	100	200	11	22	2.5	5	86.5	173	تكوين صورة طيبة للإدارة التعليمية
.538	2.75	100	200	5	10	15	30	80	160	توطيد علاقة الموظفين بالإدارة التعليمية وتنميتها
.613	2.71	100	200	8.5	17	11.5	23	80	160	تحسين صورة مديرية التربية والتعليم
.623	2.71	100	200	9	18	11	22	80	160	إيجاد روح التفاهم بين الموظفين بالإدارة التعليمية
.728	2.65	100	200	15	30	5	10	80	160	مساعدة الموظفين على المشاركة في الحوار مع المديرين
.585	2.60	100	200	5	10	30	60	65	130	إقناعكم بعودة التعليم الذي تقدمه الوزارة
.737	2.60	100	200	15	30	10	20	75	150	تنمية الاتصالات بين المستويات الإدارية المختلفة
.585	2.40	100	200	5	10	50	100	45	90	تحسين الرضا الوظيفي للعاملين
.480	2.03	100	200	10	20	77	154	13	26	دراسة الشكاوى والرد عليها

يتضح من الجدول السابق:

اتفقت النسبة الغالبة من المبحوثين على نجاح إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأهداف المرجوة منها، وكانت أكثر الأهداف التي يرى المبحوثون قيام إدارة العلاقات العامة لتحقيقها هي بالتوالي، "تكوين صورة طيبة للإدارة التعليمية"، "وتوطيد علاقة الموظفين بالإدارة التعليمية وتنميتها"، "وتحسين صورة مديرية التربية والتعليم"، وإيجاد روح التفاهم بين الموظفين بالإدارة التعليمية".

وهو ما يشير إلى قدرة إدارة العلاقات العامة على تحقيق أهدافها الاتصالية وفي مقدمتها تحسين الصورة الذهنية للإدارات التعليمية وتحقيق الرضا الوظيفي للمبجوثين.

حيث أن خلق صورة جيدة وإيجابية كان له انعكاس طيب على تحقيق الأهداف الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية، وتحسين صورتها وصورة مديرية التربية والتعليم وما تقوم به من أنشطة هدفها توطيد علاقة الجمهور بالإدارة التعليمية، وإيجاد روح التفاهم بين الموظفين مما يخلق أرضية جيدة وخصبة تحقق من خلالها إدارة العلاقات العامة أهدافها الاتصالية بسهولة.

وجاء في المرتبة الخامسة والسادسة والسابعة بمتوسط حسابي متقارب أيضًا "مساعدة الموظفين على المشاركة في الحوار مع المديرين"، "إقناعكم بجودة التعليم الذي تقدمه الوزارة"، "تنمية الاتصالات بين المستويات الإدارية المختلفة"، وهذا يدل على اقتناع العاملين بالإدارات التعليمية محل الدراسة بالدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية. وبالنظر إلى تقارب النسب بين رؤية العاملين بالإدارة التعليمية نحو ما تقوم به إدارة العلاقات العامة وما تقوم به من دعم وتفعيل العلاقة بين العاملين والرؤساء والمديرين من خلال الأنشطة الاتصالية تعمل وتساعد على التعاون المشترك لخدمة أهداف الإدارة التعليمية.

وجاءت أقل الأهداف التي يرى المبجوثون عدم قيام إدارة العلاقات العامة بتحقيقها "دراسة الشكاوى والرد عليها"، وربما يرجع ذلك إلى أن إدارة العلاقات العامة جهة لرصد وتلقي للشكاوى وليس لحلها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (بوفينزمارك، 2013) (Bovens, Mark, 2013) التي توصلت إلى أن العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة تسعى لتحسين صورة المؤسسات التعليمية في بيونس وأيريس، وأنها هي الهدف الرئيسي لها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (صقر قايد، 2018) التي توصلت إلى أن العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي في اليمن والسودان تسعى لتكوين صورة طيبة عن المؤسسات التعليمية.

المحور الثالث: محور توظيف وسائل الاتصال في أنشطة إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية:

جدول رقم (4) أهم الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة من وجهة نظر

العاملين بالإدارة التعليمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة تحقيق الأنشطة						الأنشطة
				لا		أحياناً		دائماً		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.511	2.80	100	200	5	10	10	20	85	170	شرح وبلورة التعليمات والأوامر الإدارية وتوضيحها
.680	2.70	100	200	12.5	25	5	10	82	165	التهنئة للعاملين المميزين على مواقع التواصل الاجتماعي
.642	2.70	100	200	10	20	10	20	80	160	المشاركة والتهنئة في المناسبات المختلفة للعاملين سواء السعيدة أو الحزينة.
.552	2.67	100	200	4	8	25.5	51	70.5	141	تحقيق التواصل بين مديري الإدارة أو قيادات الوزارة والعاملين.
.728	2.65	100	200	15	30	5	10	80	160	بحث المشكلات المرتبطة بالعمل ومحاولة حلها.
.737	2.60	100	200	15	30	10	20	75	150	إقامة حفلات.
.742	2.55	100	200	15	30	15	30	70	140	إجراء البحوث والدراسات عن رضا العاملين.
.511	1.80	100	200	25	50	70	140	5	10	المساهمة في عمل مجلات دورية.
.459	1.70	100	200	70	140	30	60	0	0	العلاج الطبي والتأمين الصحي.

يتضح من الجدول السابق:

- اتفاق غالبية المبجوثين من الجمهور الداخلي على أن أكثر الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة هي "شرح وبلورة التعليمات والأوامر الإدارية وتوضيحها والتي جاءت في المرتبة الأولى، فالأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية تعد مصدر إخبارياً لكل ما يستجد من قرارات وتعليمات من قبل مدير الإدارة التعليمية، حيث تسعى جاهدة لشرح هذه القرارات وتعريف الموظفين بها وتحاول بلورتها ليتقبلها موظفي الإدارة التعليمية.

- وجاء النشاط الخاص "بتهنئة للعاملين المميزين على مواقع التواصل الاجتماعي"، في المرتبة الثانية، ونشاط "المشاركة والتهنئة في المناسبات المختلفة للعاملين سواء السعيدة أو الحزينة" في المرتبة الثالثة بنسب متقاربة.
 - ويوضح ذلك أن إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية تقوم بأنشطة اتصالية لتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين لتحسين أداء العاملين بالإدارة التعليمية، وتسعى إلى تحقيق التواصل بين الرؤساء وموظفي الإدارة التعليمية، عن طريق شرح وبلورة التعليمات والأوامر والحفاظ على الاتصال المستمر والمباشر والدائم بموظفي الإدارة التعليمية، وهذا الاتصال ليس موسميًا ومتقطعًا ولكنه دائم ومستمر لبناء علاقة جيدة بين المديرين والموظفين؛ للحفاظ على علاقة ارتباطية إيجابية في الإدارة التعليمية.
 - وجاء نشاط "المساهمة في عمل مجلات دورية" في المرتبة قبل الأخيرة بالرغم من أهمية المجالات الدورية كأحد الأنشطة الاتصالية الهامة، ولكن نظرًا لقلّة الميزانية المخصصة لإدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية فإن ذلك إلى يقلل من إصدار المجالات الدورية بانتظام.
 - وجاء نشاط "العلاج الطبي والتأمين الصحي" في المرتبة الأخيرة، ويرجع ذلك إلى أن التأمين الصحي أصبح من تخصص نقابة المعلمين وليس من تخصص إدارة العلاقات العامة.
 - وتتفق هذه النتائج مع دراسة (كامبل جيوف Campbell, Geoff, 2012) التي توصلت إلى إقامة العلاقات العامة بالمؤسسات الجامعية بمدينة سيراكيوس بنيويورك أنشطة اتصالية اجتماعية وتوظيف الوسائل الاتصالية لجمهورها كإقامة حفلات وتنظيم معارض، وتتفق أيضاً مع دراسة (أوكويلتشجيوك Okwelk, PaulinusChjioke, 2011) التي أظهرت أن الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بالمؤسسات الجامعية في نيجيريا كتنظيم مؤتمرات وإقامة حفلات للجمهور أدت إلى معرفة السمات الثقافية والمجتمعية للمنظمات التعليمية وساعدت موظفي العلاقات العامة على شرح وبلورة التعليمات الإدارية.
- جدول رقم (5) مدى تواصل إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية مع العاملين دورياً

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	ك	مدى تواصل إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية مع العاملين دورياً
.720	2.43	57	114	تتواصل دائماً
		29.5	59	تتواصل أحياناً
		13.5	27	تتواصل نادراً
		100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق :

- ارتفاع درجة تواصل إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية مع العاملين دورياً من وجهة نظر العاملين بالإدارات التعليمية عينة الدراسة حيث جاء في المرتبة الأولى " دائماً " بنسبة بلغت 57%.

جدول رقم (6) طرق تواصل إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية مع العاملين

كيفية تواصل إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية مع العاملين	ك	%
عن طريق وسائل الاتصال المطبوعة والمكتوبة	100	50
عن طريق وسائل الاتصال الإلكترونية	70	35
عن طريق وسائل الاتصال المباشرة	30	15
الإجمالي	200	

يتضح من الجدول السابق:

- إن "وسائل الاتصال المطبوعة" جاءت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للإدارة التعليمية وذلك يرجع إلى أن هذه الوسائل ما زالت هي الوسائل الاتصالية الرسمية التي يحرص المبحوثين على متابعتها.
- تختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسات البعض مثل دراسة (أحمد أمين أحمد، 2010) التي أظهرت أن إدارات العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية تتواصل مع جمهور الوزارة بوسائل الاتصال الشخصي المباشر، وتختلف أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة (سعيدة حبيب محمد حبيب، 2014) التي أظهرت أن الأساليب الاتصالية المستخدمة مع

الجمهور الداخلي للمؤسسات الإعلامية الحكومية في محافظتي عدن وصنعاء هي أساليب الاتصال الشخصي المباشر، كما اختلفت مع دراسة (فؤاد علي حسين سعدان، 2004) التي أظهرت أن وسيلة الاتصال الشخصي من أهم وسائل الاتصال بالجمهور الداخلي.

جدول رقم (7) الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في التواصل مع العاملين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الاستخدام						
				نادرا		أحيانا		دائما		
				%	ك	%	ك	%	ك	
.642	2.70	100	200	10	20	10	20	80	160	القرارات والتعليمات.
.728	2.65	100	200	5	10	15	30	80	160	النشرات المطبوعة.
.737	2.60	100	200	10	20	15	30	75	150	وسائل التواصل الاجتماعي.
.737	2.60	100	200	10	20	15	30	75	150	اللقاءات والمقابلات.
.591	2.55	100	200	5	10	35	70	60	120	الملصقات.
.591	2.45	100	200	5	10	45	90	50	100	الموقع الإلكتروني للإدارة التعليمية.
.713	2.44	100	200	13	26	56.5	113	30.5	61	البريد الإلكتروني.
.580	2.43	100	200	4.5	9	48.5	97	47	94	المراسلات.
.862	2.40	100	200	25	50	10	20	65	130	لوحة الإعلانات.
.574	1.65	100	200	40	80	55	110	5	10	البيانات الصحفية.
.574	1.65	100	200	40	80	55	110	5	10	المجلات الدورية.
.574	1.65	100	200	40	80	55	110	5	10	تقرير سنوي.
.585	1.60	100	200	45	90	50	100	5	10	إعلانات قصيرة.
.665	1.40	100	200	70	140	20	40	10	20	كتيبات ومطويات.

يتضح من الجدول رقم (7):

- إن إدارة العلاقات العامة تقوم بالتواصل مع المبحوثين عبر الوسائل الاتصالية المطبوعة وأهمها "القرارات والتعليمات" التي جاءت في المرتبة الأولى و "النشرات المطبوعة" التي جاءت في المرتبة الثانية. وذلك لأن هذه الوسائل لا تزال هي الوسائل الرسمية التي تعبر بها الإدارات التعليمية عن قراراتها الرسمية، وبالتالي يحرص العاملون بالإدارات التعليمية على قراءتها ومتابعتها. وهي حلقة الوصل بين الوزارة والمديريات التعليمية والإدارات التعليمية وبين العاملين بالإدارة التعليمية.
- أما التواصل بالوسائل الاتصالية الإلكترونية المتمثلة في "وسائل التواصل الاجتماعي"، فقد جاءت في المرتبة الثالثة رغم سرعتها وانخفاض تكلفتها وتفضيل المبحوثين لها، وذلك يرجع إلى أن هذه الوسائل الإلكترونية ما زالت وسيلة اتصالية غير رسمية من قبل المسؤولين، وترى الباحثة أن هذه النتيجة توضح تراجع استخدام الوسائل الاتصالية التكنولوجية وعدم مواكبة التطورات الاتصالية الحديثة في الإدارات التعليمية.
- وجاءت "اللقاءات والمقابلات" في المرتبة الرابعة وترى الباحثة أن إدارة العلاقات العامة تستخدم هذه الوسيلة الاتصالية المباشرة في التواصل مع المبحوثين، لأن هذه الوسيلة متاحة لإدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية وسهلة الاستخدام والإعداد مع قلة التكاليف، كما تمتاز بأثرها الاتصالي في تحقيق الأهداف الاتصالية للتواصل مع الجمهور بصورة أكبر من غيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى.
- بينما جاء كل من "الموقع الإلكتروني للإدارة التعليمية"، "البريد الإلكتروني"، في المرتبة السادسة والسابعة بنسب استخدام غير مرتفعة حيث جاء المتوسط الحسابي متوسطاً، وبالنظر إلى قيم المتوسط الحسابي لكل من الوسائل الاتصالية يتضح أن متوسط استخدام إدارات العلاقات العامة بالإدارات التعليمية لهذه الوسائل الاتصالية للتواصل مع العاملين بالإدارات التعليمية محل الدراسة كان متوسطاً. وتفسر الباحثة هذه النتيجة أن هذه الوسائل الاتصالية تحتاج

إلى مجهود أكبر من قبل العاملين بالإدارات التعليمية فيستخدمها العاملون والقائمون بالاتصال بدرجة استخدام (متوسطة) حسب الظروف المتاحة والإمكانات المادية وحسب الحاجة إليها.

- وجاءت "البيانات الصحفية"، "المجلات الدورية"، "التقارير السنوية"، "إعلانات قصيرة"، "كتيبات ومطويات"، في المرتبة الأخيرة بنسبة نادرًا مرتفعة جدًا، وكان المتوسط الحسابي منخفضًا جدًا، وهذه النتيجة تبين أن إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية لا تستخدم هذه الوسائل الاتصالية في التواصل مع العاملين بالإدارات التعليمية محل الدراسة إلا نادرًا كما يوضح الجدول. ويرجع ذلك إلى صعوبة استخدام هذه الوسائل بصورة دورية نظرًا لتكلفتها المادية العالية، وإنها تتطلب إعداد تجهيزات تكنولوجية حديثة.
- وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (هبة حسن عباس توفيق، 2013) التي أظهرت اعتماد طلاب الجامعات على بعض الوسائل الاتصالية في التعريف بأنشطة أحد المؤسسات الحكومية وهي الجهاز المركزي للتعبة والإحصاء والتي تمثلت في موقع الجهاز الإلكتروني والإنترنت، بما يوضح أن بعض الأجهزة الحكومية قد اتبعت الوسائل التكنولوجية في أعمالها والبعض الآخر مثل الإدارات التعليمية ما زال يعتمد على الوسائل التقليدية، ولم يتجه إلى استخدام الوسائل الاتصالية التكنولوجية.

جدول رقم (8) اتصال إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية مع العاملين إلكترونياً

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	ك	مدى تواصل إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية إلكترونياً مع العاملين
.712	2.34	48	96	دائما
		38	76	أحيانا
		14	28	نادرًا
		100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (8):

- أن النسبة الغالبة من المبحوثين ترى نجاح التواصل إلكترونياً مع إدارة العلاقات العامة في الإدارات التعليمية تصل بنسبة تقرب 86% منهم 38% تتواصل بشكل متوسط. ويرجع ذلك إلى تعدد الوسائل الإلكترونية التي تستخدم الإدارات العامة لسهولة التواصل وتوفير الوقت وسرعة الاستجابة من موظفي الإدارة التعليمية على التواصل الإلكتروني وفقاً لما أشارت إليه دراسة القائم بالاتصال.

جدول رقم (9) وسائل الاتصال الإلكترونية المستخدمة في التواصل

مع العاملين بالإدارة التعليمية

ك	%	كيفية تواصل إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية مع العاملين إلكترونياً
95	47.5	عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك، واتس أب)
17	8.5	عن طريق البريد الإلكتروني
88	44	الاثنتان معا
200	100	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق :

- أن وسائل "التواصل الاجتماعي" تحتل المرتبة الأولى كوسيلة للتواصل الإلكتروني بين إدارة العلاقات العامة مع المبحوثين، وترى الباحثة أن هذا يرجع إلى سهولة الاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي وسهولة عمل مجموعات لمناقشة الموضوعات المطروحة وسهولة الرد على المناقشات وسهولة إرسال واستقبال الرسائل عبر البريد الإلكتروني، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (هبة حسن عباس توفيق، 2013) التي توصلت إلى أن الموقع الإلكتروني يقع في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تتواصل مع طلاب الجامعات للتعرف على أنشطة الجهاز المركزي للتعبة والإحصاء.

جدول رقم (10) تنوع الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للاتصال بالعاملين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	ك	مدى تنوع الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع العاملين
.664	2.65	75	150	دائماً
		14.5	29	أحياناً
		10.5	21	نادرًا
		100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن غالبية الجمهور الداخلي يرى تنوع الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للتواصل معهم بالإدارات التعليمية عينة الدراسة، حيث جاء في المرتبة الأولى "دائماً" ويرجع ذلك إلى قدرة إدارة العلاقات العامة على القيام بالعديد من الأنشطة الاتصالية لتحقيق أهدافها الاتصالية. واتفقت هذه الدراسة مع دراسة (أحمد أمين أحمد، 2010) التي أظهرت تنوع الأنشطة الاتصالية التي تقدمها العلاقات العامة في الوزارات الأردنية.

جدول رقم (11) كفاية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع العاملين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	ك	مدى كفاية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع العاملين
.701	2.53	65	130	كافية
		23	46	كافية إلى حد ما
		12	24	غير كافية
		100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (11):

- أشارت النسبة الغالبة من المبحوثين إلى كفاية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة للتواصل معهم. وقد ترجع هذه النسبة إلى التنوع الكبير في وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي، وفقاً لما أشارت إليه النتائج السابقة.
- وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (باتريك، 2012) التي أظهرت نتائجها كفاية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة بإدارة سريناجار التعليمية.

جدول رقم (12) درجة الرضا عن الأنشطة التي تقدمها إدارة العلاقات العامة للعاملين داخل الإدارة التعليمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	ك	درجة الرضا عن الأنشطة التي تقدمها إدارة العلاقات العامة للعاملين داخل الإدارة التعليمية
.708	2.54	66	132	راضٍ جداً
		21.5	43	راضٍ إلى حد ما
		12.5	25	غير راضٍ
		100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق:

- ارتفاع مستوى رضا العاملين في الإدارات التعليمية عن أنشطة العلاقات العامة، حيث أن "راضٍ جداً"، جاءت في المرتبة الأولى، وترجع هذه النتيجة إلى تعدد الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها الاتصالية وفقاً لما أشارت إليه النتائج السابقة.

المحور الرابع: مدى فاعلية التواصل بين إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية والجمهور الداخلي:

جدول رقم (13) أفضل وسيلة لمعرفة الأنشطة والخدمات التي تقدمها إدارة

العلاقات العامة بالإدارة التعليمية في رأي المبحوثين

أفضل وسيلة لمعرفة الأنشطة	ك	%
وسائل التواصل الاجتماعي (الواتس اب او الفيسبوك)	177	88.5
النشرات والقرارات الإدارية	150	75
الموقع الإلكتروني للإدارة	63	31.5
المراسلات البريدية	60	30
الإجمالي	200	

يتضح من الجدول السابق :

- تفضيل الجمهور الداخلي "وسائل التواصل الاجتماعي" كأفضل الوسائل الاتصالية لمعرفة الأنشطة والخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية، ويرجع ذلك إلى سهولة عمل مجموعات وسهولة إرسال الرسائل الجماعية واستقبالها، وتمتاز بالانتشار والسرعة لدى الجمهور عن غيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى، يليها "النشرات والقرارات الإدارية" في المرتبة الثانية، لأنها لا زالت الوسيلة الرسمية التي اعتاد عليها المبحوثين منذ قبل استخدام الوسائل الحديثة، بينما جاء "الموقع الإلكتروني للإدارة" في المرتبة الثالثة، لصعوبة تحميله ومتابعته لدى موظفي الإدارة التعليمية، بينما جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة "المراسلات البريدية"، لأنها تعتبر وسائل غير مفعلة لدى كثير من الجمهور لأنها تحتاج وقتًا كبيرًا وجهد أيضًا.

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أمل السر حمد، 2018) التي توصلت إلى تفضيل جمهور مؤسسات التعليم العالي بالجامعات الإماراتية لوسائل التواصل الاجتماعي مع إدارة العلاقات العامة بالجامعات الإماراتية.

المحور الخامس: مدى استفادة إدارة العلاقات العامة لوسائل الاتصال التكنولوجية:

جدول رقم (14) سهولة التواصل مع إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية إلكترونياً

سهولة التواصل مع إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية إلكترونياً	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
توجد سهولة في التواصل	130	65	2.57	.646
توجد سهولة في التواصل إلى حد ما	53	26.5		
لا توجد سهولة في التواصل	17	8.5		
الإجمالي	200	100		

يتضح من الجدول السابق :

- أن غالبية الجمهور الداخلي لإدارة العلاقات العامة يرون أن هناك سهولة في التواصل إلكترونياً مع إدارة العلاقات العامة. وذلك يرجع إلى استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الاتصالية الإلكترونية للتواصل مع الجمهور عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي "الفيسبوك و الواتس أب". وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (صقر الزيدي، 2018) التي توصلت إلى سهولة التواصل إلكترونياً مع جمهور العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي باليمن والسودان.

جدول رقم (15) تأثير استخدام إدارة العلاقات العامة من استخدام وسائل الاتصال التكنولوجية

الحديثة بالإدارات التعليمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارة
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.508	.81	100	200	5	10	9.5	19	85.5	171	ان استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل

										التكنولوجية يساعد على إتمام المهام بصورة أفضل.
.544	.76	100	200	5.5	11	13.5	27	81	162	أن استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل التكنولوجية يزيد من سرعة الاستجابة في حل المشكلات.
.596	.72	100	200	7.5	15	13.5	27	79	158	أن استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل التكنولوجية يزيد من التواصل مع الإدارة التعليمية.
.631	.69	100	200	9	18	13.5	27	77.5	155	أن استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل التكنولوجية يساعد على الوصول إلى الجمهور بسهولة.
.560	.64	100	200	4	8	28.5	57	67.5	135	أن استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل التكنولوجية يساعد على إعطاء معلومات حديثة ودورية.
.743	.49	100	200	15	30	21.5	43	63.5	127	أن استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل التكنولوجية يمنع اللبس في فهم المعلومات والقرارات.

يتضح من الجدول السابق:

- استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية للوسائل التكنولوجية الحديثة من وجهة نظر العاملين "يساعد على إتمام المهام بصورة أفضل" وبذلك جاءت في المرتبة الأولى، ويرجع ذلك إلى سرعة تيسير العمل وتحقيق مستوى عال من الكفاءة الإنتاجية والخدمية التي تسببها الوسائل التكنولوجية.
- ولذلك جاء استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل التكنولوجية يزيد من سرعة الاستجابة في حل المشكلات"، ويزيد من التواصل مع الإدارة التعليمية "في المرتبة الثانية والثالثة بنسب متقاربة، ويرجع ذلك إلى أن استخدام العلاقات العامة للوسائل التكنولوجية يساعد على سرعة إنجاز المهام المطلوبة وسرعة توصيل الرسالة الاتصالية ووضوحها وتتميز الوسائل التكنولوجية الحديثة بالاتصالات ثنائية الاتجاه في التواصل مع الجمهور.
- أن استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للوسائل التكنولوجية يمنع اللبس في فهم المعلومات والقرارات" في المرتبة الأخيرة.
- وترى الباحثة أن استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية للوسائل التكنولوجية محل الدراسة، ساعدها على إنجاز المهام بصورة أسرع والتواصل مع الجمهور بشكل دائم وسرعة حل المشكلات وسرعة توزيع القرارات، وذلك بسبب قدرة الوسائل التكنولوجية الحديثة على تسهيل الاتصال في اتجاهين من أجل بناء علاقات الإدارات التعليمية مع الموظفين، من خلال المشاركة والتفاعل وقدرتها على عمل مجموعات وربطهم ببعضهم، وتحقيق مميزات التواصل على الإنترنت، ومساعدة الجمهور على متابعة الأحداث فور حدوثها، إضافة إلى أن الوسائل التكنولوجية الحديثة تجمع بين نمطي الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري من وجهة نظر الباحثة.
- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد عبد السلام أحمد عبد السلام، 2016) التي توصلت إلى أن الإدارة الإلكترونية تسهل الاتصالات الرسمية بين كافة المستويات الإدارية بالمدرسة، وأن الإدارة الإلكترونية تساعد على التغلب على بعد المسافات عند الاتصال وتسهل تبادل الرسائل الإلكترونية، وتتفق هذه النتيجة مع (ريلبي فرنسيه، 2013، Relly, Frances). التي توصلت إلى أن استخدام التكنولوجيا الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية تحسن الأداء المعرفي والتعليمي للمؤسسات التعليمية في كاليفورنيا.

جدول رقم (16) صعوبات استخدام الجمهور الداخلي لإدارة العلاقات العامة

بالإدارة التعليمية للموقع الإلكتروني

صعوبات استخدام إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية للموقع الإلكتروني	ك	%
لا يتم الرد على الاستفسارات التي تتم عبر الموقع الإلكتروني بشكل سريع.	161	80.5
صعوبة الدخول للموقع الإلكتروني للتواصل مع إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية.	77	38.5
الموقع الإلكتروني الذي يتم التواصل من خلاله لا يحدث بشكل مستمر.	36	18
الإجمالي	200	

يتضح من الجدول السابق :

- أن هناك بعض الصعوبات التي يواجهها المبحوثون عند استخدام الموقع الإلكتروني وهي أنه "لا يتم الرد على الاستفسارات التي تتم عبر الموقع الإلكتروني بشكل سريع" حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليها "صعوبة الدخول للموقع الإلكتروني للتواصل مع إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية" في المرتبة الثانية.
 - نستنتج مما سبق تراجع وسيلة الموقع الإلكتروني كأحد أهم الوسائل الاتصالية الإلكترونية المهمة، بالرغم من أنها وسيلة لها طابع حديث وتتسم بالصيغة الرسمية عن وسائل التواصل الاجتماعي، وبالرغم من أهميتها إلا أنها تجد معوقات تجعلها متأخرة في أهميتها عن وسائل التواصل الاجتماعي بسبب عدم اهتمام مسؤولي العلاقات العامة بالرد على الاستفسارات عن طريق الموقع الإلكتروني بشكل أسرع ولذلك يبتعد الجمهور عن استخدامه لصعوبة الولوج إليه. ويجب على موظفي العلاقات العامة الاهتمام بالموقع الإلكتروني ومراعاة تحديث بياناته والرد على الاستفسارات بطريقة أسرع لكي يحظى بأهميته من قبل الجمهور.
 - واختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة (أحمد عبد السلام أحمد عبد السلام، 2016) التي أظهرت أن معوقات تطبيق الاتصال الإلكتروني بالتعليم العام بدولة الكويت هي ضعف قناة إدارة المدرسة بجودى تطبيق الاتصال الإلكتروني، وعدم ثقة الجمهور بالمعلومات المتوفرة عبر وسائل الاتصال الإلكتروني.
- المحور السادس: تقييم برامج العلاقات العامة:

فيما يتعلق باهتمام إدارة العلاقات العامة بقياس وتقييم اتجاهات الجمهور الداخلي بالإدارات التعليمية لأنشطتها الاتصالية، بسؤال المبحوثين عن ذلك تبين عدم قيامهم بذلك التقييم من قبل، وذلك بإجماع عينة الدراسة، وهذا يؤكد عدم قيام إدارة العلاقات العامة بتقييم لأنشطتها الاتصالية، وتوضح عدم وعي إدارة العلاقات العامة بأهمية التقييم التي تساعد على معرفة النتائج الفعلية المتحققة من الأنشطة الاتصالية، ومدى مساهمتها في تحقيق الأهداف الاتصالية المرجوة، وتوضح أيضاً أهمية التقييم في معرفة نتائج الجهود التي بذلت من قبل إدارة العلاقات العامة، ومدى مطابقتها للخطط الموضوعية بما يتفق مع التوقيت المحدد بأقل قدر من النفقات وبأكثر قدر من الكفائية، وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل دراسة (باتريك، 2012، Patric, K) التي أثبتت عدم وجود تقييم لأنشطة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في سرينجار التعليمية.

جدول رقم (17) أسباب عدم إجراء تقييم لبرامج إدارة العلاقات العامة بالإدارة التعليمية

أسباب عدم إجراء تقييم	ك	%
العلاقات العامة تتلمس نتائجها أول بأول دون الحاجة إلى تقييم.	175	87.5
العلاقات العامة ترى أن عملها معروف ولا يحتاج لتقييم.	167	83.5
لعدم توافر ميزانية كافية لإجراء التقييم.	166	83
التقييم من اختصاص إدارة أخرى.	41	20.5
الإدارة التعليمية لا تشجع إجراء أي تقييم.	23	11.5
الإجمالي	200	

يتضح من الجدول السابق :

- أهم الأسباب التي يراها الجمهور الداخلي مبرراً لعدم اهتمام إدارة العلاقات العامة بقياس رأي الجمهور حول أنشطتها يرجع إلى أن "العلاقات العامة تتعرف على نتائجها مبكراً دون الحاجة إلى تقييم حيث مثلت نسبة 87.5% وأن "العلاقات العامة تعرف عملها مبكراً ولذلك لا يحتاج إلى التقييم" وجاء ذلك في المرتبة الثانية، ثم كان "عدم توافر ميزانية كافية لإجراء التقييم" من أسباب عدم القيام به حيث جاء في المرتبة الثالثة.
- وترى الباحثة أن أسباب عدم تقييم القائمين بالاتصال للأنشطة الاتصالية في إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية هو عدم إدراك ووعي واهتمام إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية بأهمية التقييم للأنشطة الاتصالية، وتفسر الباحثة ذلك بأن الأسباب الرئيسية ترجع إلى نقص التمويل وعدم الاهتمام لدى المسؤولين وعدم الاحتياج لذلك وهي أهم الأسباب التي يذكرها المبحوثون في معظم المنظمات، لكن من الضروري لإدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية تجاوز هذه العقبات والتغلب عليها، حتى يمكنها القيام بالوظيفة

التقييمية للأنشطة وإعداد النشاط الاتصالي المدروس والمبني على حقائق علمية الذي يحقق الأهداف الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية.

جدول رقم (18) مقترحات الجمهور الداخلي لتطوير الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة

المقترحات	ك	%
أن تجري إدارة العلاقات العامة بحوثاً عن المشكلات التي يعاني منها موظفو الإدارة التعليمية.	169	84.5
أن تسهل إدارة العلاقات العامة الإجراءات لذوي الاحتياجات الخاصة من موظفي الإدارة التعليمية.	132	66
تحديث الموقع الإلكتروني لإدارة العلاقات العامة للإدارة التعليمية.	122	61
تفعيل الاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	81	40.5
الاهتمام باستطلاعات الرأي العام.	74	37
أن تشارك إدارة العلاقات العامة موظفي الإدارة التعليمية في المناسبات الاجتماعية.	73	36.5
أن تنتج إدارة العلاقات العامة أفلاماً تسجيلية مصورة عن الإدارة التعليمية وما تقدمه من خدمات.	45	22.5
أن تجري إدارة العلاقات العامة الدراسات حول سياسة الإدارة التعليمية ومدى الرضا عنها.	42	21
أن تستعين إدارة العلاقات العامة بموظفي الإدارة التعليمية لإعداد النشرات الإرشادية.	41	20.5
الإجمالي	200	

يتضح من الجدول السابق :

- إن المقترحات التي قدمها المبحوثين لتطوير الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالإدارات التعليمية من وجهة نظر عينة الدراسة، تبين أن أكثر من نصف العينة يرون أن أهم ثلاثة مقترحات والتي جاءت بالتوالي هي "أن تجري إدارة العلاقات العامة بحوثاً عن المشكلات التي يعاني منها موظفو الإدارة التعليمية"، حيث أن موظفي الإدارة التعليمية لديهم عدة مشاكل يعانون منها ويحتاجون إلى من يقوم بتوصيلها إلى الإدارة العليا، ويرون أن هذه أحد مهام إدارة العلاقات العامة التي يجب أن تعمل على تحقيقها، وأن "تسهل إدارة العلاقات العامة الإجراءات لذوي الاحتياجات الخاصة من موظفي الإدارة التعليمية"، حيث أن هناك نسبة 5% من موظفي الإدارة التعليمية ذوي احتياجات خاصة، ويجد موظفو الإدارة التعليمية أن هؤلاء الموظفين يعانون ويحتاجون إلى مساعدة من قبل المسؤولين. وهذا المقترح مرتبط بالمقترح الأول لأن من ضمن المشكلات التي يعاني منها موظفو الإدارة هي مشكلات ذوي الاحتياجات الخاصة وهي عدم تسهيل الإجراءات لهم، وجاء في المرتبة الثالثة بنسبة تعدت النصف هو اقتراح "تحديث الموقع الإلكتروني لإدارة العلاقات العامة للإدارة التعليمية". وهذا الاقتراح هام للعاملين لوجود صعوبات في الموقع الإلكتروني للإدارة التعليمية ويعتبر الجهة الاتصالية التكنولوجية القانونية التي تسعى إدارة العلاقات العامة لتطبيقها لتسهيل القيام بأنشطتها الاتصالية ومواكبتها التكنولوجية وتحديثها باستمرار.
- ونستنتج مما سبق أن هذه المقترحات الثلاثة هي من أهم المتطلبات لتيسير عمل العلاقات العامة وتفعيل أنشطتها الاتصالية في الإدارات التعليمية بما يحقق الأهداف الاتصالية ولخلق علاقات عامة ناجحة تعتمد على ممارسات علمية تكنولوجية صحيحة.
- تتشابه هذه المقترحات مع مقترحات دراسة (Goncalves, Gisela, 2011) التي اقترحت فيها جمهور المؤسسات الجامعية في البرتغال بضرورة إجراء بحوث لمعرفة المشكلات التي يعاني منها الجمهور، والاهتمام باستطلاعات الرأي.

المراجع:

(1) عبد الرزاق الدليمي، "العلاقات العامة في التطبيق"، ط2، (عمان: دار جرير للنشر، 2005)، ص150.

(2) مهدي حسن زويلف، "نظريات وأساليب العلاقات العامة" ط1، (عمان: دار الصفاء، 2003)، ص ص: 33-34.

- (3) W. Kelly, T. Masumoto, D. GibsonkishArurabu and Koho, "Japanese media relations and public relations". *Public Relations Review*, 28, 2002, pp. 265-281.
- (4) Lussier, A.M., "The Wages of Spin. *Business Monthly*", *The Journal the American Chamber of Commerce in Egypt*, Vol. 18, August., 2002, p.p8-40.
- (5) راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، "إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي"، ط1، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص 25.
- (6) Spiers, P, "It's not advertising: what is it? *Business Monthly: The Journal of the American Chamber of Commerce in Egypt*", Vol. 7, 2001, Septembor, p.p32-33.
- (7) محمد نجيب الصرايرة، "العلاقات العامة"، ط1، (عمان: مكتبة رائد، 2001)، ص: 10.
- (8) يوسف محمود مصطفى، "المدخل إلى العلاقات العامة"، ط1، (القاهرة: دار الإيمان، 2002)، ص7.
- (9) صفاء محمود أحمد أحمد، "العلاقات العامة في إدارة التعليم المصري والرضا الجماهيري، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية التربية، 2007، ص 5.
- (10) فاطمة يوسف علاونة، "الصورة الذهنية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات الأردنية لدى جمهورها الداخلي"، دراسة ميدانية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، الأردن، 2019.
- (11) نجوى الفضل الحسين الفضل، "بحوث العلاقات العامة ودورها في تنمية المؤسسات"، دراسة موجهة إلى أساتذة الجامعات والإعلاميين والمراكز البحثية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2018.
- (12) Amon, Donald L, "The role of public relations in reshaping the image of selected Oklahoma Public Schools: A Case Study", **Unpublished Ph.D.**, Oklahoma State University, Education lead & Policy Studies, United States, 2018.
- (13) إبراهيم محمد صالح الجابوري، "تقييم نشاط العلاقات العامة في القطاع الحكومي الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن، 2018.
- (14) أمل السر خالد حمد، "توظيف وسائل الإعلام الجديد في الترويج لبرامج وأنشطة العلاقات العامة في الجامعات: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات التعليم العالي بدولة الإمارات في الفترة 2014-2016"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، السودان، 2018.
- (15) صقر فايد حزام الزبيدي، "تصور مقترح لتفعيل وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي باليمن والسودان في ضوء اللوائح المنظمة من 2016م إلى 2017م"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، كلية الدراسات العليا، السودان، 2018.
- (16) الفاتح التوم بابكر، "العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وفاعلية توظيف وسائط الاتصال الحديثة: دراسة تطبيقية على وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الفترة من 2014-2016م"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، السودان، 2017.
- (17) أحمد فاروق حسن النعيمي، "دور العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في التوعية الثقافية للطفل المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام، 2016.
- (18) Thomas, Lisa C, Lumetta, Steve J; Vendellin, Joe, Dan, **Effective Superintendent Public Relations in a School District**, **Unpublished Ph.D.**, Saint Louis University, United States-Missouri, 2014.
- (19) Relly, Frances L Matt, John J.: "Public Relaitons Opportunities for Childhood Institution Utilizing Innovations in Virtual Communities", *Journal of Education of Learning*; 2(2), ISSN 1927-5250, 2013.
- (20) Bovens, Mark: "A Framework for the Analysis and Assessment of the Role of Public Relations in Raising Children Cultural Awareness in Educational Settings", **Unpublished Ph.D.**, Utrecht University Netherlands, 2013.
- (21) هبة حسن عباس توفيق، "دور العلاقات العامة بالجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في إمداد شباب الجامعات بالمعلومات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام، 2013.
- (22) Demiray, Ugur, Negy, Jud: "Strategies for the public Relations in Childhood Institutions with Comparative Contextual References Between Australia and Turkey", *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 6, 2013.

- (23) Patrick, K.: "New Standards for the Childhood Institution Public Relations Profession", National School Public Relations Association: USA, ISBN 0-87545-1209, 2012.
- (24) Macpherson, Elizabeth: "The Impact of Mangers' Characteristics on the Use of Public Relation Strategies: An Exploratory Study in Queensland Childhood Foundations, **MA Thesis**, Queensland University of Technology, Australia..
- (25) Leichty, Greg: "The Cultural Awareness of Children through Public Relations", Journal of Public Relations, Vol. 15, No. 4, 2012.
- (26) Evrard, Gisele: "Training on Cultural Awareness Raising Among Public Relations Practitioners", CA State: California, 2012.
- (27) Campbell, Geoff: "Evolving Public Relations: Use by higher education communicators Study", Public Relations Tactics: Vol. 5, 2012.
- (28) Yang, Mu-L; Chiou, Wen-Bin: "Countrywide Study on Factors Influencing the public Relations Practice in Childhood Institutes in Taiwan", Asia Pacific Education Review, 2011.
- (29) Goncalves, Gisela: "Strengths and Weaknesses of Public Relations in Childhood Institutions in Portugal", Studies in Education; Vol. 6 No. 37, 2011.
- (30) Okwelle, PaulinusChijioke: "Effective students' involvement in public relations: a strategy for in enrolment into technical teacher educations programmer in Nigeria", am. J. Soc. Mgmt. Sci., Vol. 2, No. 4, 2011.
- (31) رافع أحمد أبو الزيت دراغمة "دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة: دراسة مسحية مقارنة)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة لاهاي، كلية الدراسات العليا، قسم العلاقات العامة، هولندا، 2011.
- (32) حورية الجابر: "دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي"، دراسة ميدانية في المؤسسات التابعة لوزارة التعليم العالي في الجمهورية العربية السورية، جامعة حلب، كلية الاقتصاد، قسم إدارة أعمال، 2010.
- (33) Wilson Terry Angelo, "The Role of Communication Messages and Public Relations Strategies in the Higher Education", Public good debate: a study of four public research universities, **Unpublished Ph.D.**, University of Texas Austin, 2009.
- (34) درة والمجالي، "العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة"، منحى نظامي واستراتيجي، ط2، عمان: دار وائل للطباعة والنشر، (2013)، ص: 38.
- (35) عماد محمد عبد الرحمن المديفر، "ما بعد نموذج الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه في العلاقات العامة: مراجعة نظرية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع22، 2019، ص: 319.
- (36) راسم الجمال، خيرت عياد، "إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي"، ط4، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2014)، ص: 51.
- (37) عماد محمد عبد الرحمن المديفر، "اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية نحو توظيف الإعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض، 2013، ص: 35.
- (38) Kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/157179.