

اتجاهات الطلاب نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة

دراسة على عينة من طلاب قسم العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز

د. فطيمة قبيبي بن دنيا*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلاب نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة وعوامل اختيارهم لهذا التخصص، وأرائهم نحو المناهج الدراسية والمقررات المفضلة لديهم والمجالات التي يفضلون العمل بها بعد التخرج، وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان، كما بلغت العينة 168 مفردة من الطلاب ذكورا وإناثا من قسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز. خلص البحث إلى العديد من النتائج، أهمها أن غالبية الطلاب يرون بأن المناهج الدراسية كفيلة بتوضيح أسس ومركزات مهنة العلاقات العامة، كما جاء في مقدمة أسباب اختيارهم لهذا التخصص، الرغبة الشخصية وملائمة هذا المجال لشخصيتهم، وأن هذا التخصص سيمكنهم من العمل في مكانة مرموقة، كما بينت النتائج أن غالبية الطلاب يركزون على أهمية التدريب بعد التوظيف. وبالرغم من أن اتجاهاتهم عموما إيجابية نحو تخصصهم الدراسي إلا أن الكثير منهم متخوف من صعوبة الحصول على وظيفة بعد التخرج. ومن بين المقررات الأكثر أهمية وفقا لرأي الطلاب يأتي في المقدمة مقرر "أسس العلاقات العامة" ثم "العلاقات الدولية" بعدها "حالات متقدمة في العلاقات العامة"، كما أن أكثر المجالات المفضلة لديهم من أجل العمل بعد التخرج هي "الوكالات الإعلانية والعلاقات العامة" ثم "المؤسسات الإعلامية".

- الكلمات المفتاحية:

اتجاهات- طلاب- العلاقات العامة- تعليم- مهنة

Students' attitudes towards the education and profession of public relations: A study on students at King Abdulaziz University.

Abstract :

The study aimed to know students' attitudes towards the education and profession of public relations; their reasons for choosing this specialty, and their opinions about the curriculum and also the most important courses for them, and their preferable domains after graduating. This research has been developed by a questionnaire, taking the sample of 168 students from the public relations section, faculty of communication and media, King Abdulaziz University. The study concluded that, that most of students see that the curriculum syllables can clarify the speciality of public relations, as stated in the forefront of the reasons for choosing this major, wish and personal desire, as well as that this field is suitable for their personality. and

* أستاذ مشارك بكلية الاتصال و الإعلام بجامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية
أستاذ محاضر أ بجامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر

although their attitudes are generally positive towards their academic specialization, many of them are afraid of the difficulty of obtaining a job after graduation. One of the most important courses regarding student's opinions, firstly, « the public relations », « internationale relations ». Finally, we discovered that the most preferable domains for students in order to get good jobs is advertising agencies, public relations, and then media organizations.

Keywords : attitudes - students - public relations - education - profession

مقدمة:

اختيار التخصص الدراسي هو خطوة مهمة تواجه الطلاب من مختلف التخصصات في جميع أنحاء العالم، وقد يحقق الاختيار المهني للطلاب رغباتهم وتطلعاتهم ما يؤثر على نوعية حياتهم المستقبلية¹. كما يمثل اتخاذ قرار اختيار تخصص الكلية المناسب قرارا رئيسيا في الحياة، بل ومن أصعب القرارات، حيث يشير بعض طلاب المرحلة الجامعية أنه يمكنهم اتخاذ قراراتهم بأنفسهم دون الرجوع إلى الدليل الإرشادي، في حين يختار البعض منهم تخصصا دراسيا بناء على اهتماماتهم، أو تأثير محيطهم مثل العائلة أو الأصدقاء². ولما كان التخصص الدراسي من الأسس الرئيسية الذي سيبنى عليها التوجه المهني مستقبلا، فإن حب التخصص ورضا الطالب عنه من شأنه أن يؤثر على تحصيله العلمي والأكاديمي بل وحتى على مستوى ممارسته لمهنته المستقبلية. في هذا السياق، نشير إلى أن العوامل المحفزة على اختيار مهنة معينة تحدها جوانب اجتماعية وسياسية متنوعة، حيث أشارت العديد من الأبحاث إلى أن هناك عدة عوامل أثرت على القرار الوظيفي للطلاب. البعض منها يبدأ في التطور في مرحلة مبكرة من الحياة الأسرية والمدرسية، والبعض الآخر على مستوى التفاعل مع الأصدقاء والمجتمع، بينما تنشأ عوامل أخرى في مرحلة الحصول وتجميع المعلومات للولوج إلى مرحلة التعليم الجامعي³.

من بين التخصصات المهنية الذي زاد الاهتمام بها وصارت تحظى بمكانة متميزة في مختلف دول العالم، هو تخصص العلاقات العامة، الذي فرض نفسه بقوة في عصرنا الحالي وصار من أهم الوظائف الإدارية التي يصعب الاستغناء عنها نظرا لأهميته في تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمات والهيئات و جماهيرها الداخلية والخارجية، والمساهمة في الحفاظ على السمعة الجيدة وخلق الصورة الايجابية، بالإضافة إلى الدور الكبير في إدارة الأزمات، وغيرها من الوظائف التي من شأنها مساعدة أي مؤسسة في تحقيق النجاح والاستمرارية. ومن هذا المنطلق يعد البحث في تعليم العلاقات العامة من الأهمية بمكان، نظرا لان التعليم يساهم في تحديد نطاق ومعايير وأخلاقيات المهنة ويساعد على إضفاء الشرعية على المهنة على المستوى المجتمعي من خلال زيادة القبول الاجتماعي⁴. كما أن بحوث ودراسات العلاقات العامة يجب أن تحصل على بيانات شاملة من مختلف المراحل الاجتماعية، الاقتصادية والتنموية⁵، بالإضافة إلى ذلك، وللأهمية القصوى وجب على العلاقات العامة أن تستثمر في تعليم العلاقات العامة باعتباره المؤثر على ممارسة العلاقات العامة مستقبلا⁶.

في المملكة العربية السعودية وفي ظل التحديات التي تواجهها المملكة من أجل تنمية الاقتصاد السعودي والنهوض به لأعلى المستويات عالمياً، ووفقاً لرؤية 2030 الرامية لتحقيق حزمة من التغييرات والانجازات على مختلف الأصعدة، بات قطاع العلاقات العامة من القطاعات الإستراتيجية المعول عليها، نظراً لأهمية العلاقات العامة في بناء الثقة لدى الجماهير وبناء السمعة. وفي ظل هذا الوضع يبدو جلياً زيادة الاهتمام بهذا المجال، سواء من جانب الشركات والمؤسسات أو من ناحية مراكز ومؤسسات التعليم. ولكن على الرغم مما سبق الإشارة إليه، يلاحظ قلة ومحدودية الدراسات التي تناولت واقع تعليم العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية وعوامل اختيار هذا التخصص الدراسي وتصورات وآراء الطلاب نحوه، برغم من وفرتها في البيئات الأجنبية وهذا ما دفعنا للقيام بهذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تتطلب التنمية المستدامة، تعليماً يلبي متطلبات العلاقات العامة، خاصة مع سعي المملكة إلى أن تصبح قوة استثمارية عالمية من خلال جذب المستثمرين الأجانب إليها⁷، والذي يمكن تحقيقه من جانب ما، من خلال الاستثمار في مجال العلاقات العامة مما يؤدي إلى تحسين وتطوير قطاع الأعمال التجارية الوطنية والعالمية⁸. وما من شك أن التغييرات المتسارعة في المملكة العربية السعودية خاصة من ناحية التقدم التكنولوجي، قد أثرت بشكل ملحوظ على مجال تدريس وممارسة العلاقات العامة بالبلاد، كما أن طريقة تعليم العلاقات العامة من شأنه أن يؤثر على مستقبل ممارسة هذه المهنة⁹، من خلال التركيز على تأهيل ممارسين على قدر عالٍ من الخبرة والكفاءة، وإعداد كوادر مؤهلة ومدربة على فنون العلاقات العامة. وعلى هذا الأساس أصبحت مهنة العلاقات العامة تنتشر على نطاق واسع حيث تنمو هذه الصناعة يوماً بعد يوماً على مستوى الشرق الأوسط عامة، وعلى مستوى المملكة العربية السعودية على وجه الخصوص. ومع الحاجة إلى الحصول على خدمات العلاقات العامة، زادت الحاجة أيضاً إلى الاهتمام بتقديم برامج لتدريس أسسها ومرتكزاتها على مستوى الجامعات. وفي ضوء النقص الواضح في الدراسات والبحوث التي تتناول اتجاهات طلاب العلاقات العامة في الجامعات السعودية نحو تخصصهم، تتبلور المشكلة البحثية في محاولة التعرف على اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة وأسباب اختيارهم لهذا التخصص بقسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز، وفقاً للتساؤل الرئيسي الآتي:

- ما اتجاهات طلاب قسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز نحو تخصصهم الدراسي ومهنتهم المستقبلية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في معالجة موضوع مهم للغاية وهو محاولة رصد واقع العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية، في شقه المتعلق بمعرفة وجهات نظر الطلاب في قسم العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز نحو هذا التخصص واتجاهاتهم نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة، ما يفتح المجال أمام دراسات وبحوث أخرى وفي مختلف الجامعات بغية إحداث نوع من التراكم المعرفي المنشود والمفيد من أجل التحسين والتطوير، حيث

يمكن أن تفيد نتائج مثل هذه البحوث -خاصة إن مست كل الجامعات-، في الخروج بمؤشرات يمكنها المساعدة على تطوير مناهج العلاقات العامة وإيجاد استراتيجيات تعليمية فعالة قادرة على إعداد ممارسين أكفاء للعلاقات العامة مما يسهم في النهوض بهذا القطاع بالمملكة العربية السعودية

أهداف الدراسة:

يسعى هذا البحث إلى:

- التعرف على أسباب ودوافع اختيار الطلاب لدراسة تخصص العلاقات العامة.
- التعرف على رأي الطلاب فيما إن كانت المناهج الدراسية كافية بتوضيح طبيعة مهنة العلاقات العامة.
- التعرف على اتجاهات طلاب العلاقات العامة نحو تخصص العلاقات العامة.
- التعرف على دور الهيئة التدريسية في بناء تصورات الطلاب نحو مهنة العلاقات العامة.
- التعرف على صفات ممارس العلاقات العامة من وجهة نظر عينة الدراسة.
- التعرف على المجالات المفضلة للعمل لدى الطلاب بعد التخرج.
- التعرف على مقترحات الطلاب لزيادة تفعيل دور قسم العلاقات العامة لتأهيل وتكوين الطلاب لمهنة العلاقات العامة.

الدراسات السابقة:

شغل موضوع اختيار تخصص العلاقات العامة واتجاهات الطلاب نحوه اهتمام عدد من الباحثين وعلى وجه الخصوص الأجانب، وسنحاول فيما يلي استعراضها وفقاً لمحورين، الأول خاص بالدراسات العربية، والثاني للدراسات الأجنبية

المحور الأول: الدراسات العربية

- 1- دراسة بوغولة مفيد (2015)¹⁰، والتي هدفت إلى التعرف على مختلف آراء الطلاب في وظيفة العلاقات العامة، وقد تم اختيار عينة طبقية من طلاب ثلاث تخصصات (تخصص العلاقات العامة، تخصص علم اجتماع التربية، علم اجتماع العمل والتنظيم) وفي كل تخصص من التخصصات المذكورة تم اختيار عينة من المبحوثين بطريقة عشوائية متساوية، باستخدام أداة الاستبيان وبالتركيز على عدة أساليب إحصائية. من النتائج المتوصل إليها، أن هناك مفهوم واضح عن مهنة العلاقات العامة لدى 57.7% من أفراد العينة، وأن هناك انطباعات إيجابية متوسطة عن مهنة العلاقات العامة لدى 51.7% من أفراد العينة. كما أنهم يشجعون على ممارستها ويؤكدون على أهميتها كمهنة ووظيفة أساسية لنجاح العمل الإداري، ويرى نسبة من المبحوثين أن مهنة العلاقات العامة تهتم بالجمهور الخارجي أكثر من الجمهور الداخلي، وهناك اتفاق بينهم على أن الهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة وخلق سمعة طيبة عنها.
- 2- دراسة بورويس رزيقة (2018)¹¹، هدفت إلى التعرف على تمثلات الطلبة لمهنة العلاقات العامة ومحاولة معرفة العوامل المؤثرة والمساعدة على بناء تمثلاتهم نحوها،

وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي باستخدام الاستبيان كأداة جمع المعلومات على عينة من طلاب السنة الثانية ماستر علاقات عامة، بالإضافة إلى استخدام أداة المقابلة والملاحظة. من النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن الطلاب يتأثرون بمجال التخصص الأكاديمي لبناء تمثلاتهم حول مهنة العلاقات العامة، وان المناهج التعليمية تلعب دورا مهما في توفير المعلومات اللازمة عن مهنة العلاقات العامة، كما تم التوصل إلى أن المدة الزمنية للتخصص تساهم في تنظيم معارف الطلاب وبلورة تمثلاتهم نحو العلاقات العامة. كما ان الطلاب يتأثرون بعلاقاتهم مع زملائهم السابقين في التخصص من خلال تبادل المعلومات والنقاشات والآراء باعتبارهم جماعات مرجعية لهم.

3- **دراسة رزق سعد عبد المعطي (2003)**¹²، التي حاولت التعرف على أسباب التحاق الطلاب بتخصص العلاقات العامة ومدى معرفتهم بهذا التخصص قبل الالتحاق به، واتجاهاتهم نحو المقررات الدراسية والقواعد المنظمة للعملية التعليمية في كليات الإعلام. واعتمد الباحث منهج المسح الإعلامي من خلال مسح الدراسات السابقة، إلى جانب استخدامه المسح الميداني لعينة الدراسة، كما استخدم المنهج المقارن. وقد تم اختيار قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وشعبة العلاقات العامة والإعلام، جامعة الأزهر كعينة ممثلة للجامعات الحكومية. كما تم اختيار تخصص الاتصال التسويقي بكلية الإعلام - جامعة مصر الدولية، وقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا كعينة ممثلة للجامعات الخاصة. كما تم اختيار 80 مفردة من الطلاب بواقع 20 لكل تخصص. من بين أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أنه من أهم أسباب الالتحاق بتخصص العلاقات العامة هو انه فرص العمل لهذا التخصص متوفرة أكثر من غيره، كما جاءت معرفة الطلاب بوظائف العلاقات العامة والإعلان في ضوء الدراسات الإعلامية التي تلقوها قبل التحاقهم بالتخصص بنسبة 70 % من عينة الطلاب بالجامعات الحكومية، ونسبة 42.1 % من عينة طلاب الجامعات الخاصة، كما اتفق أغلب أفراد العينة على أن تخصص العلاقات العامة يتطلب بجانب المعرفة النظرية، التمكن من مختلف مهارات الاتصال، وأن المنهج الدراسي يؤهلهم لمواكبة التغيرات في تخصص العلاقات العامة والإعلان

4- **دراسة شيماء السيد سالم (2007)**¹³، حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة معرفة تقييم طلاب أقسام العلاقات العامة للدراسة بكلياتهم، وكذلك معرفة تقييمهم للتدريب العملي، وأيضا التعرف على اتجاهاتهم نحو مستقبل ممارسة مهنة العلاقات العامة بعد التخرج، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة منهج المسح بالاستعانة بأداة الاستبيان، وشملت عينة الدراسة 187 مفردة من طلاب أقسام وشعب العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، 192 مفردة من قسم الإعلام جامعة عين شمس، و55 مفردة من قسم الإعلام جامعة حلوان. من بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أنه من بين أكثر دوافع اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة أنه ممتع، ثم الرغبة في العمل بمجال العلاقات العامة بعد التخرج، كما اتضح بأنه أكثر المواد الدراسية النظرية في التأهيل للعمل من وجهة نظر أفراد العينة هي مادة تخطيط الحملات الإعلانية، ومادة الكتابة للعلاقات العامة. كما تبين بأن اتجاهات غالبية طلاب العلاقات العامة نحو مستقبل

العلاقات العامة بعد التخرج بالنسبة للعينة الإجمالية كانت محايدة 35.5 % ثم سلبية بنسبة 34.3 %، وأخيرا ايجابية بنسبة 30.2%

5- دراسة عبد الباسط أحمد هاشم محمود (2016)¹⁴هدفت إلى التعرف على مدى رضا الطلبة عن واقع تعليم العلاقات العامة والإعلان واتجاهاتهم نحو المناهج المقررة وكذا المهارات المكتسبة وكذا مشكلات تعليم العلاقات العامة والإعلان من وجهة نظرهم. اعتمدت الدراسة على منهج المسح واستخدم الباحث الأسلوبين الكمي والكيفي في عرض وتحليل نتائج الدراسة. وزعت الاستبانة على 278 طالبا وطالبة بالفرقة الرابعة للعام الجامعي 2016/2015 على عينة حصرية من طلبة العلاقات العامة والإعلام بأقسام الإعلام بجامعة أسبوط وسوهاج وجنوب الوادي فرع قنا. كما استخدم الباحث المقابلة المتعمقة لمعرفة آراء أعضاء هيئة التدريس بالأقسام عينة الدراسة عن واقع هذا التعليم. من بين النتائج المتوصل إليها، ضعف الاهتمام بالجانب التطبيقي في تدريس العلاقات العامة والإعلان في الأقسام عينة الدراسة وغياب تدريب الطلبة في أقسام العلاقات العامة والإعلان بالمؤسسات المختلفة. كما أن المناهج الدراسية قديمة ولا تتواءم مع التطورات الحاصلة، جودة المعرفة النظرية المقدمة للطلبة عن العلاقات العامة والإعلان وإمدادهم بالمهارات اللازمة للممارسة المهنية في المجالين.

المحور الثاني: الدراسات الأجنبية

1- دراسة (Maden Deniz (2020)¹⁵، حاولت التعرف على كيف يقرر طلاب البكالوريوس دراسة العلاقات العامة وكيف تتغير تصوراتهم في سنوات الدراسة المختلفة. وكيف يقيم الطلاب مهنة العلاقات العامة، وهي دراسة نوعية ارتكزت على القيام بمجموعة من المقابلات المتعمقة على مدى ثلاث أسابيع مع 18 طالبا من طلاب تخصص العلاقات العامة ذكورا وإناثا، في جامعة ايجه Ege، بإزمير وهي جامعة حكومية بتركيا. من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أنه من بين أسباب اختيار أفراد العينة لتخصص العلاقات العامة هو المعلومات التي حصلوا عليها سواء من العائلة أو الأصدقاء أو الأساتذة أو من وسائل الإعلام على وجه الخصوص الوسائط الرقمية، مما أظهر تأثير الجماعات المرجعية وكذلك وسائل الإعلام في اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة. بالإضافة إلى توافر فرص العمل في مجال العلاقات العامة. كما أكد غالبية المستجوبين بأن مهنة العلاقات العامة مبنية على الإدراك والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والتواصل المؤسسي علاوة على ذلك، تبين أن التدريب كان له دور حاسم خلال تعليم العلاقات العامة لأن هذه التجربة تغير وجهات نظر الطلاب حول المهنة

2- دراسة (Boris Hajoš (2017)¹⁶ ركزت هذه الدراسة على التعرف على ما يحفز الطلاب على دراسة تخصص العلاقات العامة في كرواتيا واستكشاف تصورهم لمهنة العلاقات العامة، حيث تم إجراء الاستطلاع إلكترونيا مع 383 طالبا من طلاب العلاقات العامة من السنة الأولى وطلاب التخرج وطلاب الدراسات العليا. خلصت الدراسة إلى أن الدافع المشترك لأفراد العينة لاختيار الدراسة في تخصص العلاقات العامة هو منهجها

المثير للاهتمام، يتبعه الاهتمام الشخصي والرغبة في العمل في العلاقات العامة وجاذبية العمل في هذا المجال. كما أن من أكثر الوظائف المرغوبة لديهم هو مجال الاتصالات في الشركات. والتركيز على إدارة الأحداث وترويج المنتجات والعلاقات الإعلامية والتواصل الداخلي. كما يرى 60% من أفراد العينة أن مهنة العلاقات العامة هي مهنة مطلوبة في سوق العمل، ومن الضروري حسبهم للحصول على هذه المهنة المعرفة الجيدة بها واكتساب المهارات. كذلك يعتقد الطلاب الذين تجاوزوا سنوات من الدراسة في هذا التخصص، أن دراستهم منحتهم مهارات تواصل جيدة ومهارات العمل الجماعي والتمكن من القراءة والكتابة الجيدة ومهارات تحليلية وحل المشكلات والتمكن من اللغات الأجنبية، وأشار الطلاب إلى نقص فهم العلاقات العامة في الحكومات المحلية، ونقص المراجع المتخصصة في المكتبات، والتمييز بين الطلاب المتخرجين، وعدم كفاية الاعتراف بالحاجة إلى العلاقات العامة في الشركات. كما قدم المشاركون أيضاً بعض التعليقات الإيجابية حول آفاق مهنة العلاقات العامة في كرواتيا، وزيادة الممارسة في الدراسات، وتشجيع إبداع الطلاب وشخصيتهم، مما يجعل دراسات العلاقات العامة خياراً جذاباً وممتعاً

3- دراسة **Ridzuan, A. R (2018)**¹⁷، ركز هذا البحث على معرفة تصورات الطلاب اتجاه مقررات العلاقات العامة وعلاقته بأدائهم الأكاديمي، وهي دراسة وصفية كمية باستخدام المنهج المسحي وبالاستعانة بالاستبيان كأداة جمع للمعلومات على عينة من 95 من الطلاب بجامعة **Universiti Teknologi MARA** بماليزيا، ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها، أن أغلبية أفراد العينة سعداء باختيارهم لدراسة العلاقات العامة، وتم قبول الفرضية الجديدة القائلة بأن تعزيز المهارات الفردية بناء على عملية التعلم الخاصة بالطلاب سيؤثر بشكل مباشر على اهتمامهم على الدراسة ويؤثر بشكل إيجابي على أدائهم الأكاديمي، كما تبين صحة الفرضية الثانية القائلة بأنه كلما ارتفع مستوى الإدراك لدى الطلاب اتجاه آفاق المهنة ارتفع مستوى أدائهم الأكاديمي

4- دراسة **Jami A. Fullerton and Al (2015)**¹⁸، تستكشف هذه الدراسة التناقض بين الصورة العامة السيئة لصناعة العلاقات العامة واهتمام الطلاب الكبير بالحصول على درجة وشهادة في العلاقات العامة، وتحاول الدراسة فهم سبب اختيار طلاب الجامعات الأمريكية لدراسة العلاقات العامة وتصوراتهم نحو تعليمهم ومهنتهم التي اختاروها. تطبق الدراسة نظرية الشخص الثالث. وتم إطلاق استطلاع الكتروني لطلاب العلاقات العامة بالشراكة مع جمعية العلاقات العامة الأمريكية **PRSA**، استجاب ما مجموعه 789 طالباً وطالبة من 226 كلية وجامعة للاستبيان، ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها، أن معظم الطلاب مستعدين للعمل في مجال العلاقات العامة، كما أعرب الكثيرون من أفراد العينة عن مخاوفهم بشأن العثور على وظيفة بعد التخرج، وترى عينة الدراسة بأنه من أكبر التحديات التي تواجه صناعة العلاقات العامة مستقبلاً هي الصورة العامة السيئة لمهنة العلاقات العامة والتي تشكل مصدر قلق. غالبية الطلاب انجذبوا إلى هذه المهنة بسبب جوانبها الإبداعية

5- دراسة (Kenneth D. Plowman 2022)¹⁹، ركزت على معرفة قيم التبادل الاجتماعي والهوية الاجتماعية التي دفعت الخريجين لإكمال شهادة في تخصص العلاقات العامة، وكذلك معرفة أماكن عملهم بعد التخرج، وهل يخططون لمواصلة حياتهم المهنية في نفس المجال؟ وبالنسبة لأولئك الذين توقفوا عن العمل في العلاقات العامة، لماذا تركوا هذه الممارسة؟ ومن أجل مباحثة هذه التساؤلات قام خمسة من أعضاء هيئة التدريس، يمثلون جامعات أمريكية مختلفة باستخدام مجموعات التركيز من خلال مقابلات مع خريجي العلاقات العامة، كما تم الاستعانة بالاستبيان الإلكتروني مع عينة من 695 خريجاً. وقد تم دمج نتائج هذا البحث في دراسة واحدة. من بين أهم النتائج التي توصل إليها هؤلاء الباحثون، ما يزيد قليلاً عن ثلث أفراد العينة يؤكدون نية قضاء حياتهم المهنية في العلاقات العامة، كما أن ثلاث أرباع من شملتهم الدراسة أعربوا عن رضاهم اتجاه شهاداتهم ومهنة العلاقات العامة. كذلك توصلت الدراسة إلى أن العديد من الطلاب لا يخططون على الأرجح لمتابعة مهنة العلاقات العامة على الإطلاق، لكنهم يخططون لاستخدام المعرفة والمهارات والقدرات المكتسبة في سنوات الدراسة للعمل في مجالات أخرى.

6- دراسة (Damian John Gleeson 2013)²⁰، استعرضت أسباب اختيار الطلاب لدراسة العلاقات العامة والتعرف على تصوراتهم اتجاه هذا التخصص، بجامعة ساوث ويلز باستراليا. وقد اشتملت الدراسة على استبيانين، أحدهما في بداية الفصل الدراسي، والآخر بعد التعلم، وكانت الردود في حدود 291 رداً قابلاً للاستخدام. ومن بين أهم النتائج أن العديد من الطلاب يحملون صوراً نمطية لوسائل الإعلام أو في أفضل الأحوال مواقف متناقضة حول العلاقات العامة، في حين أن الأسرة أو الأصدقاء أو الأعمال أو الأنشطة الحكومية لها تأثير ضئيل على هذه المواقف. كما تم التوصل إلى أنه من بين التفضيلات الوظيفية المثالية للعلاقات العامة، الأزياء وإدارة الأحداث (للإناث) وصناعة الترفيه والعلاقات العامة الرياضية (للذكور). كما أن العديد من الطلاب الذين أجابوا على الاستبيان الأول كانت لهم تصورات خاطئة حول العلاقات العامة وفهم محدود نسبياً لطبيعة هذا التخصص. في حين أن أكثر من 80٪ من الطلاب الذين شملهم الاستطلاع في نهاية الفصل الدراسي فإن نظرتهم قد تغيرت نتيجة دراسة العلاقات العامة

7- استكشف معهد تشارترد للعلاقات العامة (CIPR، 2013)²¹ تصورات مهنة العلاقات العامة بين الشباب في المملكة المتحدة (1229 مشاركاً، تتراوح أعمارهم بين 16 و 18 عاماً). وجد أن معظم الشباب (70٪) لا يعرفون أن مهنة العلاقات العامة موجودة وأن 7٪ فقط يفكرون في اختيار مهنة في العلاقات العامة. واحد من كل أربعة طلاب لديه تصور إيجابي عن مهنة العلاقات العامة "كوظيفة يستمتعون فيها بما يقومون به" ويعتقد (26٪) أن "العمل في العلاقات العامة يساعد على كسب أرباح جيدة في المستقبل". أظهر الاستطلاع أن الطلاب المطلعين بشكل أفضل لديهم موقف أكثر إيجابية تجاه العلاقات العامة. ومن المثير للاهتمام، أن عدد الشبان (34٪) كانوا على دراية بمهنة العلاقات العامة أكثر من الشابات (27٪)، بينما كان عدد النساء أكثر (61٪) من الرجال (39٪) سيختارون مهنة في العلاقات العامة

8- دراسة Abdullah, A., Ahmad, J (2022)²²، حاولت تقديم تحليلاً شاملاً لتعليم العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية من حيث المناهج والمصادر التعليمية والمؤهلات المهنية، وركزت الدراسة على معرفة وجهات نظر ممارسي العلاقات العامة والأكاديميين بهدف الخروج بمقترحات من شأنها المساهمة في تطوير مجال العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية. ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام المقابلة المتعمقة على عينة تم تقسيمها إلى مجموعتين، ضمت الأولى سبعة من أعضاء هيئة التدريس في العلاقات العامة من أربع جامعات سعودية، وضمت المجموعة الثانية سبعة من ممارسي العلاقات العامة من القطاعين العام والخاص في المملكة العربية السعودية. ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها، أن العديد من المؤسسات التعليمية تقوم بتجربة البرامج الحديثة، وتحديث مصادر التعلم الخاصة بها، وتوظيف أساتذة أكفاء والتفاعل مع سوق العمل، وتنظيم برامج تدريبية ممتازة لطلابها. وفي مقابل ذلك تواصل بعض المؤسسات الأخرى اعتماد نهج تدريسي قديم وتقليدي يركز على المحتوى النظري فقط للعلاقات العامة.

التعليق على الدراسات السابقة وجوانب الاستفادة منها:

ما يلاحظ على هذه الدراسات أنها اهتمت جميعها بدراسة طلاب العلاقات العامة كعينة للبحث، مع اختلاف الأهداف في بعض الدراسات وتشابهها في دراسات أخرى، حيث اهتم بعضها بالتعرف على أسباب وعوامل اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة (رزق سعد عبد المعطي، 2003. 2020 Jami A. Boris Hajoš. MADEN, Deniz 2017. 2022. Damian John Kenneth D. Plowman Fullerton 2015. 2013. Gleeson)، وركز البعض الآخر على معرفة تقييم طلاب أقسام العلاقات العامة للدراسة بكلياتهم التعرف على اتجاهاتهم نحو مستقبل ممارسة مهنة العلاقات العامة بعد التخرج (شيماء سالم، 2007. عبد الباسط محمود، 2016. MADEN Deniz 2020) في حين اهتمت بعض تلك الدراسات بمعرفة وجهات نظرهم في وظيفة ومهنة العلاقات العامة (بوغولة 2015، بورويس 2018)، (CIPR، 2013)، معرفة تصورات الطلاب اتجاه مقررات العلاقات العامة وعلاقته بأدائهم الأكاديمي (Ridzuan. 2018). كما اهتمت دراسة Abdullah, A., Ahmad, J (2022) برصد وتحليل واقع تعليم العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية من حيث المناهج والمصادر التعليمية والمؤهلات المهنية، وكذلك معرفة وجهات نظر ممارسي العلاقات العامة والأكاديميين.

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في محاولة التعرف على أسباب وعوامل اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة ووجهات نظرهم في المقررات الدراسية، وما يميزها هو التركيز على معرفة اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة وتقييمهم لدور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصورات الطلاب نحو مهنة العلاقات العامة والمجالات المفضلة لديهم للعمل بعد التخرج وكذلك الحصول على اقتراحاتهم بخصوص زيادة تفعيل دور قسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام لتأهيل وتكوين الطلاب لمهنة العلاقات

العامة. إجمالاً أفادتنا الدراسات السابقة في التعرف على الجوانب المنهجية والنظرية لها، والنتائج التي توصلت إليها، كما أعانتنا في تحديد مشكلة بحثنا بدقة

الإطار النظري:

أولاً: التعليم والممارسة في مجال العلاقات العامة

يعد مجال التعليم في تخصص الاتصال والعلاقات العامة مهماً لكل القطاعات في العصر الحالي، إذ يجب توجيه الطلاب الذين يتلقون تعليمهم في هذا التخصص بطريقة ناجحة وفعالة من خلال تعليمهم الصدق والمصادقية، ليس فقط في مرحلة دراستهم وإنما في مهنتهم المستقبلية وفقاً لجميع أنواع التغييرات التي سيواجهونها على المدى الطويل.²³ ويرى براون ووايت ووايمر²⁴ (Brown, White and Waymer, 2011)، بأنه وفقاً للمسؤولين الأكاديميين، تعد العلاقات العامة تخصصاً مفيداً نظراً لأنها تجتذب العديد من الطلاب، لذا من المهم استكشاف الأسباب الكامنة وراء شعبية التخصص بين الطلاب وتصوراتهم حول المجال. وكان ذلك دافعاً لهم للقيام بدراسة خلصت لعددٍ من النتائج، أهمها أن العديد من الطلاب لم يكونوا على علم بالعلاقات العامة قبل أن يبدأوا بالفعل في دراستها، وكانت قراراتهم مستوحاة في الغالب من العائلة أو الأصدقاء والبرامج التلفزيونية²⁵. من جهته²⁶ Ridzuan et al (2018) توصل إلى أن غالبية الطلاب اختاروا تخصص العلاقات العامة بسبب آفاق المهنة المستقبلية الجيدة والواعد. من جهة أخرى، تساءل Gleeson (2013) بدوره عن أسباب اختيار الطلاب دراسة تخصص العلاقات العامة في استراليا، وأظهرت النتائج بأن الأصدقاء أو العائلة أو الأنشطة الحكومية ليس تأثير قوي على اختيار هذا التخصص، في حين أن الصور النمطية للعلاقات العامة في وسائل الإعلام لها تأثير قوي للغاية. كما تستمر تصورات طلاب العلاقات العامة في التطور مع تقدمهم في المستويات الدراسية والشروع في الحياة المهنية²⁷. أما Bowen (2003) فقد خلص إلى أن الطلاب لا يعرفون ما الذي يندرج ضمن مهنة العلاقات العامة ودراسات العلاقات العامة، ويعتقدون بأن العلاقات العامة ترتبط في الغالب بالعلاقات الإعلامية وإدارة الأحداث ولا يدركون الجزء المتعلق بالاستراتيجيات الإدارية والبحثية وبناء العلاقات مع الجماهير²⁸. وفي نفس السياق، قارن كل من Erzikova and Berger (2011) بين تصورات طلاب العلاقات العامة في روسيا والولايات المتحدة الأمريكية، ووجدوا أن الطلاب من كلا البلدين يعتبرون مهنة العلاقات العامة مرموقة ومبهرجة²⁹. وإجمالاً، وفقاً للعديد من الدراسات التي اهتمت بمعرفة العوامل والأسباب التي تؤثر على اختيار الطالب لتخصص العلاقات العامة، فإن هذه العوامل تختلف باختلاف البيئات، ولكن أغلبهم يميلون إلى الاهتمام بالتخصص في حد ذاته، والتقدم الوظيفي وفرص العمل³⁰.

من جانب آخر، ونظراً لأهمية التعليم في مجال العلاقات العامة يجب تحديث المناهج بأكثر الطرق فعالية لجعل التعليم في مجال العلاقات أكثر فعالية، ومن واجب الأقسام العلمية التي تختص بتقديم التعليم في هذا المجال متابعة المستجدات، من أجل تحديث الخطط والمناهج الدراسية بما يتوافق مع مستوى التعليم المراد توفيره. كما أنه من الضروري الانتباه إلى رغبات الطلاب وتوقعاتهم من أجل زيادة جودة التعليم وكذلك التكيف مع ظروف

العالم المتغيرة. ويجب التركيز على إعطاء الطلاب التعليم النظري وكذلك التعليم العملي الذي سيؤثر على الحياة العملية والمهنية³¹. في مقابل ذلك وفيما تعلق بالممارسة، وفقاً لـ³²Theaker(2012)، يحتاج كبار مديري العلاقات العامة إلى تقوية مهاراتهم الإدارية العامة بشكل كبير، في حال كان لديهم الرغبة في الوصول إلى القمة. وعلى وجه الخصوص يحتاج هؤلاء الممارسون إلى دعم اتجاهات الاستثمار المتزايدة في برامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات

ثانياً: العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية

تمثلت البداية الحقيقية للعلاقات العامة في المملكة العربية السعودية في منتصف الخمسينات الميلادية بشركة أرامكو النفطية من خلال استحداث إدارة خاصة في العلاقات العامة³³. وفي حقبة السبعينات الميلادية تم التوسع في افتتاح إدارات وأقسام العلاقات العامة في المؤسسات، وكذلك توفير برامج الابتعاث والتعليم والتدريب الإعلامي للطلبة³⁴. ثم استقادت من التجربة جهات حكومية عديدة وأوجدت إدارات قوية للعلاقات العامة في تلك الجهات، وكان يتم تعيين شخصيات مؤثرة وفي الأغلب من الكتاب والمتقنين لتولي هذه الإدارات، مثال عن ذلك، الأديب والشاعر سعد بن عبد الرحمن البواردي الذي تولى إدارة العلاقات العامة في وزارة المعارف لأعوام عديدة. حتى الجهات العسكرية اختارت المتقنين من العسكريين لتلك المناصب. وفي 1974 تم عقد أول اجتماع لمديري العلاقات العامة في الدوائر الحكومية³⁵

على مستوى الشرق الأوسط عموماً، وفي سنة 2000 تم إطلاق "MEPRA" جمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة"، والتي تجسدت أهدافها في زيادة الوعي ورفع مستوى الاحتراف في صناعة العلاقات العامة في الشرق الأوسط، والأهم من ذلك هو أن يلتزم أعضائها بقواعد السلوك المهني³⁶. بعدها وفي سنة 2002 تم تأسيس الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان SAPRA وهي إحدى الجمعيات المتخصصة التي تمارس نشاطاتها العامة في تطوير المعارف النظرية والتطبيقية، وتقديم الاستشارات والدراسات العلمية والتطبيقية للقطاعات العامة والخاصة في مجال العلاقات العامة والإعلان وفق القواعد المنظمة للجمعيات العلمية في الجامعات السعودية³⁷. في سنة 2013، 92 بالمائة من المؤسسات في المملكة العربية السعودية، أسست لها إدارة خاصة بالعلاقات العامة. في سنة 2016 أشارت الإحصائيات بان شركات العلاقات العامة في تزايد³⁸. كما أنه من المتوقع في سنة 2030، سيزداد نمو العلاقات العامة بالشرق الأوسط، وسيضاعف حجم سوق السوق من 500 مليون إلى 1 مليار دولار، وخاصة في المملكة العربية السعودية³⁹

وعلى الرغم من أن العلاقات العامة تنمو بسرعة كبيرة في الشرق الأوسط، وعلى الرغم من أنها تتطور على مر السنين إلا أن هناك من بين المهتمين والدارسين لهذا المجال من يرون بأن هذه المهنة لا تزال تواجه بعض المشاكل والعوائق ولعل أهمها بعدها عن الإدارة العليا أو اعتبارها كأدوار ثانوية بدلاً من تقديم المشورة والمساهمة في صنع القرار⁴⁰. وحسب الباحث سعود العنزي فإن العلاقات العامة كممارسة في القطاعين العام والخاص في المملكة العربية السعودية لا يزال يكتنفها نوع من الغموض حول طبيعة أدوارها بحيث هناك نقص في فهم الدور الحقيقي للعلاقات العامة⁴¹

في مقابل ذلك، يشهد تعليم العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية تطوراً مستمراً، واستقطاباً متزايداً للطلاب، وتعتبر جامعة الملك سعود بالرياض أول جامعة أسست برنامج العلاقات العامة سنة 1976⁴²، بعدها قامت كل من جامعة الملك عبد العزيز، وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة أم القرى بتقديم برامج للعلاقات العامة⁴³. في هذا الصدد، وبما أن قسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز هو محل الدراسة الحالية، فإنه لمن الضروري إعطاء نبذة عنه، حيث تم إنشائه عام 1433هـ بناء على القرار الإداري رقم 24158/ق بتاريخ 30/11/1433هـ. يمنح القسم درجة البكالوريوس والدبلوم في العلاقات العامة وكذلك الماجستير المهني في العلاقات العامة، خلال تقديم برنامج أكاديمي متكامل يواكب التطورات العالمية المتلاحقة في تخصص العلاقات العامة، حيث يؤهل خريجين للعمل في أقسام وإدارات العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات المختلفة، والإسهام في عملية التنمية الوطنية الشاملة التي يحتاجها المجتمع السعودي⁴⁴. ويقدم القسم برامج مختلفة، متمثلة في برنامج البكالوريوس، برنامج دبلوم ممارس العلاقات العامة، برنامج الماجستير المهني في العلاقات العامة، ويهدف القسم لتأهيل ممارسين للعلاقات العامة على قدر عال من الخبرة والكفاءة، وإعداد كوادر مؤهلة ومدربة على فنون العلاقات العامة، وإكساب الطلاب مهارات البحث العلمي، في سبيل تخريج كوادر وطنية باستطاعتها المساهمة بفعالية في عملية التنمية الوطنية الشاملة⁴⁵

مفاهيم الدراسة:

- الاتجاهات:

اصطلاحاً: الاتجاهات هي آراء أو أفكار ذهنية يتم تعلمها وتطويرها من خلال التجربة، فهي مائعة ومتغيرة وهي مفتاح الإقناع، وتتأثر بالمعتقدات، القيم، المعارف والمعلومات، البيئة الاجتماعية والثقافية⁴⁶، ومن المعروف أن للاتجاه، المكون المعرفي، المكون الوجداني، والمكون السلوكي

إجراءياً: نقصد بالاتجاه في هذه الدراسة وجهة نظر وتوجه الطلاب- السلبي أو الإيجابي- نحو تخصصهم الدراسي ومهنتهم المستقبلية-العلاقات العامة-

- الطلاب:

اصطلاحاً: هو الشخص الذي سمح له مشواره العلمي بالانتقال من المرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعة بهدف تطوير قدراته واستعداداته الشخصية من جميع جوانبها جسماً وعقلاً وفكراً وخلقاً والوصول إلى مستوى يؤهله لأن يخدم مجتمعه⁴⁷

إجراءياً: هم طلاب قسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز ذكورا وإناثاً من شطري الطلاب والطالبات

- العلاقات العامة:

اصطلاحاً: تتمثل وظيفتها في بناء صورة مقبولة ومحبوبة وإيجابية عن المؤسسة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية وذلك باستخدام كافة الأساليب والوسائل الاتصالية وكافة المهارات التي يتصف بها محترفو العلاقات العامة⁴⁸

إجراءياً: نركز في هذا البحث على العلاقات العامة، من ناحية التعليم الذي تلقاه الطلاب خلال مرحلة التخصص الدراسي بقسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز ومن ناحية أخرى، مهنة العلاقات العامة التي من المفترض أن يمتنها الطلاب بعد تخرجهم، والتي تستند على إقامة علاقات حسنة مع الجماهير الداخلية والخارجية للمنظمة مبنية على أساس الثقة المتبادلة بين الطرفين

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أسباب ودوافع اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة؟
- 2- هل المناهج الدراسية في قسم العلاقات العامة كفيلة بتوضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة لدى الطلاب؟
- 3- كيف يساهم أعضاء وعضوات هيئة التدريس في بناء تصورات الطلاب نحو مهنة العلاقات العامة من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- 4- ما أكثر المواد التدريسية التي تساعد على تأهيل الطلاب للعمل في مجال العلاقات العامة بعد التخرج من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- 5- ما أهم صفات ممارس العلاقات العامة من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- 6- ما أكثر المجالات المفضلة لدى الطلاب للعمل بعد التخرج؟
- 7- فيما تتمثل أهم مقترحات الطلاب لزيادة تفعيل دور قسم العلاقات العامة لتأهيل وتكوين الطلاب في مجال العلاقات العامة؟

فروض الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلبة نحو تخصص العلاقات العامة وتقييمهم لمدى كفاية مدة التخصص
- **الفرضية الثانية:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الطلاب الذكور والإناث في تقييمهم لدور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصوراتهم نحو مهنة العلاقات العامة
- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة ومتغير (النوع والعمر)

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تهدف إلى اكتشاف وتوصيف اتجاهات وآراء طلاب وطالبات العلاقات العامة بقسم العلاقات العامة كلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز، نحو العلاقات العامة كتخصص دراسي ومهنة مستقبلية. واستندت الدراسة على المنهج المسحي، الذي يهدف إلى إيجاد الحقائق وجمع البيانات مباشرة من مجتمع البحث أو أفراد العينة المدروسة، ويتطلب التخطيط والقدرة على تفسير النتائج، ويمكن جمع المعلومات عن طريق الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، ويتم تحليل البيانات باستخدام تكتيكات إحصائية بسيطة أو معقدة⁴⁹.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في طلاب وطالبات العلاقات العامة بقسم العلاقات العامة كلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز، أما العينة فقد تم اختيارها بطريقة عمدية بغية تحقيق أهداف البحث، حيث تم اختيار مفردات العينة وبطريقة قصدية من الطلاب ذكورا وإناثا ممن هم في المستوى الأخير وكذلك الطلاب والطالبات حديثي التخرج، وذلك حتى نضمن دراستهم لمعظم المقررات، حتى يتمكنوا من تقييم الدراسة النظرية والعملية طيلة فترة تخصصهم. وقد بلغت مفردات البحث 168 مفردة ممن استجابوا للاستبانة، من شطري الطلاب والطالبات.

خصائص العينة:

الجدول رقم "01" يبين السمات العامة للمبحوثين

الإجمالي		الإناث		الذكور		البيانات الشخصية	
%	ك	%	ك	%	ك		
100	168	77.4	130	22.6	38	النوع	
17.3%	29	16.2%	21	21.1%	8	من 18 إلى 22	
69.6%	117	73.8%	96	55.3%	21	من 23 إلى 27	
9.5%	16	7.7%	10	15.8%	6	من 28 إلى 32	
2.4%	4	1.5%	2	5.3%	2	أكثر من 32	
100%	168	100%	130	100%	38	المجموع	

يوضح لنا الجدول رقم "01" خصائص عينة الدراسة، حيث يتبين لنا أن نسبة الإناث (77.4) أكبر من الذكور (22.6)، ويرجع ذلك للتباين الواضح بين أعداد الطالبات مقارنة بالطلاب الذكور على مستوى الكلية ككل، كما يظهر لنا بأن الفئة العمرية من (23-27 سنة) قد مثلت النسبة الأكبر من مفردات العينة، بنسبة 69.6، تليها الفئة العمرية من (18-22 سنة) بنسبة 17.3، ثم (28-32 سنة) بنسبة 9.5 وأخيرا الفئة العمرية أكثر من 32 سنة بنسبة 2.4.

أدوات جمع البيانات:

تم تصميم صحيفة الاستبيان بهدف جمع المعلومات التي يمكن من خلالها الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار صحة الفروض. كما تم عرض الاستبيان على عدد من المحكمين ومن ثم إدخال التعديلات اللازمة لتصبح الاستبانة بشكلها النهائي.

اختبار الصدق (Validity):

ويقصد به صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، ولقياس الصدق الظاهري للاستبيان تم عرضها على عدد من المحكمين وأساتذة العلاقات العامة والإعلام والإحصاء⁵⁰، للتأكد من صلاحية أداة جمع البيانات، ومراجعة تسلسل الأسئلة ومدى وضوحها وقدرتها على جمع البيانات بما يتوافق مع أهداف الدراسة وتساؤلات البحث.

اختبار الثبات (Reliability) :

تم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعيد تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلى 93.6%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (SPSS "Statistical Package for the Social Science")، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

- اختبار كاي 2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

الحدود المكانية: جامعة الملك عبد العزيز - جدة، المملكة العربية السعودية

الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة بدءاً من شهر يونيو إلى ديسمبر 2022

- نتائج الدراسة الميدانية:

الجزء الأول: نتائج الدراسة على عينة الطلاب والمقاييس الإحصائية
الجدول رقم "02" يوضح رأي الطلاب في المناهج الدراسية بقسم العلاقات العامة من حيث مدى توضيحها لمفهوم مهنة العلاقات العامة

المجموع		أنثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
83.9%	141	80.8%	105	94.7%	36	هل المناهج الدراسية في قسم العلاقات العامة كافية لتوضيح مفهوم مهنة العلاقات العامة؟
16.1%	27	19.2%	25	5.3%	2	نعم
						لا
	100		130		38	المجموع
0.05		معامل التوافق 0.157		مستوى المعنوية 0.039		درجة الحرية 1
دال عند						كا ² = 4.253

يظهر من الجدول رقم "02" بأن أغلب مفردات العينة وبنسبة 83.9% يرون بأن المناهج الدراسية بقسم العلاقات العامة كافية لتوضيح مهنة العلاقات العامة، في مقابل 16.1% ممن يرون عكس ذلك. وعلى مستوى النوع بلغت نسبة من أجابوا بـ "نعم" من الذكور 94.7%، ومن الإناث 80.8%، في حين بلغت نسبة من أجابوا بـ "لا" من الذكور 5.3% مقابل 19.2% من الإناث. تتوافق هذه النتيجة مع النتائج الموضحة أسفل الجدول، حيث بلغت كا² ، 4.253 عند درجة الحرية 1 ومستوى المعنوية 0.039. ومعامل التوافق 0.157. وإذا ما تم مقارنة هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة⁵¹ (Aljabri(2022) Abdullah، نجد أن معظم الباحثين يرون بأن بعض الجامعات تمتلك مناهج مناسبة نسبياً بإمكانها أن تلبي متطلبات سوق العمل، في حين تمتلك جامعات أخرى مناهج سيئة بمواد قديمة جداً لا تتوافق مع مستجدات الوقت الحالي ويبقى الأمر مرتبطاً بكل جامعة نظراً لاختلاف الأقسام الأكاديمية بالجامعات السعودية، مع ضرورة تحديث المناهج باستمرار

الجدول رقم "03" يبين رأي الطلاب في مدى كفاية مدة التخصص للتعرف على مهنة العلاقات العامة

المجموع		أنثى		ذكر		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
39.9%	67	36.9%	48	50.0%	19	هل مدة التخصص كافية للتعرف على مهنة العلاقات العامة؟
6.5%	11	6.2%	8	7.9%	3	نعم
						لا
						ربما
	100		130		38	المجموع
غير دال		مستوى المعنوية 0.272		درجة الحرية 2		كا ² = 2.602

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى كفاية مدة التخصص للتعرف على مهنة العلاقات العامة، حيث أن 53.6% أجابوا بـ "ربما"، 39.9% أجابوا بـ "نعم" و 6.5% بـ "لا". على مستوى النوع فقد بلغت نسبة الذكور الذين أجابوا بـ "ربما" 42.1%، ونسبة 56.9% من الإناث، أما نسبة من أجابوا بـ "نعم" من الذكور 50.0% و 36.9% من الإناث.

ومن أجابوا بـ"لا" 7.9% من الذكور و 6.2% من الإناث. كما تبين النتائج الموضحة أسفل الجدول بان 2كا قد بلغت = 2.602 عند درجة الحرية 2 ومستوى المعنوية 272. وهذا ما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم عينة الدراسة لمدة التخصص وفقاً لمتغير النوع.

الجدول رقم "04" يبين أسباب ودوافع اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة

سبب اختيار تخصص العلاقات العامة	ك	%
اخترت تخصص العلاقات العامة لأنه هو التخصص الذي تمنيت	119	37.0%
اخترت تخصص العلاقات العامة لأنني لم أوفق في دخول أقسام وكليات أخرى	15	4.7%
اخترت تخصص العلاقات العامة لأنه هو التخصص الأكثر طلباً من طرف طلاب كليات الاتصال والإعلام	22	6.8%
اخترت تخصص العلاقات العامة لأنه أصدقائي ومعارفي نصحوني به	9	2.8%
اخترت تخصص العلاقات العامة لأن مهنة ممارسة العلاقات العامة أصبحت من المهن المطلوبة بالمملكة	70	21.7%
اخترت تخصص العلاقات العامة لأنه التخصص الذي سيمكّنني في العمل بالمؤسسات وفق منصب عالي	87	27.0%
إجمالي الإجابات	322	100%

ينبني من الجدول السابق بأنه من أسباب ودوافع اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة وفي الصدارة بدافع "التمني والرغبة الشخصية في هذا التخصص" بنسبة 37.0% من مجمل العينة، وهذا ما يتفق مع دراسة D. Kenneth (2022)⁵²، فقد توصلت إلى أن أغلب الباحثين قد اختاروا تخصص العلاقات العامة بسبب أنهم يحبون التعامل مع الآخرين ومحاولة إقناعهم، وإن المجال مناسب لشخصيتهم. يليه بنسبة 27.0% "لأنه الذي سيمكّنني من العمل في المؤسسات وفق منصب عالي"، ثم بنسبة 21.7% "لأن مهنة العلاقات العامة أصبحت من المهن المطلوبة بالمملكة العربية السعودية"، ثم بنسبة 6.8% "لأنه هو التخصص الأكثر طلباً من قبل طلاب كليات الاتصال والإعلام"، بعدها بنسبة 4.7% "لأنني لم أوفق في دخول أقسام وكليات الأخرى" وأخيراً بنسبة 2.8% "لأن أصدقائي ومعارفي نصحوني به"، عكس ما توصلت إليه دراسة Faisal Al Serhal (2021)⁵³ حيث كان تأثير الأصدقاء هو العامل الأساسي لاختيار أغلب الطلاب لتخصص العلاقات العامة بالإضافة إلى تأثير أولياء الأمور في اختيار التخصص لطلاب

تتفاوت هذه النتائج مع ما توصلت إليه عدة دراسات من بينها، دراسة Boris Hajoš (2017)⁵⁴، التي أشارت إلى أنه من بين أسباب اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة، نجد أولاً "ما قرأه الباحثين عن هذا التخصص في كثير من المنتديات ووسائل التواصل الاجتماعي، ثم "التأثر بالأصدقاء والمعارف الذين يدرسون أو يعملون بالعلاقات العامة". وقل نسبة كانت اختيار التخصص نتيجة للإرشاد المهني".

الجدول رقم "05" يبين أهم صفات ممارس العلاقات العامة من وجهة نظر الطلاب -عينة الدراسة-

أهم صفات ممارس العلاقات العامة	ك	%
الصدق والأمانة	136	14.8%
الثقة بالنفس	132	14.3%
القدرة على مواجهة الصعاب	138	15.0%
الجاذبية وحسن المظهر	124	13.4%
امتلاك المهارات الاتصالية والاقناعية	145	15.7%
الذكاء وسرعة البديهة	132	14.3%
الخيال الخصب	115	12.5%
إجمالي الإجابات	922	100%

اتجاهات الطلاب نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة: دراسة على عينة من طلاب قسم العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز

يتضح من الجدول أعلاه التقارب الشديد في النسب بين إجابات الطلاب فيما يخص أهم صفات ممارس العلاقات العامة حيث تبين أن نسبة 15.7% ترى بأن من أهم الصفات "امتلاك ممارس العلاقات العامة للمهارات الاتصالية والإقناعية"، و 15.0% لـ "القدرة على مواجهة الصعاب"، ثم 14.8% لـ "الصدق والأمانة"، ونسبة 14.3% لكل من "الثقة بالنفس" و"الذكاء وسرعة البديهة"، ونسبة 13.4% لـ "الجاذبية وحسن المظهر"، و 12.5% لـ "الخيال الخصب". وعليه يتبين وعي الطلاب بأهمية كل الصفات المذكورة لممارسة العلاقات العامة لما لهذه الوظيفة من أهمية وخصوصية في العمل.

الجدول رقم "06" يبين وجهة نظر الباحثين في أهمية التدريب لموظفي العلاقات العامة قبل البدء في العمل

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	
66.7%	112	62.3%	81	81.6%	31	هل تعتقد انه على المنظمة تدريب موظف العلاقات العامة قبل البدء بالعمل
33.3%	56	37.7%	49	18.4%	7	نعم
						لا
100	168	100	130	100	38	المجموع
0.05		معامل التوافق 0.169		مستوى المعنوية 0.027		درجة الحرية 1

تكشف بيانات الجدول السابق بأن 66.7% من عينة الدراسة يرون بأنه من الضروري على المنظمة أن تدرّب موظف العلاقات العامة قبل البدء بالعمل، في حين ترى نسبة 33.3% عكس ذلك. على مستوى النوع لأفراد العينة كانت نسبة من أجابوا بـ "نعم" 81.6% من الذكور و 62.3% من الإناث. أما من أجابوا بـ "لا" 18.4% من الذكور و 37.7% من الإناث. تتسق هذه النتيجة مع البيانات الموضحة أسفل الجدول والتي تبين بأن 2 ك بلغت 4.914 عند درجة الحرية 1 ومستوى المعنوية 0.027، ومعامل التوافق 0.169. ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضرورة تدريب الموظفين من قبل المنظمة عند التوظيف وبين متغير النوع. نشير هنا إلى أن للتدريب الأهمية الكبرى في مساعدة ممارس العلاقات العامة في اكتشاف مهاراته وإمكاناته، وإشاعة روح التعاون بين العاملين والتعود على العمل الجماعي، ومسايرة التقدم العلمي والتكنولوجي، كما يساهم التدريب في سد الثغرات والفجوات التي يتركها نظام التعليم في أقسام العلاقات العامة في ظل الأعداد الكثيفة، كما أن التدريب في مجال العلاقات العامة أصبح حتمياً ولا غنى عنه في أي مؤسسة تملك جمهوراً حيويًا تركز إليه حتى تحقق التقدم والرقي⁵⁵.

الجدول رقم "07" يبين اتجاهات عينة الدراسة نحو تخصص العلاقات العامة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق جدا		غير موافق		محايد		موافق		موافق جدا		اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة	
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
1	26	.748	1.30	1.2	2	1.2	2	6.5	11	8.9	15	82.1	138	تخصص العلاقات العامة يساهم في زيادة الثقة بالنفس	
2	25.2	.621	1.26	0.6	1	0.6	1	4.2	7	13.7	23	81	136	تخصصي الدراسي ينمي مهارات التواصل الفعال	
3	25.4	.614	1.27	0	0	0.6	1	7.1	12	10.7	18	81.5	137	تخصصي بيع في النفس حب الارتقاء في العمل	
4	27.2	.728	1.36	0.6	1	1.2	2	7.7	13	14.3	24	78.2	128	يحقق لي العمل بتخصص العلاقات العامة مكثفة مرموقة بالمجتمع	
5	24.8	.542	1.24	0	0	0	0	5.4	9	13.7	23	81	136	ينمي تخصصي الدراسي قوة الملاحظة والذقة بالعمل	
6	33.4	1.093	1.67	4.8	8	1.8	3	14.3	24	13.7	23	65.5	110	اشعر بالطمأنينة والراحة في تخصص العلاقات العامة	
7	63	1.629	3.15	36.9	62	4.2	7	21.4	36	11.9	20	25.6	43	اشعر بالقلق في تخصص العلاقات العامة	
8	24.2	.491	1.21	0	0	0.6	1	1.8	3	16.1	27	81.5	137	يشجع تخصص العلاقات العامة روح المنافسة في العمل	
				المتوسط العام للمحور											
				0.05		معامل التوافق 0.585		مستوى المعنوية 0.04		درجة الحرية 56		87.511		كلا	

يتبين لنا من الجدول السابق بأنه وفي المقدمة حصلت عبارة " أشعر بالقلق من مستقبل تخصص العلاقات العامة" بوزن نسبي 63، يليها "اشعر بالطمأنينة والراحة في تخصص العلاقات العامة"، بوزن نسبي 33.4، وفي المرتبة الثالثة " يحقق لي العمل بتخصص العلاقات العامة مكانة مرموقة بالمجتمع" 27.2، رابعا "تخصص العلاقات العامة يساهم في زيادة الثقة بالنفس" بوزن نسبي 26، ثم في المرتبة الخامسة "تخصص يبعث في النفس حب الارتقاء في العمل" بوزن نسبي 25.4، يليه "تخصصي الدراسي ينمي مهارات التواصل الفعال" بوزن نسبي 25.2، بعدها "ينمي تخصصي الدراسي قوة الملاحظة والدقة في العمل" بوزن نسبي 24.8، وأخيرا "يشجع تخصص العلاقات العامة روح المثابرة في العمل" بوزن نسبي 24.2. كما تظهر النتائج الموضحة أسفل الجدول بان كا2 بلغت 87.511 عند درجة الحرية 56 ومستوى المعنوية 0.004. ومعامل التوافق 585. مما يبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية ولكن بدلالة السن ، في حين لم تظهر النتائج وجود أي فروق دالة وفقا لمتغير النوع تتفق بعض هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Fullerton, J.A (2015) ⁵⁶ التي أشارت إلى وجود اتجاهات ايجابية لدى الطلاب نحو تعليم العلاقات العامة، وأنهم يعتبرونه تخصصا سهلا، كما يرون أن المهنة الذين اختاروها قيمة وأخلاقية ولكن منهم من هم متخوفون من إيجاد فرصة وظيفية مستقبلا. من جانب آخر، توصلت دراسة Faisal Al Serhan (2021) ⁵⁷ وفيما تعلق بمدى رضا الطلاب عن تخصص العلاقات العامة، إلى أن الغالبية 64.3 راضون، و14.3 غير متأكدين، و21.4 غير راضين.

الجدول رقم "08" يبين دور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصورات الطلاب نحو مهنة العلاقات العامة

تكشف بيانات الجدول السابق رأي الطلاب فيما تعلق بدور أعضاء هيئة التدريس في بناء

رقم	دور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصورات الطلاب نحو مهنة العلاقات العامة ؟												
	موافق جدا		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق جدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
1	64.9	109	11.9	20	10.1	17	11.9	20	6.5	11	1.78	35.6	4
2	55.4	93	11.3	19	14.3	24	11.9	20	7.1	12	2.04	40.8	1
3	60.7	102	12.5	21	11.9	20	7.7	13	7.1	12	1.88	37.6	3
4	58.9	99	11.9	20	13.7	23	7.7	13	7.7	13	1.93	38.6	2
المتوسط العام للمحور												38	
مستوى المعنوية: 0.347												غير دال	
درجة الحرية: 12												كأ: 13.303	

تصوراتهم نحو مهنة ووظيفة العلاقات العامة، فذكروا في المقدمة "ربط أساتذة المقررات بين المعارف النظرية والجانب العملي يساعد كثيرا في التعرف على مهنة العلاقات العامة" بوزن نسبي 40.8، ثم ثانيا " تلعب طريقة شرح أساتذ المادة دورا كبيرا في بناء تصورات الطلاب نحو مهنة العلاقات العامة" بوزن نسبي 38.6، ثم "يقدم الأساتذة الشرح الكافي والمفصل حول مهنة ووظيفة العلاقات العامة" بوزن نسبي 37.6، وأخيرا استراتيجيات التدريس (النقاش- لعب الأدوار- العصف الذهني-الخرائط الذهنية) المطبقة من قبل أساتذة المواد لها دورا كبيرا في بناء تصورات الطلاب لمهنة العلاقات العامة بوزن نسبي 35.6. كما توضح البيانات أسفل الجدول بان كا2 قد بلغت 13.303 عند درجة الحرية 12 ومستوى

اتجاهات الطلاب نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة: دراسة على عينة من طلاب قسم العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز

المعنوية 347. الأمر الذي يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين ومتغير النوع والسن. نستنتج مما سبق تأكيد عينة الدراسة على ضرورة الاهتمام بالجانب العملي أكثر من جانب أعضاء هيئة التدريس، بالإضافة إلى التركيز على الشرح الوافي والكافي حتى يتم استيعاب كل مرتكزات العلاقات العامة على الوجه الأمثل.

الجدول رقم "09" يبين أكثر المواد والمقررات التي تساعد الطلاب على التأهيل للعمل في مجال العلاقات العامة بعد التخرج

الترتيب	الوزن النسبي	الاحرف المعجوز	المتوسط الحسابي	غير موافق جدا		غير موافق		محايد		موافق		موافق جدا		أكثر المواد التي ترى انها ستساعدك على التأهيل للعمل في مجال العلاقات العامة بعد التخرج ؟	
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	30.2	948	1.51	1.8	3	3.6	6	10.7	18	11.3	19	72.3	122	يساعدني مقرر أسس العلاقات العامة كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
2	28	751	1.40	0	0	1.8	3	10.7	18	13.1	22	74.4	125	يساعدني مقرر العلاقات العامة الدولية كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
9	24.6	576	1.23	0.6	1	0.6	1	2.4	4	13.7	23	82.7	139	يساعدني مقرر تنظيم وإدارة العلاقات العامة كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
4	26.6	705	1.33	0.6	1	1.2	2	6.5	11	13.7	23	78	131	يساعدني مقرر إنتاج المواد الإعلامية كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
4	26.6	723	1.33	0.6	1	1.8	3	6	10	13.7	23	78	131	يساعدني مقرر التقنية في العلاقات العامة كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
3	27	758	1.35	0.6	1	2.4	4	6.5	11	11.9	20	78.6	132	يساعدني مقرر حالات متقدمة في العلاقات العامة كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
5	26.2	709	1.31	0	0	3	5	5.4	9	11.3	19	80.4	135	يساعدني مقرر الاتصال التنظيمي كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
11	23.6	481	1.18	0	0	0.6	1	2.4	4	11.3	19	85.7	144	يساعدني مقرر العلاقات العامة في الأزمات كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
8	34.8	571	1.24	0	0	1.2	2	3.6	6	13.1	22	82.1	138	يساعدني مقرر تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
6	25.8	704	1.29	1.2	2	1.2	2	3.6	6	13.7	23	80.4	135	يساعدني مقرر الكتابة في العلاقات العامة كثيرا في بناء تصوراتي وتعريفى بمهنة العلاقات العامة	
7	25	681	1.25	0.6	1	2.4	4	3	5	9.5	16	84.5	142	يساعدني مقرر مشروع التخرج كثيرا في بناء تصوراتي انجاه مهنة العلاقات العامة	
10	24.4	604	1.22	0.6	1	0.6	1	4.2	7	9.5	16	85.1	143	يساعدني مقرر تدريب عملي 2- كثيرا في بناء تصوراتي انجاه مهنة العلاقات العامة	
26	478	1.30	المتوسط العام للمحور												
				معامل التوافق: 0.662				مستوى المعنوية: 0.01				درجة الحرية: 84			
				دال عند 0.05											

يبين لنا الجدول السابق أكثر المواد التي تساعد الطلاب على التأهيل للعمل في مجال العلاقات العامة بعد التخرج، حيث ذكروا في المقدمة وبالترتيب، مقرر "أسس العلاقات العامة" بوزن نسبي 30.2، ثم مقرر "العلاقات العامة الدولية" بوزن نسبي 28، بعده مقرر "حالات متقدمة في العلاقات العامة" بوزن نسبي 27، في المرتبة الرابعة كل من مقرر "التقنية في العلاقات العامة" و" إنتاج المواد الإعلامية" بوزن نسبي 26.6، خامسا مقرر "الاتصال التنظيمي" بوزن نسبي 26.2، يليه مقرر "الكتابة في العلاقات العامة" بوزن نسبي 25.8، في المرتبة السابعة مقرر "مشروع التخرج" بوزن نسبي 25، ثم مقرر تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة" بوزن نسبي 24.8، بعده مقرر "تنظيم وإدارة العلاقات العامة" بوزن نسبي 24.6، يليه مقرر "تدريب عملي 2" بوزن نسبي 24.4 وأخيرا مقرر "العلاقات العامة في الأزمات" بوزن نسبي 23.6. كما تشير البيانات الموضحة أسفل الجدول بأن كا بلغت 1.310E عند درجة الحرية 84، ومستوى المعنوية 0.01، ومعامل التوافق 0.662. الأمر الذي يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين وفقا لمتغير السن

اتجاهات الطلاب نحو تعليم ومهنة العلاقات العامة: دراسة على عينة من طلاب قسم العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز

تتفق بعض هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Ebru ÖZGEN (2021) ⁵⁸ ، إذ توصلت إلى أنه من بين أهم المقررات التي مثلت أكثر الاختيارات من المبحوثين، مقرر "حملات العلاقات العامة" في المقدمة، ثم مقرر "الإعلان"، بعده "إدارة الأزمات"، يليه مقرر "اللغات الأجنبية المتخصصة"، ثم مقرر "الاتصال المؤسسي" بعده مقرر "المسؤولية الاجتماعية"، كما توصلت دراسة عبد الباسط محمود (2018) ⁵⁹، إلى أنه من بين المقررات التي يجب تدريسها في أقسام العلاقات العامة ولكن من وجهة نظر عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس وكذلك الممارسين ، نذكر "التدريب الميداني"، "حملات العلاقات العامة"، "العلاقات الدولية"، "الكتابة للعلاقات العامة"، "إنتاج مواد العلاقات العامة"، "العلاقات العامة وإدارة الأزمات"، "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العلاقات العامة"

الجدول رقم "10" يبين المجالات المفضلة للعمل لدى الطلاب بعد التخرج

المجالات المفضلة للعمل بعد التخرج	ك	%
مجال البنوك والتأمينات	102	13.9%
المنظمات غير الهادفة للربح	39	5.3%
المجال الصحي	59	8.0%
المجال السياحي	117	15.9%
المؤسسات الصناعية	49	6.7%
المؤسسات التعليمية	94	12.8%
المؤسسات الإعلامية	137	18.6%
وكالات الإعلانات والعلاقات العامة	139	18.9%
إجمالي الإجابات	736	100%

يكشف لنا الجدول رقم "10" بأن نسبة 18.9% من المبحوثين يفضلون العمل بعد التخرج في "وكالات الإعلانات والعلاقات العامة"، ونسبة 18.6% ممن اختارت "المؤسسات الإعلامية"، و 15.9% "المجال السياحي"، 13.9% اختارت "مجال البنوك والتأمينات"، 12.8% "المؤسسات التعليمية"، 8.0% "المجال الصحي"، 6.7% "المؤسسات الصناعية" وأخيراً 5.3% اختارت "المنظمات غير الهادفة للربح". تتفق إلى حد ما هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة شيماء السيد سالم (2007) ⁶⁰، حيث أشار أغلبية عينة دراستها إلى أن من أكثر المجالات تفضيلاً هو الوكالات الإعلامية، يليه شركات الاتصالات وبعدها شركات السياحة والسفر، ثم البنوك وشركات تكنولوجيا المعلومات.

الجدول رقم "11" يبين اقتراحات عينة الدراسة لزيادة تفعيل دور قسم العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام لتأهيل وتكوين الطلاب لمهنة العلاقات العامة.

رقم	اقتراحات الطلاب لزيادة تفعيل دور قسم العلاقات العامة لتأهيل وتكوين الطلاب لمهنة العلاقات العامة ؟	موافق جداً		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق جداً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
1	زيادة الدورات التدريبية بالكلية الخاصة بمجال العلاقات العامة	155	92.3	11	6.5	1	0.6	1	0.6	0	0	1.10	419	22	4
2	زيادة فرصة للتدريب العملي أثناء الدراسة	158	84	8	4.8	2	1.2	0	0	0	0	1.07	301	21.4	5
3	زيادة مواد التخصص وتحديثها	84	50	15	8.9	8	4.8	3	1.8	58	34.5	2.62	1.834	52.4	1
4	إقامة ندوات علمية وورش عمل من طرف ممارسين للعلاقات العامة من خارج الجامعة	149	88.7	16	9.5	3	1.8	0	0	0	0	1.13	388	22.6	2
5	التنوع في مجال التدريب	153	91.1	12	7.1	1	0.6	1	0.6	1	0.6	1.12	479	22.4	3
المتوسط العام للمحور															
		1.242E2		درجة الحرية: 32		مستوى المعنوية: 000		معامل التوافق: .653		دال عند 0.05					

يظهر من خلال الجدول السابق اقتراحات الطلاب لزيادة تفعيل دور قسم العلاقات العامة لتأهيل وتكوين الطلاب لمهنة العلاقات العامة، حيث يأتي في مقدمة هذه الاقتراحات " زيادة مواد التخصص وتحديثها" بوزن نسبي 52.4، ثم يليها "إقامة ندوات علمية وورش عمل من طرف ممارسين العلاقات العامة من خارج الجامعة" بوزن نسبي 22.6، بعدها "التنوع في مجال التدريب" بوزن نسبي 22.4، ثم "زيادة الدورات التدريبية بالكلية الخاصة بمجال العلاقات العامة" بوزن نسبي 22 وأخيرا "زيادة فرصة التدريب العملي أثناء الدراسة" بوزن نسبي 21.4. كما توضح البيانات أسفل الجدول بأن كا2 قد بلغت 1.242E2 عند درجة الحرية 32 ومستوى المعنوية 0.000. ومعامل التوافق 653، الأمر الذي يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اقتراحات الطلاب وفقا لمتغير السن وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه العديد من الدراسات السابقة مثل، دراسة Gleeson (2013)⁶¹ ودراسة عبد الباسط محمود (2018)⁶² التي ركزت على ضرورة التحديث الدوري للمناهج والمواد الدراسية لإعداد خريجين قادرين على الممارسة المهنية الفعالة، ومن جهة أخرى تؤكد دراسة ÖZGEN,Ebru (2021)⁶³ على أن الطلاب الذين تلقوا تدريبا في العلاقات العامة يجب أن يتم توظيفهم من قبل الشركات أو المؤسسات التي قدمت لهم التدريب.

الجزء الثاني: نتائج اختبار الفروض

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو تخصص العلاقات العامة وتقييمهم لمدى كفاية مدة التخصص

الجدول رقم "12"

الفرضية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة.
توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلبة نحو تخصص العلاقات العامة وتقييمهم لمدى كفاية مدة التخصص.	بين المجموعات	2.178	2	1.089	5.362	.006
	داخل المجموعات	33.506	165	.203		عند 0.05
	المجموع	35.684	167			

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لتقييم الطلبة لمدى كفاية مدة التخصص في اتجاهاتهم نحو تخصص العلاقات العامة، حيث كانت قيمة (ف) 5.362 بمستوى دلالة 0.006 وهي أقل من 0.05 وبالتالي تعتبر دالة إحصائيا. ولمعرفة الفروق استخدمت الباحثة اختبار شيفية للمقارنات البعدية والجدول رقم (13) يبين ذلك

الجدول رقم "13" يبين نتائج اختبار شيفية للمقارنات البعدية حسب تقييم عينة الدراسة لمدى كفاية مدة التخصص

الصفة	نعم	ربما	لا	مستوى الدلالة
المتوسطات الحسابية	1.49	1.97	1.55	0.05
نعم	-----	-----	.006	دالة
ربما	-----	-----	.014	دالة
لا	.006	.014	-----	دالة

يتضح من الجدول السابق أن الفروق في اتجاهات الطلبة نحو تخصص العلاقات العامة وتقييمهم لمدى كفاية مدة التخصص كانت دالة إحصائياً بين فئة "نعم" وفئة "لا" ولصالح فئة "لا"، وهذا يدل على أن الفئة التي ترى بأن مدة التخصص غير كافية للتعرف على مهنة العلاقات العامة هم أكثر رضا وقبولاً وموافقة على تخصص العلاقات العامة من الفئة التي ترى أنه كاف، كما أن الفروق كانت دالة إحصائياً أيضاً بين فئة "لا" وفئة "ربما" ولصالح فئة "ربما"، وهذا يدل على أن الفئة التي ترى أنه من الممكن أن مدة التخصص قد تكون غير كافية للتعرف على مهنة العلاقات العامة هم أكثر رضا وقبولاً وموافقة على تخصص العلاقات العامة من الفئة التي ترى أن الوقت كاف. وعليه يثبت صحة الفرضية الأولى

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الطلاب الذكور والإناث في تقييمهم لدور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصوراتهم نحو مهنة العلاقات العامة

الجدول رقم "14" يبين تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA بين تقييم عينة الدراسة لدور أعضاء هيئة التدريس في بناء التصورات نحو مهنة العلاقات العامة وفقاً لمتغير النوع

الفرضية	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	t	درجات الحرية	مستوى الدلالة
توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الطلاب الذكور والإناث في تقييمهم لدور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصوراتهم نحو مهنة العلاقات العامة	ذكر	38	1.90	1.18	-0.045	166	.964 غير دال
	أنثى	130	1.91	1.24	-0.046	62.975	.963 غير دال

يكشف لنا الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب الذكور والإناث في تقييمهم لدور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصوراتهم نحو مهنة العلاقات العامة، حيث بلغت قيمة ت -0.045- عند مستوى معنوية 964، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، مما يثبت عدم صحة الفرضية الثانية

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة ومتغير (النوع والعمر)

أولاً: النوع

الجدول رقم "15" يبين تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة وفقاً لمتغير النوع

الفرضية	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	t	درجات الحرية	مستوى الدلالة
توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة ومتغير النوع	ذكر	38	1.53	.497	-0.430	166	.668 غير دال
	أنثى	130	1.57	.453			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة وفقاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ت-430. عند مستوى الدلالة 0.668، وهي قيمة غير دالة مما يثبت عدم صحة الفرض الجزئي الثالث

ثانياً: السن

الجدول رقم "16" يبين تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة وفقاً لمتغير السن.

الفرضية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة ومتغير السن	بين المجموعات	0.358	4	0.089	0.413	0.799 غير دال
	داخل المجموعات	35.326	163	0.217		
	المجموع	35.684	167			

يكشف لنا الجدول رقم "16" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة وفقاً لمتغير السن، حيث بلغت قيمة ف-413. ومستوى دلالة 0.799، وهي قيمة غير دالة إحصائية، مما يثبت عدم صحة الفرض الجزئي الثالث

النتائج العامة للدراسة:

- كشفت نتائج الدراسة بأن أغلب مفردات العينة وبنسبة 83.9% يرون بان المناهج الدراسية بقسم العلاقات العامة كفيلة بتوضيح مهنة العلاقات العامة، في مقابل 16.1% ممن يرون عكس ذلك. وأن 53.6% أجابوا ب"ربما"، 39.9% أجابوا ب"نعم" و 6.5% ب"لا" بخصوص مدى كفاية مدة التخصص للتعرف على مهنة العلاقات العامة
- كما تبين بأنه من أسباب ودوافع اختيار الطلاب لتخصص العلاقات العامة وفي الصدارة بدافع التمني والرغبة الشخصية في هذا التخصص بنسبة 37.0% من مجمل العينة، فقد توصلت إلى أن أغلب المبحوثين قد اختاروا تخصص العلاقات العامة بسبب أنهم يحبون التعامل مع الآخرين ومحاولة إقناعهم، وان المجال مناسب لشخصيتهم. يليه بنسبة 27.0% لأنه الذي سيمكنني من العمل في المؤسسات وفق منصب عالي، ثم بنسبة 21.7% لان مهنة العلاقات العامة أصبحت من المهن المطلوبة بالمملكة العربية السعودية، ثم بنسبة 6.8% لأنه هو التخصص الأكثر طلباً من قبل طلاب كليات الاتصال والإعلام"، بعدها بنسبة 4.7% " لأنني لم أوفق في دخول أقسام وكليات الأخرى" وأخيراً بنسبة 2.8% " لأن أصدقائي ومعارفي نصحوني به"
- تبين أن نسبة 15.7% ترى بان من أهم الصفات "امتلاك ممارس العلاقات العامة للمهارات الاتصالية والإقناعية"، و 15.0% ل" القدرة على مواجهة الصعاب" ثم 14.8% ل" الصدق والأمانة"، ونسبة 14.3% لكل من " الثقة بالنفس" و" الذكاء وسرعة البديهة"، ونسبة 13.4% ل" الجاذبية وحسن المظهر"، و 12.5% ل" الخيال الخصب". وعليه يتبين

وعى الطلاب بأهمية كل الصفات المذكورة لممارسة العلاقات العامة لما لهذه الوظيفة من أهمية وخصوصية في العمل.

- اتضح بأن 66.7% من عينة الدراسة يرون بأنه من الضروري على المنظمة ان تدرّب موظف العلاقات العامة قبل البدء بالعمل، في حين ترى نسبة 33.3% عكس ذلك
- ومن أجل التعرف على اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة، حصلت عبارة "أشعر بالقلق من مستقبل تخصص العلاقات العامة" بوزن نسبي 63، يليها "أشعر بالطمأنينة والراحة في تخصص العلاقات العامة"، بوزن نسبي 33.4، وفي المرتبة الثالثة "يحقق لي العمل بتخصص العلاقات العامة مكانة مرموقة بالمجتمع" 27.2، رابعاً "تخصص العلاقات العامة يساهم في زيادة الثقة بالنفس" بوزن نسبي 26، ثم في المرتبة الخامسة "تخصص يبعث في النفس حب الارتقاء في العمل" بوزن نسبي 25.4، يليه "تخصصي الدراسي ينمي مهارات التواصل الفعال" بوزن نسبي 25.2، بعدها "ينمي تخصصي الدراسي قوة الملاحظة والدقة في العمل" بوزن نسبي 24.8، وأخيراً "يشجع تخصص العلاقات العامة روح المثابرة في العمل" بوزن نسبي 24.2
- كشفت النتائج فيما يتعلق برأي الطلاب بدور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصوراتهم نحو مهنة ووظيفة العلاقات العامة، فذكروا في المقدمة "ربط أساتذة المقررات بين المعارف النظرية والجانب العملي يساعد كثيراً في التعرف على مهنة العلاقات العامة" بوزن نسبي 40.8، ثم ثانياً "طريقة شرح أستاذ المادة لها دوراً كبيراً في بناء تصورات الطلاب نحو مهنة العلاقات العامة" بوزن نسبي 38.6، ثم "يقدم الأساتذة الشرح الكافي والمفصل حول مهنة ووظيفة العلاقات العامة" بوزن نسبي 37.6، وأخيراً استراتيجيات التدريس (الناقش- لعب الأدوار- العصف الذهني- الخرائط الذهنية) المطبقة من قبل أساتذة المواد تلعب دوراً كبيراً في بناء تصورات الطلاب لمهنة العلاقات العامة بوزن نسبي 35.6
- أكثر المواد التي تساعد الطلاب على التأهيل للعمل في مجال العلاقات العامة بعد التخرج، حيث ذكروا في المقدمة وبالترتيب، مقرر "أسس العلاقات العامة" بوزن نسبي 30.2، ثم مقرر "العلاقات العامة الدولية" بوزن نسبي 28، بعده مقرر "حالات متقدمة في العلاقات العامة" بوزن نسبي 27، في المرتبة الرابعة كل من مقرر "التقنية في العلاقات العامة" و"إنتاج المواد الإعلامية" بوزن نسبي 26.6، خامساً مقرر "الاتصال التنظيمي" بوزن نسبي 26.2، يليه مقرر "الكتابة في العلاقات العامة" بوزن نسبي 25.8، في المرتبة السابعة مقرر "مشروع التخرج" بوزن نسبي 25، ثم مقرر تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة" بوزن نسبي 24.8، بعده مقرر "تنظيم وإدارة العلاقات العامة" بوزن نسبي 24.6، يليه مقرر "تدريب عملي 2" بوزن نسبي 24.4 وأخيراً مقرر "العلاقات العامة في الأزمات" بوزن نسبي 23.6

- بأن نسبة 18.9% من المبحوثين يفضلون العمل بعد التخرج في "وكالات الإعلانات والعلاقات العامة"، ونسبة 18.6% ممن اختارت "المؤسسات الإعلامية"، و 15.9% "المجال السياحي"، 13.9% اختارت "مجال البنوك والتأمينات"، 12.8% "المؤسسات

التعليمية"، 8.0% لـ "المجال الصحي"، 6.7% لـ "المؤسسات الصناعية وأخيرا 5.3% اختارت" المنظمات غير الهادفة للربح

- بالنسبة لاقتراحات الطلاب لزيادة تفعيل دور قسم العلاقات العامة لتأهيل وتكوين الطلاب لمهنة العلاقات العامة، حيث يأتي في مقدمة هذه الاقتراحات " زيادة مواد التخصص وتحديثها" بوزن نسبي 52.4، ثم يليها "إقامة ندوات علمية وورش عمل من طرف ممارسين العلاقات العامة من خارج الجامعة" بوزن نسبي 22.6، بعدها "التنوع في مجال التدريب" بوزن نسبي 22.4، ثم "زيادة الدورات التدريبية بالكلية الخاصة بمجال العلاقات العامة" بوزن نسبي 22 وأخيرا "زيادة فرصة التدريب العملي أثناء الدراسة" بوزن نسبي 21.4

- أثبتت نتائج فروض الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لتقييم الطلبة لمدى كفاية مدة التخصص في اتجاهاتهم نحو تخصص العلاقات العامة

- أثبتت نتائج فروض الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب الذكور والإناث في تقييمهم لدور أعضاء هيئة التدريس في بناء تصوراتهم نحو مهنة العلاقات العامة

- أثبتت نتائج فروض الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو تخصص العلاقات العامة وفقا لمتغير النوع والسن

التوصيات والمقترحات:

- ضرورة تحديث المناهج الدراسية باستمرار، بعد مراجعتها دوريا لضمانة مواكبة المستجدات الحاصلة عالميا في مجال تعليم العلاقات العامة ولضمان مواكبة هذه المناهج سوق العمل ، مع أهمية الأخذ بعين الاعتبار آراء ومقترحات ممارسي العلاقات العامة الأكفاء عند تطوير المناهج والخطط الدراسية، في سبيل وضع منهج مثالي لتعليم العلاقات العامة

- الاهتمام بالجانب العملي من خلال التركيز على تدريب الطلاب وتقديم الدورات والورش اللازمة لصقل مهاراتهم وتأهيلهم لسوق العمل وإعدادهم لوظائفهم المستقبلية، ويمكن في هذا السياق، التركيز أكثر على شراكات مجتمعية مع عدة مؤسسات لتدريب الطلاب على الممارسة المهنية، وكذلك يمكن الاستعانة ببعض ممارسي العلاقات العامة من ذوي الخبرة والكفاءة لتدريب الطلاب على كيفية القيام بأنشطة العلاقات العامة. كما يجب إحاطتهم بمختلف المستجدات المتعلقة بالعلاقات العامة وابرز ما تشهده هذه الصناعة عالميا من تحولات وتطورات.

- القيام بالمزيد من الدراسات وبشكل أوسع بغية التعرف جيدا على اتجاهات وتصورات طلاب أقسام العلاقات العامة نحو تخصصهم الدراسي ومهنتهم المستقبلية في ظل متغيرات أخرى بما فيها المتغيرات التكنولوجية، كما يقترح القيام ببحث شامل وموسع حول واقع تعليم وكذلك ممارسة العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية ، من خلال التركيز على الطلاب، أعضاء هيئة التدريس والممارسين، قصد بحث الظاهرة من جميع جوانبها وباستخدام مختلف الأدوات البحثية (الاستبيان- المقابلة- تحليل مضمون)

هوامش الدراسة :

- ¹ Guay, Ratelle, Senecal, Larose & Deschenes, (2006) Distinguishing Developmental from chronic career indecision: Self-Efficacy, autonomy, and social Support p.235
- ² Ridzuan, A. R. bin, Ishak, S. N. B. M., Mohideen, R. S., Ilyas, I. Y., Zainodin, W. H. W., & Yunus, M. K. M. (2018). Students Perceptions towards Public Relations Course and the Implication towards their Academic Performance. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 8(10),p 885
- ³ Md. Mumin,(2020) Attitude and perception of journalism students towards their career choice in Bangladesh. Department of Journalism and Mass Communication Daffodil International University.p2-3
- ⁴ L'ETANG, Jacquie (1999). Public Relations Education in Britain: An Historical Review in the Context of Professionalisation, Public Relations Review, 25(3),.p 262
- ⁵ Larisu, Z., & Mona, L. (2022). Commodification of media in helping public relations performance in the regional development sector in Indonesia: Multicultural communication humanization. Linguistics and Culture Review, 6, 158–175
- ⁶ Botan, C. H. (2017). Public Relations Theory. Routledge.
- ⁷ Mitchell, B., & Alfuraih, A. (2018). The Kingdom of Saudi Arabia: Achieving the aspirations of the National Transformation Program 2020 and Saudi vision 2030 through education. Journal of Education and Development, 2(3), p36–46
- ⁸ Ferguson, M. A. (2018). Building theory in public relations: Interorganizational relationships as a public relations paradigm. Journal of Public Relations Research, 30(4), 164–178
- ⁹ Abdullah, A., Ahmad, J. (2022). Public Relations Education in Saudi Arabia: An Overview of Educators' and Practitioners' Perspectives. International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies, 13(9), 13A9H,p 1-13. <http://TUENGR.COM/V13/13A9H.pdf> DOI: 10.14456/ITJEMAST.2022.176
- ¹⁰ بوغولة مفيد، آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر، أطروحة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة صديق بن يحيى، جيجيل- الجزائر، 2015، ص ص 1-117
- ¹¹ بورويس رزيقة، تمثيلات الطلبة لمهنة العلاقات العامة -دراسة ميدانية-، أطروحة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2018، ص ص 1-107
- ¹² رزق سعد عبد المعطي، اتجاهات الطلاب نحو البرامج التدريسية في تخصص العلاقات العامة والإعلان بالجامعات المصرية -دراسة ميدانية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد التاسع عشر، 2003، ص ص 248-317
- ¹³ شيماء السيد سالم، تقييم طلاب أقسام العلاقات العامة للدراسة التخصصية وانعكاسه على اتجاهاتهم نحو مستقبل ممارسة المهنة بعد التخرج، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 28، 2007. ص ص 11-79
- ¹⁴ عبد الباسط أحمد هاشم محمود، تقييم تعليم العلاقات العامة والإعلان في جامعات جنوب الصعيد، المجلة العملية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد13، 2016، ص ص 384-435
- ¹⁵ MADEN, Deniz (2020). The Idea of Studying Public Relations: Perceptions and Personal Evaluations That Lie Behind, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 8 (1), p188-210

- ¹⁶ Hajoš, B. (2017). Student motivation for enrolling in public relations studies and their perception of the public relations profession and study in Croatia. *Journal of Innovative Business and Management*, vol9(1)
- ¹⁷ Ridzuan, A. R. bin, Ishak, S. N. B. M., Mohideen, R. S., Ilyas, I. Y., Zainodin, W. H. W., & Yunus, M. K. M. (2018). Students Perceptions towards Public Relations Course and the Implication towards their Academic Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 883–889.
- ¹⁸ Fullerton, J.A. and McKinnon, L.M. (2015). U.S. Public Relations Students' Perceptions of PR: What College Students Think About PR Education and the PR Profession. *Public Relations Journal*, 9(2).p1-17
- ¹⁹ Kenneth D. Plowman and al. Public Relations Graduates' Perceptions of Their Degrees and Careers: A Five-University Study. *Journal of Public Relations Education* 2022, Vol. 8, No. 1, 7-42
- ²⁰ Gleeson, D. J. (2013). Undergraduate students' perceptions of public relations: An Australian study. *PRism* 9(1): <http://www.prismjournal.org/homepage.html>
- ²¹ CIPR. (2013). CIPR 2013 Future Perspectives: A study of 16- to 18-year-olds' perceptions of public relations, https://www.cipr.co.uk/sites/default/files/Future%20Perspectives_0.pdf [20. 4. 2017].
- ²² Abdullah, A., Ahmad, J. (2022). Public Relations Education in Saudi Arabia: An Overview of Educators' and Practitioners' Perspectives. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 13(9), 13A9H, 1-13. <http://TUENGR.COM/V13/13A9H.pdf> DOI: 10.14456/ITJEMAST.2022.176
- ²³ Ebru ÖZGEN -Engincan YILDIZ -İrem AYDOĞDU. EVALUATION OF PUBLIC RELATIONS CURRICULUM ON STUDENT AND SECTOR EXPECTATIONS: A RESEARCH ON ISTANBUL PROVINCE. *E-journal of faculty of communication. Gumushane university*. Vol9. N1. P 127.
- ²⁴ BROWN, Kenon A.; WHITE, Candace; WAYMER, Damion (2011). African American Students' Perceptions of Public Relations Education and Practice: Implications for Minority Recruitment, *Public Relations Review*, 37(5),pp 522-529
- ²⁵ Ibid. pp 522-529.
- ²⁶ Ridzuan, A. R. bin, Ishak, S. N. B. M., Mohideen, R. S., Ilyas, I. Y., Zainodin, W. H. W., & Yunus, M. K. M. (2018). Students Perceptions towards PR Course and the Implication towards their academic Performance. *International Op.Cit*. p 883–889
- ²⁷ GLEESON, D. J. (2013). Undergraduate Students' Perceptions of Public Relations: An Australian Study, *Op.Cit*
- ²⁸ Bowen, S.A. (2003). 'I thought it would be more glamorous': Preconceptions and misconceptions among students in the public relations principles course, *Public Relations Review*, 29 (2), p199–214
- ²⁹ Erzikova, E., & Berger, B. K. (2011). Creativity vs. ethics: Russian and U.S. public relations students' perceptions of professional leadership and leaders. *Public Relations Journal*, 5(3),2011.p1-24

- ³⁰ Malgwi, C. A. & Howe, M. A. (2005). Priscilla A Burnaby Journal of Education for Business; 80, 5; ABI/INFORM Global. p 275
- ³¹ Ebru ÖZGEN -Engincan YILDIZ -İrem AYDOĞDU. EVALUATION OF PUBLIC RELATIONS CURRICULUM ON STUDENT AND SECTOR EXPECTATIONS Op.Cit.. PP 128-129
- ³² THEAKER, Alison (2012). The public relations handbook (4th ed.). London and New York: Routledge. P 443.
- ³³ SAUD ALANAZI. A STUDY OF PUBLIC RELATIONS PRACTICES AT KING SAUD UNIVERSITY, RIYADH, SAUDI ARABIA. A RESEARCH PAPER SUBMITTED TO THE GRADUATE SCHOOL IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE MASTER OF ARTS. BALL STATE UNIVERSITY. MUNCIE, INDIANA.2013.p21
- ³⁴ بندر عويض الجعيد- يوسف عثمان يوسف، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء الثالث، العدد 58، 2021، ص 1230
- ³⁵ علي الشدي، التجربة السعودية في العلاقات العامة، مقال ضمن جريدة الاقتصادية، بتاريخ الأحد 7 يونيو 2020، من موقع https://www.aletq.com/2020/06/07/article_1844526.html
- ³⁶ Badran, B. A., Turk, J. V., & Walters, T. N. (2003). Sharing the Transformation: Public Relations and the UAE Come of Age. In K. Sriramesh, & D. Vercic, The Global Public Relations Handbook Theory, Research, and Practice (pp. 46-67). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates
- ³⁷ https://m.eyefriyadh.com/ar/directory/details/3744_saudi-association-for-public-relations-advertising
- ³⁸ Dean Kruckeberg Talal M Almutairi(2019). Public Relations in the Gulf Cooperation Council Countries: An Arab Perspective.Routledge.
- ³⁹ مستقبل قطاع العلاقات العامة، تحليل وأرقام ، تقرير صادر عن شركة بيت السمعة للعلاقات العامة، المملكة العربية، PRالسعودية، 2022
- ⁴⁰ Mohamed Kirat (2005). Public relations practice in the Arab World: A critical assessment. Public Relations Review 31 Elsevier Inc p330..
- ⁴¹ SAUD ALANAZI(2013). A STUDY OF PUBLIC RELATIONS PRACTICES AT KING SAUD UNIVERSITY, RIYADH, SAUDI ARABIA.Op.Cit.p27
- ⁴² NAWAF ABDELHAY(2014). PUBLIC RELATIONS PRACTICE IN THE KINGDOM OF SAUDI ARABIA AND THE UNITED ARAB EMIRATES: WESTERN THEORY, LOCAL CULTURE. A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of The University of West London for the degree of Doctor of Philosophy.p 103
- ⁴³ Abdullah, A., Ahmad, J. (2022). Public Relations Education in Saudi Arabia.Op.Cit. p3
- ⁴⁴ موقع قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز - <https://fcm.kau.edu.sa/Pages-%D9%82%D8%B3%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9.aspx>

⁴⁵ Ibid

⁴⁶ ساندرا كان، المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة"، ترجمة: مدحت أبو النصر ، القاهرة، المركز القومي للترجمة، 2014، ص ص 32، 33.

⁴⁷ فضيل دليو، إشكالية المشاركة الديمقراطية في الجزائر، منشورات جامعة قسنطينة، 1999، ص 95

علي يرغوت، العلاقات العامة، أسس نظرية ومفاهيم عصرية، القاهرة، 2007، ص 748

⁴⁹ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 139.

⁵⁰ السادة المحكمين: ديسري صيشي جامعة الشلف الجزائر، د حفيظة بوخاري جامعة الجزائر3، د نهى السيد ناصر جامعة الملك عبد العزيز، دمحم مساهل جامعة قسنطينة، د حليلة الحبيب عمر جامعة الملك عبد العزيز.

⁵¹ Abdullah, A., Ahmad, J. (2022). Public Relations Education in Saudi Arabia. Op.Cit. p5.

⁵² Kenneth D. Plowman and al. Public Relations Graduates' Perceptions of Their Degrees and Careers: A Five-University Study. Op.Cit. p, 7-42

⁵³ Faisal Al Serhan et.al.(2021). Factors Affecting Students' Decision to Study Public Relations at University: The Case of Al Ain University. PSYCHOLOGY AND EDUCATION 58(5), ISSN 1553 – 6939.p1339

⁵⁴ Hajoš, B. (2017). Student motivation for enrolling in public relations studies and their perception of the public relations profession and study in Croatia. Op.Cit.p4

وليد خلف الله محمد دياب، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2019.

⁵⁶ Fullerton, J.A. and McKinnon, L.M. (2015). U.S. Public Relations Students' Perceptions of PR: What College Students Think About PR Education and the PR Profession. Op.Cit p10.

⁵⁷ Faisal Al Serhan et.al. Factors Affecting Students' Decision to Study Public Relations at University: Op.Cit.p1339

⁵⁸ Ebru ÖZGEN et.AL(2021). EVALUATION OF PUBLIC RELATIONS CURRICULUM ON STUDENT AND SECTOR EXPECTATIONS. Op.Cit.p137

⁵⁹ عبد الباسط أحمد هاشم محمود، تقييم تعليم العلاقات العامة والإعلان في جامعات جنوب الصعيد، مرجع سابق، ص ص422-425.

⁶⁰ شيماء السيد سالم، تقييم طلاب أقسام العلاقات العامة للدراسة التخصصية وانعكاسه على اتجاهاتهم نحو مستقبل ممارسة المهنة بعد التخرج، مرجع سابق، ص 55.

⁶¹ Gleeson, D. J. (2013). Undergraduate students' perceptions of public relations: An Australian study Op.Cit.p16.

⁶² عبد الباسط أحمد هاشم محمود، تقييم تعليم العلاقات العامة والإعلان في جامعات جنوب الصعيد، مرجع سابق ص ص428.

⁶³ ÖZGEN,Ebru; YILDIZ, Enginca ve AYDOĞDU, İrem (2021). Evaluation of Public Relations Curriculum on Student and Sector Expectations: Op.Cit. p150.