

البحث الخامس

” دور الأنشطة الإتصالية نحو مؤسسات التعليم الجامعي ”

جامعة الملك عبدالعزيز بجدة أنموذجاً

إعداد

حنان إبراهيم حمام

درجة الماجستير في العلاقات العامة

قسم الإعلام - كلية العلوم الاجتماعية

وزارة التعليم - جامعة أم القرى - المملكة العربية السعودية

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية الوقوف على الدور الذي تقوم به الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في الجامعات وأثره على جمهورها من الطلاب والموظفين وأعضاء هيئة التدريس ، بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع على الجامعة وعلى العاملين في إدارة العلاقات العامة فيها، كما سعت إلى إيضاح مدى إتفاق أهداف الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة بالجامعة والأهداف المدركة لدى جمهورها، بالإضافة إلى تقديم رؤية علمية واضحة حول نوع وشدة الاتجاهات المتكونة لدى الجماهير نحو الجامعة، وأيضاً التعرف على الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة تجاه الأزمات التي تتعرض لها الجامعة.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، وقد أستخدمت الباحثة منهج المسح بالإعتماد على أداة الإستبانة، وتحقيقاً لأهداف البحث صممت الباحثة إستمارتين إستبيان، الأولى تم توزيعها على العاملين في إدارة العلاقات العامة بالجامعة بطريقة الحصر الشامل والبالغ عددهم 15 عينة ،أما الإستمارة الثانية فقد تم توزيعها على الجمهور (طلاب وأعضاء هيئة تدريس و موظفين إداريين) وتم إختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة وقد بلغ عددهم (111) مفردة ، وفي إطار التحليل فقد قامت الباحثة بإستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- يوجد دور فعال للأنشطة الإتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة في الجامعة وقت الأزمات (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) .
 - توجد طريقة يتعرف بها المتعاملين على الأنشطة الإتصالية بإدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز .
 - يوجد جهاز متخصص في لممارسة الأنشطة الاتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) .
 - توجد أهداف محققة من ممارسة الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز .
 - توجد معايير أكثر تأثيراً في اختيار إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية المناسبة بجامعة الملك عبد العزيز .
- الكلمات المفتاحية :** الأنشطة الإتصالية، مؤسسات التعليم الجامعي ، جامعة الملك عبد العزيز .

Abstract:

The current study was aimed to identifying the role of public relations Communication activities in universities and its impact on students, staff and faculty members , with a view to achieving results that benefit the university and its public relations employees, it also sought to clarify the extent to which the objectives of the university's public relations outreach activities and the perceived goals of its public, in addition to providing a clear scientific insight on the type and severity of trends in the masses towards the university, as well as the role played by the Department of Public Relations in relation to the crises experienced by the university .

This study is a descriptive study, and the researcher has used the survey methodology based on the resolution tool, and in pursuit of the research goals the researcher was preparing two questionnaires, the first of which was distributed to the Public relations department of the university in a comprehensive inventory and 15 samples, and the second form was distributed to the public (students, faculty members and administrative officers) selected in simple random sample of 111, and in data analysis the researcher used the Statistical analysis Programme (SPSS) .

One of the main findings of the study is the following:

- There is an effective role for communication activities through the Department of Public Relations at the university in times of crisis (King Abdul Aziz University as a model).
- There is a way for customers to identify the communication activities of the Department of Public Relations at King Abdulaziz University.
- There is a device specialized in practicing communication activities through the Department of Public Relations in educational institutions (King Abdul Aziz University as a model).
- There are achieved goals from the practice of communication activities in the Department of Public Relations at King Abdulaziz University.
- There are more influential criteria in selecting the Public Relations Department for appropriate communication activities at King Abdulaziz University.

Keywords: Public Relations, Communication Activities, University Education, King Abdulaziz University.

التمهيد:

أضحت العلاقات العامة تشكل رافدا إداريا مهما في مؤسسات التعليم الجامعي، وذلك لكونها حلقة الوصل التي تربط الجامعة ب جماهيرها، فهي النافذة التي تطل من خلالها العلاقات العامة على جماهيرها الداخلية والخارجية، لإطلاعهم على أنشطتها وبرامجها من خلال وسائل الإعلام المتعددة ، بهدف بناء سمعة طيبة للجامعة، وصورة مثالية لها، وهي النافذة التي تطل منها الجماهير على الجامعة في حال رغبتها في الحصول على أي معلومة، أو إجابة عن استفسار حول نشاطاتها.

كما شهدت أجهزة العلاقات العامة تطورا وتغييرا في آدائها الإتصالي ووظيفتها بحكم التطورات التكنولوجية والرقمية، وأصبحت الوظيفة الإتصالية لهذه الأجهزة تتحول من الأسلوب التقليدي إلى الأسلوب الحديث ، الذي يشهد تغيرا جذريا في مستويات الوظيفة الاتصالية وحجم الجمهور الذي يتعامل معه على الصعيد الداخلي والخارجي(شطناوي،2015: 382).

وبناء على ما سبق وإدراكا لأهمية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة وحساسية دورها في المنظمات المختلفة ، خصوصا التربوية والتعليمية الجامعية والتي تعد الأكثر تواجدا مع الجماهير المختلفة ، تأتي هذه الدراسة للتعرف على دور الأنشطة الإتصالية نحو مؤسسات التعليم الجامعي ، والأساليب والأدوات الإتصالية المستخدمة فيها ، إضافة إلى آلية وضعها وتنفيذها، وذلك لكون المؤسسات التعليمية من المؤسسات الحيوية التي تلعب دورا هاما في خدمة المجتمع وتنميته .

مشكلة الدراسة :

من خلال ملاحظات الباحثة ومتابعتها للإهتمامات التي أبدتها الحكومة السعودية لمؤسسات التعليم المختلفة وبخاصة التعليم الجامعي، حيث كان لها النصيب الأكبر في التخطيط للتنمية المستدامة ، وصاحب ذلك التغيير الذي طرأ على النظرة التقليدية لكثير من مؤسسات التعليم في الدول النامية والتي كانت تنتهج فكرة أنها مؤسسات تعليمية فقط ،متغافلة بذلك أهمية إقامة علاقات وطيدة مع الجماهير التي تتعامل معها، ولكن الآن ومع اتساع القاعدة الجماهيرية لمؤسسات التعليم سواء الداخلية أو الخارجية ، وبالإضافة إلى سعي هذه المؤسسات إلى خلق التكامل بين جماهيرها من أجل المحافظة على كيانها واستمرارية نجاحها في المجتمع، وهو الأمر الذي أدى بدوره إلى تطور وتعدد الأنشطة الإتصالية الموجهة لتلك الجماهير ، وهذا ما أكدته دراسة (الأمير، 2015) والتي أظهرت نتائجها بأن التعريف بالمنظمة وإدارة العلاقة مع

وسائل الإعلام ونشر برامج العلاقات العامة كانت من أهم الأنشطة الإتصالية التي قام بها ممارسو العلاقات العامة، وأظهرت النتائج كذلك وجود تنوع في وسائل الاتصال المستخدمة للوصول إلى الجماهير المستهدفة ، وكانت أكثر الوسائل استخداما هي (الهاتف- البريد الإلكتروني) ، كما جاءت نتائج دراسة (عتوم، 2010) موافقة لذلك، حيث أظهرت أهم نتائجها أن إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارات الأردنية تستخدم في أنشطتها الإتصالية مع جمهورها وسائل الإتصال الشخصي المباشر، والإتصال الشخصي الغير مباشر "الإلكترونية" وأخيرا وسائل الاتصال الجماهيري.

وبناء على ذلك كله تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: **ما دور الأنشطة الإتصالية نحو مؤسسات التعليم الجامعي - جامعة الملك عبد العزيز أنموذجا؟**
أهمية الدراسة:

1- ندرة الدراسات التي تتناول دور الأنشطة الإتصالية في المؤسسات التعليمية، كما يمكن أن تشكل إضافة للمكتبة العربية لسد هذا النقص و إثراء الممارسة العملية لوظيفة العلاقات العامة.

2- أهمية الأنشطة الإتصالية لإدارة العلاقات العامة باعتبارها الأداة الأولى والأساسية في التعبير عن الجامعة ، وتعظيم دورها في خلق صورة ايجابية لدى الجماهير الداخلية والخارجية وكسب تأييد الرأي العام.

3- يتوقع أن تفيد نتائج هذه الدراسة الجامعات العربية بوجه عام ، والسعودية بشكل خاص وذلك في الاطلاع على دور الأنشطة الإتصالية في الجامعات ، والإستفادة من تجربتها في هذا المجال في تشكيل اتجاه الجمهور .

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية للوقوف على الدور الذي تقوم به الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في الجامعة وأثره على جمهورها من الموظفين وأعضاء هيئة التدريس والطلاب ، بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع على الجامعة وعلى العاملين في إدارة العلاقات العامة فيها ، ويمكن تلخيص الأهداف في:

- 1- التعرف على أوجه النشاط الإتصالي لإدارة العلاقات العامة بالجامعة في التواصل مع جماهيرها.
 - 2- التعرف على الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة تجاه الأزمات التي تتعرض لها الجامعة.
 - 3- الوصول إلى نتائج وتوصيات تساعد العاملين في إدارة العلاقات العامة على تفعيل الدور الذي يقومون به.
- تساؤلات الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية :

- 1- هل يوجد دور فعال للأنشطة الإتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة في الجامعة وقت الأزمات (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) ؟
 - 2- هل توجد طريقة يتعرف بها المتعاملين على الأنشطة الإتصالية بإدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز ؟
 - 3- هل يوجد جهاز متخصص في لممارسة الأنشطة الاتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) ؟
 - 4- هل توجد أهداف محققة من ممارسة الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز ؟
 - 5- هل توجد معايير أكثر تأثيراً في اختيار إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية المناسبة؟
- حدود الدراسة :

تشمل حدود الدراسة ما يلي:

- **الحدود الزمانية:** تمثلت الحدود الزمنية لهذه الدراسة في الفصل الدراسي الثاني لعام 1437هـ - 1438هـ
- **الحدود المكانية:** تمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة جامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة - المملكة العربية السعودية.
- **الحدود البشرية :** تمثلت في :
 - 1- ممارسي العلاقات العامة بالجامعة.
 - 2- منسوبي الجامعة (أعضاء هيئة تدريس - موظفين - طلاب).

مصطلحات الدراسة:

• الأنشطة الاتصالية :

التعريف الاجرائي: تعرف الباحثة الأنشطة الاتصالية إجرائياً من خلال هذا البحث بأنه كل ما تقوم به إدارة العلاقات العامة من أنشطة وبرامج مستخدمة في ذلك الوسائل الاتصالية المختلفة ،بهدف خلق صورة ذهنية ايجابية وكسب تأييد الرأي العام .(الباحثة)

• العلاقات العامة:

عرفتها الباحثة كما يلي : هي الجهود التي تبذل من أجل بناء الثقة والتفاهم بين المنظمة والجمهور وادامتهما من خلال إدارة قادرة على الربط بين أهداف المنظمة ورغبات الجمهور . (الباحثة)

• مفهوم المؤسسات :

منظمات إجتماعية تتألف من خليط غير متجانس من الأفراد في الثقافة ويمتد ذلك إلى إختلاف في اللغة والرأي والتطلع والأمني وكلها تنعكس على ما يتكون من صورة ذهنية عن المؤسسة ،وقد يكون لكل مجموعة مهنية قواعدها واتجاهاتها وتقاليدها وردود أفعالها نحو أي تغيير، والمؤسسات تعتبر منظمات إجتماعية تعيش في بيئة إجتماعية وسط مجتمع معين يؤثر بها و تؤثر فيه. (الدليمي، 2005: 155)

الإطار النظري والدراسات السابقة :

أولاً: الإتصال والعلاقات العامة:

1- أهمية الإتصال للعلاقات العامة:

يعيش الإنسان في مجموعات بشرية تتحرك وتتطور وتنمو ، وتحركها في كل ذلك عوامل ومؤثرات متعددة متداخلة وترابطها ببعضها شبكة دقيقة من الصلات ، هذه الصلات والعلاقات تأخذ صورتها في شكل أفعال وأقوال واتصالات تؤثر في الجماعة وتتأثر بها .

فالاتصال إذاً هو حقيقة أساسية للوجود الإنساني والعملية الاجتماعية فهو الذي يجعل التفاعل بين أفراد المجتمع ممكناً ، من خلال نقل وتبادل المعلومات بين أفراد ذلك المجتمع الذي أساسها يتوحد الفكر وتتفق المفاهيم.

وفي العصر الحديث تؤدي الاتصالات بوسائلها المختلفة كالدعوة والتوعية والإعلام ، مهمة أساسية في سبيل توصيل المفاهيم المختلفة وتوضيحها لأفراد الشعب، ولا سيما حينما ترتبط القيادة بأمني وتطلعات الجماهير ، وارتباط الجماهير بقيادتها وتنمية وحدة الفكر من أجل العمل والهدف المشترك وتحقيق التفاهم والتعاون المتبادل.

وبهذا يكون الإتصال أساس كل تفاعل إعلامي ثقافي حيث يتيح نقل المعارف والمعلومات وييسر التفاهم بين الأفراد والجماعات لبناء المجتمع الإنساني المتطور، ويظل الإتصال أساس كل العمليات والفعاليات.

2- مفهوم الإتصال للعلاقات العامة:

تعددت التعريفات التي ذكرت معنى الإتصال عبر السنوات واختلفت باختلاف وجهات نظر أصحابها وتخصصاتهم، وذلك بسبب ارتباط هذا المفهوم بعدد كبير من مجالات الحياة النفسية والتربوية والاجتماعية والسياسية والإعلامية وغيرها.

ويعد الإتصال من أهم عمليات العلاقات العامة ، بل أن هناك العديد من خبراء العلاقات العامة يعتبرون العلاقات العامة أساسا هي القدرة على الإتصال وتبادل المعلومات بقصد التأثير في الجماهير داخل المنظمة وخارجها ، فمفهوم الإتصال في العلاقات العامة لا يعني فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات والأخبار لهم ، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة الإتصال المؤثر الذي يترك أثراً طيباً في نفس المستقبلين له ، كما إنه يهدف إلى تحسين نظرة الرأي العام نحو المؤسسة ، ولن يتحقق ذلك إلا إذا كان ما ينقل من اتصال هو شيء مفيد وفعال ومؤثر للجمهوريين الداخلي والخارجي.(العدوي،2011 : 226)

واشتقت كلمة الإتصال (Communication) من الأصل اللاتيني للفعل (Communicate)

ويعرف الإتصال في مجال العلاقات العامة بأنه عملية القيام بتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور ومن ثم تحديد أسلوب الإتصال بالمعاملين المستهدفين ، كاليئات والأفراد والمتطوعين وقادة الرأي، ومصادر التمويل ، وكل الفئات المعنية بنشاط العلاقات العامة وذلك من أجل القيام بتنفيذ الخطط المختلفة التي تم وضعها من قبل.

3- النظريات الإتصالية المرتبطة بالعلاقات العامة :

إن لكل علم أطره التصويرية والنظرية، والعلاقات العامة باعتبارها علما يهتم بوصف العناصر الظاهرة، والعمليات الاتصالية والاجتماعية في المنظمات والمؤسسات باعتبارها أركان أساسية في المنظمات المعاصرة لا بد وأن تتطرق من نظرية محددة . وتهدف النظريات في مجال العلاقات العامة إلى شرح وتوضيح كل ما يتعلق بالعلاقات العامة ، كعملية ذات نشاط هادف يتم تحقيقها بوسائل علمية مدروسة ومخطط لها بشكل جيد ، مما لا شك فيه أن العلاقات العامة الحديثة إذا لم تمارس بطريقة علمية وعلى أسس رشيدة تؤمن لها خلفية صلبة ، سوف تؤدي لنتائج ليس لها جدوى ، وكشفت نتائج العديد من الدراسات المسحية والميدانية العربية ، في العلاقات العامة ان هناك سوء فهم بين ممارسة هذه الوظيفة ، لدرجة أن بعض المتخصصين بالعلاقات العامة يذكرون أنه الأفضل للمؤسسة أن لا تمارس العلاقات من أن تمارسها بصورة ارتجالية نابعة من فهم خاطئ لطبيعتها ، فالعلم المبني على وجهة نظر شخصية وعلى أسس غير واقعية يفقد سماته الأساسية ويعد غير ذي نفع ، سواء بشكل علمي أو نظري، وفيما يلي أهم النظريات التي ترتبط بنشاط العلاقات العامة والسلوك الإتصالي للمنظمات المختلفة وخاصة فيما يتعلق منها بالعلاقات العامة وهي:

1- نظرية النظم :

تعرف هذه النظرية بإسم نظرية التكيف والتوافق ، و وفقا لهذه النظرية تمثل المنظمة نظاما في حد ذاتها، وتتكون كذلك من مجموعة من الأنظمة الفرعية، وفي الوقت ذاته تعتبر المنظمة ككل نظاما فرعيا من نظام أكبر وهو الذي يمثل مكونات البيئة الخارجية التي تؤثر وتتأثر بهذه المنظمة ، وطبقا لهذه النظرية تعمل المنظمة في بيئة متغيرة، لذلك فهي قد تحتاج إلى تمويل ، لتعزز من قدرتها التنافسية والتقليل من التهديدات التي تؤثر سلبا على بقائها .

ويكمن دور العلاقات العامة وفق هذه النظرية ، القيام بعدة مهام:

- أ- **المراقبة والتقييم :** وهي تعني القيام برصد التطورات والأحداث التي تحصل في البيئة ، وجمع المعلومات عن التحديات التي يمكن أن تواجه المنظمة ، وكذلك تحديد الفرص المحتملة والتي يمكن أن تفيد المنظمة.
- ب- **تقديم النصح والمشورة :** ويقصد بها التحذير من الأزمات التي قد تحصل للمنظمة ، والمساهمة في الاستجابة لتلك الأزمات من خلال تقديم مقترحات وأفكار للإدارة ، بحيث تترجم في شكل أنشطة ملموسة .

2- نظرية الحوار : يتبلور مفهوم الحوار حول قيام المنظمة بالإتصال بجماهيرها الأساسية لمناقشة القضايا موضع الخلاف ، وتعد هذه النظرية تطورا للنموذج الرابع من نماذج " جرونج" وهو ما يعرف بالنموذج المتوازن أو المتماثل ، وقد أدى مفهوم الحوار في العلاقات العامة إلى التحول من التركيز على إدارة الإتصال إلى التأكيد على الإتصال بأنه أداة للتفاوض بين المنظمة وجماهيرها.

3- النظرية التوافقية:

تركز هذه النظرية على الجماهير الأساسية، التي تؤثر على نجاح المؤسسة أو فشلها ، ووفقا لهذه النظرية ينقسم الجمهور طبقا لسلوكه إلى ثلاث استجابات ، تتراوح بين المشاركة الكاملة ، والمشاركة في حل المشكلة ، إلى المشاركة السلبية ، ويمكن القول أن هذه النظرية تقدم رؤية إستراتيجية لإدارة العلاقات العامة ، وطبقا لذلك يمكن من خلالها تقسيم البيئة الخارجية إلى مجموعات ثلاث ، الأولى لا تهم المؤسسة ، والثانية التي لها علاقة بالمؤسسة ولكن ليست بمستوى الوعي الذى يدفعها للمشاركة ، وأخيرا الجماعات النشطة، وهذا التقسيم يمكن إدارة العلاقات العامة من فهم وتفسير الجماهير المختلفة ، في الوقت نفسه يمكن إدارة العلاقات العامة من تحديد الجمهور الخاص بكل موقف أو قضية ، ومن ثم تحديد الإستراتيجيات والبرامج الاتصالية التى تساعد في بناء علاقات جيدة ، وتبادل المصالح مع هذه الجماهير.(العدوي،2011: 98)

ومن هنا ترى الباحثة أن الإتصال ضرورة إنسانية وظاهرة إجتماعية ، وهو الطريقة التي تتواصل بها المنظمة مع جماهيرها المختلفة وذلك بهدف تحقيق التفاهم والتكامل بينهم، وأصبح من الواضح أهمية الإتصال لعلم العلاقات العامة ، فوجود وإستمرار المنظمات في المجتمع بمختلف أنواعها مرتبطا بمدى تكيف تلك المنظمات مع متغيرات البيئة الخارجية من جماهير وتشريعات وقبوض قانونية، وهذا كله يتطلب دراسة ورصد تلك المتغيرات ووضع برامج إتصالية مناسبة تضمن بقاء المنظمة ، والعلاقات العامة من خلال مباشرتها لتلك المهام فهي تقوم بتنفيذ برامج تنطوي على اتصالات تجربها مع الجماهير الداخلية والخارجية ، وتستخدم لذلك وسائل إتصالية مختلفة وما يتبع ذلك من إعداد للرسائل وإختيار الإستراتيجيات والأساليب المناسبة للإقناع والتأثير لذلك يعتبر النشاط الإتصالي هو جوهر العلاقات العامة .

الآليات والتكتيكات المستخدمة في ممارسة أنشطة العلاقات العامة:

تبنى عملية الاتصال في العلاقات العامة على مجموعة من الاستراتيجيات الإتصالية والإجتماعية والنفسية ، وهي تعد عملية مركبة تتطلب تطبيق عدد من النماذج والنظريات والتي من شأنها أن تجعل هذه الفعالية أكثر ملائمة ونجاحا في تحقيق الأهداف ، وتتضمن عملية الإتصال تكتيكات إتصالية عديدة بعضها مرتبط بالمصدر والآخر بالرسالة ومن ثم بالوسيلة وأخيرا بالجمهور المستهدف.

وقد أشارت العديد من الدراسات والبحوث المتخصصة في مجال العلاقات العامة إلى وجود عوامل أساسية من الضروري توفرها في ممارس العلاقات العامة لكفاية عملية الإتصال فاعليتها ونجاحها.

مبادئ العمل في العلاقات العامة:

تمثل العلاقات العامة الفلسفة الإجتماعية لأي منظمة ، لذلك وهي بهذه المكانة تتطلب مجموعة من المبادئ التي يجب عليها أن تلتزم بها في أداء أعمالها ، وفيما يلي أهم المبادئ التي تعتمد عليها في الممارسة الفعالة والرشيده للعلاقات العامة:

1- كسب ثقة الجماهير:

يشير هذا المبدأ أن أنشطة العلاقات العامة لا يمكن أن تنجح بدون رضا الجماهير ، لذلك تقدم العلاقات العامة على دعم جمهورها، ويعتمد نجاحها على مدى قدرتها في كسب ثقة الجمهور وضمان دعمه لخططها ومشاريعها ،ومن الضروري في البداية تدريب العاملين في المؤسسة نفسها على القيام بواجبهم لكسب الثقة بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرهم ،ومن ثم يتمكن العاملون في إدارة العلاقات العامة من اقناع الجمهور المباشر الذي يتفاعل مع مؤسستهم على البقاء متعاملا معها ، أو من توسيع رقعة تعاونه معها .(عصفور،2014: 84)

2- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

إن الحصول على المعلومات حق من حقوق الفرد وخاصة في المجتمعات الديموقراطية لذلك من الضروري على العاملين في العلاقات العامة أن يؤمنوا أن الأساس السليم في العلاقات العامة هو المصارحة وليس إخفاء الحقائق التي تهم الجماهير، وهذه السياسة ضرورية ومهمة جدا في

القضاء على الشائعات التي تولد عدم الثقة وتؤثر في صورة المنظمة بشكل عام.
(العدوي،2011: 137)

3- احترام رأي الفرد، والإيمان بقوة الرأي العام:

تقوم العلاقات العامة على أساس احترام الجمهور ، والاعتراف بحقه في التعبير عن وجهات نظره ، ومن خلال نشاطها الهادف تسعى إلى إقناعه ببرامجها وتطلعاتها المختلفة . ولا يمكن أن ينجح قسم العلاقات العامة بالتعامل مع الجمهور إلا إذا اتبع أسلوباً مقبولاً في ذلك . ويتطلب هذا خروج المؤسسة بمقترحات واقعية ، قادرة على تحقيق عدد من رغبات الأفراد ومطالبهم وتصوراتهم . وهذا يستدعي أن تصدر الاقتراحات عن خبير أو شخص في المؤسسة يكون موضع ثقة الجماهير. وكلما تضمنت الاقتراحات حقائق وإحصائيات صحيحة ، فإن الجماهير تستجيب لها بصورة أفضل، ومن ثم فإن الأهداف الرئيسية لنشاط العلاقات العامة في المجالين الداخلي والخارجي ، تتمثل في العمل وفق رغبات الجماهير ، وحثهم على الإفصاح عن رغباتهم وحاجاتهم .(الطاهات،2011: 162)

4- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

من المبادئ المقررة أن العلاقات العامة الجيدة يجب أن تبدأ من داخل المؤسسة أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها فمن غير الممكن أن تبدأ المؤسسة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع جمهورها الداخلي على غير ما يرام فيجب أولاً خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المنشأة على اختلاف مستوياتهم الإدارية ثم بعد ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المنشأة وجمهورها الخارجي .(الشمري،2016: 30)

5- إتباع الأسلوب الديمقراطي في العلاقات العامة :

إن الأخذ بهذا المبدأ لا يجعل للديكتاتور فرصة ، وبهذا تسود روح الجماعة العالية ، وتتاح فرصة للإبتكار وعرض المقترحات ولا يستطيع المديرون أن يفرضوا سياستهم الذاتية دون إشراك العاملين في تحمل المسؤولية، مما يجعل سياسة المنظمة تجسد أفكار العملاء وصدى لما يبيديه المتخصصون من مشورة ومقترحات ، وفي هذا تشجيع للديموقراطية ودعم المبادئ الإنسانية القيمة.(العدوي،2011: 139)

أخلاقيات العمل في العلاقات العامة:

لكل مهنة أخلاقياتها و واجباتها وللعلاقات العامة أيضا واجبات تقع على عاتق العاملين في العلاقات العامة ، وذلك بالحرص على عدم الكذب عبر وسائل الإعلام سواء كان ذلك بشكل واضح أم بشكل ضمني، وفي هذا الإطار، وبهدف الإرتقاء بمهنة العلاقات العامة وحمايتها من أي ممارسة غير أمينة، حيث وُضعت الدساتير الأخلاقية المنظمة لممارسة مهنة العلاقات العامة، كدستور الجمعية العمومية لجمعية العلاقات العامة الأمريكية (PRSA) والذي جاء على النحو التالي:

❖ الالتزام بمواد الدستور الذي يحكم ممارسة مهنة العلاقات العامة والذي وضعته الجمعية العمومية لجمعية العلاقات العامة الأمريكية على النحو التالي :

1. يلتزم العضو خلال حياته المهنية بمراعاة المصلحة العامة
2. يحرص العضو على الالتزام بأقصى درجات الأمانة والسلامة خلال قيامه بالتزاماته اتجاه العميل وفي نفس الوقت حرصه على سلامة العملية الديمقراطية.
3. يتعامل العضو بعدالة مع الجمهور والعملاء السابقين والحاليين ومع الزملاء من الممارسين وأن يعطي الاهتمام الواجب لحقوق الآخرين في الاستعلام الحر وابداء الآراء .
4. يلتزم العضو بأقصى معايير الصدق والدقة وتجنب المبالغة في الطلبات والمقارنات غير العادلة وعلية أن يعترف ويقدر ما يستوحيه من أفكار الآخرين وكلماتهم
5. لا يمثل العضو أطرافا متصارعة أو متنافسة دون الحصول على موافقة صريحة منها بعد عرض حقائق الموقف عليها بوضوح تام .
6. لا يضع العضو نفسه في موقف تتعارض فيه مصالحه الشخصية أو يحتمل أن تتعارض مع التزاماته تجاه العميل أو الآخرين إلا إذا أعلن عن هذه المصالح بشكل واضح لكل الأطراف .
7. إذا كان لدى العضو دليل على ارتكاب عضو آخر لعمل غير أخلاقي أو قانوني فعليه أن يسرع بتقديم المعلومات للجهة المعنية بالجمعية إعمالا للإجراءات المنصوص عليها في هذا الدستور .

8. على العضو أن يقطع صلته مع أي فرد أو منظمه إذا كانت علاقته تتطلب منه ما يتعارض مع مواد هذا الدستور .(علي،2012: 12-15)

وبناء على ما تقدم ترى الباحثة أن رجل العلاقات العامة هو العنصر الأول في أي عملية إتصالية ، ومن هنا، تؤكد الباحثة على أهمية أن يتصف العاملون في العلاقات العامة بصفات مميزة تؤهلهم للمهمة الموكلة لهم، فعندما تتطلب المهمة مواجهة الجماهير والتخاطب معهم فمن الأفضل أن تسند المهمة إلى شخص يتصف باللباقة والمظهر الحسن، أما في المهام التي تكون ضمن إعداد التقارير الصحفية والنشرات وإدخال البيانات والمعلومات فمن الممكن أن تسند لأشخاص أقل جاذبية، وتركز الباحثة في كل الأحوال أهمية وضرورة توافر المؤهلات العلمية والأكاديمية للعامل في مجال العلاقات العامة .

المتغيرات الأساسية في بناء الرسائل الإتصالية للعلاقات العامة:

1- **المضمون:** من الممكن أن يكون المضمون الذي تقدمه الرسالة متوازنا وقد لا يكون ، وكذلك يحتمل أن تستعرض الرسالة جانبا واحدا من القضية المطروحة، وإذا استعدى الأمر تعرض جوانب متعددة، وقد تقدم وجهة نظر واحدة أو أكثر على حسب موقف المتعاملين من القضية محل الجدل.

2- **تسلسل أفكار المضمون :** عند إعداد الرسائل الإتصالية في العلاقات العامة ، عادة تُطرح مسألة : بماذا نبدأ ؟ بالإيجابي أو بالسلب ؟ ويفضل في هذه الحالة أن تبدأ الرسالة بعرض وجهة نظر المنظمة بصورة مختصرة ، ولكن يجب أن تكون قوية ومؤثرة ، ثم نستعرض وجهة نظر الجهة المعارضة بصورة مختصرة ، يتلوها رد فوري من قبل المنظمة .

3- **الاستنتاجات :** عند إعداد الرسائل ، ينصح أن لا يترك أمر الاستنتاج للأفراد المتعاملين ، وذلك لأنهم عندما يتوصلون إلى نتائج محددة بأنفسهم ، فهم يميلون إلى الإصرار على استنتاجاتهم ، و وفقا لإختلاف المستويات الثقافية للجمهور فإنه غالبا سيختلفون أيضا في استنتاجاتهم التي يتوصلون إليها عندما يتعرضون لمجموعة من الحقائق حول قضية معينة ، ويعرض لوجهة نظر المنظمة بصورة مؤثرة، وهناك عناصر أخرى مؤثرة في تلقي الرسالة وزيادة فاعليتها مثل الوضوح والاختصار وسلاسة اللغة المستخدمة.(عبد الرزاق، 2010: 75-76)

أساليب كتابة الرسائل الإتصالية للعلاقات العامة:

هناك عدة أساليب للكتابة للعلاقات العامة كل منها يصلح للاستخدام في وسيلة محددة، وفي موقف محدد، وهذا يعني أن هذه الأساليب يمكن استخدامها موقفياً أي حسب المناسبة أو الموقف المطروح، كما أن بعضها يصلح للاستخدام في قوالب اتصالية محددة دون أخرى، وهي على النحو التالي:

1- الأسلوب الإخباري المباشر: يستخدم غالباً في الأخبار والبيانات الصحفية المرسلة لوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية.

2- الأسلوب القانوني: وهو أسلوب يقوم على الحذر في استخدام الألفاظ في نص الرسالة، ويستخدم غالباً في الرد على الانتقادات الموجهة للمنظمة أثناء الأزمات سواء في شكل إعلاني مدفوع الأجر أو نشرات إخبارية مدفوعة أو بيانات صحفية.

3- الأسلوب المؤلف أو الشائع: يستخدم في الخطابات والنشرات الداخلية الموجهة للعاملين في المستويات الإدارية المختلفة. (Bivins, 2013: 51)

وفضلاً عن ذلك تعتقد الباحثة أن الكشف عن الحقائق وتبيانها والتمسك بالأخلاق النبيلة، والمعرفة التامة بالتشريعات القانونية والإتصال بفعالية في كافة الأجهزة الإعلامية كلها متطلبات أساسية لمن يريد أن يكتب في مجال العلاقات العامة.

وترى الباحثة أن عنصر المتعاملين يمثل أهمية كبرى في عملية الإتصال، فلا وجود للإتصال دون أن يكون هناك جمهور، فهو الذي يحدد مدى فعالية ونجاح العملية الإتصالية، ولكي يصل رجل العلاقات العامة إلى مبتغاه ويحقق أهدافه، يجب أن يتعرف على المتعاملين الذي يفترض أن تتعامل معه المنظمة، وأن يقوم بتهيئة البيئة المحيطة بالمتعاملين قبل إرسال الرسائل الإتصالية، وذلك بتخير الوقت المناسب والوسيلة المناسبة للخصائص الديموغرافية والمستوى الثقافي والإجتماعي لهم.

وبناء على ما تقدم ترى الباحثة أن هذا عصر تكنولوجيا الإتصال الحديثة، الذي يستوجب على القائم بالإتصال المزج بين أكثر من تكنولوجيا إتصالية تمتلكها امنظمة وذلك في محاولة للوصول إلى الهدف النهائي وهو إيصال الرسالة إلى المتعاملين في الوقت المناسب وبالشكل الذي يتناسب مع خصائصه وقدراته، لذلك يجب على ممارس العلاقات العامة الإفادة من التطورات التكنولوجية التي طرأت على عالم الإتصال وذلك لتطوير القدرات الإتصالية لديه بما يخدم أهداف العملية الإتصالية.

العلاقات العامة في الجامعات:

تنظيم إدارة العلاقات العامة في الجامعات :

ينقسم هذا الجزء إلى قسمين رئيسيين : الأول يتناول مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي ، والثاني يدرس تنظيم هذه الإدارة .

6- أولاً مكانة إدارة العلاقات العامة : من الضروري أن تأتي العلاقات العامة في الجامعة

في مقدمة أعمال رئيس الجامعة وعميد الكلية ويشارك في هذه المسئولية أعضاء هيئة التدريس والإداريون من خلال الأداء الطيب وتنمية روح المسئولية بين الطلاب ، كما أن الطلاب أنفسهم وهم الهدف من العملية التعليمية ، وكذلك الخريجين يمارسون دورا كبيرا في دعم الانتماء للجامعة ، والولاء لها ، ويكتمل هذا النسيج الاجتماعي بوجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة تضم المهارات والكفاءات المتنوعة لتحقيق عمليات الاتصال المزوج بين إدارة الجامعة وجماهيرها التي أشرنا إليها ، مستخدمة في ذلك الأساليب العلمية في إنتاج المواد الإعلامية ، وإجراء البحوث التي تستهدف التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها ، كما تقوم هذه الإدارة أيضا بتخطيط وتنفيذ الأنشطة الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها، ومن الضروري أن يكون الاقتناع بأهمية العلاقات العامة وفهم وظائفها ومجالاتها ، من أهم المقومات الأساسية لمن يشغل مسئولية هذا المنصب ، فلا يكفي أن تتبع إدارة العلاقات العامة أعلى المستويات الإدارية بغض النظر عن اقتناع هذا المسئول أو عدم اقتناعه بأهمية العلاقات العامة ، وتتبع أهمية رفع مكانة إدارة العلاقات العامة في أى مؤسسة من المؤسسات من ثلاثة اعتبارات :

أ- أنها الإدارة المتخصصة في الاتصال والمسئولة عن مساعدة الإدارات الأخرى على التعامل المتمس بروح الود والألفة مع الجماهير التي تتعامل معها .

ب- أن إدارة العلاقات العامة لا يقف دورها عند المساعدة فقط ، ولكنه يمتد أيضا إلى مراقبة الإدارات الأخرى ، حتى لا يحدث ما يتناقض مع أنشطة العلاقات العامة أو يقلل من فعاليتها.

ج- أن تقارير إدارة العلاقات العامة حول علاقات المؤسسة ب جماهيرها النوعية واتجاهاتها لايد أن تؤخذ فى الاعتبار عند وضع السياسات أو تعديلها بما يتفق وتحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير التى تتعامل معها.(عجوة،2014: 35)

7- **ثانيا تنظيم إدارة العلاقات العامة :** لا يوجد تنظيم نمطى ثابت لإدارة العلاقات العامة فى المؤسسات العامة أو الخاصة ، فهناك عوامل متعددة تتعلق بحجم المؤسسة وطبيعة أنشطتها وأهدافها والجماهير التى تسعى إلى كسب تأييدها ، ولكن ينبغى التأكيد على جودة التنظيم لتحقيق الاستفادة الكاملة من الأفراد والموارد المتاحة لإدارة العلاقات العامة . ومن الضرورى أن تتحقق المرونة الكاملة فى التنظيم بحيث يسمح باستخدام الأفراد الذين لا يعملون فى وقت معين فى قسم آخر غير الذى يعملون فيه حتى لا يزدحم أحد الأقسام بالعمل فى حين يغط قسم آخر فى سبات عميق ، كما يمكن أن يزيد عدد الأفراد العاملين بكل قسم أو يقل حسب حجم الجامعة، وتنوع التخصصات بها ، وكذلك ظروف المجتمع الذى تخدمه ، ولكن الأساس الذى يستند إليه النموذج هو تكامل الوظائف الأساسية التى تحقق أهداف العلاقات العامة فى الجامعات وتتضح هذه الوظائف من تحليل مهام هذه الأقسام التى يتضمنها النموذج الذى اقترحه دكتور على عجوة على النحو التالى :

1- **قسم الخدمات الإعلامية :** ينبغى أن تضم إدارة العلاقات العامة بالجامعة قسما للخدمات الإعلامية تكون مسئوليته الأولى إعلام جماهير الجامعة الداخلية والخارجية بما يجرى داخل الكليات والإدارات المختلفة ، ويقوم هذا القسم بجمع الأخبار وتوزيعها على وسائل الإعلام الداخلية والخارجية ومن الضرورى أن يكون للجامعة صحيفتها الأسبوعية أو النصف شهرية على أكثر تقدير وبعض الجامعات تصدر صحيفة يومية كما هو الحال فى جامعة ولاية ميتشجان Michigan State University التى تملك أيضا محطة إذاعية يرجع تاريخها إلى نشأة الإذاعة ، حيث بدأت إرسالها فى عام 1922 م ، بالإضافة إلى محطة تليفزيون يتم تمويلها من التبرعات ، ولا يسمح فيها بالإعلانات التجارية التى تعتمد عليها محطات التليفزيون الأمريكية .

2- **قسم المطبوعات الجامعية :** ويضم هذا القسم الدور الذى تقوم به إدارة العلاقات العامة تجاه الأزمات التى تتعرض لها الجامعة. محررين ومصممين لإعداد الكتيبات ، والنشرات ، والكتب ، والدليل العلمى ، وغير ذلك من المطبوعات ، وتلحق بهذا القسم أيضا شعبة المعلومات يشرف عليها أخصائى متمرس فى عملية الحفظ والتوثيق .

- 3- **قسم النشاط الداخلي** : ويختص هذا القسم بالإعداد للحفلات والإشراف عليها ، وتنظيم الندوات ، والمحاضرات العامة ، والمعارض الفنية والعلمية ، ويقوم هذا القسم أيضا بتنظيم الرحلات والمسابقات الرياضية والثقافية ، وغير ذلك من الأنشطة التي تهدف إلى الترفيه عن العاملين ورفع الروح المعنوية بينهم.
- 4- **قسم الإستقبالات** : يجب أن تخصص الإدارة قسما للإستقبالات يتولى إستقبال الوفود الزائرة والأساتذة القادمين من خارج البلاد ، ويسهر على راحتهم وتذليل العقبات التي تواجههم ، وتبرز أهمية هذا القسم فى الجامعات التي تعتمد اعتمادا كبيرا على الأساتذة الأجانب ، وفى هذه الحالة يحتاج قسم الإستقبالات فى أول العام الجامعى إلى دعم إضافى فى الأفراد الذين يقومون بهذه المهمة ويمكن أن يساعد فى ذلك أفراد قسم النشاط الداخلى بالإضافة إلى ممثلين عن كليات الجامعة .
- 5- **قسم الاتصال بالمجتمع المحلى** : وهو من الأقسام التي ألحقت بإدارات العلاقات العامة فى منتصف القرن الماضى ، وتتبع فكرة هذا القسم من فلسفة أن آثار أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود المجتمع الذى يتعامل معه مباشرة إلى المجتمع الكبير ، ولكى يتحقق هذا المغزى الاجتماعى لابد أن يكون بين أفراد إدارة العلاقات العلمة بالجامعة من يستطيع توجيه النصح لإدارة الجامعة فيما يتعلق بالتعامل مع المجتمع المحلى ، وإمداده بالمعلومات الكافية عن مشروعات الجامعة فى هذا السبيل ، من خلال وسائل الإعلام الخارجية .
- 6- **قسم الشؤون الإدارية والمالية** : ولكى تؤدى أقسام العلاقات العامة وظائفها على أكمل وجه تخصص معظم الإدارات قسما مستقلا للشؤون الإدارية والمالية ، تكون مسؤوليته الأساسية إمداد الأقسام الفنية بالمعدات والأدوات التي يتطلبها العمل الفنى (عجوة، 2014، 37)

إدارة العلاقات العامة في جامعة الملك عبدالعزيز :

تعتبر إدارة العلاقات العامة من أهم الإدارات بالجامعة ، وذلك لارتباطها بجميع الإدارات الداخلية والخارجية وتحملها مسئولية سمعة ومكانة الجامعة ، وهي أيضاً من أكثر الإدارات حيوية وتفاعلاً مع أنشطة ومناسبات الجامعة المختلفة، كما تقوم بأدوار هامة للاستعدادات والتجهيزات اللازمة لهذه الفعاليات ، والتنسيق مع كافة الجهات ذات العلاقة ، وتساهم مساهمة فعالة فى تنفيذ سياسة الجامعة وأداء رسالتها ، حيث تمثل إدارة العلاقات العامة حلقة وصل بين إدارة الجامعة وقطاعاتها الأكاديمية والإدارية وبين المجتمع الخارجى .

كما تتجلى رسالة الإدارة في السعي إلى إيجاد علاقة مميزة بين الجامعة ومختلف القطاعات العامة والخاصة ، وبناء جسور من التعاون مما يسهم في التعريف برسالة الجامعة وأهدافها المعلنة ومنها ما يختص ببناء كوادر مؤهلة علمياً ، متسلحة بالإيمان لخدمة الدين ثم المليك والوطن . والعلاقات العامة من الأنشطة الحيوية الضرورية داخل الجامعة لتقوية وتدعيم علاقة الجامعة بجمهورها الداخلي والخارجي ، وترسيخ المفاهيم الإيجابية عن الجامعة ، وخلق صورة مرموقة طيبة عن نشاطها العلمي والاجتماعي .

وتتضمن النظرة المستقبلية للإدارة تحقيق الأهداف المناطة بإدارة العلاقات العامة من خلال عدة وسائل تهدف جميعها إلى نشر الوعي بين منسوبي الجامعة وأفراد المجتمع الخارجي للوصول إلى تحقيق الأهداف المنشودة من فكرة إيجاد إدارة للعلاقات العامة والإعلام ، وما تؤديه من دور فعال في مجال التفاعل مع المجتمع إلى جانب العمل على الاستفادة من التقنية المتقدمة في إبراز مختلف نشاطات الجامعة.

أهداف إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز:

- (1) التعريف بدور الجامعة ورسالتها الأكاديمية والبحثية في خدمة المجتمع والمواطنين .
- (2) تزويد إدارات الجامعة وكلياتها بحاجات المجتمع الداخلي والخارجي .
- (3) السعي لبناء صورة إيجابية عن الجامعة للمجتمع .
- (4) التصدي للشائعات والأخبار الكاذبة التي قد ينشرها البعض عن الجامعة .
- (5) التفاعل مع المجتمع وتلبية احتياجاته من حيث تزويده بكافة المعلومات والحقائق والإحصائيات الدقيقة .
- (6) التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة لنشر رسالة الجامعة ، وشرح البيانات التي تقوم بوضعها ، وما تحققه من مزايا للمواطنين وتزويدها بالأخبار والنشاطات والفعاليات التي تقام بالجامعة وكلياتها ومختلف إداراتها .
- (7) توطيد العلاقة مع خريجي الجامعة في مختلف المجالات العلمية والمجتمع الداخلي والخارجي .
- (8) رعاية شؤون المتقاعدين من أساتذة الجامعة ومنسوبيها .(موقع الجامعة الإلكتروني، إدارة العلاقات العامة).

المهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة :

- 1) اعداد برامج زيارة الوفود والشخصيات الهامة التي تزور الجامعة ، والتنسيق مع الجهات المعنية لزيارتها .
- 2) استقبال واستضافة الوفود الرسمية الزائرين للجامعة من كافة أنحاء العالم ، وتأمين سكنهم وتنقلاتهم .
- 3) استخراج التأشيرات للاستاذة الزائرين .
- 4) استقبال واستضافة أعضاء هيئة التدريس حديثي التعاقد .
- 5) تجهيز أوامر الازكاب وحجز الفنادق للاستاذة ومناقشي الرسائل العلمية لطلبة الماجستير والدكتوراة .
- 6) المساهمة في تنظيم المؤتمرات والملتقيات والمعارض وورش العمل والندوات العلمية المختلفة
- 7) توجيه البرقيات والدعوات والمخاطبات الرسمية للجهات المعنية.
- 8) الاشراف العام على جميع الفعاليات والانشطة على مستوى الادارة العليا للجامعة .
- 9) انتهاء الاجراءات الحكومية لكبار المسؤولين من إصدار الجوازات الخاصة واصدار التأشيرات وتصاريح المطار ومايلزم.
- 10) تأمين الأعلام الرسمية وصور ولاية الأمر لمكاتب كبار المسؤولين .
- 11) القيام برحلات إيمانية لمكة المكرمة والمدينة المنورة لمنسوبي الجامعة وذويهم .
- 12) التنسيق مع الجهات المختلفة لتقديم عروض خاصة وتخفيضات لمنسوبي الجامعة .
- 13) المشاركة في الاعداد والتنظيم لاحتفالات الجامعة السنوية مثل : حفل تكريم المتقاعدين والتميزين وحفل التخرج وحفل المعايدة بعيد الفطر .
- 14) المشاركة في اعداد التقرير السنوي لفعاليات وانشطة الجامعة .(مقابلة مع نائبة رئيس العلاقات العامة بالجامعة).

الدراسات السابقة :

من خلال اطلاع الباحثة على العديد من الدراسات السابقة تم تقسيم الدراسات إلى المحاور التالية وقد تم ترتيبها زمنيا من الاحدث فالاقدم :

دراسات المحور الاول و المتعلقة بالأنشطة الاتصالية في العلاقات العامة:

1- دراسة عدي عبدالخالق الامير (2015) بعنوان "الأنشطة الإتصالية لممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية" دراسة ميدانية في الاردن .

استهدفت الدراسة توضيح الأنشطة الإتصالية التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية في الأردن ، وذلك من خلال إجراء دراسة مسحية على جميع الممارسين في المنظمات عن طريق أداتين الإستبانة والمقابلة، وكشفت الدراسة أن التعريف بالمنظمة وإدارة العلاقات مع وسائل الإعلام وبرامج العلاقات العامة كانت من أهم الأنشطة الإتصالية التي قام بها ممارسو العلاقات العامة، وأظهرت النتائج وجود تنوع في وسائل الاتصال المستخدمة للوصول إلى الجماهير المستهدفة ، وكانت أكثر الوسائل استخداما هي (الهاتف- البريد الإلكتروني - الإنترنت- مواقع التواصل الإجتماعي- البيانات الصحفية).

2- دراسة عكور ، سارة أحمد (2014) بعنوان " الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في البنوك الأردنية" دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة .

استهدفت الدراسة توضيح ما تمارسه دائرة العلاقات العامة في البنوك الاردنية من أنشطة إتصالية وأثرها على سمعة البنك ووضعه المصرفي، وأظهرت الدراسة أن معظم البنوك الأردنية تعتمد على العلاقات العامة في تحقيق نجاحها المصرفي ، كما أكدت الدراسة حقيقة مفادها إستخدام دائرة العلاقات العامة للإعلام الرقمي (الانترنت ومواقع التواصل الإجتماعي) في سعيها لتحسين دورها الإتصالي.

3- دراسة عتوم ، أحمد (2010) بعنوان " أهمية الأنشطة الإتصالية في عمل العلاقات العامة" دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية .

استهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية ومدى قيامها بالأنشطة الإتصالية وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها : تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الإتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي

تشمل (الإتصال الشخصي المباشر- الإتصال الشخصي الغير مباشر- الإلكترونية- وسائل الاتصال الجماهيري) على الترتيب، وكذلك خلصت النتائج إلى توافر الخصائص والصفات (خصائص القدرات الاتصالية ومواصفات المستوى التعليمي والصفات التكميلية) لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام للقيام بالأنشطة الاتصالية.

دراسات المحور الثاني : المتعلقة بالعلاقات العامة في مؤسسات التعليم الجامعي.

4- دراسة الزيدانة، حمزة (2015) بعنوان: "دور العلاقات العامة والاعلام في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي" دراسة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في الجامعات الأردنية الخاصة .

استهدفت الدراسة التعرف على أهمية و دور العلاقات العامة والاعلام في المنظمات والمؤسسات وبخاصة في مؤسسات التعليم العالي الأردنية الخاصة ودراسة أثر العوامل التالية على مستوى الأداء: عدد العاملين ، عدد سنوات الخبرة،المؤهل العلمي ، الجنس، طبيعة الجامعة (حكومية - خاصة) ، وجود خطة عمل،و أوضحت نتائج الدراسة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين قناعة الإدارة العليا وبين طبيعة الأنشطة والبرامج وبين اختيار رجل العلاقات العامة المتخصص وبين توفر أدوات الإتصال والتواصل التكنولوجية وبين توفر المخصصات المالية بالدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة وقدرة إدارة العلاقات العامة على القيام بدورها.

5- دراسة الرشيدى، محمد (2014) دراسة بعنوان " دور العلاقات العامة في تعزيز المهارات الوظيفية للعاملين في الجامعات: جامعة الكويت نموذجا"

استهدفت الدراسة الكشف عن مدى مقدرة العلاقات العامة بالإسهام في تعزيز المهارات الوظيفية للعاملين في جامعة الكويت من خلال ما تقوم به من أنشطة وبرامج تدريبية وإعلامية وإتصالية ، وأظهرت النتائج أن الأساليب التي تستخدمها العلاقات العامة في تحقيق التواصل المناسب بين الأقسام المختلفة في الجامعة كانت كالآتي مرتبة حسب الأكثر استخداما: المنشورات المطبوعة ، البريد الإلكتروني، إعلانات الحائط الجدارية ، تبين أن الإعتماد على شبكات التواصل الإجتماعي كان ضعيفا ،كما أظهرت أهمية قيام العلاقات العامة بإقامة المنتديات والملتقيات والمؤتمرات التي تعقد فيما يتصل بعمل الموظفين في تزويد العاملين بالجامعة بالمستجدات العلمية في مجال العمل والاختصاص.

6- دراسة القاضي، محمد (2013) بعنوان " استخدامات إدارات العلاقات العامة للإنترنت في التواصل مع جماهيرها: دراسة تطبيقية على إدارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدامات إدارات العلاقات العامة للإنترنت في التواصل مع جماهيرها ، ومدى التفاعلية مع الخدمات والمعلومات والأحداث التي تطرحها الجامعة على موقعها الإلكتروني، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الإنترنت احتل المرتبة الأولى من بين وسائل الاتصال التي تستخدمها الجامعات الأردنية في التواصل مع جماهيرها، كما نفى جميع المبحوثين عدم وجود تفاعلية من قبل الجماهير مع الفعاليات والأحداث والخدمات والمعلومات المطروحة على موقع الجامعة، إضافة إلى أن أكثر الخدمات التي يوفرها الإنترنت على موقع الجامعة هي خدمة البريد الإلكتروني.

7- دراسة هيك ، روزالين (2013) بعنوان " تقييم أدوار و أنشطة العمل للعاملين بالعلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي باستخدام نموذج خماسي العوامل"

استهدفت الدراسة تقييم أدوار العلاقات العامة الإدارية والفنية للعاملين في العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي. وقد استخدم الباحث الاستطلاع الكمي في جمع وتحليل معلومات البحث التي حصل عليه، كما تكونت العينة من 407 فردا من العاملين في العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، ولقد أكدت نتائج الدراسة على أن العاملين في العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي يتقصدون الدور الفني ، مع المشاركة الهامشية في تطبيق الدور الإداري بالرغم من حملهم لألقاب وظيفية من مستوى رفيع، كما أشارت النتائج أن العاملين في العلاقات العامة ليس لديهم وصول مباشر إلى رئيس المؤسسة.

8- دراسة براملت ، ريبكا (2012) بعنوان " استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من اجل العلاقات العامة في التعليم العالي.

استهدفت الكشف عن كيف أن مكتب خدمات الاعلام في الجامعة العامة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، وبالذات الفيس بوك من اجل مهام وأنشطة العلاقات العامة، ولقد قام الباحث بإجراء المقابلات، وجمع الوثائق، والمحتوى عبر الإنترنت، والمراقبات، حيث تم استخدام مختلف أشكال المعلومات من اجل ضمان المصادقية الثلاثية : بين المشاركين والمؤسسة والباحث ، كما اختار الباحث جامعة عامة تقع على الساحل الشرقي بالولايات المتحدة والمسماة بجامعة ريتشارد، ولقد أشارت النتائج أن الهيكل التنظيمي للجامعة يضم مكتبا موجودا من اجل عرض خدمات الاتصالات للمؤسسة ومن أجل دمج استخدام وسائل التواصل أو الاتصال

الاجتماعي في الاستراتيجية العامة للعلاقات العامة ، وأظهرت النتائج أن أنشطة المكتب موجهة في تعزيز مهمة المؤسسة، والقيام بإشراك جمهورهم، وتقديم الخدمة لهم، وتوليد الاحساس بالانتماء للمجتمع، وإنشاء التواصل اللامنتهي أو الدائم مع جامعة ريتشارد، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لهذا المكتب قد شجعت الحوار مع متابعيهم على الانترنت مباشرة.

9- دراسة كامل ، جيوف (2012) بعنوان " العلاقات العامة المتطورة : استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل القائمين بالاتصال في مؤسسات التعليم العالي.

والتي استهدفت التعرف عما اذا كانت مؤسسات التعليم العالي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة تتبع فيها نمط غروينغ في الاتصال، واستخدم الباحث فيها أسلوب المقابلات والوثائق ومجموعة الارشيف المؤسسية في جامعة سيراكيوز، وأظهرت نتائج الدراسة أن جامعة سيراكيوز تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بفعالية لأهداف العلاقات العامة، وتقوم بوضع خطط استراتيجية لشبكتها في التواصل الاجتماعي من أجل وصول الرسائل التي تعتبرها مهمة ومن أجل إشراك اكبر عدد من جمهورها، كذلك كانت هذه الجامعة تأخذ بعين الاعتبار التغذية الراجعة من جماهيرها.

10- دراسة الحديد ، علي (2010) بعنوان " واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية- دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة"

هدفت الدراسة التعرف إلى واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية من خلال تقييم طلبة الجامعة لها، كما هدفت إلى معرفة النشاطات والخدمات التي تقدمها الدائرة لهم ومدى إشراك الطلبة بتلك الأنشطة والخدمات، وأعدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة المسجلين (بكالوريوس - ماجستير - دكتوراه) وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها: أن الخدمات والأنشطة التي تقدمها إدارة العلاقات العامة بشكل عام جاءت بدرجة منخفضة ، وكذلك وجود فروق دالة احصائيا في تقييم الطلبة لاداء العلاقات العامة في الجامعة الأردنية تعزى لمتغير المرحلة الأكاديمية للطلاب لصالح طالب البكالوريوس.

التعليق على الدراسات السابقة:

تبين من إستعراض الدراسات السابقة والتي تناولت كلا من الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة وكذلك العلاقات العامة في الجامعات، ما يلي :

أوجه الاتفاق مع الدراسات السابقة :

- 1- أتفقت أهداف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في دراسة الأنشطة الإتصالية وبيان دورها في التأثير على الجماهير الداخلية والخارجية.
- 2- أتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تسليط الضوء على أهمية ومكانة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية .
- 3- أتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنها تندرج ضمن البحوث الوصفية والتي اتبعت منهج المسح كأغلب الدراسات السابقة .
- 4- استخدمت الغالبية العظمى من الدراسات السابقة الاستبانة ، وهي ما استخدمته الدراسة الحالية كأداة لجمع البيانات والمعلومات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

- 1- بلورة وتحديد المشكلة البحثية تحديداً دقيقاً وواضحاً، وكذلك تحديد البناء المنهجي في أجزاء الدراسة المختلفة مثل : (أهداف الدراسة- تساؤلات الدراسة)
- 2- التعرف على المناهج والأساليب والأدوات المستخدمة وكيفية توظيفها بصورة صحيحة للحصول على نتائج بحثية جديرة بالإعتماد في الدراسة الحالية.
- 3- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تكوين خلفية عن محاور الدراسة وهي (العلاقات العامة في الجامعات- الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة)

أوجه الاختلاف عن الدراسات السابقة :

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة ، بالسعي للتعرف على دور الأنشطة الإتصالية في مؤسسات التعليم الجامعي، والتي لم يتطرق إليها أحد على حسب علم الباحثة من خلال بحثها في مكاتب الجامعات العربية ومواقع الإنترنت .

فروض الدراسة :

- 1- يوجد دور فعال تقوم به الأنشطة الإتصالية من خلال العلاقات العامة في الجامعة وقت الأزمات (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً).
- 2- توجد طريقة يتعرف بها المتعاملين على الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز .
- 3- يوجد جهاز متخصص في المؤسسات التعليمية لممارسة أنشطة إدارة العلاقات العامة (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) .
- 4- توجد أهداف محققة من ممارسة الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز .
- 5- توجد معايير أكثر تأثيراً في اختيار إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية المناسبة.

منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي والذي يعرف بأنه منهج لوصف وتحليل الواقع الإعلامي والاجتماعي ، حيث يهدف هذا النوع من الدراسات إلى وصف ظاهرة أو واقعة أو حدث ودراسة كافة الحقائق المتعلقة بها .

كذلك لجأت الباحثة إلى الأسلوب المسحي والذي هو من أبرز مناهج الدراسة في مجال الدراسات الإعلامية .

مجتمع وعينة الدراسة:

استدعت الحاجة دراسة مجتمعين لهما علاقة بمشكلة الدراسة ألا وهما :

- منسوبي العلاقات العامة في جامعة الملك عبد العزيز بجدة (ممارسي العلاقات العامة بالجامعة) . وبالتالي فقد قامت الباحثة بتطبيق باختيار عينة البحث على النحو التالي :
أولاً : عينة من منسوبي جامعة الملك عبد العزيز (ممارسي العلاقات العامة) وعددها (15) .

ثانياً : عينة من المتعاملين مع الجامعة وعددها (111) .

أداة الدراسة :

تحقيقاً لأهداف الدراسة و للإجابة عن تساؤلاتها ، فقد أختارت الباحثة الإستبيان كأداة لجمع المعلومات ، كونه يعتبر من أفضل الوسائل لجمع البيانات في البحوث التي تدرس للمتعاملين ، وأيضاً لدراسة القائم بالإتصال ، بشرط إعداده بعناية وتطبيقه بكفاءة.

وقد تم تصميم نوعين من الإستبيان :

- الإستبيان الأول : موجه لممارسي العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز بجده ومكونة من (10) أبعاد (أسئلة) ، للوقوف على ما تقدمه إدارة العلاقات العامة من أنشطة وبرامج إتصالية .
- الإستبيان الثاني : موجه للجمهور المتعامل مع الجامعة وقوامها (8) أبعاد (أسئلة) فقط

أولاً / ثبات أداة الدراسة :

ثبات الأداة: تم التأكد من ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (1)

معاملات ألفا كرونباخ لثبات أداة الدراسة

قيمة ألفا كرونباخ	الاستبانة
0.75	ممارسي العلاقات العامة
0.81	المتعاملين

يلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للاستبانة الأولى (ممارسي العلاقات العامة) 0.75 وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات الاستبانة بشكل جيد وصلاحيتها لقياس المتغيرات التي صممت من أجلها ، أما الاستبانة الثانية (المتعاملين) فقد كان معامل ألفا كرونباخ لها 0.81 وهو مرتفع أيضاً ويدل على ثبات الاستبانة بشكل كبير وصلاحيتها لقياس المتغيرات التي صممت من أجلها .

تطبيق أداة الدراسة:

تم تطبيق أداة الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 1438هـ على (111) من المتعاملين مع جامعة الملك عبد العزيز ، بالإضافة إلى (15) من منسوبي العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز بجهه .

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

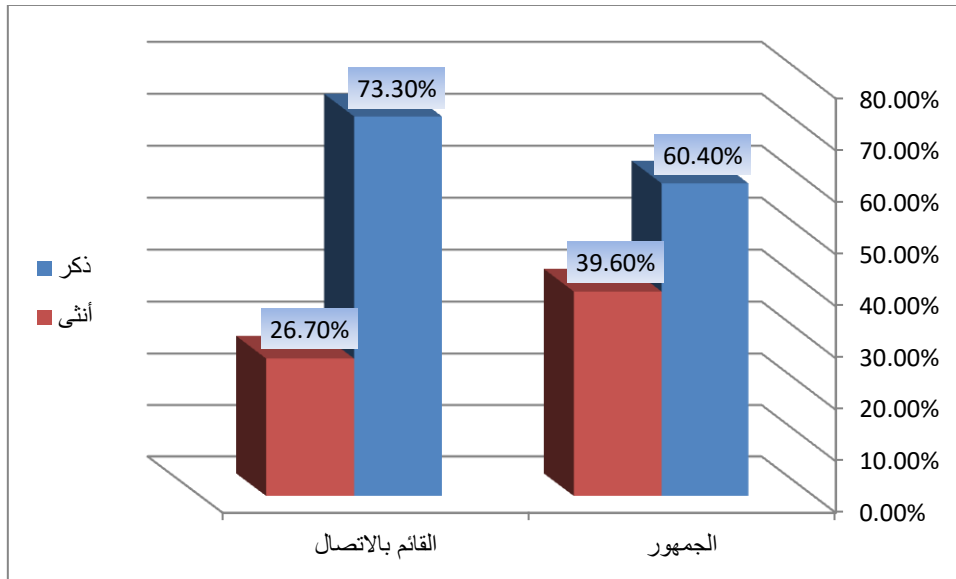
قامت الباحثة بإستخدام:

- 1- معامل ألفا كرونباخ لحساب قيم معامل الثبات لعينة الدراسة الإستطلاعية.
- 2- المتوسط الحسابي للتعرف على متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة.
- 3-النسب والتكرارات الحسابية لإجابات أفراد العينة.
- 4- الوزن المرجح للعبارات ذات المقياس الثلاثي.

جدول رقم (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للجنس

القائم بالاتصال		الجمهور		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
73.3%	11	60.4%	67	ذكر
26.7%	4	39.6%	44	أنثى
100%	15	100%	111	إجمالي



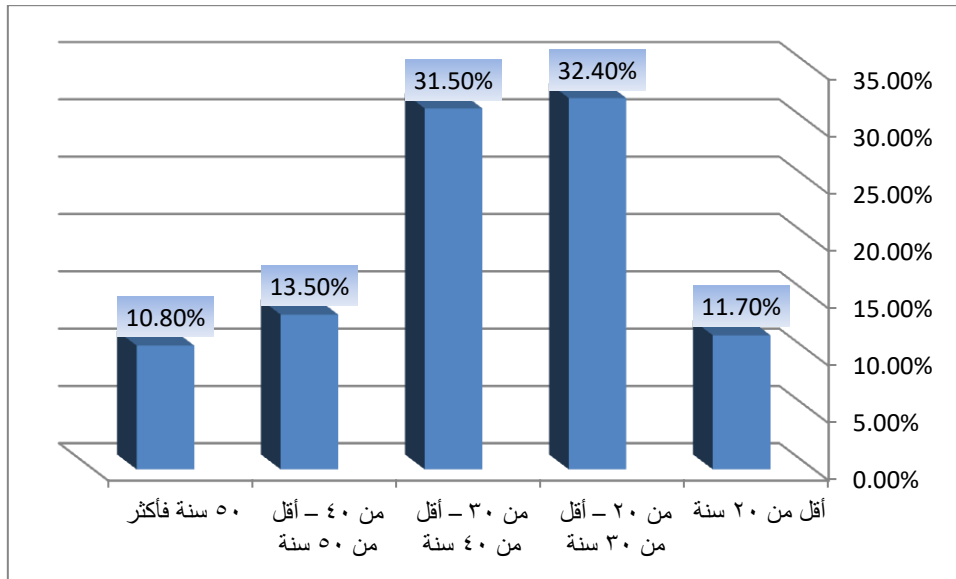
شكل رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للجنس

من الجدول رقم (2) والشكل رقم (1) يتضح أن 60.4% من أفراد عينة الدراسة من المتعاملين ذكور ، بينما كانت نسبة الإناث 39.6% من نفس العينة ، أما بالنسبة لعينة الدراسة من القائمين بالاتصال فقد كانت نسبة الذكور فيها 73.3% ونسبة الإناث 26.7%.

جدول رقم (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة من المتعاملين تبعاً للفئة العمرية

الجمهور		الفئة العمرية
النسبة	التكرار	
11.7%	13	أقل من 20 سنة
32.4%	36	من 20 – أقل من 30 سنة
31.5%	35	من 30 – أقل من 40 سنة
13.5%	15	من 40 – أقل من 50 سنة
10.8%	12	50 سنة فأكثر
100%	111	إجمالي



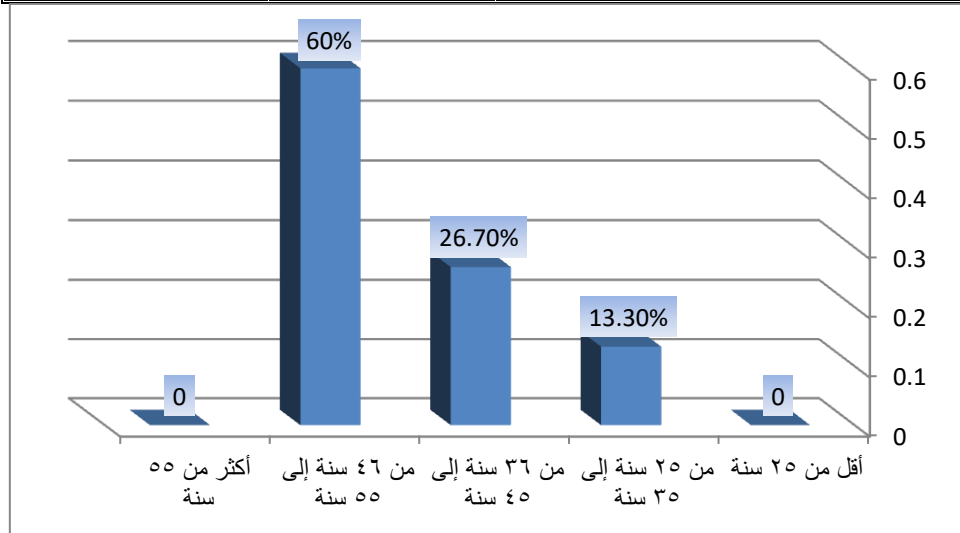
شكل رقم (2) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من المتعاملين تبعاً للفئة العمرية

من الجدول رقم (3) والشكل رقم (2) يتضح أن 11.7% من أفراد عينة الدراسة من (المتعاملين) من الفئة العمرية أقل من 20 سنة ، بينما 32.4% منهم من الفئة العمرية من 20 إلى أقل من 30 سنة ، و31.5% منهم ينتمون للفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة ، و13.5% منهم ينتمون إلى الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 50 سنة ، وكان نسبة من كان عمرهم 50 سنة أو أكثر 10.8% .

ومن ذلك نستنتج توزيع أفراد عينة الدراسة على جميع الفئات العمرية توزيعاً متعادلاً جعل من عينة الدراسة شاملة لجميع الفئات العمرية المتعاملة مع جامعة الملك عبد العزيز سواء من الطلاب أو الخريجين أو غيرهم من المتعاملين .

جدول رقم (4) توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً للفئة العمرية

القائمين بالاتصال		الفئة العمرية
النسبة	التكرار	
-	-	أقل من 25 سنة
13.3%	2	من 25 سنة إلى 35 سنة
26.7%	4	من 36 سنة إلى 45 سنة
60%	9	من 46 سنة إلى 55 سنة
-	-	أكثر من 55 سنة
100%	15	إجمالي

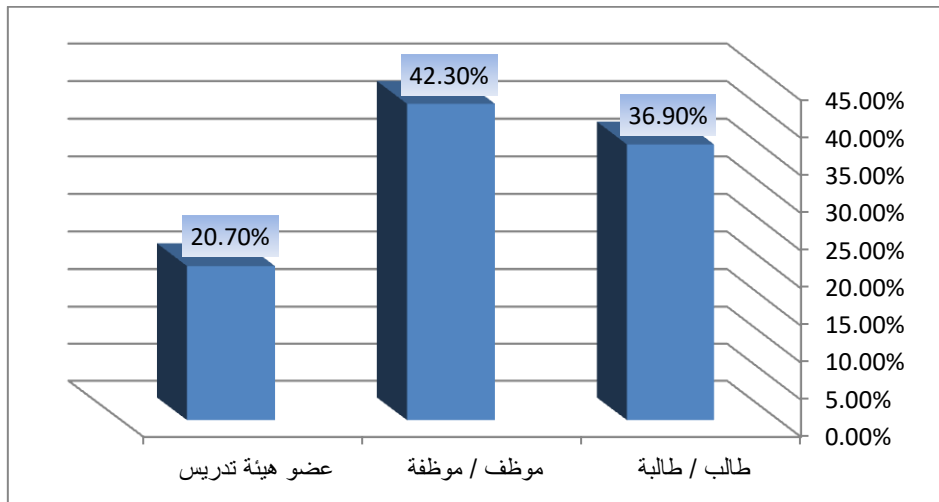


شكل رقم (3) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً للفئة العمرية

من الجدول رقم (4) والشكل رقم (2) يتضح أن 13.3% من أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال ينتمون للفئة العمرية من 25 سنة إلى 35 سنة ، و26.7% من أفراد عينة الدراسة ينتمون إلى الفئة العمرية من 36 سنة إلى 45 سنة ، بينما كانت نسبة المنتمين إلى الفئة العمرية من 46 سنة إلى 55 سنة 60% وهي النسبة الأكبر ما بين أفراد عينة الدراسة من فئة القائمين بالاتصال ، ويلاحظ عدم وجود أفراد ينتمون إلى الفئة العمرية (أقل من 25 عام) والفئة العمرية (أكثر من 55 عام) وترى الباحثة أن ذلك يرجع إلى طبيعة السن الوظيفي لموظفي العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز.

جدول رقم (5)
توزيع أفراد عينة الدراسة من المتعاملين تبعاً للوظيفة

الجمهور		الوظيفة
النسبة	التكرار	
36.9%	41	طالب / طالبة
42.3%	47	موظف / موظفة
20.7%	23	عضو هيئة تدريس
100%	111	إجمالي



شكل رقم (4) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من المتعاملين تبعاً للوظيفة

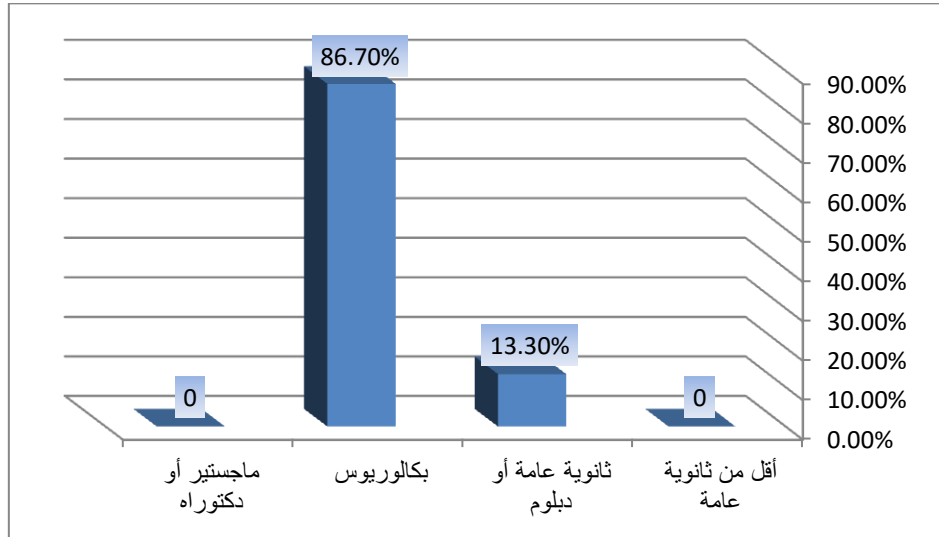
----- **المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية IJEPS** -----

من الجدول رقم (5) والشكل رقم (4) يتضح توزيع أفراد عينة الدراسة من المتعاملين حسب الوظيفة ، فكان 36.9% من أفراد عينة الدراسة من الطلاب والطالبات ، بينما كان 42.3% من أفراد عينة الدراسة من الموظفين والموظفات ، أما أعضاء هيئة التدريس فقد كانت نسبتهم 20.7% وبذلك تكون الدراسة شملت جميع فئات الجمهور المتعاملين مع جامعة الملك عبد العزيز من طلاب وطالبات وموظفين وموظفات وأعضاء هيئة تدريس .

جدول رقم (6)

توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً للمؤهل العلمي

القائمين بالاتصال		المؤهل العلمي
النسبة	التكرار	
0	0	أقل من ثانوية عامة
13.3%	2	ثانوية عامة أو دبلوم
86.7%	13	بكالوريوس
0	0	ماجستير أو دكتوراه
100%	15	إجمالي

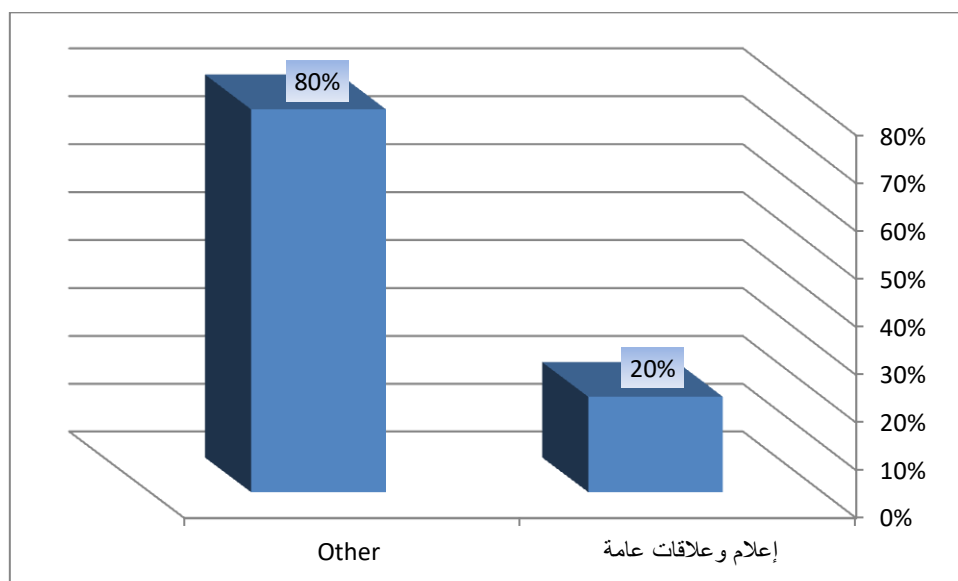


شكل رقم (5) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً للمؤهل العلمي من الجدول رقم (6) والشكل رقم (5) يتضح توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال حسب المؤهل العلمي ، فكان 86.7% من أفراد عينة الدراسة من حملة البكالوريوس ، وترى الباحثة ان ذلك يدل على وعي الجامعة بان يكون العاملين فيها من فئة الجامعيين واهتمامها بتوظيف كوادر مؤهلة علميا ، بينما كان 13.30% من أفراد عينة الدراسة من حملة الثانوية العامة أو الدبلوم ، ولم تسجل الدراسة أي من منسوبي العلاقات العامة في جامعة الملك عبد العزيز يحمل مؤهل أقل من ثانوية عامة أو حملة ماجستير أو دكتوراه .

جدول رقم (7)

توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً للتخصص الأكاديمي

القائمين بالاتصال		التخصص الأكاديمي
النسبة	التكرار	
20%	3	إعلام وعلاقات عامة
80%	12	Other
100%	15	إجمالي



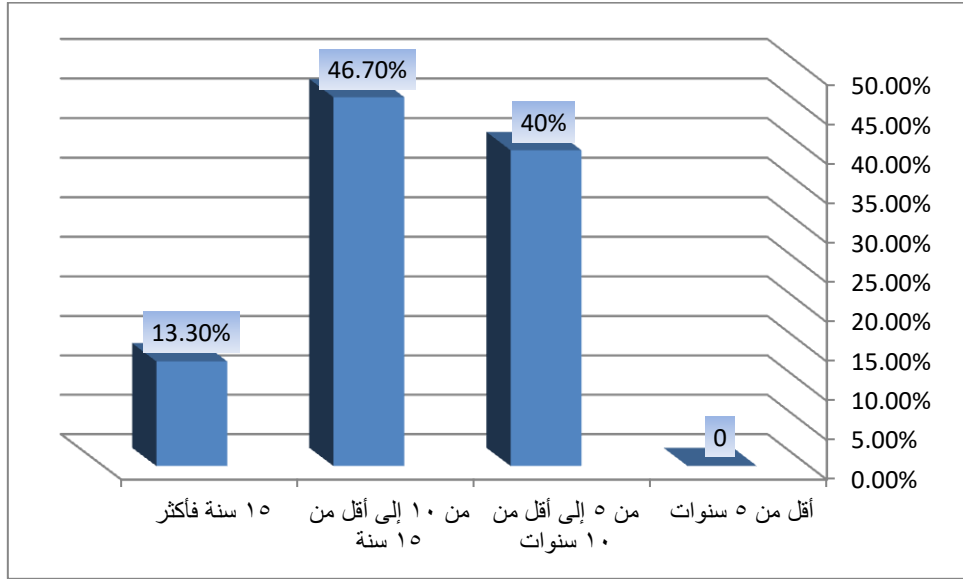
شكل رقم (6) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً للتخصص الأكاديمي

من الجدول رقم (7) والشكل رقم (6) يتضح توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال حسب التخصص الأكاديمي ، فكان 20% من أفراد عينة الدراسة من المتخصصين أكاديمياً في الإعلام والعلاقات العامة ، بينما كان 80% من أفراد عينة الدراسة من غير المتخصصين أكاديمياً في الإعلام والعلاقات العامة ، ومن هنا توصي الباحثة أنه على إدارة العلاقات العامة زيادة الإهتمام والإتجاه إلى جذب كوادر متخصصة ومؤهلة أكاديمياً في تخصص الإعلام او العلاقات العامة.

جدول رقم (8)

توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً لسنوات الخبرة

القائمين بالاتصال		سنوات الخبرة
النسبة	التكرار	
0	0	أقل من 5 سنوات
40%	6	من 5 إلى أقل من 10 سنوات
46.7%	7	من 10 إلى أقل من 15 سنة
13.3%	2	15 سنة فأكثر
100%	15	إجمالي



شكل رقم (7) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال تبعاً لسنوات الخبرة

من الجدول رقم (8) والشكل رقم (7) يتضح أن 40% من أفراد عينة الدراسة ممن تتراوح سنوات الخبرة لديهم من 5 إلى أقل من 10 سنوات ، بينما كان 46.7% من أفراد عينة الدراسة لديهم سنوات خبرة تتراوح ما بين 10 إلى أقل من 15 سنة ، وكانت نسبة 13.3% من أفراد عينة الدراسة لديهم سنوات خبرة 15 سنة فأكثر.

ثالثاً: مناقشة النتائج وتفسيرها:

الفرض الأول : يوجد دور فعال تقوم به الأنشطة الإتصالية من خلال العلاقات العامة في الجامعة وقت الأزمات (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) .

وللإجابة على هذا الفرض تم استعراض إجابات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال عن الدور التي تقوم به الأنشطة الإتصالية من خلال العلاقات العامة في الجامعة وقت الأزمات.

جدول رقم (26)

إجابات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال عن الدور التي تقوم به الأنشطة الإتصالية من خلال العلاقات العامة لعلاقات الجامعة وقت الأزمات

الترتيب	المتوسط	الوزن المرجح	لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		الدور	الرقم
			%	ك	%	ك	%	ك		
1	3.00	45	0.00	0	0.00	0	100	15	وجود فريق لإدارة الأزمات .	1
2	3.00	45	0.00	0	0.00	0	100	15	وضع خطة إدارة الأزمات وتحديثها بشكل دوري	2
4	2.933	44	0.00	0	6.67	1	93.33	14	إبلاغ الإدارة العليا حول تطورات الأزمة .	3
7	1.066	16	93.33	14	6.67	1	0.00	0	تحديد الناطق الرسمي .	4
8	1.00	15	100	15	0.00	0	0.00	0	التواصل بشكل فعال مع وسائل الإعلام .	5
3	3.00	45	0.00	0	0.00	0	100	15	التأكد من المعلومات وصحتها قبل التصريح بها	6
5	2.933	44	0.00	0	6.67	1	93.33	14	تحديد مسؤوليات كل فرد معنى بالأزمة .	7
6	2.866	43	0.00	0	13.33	2	86.67	13	الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة للتغلب على الأزمة .	8

من الجدول رقم (26) يتضح أن أكثر الأدوار التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في الجامعة وقت الأزمات هي وجود فريق لإدارة الأزمات ، وأقل هذه الأدوار التواصل بشكل فعال مع وسائل الإعلام ، وجاءت هذه النتيجة مختلفة مع دراسة (خوالدة ، 2014) ، ولكن يعزى هذا الإختلاف إلى وجود مركز إعلامي في جامعة الملك عبدالعزيز يسند إليه المهام الإعلامية ، مثل: تحديد الناطق الإعلامي والتواصل الفعال مع وسائل الإعلام .
وقد كان ترتيب الأدوار كالتالي :

1. وجود فريق لإدارة الأزمات .
 2. وضع خطة إدارة الأزمات وتحديثها بشكل دوري
 3. التأكد من المعلومات وصحتها قبل التصريح بها
 4. إبلاغ الإدارة العليا حول تطورات الأزمة .
 5. تحديد مسؤوليات كل فرد معنى بالأزمة .
 6. الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة للتغلب على الأزمة .
 7. تحديد الناطق الرسمي .
 8. التواصل بشكل فعال مع وسائل الإعلام .
- الفرض الثاني :**

- توجد طريقة يتعرف بها المتعاملين على الأنشطة الإتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز .

وللإجابة على هذا الفرض تم استعراض إجابات أفراد عينة الدراسة إجابات أفراد عينة الدراسة من المتعاملين عن الطريقة التي تعرفوا بها على الأنشطة الإتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز .

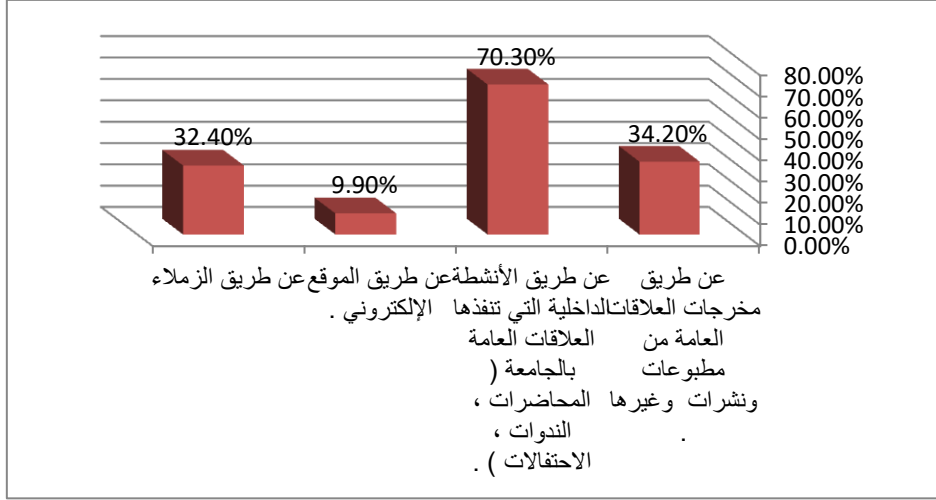
جدول رقم (10)

إجابات أفراد عينة الدراسة من المتعاملين

ما هي الطريقة التي تعرفت بها على الأنشطة الإتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز

م	الطريقة	التكرار	النسبة	المتوسط	الترتيب
1	عن طريق مخرجات العلاقات العامة من مطبوعات ونشرات وغيرها .	38	34.2%	2.33	2
2	عن طريق الأنشطة الداخلية التي تنفذها العلاقات العامة بالجامعة (المحاضرات ، الندوات ، الاحتفالات	78	70.3%	4.78	1
3	عن طريق الموقع الإلكتروني .	11	9.9%	0.674	4
4	عن طريق الزملاء	36	32.4%	2.155	3

شكل رقم (9) إجابات أفراد عينة الدراسة من المتعاملين من المتعاملين عن الطريقة التي تعرفوا بها على إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز .



من الجدول رقم (10) والشكل رقم (9) يتضح أن 70.3% من أفراد الدراسة من المتعاملين الذين يعرفون بوجود إدارة علاقات عامة بالجامعة تعرفوا على وجودها عن طريق الأنشطة الداخلية التي تنفذها العلاقات العامة بالجامعة (المحاضرات ، الندوات ، الاحتفالات) ، بينما 34.2% منهم تعرفوا عليها عن طريق مخرجات العلاقات العامة من مطبوعات ونشراتها وغيرها ، و 32.4% تعرفوا عليها عن طريق الزملاء ، بينما كانت نسبة من تعرفوا عليها عن طريق الموقع الإلكتروني 9.9% . كما أن أكثر الطرق انتشارا في التعرف على إدارة العلاقات العامة بالجامعة هي الزملاء وأقلها الأنشطة الداخلية مثل (المحاضرات والندوات).

الفرض الثالث :

- يوجد جهاز متخصص في المؤسسات التعليمية لممارسة الأنشطة الاتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) .

جدول رقم (17)

إجابات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال عن وجود جهاز متخصص في المؤسسات التعليمية لممارسة أنشطة العلاقات العامة (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) .

النسبة	التكرار	الإجابة
100%	15	نعم
0%	0	لا

من خلال الجدول رقم (17) يتضح إتفاق جميع منسوبي إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز بأن لديهم جهاز متخصص في مؤسساتهم التعليمية لممارسة أنشطة العلاقات العامة .

الفرض الرابع :

- توجد أهداف محققة من ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز.

جدول رقم (19)

إجابات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال عن الأهداف المحققة من ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز .

الترتيب	المتوسط	الوزن المرجح	بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		الهدف المحقق	الرقم
			%	ك	%	ك	%	ك		
2	2.933	44	0.00	0	6.67	1	93.33	14	تأسيس هوية الجامعة	1
7	2.867	43	0.00	0	13.33	2	86.68	13	تحسين صورة الجامعة في المجتمع المحلي .	2
1	3.00	45	0.00	0	0.00	0	100.00	15	اكتساب السمعة الطيبة علي الصعيد الداخلي والخارجي .	3
3	2.933	44	0.00	0	6.67	1	93.33	14	التفاعل مع الجماهير المستهدفة .	4
4	2.933	44	0.00	0	6.67	1	93.33	14	تعزيز ثقة الجماهير بالجامعة .	5
9	2.333	35	6.67	1	53.33	8	40.00	6	تقديم الخدمة المجتمعية .	6
5	2.933	44	0.00	0	6.67	1	93.33	14	توعية الجماهير المستهدفة وتنقيتها .	7
10	2.200	33	6.67	1	66.67	10	26.67	4	تحقيق الرضا الوظيفي لمنسوبي الجامعة .	8
11	1.867	28	13.33	2	86.67	13	0.00	0	رفع كفاءة منسوبي الجامعة وتطويرها .	9
12	1.200	18	80.00	1 2	20.00	3	0.00	0	جذب معارف خارجية تسهم في رفع مستوى الإبداع والابتكار للجامعة .	10
8	2.533	38	13.33	2	20.00	3	66.67	10	مد جسور التواصل مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة .	11
6	2.933	44	0.00	0	6.67	1	93.33	14	الترويج للأنشطة الثقافية	12

من خلال الجدول رقم (19) يتضح الأهداف المحققة من ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الجامعة من قبل القائمين بالاتصال ، حيث ظهر أن أكثر الأهداف المحققة هي اكتساب السمعة الطيبة على الصعيد الداخلي والخارجي، وجاءت هذه النتيجة متفقة مع دراسة (الأمير، 2015)، بحيث أشارت نتائجها بأن التعريف بالمنظمة وتحسين صورتها الذهنية كان من أهم أهداف الأنشطة الإتصالية التي قام بها ممارسو العلاقات العامة، وأتفقت كذلك مع دراسة (خوالدة، 2013) والتي أظهرت نتائجها أن الأهداف التي حققتها الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في وزارة الخارجية الأردنية ، تحسين صورة الأردن في المقام الأول ،وهنا تلاحظ الباحثة من ذلك أن معظم الأهداف التي تسعى إدارة العلاقات العامة في تحقيقها تتعلق بالمنظمة وتحسين صورتها ،مما يعكس إدراك الإدارة لأهمية الأنشطة الإتصالية في رسم صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة وتحقيق مصالح مشتركة بينها وبين جمهورها، بينما كان أقل الأهداف المحققة هي جذب معارف خارجية تسهم في رفع مستوى الإبداع والابتكار في الجامعة ،وتعزي الباحثة ذلك إلى وجود إدارة للإستثمار في الجامعة تقع عليها هذه المسؤولية، وقد كان ترتيب الأهداف المحققة كالتالي :

1. اكتساب السمعة الطيبة على الصعيد الداخلي والخارجي .
2. تأسيس هوية الجامعة
3. التفاعل مع الجماهير المستهدفة .
4. تعزيز ثقة الجماهير بالجامعة .
5. توعية الجماهير المستهدفة وتثقيفها .
6. الترويج للأنشطة الثقافية والاجتماعية للجامعة .
7. تحسين صورة الجامعة في المجتمع المحلي .
8. مد جسور التواصل مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة .
9. تقديم الخدمة المجتمعية .
10. تحقيق الرضا الوظيفي لمنسوبي الجامعة .
11. رفع كفاءة منسوبي الجامعة وتطويرها .
12. جذب معارف خارجية تسهم في رفع مستوى الإبداع والابتكار للجامعة .

جدول (21)

الوزن المرجح والمتوسط للفئات الأساسية لوسائل الاتصال فيما يتعلق بدرجة استخدامها في الأنشطة التي يمارسها القائمين بالاتصال

الترتيب	المتوسط	الوزن المرجح	وسيلة الاتصال	رقم العبارة
2	2.573	193	الاتصال الشخصي غير المباشر (الإلكترونية)	أ.
5	1.853	139	الاتصال الشخصي غير المباشر (غير الإلكترونية)	ب.
1	2.611	235	الاتصال الشخصي المباشر	ج.
3	2.170	293	وسائل الاتصال الجمعي	د.
4	2.155	194	وسائل الاتصال الجماهيري	هـ.

من خلال الجدول رقم (21) يتضح أن أكثر وسائل الاتصال استخداماً من قبل القائمين بالاتصال في إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز هي وسائل الاتصال الشخصي المباشر ، بينما أقلها استخداماً وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر (غير الإلكترونية). وجاءت هذه النتيجة متفقة مع دراسة (عتوم، 2010) والتي نصت نتائجها على أن إدارة العلاقات العامة والإعلام تستخدم في أنشطتها الإتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشمل (الإتصال الشخصي المباشر- الإتصال الشخصي الغير مباشر- الإلكترونية- وسائل الاتصال الجماهيري) على الترتيب .

الفرض الخامس:

- توجد معايير أكثر تأثيراً في اختيار إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية المناسبة.

جدول رقم (25)

إجابات أفراد عينة الدراسة من القائمين بالاتصال عن الفرض الرابع
المعايير الأكثر تأثيراً في اختيار إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية المناسبة

الترتيب	المتوسط	الوزن المرجح	لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		المعيار	الرقم
			%	ك	%	ك	%	ك		
8	1.733	26	33.33	5	60.00	9	6.67	1	التوزيع الجغرافي لجمهورية الجامعة وسهولة الوصول إليهم .	1
7	2.333	35	6.67	1	53.33	8	40.0	6	سهولة تحقيق أهداف الجامعة من خلال هذا النشاط .	2
2	2.733	41	6.67	1	13.33	2	80.0	12	الوسائل الاتصالية المتاحة لدى الجامعة .	3
1	2.80	42	0.00	0	20.00	3	80.00	12	الفئة المستهدفة من هذا النشاط وخصائصها الديموغرافية .	4
6	2.40	36	0.00	0	60.00	9	40.00	6	فعالية النشاط المختار	5
3	2.733	41	0.00	0	26.67	4	73.33	11	الموارد المالية المتوفرة .	6
4	2.666	40	6.67	1	20.00	3	73.33	11	الموارد البشرية المتوفرة	7
5	2.466	27	6.67	1	40.00	6	53.33	8	المدة الزمنية للقيام بهذا النشاط	8

من الجدول رقم (25) يتضح أن المعايير الأكثر تأثيراً في اختيار إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية المناسبة هي الفئة المستهدفة من هذا النشاط وخصائصها الديموغرافية ، وهذا ما تم التأكيد عليه بحيث أن إدارة العلاقات العامة تمكنت من النجاح و تخطي أزماتها لأنها أولت خصائص جمهورها الثقافية والديموغرافية الإهتمام الأكبر في ممارسة أنشطتها ، بينما جاء أقل هذه المعايير تأثيراً التوزيع الجغرافي لجمهور الجامعة وسهولة الوصول إليهم .
وقد كان ترتيب المعايير كالتالي :

1. الموارد البشرية المتوفرة
2. الوسائل الاتصالية المتاحة لدى الجامعة .
3. الموارد المالية المتوفرة .
4. الفئة المستهدفة من هذا النشاط وخصائصها الديموغرافية .

5. المدة الزمنية للقيام بهذا النشاط
6. فعالية النشاط المختار
7. سهولة تحقيق أهداف الجامعة من خلال هذا النشاط .
8. التوزيع الجغرافي لجمهور الجامعة وسهولة الوصول إليهم .

ثالثاً: ملخص النتائج :

- يوجد دور فعال تقوم به الأنشطة الإتصالية من خلال العلاقات العامة في الجامعة وقت الأزمات (جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) من خلال وجود فريق لإدارة الأزمات ، ووضع خطة إدارة الأزمات وتحديثها بشكل دوري، والتأكد من المعلومات وصحتها قبل التصريح بها ، وإبلاغ الإدارة العليا حول تطورات الأزمة، و تحديد مسؤوليات كل فرد معني بالأزمة ، والاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة للتغلب على الأزمة ، وتحديد الناطق الرسمي ، والتواصل بشكل فعال مع وسائل الإعلام .
- توجد طريقة يتعرف بها المتعاملين على الأنشطة الإتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز من خلال المتعاملين الذين يعرفون بوجود إدارة علاقات عامة بالجامعة وتعرفوا على وجودها عن طريق الأنشطة الداخلية التي تنفذها العلاقات العامة بالجامعة (المحاضرات ، الندوات ، الاحتفالات) ، بينما 34.2% منهم تعرفوا عليها عن طريق مخرجات العاقات العامة من مطبوعات ونشرات وغيرها ، و 32.4% تعرفوا عليها عن طريق الزملاء ، بينما كانت نسبة من تعرفوا عليها عن طريق الموقع الإلكتروني 9.9% ، وتم الإشارة إلى أن أكثر الطرق انتشارا في التعرف على إدارة العلاقات العامة بالجامعة هي الزملاء وأقلها الأنشطة الداخلية مثل (المحاضرات والندوات).
- يوجد جهاز متخصص في المؤسسات التعليمية لممارسة الأنشطة الاتصالية من خلال إدارة العلاقات العامة(جامعة الملك عبد العزيز أنموذجاً) ، وظهر ذلك في اكتساب السمعة الطيبة على الصعيد الداخلي والخارجي ، وتأسيس هوية الجامعة، والتفاعل مع الجماهير المستهدفة، والترويج للأنشطة الثقافية والاجتماعية للجامعة ، وتحسين صورة الجامعة في المجتمع المحلي، ومد جسور التواصل مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة، وتقديم الخدمة المجتمعية، وتحقيق الرضا الوظيفي لمنسوبي الجامعة ، ورفع كفاءة منسوبي الجامعة وتطويرها، وجذب معارف خارجية تسهم في رفع مستوى الإبداع والابتكار للجامعة.
- توجد أهداف محققة من ممارسة الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز من خلال اكتساب السمعة الطيبة على الصعيد الداخلي والخارجي، وتأسيس هوية الجامعة ، والتفاعل مع الجماهير المستهدفة، و تعزيز ثقة الجماهير بالجامعة، وتوعية الجماهير المستهدفة وتنقيفها، والترويج للأنشطة الثقافية والاجتماعية للجامعة ، وتحسين

صورة الجامعة في المجتمع المحلي ومد جسور التواصل مع مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة ، وتقديم الخدمة المجتمعية، وتحقيق الرضا الوظيفي لمنسوبي الجامعة، ورفع كفاءة منسوبي الجامعة وتطويرها، وجذب معارف خارجية تسهم في رفع مستوى الإبداع والابتكار للجامعة.

- توجد معايير أكثر تأثيراً في اختيار إدارة العلاقات العامة للأنشطة الاتصالية المناسبة من خلال الموارد البشرية المتوفرة، والوسائل الاتصالية المتاحة لدى الجامعة، والموارد المالية المتوفرة، والفئة المستهدفة من هذا النشاط وخصائصها الديموغرافية ، والمدة الزمنية للقيام بهذا النشاط ، وفعالية النشاط المختار، و سهولة تحقيق أهداف الجامعة من خلال هذا النشاط ، والتوزيع الجغرافي لجمهور الجامعة وسهولة الوصول إليهم.

رابعا /التوصيات والمقترحات :

- ❖ يجب أن تساهم إدارة العلاقات العامة في رفع وتيرة العمل وحجم الإنجازات بالجامعة .
 - ❖ يجب أن تقوم إدارة العلاقات العامة بتفعيل دورها في استخراج التأشيرات للأساتذة الذائرين وإنهاء الإجراءات المتعلقة بكبار المسؤولين بالجامعة ومناقشي الرسائل العلمية وأعضاء هيئة التدريس الخارجيين .
 - ❖ يجب على إدارة العلاقات العامة بالجامعة بذل مزيداً من الاهتمام باكتساب معارف خارجيين يسهموا في رفع مستوى الإبداع والابتكار في الجامعة ، كذلك الاهتمام برفع كفاءة منسوبي الجامعة وتطويرها ، وتحقيق الرضا الوظيفي لمنسوبي الجامعة .
- البحوث المقترحة :

- ❖ أثر استخدام المواقع الإلكترونية في التأثير على صورة الفرد الذهنية نحو مؤسسات التعليم الجامعي .
- ❖ دور العلاقات العامة في تحفيز الطاقات الكامنة لدى منسوبي مؤسسات التعليم الجامعي.
- ❖ استخدام طلاب الجامعات السعودية لموقع الجامعة الإلكتروني والإشباع المتحققة منه.

المراجع :

❖ أولاً : الكتب :

الحوالدة ، سليمان فرحان ، (2013). الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في وزارة الخارجية الأردنية: دراسة مسحية. رسالة ماجستير ، الاردن: جامعة اليرموك.

الزيادنة ، حمزة ، (2015). دور العلاقات العامة والاعلام في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي: دراسة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في الجامعات الأردنية الخاصة، رسالة دكتوراه، السودان: جامعة أم درمان الإسلامية.

الشمري ، محمد مرضى. (2016). "المدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلام " ، دار العربي للنشر والتوزيع: مصر.

الطاهات، زهير ياسين. (2011). " سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان " ، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع: الأردن.

العديوي ، فهمي. (2011). "مفاهيم جديدة للعلاقات العامة" ، دار أسامة للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.

القاضي، محمد، (2013). "استخدامات إدارات العلاقات العامة للإنترنت في التواصل مع جماهيرها: دراسة تطبيقية على إدارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية. رسالة ماجستير، الاردن: جامعة اليرموك.

عبد الرزاق، صلاح . (2010). "مقدمة في العلاقات العامة والإعلام الإسلامي" ، منتدى المعارف : لبنان .

عبداللطيف، أحمد وآخرون. (1998). "الفكر التربوي العربي الإسلامي . الأصول والمبادئ " ، ط6، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: تونس.

عجوة، علي. (2005). " إدارة وتخطيط العلاقات العامة " ، ط1، عالم الكتب : مصر .

عصفور، معاذ. (2014). **العلاقات العامة النشأة-التعريف- المفهوم** دار المنهل :عمان، الاردن.

علي، هشام محمد (2012). " العلاقات العامة بين القناعة والتهميش في الوطن العربي، رسالة دكتوراه، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي

ثانياً - الدراسات والأبحاث العلمية :

الأمير، عدي (2015). الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدولية غير الحكومية: دراسة ميدانية في الأردن. رسالة ماجستير ، الأردن: جامعة اليرموك.

الحارثي، زيد . (1429). "إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية بمكة" دراسة ماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية .

الحديد ، علي يحيى بدر (2010) ، واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية : دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، رسالة ماجستير (الأردن :جامعة الشرق الأوسط).

الخالدة ، سليمان فرحان ، (2013).الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في وزارة الخارجية الأردنية: دراسة مسحية. رسالة ماجستير ، الأردن: جامعة اليرموك.

الدليمي، عبدالرزاق محمد. (2005)، "العلاقات العامة والتطبيق" ، دار جرير للنشر والتوزيع :عمان،الأردن .

الرشيدي، محمد (2014).دور العلاقات العامة في تعزيز المهارات الوظيفية للعاملين في الجامعات: جامعة الكويت نموذجا، رسالة ماجستير، عمان: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

الزيادنة ، حمزة، (2015).دور العلاقات العامة والاعلام في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي: دراسة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في الجامعات الأردنية الخاصة، رسالة دكتوراه، السودان: جامعة أم درمان الإسلامية.

عتوم، أحمد أمين محمد (2010). أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة مقدمة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.

عتوم، أحمد، (2010).أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير، عمان: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

عصفور، معاذ. (2014). "العلاقات العامة النشأة-التعريف- المفهوم" دار المنهل :عمان، الاردن.

عكور، سارة، (2014). الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في البنوك الأردنية: دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة، رسالة ماجستير ، الاردن: جامعة اليرموك.

علي، هشام محمد .(2012). " العلاقات العامة بين القناعة والتمهيش في الوطن العربي،رسالة دكتوراه ،الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي.

ثالثاً - المجلات والدوريات :

شطناوي ،غالب (2015).الوظيفة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في إقليم الشمال ، مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب، العدد2، الأردن.

رابعاً: المراجع الأجنبية:

Bramlett ,Rebecca Brick (2012) . Using Social Media for Public Relations in Higher Education: A Case Study , **Master Thesis** , USA :North Carolina State University.

Campbell ,Geoff (2012) . Evolving public relations: Social media use by higher education communicators Case Study , Master thesis , S.I. Newhouse School of Public Relations , USA: Syracuse University.

Rosenbaum,T,(2005). Effective Communication Skills For Highway And Public Works Officials,New York,Ltap Center.

Thomas Bivins,(2013). Public Relations Writing: The Essentials of Style and Format,Mcgraw-hill education.

Whitaker-Heck, R. (2013) . An Examination of the Roles and Work Activities of the Public Relations Officer in Higher Education Using the Five-Factor Dimension Model , Ph.D. Dissertations , USA : George Washington University.

خامساً: المواقع الإلكترونية:

1- إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة ، تم إقتباس المعلومات بتاريخ 2017/3/18 م نقلا من الرابط التالي:

http://public-relations.kau.edu.sa/Default.aspx?Site_ID=106&Lng=AR

سادساً: المقابلات والمحادثات:

1- تم التحدث مع مدير إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة ،الأستاذ / أسامة بن عبدالكريم فدا ، في يوم 2017/4/30م.

2- تم مقابلة نائبة مدير إدارة العلاقات العامة بجامعة الملك عبدالعزيز بجدة ، الأستاذة / أمل السيد ، في يوم 2017/5/2 م .