



www.mecsaj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث و العشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

**فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية
(دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على جامعة كسلا في الفترة من ٢٠١٢ الي ٢٠١٤م)**

إعداد الدكتور/ محمد آدم نصر محمد

إشراف الدكتور/ عباس أبكر محمد أحمد

الإيميل : Nassr12@yahoo.com

١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م



المستخلص

تناول هذا البحث فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على جامعة كسلا في الفترة من ٢٠١٠-٢٠١٢م والغرض من هذه الدراسة هو معرفة تأثير برامج وأنشطة العلاقات العامة والتعرف على أساليب ومفاهيم العلاقات العامة في جامعة كسلا. وهدفت الدراسة إلى الآتي:

- التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الأكاديمية ببرامج العلاقات العامة.
- تحديد مفاهيم سليمة للعلاقات العامة تتوافق مع ما تقوم به من أدوار تجاه المجتمع وعرضت الدراسة عدد من التساؤلات بغرض الوصول إلى نتائج علمية ووضع توصيات تساعد في تطوير أنشطة وبرامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية.
- وقد اشتمل البحث على خمس فصول، استخدم الباحث المنهج الوصفي، كما استخدم أدوات جمع البيانات الاستبانة والمقابلة والملاحظة بالإضافة إلى الاستعانة ببعض الدراسات السابقة في نفس المجال وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن العلاقات العامة لم تسهم في ربط الجمهور الداخلي والخارجي للجامعة.
- ما يقدم من أنشطة لم يكن بالصورة المطلوبة.
- لم تسهم إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة الجامعة.
- أن البرامج التي تم تنفيذها لم تعمل على تحقيق الأهداف المنشودة.
- قلة الكوادر المتخصصة في العلاقات العامة.
- عدم الاهتمام بالتدريب والتأهيل.
- قلة الميزانية المخصصة للعلاقات العامة.



Abstract

This study focused on the effectiveness of the public relations in academic corporations. The researcher applied the descriptive study on Kassala University during the period 2010-2012. The main objective of this research is identify the effectiveness, programmes and activities of public relations in addition to procedures and approaches of through:-

- The important of public relations programmes in academic corporations.
- Identify the effective role of public relations in the society.

The researcher setup some scientific result, recommendation and proposals that lead to promoting and progressing of public.

He rfereded to previous studies in the same field, and used descriptive apache, information collection articles, questionnaire, direct interview and monitoring approached. He found that:

- The public relations did not connect the university society with the external people.
- The public relations cavities and programmes have not provided in request mannar.
- The public relations administration does not add some progressing character to the University.
- Executive programmes did not achieve the required objectives.
- Absence of qualified specialized public relations staff.
- There are no training and qualifications coarses and session of public relations.
- Publicrelations budget is not satisfactory.



مقدمة:(Introduction):

تعتبر العلاقات العامة إحدى العلوم التي تحدث عنها الكثير من العلماء وأصحاب الشأن من ذوي الاختصاص في هذا المجال حيث ازدادت أهميتها مع التطور في المجتمع وأصبحت من أهم مكونات العملية الإدارية لأي مؤسسة وارتبطت بالكثير من العلوم مثل (علم النفس والاجتماع والاقتصاد والإدارة والاتصال وغيرها من العلوم) التي تتعرف على فهم وطبيعة السلوك الإنساني. لأن العلاقات العامة هي الوريد الذي يغذي تلك المؤسسات ويرسم لها الطريق الذي تسير عليه عن طريق العديد من البرامج التي تنتجها وتعمل على تنفيذها.

وإذا كان الاهتمام بالعلاقات العامة من قبل الدول المتقدمة، يمثل ظاهرة حضارية، فإن الاهتمام بها من قبل الدول النامية يمثل واجباً حتمياً، وضرورة لا بد منها، وذلك لأن تخلف العنصر البشري يعتبر من أهم معوقات تنفيذ خطط التنمية في الدول النامية، ويظهر هذا التخلف لدى العنصر البشري في وعيه، وتعليمه، وتدريبه وفي علاقاته وفي العديد من قيمه وممارساته وعاداته وتقاليده المتوارثة، وكذلك في قدرته على الرؤية الشاملة والمترابطة للقضايا المختلفة والمؤثرة في حاضره، ومستقبله سياسية كانت أو اقتصادية أو اجتماعية.⁽¹⁾

إلا أننا نجد أن المؤسسات الأكاديمية تنظر إليها بعين قاصرة. لذا سعى الباحث لمعرفة فاعلية البرامج التي تنتجها العلاقات العامة وتقوم بتنفيذها والمشكلات والمعوقات التي تعترض دورها الحقيقي المنوط القيام به وانتهاج الأسلوب العلمي لعمل العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية. وذلك نتيجة عوامل كثيرة منها قصور في المفهوم والدور بالنسبة للعلاقات العامة لدى العديد من مسؤولي المؤسسات ومن هذا المنطلق كانت رغبة الباحث في إعداد دراسة حول فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية.

مشكلة البحث:(Research Problem):

تعتبر خطوة تحديد مشكلة البحث من الخطوات الأساسية التي تتوقف عليها الخطوات الأخرى، كتحديد التساؤلات أو صياغة الفروض أو المنهج العلمي وغير ذلك من الأساليب البحثية الأخرى^٢.

(1) إبراهيم وهي فهد وكنجو عيود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها، مدخل وظيفي، ط١، (عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م)، ص ١٦.
٢ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥م)، ص ٦٩.



ومن هنا فإن خطوة تحديد المشكلة تمثل العنصر الرئيس في إجراء البحث لأن الباحث لا بد أن يعرف منذ البداية ما الذي يسعى لاكتشافه باعتبار أن هذه الخطوة طريق طويل إلى حل المشكلة لذلك فهي من أصعب خطوات البحث العلمي وأشدّها تعقيداً حيث يبدأ البحث عادة بموقف غير محدد مع غموض المتغيرات المرتبطة به والمؤثرة عليه^٣.

إن العلاقات العامة أصبحت علم يدرّس في المؤسسات التعليمية (جامعات، معاهد، أكاديميات) وليس مجرد موهبة للذين يمتلكون الكياسة و اللباقة و حسن التصرف وسرعة البديهة بل علم له أسس ومقومات وأهداف ووظائف لما لديها من تأثير كبير في التعريف بالمؤسسات وتواصل الجمهور الداخلي، لذلك نرى أن الكثير من المؤسسات الأكاديمية تخلو من أقسام وإدارات للعلاقات العامة إلاّ القليل من الجامعات والأكاديميات ومع ذلك لا تزال المؤسسات الأكاديمية تنظر إليها بشكل مختلف عن واقعها وعملها الذي تقوم به ومن خلال إطلاع الباحث على البحوث والدراسات السابقة في نفس المجال وجد أن هنالك خللاً كبيراً في ممارسة عمل العلاقات العامة وتنفيذ برامجها بالصورة المطلوبة. لذلك فلا بد من البحث والتمحيص في صدد كشف كنهه ومغزى فاعلية هذه البرامج وما يترتب عليه من إنجاح وتحقيق أهداف أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية ومعرفة القصور وكيفية حل اللبس والتضارب في الاختصاص بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى في المؤسسات الأكاديمية لأنها والى الحين لم تستطيع أن تقدم نفسها بصورة طيبة للمؤسسات الأكاديمية أو تحظى بالأهمية المطلوبة لذلك توجد الكثير من المشكلات في البرامج والأدوار والأهداف والمفهوم والتخطيط والأزمات وعرض الصور الإيجابية للمؤسسة والاهتمام بالجمهور الداخلي والخارجي والإسهام في اتخاذ القرار والكثير من المشكلات التي تحول دون الاستفادة من العلاقات العامة وبرامجها الموضوعية للتنفيذ وأهميتها ودورها في المؤسسات الأكاديمية بصفة خاصة والقيام بالعملية الاتصالية لتنفيذ البرامج بما يسهم في إيجاد توافق وتفاهم بين المجتمع والمؤسسة الأكاديمية. وعلى الرغم من الاعتراف بأهمية العلاقات العامة داخل المجتمعات المعاصرة إلاّ إنني وجدت من خلال حياتي العملية أن التعامل مع هذا العلم والفن تعامل غير مدروس ومتباطئ لأقصى الحدود بالرغم من أن هنالك تطور في المفهوم والأهمية لهذا العلم.

^٣ ناهد حمزة محمد ، دور الصحافة السودانية في تكوين الإطار الفكري للوحدة الوطنية، (الخرطوم: دار أسرار للطباعة والنشر، ٢٠٠٥م)، ص ٩.



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث و العشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

دوافع اختيار البحث:(The idea of research):

توجد عدة دوافع دفعت الباحث لاختيار موضوع البحث يسعى من خلالها الباحث لمعرفة المشكلات التي تعوق فاعلية برامج العلاقات العامة والتي تحد من أداء دورها في العديد من المؤسسات الأكاديمية بالسودان تطبيقاً على (جامعة كسلا) وتكمن هذه الدوافع على النحو التالي:
أولاً: الدافع العلمي:

وجد الباحث أن المؤسسات الأكاديمية في السودان لها دور علمي واضح في حياة المجتمع وهي تقوم بتدريس العلاقات العامة مع وجود كليات وأقسام متخصصة لذلك.
ويرى الباحث أن العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية لم تنل حظاً من قبل الباحثين إلا القليل لذلك يأمل أن يكون هذه البحث إضافة حقيقية للمكتبة السودانية في مجال العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية.

ثانياً: الدافع المجتمعي:

(١) الحاجة الماسة في الإسهام بدراسات وبحوث في مجال العلاقات العامة وبرامجها للتوصل إلى نتائج وتوصيات بناءً على منهج يفيد المجتمع
ثالثاً: الدافع الذاتي:

بما أن الباحث بصدد إكمال بحث لنيل درجة الماجستير في مجال العلاقات العامة فقد اختار هذا الموضوع للبحث فيه لنيل الدرجة العلمية المذكورة.

أهداف البحث:(Research objectives):

تتمثل أهداف البحث في الآتي:

- ١- التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الأكاديمية ببرامج العلاقات العامة.
- ٢- تحديد مفاهيم سليمة للعلاقات العامة تتوافق مع ما تقوم به من أدوار تجاه المجتمع.
- ٣- معرفة الفهم والإدراك وتعزيز الهدف المنوط به في المؤسسات الأكاديمية.
- ٤- رصد واقع العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية.
- ٥- تحديد أهم المعوقات التي تعاني منها الإدارات في المؤسسات الأكاديمية عند تنفيذها لبرامج العلاقات العامة.
- ٦- التعرف على المهام والصلاحيات الموكلة لجهاز العلاقات العامة.



٧- محاولة التعريف بأهداف العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية وطرق التخطيط والتقييم والتنفيذ لبرامجها.

تحديد دور جهاز العلاقات العامة في دعم صناعة القرار في المؤسسات الأكاديمية

٨- التعرف على موقف الإدارة العليا داخل المؤسسة في تعاملها مع جهاز العلاقات العامة.

أهمية البحث: (Research importance):

تتبع أهمية البحث من الآتي:

١- يستمد البحث أهميته من أهمية المؤسسات الأكاديمية التي تعد من أهم المؤسسات التي تعمل على تدريس العلاقات العامة الأمر الذي كان حافزاً للباحث لاختيار مثل هذا القطاع.

٢- تتبع أهمية البحث من إمكانية معاونة متخذي القرار في المؤسسات (مجال الدراسة) فيما يتوصل إليه البحث من نتائج وتوصيات تسهم في مساعدتهم في وضع تصورات و سياسات أكثر واقعية وملائمة ومواكبة لبيئة العمل الحالية.

٣- الأهمية النظرية والميدانية التي يمكن أن تسهم بها نتائج البحث في تعويض النقص الكبير وتحديد نوعية برامج العلاقات العامة على مستوى المؤسسات الأكاديمية بشكل عام والمؤسسة مجال التطبيق بشكل خاص.

٤- يساعد هذه البحث المؤسسات الأكاديمية في الأخذ بالطرق والأساليب العلمية إذا أرادت أن تطور وتحسن من صورتها في المجتمع الذي تعمل فيه، وأن تكسب ود واحترام جمهوريها الداخلي وزيادة ميزتها على نظيراتها من المؤسسات الأخرى.

٥- يمكن لمن يريد الإطلاع على البحث الاستفادة من عدة جوانب للحصول على بيانات أكثر أهمية في التعرف على البرامج التي يمكن أن تكون ذات فاعلية في العلاقات العامة.

٦- تكمن أهمية البحث في التعرف على روابط العلاقات العامة بالمحيط الداخلي والخارجي وتقوية وتعزيز ذلك الترابط ودعم الثقة مع الجمهوريين داخلياً وخارجياً.

٧- دور العلاقات العامة وقت الأزمات من خلال تفعيل برامجها في هذا المجال.

٨- ولما كان للعلاقات العامة هذا القدر من الأهمية فقد استدعت الحاجة للبحث عن هذا المفهوم خاصة عقب الأحداث التي مر بها العالم من تغيرات اقتصادية واجتماعية وثقافية.



أسئلة البحث:(Research question):

يسعى البحث بشقيه النظري والتطبيقي للإجابة على مجموعة من التساؤلات والتي تتمثل في السمات الأساسية لمشكلة البحث وهي.

- هل لديكم معرفة بنشاط إدارة العلاقات العامة بالجامعة؟
- هل أسهمت إدارة العلاقات العامة في ربط الجامعة بالجمهور الخارجي؟
- ما مدى مستوى تأهيل موظفي العلاقات العامة بالجامعة؟
- هل تنفذ العلاقات العامة بالجامعة برامجها الموكلة إليها بكفاءة عالية؟
- ما نوع العلاقة بين إدارة العلاقات العامة والإدارة العليا بالجامعة؟
- ما مدى قبول الصورة الذهنية للجامعة لدى الجماهير الداخلية؟
- في رأيك ما هي السبل التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة بالجامعة لتحسين صورتها الذهنية بصورة أفضل؟
- ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة بالجامعة لاتصالها بالجمهور؟
- ما هي البرامج التي بحاجة لخطط ملائمة لإنفاذ برامج العلاقات العامة بصورة إيجابية؟
- هل يمكن ابتكار برامج حديثة و متخصصة تناسب الجامعة؟
- ما هي الإشكاليات التي تعيق عمل العلاقات العامة داخل الجامعة أو عند الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي؟
- ما هي المقترحات والحلول المناسبة التي تجعل العلاقات العامة داخل الجامعة تعمل بكفاءة عالية؟

حدود البحث:(Research framework):

لما كان الهدف من البحث هو فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية فإن حدود البحث يمكن أن تتمثل في النواحي التالية:

الحدود المكانية:(Place of framework):

لقد وقع الاختيار المكاني على (جامعة كسلا) التي لم تحظ إطلاقاً ببحوث من هذا النوع (فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية).



الحدود الزمانية:(Time of framework):

يمتد الإطار الزمني في الفترة من (٢٠١٠م إلى ٢٠١٢م) عامين لاحظ الباحث أن أغلب المؤسسات الأكاديمية سعت مؤخراً لتكوين أقسام وإدارات للعلاقات العامة قبل هذه الفترة. وظهور نشاط وبرامج مختلفة لإدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الأكاديمية.

التعريفات الاصطلاحية للبحث:(Concepts):

التحديد الدقيق للمصطلحات العلمية أمر قد يكون متاحاً في بعض فروع المعرفة العلمية البحثية بشكل يسير إلا أن هذا التحديد قد لا يكون متاحاً في مجال العلوم الاجتماعية لافتقار هذه العلوم إلى اللغة العلمية الدقيقة وإلى القدرة على التحديد الدقيق والواضح للمفاهيم وهذا هو ما ينطبق بالضبط على مصطلح العلاقات العامة فالتحديد الدقيق لحدود هذا المصطلح وماهيته تواجهه صعوبات كثيرة مرتبطة بطبيعة العلاقات العامة كمصطلح لغوي وكوظيفة وكذلك بظروف نشأتها وتطورها في رحم منظمات أعمال تمارس أشكال مختلفة من الأعمال المتباينة أحياناً وغير متوافقة مع بعضها البعض أحياناً أخرى تطلق عليها اسم العلاقات العامة، وهذا التباين و عدم التوافق قاد إلى ظهور عدداً كبيراً من التعريفات التي استندت إلى رؤيا وممارسة الأفراد الذين صاغوا هذه التعريفات ووضعوها، الملاحظ هنا أن هؤلاء الذين وضعوا هذه التعريفات كانوا متباينين من حيث العمل ومن حيث الرؤى ومن حيث طبيعة الوظائف التي مارسوها الأمر الذي انعكس بوضوح على التعريفات التي وضعوها لتأتي هذه التعريفات عاكسة للانتماءات الفكرية والعلمية لهؤلاء، وللممارسات العملية لهم في مجال العلاقات العامة^٤.

يعد تحديد المفاهيم العلمية (التعريفات الإجرائية) في البحث أحد أهم الطرق والخطوات المنهجية المهمة في تصميم البحوث، ذلك أن الدقة والموضوعية من خصائص العلم وتميزه عن غيره من ضروب المعرفة، ومن مستلزمات دقة العلم وضع أو تبني تعريفات واضحة ومحددة لكل مفهوم يستخدمه الباحث في دراسته^٥. فمن الضروري على الباحث أن يحدد كل كلمة تحتمل إخلافاً في معناها يعرف القارئون بجمع البيانات والمشترون في تحليلها وتفسيرها، والقارئون للبحث بعد ذلك بمدلول الكلمات المستخدمة^٦.

فاعلية:(Effection):

^٤ محمد ناجي الجوهري، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات رؤية معاصرة، ط١، (دي: دار القلم للنشر والتوزيع، ب ت)، ص١٥-١٦.

^٥ خالد عبد الله أحمد درار، مرجع سابق، ص١٩٥-١٩٦.

^٦ علي عوجة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص٦٨.



www.mecsaj.com/ar

يقال فعالية وفاعلية وجمعها الفعال وهذا باعتبار أنها وصف لكل ما هو فاعل، كون الشيء فاعلاً، نقول شاب يتصف بالفاعلية، دواء لا فاعلية له، وبهذا فالفاعلية تعني التأثير، تقول فعلي بمعنى أثر تأثيراً وبهذا فاعلية في اللغة يقصد بها قوة التأثير، أما معناها اصطلاحاً: فيقصد بها التأثير الفعّال، وغالباً ما يكون مرغوب فيه^٧. الفاعلية يقصد بها التأثير القوي على نفس المتلقي^٨. الفاعلية تحقيق النتيجة المعهودة تحقيقاً كاملاً إلى أعلى حد ممكن وبأقل جهد ووقت ممكن^٩.

برامج العلاقات العامة:

برامج:(Programs):

هي تلك الأشكال التي ترسلها وسائل الإعلام إلى الجمهور بهدف إخباره بالأحداث ومجريات الأمور التي تهم مصالحه وإثراء ثقافته بما يساعده على التكيف مع الحياة، والترفيه عنه لمساعدته على بسط حالته المزاجية في إطار سياسة وإستراتيجية واضحة المعالم مبنية على نتائج الأبحاث تسد حاجتهم وتشبع رغباتهم^{١٠}.

فاعلية برامج العلاقات العامة يقصد بها التأثير القوي للخطة أو المنهج المرسوم لأي مؤسسة بهدف إخبار الجمهور بأحداث ومجريات الأمور التي تهم المؤسسة والجمهور معاً في إطار سياسة واضحة المعالم مبنية على نتائج لسد حاجات وإشباع رغبات المؤسسات الأكاديمية:

المؤسسات:(Organization):

جمع مؤسسة: وهي كل تنظيم هادف لجماعة من الناس يقصد تحقيق أغراض واضحة ومحددة^{١١}. المؤسسة منظمة اجتماعية تتألف من خليط غير متجانس من الأفراد ثقافة وانحدار ويمتد ذلك إلى اختلاف في اللغة والرأي والتطلع والأمني، وهي كلها تنعكس على ما يتكون من صورة ذهنية عن المؤسسة وقد يكون لكل مجموعة مهنية قواعدها وسلوكها وردود فعلها نحو أي تغيير، والمؤسسة منظمة اجتماعية داخل مجتمع معين يؤثر بها وتؤثر به، ولكي تبقى وتتطور المؤسسة داخل مجتمعها وتكسب احترام هذا المجتمع عليها بلورة هذه الشخصية المتميزة من خلال ما يصدر عنها من تصرفات وأقوال

^٧ جابر عبد الحميد جابر ، معجم علم النفس والطب النفسي، (القاهرة:دار النهضة، ١٩٩٠م)، ص١٠٨.

^٨ المرجع نفسه، ص١٠٨.

^٩ إبراهيم معوض وأحمد حسن الزيات ، المعجم الوسيط ، ج١، (إسطنبول: دار الدعوة للطباعة والنشر، ١٩٨٩م)، ص٦٩٥.

^{١٠} محمد معوض ، المدخل إلى فنون الإعلام ، (القاهرة:دار الكتب، ٢٠٠١م) ، ص٢٥.

^{١١} محمد محمد البادئ ، المنهج العلمي للعلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة ، ط١، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨١م) ، ص٥.



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث و العشرون (آذار) 2020

ISSN: 2617-9563

وقرارات ونشاطات تضع في الاعتبار مصالح الجماهير بنفس القدر الذي تخدم به المصالح الذاتية للمؤسسة نفسها^{١٢}.

أكاديمية: (Academy):

مجمع فكري-هيئة علمية- تتألف من كبار العلماء أو الأدباء والمفكرين والأكاديمي عضو من أعضاء مجتمع علمي أو أدبي^{١٣}.

الجامعات: (Universities):

مفردها جامعة وفي اللغة: هي من جمع جمعاً بمعنى ضم بعضه إلى بعض، ومنها الجماعة وهي العدد الكثير من الناس يجمعهم غرض واحد، والجامعة هي: مجموعة معاهد علمية تسمى كليات تدرس فيها الآداب والفنون والعلوم^{١٤}.

وعرفها الهادي عبد الصمد بأنها المستودع الذي يحفظ التراث العلمي وترقيته عبر الأجيال وتوسيع أفاق المعرفة وتنمية القدرات المهنية والقيادية بالعلم المنصف بالحياة وفق حاجات الناس عاجلاً أو أجلاً – وهي فوق هذا وذاك مصدر إشعاع فكري تضئ للمجتمع الطريق وعليها قيادة المجتمع إلى حياة أفضل^{١٥}.

الدراسات السابقة: (Previous studies):

لما كانت البحوث العلمية تمثل سلسلة متصلة الحلقات تتأثر ببعضها البعض عمد الباحث إلى الوقوف على الدراسات التي أجريت من قبل للتعرف على نتائجها والاستفادة منها في تعديل مسار هذا البحث.

اجتهد الباحث في الوصول إلى دراسات و بحوث سابقة بعد الإطلاع على دليل رسائل الماجستير والدكتوراة في الجامعات خاصة التي لديها كليات وأقسام للعلاقات العامة، حيث وجد أنها تناولت الموضوع بصورة غير مباشرة من جانب الأدوار والوظائف والمشكلات والمدخل الوظيفي و سيطرحها الباحث من خلال إن بحثه له أبعاد تطبيقية يمكن أن تكون هذه الدراسات والبحوث موضوعاً للتناول والتحليل باعتبار أنها اهتمت بالعلاقات العامة في الجامعات.

^{١٢} عباس أبكر محمد ، أسس ومعايير التخطيط للعلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة ، رسالة دكتوراة (غير منشورة)، جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام ، ٢٠١١م ، ص ٢٦.

^{١٣} أحمد العائد وآخرون ، المعجم العربي الأساسي ، (ب د: دار لاروس للنشر والتوزيع ، ب ت)، ص ٩٨ .

^{١٤} إبراهيم مصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط – مجمع اللغة العربية ، (القاهرة : دار الدعوة للطباعة والنشر، ١٩٨٩م)، ص ١٣٥ .

^{١٥} الهادي عبد الصمد ، الاستقلال الإداري للجامعات السودانية ، مجلة جامعة أمدرمان الإسلامية – العدد الأول ١٩٩٤م، ص ٤٨ .



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

الدراسة الأولى:

العلاقات العامة في الجامعات الأردنية^{١٦}.

أهداف الدراسة:

- التعرف على واقع العلاقات العامة في الأردن بشكل عام وفي الجامعات الأردنية بشكل خاص.
- التعرف على دور العلاقات العامة في الجامعات الأردنية ومعرفة مدى مساهمتها في مختلف الأنشطة.
- تصور هيكل تنظيمي للعلاقات العامة في الجامعات بحيث يكون هيكلًا فعليًا منطلقاً من المفهوم العلمي للعلاقات العامة.

المنهج المستخدم:

- وقد استخدم الباحث منهج المسح الذي يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في مجال البحوث الإعلامية وخاصة البحوث الوصفية فهو علمي منظم للحصول على البيانات والمعلومات والأوصاف الخاصة بالظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث.

نتائج الدراسة:

- أن مفهوم العلاقات العامة في الجامعات الأردنية غير واضح ولا يبني أساساً على المفهوم العلمي الصحيح للعلاقات العامة.
- إن معظم العاملين في العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من غير المختصين فيها.
- يقتصر عمل العلاقات العامة في الجامعات الأردنية في معظمه على الاهتمام بالمسئول الأول.
- أثبت البحث إن ما نسبته (٥٠%) فقط من أجهزة العلاقات العامة في الجامعات تقوم بوظيفة التخطيط.

الدراسة الثانية:

العلاقات العامة ودورها في الجامعات اليمنية^{١٧}.

أهداف الدراسة:

- هدف البحث إلى معرفة واقع العلاقات العامة في الجامعات اليمنية.

^{١٦} محمد أمين مفلح القضاة، العلاقات العامة في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الإعلام، ١٩٩٧م.

^{١٧} مجاهد علي مرجان، العلاقات العامة ودورها في الجامعات اليمنية، بحث (غير منشور)، مقدم لنيل درجة الماجستير، جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الإعلام، ٢٠٠١م، ص ٩.



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECS)

العدد الثالث والعشرون (أدار) 2020

ISSN: 2617-9563

- الوقوف على طبيعة ونشاط العلاقات العامة على المستوى الداخلي والخارجي.
- توضيح المشاكل والعقبات التي تعترض أداء العلاقات العامة بالجامعات.
- الخروج بتوصيات علمية منبثقة عن البحث للإسهام في تطوير مهنة العلاقات العامة في الجامعات اليمنية بصفة خاصة.
- وضع تصور لنموذج يمكن أن يسهم في تطوير أداء هذه الأجهزة ورفع كفاءة الممارسين لها.

المنهج المستخدم:

- أستخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في مجال الدراسات والبحوث الإعلامية خاصة البحوث الوصفية.

نتائج الدراسة:

- أغلب الكوادر التي تعمل في العلاقات العامة بالجامعات غير متخصصة
- ضعف التأهيل من خلال الأدوات التطبيقية للعلاقات العامة بالجامعات بل يكاد يكون معدوماً.
- عدم تخصيص ميزانية للعلاقات العامة والاكتفاء بتحديد نسبة قليلة من ميزانية الجامعة .
- ضعف قيام الجامعات بدورها الفعّال في تعريف المجتمع بدور الجامعة التربوي عبر برامج الإعلام من ملصقات ومنشورات ومطبوعات.
- ضعف اهتمام العلاقات العامة في الجامعات عن بحث مشكلات الطلاب الخاصة المتعلقة بأسعار الكتب اللازمة وغيرها.
- إظهار العلاقات العامة بشكل لا يليق بسمعة ومكانة الجامعة.

الدراسة الثالثة:

البناء الاتصالي للعلاقات العامة بالتطبيق على الجامعات السودانية^{١٨}.

أهداف الدراسة:

هدف البحث إلى بيان أهمية البناء الاتصالي للعلاقات العامة بالجامعات السودانية ومعرفة النشاط الداخلي والخارجي والنجاح الذي تحقق من هذا النشاط.

المنهج المستخدم:

استخدم الباحث المنهج الوصفي وفي إطاره استخدم أسلوب المنهج المسحي.

^{١٨} خالد خلف الله سليمان ، البناء الاتصالي للعلاقات العامة، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، ٢٠٠٠م، ص ٤.



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

نتائج الدراسة:

وجود مشكلات وعقبات أساسية تعترض ممارسة العلاقات العامة بالجامعات السودانية (مشكلات المفاهيم العلمية للعلاقات العامة - ندرة الكوادر المؤهلة والمدربة - قلة المخصصات المالية - عدم الاهتمام بال جماهير الداخلية والخارجية) وجود خلل في ممارسة وتطبيق وظائف العلاقات العامة الاتصالية بالجامعات السودانية.

الدراسة الرابعة:

وظيفة العلاقات العامة في الجامعات الولائية^{١٩}.

أهداف الدراسة:

هدف البحث إلى تقويم وظائف العلاقات العامة ونشاطها في الجامعات الولائية ومعرفة النشاط الذي حققته ومدى إسهامها في ربط الجامعة بالمجتمع المحلي.

المنهج المستخدم:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ثم استخدمت المنهج المسحي.

نتائج الدراسة:

- وجدت الباحثة أن ما نسبته (١٠٠%) من عينة البحث توجد بها أجهزة لممارسة نشاط العلاقات العامة.
- وجود خلل اتصالي لدى أجهزة العلاقات العامة بالجامعات موضع البحث واهتمامها بجماهير معينة.
- نشاط العلاقات العامة بهذه الجامعات موسمي يزداد في أوقات ومناسبات التخرج بنسبة (١٣,١%)، وقت الأزمات بنسبة (٢٦%).
- يتركز نشاط العلاقات العامة بهذه الجامعات على النشرات والمطبوعات حيث بلغت النسبة في هذا الاتجاه (٦٦,٧%).

^{١٩} وجدان أحمد النور موسى ، وظيفة العلاقات العامة في الجامعات الولائية ، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، ٢٠١٠م.



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

أقسام الجامعة:

تضم الجامعة ثلاثة أقسام رئيسية:

- ١/ مركز الجامعة ويقع في الجزء الغربي ويتكون من رئاسة الجامعة وإدارتها ويضم كلية الطب والعلوم الصحية ومركز أبحاث الدرن وكلية الهندسة .
- ٢/ الجزء الشرقي يقع شرق المدينة ويضم كلية التربية والاقتصاد والعلوم الإدارية وعلوم الحاسوب وتقنية المعلومات وعمادة الدراسات العليا والأبحاث العلمية ومركز الحاسوب.
- ٣/ الجزء الثالث ويقع في مدينة حلفا الجديدة ويضم كلية الزراعة والموارد الطبيعية.

الكليات:

١/ كلية الطب والعلوم الصحية: تمنح الكلية :

- أ/ درجات الماجستير والبيكاريوس في الطب والجراحة (٦) سنوات.
- ب/ درجة البيكاريوس في علوم المختبرات الطبية (في فترة ٤ سنوات).
- ج/ درجة البيكاريوس في التمريض في فترة أربعة سنوات نظرياً وعملياً.
- ٢/ كلية التربية : تمنح الكلية الدرجات الآتية في خلال تسعة فصول زمنية.
- أ/ بكالوريوس الشرف في التربية والعلوم في التخصصات المزدوجة الآتية:

- الفيزياء والرياضيات.

- الكيمياء والأحياء.

ب/ البيكاريوس في الآداب والتربية في التخصصات المزدوجة الآتية:

- الدراسات العربية والإسلامية.

- الجغرافيا والتاريخ.

- اللغة الانجليزية الدراسة العلمية للغة .

ج/ بكالوريوس الشرف في التدريس في المدارس الابتدائية (الأساس).

٣/ كلية الزراعة والموارد الطبيعية: تمنح الكلية درجات بكالوريوس الشرف في خمسة فصول دراسية في التخصصات الآتية:

أ/ الهندسة الزراعية.

ب/ علوم المحاصيل.

ج/ الاقتصاد الزراعي.

د/ الإنتاج الحيواني.



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

٤/ كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية: تمنح الكلية درجة بكالوريوس الشرف في فترة خمسة سنوات في التخصصات الآتية:

أ/ المحاسبة.

ب/ إدارة الأعمال.

ج/ الاقتصاد.

٥/ كلية علوم الحاسوب وتقنية المعلومات : تمنح الكلية درجة بكالوريوس الشرف في خلال عشرة (١٠) فصول في إحدى التخصصات الآتية:

أ/ علوم الحاسوب.

ب/ تقنية المعلومات.

٦/ كلية الهندسة: تمنح الكلية درجة بكالوريوس الشرف في عشرة (١٠) فصول دراسية في التخصصات الآتية:

أ/ الهندسة المدنية.

ب/ الهندسة الميكانيكية.

ج/ الهندسة الكهربائية والإلكترونية.

٧/ مركز الحاسوب:

أسس المركز لتقديم خدمات المعلومات التقنية المطلوبة لكلية علوم الحاسوب وتقديم وتوفير خدمة المعلومات التقنية المطلوبة لمجمع ومجتمع الجامعة الكلي، كما أنه يقدم الدبلوم الأساسي والمتوسط في علوم الحاسوب للطلاب.

٨/ مركز أبحاث الدرن:

يعتبر مرض الدرن (السل) مشكلة صحية قومية في السودان وولاية كسلا ذات خصوصية منفردة في حسابان تفشي مرض الدرن ومشاكله وذلك لموقعها العالمي وحدودها مع دولتي أرتريا وأثيوبيا المتحاربتان في فترة تزيد عن (٣٠) الثلاثين سنة، مما يجعل ولاية كسلا تتأثر مباشرة بتدفقات اللاجئين الهاربين من ويلات الحرب ومعاناتها واحتياجاتهم الملحة للغذاء والعناية الصحية، كما أن ولاية كسلا تعاني، وتعرضت للجفاف والتصحر، مما يؤدي إلى إفقار المجتمع الذي يعتمد ٨٠% منه على الزراعة البدائية والرعي، ذلك يلفت إلى العناية أكثر وتطوير ورفع المعاناة عن كاهل المجتمع.

العلاقات العامة بجامعة كسلا: ٢٠

٢٠ محمد طاهر يعقوب، مدير مكتب مدير جامعة كسلا، مقابلة مع الباحث بتاريخ ١٢-١-٢٠١٣م.



www.mecsaj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

نشأت العلاقات العامة بجامعة كسلا في عام ٢٠٠٣م ويقوم هذا القسم بكافة المهام المتعلقة بالاتصال والنشر إضافة إلى عمل المراسم بالتعاون مع إدارة شؤون الطلاب وقسم العلوم التربوية ويتبع هذا القسم للإدارة العليا حسب ما هو موجود في الهيكل التنظيمي للجامعة.

وقد لاحظ الباحث إن قسم الإعلام يعمل منفصل عن قسم العلاقات العامة ويقوم بمهام إصدار مجلة الجامعة وبعض الأعمال التي تحتاج إليها الأعمال الإعلامية ويساهم في نشر المجلة التي تختص بالشؤون العلمية ونشر البحوث العلمية المتخصصة التي تفيد المجتمع.

أهداف العلاقات العامة بجامعة كسلا:^{٢١}

١/ إبراز دور الجامعة على المستوى المحلي والقومي والعالمي.

٢/ خلق المناخ الملائم لجعل علاقة للجامعة بالمجتمع والدولة متوازنة.

٣/ العمل على تحسين البيئة للطلاب ومتابعة نشاطهم.

ويرى الأستاذ محمد طاهر يعقوب مدير مكتب مدير الجامعة أن ما يعيق خطط العلاقات العامة ويعمل على الحد من عملها هو قلة الكوادر العاملة إضافة إلى نقص معينات العمل والميزانية المخصصة لإدارة العمل.

منهج البحث: (Research method):

المنهج الوصفي: (Descriptive Method):

استخدم الباحث المنهج الوصفي. ويقوم هذا المنهج على رصد حالة معينة سواء كانت وصفاً أو خصائص مادية لأفراد الرأي العام، أو مجموعات أو نشاطات إنسانية أو مؤسسات أو حتى أنماط من التفاعل بين البشر كالتنافس أو التعاون أو الصراع وقد يكون هذا الرصد كمياً أو كيفياً، كما انه قد يركز على وضع قائم في وقت معين أو قد يكون تتبعاً أي مستمراً لفترات طويلة، أو على مرات متعددة^{٢٢}. ويقوم هذا المنهج على:

(١) تقديم الحقائق مجردة وتمييز الظاهرة كمياً وكيفياً بغرض إظهارها أو تحديدها بصورة أوضح.

(٢) إصدار الحكم على الظاهرة في إطار العينة التي تم إخضاعها للبحث وتعميمها.

^{٢١} مروة الحاج أحمد، رئيس قسم العلاقات العامة، جامعة كسلا، مقابلة مع الباحث بتاريخ ٤-١٢-٢٠١٣م.
^{٢٢} خالد عبد الله أحمد درار، البحث العلمي في الإتصال الجماهيري، ط١، (الخرطوم: المكتبة الوطنية، ٢٠١٢م)، ص ٢٨.



والمنهج الوصفي هو أكثر أشكال المناهج استخداماً في العلوم الإدارية وتعتمد البحوث الوصفية على القيام بجمع المعلومات حول مشكلة معينة بهدف معالجتها عن طريق توصيفها من جميع جوانبها وأبعادها^{٢٣}. ويعرف المنهج الوصفي بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتطبيقها وإخضاعها للدراسة الدقيقة^{٢٤}.

مجتمع وعينة البحث: (Research Population):

يتألف مجتمع البحث من الجمهور الموجود في النطاق الجغرافي لولاية كسلا (مكان وجود جامعة كسلا). وقد عمد الباحث إلى تحديد عينات تشمل الجمهور الداخلي الذي يتكون من (الطلاب، العاملين، الموظفين، الإدارة العليا، أعضاء هيئة التدريس).

يتناول الباحث وصفاً للطريقة والإجراءات التي أتبعها في تنفيذ هذا الدراسة، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته، وطريقة إعداد أدواتها، والإجراءات التي اتخذت للتأكد من صدقها وثباتها، والطريقة التي اتبعت لتطبيقها، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج. أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها من مجتمع الدراسة، حيث قام الباحث بتوزيع عدد (١٢٠) استمارة استبيان على المستهدفين من بعض فئات العينات على النحو التالي (٤٠) استمارة للطلاب (٢٠) استمارة للأساتذة (٤٠) استمارة للموظفين (٢٠) استمارة للعمال المجموع الكلي (١٢٠) أي ما يعادل نسبته (١٠٠%) وتم استرجاع عدد (١١٢) وبعد فحص الاستمارات من قبل الباحث وجد أن هنالك عدد (٤) تم استبعادها نسبة لعدم استيفائها شروط التحليل وتبقى عدد (١٠٨) استمارة أي ما يعادل (٩٠%). وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة من حيث شمولها على الآتي:

- ١- الأفراد من الجنسين (الذكور والإناث).

- ٢- الأفراد من مختلف الفئات العمرية (٢٠-٣٠ سنة، ٣١-٤٠ سنة، ٤١-٥٠ سنة، أكثر من ٥١ سنة).

- ٣- الأفراد من مختلف المؤهلات العلمية (دون الثانوي، ثانوي، جامعي، فوق الجامعي).

الأفراد بحسب حالتهم الاجتماعية (متزوج، غير متزوج، أرمل، مطلق).

^{٢٣} محفوظ أحمد جودة ، أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية ، (عمان: ظهران للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢م) ، ص ١٢٥ .

^{٢٤} خالد عبد الله أحمد درار ، مرجع سابق ، ص ٢٨ .



أدوات جمع البيانات:(Data collection tools):

أداة البحث عبارة عن الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة موضوع الدراسة. ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة. وقد اعتمد الباحث على الاستبيان والمقابلة والملاحظة، ويعتبر الاستبيان أداة رئيسة لجمع المعلومات من عينة الدراسة، حيث أن للاستبانة مزايا منها:

- ١- يمكن تطبيقها للحصول على معلومات عن عدد من الأفراد.
- ٢- قلة تكلفتها وسهولة تطبيقها.
- ٣- سهولة وضع عباراتها واختيار ألفاظها.
- ٤- توفر الاستبانة وقت المستجيب وتعطيه فرصة التفكير.
- ٥- يشعر المجيبون على الاستبانة بالحرية في التعبير عن آراء يخشون عدم موافقة الآخرين عليها.

حيث أرفق مع الاستبانة خطاب للمبحوث تم فيه تنويره بموضوع الدراسة وهدفه وغرض الاستبانة. واحتوت الاستبانة على قسمين رئيسيين: (راجع الملحق رقم (١)).
تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، على (٢٣) سؤال، حيث يحتوي هذا الجزء الأول على بيانات حول: النوع، العمر، المؤهل العلمي، الحالة الاجتماعية. والجزء الثاني على بيانات خاصة بالدراسة.

الإستبانة:(questionnaire):

الإستبانة هي أداة جمع البيانات من المبحوثين عن طريق استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة ترسل بالبريد أو تسلّم للمبحوثين الذين يقومون بتسجيل إجاباتهم بأنفسهم على هذه الاستمارات، وهذا يتطلب أن تكون الأسئلة محددة في مفاهيمها تحديداً دقيقاً. حتى لا تكون هنالك فرصة لتأويل السؤال بغير المعنى الذي يريده الباحث^{٢٥}. ويستخدم الاستبيان بكثرة في الدراسات المسحية لإمكانيته في جمع البيانات والمعلومات في موضوع معين من عدد كبير من الأفراد أو الأشياء^{٢٦}.

^{٢٥} علي عجوة ، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، (القاهرة:عالم الكتب ،٢٠٠١م) ،ص٧٢.
^{٢٦} خالد عبد الله أحمد درار ، مرجع سابق،ص٧٢.



الملاحظة: (Observation):

تعرف الملاحظة بأنها إدراك للظواهر والوقائع، والعلاقات، عن طريق الحواس سواء كانت وحدها، أو باستخدام الأدوات المساعدة، وتستخدم في مختلف العلوم بنسب مختلفة^{٢٧}. ويمكن أن تفيد الملاحظة في معرفة تفهم مدراء المؤسسات الأكاديمية أو العاملين بإدارة العلاقات العامة أو أي فئة من الجمهور داخل المؤسسة لأهمية ونشاط العلاقات العامة. وقد استفاد الباحث من ملاحظاته ومشاهداته في الإحساس بمشكلة البحث وتحديدها، كما استفاد منها في تحليل بعض الظواهر.

المقابلة: (Interview):

تختلف أهمية المقابلة طبقاً لمجال البحث الذي تجمع عنه البيانات، ففي بعض الأبحاث يتحتم وجود الباحث وجهاً لوجه أمام المبحوث لكي يسجل تعبيراته وظروفه أكثر من مجرد الكلمات التي ينطق بها، حقيقة إن الباحث مطالب بأن يسجل كل ما يقوله المبحوث بدقة تامة ولكن عليه أيضاً أن يسجل ملاحظاته عن مدى صدق المبحوث وانفعالاته والموقف الاجتماعي الذي تتم فيه المقابلة^{٢٨}. وهي محادثة موجهة، يقوم بها شخص مع شخص آخر أو أشخاص آخرين هدفها استثارة أنواع معينة من المعلومات لاستغلالها في بحث علمي، للإستعانة بها. في التوجيه والتشخيص والعلاج^{٢٩}. وقد استخدم الباحث المقابلة مع رئيس قسم العلاقات العامة بجامعة كسلا ومدير مكتب مدير جامعة كسلا واستفاد من إجاباته في البحث.

ثبات وصدق أداة الدراسة:

الثبات والصدق الظاهري:

للتأكد من الصدق الظاهري لاستبيان الدراسة وصلاحيته عباراته من حيث الصياغة والوضوح قام الباحث بعرض الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين بمجال الدراسة والبالغ عددهم (٥) محكمين ومن مختلف المواقع الوظيفية والتخصصات العلمية. وبعد استعادت الاستبيان من المحكمين تم إجراء التعديلات التي اقترحت عليها.

^{٢٧} المرجع نفسه، ص ١٠١.

^{٢٨} علي عجرة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ٧٤.

^{٢٩} صالح بن حمد العسائي، المدخل إلى البحث العلمي في العلوم السلوكية، (الرياض: مكتبة عيكان، ١٩٩١م)، ص ٣٨٨.



www.mecs.j.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث و العشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

جدول رقم (١)

يوضح جدول رقم (١) قائمة بأسماء و عناوين محكمي أداة الدراسة

م	الاسم	العنوان
١	أ.د.حسن أحمد الحسن	أستاذ الإعلام بجامعة أمدرمان الإسلامية
٢	د.خالد عبد الله أحمد درار	رئيس قسم علوم الاتصال بجامعة أفريقيا
٣	د.النور عبد الله جادين	أستاذ الإعلام بجامعة السودان
٤	د.إخلاص مصطفى التني	عميد كلية الإعلام بجامعة الرباط
٥	د.هالة عبد الله أحمد	أستاذ الإعلام بجامعة امدرمان الإسلامية

ويركز الباحث على تحديد الفئات المقصودة سواء كانوا مدراء مؤسسات أكاديمية أو عاملين

بإدارات العلاقات العامة في هذه المؤسسات أو أي فئة يمكن أن تفيد في أغراض هذا البحث جامعة كسلا.

الثبات والصدق الإحصائي:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة. ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً. كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار. ومن أكثر الطرق استخداماً في تقدير ثبات المقياس هي:

١- طريقة التجزئة النصفية باستخدام معادلة سبيرمان-براون.

٢- معادلة ألفا-كرونباخ.

٣- طريقة إعادة تطبيق الاختبار.

٤- طريقة الصور المتكافئة.

٥- معادلة جوتمان.

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات. وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح.



www.mecsj.com/ar

وقياس الصدق هو معرفة صلاحية الأداة لقياس ما وضعت له^{٣٠}. قام الباحث بإيجاد الصدق الذاتي لها إحصائياً باستخدام معادلة الصدق الذاتي هي:

$$\text{الصدق} = \text{الثبات}$$

وقام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية حيث تقوم هذه الطريقة على أساس فصل إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات ذات الأرقام الفردية عن إجاباتهم على العبارات ذات الأرقام الزوجية، ومن ثم يحسب معامل ارتباط بيرسون بين إجاباتهم على العبارات الفردية والزوجية وأخيراً يحسب معامل الثبات وفق معادلة سبيرمان-براون بالصيغة الآتية:^{٣١}

$$\text{معامل الثبات} = \frac{r \times 2}{r + 1}$$

حيث: (ر) يمثل معامل ارتباط بيرسون بين الإجابات على العبارات ذات الأرقام الفردية والإجابات على العبارات ذات الأرقام الزوجية.

ولحساب صدق وثبات الاستبيان كما في أعلاه قام الباحث بأخذ عينة استطلاعية بحجم (٢٠) فرداً من مجتمع الدراسة وتم حساب ثبات الاستبيان من العينة الاستطلاعية بموجب طريقة التجزئة النصفية وكانت النتائج كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (٢)

الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على الاستبيان

معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي
٠,٦٦	٠,٨٠	٠,٨٩

يتضح من نتائج الجدول رقم (٢) أن جميع معاملات الثبات والصدق لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على العبارات المتعلقة بكل فرضية من فرضيات الدراسة، وعلى الاستبيان كاملاً كانت أكبر من (٥٠%) والبعض منها قريبة جداً إلى (١٠٠%) مما يدل على أن استبيان الدراسة تتصف بالثبات

^{٣٠} عبد الله عبد الدائم، التربية التجريبية والبحث التربوي، ط٢، (بيروت: دار العلم، ١٩٨٤م)، ص٣٥٥.
^{٣١} سعد عبد الرحمن، القياس النفسي - النظرية والتطبيق، ط٣، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٨م)، ص١٤٩.



www.mecsj.com/ar

والصدق الكبيرين جداً بما يحقق أغراض البحث، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

١- التوزيع التكراري للإجابات.

٢- النسب المئوية.

٣- معامل ارتباط بيرسون.

٤- معادلة سييرمان-براون لحساب معامل الثبات.

وللحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS والذي يشير

اختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences ،

كما تمت الاستعانة بالبرنامج Excel لتنفيذ الأشكال البيانية المطلوبة في الدراسة.

تطبيق أداة الدراسة:

لجأ الباحث بعد التأكد من ثبات وصدق الاستبيان إلى توزيعه على عينة الدراسة المقررة (١٠٨)

فرداً، وقد تم تفرغ البيانات والمعلومات في الجداول التي أعدها الباحث لهذا الغرض، حيث تم تحويل

المتغيرات الاسمية وتم تفرغ البيانات في الجداول الآتية، وتم إعداد البيانات اللازمة.

عرض أسئلة البحث:

السؤال الأول: حسب النوع

يوضح الجدول رقم (٣) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع.

جدول رقم (٣)

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	٦٦	٦١,١%
أنثى	٤٢	٣٨,٩%
المجموع	١٠٨	١٠٠%

يتبين من الجدول رقم (٣) أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، إذ بلغ عددهم في العينة

(٦٦) فرداً ويمثلون ما نسبته (٦١,١%) من العينة الكلية، في حين بلغ عدد الإناث في العينة (٤٢) فرداً

ويمثلون ما نسبته (٣٨,٩%) من العينة الكلية. وهي نسبة مقبولة إذ يزيد عدد الذكور من الطلاب

والأساتذة والموظفين والعمال عن نسبة الإناث في الجامعات بصورة عامة.

السؤال الثاني: حسب العمر

يوضح الجدول رقم (٤) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر.

جدول رقم (٤)

العمر بالسنوات	العدد	النسبة المئوية
٣٠-٢٠	٦١	٥٦,٥%
٤٠-٣١	٣٥	٣٢,٤%
٥٠-٤١	٧	٦,٥%
٥١ فأكثر	٥	٤,٦%
المجموع	١٠٨	١٠٠%

يبين الجدول رقم (٤) أن غالبية أفراد عينة الدراسة أعمارهم ما بين (٣٠-٢٠) سنة، فقد بلغ عدد هؤلاء الأفراد (٦١) فرداً وبنسبة (٥٦,٥%) من العينة الكلية، وهذه الفئة العمرية هي التي تضم الطلاب بجميع مستوياتهم. وبلغ عدد الأفراد الذين أعمارهم ما بين (٤٠-٣١) سنة (٣٥) فرداً وبنسبة (٣٢,٤%)، وتضم هذه الفئة في الغالب الموظفين والعمال وجزء من الأساتذة. كما بلغ عدد الأفراد الذين أعمارهم ما بين (٥٠-٤١) سنة (٧) أفراد وبنسبة (٦,٥%)، وهذه الفئة في الغالب تضم الأساتذة. كما تضمنت العينة على (٥) أفراد وبنسبة (٤,٦%) أعمارهم (٥١ فأكثر) سنة. وهذه الفئة العمرية غالباً ما يكون أفرادها من عمداء الكليات.

السؤال الثالث: حسب المؤهل العلمي

يوضح الجدول رقم (٥) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي.

جدول رقم (٥)

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية
دون ثانوي	٣	٢,٨%
ثانوي	٢٦	٢٤,١%
جامعي	٥٥	٥٠,٩%
فوق الجامعي	٢٤	٢٢,٢%
المجموع	١٠٨	١٠٠%



www.mecsj.com/ar

يتبين من الجدول رقم (٥) أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من حملة الشهادة الجامعية، أو من الذين سوف يحصلون عليها في الغريب العاجل حيث بلغ عددهم (٥٥) فرداً ويمثلون ما نسبته (٥٠,٩%) من العينة الكلية، وتضمنت العينة على (٢٤) فرداً وبنسبة (٢٢,٢%) من حملة شهادة الشهادة فوق الجامعية، و (٢٦) فرداً وبنسبة (٢٤,١%) من حملة الشهادة الثانوية. كما تضمنت العينة على (٣) أفراد وبنسبة (٢,٨%) من حملة الشهادة دون الثانوية. وبصورة عامة يمكن القول أن عينة الدراسة من العينات ذات التعليم العالي إذ تضمنت على (٥٥) فرداً وبنسبة (٥٠,٩%) من العينة الكلية وهذا يقود إلى طرح وقبول آراء علمية سليمة بخصوص فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية في السودان.

السؤال الرابع: الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول رقم (٦) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (٦)

النسبة المئوية	العدد	الحالة الاجتماعية
٤٤,٤%	٤٨	متزوج
٥٣,٧%	٥٨	غير متزوج
٠,٩%	١	أرمل
٠,٩%	١	مطلق
١٠٠%	١٠٨	المجموع

نجد من خلال الجدول رقم (٦) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من غير المتزوجين، ويمكن القول على أن الغالبية من هذه الفئة هم من الطلاب الذين لا تسمح لهم ظروفهم الدراسية بذلك نسبة لما يتطلبه الزواج. فقد بلغ عدد هم (٥٨) فرداً وبنسبة (٥٣,٧%)، بينما بلغ عدد الأفراد المتزوجين (٤٨) فرداً وبنسبة (٤٤,٤%) ، فرداً واحداً بنسبة (٠,٩%) حالته الاجتماعية أرمل، فرداً واحداً بنسبة (٠,٩%) حالته الاجتماعية مطلق.

السؤال الخامس: هل لديكم معرفة بنشاط إدارة العلاقات العامة بالجامعة؟

يوضح الجدول رقم (٧) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الخامس.

جدول رقم (٧)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٢٢,٢%	٢٤	نعم
٥٥,٦%	٦٠	لا
٢٢,٢%	٢٤	إلى حد ما
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (٧) أن (٢٤) فرداً (٢٢,٢%) ذكروا أن لديهم معرفة بنشاط إدارة العلاقات العامة بالجامعة وهذا دليل ومؤشر سلبي على عمل العلاقات العامة بالجامعة لأن الغالبية من أفراد العينة لا يعرفون النشاط الذي تقوم به العلاقات العامة وقد لاحظ الباحث أن عمل العلاقات العامة موسمي ويزداد في فترة معينة حسب الحاجة لذلك ، بينما (٦٠) فرداً وبنسبة (٥٥,٦%) أن ليس لديهم معرفة بنشاط إدارة العلاقات العامة بالجامعة و (٢٤) فرداً وبنسبة (٢٢,٢%) أجابوا إلى حد ما.

السؤال السادس: هل أسهمت إدارة العلاقات العامة في ربط الجامعة بالجمهور الداخلي والخارجي؟
يوضح الجدول رقم (٨) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال السادس.

جدول رقم (٨)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٢٣,١%	٢٥	نعم
٧٦,٩%	٨٣	لا
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (٨) أن (٢٥) فرداً (٢٣,١%) ذكروا أسهمت إدارة العلاقات العامة في ربط الجامعة بالجمهور الداخلي والخارجي ، بينما (٨٣) فرداً وبنسبة (٧٦,٩%) ذكروا لم تسهم إدارة العلاقات العامة في ربط الجامعة بالجمهور الداخلي والخارجي. ويدل هذا إلى قلة العمل الذي تقوم به العلاقات العامة داخل الجامعة.



www.mecsj.com/ar

السؤال السابع: يوضح أفراد العينة الذين أجابوا بنعم في إسهام إدارة العلاقات العامة في ربط الجمهور الداخلي وعللوا عن ذلك.

يوضح الجدول رقم (٩) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال السابع.

جدول رقم (٩)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٢,٨%	٣	عن طريق إقامة الكرنفالات
٣,٧%	٤	عن طريق إقامة الندوات والمشاركات الخارجية
٦,٥%	٧	التواصل الاجتماعي والثقافي
١,٩%	٢	الرحلات العلمية وزيارات دور الرعاية الاجتماعية والعبادة والمساجد
٢,٨%	٣	عكس أنشطة الجامعة للجمهور
٢,٨%	٣	برامجها المقدمة في الإذاعة المحلية
٠,٩%	١	النشر في مجلة الجامعة
٠,٩%	١	التواصل عن طريق موقع الجامعة عن طريق الانترنت
٠,٩%	١	خلق روابط اجتماعية بين الطلاب
٧٦,٨%	٨٣	لا ينطبق عليهم
١٠٠%	١٠٨	المجموع

السؤال الثامن: مما مدى مستوى تأهيل موظفي العلاقات العامة بالجامعة؟

يوضح الجدول رقم (١٠) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الثامن.

جدول رقم (١٠)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٨,٣%	٩	ممتاز
١٢,٠%	١٣	جيد جداً
٢٩,٦%	٣٢	جيد
٥٠,٠%	٥٤	مقبول
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٠) أن (٩) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (٨,٣%) على أن مستوى تأهيل موظفي العلاقات العامة بالجامعة ممتاز، و(١٣) فرداً وبنسبة (١٢,٠%) أجابوا جيد جداً ، وكان هناك (٣٢) فرداً وبنسبة (٢٩,٦%) أجابوا جيد ، و(٥٤) فرداً وبنسبة (٥٠,٠%) أجابوا مقبول. ويدل هذا إلى قلة الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة.

السؤال التاسع: هل تنفذ إدارة العلاقات بالجامعة برامجها بكفاءة عالية؟

يوضح الجدول رقم (١١) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التاسع.

جدول رقم (١١)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
١٣,٠%	١٤	نعم
٤١,٦%	٤٥	لا
٤٥,٤%	٤٩	بعض الشيء
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١١) أن (١٤) فرداً (١٣,٠%) ذكروا أن تنفيذ إدارة العلاقات بالجامعة برامجها بكفاءة عالية ، بينما (٤٥) فرداً وبنسبة (٤١,٦%) لم تنفذ إدارة العلاقات بالجامعة برامجها بكفاءة عالية و (٤٩) فرداً وبنسبة (٤٥,٤%) أجابوا بعض الشيء بخصوص ذلك. ويعزو الباحث غالبية أفراد هذه العينة إلى موسمية عمل العلاقات العامة بالجامعة.

السؤال العاشر: ما هي نوع العلاقة بين إدارة العلاقات العامة والإدارة العليا بالجامعة؟

يوضح الجدول رقم (١٢) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال العاشر.

جدول رقم (١٢)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٣٢,٥%	٣٥	حضور اجتماعات الإدارة العليا
٢٥,٩%	٢٨	تقديم مقترحات للإدارة العليا
١٥,٧%	١٧	نقل آراء الجمهور للإدارة العليا



٢٨	٢٥,٩%	تقديم تقارير ودراسات للإدارة العليا
١٠,٨	١٠٠%	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٢) أن (٣٥) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (٣٢,٥%) أجابوا حضور اجتماعات الإدارة العليا على أن ما هي نوع العلاقة بين العلاقات العامة والإدارة العليا بالجامعة ، و (٢٨) فرداً وبنسبة (٢٥,٩%) أجابوا تقدم مقترحات للإدارة العليا ، وكان هناك (١٧) فرداً وبنسبة (١٥,٧%) أجابوا نقل آراء الجمهور للإدارة العليا ، و(٢٨) أفراد وبنسبة (٢٥,٩%) أجابوا تقديم تقارير ودراسات للإدارة العليا. ويرى الباحث أن كثير ما يقال في اجتماعات لا ينفذ بالحرف الواحد لذلك تكتفي العلاقات العامة بحضور هذه الاجتماعات بصورة أكثر وهذه هي طبيعة الصلة بينها وبين الإدارة.

السؤال الحادي عشر: ما مدى قبول الصورة الذهنية للجامعة لدى الجمهور الداخلي؟

يوضح الجدول رقم (١٣) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الحادي

عشر.

جدول رقم (١٣)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
١٣,٠%	١٤	صورة مقبولة جداً
٤١,٧%	٤٥	قبول بعض الشيء
٤٥,٣%	٤٩	صورة غير مقبولة
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٣) أن (١٤) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (١٣,٠%) أجابوا صورة مقبولة جداً على أن ما مدى قبول الصورة الذهنية للجامعة لدى الجماهير ، و (٤٥) فرداً وبنسبة (٤١,٧%) أجابوا قبول بعض الشيء ، وكان هناك (٤٩) فرداً وبنسبة (٤٥,٣%) أجابوا صورة غير مقبولة. وهذا يشير على أن عمل العلاقات العامة بالجامعة لم يكن بالقدر المطلوب حتى يعكس صورة مقبولة جداً.



www.mecsj.com/ar

السؤال الثاني عشر : ما هي السبل التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية بصورة أفضل؟

يوضح الجدول رقم (١٤) والتوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الثاني عشر.

جدول رقم (١٤)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٥,٦%	٦	تنفيذ برامجها بكفاءة عالية لمعرفتها أكثر
١,٩%	٢	أن تتاح لها كافة الإمكانيات الموجودة بالجامعة
١٩,٤%	٢١	الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي وربطه
٨,٣%	٩	عكس مشاريع الجامعة ومشاركاتها تجاه المجتمع
٦,٥%	٧	توفير الكوادر المؤهلة في العلاقات العامة
٣,٧%	٤	إقامة برامج تعريفية والمساهمة في تعليم محو الأمية
٧,٤%	٨	تدريب العاملين في العلاقات العامة
٧,٤%	٨	استخدام كافة وسائل الاتصال لاسيما الحديثة منها
٤,٦%	٥	تقديم أنشطة واضحة المعالم
٥,٦%	٦	عكس آراء الجمهور للإدارة والتأمل في مقترحاتهم
٢,٨%	٣	عدم احتكار القرارات دون مشورة الجماعة
٨,٣%	٩	التعريف بدور الجامعة تجاه المجتمع
٤,٦%	٥	استخدام النشرات وعمل مجلات علمية للكليات
٥,٦%	٦	تسيير قوافل صحية للمناطق الريفية
٤,٦%	٥	استخدام المحاضرات والندوات والاجتماعات الدورية
٣,٧%	٤	تهيئة بيئة العمل للعلاقات العامة
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٤) أن السبل التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتحسين الصور الذهنية بشك أفضل حيث بلغت نسبة الذين قالوا عن طريق الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي والعمل على ربطه نسبة (١٩,٤%) بينما يليه عن طريق عكس مشاريع الجامعة ومشاركاتها الخارجية تجاه



www.mecsj.com/ar

المجتمع بنسبة (٨,٣%) ثم يليه التعريف بدور الجامعة تجاه المجتمع بنسبة (٨,٣%) وهذا يدل على أن هذه السبل لو استخدمت سوف تعمل على تحسين الصورة الذهنية.

السؤال الثالث عشر: ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة بالجامعة لاتصالها بالجمهور الداخلي؟

يوضح الجدول رقم (١٥) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الثالث عشر.

جدول رقم (١٥)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٤٠,٧%	٤٤	وسائل اتصال جماهيري
٣٨,٠%	٤١	دوريات
١٨,٥%	٢٠	إصدارات خاصة
٠,٩%	١	مطبوعات ونشرات
٠,٠%	٠	لقاءات دورية
٠,٠%	٠	معارض
١,٩%	٢	أخرى
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٥) أن (٤٤) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (٤٠,٧%) أن وسائل الاتصال الجماهيري هي وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة بالجامعة لاتصالها بالجمهور الداخلي والخارجي ، وقد لاحظ الباحث أن كثيراً مما ينشر عن الجامعة لا ينشر إلا في وسائل الإعلام الجماهيري نسبة للحاجة الماسة لهذا النوع من النشر وتغطيته الواسعة. و (٤١) فرداً وبنسبة (٣٨,٠%) أجابوا دوريات، وكان هناك (٢٠) فرداً وبنسبة (١٨,٥%) أجابوا إصدارات خاصة ، و فرداً واحداً وبنسبة (٠,٩%) أجاب مطبوعات ونشرات ، وفردين وبنسبة (١,٩%) أجابوا أخرى غير المذكورة في الجدول أعلاه.

السؤال الرابع عشر: ما هي البرامج التي تحتاج لخطط ملائمة لإنفاذ برامج العلاقات العامة بصورة إيجابية؟

يوضح الجدول رقم (١٦) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الرابع عشر.



جدول رقم (١٦)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
١٩,٤%	٢١	الحملة الإعلامية والإعلانية
١٤,٨%	١٦	تطوير الأداء الجيد للعاملين في العلاقات العامة
١٦,٧%	١٨	استخدام التكنولوجيا الحديثة في العلاقات العامة
٤٩,١%	٥٣	أخرى
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٦) أن (٢١) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (١٩,٤%) أجابوا الحملات الإعلانية والإعلامية على ما هي البرامج التي بحاجة لخطط ملائمة لإنقاذ برامج العلاقات العامة بصورة إيجابية، و (١٦) فرداً وبنسبة (١٤,٨%) أجابوا تطوير الأداء الجيد للعاملين في العلاقات العامة ، وكان هناك (١٨) فرداً وبنسبة (١٦,٧%) أجابوا استخدام التكنولوجيا الحديثة في العلاقات العامة ، و(٥٣) أفراد وبنسبة (٤٩,١%) أجابوا أخرى. أن غالبية أفراد هذه العينة لم تستجيب للبرامج الموضوعة وإنما يرى الأغلبية منهم أن البرامج التي تم ذكرها إذا وجدت الخطة المثلى لإنفاذها سوف تعمل على سير برامج العلاقات العامة بصورة ايجابية. وهذا يدل على أن العلاقات العامة لا تعمل وفق خطط مدروسة في الأنشطة التي تقوم بها.

السؤال الخامس عشر: هل هذه البرامج ذات مستوى علي وكفاءة جيدة؟

يوضح الجدول رقم (١٧) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الخامس عشر.

جدول رقم (١٧)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٥٥,٦%	٦٠	نعم
٤٤,٤%	٤٨	لا
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٧) أن (٦٠) فرداً بنسبة (٥٥,٦%) ذكروا أن هذه البرامج ذات مستوى عالي وكفاءة جيدة ،



www.mecs.j.com/ar

وتعتبر هذه البرامج هي من اقتراح هذه الفئة لذلك كان من الطبيعي أن يكثر عليها رأيهم. بينما (٤٨) فرداً وبنسبة (٤٤,٤%) ذكروا ليست هذه البرامج ذات مستوى علي وكفاءة جيدة.

السؤال السادس عشر: هل البرامج التي تم تنفيذها من قبل عملت على تحقيق الأهداف المنشودة للجامعة؟

يوضح الجدول رقم (١٨) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال السادس عشر.

جدول رقم (١٨)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٣٨,٠%	٤١	نعم
٦٢,٠%	٦٧	لا
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٨) أن (٤١) فرداً يمثلون (٣٨,٠%) ذكروا أن البرامج التي تم تنفيذها من قبل عملت على تحقيق الأهداف المنشودة للجامعة ، بينما (٦٧) فرداً وبنسبة (٦٢,٠%) ذكروا أن البرامج التي تم تنفيذها من قبل لم تعمل على تحقيق الأهداف المنشودة للجامعة. وهذا مؤشر سلبي نسبة لضعف هذه الأنشطة والبرامج المقدمة.

السؤال السابع عشر: هل يمكن ابتكار برامج حديثة ومتخصصة تناسب الجامعة؟

يوضح الجدول رقم (١٩) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال السابع عشر.

جدول رقم (١٩)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٦٤,٩%	٧٠	نعم
٣٥,١%	٣٨	لا
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من الجدول رقم (١٩) أن (٧٠) فرداً يمثلون (٦٤,٩%) ذكروا أنه يمكن ابتكار برامج حديثة ومتخصصة تناسب الجامعة،



www.mecsj.com/ar

وبدل هذا على أن البرامج المتخصصة التي تم اقتراحها من غالبية أفراد العينة قد تكون مفيدة إذا وضعت لها خطة وتم تنفيذها بصورة مطلوبة. بينما (٣٨) فرداً وبنسبة (٣٥,١%) ذكروا أن لا يمكن ابتكار برامج حديثة ومتخصصة تناسب الجامعة.

السؤال الثامن عشر: الذين أجابوا بنعم في ابتكار برامج متخصص تناسب الجامعة.

يوضح الجدول رقم (٢٠) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الثامن عشر.

جدول رقم (٢٠)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٨,٣%	٩	استخدام برامج التكنولوجيا الحديث في العمل
٨,٣%	٩	برامج ثقافية تعليمية
١٤,٨%	١٦	برامج التوعية الاجتماعية
٢,٨%	٣	احتفالات الطلاب الجدد ووداع الخريجين
٣,٧%	٤	إقامة المنتديات الثقافية
٠,٩%	١	برامج لحماية الجامعة من العنف الطلابي
١٤,٨%	١٦	برامج تواصلية عن طريق موقع الجامعة على الانترنت
١,٩%	٢	وضع خطط سنوية للإدارة العليا وتوزيعها مع بداية كل عام دراسي
٠,٩%	١	المشاركة في المعارض العلمية
٢,٨%	٣	الاجتماعات والمحاضرات والندوات والمؤتمرات
١,٩%	٢	برامج دعوية ذات صلة بالجمهور
٢,٨%	٣	قبول مشاركة الآخرين بأرائهم وطرحها للمناقشة
٠,٩%	١	عمل صفحة أسبوعية للجامعة على الصحف
٣٥,١%	٣٨	لا ينطبق عليهم
١٠٠%	١٠٨	المجموع



www.mecsj.com/ar

السؤال التاسع عشر: ما هي الوسائل الإعلامية التي استخدمت في تنفيذ هذه البرامج؟

يوضح الجدول رقم (٢١) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التاسع عشر.

جدول رقم (٢١)

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٢٢,٢%	٢٤	الصحف
٧,٤%	٨	الراديو
١٦,٧%	١٨	التلفزيون
٢٩,٦%	٣٢	المطبوعات والنشرات
١٠,٢%	١١	إعلانات الطرق
١,٩%	٢	المسرح
٧,٤%	٨	وسائل تفاعلية
٤,٦%	٥	أخرى
١٠٠%	١٠٨	المجموع

يتبين من أن الجدول رقم (٢١) أن (٢٤) فرداً في عينة الدراسة وبنسبة (٢٢,٢%) أجابوا بأن الصحف هي الوسائل الإعلامية التي استخدمت في تنفيذ هذه البرامج ، و (٨) أفراد وبنسبة (٧,٤%) أجابوا الراديو، وكان هناك (١٨) فرداً وبنسبة (١٦,٧%) أجابوا بأن التلفزيون، و(٣٢) أنه وبنسبة (٢٩,٦%) أجابوا أن المطبوعات والنشرات، ويدل هذا على أن العلاقات العامة بالجامعة ليست لها الميزانية الكافية لإدارة العمل الذي تقوم به لأنها تستخدم وسائل اتصال أقل تكلفة، و(١١) فرداً وبنسبة (١٠,٢%) أجابوا إعلانات الطرق، وفردين وبنسبة (١,٩%) أجابوا المسرح، و(٨) أفراد وبنسبة (٧,٤%) أنها وسائل تفاعلية، و(٥) أفراد وبنسبة (٤,٦%) أجابوا أخرى.



النتائج

أسفرت الدراسة عن العديد من المؤشرات الخاصة بفاعلية برامج العلاقات العامة في جامعة كسلا، وذلك على النحو التالي:

- ١/ أثبتت الدراسة أن العلاقات العامة بالجامعة لم تسهم في ربط الجمهور الداخلي والخارجي.
- ٢/ أثبتت الدراسة على أن مستوى تأهيل موظفي العلاقات العامة وفقاً لمستوى الخدمة المقدمة متوسط.
- ٣/ أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة تنفذ برامجها بعض الشيء .
- ٤/ أثبتت الدراسة أن نوع العلاقة التي تربط بين الإدارة العليا وإدارة العلاقات العامة هو حضور اجتماعات الإدارة العليا.
- ٥/ أثبتت الدراسة أن الصورة الذهنية للجامعة غير مقبولة.
- ٦/ توصل الباحث إلى أن العلاقات العامة تركز في استخدام وسائل الاتصال على الوسائل الجماهيرية على حساب الوسائل الأخرى.
- ٧/ توصل الباحث أن البرامج المقترحة لا تناسب الجمهور الداخلي.
- ٨/ أظهرت الدراسة أن البرامج التي تم تنفيذها من قبل لم تعمل على تحقيق الأهداف المنشودة .
- ٩/ أظهرت الدراسة أن هنالك سبل يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة بالجامعة لتحسين صورتها وهي على النحو التالي:

- أ/ الاتصال بالجمهور الداخلي والعمل على ربطه.
- ب/ عكس مشاريع الجامعة ومساهماتها الخارجية تجاه المجتمع .
- ج/ التعريف بدور الجامعة تجاه المجتمع.
- ١٠/ أما فيما يختص بالإشكاليات التي تعيق عمل العلاقات العامة بالجامعة فهي على النحو التالي:
 - أ/ عدم تفاعل الجمهور الداخلي معها ومع ما تقدمه.
 - ب/ قلة الكوادر المتخصصة في العلاقات العامة.
 - ج/ عدم الاعتراف بأهميتها.
- ١١/ أما فيما يختص بالمقترحات والحلول التي تجعل عمل العلاقات العامة بالجامعة يسير بكفاءة عالية فكان على النحو التالي:

أ/ الاهتمام بالتدريب والتأهيل.

ب/ استخدام التكنولوجيا الحديثة في الاتصال.

ج/ مشاركة الجمهور في أعمالها.



التوصيات

- بعد عرض النتائج التفصيلية التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية يعرض الباحث مجموعة من التوصيات على ضوء نتائج الدراسة وذلك لتنمية وتطوير ممارسة وأنشطة وبرامج العلاقات العامة. ولعل أهم هذه التوصيات هي:
- ١/ استخدام الأسس العلمية في تفعيل أنشطة العلاقات العامة بالنسبة للجمهور الداخلي والخارجي وزيادة الاهتمام بها والاتصال بفئات أخرى مثل الخريجين للاستفادة منهم.
 - ٢/ على الجامعة أن تعمل على دعم جهاز العلاقات العامة بالكوادر المتخصصة والمؤهلة والمدربة للعمل.
 - ٣/ تخصيص الموازنة المالية الكافية للعلاقات العامة بالجامعة لممارسة أنشطتها المختلفة.
 - ٤/ الاهتمام بتدريب العاملين بالعلاقات العامة لرفع مستوى أدائهم وإكساب الخبرات العلمية اللازمة.
 - ٥/ ضرورة الاعتماد على التخطيط لبرامج وأنشطة العلاقات.
 - ٦/ القيام بعقد حلقات نقاش وتوفير نشرات موجزة لشرح مفهوم العلاقات العامة وتقديمها للإدارة العليا.
 - ٧/ التوسع في استخدام وسائل الاتصال والاستفادة من أجهزة الاتصال الحديثة.
 - ٨/ وضع البرامج والأنشطة للعلاقات العامة بصورة مستمرة بدلاً من العمل في المواسم والمناسبات.
 - ٩/ منح الجمهور الداخلي حق النشر والكتابة في المطبوعات المختلفة التي تصدرها العلاقات العامة.
 - ١٠/ الالتزام بعرض الحقائق للإعلام عن الجامعة ومواجهة المواقف التي تتطلب تدخلاً من العلاقات العامة.



www.mecsaj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

ملحق رقم (١)

بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة إفريقيا العالمية- عمادة الدراسات العليا
قسم علوم الاتصال - ماجستير العلاقات العامة
صحيفة إستبانة

الأخ الفاضل/

الأخت الفاضلة/

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار القيام بدراسة حول (فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية بالسودان) دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على جامعة كسلا في الفترة من ٢٠١٠م إلى ٢٠١٢م).
يرجو الباحث اقتطاع جزء من وقتكم لتعبئة هذه الإستبانة بكل دقة بهدف جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة والوصول إلى نتائج علمية.. ويثق الباحث في اهتمامكم وتفاعلكم معه بالإسهام في إنجاح هذا العمل ويؤكد حرصه الشديد على سرية هذه المعلومات والتمسك بالأمانة العلمية في استخدامها لغرض البحث.

ولكم مني وافر الشكر والتقدير

الباحث

د/محمد آدم نصر محمد

تلفونات: ٠٩٢٢١٥١٨٤٣ - ٠٩١٢١٥١٨٤٣

E.mail:nassr12@yahoo.com



www.mecsj.com/ar

ضع علامة (✓) على الإجابة المختارة وإجابات مختصرة على باقى الأسئلة:

أولاً: المعلومات الشخصية:

- ١/ النوع: ذكر أنثى
- ٢/ العمر: ٣٠-٢٠ من ب/من ٤٠-٣١ ج/من ٥٠-٤١ د/من ٥١ فأكثر
- ٣/ المؤهل العلمي: أدون الثانوي ب/ثانوي ج/جامعي د/فوق الجامعي
- ٤/ الحالة الاجتماعية: متزوج ب/ غير متزوج ج/ مطلق د/ أرمل

ثانياً: بيانات متعلقة بالدراسة:

- ٥/ هل لديك معرفة بنشاط إدارة العلاقات العامة بالجامعة؟ نعم ب/ لا ج/ إلى حد ما
- ٦/ هل أسهمت إدارة العلاقات العامة في ربط الجامعة بالجمهور الداخلي والخارجي؟ نعم ب/ لا
- ٧/ إذا كانت الإجابة بنعم أذكر كيف تم ذلك؟
.....
.....

- ٨/ مستوى تأهيل موظفي العلاقات العامة بالجامعة؟ ممتاز ب/ جيد جداً ج/ جيد د/ مقبول
- ٩/ هل تنفذ إدارة العلاقات العامة بالجامعة برامجها بكفاءة عالية؟ نعم ب/ لا ج/ بعض الشيء
- ١٠/ ما هي نوع العلاقة بين إدارة العلاقات العامة والإدارة العليا بالجامعة؟ أ/ حضور اجتماعات الإدارة العليا ب/ تقدم مقترحات للإدارة العليا ج/ نقل آراء الجمهور للإدارة العليا د/ تقديم تقارير ودراسات للإدارة العليا
- ١١/ ما مدى قبول الصورة الذهنية للجامعة لدى الجماهير؟ أ/ صورة مقبولة جداً ب/ مقبولة بعض الشيء ج/ صورة غير مقبولة



www.mecsj.com/ar

١٢/ في رأيك ما هي السبل التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة في الجامعة لتحسين صورتها الذهنية بصورة أفضل؟

.....
.....

١٣/ ما هي وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة بالجامعة لاتصالها بالجمهور الداخلي والخارجي؟

أ/ وسائل اتصال جماهيري ب/ دوريات ج/ إصدارات خاصة
د/ مطبوعات ونشرات هـ/ لقاءات دورية و/ معارض ز/ أخرى

١٤/ ما هي البرامج التي تحتاج لخطط ملائمة لإنفاذ برامج العلاقات العامة بصورة ايجابية؟

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

أ/ الحملات الإعلانية والإعلامية

ب/ تطوير الأداء الجيد للعاملين في العلاقات العامة

ج/ استخدام التكنولوجيا الحديثة في العلاقات العامة

د/ أخرى

١٥/ هل هذه البرامج ذات مستوى عالي وكفاءة جيدة؟

أ/ نعم ب/ لا

١٦/ هل البرامج التي تم تنفيذها من قبل عمات على تحقيق الأهداف المنشودة للجامعة؟

أ/ نعم ب/ لا

١٧/ هل يمكن ابتكار برامج حديثة ومتخصصة تناسب الجامعة؟

أ/ نعم ب/ لا

١٨/ إن كانت الإجابة بنعم ما هو نوع وأمثلة هذه البرامج؟

.....
.....

١٩/ ما هي الوسائل الإعلامية التي استخدمت في تنفيذ هذه البرامج؟

أ/ الصحف ب/ الراديو ج/ التلفزيون
د/ المطبوعات والنشرات هـ/ إعلانات الطرق و/ المسرح
ز/ وسائل تفاعلية ح/ أخرى تذكر.....



www.mecs.j.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

مع خالص شكري وتقديري لكم ومشاركتم البناءة في هذه الدراسة

وبالله التوفيق

الباحث



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

المراجع

١. إبراهيم مصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط – مجمع اللغة العربية ،(القاهرة : دار الدعوة للطباعة والنشر، ١٩٨٩م).
٢. إبراهيم معوض وأحمد حسن الزيات ، المعجم الوسيط ، ج١،(إسطنبول: دار الدعوة للطباعة والنشر، ١٩٨٩م).
٣. إبراهيم وهبي فهد وكنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها، مدخل وظيفي، ط١، (عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م).
٤. أحمد العائد وآخرون ، المعجم العربي الأساسي ،(ب:دار لاروس للنشر والتوزيع ، ب ت).
٥. جابر عبد الحميد جابر ، معجم علم النفس والطب النفسي، (القاهرة:دار النهضة، ١٩٩٠م).
٦. خالد خلف الله سليمان ، البناء الاتصالي للعلاقات العامة، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، ٢٠٠٠م.
٧. خالد عبد الله أحمد درار ، البحث العلمي في الإتصال الجماهيري ، ط١،(الخرطوم:المكتبة الوطنية، ٢٠١٢م).
٨. سعد عبد الرحمن، القياس النفسي – ا النظرية والتطبيق ، ط٣،(القاهرة:دار الفكر العربي، ١٩٩٨م)،ص١٤٩.
٩. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢،(القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥م).
١٠. صالح بن حمد العساني ، المدخل إلى البحث العلمي في العلوم السلوكية ، (الرياض :مكتبة عبيكان، ١٩٩١م).
١١. عباس أبكر محمد ، أسس ومعايير التخطيط للعلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة ، رسالة دكتوراة (غير منشورة)،جامعة أمدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام، ٢٠١١م.
١٢. عبد الله عبد الدئم ، التربية التجريبية والبحث التربوي، ط٢،(بيروت:دار العلم، ١٩٨٤م).
١٣. علي عجوة ، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، (القاهرة:عالم الكتب، ٢٠٠١م).
١٤. مجاهد علي مرجان،العلاقات العامة ودورها في الجامعات اليمنية،بحث (غير منشور) ،مقدم لنيل درجة الماجستير،جامعة أمدرمان الإسلامية،كلية الاعلام، ٢٠٠١م.
١٥. محفوظ أحمد جودة ، أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية ، (عمان: طهران للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).



www.mecsj.com/ar

المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية و التربوية (MECSJ)

العدد الثالث والعشرون (أذار) 2020

ISSN: 2617-9563

١٦. محمد أمين مفلح القضاة، العلاقات العامة في الجامعات الأردنية ، رسالة ماجستير(غير منشورة)،جامعة أمدرمان الإسلامية،كلية الإعلام،١٩٩٧م.
١٧. محمد طاهر يعقوب، مدير مكتب مدير جامعة كسلا، مقابلة مع الباحث بتاريخ ١-١٢-٢٠١٣م.
١٨. محمد محمد البادئ ، المنهج العلمي للعلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة ، ط١،(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع،١٩٨١م).
١٩. محمد معوض ، المدخل إلى فنون الإعلام ، (القاهرة:دار الكتب،٢٠٠١م).
٢٠. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات رؤية معاصرة ، ط١،(دبي:دار القلم للنشر والتوزيع ، ب ت).
٢١. مروة الحاج أحمد، رئيس قسم العلاقات العامة، جامعة كسلا، مقابلة مع الباحث بتاريخ ٤-١٢-٢٠١٣م.
٢٢. ناهد حمزة محمد ، دور الصحافة السودانية في تكوين الإطار الفكري للوحدة الوطنية، (الخرطوم: دار أسرار للطباعة والنشر،٢٠٠٥م).
٢٣. الهادي عبد الصمد ، الاستقلال الإداري للجامعات السودانية ، مجلة جامعة أمدرمان الإسلامية – العدد الأول ١٩٩٤م.
٢٤. وجدان أحمد النور موسى ، وظيفة العلاقات العامة في الجامعات الولائية ، رسالة ماجستير،(غير منشورة)،جامعة أمدرمان الإسلامية،كلية الدراسات العليا،٢٠١٠م.