

برامج العلاقات العامة الموجهة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ذوي الاحتياجات الخاصة بجامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بوبكر بوعزيز.

إعداد الطالبة:

بلعيد ليلي.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وتقدير

الحمد لله عز وجل الذي وفقني لإتمام هذا البحث العلمي، وأهمني

الصحة والعافية والعزيمة فالحمد لله حمدا كثيرا.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف "بوبكر بوعزيز" على

كل ما قدمه لي من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع

دراستنا هذا

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل أساتذتنا الذين درسونا وعلى رأسهم

رئيس القسم غزال عبد الرزاق والأستاذ سعد بن سباع

وكل من قدم لي يد المساعدة من قريب أو بعيد

الإهداء

إلى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من أجلي، ولم تدخر جهداً في سبيل
إسعادي على الدوام بصلاتها ودعائها وحنانها أُمي الحبيبة حفظها الله ورعاها.
نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه صاحب
الوجه الطيب والأفعال الحسنة، فلم يبخل علي طيلة حياته والذي العزيز حفظه الله.
إلى المحبة التي لا تنضب والخير بلا حدود إلى من شاركتهم كل حياتي إخوتي وأختي أنتم
جوهرتي الثمينة وكنزي الغالي حماكم الله.

إلى زوجي سندي في الحياة وأبنائي الأعراء عبد العليم وعقبة.

إلى كل هؤلاء أهديكم هذا العمل المتواضع

سائلة الله العلي القدير أن ينفعنا به ويمدنا بتوفيقه



قائمة المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

قائمة المحتويات

قائمة الجداول والأشكال

مقدمة: أ

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة 3

1-الإشكالية: 4

2-أسباب اختيار الموضوع: 5

3-أهداف الدراسة: 5

4-أهمية الدراسة: 5

5-تحديد المفاهيم: 6

6-منهج الدراسة: 7

7-نوع الدراسة والمنهج المستخدم: 8

8-أدوات جمع البيانات: 8

9-مجتمع وعينة الدراسة: 10

10-حدود الدراسة: 10

11-الدراسات السابقة: 10

12-المدخل النظري 14

الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة 20

تمهيد: 21

I-العلاقات العامة والجامعة 22

1-تعريف العلاقات العامة: 22

2-مهام ووظائف العلاقات العامة: 22

3-أهداف العلاقات العامة: 24

4-جمهور العلاقات العامة: 24

26	5-التخطيط في العلاقات العامة:
29	6-أنواع برامج العلاقات العامة:
32	7- وسائل الاتصال في العلاقات العامة:
34	8-الصعوبات التي تواجه مؤسسات التعليم العالي:
35	II-العلاقات العامة وذوي الاحتياجات الخاصة
35	1-تصنيفات ذوي الاحتياجات الخاصة:
35	2-مشكلات ذوي الاحتياجات الخاصة:
37	3-برامج لذوي الاحتياجات الخاصة:
38	4-الوسائل التكنولوجية التعليمية المستحدثة للمعاقين بصريا:
41	خلاصة:
42	الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة
43	1-تحليل نتائج الاستبيان:
43	أولاً: تحليل نتائج البيانات الشخصية
46	ثانياً: تحليل نتائج المحور الأول: مكانة العلاقات العامة في جامعة المسييلة
52	ثالثاً: تحليل نتائج المحور الثاني: الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة الخاصة بالطلبة
61	رابعاً: تحليل نتائج المحور الثالث: العراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في جامعة المسييلة
67	2-تحليل المقابلة:
70	3-نتائج الدراسة:
73	خاتمة:
75	قائمة المراجع:
79	الملاحق:

قائمة الجداول

- الجدول رقم (01) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس. 43
- الجدول رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي. 44
- الجدول رقم (03) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن. 45
- الجدول رقم (04) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير فهم العلاقات العامة. 46
- الجدول رقم (05) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال. 47
- الجدول رقم (06) يبين توزيع أفراد العينة حسب وظائف مكتب العلاقات العامة. 48
- الجدول رقم (07) يبين توزيع أفراد العينة حسب أهداف العلاقات العامة. 49
- الجدول رقم (08) يبين توزيع أفراد العينة حسب تقديم اقتراحات للإدارة. 50
- الجدول رقم (09) يبين توزيع أفراد العينة حسب أخذ الاقتراحات بعين الاعتبار. 51
- الجدول رقم (10) يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود اتصال بمسؤول العلاقات العامة. 52
- الجدول رقم (11) يبين توزيع أفراد العينة حسب صفات مسؤول العلاقات العامة. 53
- الجدول رقم (12) يبين توزيع أفراد العينة حسب وسائل إدارة العلاقات العامة. 54
- الجدول رقم (13) يبين توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الخاصة في إدارة العلاقات العامة. 55
- الجدول رقم (14) يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعلام بالأحداث والمستجدات. 56
- الجدول رقم (15) يبين توزيع أفراد العينة حسب جهة الاتصال بالإدارة. 57
- الجدول رقم (16) يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد من الإدارة. 58
- الجدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب الدعوة لحضور النشاطات والحفلات. 59
- الجدول رقم (18) يبين أفراد العينة حسب أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة للموظفين. 60
- الجدول رقم (19) يبين توزيع أفراد العينة حسب العراقيل التي يواجهها الموظفون في إدارة العلاقات العامة. 61
- الجدول رقم (20) يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيل. 62
- الجدول رقم (21) يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة العراقيل التي تواجه مكتب العلاقات العامة. 63
- الجدول رقم (22) يبين توزيع أفراد العينة حسب دور الإدارة الإلكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة. 64
- الجدول رقم (23) يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في إعداد برامج موجهة للطلبة. 65
- الجدول رقم (24) يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى الرضا عن البرامج والنشاطات. 66

قائمة الأشكال

- الشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس..... 43
- الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي..... 44
- الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن..... 45
- الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير فهم العلاقات العامة..... 46
- الشكل رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال..... 47
- الشكل رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب وظائف مكتب العلاقات العامة..... 48
- الشكل رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهداف العلاقات العامة..... 49
- الجدول رقم (08) يبين توزيع أفراد العينة حسب تقديم اقتراحات للإدارة..... 50
- الشكل رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقديم اقتراحات للإدارة..... 50
- الشكل رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أخذ الاقتراحات بعين الاعتبار..... 51
- الشكل رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب وجود اتصال بمسؤول العلاقات العامة..... 52
- الشكل رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حسب وسائل إدارة العلاقات العامة..... 54
- الشكل رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الخاصة في إدارة العلاقات العامة..... 55
- الشكل رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإعلام بالأحداث والمستجدات..... 56
- الشكل رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب جهة الاتصال بالإدارة..... 57
- الجدول رقم (16) يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد من الإدارة..... 58
- الشكل رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد من الإدارة..... 58
- الشكل رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدعوة لحضور النشاطات والحفلات..... 59
- الشكل رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة للموظفين.... 60
- الشكل رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب العراقيل التي يواجهها الموظفين في إدارة العلاقات العامة... 61
- الشكل رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طريقة تعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيل..... 62
- الشكل رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب دور الإدارة الإلكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة. 64
- الشكل رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في إعداد برامج موجهة للطلبة..... 65
- الشكل رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى الرضا عن البرامج والنشاطات..... 66

الاتصال بشكل عام يعرف على أنه تلك العملية التي يقوم بمقتضاها المرسل إرسال رسالة ما عبر وسيلة اتصالية معينة إلى المستقبل الذي يقوم بتفسيرها وفك شيفرتها في محيط معرفي مشترك.

وللعلاقات العامة كمنشآت اتصالي ارتبط بتطور المجتمعات الإنسانية فقد مارسه الإنسان منذ الأزل فهو يهدف إلى تكيف الفرد مع جماعته ومع محيطه بمختلف وسائل الاتصال القديمة لتحقيق التفاهم مع الآخرين.

ومع التطور الحاصل في جميع ميادين الحياة الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية التي شهدتها العصر الحديث والمعاصر، ناهيك عن الثورات التي تعاقبت وأثرت بداية من الثورة الزراعية الصناعية نهاية إلى الثورة التكنولوجية والمعلوماتية التي مست بشكل مباشر العلاقات العامة وظهور تنظيمات وهيئات حكومية وغير حكومية ومؤسسات خدمية أو اقتصادية، أضحت العلاقات العامة وظيفية ضرورية هامة وحساسة تلعب دورا جوهريا في المؤسسات فهي تسعى إلى تحسين صورتها الذهنية للرأي العام وجمهورها وبناء علاقات للتعاون وعلاقات للتواصل مع موظفيها أو عملائها باعتبار أن الجمهور يعتبر كمرآة عاكسة لمدى نجاحها وقياس نجاح أهدافها وخططها، وكذا تقسيم مختلف البرامج أو النشاطات أو الخدمات أو المنتجات التي أعدتها هاته الهيئات. وسعيا منها إلى كسب تأييد جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي ادعت الحاجة إلى بروز جهاز إداري يتولى مهمة الاتصال وبناء جسور المحبة والعلاقات الصلبة مع الجمهور ألا وهو إدارة العلاقات العامة في المؤسسات باعتباره حلقة الوصل وقناة اتصالية بين المؤسسة والجمهور الداخلي، وبين المؤسسة والجمهور الخارجي. هذا الأخير الذي يسعى إلى التعريف بالمؤسسة وسياساتها والتخطيط لنشاطاتها وبرامجها المتنوعة والتي يسعى من خلالها رجل العلاقات العامة إلى تصميم برامج تواكب مختلف التطورات ومتطلبات الجمهور وخصائصه، فبرامج العلاقات العامة متنوعة ما بين البرامج الكبيرة والصغيرة أو برامج علاجية أو وقائية أو حتى هجومية.

وفي وقتنا الراهن ومع تعاظم مكانة العلاقات العامة التي أضحت تدرس كتخصص علمي للجامعات والدور الذي تلعبه إدارة العلاقات العامة للجامعة نحاول التعريف بهاته الإدارة والحديث عن البرامج التي تقدمها لجمهورها الداخلي وليس لأي جمهور وإنما لطلبتها الجامعيين التي لديهم خصائص ومميزات واحتياجات عن الطلبة العاديين. فالجامعة كمؤسسة خدمية تسعى إلى النمو والتطور الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي فهي تسعى إلى طبع صورة حسنة عنها في أذهان هاته الفئات من المجتمع ولكسب رضاه بمختلف البرامج التي تقدمها إدارة العلاقات العامة.

ونحن في بحثنا هذا قسمنا دراستنا إلى ثلاث فصول الفصل الأول: وتناولنا فيه الإطار المنهجي للدراسة الذي يحتوي إشكالية البحث والتساؤلات الفرعية، كما أبرزنا أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها مع عرض للمنهج المستخدم والأدوات البحثية مع ضبطنا للمفاهيم والدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني: الإطار النظري الذي قسمناه إلى جزأين الأول كان حول العلاقات العامة ومفهوم البرامج وأنواعها والتخطيط في العلاقات العامة مع أهم المهام والوسائل في العلاقات العامة، أما الجزء الثاني درستنا فيه عينة البحث وهي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة والتي تعرضنا فيها لأهم التصنيفات لها ومختلف المشاكل التي تواجه هاته الفئة مع طرحنا لمختلف البرامج الموجهة لهم والوسائل التكنولوجية التعليمية المستحدثة للمعاقين بصريا.

أما الفصل الثالث فقمنا فيه بالدراسة التطبيقية من عرض وتحليل النتائج المتحصل عليها عن طريق أسئلة الاستمارة وتفسيرها وأيضا أسئلة المقابلة بهدف الوصول إلى الأهداف المرجوة والمسطرة من هذه الدراسة.

الفصل الأول

الجانب المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:

مع تعاظم الدور الذي تلعبه العلاقات العامة أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد أو الشعوب أو الجماعات وكذا مختلف المنظمات، الهيئات الجمعيات والمؤسسات فهي تعمل على التكيف والاتصال والتواصل وتحقيق التقرب والتجاذب بين الأفراد عامة وبين المؤسسة وجمهورها خاصة لتحقيق التفاهم والرضا وتحسين صورتها في أذهان الأفراد وضع مكانة بين مختلف المؤسسات الأخرى.

والمؤسسة كجامعة خدماتية اجتماعية وتعليمية تهدف لخدمة المجتمع لما تحمله من مسؤولية نحو التطور الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي، فمن خلال البرامج والمناهج التعليمية التي تستغل في مختلف التطورات التكنولوجية والتقنية وتستخدم فيها أحدث الوسائل الاتصالية لبناء منظومة تعليمية ناجحة وبرامج فاعلة نحو التنمية والازدهار وللنهوض بالمجتمع من دائرة الركود الذي يعاني منه. وإدارة العلاقات العامة في التخطيط لبرامجها ونشاطاتها لجمهورها الداخلي سواء أكان موظفين أو أساتذة أو طلبة وجب عليها أن تراعي على خصائصهم ومتطلباتهم وفي ذكرنا للطلبة وليس الطلبة العاديين وإنما فئة طلبة متميزين لهم خصائص، احتياجات، سمات خاصة بهم ألا وهم فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، هات الفئة التي تسد على التعامل معهم بطرق خاصة غير الطرق العادية، وعلى خصائص العلاقات العامة معرفة خصائصهم لفسية وسلوكياتهم واحتياجاتهم وميولهم واهتماماتهم حتى يستطيع تقديم برامج وأنشطة تتماشى مع ظروفهم المختلفة واستخدام مختلف الوسائل الاتصالية والتعليمية المتطورة التي تتناسب مع احتياجاتهم وإعاقاتهم وتدريبهم عليها لتذليل مختلف العقبات والصعوبات التي تواجههم.

وكإشكالية لبحثنا نقول:

-هل استطاعت الجامعة (جامعة المسييلة) أن تضع برنامج خاص بالعلاقات العامة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة؟

وكتساؤلات فرعية:

1- ما مكانة العلاقات العامة في جامعة المسييلة ؟

2- ما هي الوسائل التي تستخدمها جامعة المسييلة في إطار توظيف برامج العلاقات العامة لفائدة ذوي

الاحتياجات الخاصة ؟

3- ما هي العراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في جامعة المسييلة ؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

دوافع ذاتية:

- الموضوع المدروس يندرج ضمن تخصصنا العلمي ومرتبط به.
- من مسؤوليتنا كطلبة جامعيين التعرف على ما يحدث في جامعتنا من أحداث ونشاطات وبرامج.
- الدراسة تؤهلنا نحو التدرج والحصول على شهادة الماستر مع الكفاءة في البحث العلمي.
- اعتبار الدور الذي تقوم به الجامعة كمؤسسة جزائرية كمحرك نحو النجاح.

دوافع موضوعية:

- نقص في البحوث الأكاديمية حول العلاقات العامة وعدم إعطائها قيمتها الحقيقية ودون اعتبار الدور الفعال الذي تلعبه في المؤسسات.
- الموضوع قابل للدراسة نظريا وتطبيقيا.
- اعتبار الدور الكبير الذي تلعبه الجامعة في التطور والازدهار والنمو الاقتصادي والاجتماعي.
- لفت انتباه نحو فئات ذوي الاحتياجات الخاصة ومشاركتهم الحياة الاجتماعية ودفعهم نحو أبواب العمل.

3-أهداف الدراسة:

- 1- مكانة العلاقات العامة في جامعة المسيلة.
- 2- الوسائل التي تستخدمها الجامعة لفائدة ذي الاحتياجات الخاصة.
- 3- ما العراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في جامعة المسيلة.

4-أهمية الدراسة:

- من خلال دراسة الظاهرة موضوع البحث الاستفادة منها مستقبلا لما لها أهمية نظرية والتي تقع في مجال تخصصنا وإثراء البحوث الأكاديمية نحو الموضوع وأهمية أخرى تطبيقية تستفيد منها الجامعة.
- تزايد الاهتمام بتنظيم برامج العلاقات العامة ونشاطاتها لتحقيق الاتصال مع جماهيرها الداخلية أو الخارجية لضمان استمراريتها وانفتاحها على المجتمع والمسؤولية الاجتماعية وتحقيق التعاون وإرضائها لمختلف جماهيرها مع اختلاف سماتهم وخصائصهم، فالمؤسسات التي تمارس وظيفة العلاقات العامة مرتبطة ارتباطا مباشرا للجمهور باعتبار أن من خلاله يتم ممارسة الأنشطة والبرامج فهي تسعى لإرضائه وكسب ثقته، فذوي الاحتياجات الخاصة هم من الفئات المهمشة في الجزائر أو الوطن العربي أو حتى العالم فهناك نقص في البحوث النظرية والميدانية ولنقص ملحوظ في إعداد برامج وخدمات خاصة بهم، ومن خلال هذا البحث سنسعى إلى إبراز الدور الذي تقوم به الجامعة الجزائرية بغية الإعداد والتخطيط لمختلف البرامج والنشاطات التي تلائم هاته الفئات من المجتمع والذين

يمثلون جزء من الطلبة والجمهور الداخلي للمؤسسة الجامعية، وهي بذلك تدفعهم نحو العمل والتنمية والتطور في الجزائر والمنظومة التعليمية التي تعود على المجتمع والجامعة بالنفع والنجاح وتحقيق الأهداف المرجوة والمسطرة.

5-تحديد المفاهيم:

- البرنامج: هو مجمل الأهداف والسياسات والإجراءات والقواعد والمهام وخطوات العمل والموارد البشرية والمالية والوسائل والأساليب والعناصر الضرورية التي يتم اتخاذها لتنفيذ العمل المخطط او المرسوم.

- العلاقات العامة: هي بناء متكون من لفظتين الأولى علاقات والثانية العامة ونقصد بالعلاقات: جمع علاقة أو مجموع الروابط أو الصلات بين منظمة وهيئة والمنظمة وجمهورها الذي تتعامل معه من جهة أخرى. (ابن منظور، 1373هـ)

-العامة: وهي خلاف الخاص ويذهب معناها إلى الجماهيرية ويقصد بها الجمهور الشامل الذي تربطه مصالحه ونشاطاته بالهيئة أو المنظمة.

اصطلاحا: هي كما يعرفها محمود الجوهري بأن فن معاملة الجمهور وكسب رضاه أو الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجمهور وتحقيق المصلحة العامة. (محمود الجوهري، 1971، ص 18)

- برامج العلاقات العامة: هي البرامج التي يتم إعدادها من قبل خبراء العلاقات العامة، فهي تحتاج إلى استخدام موارد مالية كبيرة ووسائل متعددة من قبل الأجهزة الإعلامية لتحقيق وسائل إعلامية واسعة. (بسام عبد الرحمان المشاقبة، 2014، ص 98)

التعريف الإجرائي: هو مجمل النشاطات التي تعدها إدارة العلاقات العامة بالجامعة لفائدة ذوي الاحتياجات الخاصة (الطلبة) لتحسين طرق التدريس وتوفير مختلف الوسائل الاتصالية والتعليمية وتذليل مختلف العقبات أمامهم.

-ذوي الاحتياجات الخاصة:

أ-في اللغة:

جمع (الحاجة)، حاج، وحاجات، وحوج، بوزن عين وحوائج على غيره قياس كأنهم جمع حائجة وذكر الأصمعي بوزن العرجاء الحاجة وحاج الرجل أيضا أي احتاج وأحوجه غيره والحوجاء من أحوج وأيضا بمعنى احتاج والحاجة هي العوز أو الفاقة. (أبو الذهب أشرف، 2002، ص 56).

ب- في الاصطلاح:

عرفه إعلان الأمم المتحدة بشأن حقوق المعوقين 1975 بأنه كل شخص لا يستطيع أن يكفل نفسه كلياً أو جزئياً، تصورات الحياة الفردية أو الاجتماعية نتيجة قصور ونقص فطري أو غير فطري في قواته الجسمية أو العقلية. (بسيوني، محمود شريف، 2003، ص 923)

وهم كما يعرفهم عبد المطلب القريطي "أولئك الأفراد الذين ينحرفون عن المستوى العادي أو المتوسط في خاصية ما أو في جانب أو أكثر من جوانب الشخصية إلى الدرجة التي تتحتم احتياجاتهم إلى خدمة خاصة تختلف عما تقدم إلى أقرانهم العاديين، وذلك لمساعدتهم على تحقيق أقصى ما يمكنهم بلوغه من النمو والتوافق. (سويدان أمل عبد الفتاح، 2007، ص 17)

-المعوق Handicapped: هو المواطن الذي استقر به عائق أو أكثر يوهن من قدرته ويجعله في أمس الحاجة إلى عون خارجي واع، مؤسس على أسس علمية وتكنولوجية يعيده إلى مستوى العادية أو على الأقل أقرب ما يكون إلى هذا المستوى. (فهيمي مُجَّد سيد، 2007، ص 28)

6- منهج الدراسة:

المنهج هو أساس العمل فلا يمكن لأي دراسة الانطلاق من فراغ فلا بد من دليل يقودها نحو صحة البحث ونتائجه واختيار المنهج يكون تبعاً لطبيعة الموضوع أي الظاهرة المدروسة والأهداف المرجوة التي يريد الوصول إليها الباحث كل هاته العوامل تفرض نوع المنهج المدروس.

- والمنهج في تعريفه هو عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتائج المسطرة. (دروس الأستاذ سالم الحسين، 2010-2011)

- المنهج أيضاً هو مجموعة القواعد التي يتم وضعها بهدف الوصول على الحقيقة في العلم أو التي يتبعها الباحث في دراسته للظاهرة أو المشكلة لاكتشاف الحقيقة. (عمار بوحوش، د.س، ص 15)

- كما يعرف بأنه أسلوب مناسب لجمع معلومات شاملة عن حالة محددة يتم فيها بعد جمع المعلومات تحليلها بطريقة معمقة وشاملة عبر مختلف الفترات الزمنية التي مرت بها تلك الحالة ولاستخدام ما يناسب تحليلها وخصائصه من أدوات تحليلية. (مُجَّد عبيدات وآخرون، 1996، ص 45)

- إذن هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة محاولاً الإجابة على التساؤلات المطروحة والاستفسارات التي أثارها الباحث.

7- نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

ودراستنا هذه تنتمي إلى الدراسات الوصفية لأنها تستهدف وتشخص العلاقات العامة، علماً أن الظاهرة اجتماعية ذات أبعاد اتصالية استلزمت استخدام المنهج الوصفي ألا وهو "عملية جمع البيانات والمعلومات الضرورية عن الظاهرة مع تنظيمها وتحليلها من أجل الوصول إلى العوامل المسببة لحدوثها والتي تتحكم فيها ومنه استخلاص النتائج التي يمكن تعميمها مستقبلاً". (عبد الناصر جندلي، 2010، ص 199)

ويعرف الوصف على أنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد خلال فترات زمنية معلومة لغاية الوصول إلى نتائج عملية تفسر بطريقة موضوعية منسجمة مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (عبد الله محمد عبد الرحمان وآخرون، 2002، ص 371)

لذلك فبحثنا يهدف إلى التعرف واستكشاف البرامج والنشاطات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة بالجامعة وهاته الدراسة تمس الواقع وتحدد ملامح البحث بدقة وتفصيل والتي تصف الظاهرة في محيطها الطبيعي.

8- أدوات جمع البيانات:

- يجمع الباحث البيانات اللازمة للإجابة عن أسئلة بحثه العلمي أو لاختبار فرضياته باستخدام أداة أو أكثر من أدوات البحث العلمي المخصصة لجمع البيانات والباحث على دراية مسبقة من الغرض من البحث الذي يقوم به وهو يختار أداة مناسبة لهذا الغرض. (<https://www.mdrcenter.com>).

- وأدوات جمع البيانات هي مجموع الوسائل والتقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الوصول إلى البيانات والمعلومات المتعلقة بجوانب الدراسة فالأداة هي الوسيلة التي تمكنه من جمع المعلومات. (أحمد بن مرسل، 2005، ص 286)

- وبما أن موضوع دراستنا يندرج ضمن البحوث الوصفية، فقد اعتمدنا على الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع المعلومات.

1- الاستبيان: الاستبيان بالإنجليزية (questionnaire) وهو أداة من أدوات البحث العلمي لجمع البيانات تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخيرية التي تطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث، فقد تكون الإجابة فيها مفتوحة أو قد تكون الإجابة محددة الخيارات مسبقاً كأن يتم اختيارها أو تحديد موقعها على مقياس التدرج. (<https://www.mdrcenter.com>).

يعد الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات من مصادرها فهو بمفهومه العام قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة في كل استمارة تعرض على أفراد العينة ويطلب إليهم الإجابة عنها. (مروان عبد المجيد إبراهيم، 2000، ص 165)

- ولقد اعتمدنا في إعداد استمارتنا على ثلاث محاور أساسية بهدف البحث والإجابة عن أهداف الدراسة.
- محور البيانات الشخصية وتضمن 3 أسئلة.
 - المحور الأول: الكشف عن مكانة العلاقات العامة في جامعة المسيلة وتضمن 6 أسئلة.
 - المحور الثاني: الكشف عن الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة وتضمن 9 أسئلة.
 - المحور الثالث: الكشف عن العراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في إدارة العلاقات العامة لجامعة المسيلة وتضمن 7 أسئلة.

وقد تم تحكيمها وعرضها على الأساتذة.

- غزال عبد الرزاق أستاذ تعليم عالي بجامعة المسيلة.
 - أرضوان بوقرة أستاذ محاضر أ بجامعة المسيلة.
- وبعد استرجاعها تم تعديلها بشكلها النهائي، تم توزيعها من 30 ماي 2022 إلى غاية 1 جوان 2022.

2- المقابلة: المقابلة بالإنجليزية (inter view) وهي حوار يدور بين الباحث والمقابل والمستجيب، يبدأ هذا الحوار بخلق وئام بينهما ليضمن للباحث الحد الأدنى من تعاون المستجيب، ثم يشرح الباحث الغرض من المقابلة وبعد أن يشعر الباحث بأن المستجيب على استعداد للتعاون، يطرح الأسئلة التي سبق وحددها وينتظر الإجابة عن كل سؤال من المبحوث، وعلى الباحث أن يستخدم طرقا للتسجيل سواء يدويا أو آليا كمسجل صوت أو فيديو. (مروان عبد المجيد إبراهيم، 2000، ص 165)

والمقابلة هي استبيان شفوي، يتم فيه التبادل اللفظي بين القائم بالمقابلة وبين فرد أو عدة أفراد بغية الحصول على معلومات وآراء واتجاهات أو حتى مشاعر أو سلوك المبحوث، وهي مجموعة من الأسئلة يطرحها الباحث على الشخص موضوع الدراسة للوصول إلى نتائج محددة. (محاضرات الأستاذ عبد المالك صاوي، 2020-2021)

ولقد استخدمنا في موضوعنا المقابلة الموجهة مع مسؤول في جامعة المسيلة بهدف التعرف على الظاهرة والعلل والأسباب وعلاقة الشخص المبحوث بموضوع الدراسة.

وتعرف المقابلة الموجهة بأنها: "المقابلة التي يقوم بها الباحث باختيار عدد من الأسئلة التي تدور في موضوع معين ويطرحها على المبحوث بشكل مباشر للحصول على المعلومات التي يريدها. ([http://bts-](http://bts-academy.com)

[academy.com](http://bts-academy.com))

9-مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع البحث هو جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة (عدنان حسين الجاردي وآخرون، 2001، ص 198)، وقد يكون مجتمع البحث مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأحداث أو الذين يكونون موضوع البحث. (عبد الفتاح الجريبي، 2002، ص 185)

بناء على ذلك تتطلب دراسة المشكلة أو الظاهرة توفر البيانات ومعلومات حولها والتحديد الجيد لمجتمع البحث يقصد به جميع العناصر والمفردات المدروسة وهي تعني جمع البيانات والمعلومات بأسلوب معين من جميع العناصر. (ربحي مصطفى عليان، عثمان مُجَّد غنيم، 2000، ص 158)

وفي دراستنا لهذا الموضوع يعتبر مجتمع البحث هنا هو المجتمع الطلابي والذي أخذنا منه العينة طلاب بجامعة مُجَّد بوضياف المسيلة مقدرة بـ 52 طالب وطالبة وكانت عينة عشوائية لأنها تمثل مجتمع البحث العلمي تمثيل صحيحا.

10-حدود الدراسة:

أ/ الحدود المكانية: قمنا بإجراء الدراسة ميدانيا في جامعة مُجَّد بوضياف بالمسيلة مختلف الكليات والأقسام على مستوى الجامعة نهاية إلى رئاسة الجامعة. باعتبار أن الجامعة تعتبر مؤسسة خدمتية وبحثنا يدور حول العلاقات العامة وبرامجها الموجهة لفئة الطلاب.

ب/ الحدود الزمانية: تم البدء في جمع المعلومات مع منتصف شهر جانفي 2022/01/15 إلى غاية جوان 2022.

ج/ الحدود البشرية: تمثل المجتمع البشري في 52 مفردة من طلبة جامعة المسيلة.

11-الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى: بعنوان العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي -ابن باديس. قسنطينة- من إعداد الطالب الباحث ياسين مسيلي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، لموسم الجامعي 2008/2009، تدور إشكالية البحث حول الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية من خلال طرح التساؤل لتالي الرئيسي: هل يوجد اهتمام خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة ؟

وقد قسم الباحث هذا التساؤل إلى تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما مدى مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية ؟
- هل هناك مختصون قائمون على نشاط العلاقات العامة ؟

- ما هي مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية المستعملة في إدارة العلاقات العامة ؟
 - ما هي العراقيل التي تحد من فعالية نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية ؟
 - كما أن الباحث تطرق إلى صياغة فرضيات رئيسية وأخرى فرعية هي :
تخص العلاقات العامة باهتمام كبير داخل المؤسسة موضوع الدراسة.
 - الفرضية الأولى: تفتقد المؤسسة موضوع الدراسة لجهاز يمثل فعلا إدارة العلاقات العامة.
 - الفرضية الثانية: تصطدم العلاقات العامة بجملة من العراقيل.
 - تكمن أهمية الموضوع من خلال تعاضم العلاقات العامة في المؤسسات ومحاولة إبراز المنزلة المستحقة للعلاقات العامة ومهمتها.
 - كسبيل لفهم ظواهره والوقوف على سماته اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، ويأتي من خلال اعتماد أدوات لبحث الملاحظة والمقابلة والاستمارة من أَل الوصول إلى معلومات حول مجتمع البحث ووصفها الظاهرة وصفا تحليليا من أجل الوقوف على واقعها أي واقع العلاقات في المؤسسة الصحية الجزائرية.
 - فأبرز ما توصلت إليه الدراسة من حقائق هي :
 - لا يوجد جهاز مختص بالعلاقات العامة وإنما يوجد مكتب للإعلام والاتصال تول له المهام مع الإشارة أنه ليس مرتبط مباشرة بالمديرية العامة وليس مناسب لمكانة العلاقات العامة.
 - إن المديرية تحتكر هذا المجال وتطبق على المكتب وتخصص وظائفه في أنشطة لا تعبر فعلا عن أنشطة العلاقات العامة.
 - توصلنا إلى أن مكتب الإعلام والاتصال لا تتوفر فيه شروط القائم بالعلاقات العامة.
 - إن الإعلانات هي الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف المستشفى لإعلام الأفراد بنشاطاته وتعليماته.
 - فهم العلاقات العامة لدى المسؤولين أو العمال فهم سطحي فقط اتضح أن العلاقات العامة لازالت مهمشة ولا تحظى بأهمية والاتصال مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى.
- التعقيب على الدراسة:**
- أوجه التشابه:**
- تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في كون اهتمامها بدور العلاقات العامة في المؤسسة.
 - كلا من الدراستين استخدمتا المنهج الوصفي الذي يؤدي إلى تحليل البيانات والمعلومات ودراسة ظاهرة العلاقات العامة.

أوجه الاختلاف:

- ركزت الدراسة على وجود العلاقات العامة واهتمامها بشكل جدي في المؤسسة العلمية، وهي المؤسسة الصحية الجزائرية على عكس دراستنا التي اهتمت في مؤسسة خدماتية تعليمية كالجامة.

- الاختلاف الزمني والمكاني للدراستين الأولى أجريت في قسنطينة لسنوات 2008-2009 أما دراستنا فهي بجامعة المسيلة لسنوات 2021-2022.

وبالرغم من اختلاف الدراستين إلا أننا استفدنا بشكل كبير من الدراسة في بناء استمارتنا وإطارنا المنهجي والنظري.

كما أن الدراسة السابقة كشفت حقائق متعلقة بالممارسة المهنية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية. **الدراسة الثانية:** بعنوان دور برامج العلاقات العامة في صناعة الأنشطة الثقافية بالمكتبة العمومية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة من إعداد الطالبتين براهيم اسمهان، داود فوزية، الموسم الجامعي 2020-2021.

تدور إشكالية البحث حول دور برامج العلاقات في تطوير الأنشطة الثقافية والفكرية بالمكتبة العمومية بالمسيلة.

من خلال التساؤل الرئيسي: ما مدى مساهمة برامج العلاقات العامة في الترويج للنشاط الثقافي بالمكتبة الرئيسية العمومية بالمسيلة؟

وتساؤلات فرعية أهمها:

- كيف تساهم برامج العلاقات العامة في الترويج الثقافي بالمكتبة العمومية؟
- هل التراث الثقافي المادي واللامادي يعكس الثقافة المجتمعية؟
- ما هي النشاطات والتظاهرات التي تقدمها المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية؟
- كما تطرق أصحاب البحث إلى فرضيات رئيسية وأخرى فرعية أهمها:
- تعتبر برامج العلاقات العامة دورها في الترويج للتراث الثقافي في المكتبة الرئيسية العمومية بالمسيلة من خلال خلق علاقات طيبة مع المؤسسة وجمهورها والمحافظة عليها مما يساعدها على تحقيق أهدافها.
- تساهم برامج العلاقات العامة في جذب الجمهور والتعرف على التراث الثقافي.
- تعتبر الثقافة المادية واللامادية وجهان لعملة واحدة لا يمكن الفصل بينهما فكل منهما يؤثر ويتأثر بالآخر لثبات ودوام ثقافة المجتمع.

- المكتبة العمومية تقدم نشاطات وتظاهرات من أهمها شهر التراث، أعياد الطفولة، يوم الكتاب.

- تعتمد المكتبة العمومية في عملها على برامج وأنشطة لإحياء التراث الثقافي.
 - تكمن أهمية الدراسة في زيادة الاهتمام بالتراث الثقافي وأهمية النشاطات لإحياء التراث.
 - وقد اعتمدت على المنهج الوصفي الذي يدرس الظاهرة أو الواقع كما هو واعتمدت الدراسة على أداتي الملاحظة بالمشاركة والمقابلة المقننة في استخلاص المعلومات والنتائج وتقييمها.
 - وخلصت الدراسة إلى نتائج هي كالتالي:
 - المكتبة العمومية تهتم بالنشاطات الأدبية والتاريخية بشكل أكبر من النشاطات الفكرية والعلمية.
 - ساعدت وتساعد هذه الأنشطة في جذب نسبة كبيرة من الجمهور الخارجي.
 - أبرز ما تعنى به المكتبة في التظاهرات الثقافية التي لها علاقة وطيدة بالطفل.
 - المكتبة المركزية بحاجة ماسة إلى جهاز علاقات عامة مصاحباً للإدارة ومع قسم المستعملين.
 - النشاطات الثقافية منها نقص من الحيوية وتركز العمل على مجموعة دون أخرى.
 - تسهم الأنشطة الثقافية في جلب الجمهور للمؤسسة من خلال طوابير الانخراط خاصة لفئة الأطفال.
 - المكتبة المركزية تسهر على الرعاية الفكرية للطفل باعتباره محور النشاط.
 - وجود فجوة كبيرة جدا بين المصالح التقنية والإدارية ومنه دليل على غياب الاتصال الفعال.
 - تعامل مسؤول المكتبة مع النشاط بالكم وليس بالكيف وهذا ما يفقده التأثير في الشريحة المطلوبة.
- التعقيب على الدراسة:**

أوجه الشبه:

- تتشارك هذه الدراسة مع دراستنا في كون كل منهما يهتم بالعلاقات العامة في المؤسسة.
- كلا من الدراستين تهتم بالدور الذي تلعبه برامج العلاقات العامة.
- كلا من المؤسستين مؤسسة حكومية أجريت فيها الدراسة الميدانية.

أوجه الاختلاف:

- الدراسة السابقة تركز اهتمامها على دور برامج العلاقات العامة في تنمية التراث الثقافي المادي واللامادي ودراستنا تهتم ببرامج العلاقات العامة الموجهة لفئة الاحتياجات الخاصة.
- اختلاف في الجانب الزمني والمكاني الأولى في سنتي 2020-2021، ودراستنا الحالية في 2021-2022.
- الأولى بالمكتبة المركزية بالمسيلة والثنية بجامعة المسيلة.
- الدراسة الأولى ركزت على الطفل أما دراستنا ركزت على الطالب الجامعي من فئة ذوي الاحتياجات.

- بالرغم من كل هاته الاختلافات إلا أننا استفدنا بشكل كبير من الدراسة وتحليلها من حيث أننا أخذنا منها كيف نبني إطارنا المنهجي وحتى النظري.

12- المدخل النظري.

أ/ نظرية الاستخدامات والإشباع.

يعود الاهتمام في دراسة موضوع الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مع بداية الأربعينات ونهاية الخمسينات كدراسة ريليز وفريدسون (مي العبد، 2006، ص 279).

فالنظرية تعنى بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منقمة على عكس الدراسات التقليدية التي كانت تنظر إلى الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال من حيث انتقاء الأفراد للرسائل والمضامين من وسائل الإعلام دون إدراكها لعواقب الفروقات الفردية والتباين الاجتماعي. (مكاوي، 1998، ص 239). وترى بأن الأفراد يوظفون انفعالية، مضامين الرسائل الإعلامية والاتصالية فهم يستخدمون الرسائل لأمر كثيرة تعتبر كعوامل بسيطة لإحداث عملية التأثير. (مي العبد، 2006، ص 279).

كما يمكن وصف الحاجات التي تتم دراستها باعتبارها إشباع لحاجات ذات علاقة بوسائل الإعلام وليس بالضرورة أن يكون إشباعها عن طريق وسائل الإعلام لأنه يمكن إشباعها بمصادر أخرى غير هاته الوسائل، وهي تعتبر أيضا إشباع الحاجات ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة، بل أيضا من خلال السياق الاجتماعي الذي يتم فيه الاتصال أو التعرض للرسالة، فمثلا نحن نحب استماع الراديو ونحن وحيدون أو نشاهد التلفزيون مع العائلة. (مي العبد، 2006، ص 270).

ولخص أليهو كانزور ورفقائه افتراضات النظرية في:

- 1- المتلقي عنصر فعال فهو يستخدم وسائل الإعلام والاتصال كاستيعابه لاحتياجاته لتحقيق نوع من الرضا.
- 2- وسائل الإعلام والاتصال تتنافس مع مصادر أخرى لإرضاء الحاجات والتي تكون إما تقليدية كاللعب أو اللقاءات الاجتماعية، الزيارات، السهرات. (مي العبد، 2006، ص 270). أو حتى الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية. (مكاوي، السيد، 1998، ص 239).
- 3- الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه فيتعرضه لوسائل الإعلام والاتصال يختار منها ما يشبع حاجاته ورغباته.
- 4- استخدام الجمهور لمختلف وسائل الإعلام أظهرت المعايير والأنساق الثقافية السائدة في المجتمع ويحدد من خلالها الجمهور توجهاته نحو طبيعة المحتوى الذي يرغب فيه.
- 5- يختار المتلقي الوسيلة المناسبة التي تسد حاجاته ورغباته. (مي العبد، 1998، ص 281)

تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة:

اعتمدت دراستنا نظرية الاستخدامات والإشباع باعتبارها تخدم موضوعنا وملائمة له من حيث أن من خلال دراستنا لموضوع برامج العلاقات العامة الموجهة لفئة الاحتياجات الخاصة، يتبين لنا أن استخدام إدارة العلاقات العامة في الجامعة والنشاطات كلها تعمل على تفعيل فئة من الجمهور أو الطلبة المتمثلين في فئة ذوي الاحتياجات الخاصة فهم باعتبارهم جمهور فاعل ونشط يستخدم هاته الوسائل وينتقي منها بوعي ما يتوافق واحتياجاته وميولاته ورغباته والتي يتم استخدامها في سياق اجتماعي تعليمي اتصالي يتماشى مع ظروف هاته الفئة وإمكانات ومتطلبات جهاز العلاقات العامة بالجامعة، وهاته الفئة تؤكد لنا مع مدلول الاستخدام والإشباع المحقق الذي سبق وتحديثنا عنه في مفهوم النظرية والذي يقر بأن الجامعة تبث برامج العلاقات العامة ورسائل اتصالية لجمهور العلاقات العامة.

نقد النظرية (الموجه لنظرية الاستخدامات والإشباع):

من بين الانتقادات الموجهة لهاته النظرية نجد:

- 1- أن مفهوم النظرية كما يرى دينيس ماكويل يستخدم بمعنى الهدف أو النتيجة أو المطلوب أو التوقع هذا الاختلاف مفاده أن هناك خلط بين الهدف والنتيجة.
- 2- وكما يركز دينيس ماكويل على أن نتائج البحوث يمكن اتخاذها كذريعة لإنتاج محتويات هابطة تلي حاجات الجمهور في مجالات التسلية والترفيه.
- 3- وعن مفهوم النشاط الذي يوصف به المتلقون فهو غير محدد فهل هو للعمد أو المنفعة أو الانتقاد.
- 4- بدخول وظهور وسائل حديثة وجديدة إلى الواقع كالانترنت التي تتطلب مفاهيم جديدة لفهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها. (مكاوي، السيد، 2004، ص 239).

ب/ النظرية الوظيفية:

إن المدخل النظري أو النظرية هو الذي يحدد اتجاه البحث في مسار واحد معين، فمن خلاله نستلهم جوانب المشكلة المدروسة والمفاهيم المتعلقة بها، في دراستنا ارتأينا إلى المدخل الوظيفي تبعاً لطبيعة البحث والظاهرة محل الدراسة، ألا وهي الدور الذي تلعبه إدارة العلاقات العامة والبرامج التي تقدمها.

والنظرية عموماً هي: مجموعة من البيانات والمعلومات المرتبطة على مستوى عالي من التجريد والتي تولي الافتراضات التي يتم اختيارها بالمعايير العلمية وعلى أساسها يمكن أن توضع التنبؤات على السلوك. (عبد الله عبد الرحمان، 2005، ص 33). فالنظرية بناء منتظم تتدرج فيه الأفكار وتنتقل بدأً من المقدمات نهائي إلى النتائج.

والنظرية كما يعرفها روثنثال وبادين على أنها "تعتبر بمثابة نسق من المعرفة التعميمية وتفسير الجوانب المختلفة للواقع وأنها ترتبط بأشياء ومصطلحات أخرى، مع أنها تختلف عنها في بعض الجوانب، وإذا كانت كل نظرية أ نسق ما هي إلا في إطار فكري فهي بصفة عامة نسق معقد.

تعريف النظرية الوظيفية: هي من بين النظريات المهمة في علم الاجتماع يعود أصلها إلى مجموعة من المفكرين في علم الاجتماع التقليدي والمعاصر وخاصة في المجتمعات الغربية الرأسمالية أين نجد هذا الاتجاه تتبناه مختلف التكوينات الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية كبنية وظيفية وغالبا ما تشير الوظيفة إلى الإسهام الذي يقدمه الجزء للكل، فبالحديث عن المجتمع أو الثقافة فإن هذا الاتجاه يؤكد على ضرورة تكامل الأجزاء فيما بينها في إطار الكل أو ما يعرف بتساند الأجزاء. (غني عبد الناصر، 2011، ص 140).

- النظرية الوظيفية تركز على البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي من أجل الحفاظ على النظام العام واستمراره وتطوره. (مصطفى خلف، 2011، ص 45).

- يؤكد الاتجاه الوظيفي على ضرورة تكامل الأجزاء في إطار الكل ومفهوم الوظيفة يحلل وظيفيا بينهم في تفسير الاتجاهات وأنشطة المؤسسات في ضوء حاجات المجتمع التي سبق وفرضتها الحاجات في إطار عملية مستمرة منظمة ومتكاملة باعتبار المجتمع مجموعة من الأجزاء المترابطة والأنساق الفرعية. (شدوان، 2005، ص 62)

فقد بحث رواد النظرية من أبرزهم أوغست كونت، هربرت سبنسر، إميل دوركايم، ميرثون بارسونز عن الميكانيزمات التي يحل بها المجتمع مشكلات الحفاظ على ذاته في صورته الراهنة داخل محيطه، فالوظيفة تستخدم لتفسير الدور ونسق اجتماعي باعتباره جزء من النظام ككل مرتبط مع بقية النظم الأخرى.

تطور النظرية:

يعد تاركوت وبارسونز (1902-1979) من أهم من ساهم في تطور النظرية بناء على أعمال دوركايم وميرثون وماكس فيبر وغيرهم من علماء الاجتماع وينظر هيمن بارسونز أن المجتمع يعتبر شبكة من الآراء المترابطة وكل منها تعد جزء يساعد على المحافظة على النظام ككل.

والنظرية في تطورها ودراستها وتفسير الظواهر الاجتماعية من حيث أن لكل ظاهرة وظيفة تؤديها في المجتمع وأن لكل مؤسسة اجتماعية وظيفة، والفرد في تبنيه اتجاه معين أو سلوك يسلكه فإن السلوك أو الاتجاه يؤدي إلى وظيفة الفرد. (غني عبد الناصر، 2011، ص 160)

ويوضح القائمون على هذه النظرية وظائف الاتجاهات ويحاولون ربط الوظائف بالعوامل الأساسية لمكونة لهذه الاتجاهات ويهتمون بالتغيير أو التعديل في الاتجاهات التي تؤكد طبيعة المجتمع وواقعه وظروفه الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية وغيرها من المجالات الأخرى، وحتى يمكن أن تؤدي الغرض من دون أن يحدث نتائج

عكسية تؤدي إلى تفكك المجتمع وانهاره، وفي تحليل لهاته الوظائف الاجتماعية أثار تالكوت وبارسونر على اعتماد تحليل الوظائف لكل وظيفة على حدى. (غني عبد الناصر، 2011، ص 160)

مسلمات النظرية الوظيفية:

- 1- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم متكامل لنشاط هاته العناصر.
- 2- المجتمع يتجه نحو التوازن فعناصره تضمن استمرار ذلك، فلو حدث خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية تنشط لاستعادة التوازن.
- 3- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه لها دور في المحافظة على استقراره.
- 4- الأنشطة المتكررة التي يحددها المجتمع والتي يقوم بها ضرورة لاستمراره. فهي بذلك تقوم بتلبية حاجاته المستمرة.

وبتطبيق هاته المسلمات على وسائل الإعلام والاتصال نجد أن وسائل الإعلام والاتصال هي عبارة عن عناصر من الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلالها وظائف على تلبية حاجات المجتمع وتكون هناك علاقة اعتماد متبادل بين نشاطها والعناصر وباقي أنشطة العناصر الأخرى في المجتمع لضمان استقراره وتوازنه.

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

يجدر بالذكر أن للنظرية أهمية في دراسة العلاقات العامة فمن خلالها يتم اكتشاف الدور الفعال الذي تقوم به المؤسسة، ومع تعاضد أهمية العلاقات العامة في المؤسسات سواء الاقتصادية أو الخدمائية في وقتنا الراهن أضحى لها دور أساسي في المجتمع ككل وعليه يتم تفسيرها وظيفيا والذي يهتم بالظواهر الاجتماعية.

ووفقا للمنظور الوظيفي أيضا تشكل العلاقات العامة نسق فرعي من النسق التنظيمي الأكبر الذي يعمل من خلاله ويتبادل معه التأثير والتأثر ويؤدي أدواره بكفاءة عالية، يعمل في التعاون ودعم العلاقات مع الجمهور.

(شدوان علي شبيبة، 2012، ص 100)

وفي دراسة لتعرف على أهمية ودور إدارة العلاقات العامة ما تقدمه من نشاطات وبرامج وظيفية مصممة إلى الجمهور الداخلي، مستهدفين هنا فئة خاصة من الجمهور ألا وهم فئة الاحتياجات الخاصة كطلبة جامعيين في محاولة لكسب رفاه وتأييده وضع صورة حسنة عن الجامعة وإدارة العلاقات العامة تقوم هاته الأنشطة أو البرامج التعليمية والمناهج، وتوفر مختلف الوسائل الاتصالية والتكنولوجية.

وفي ضوء النظرية الوظيفية: يقدم سمير محمد حسين أهم وظائف وأنشطة العلاقات العامة: (شدوان علي شبيبة، 2012، ص 100)

- طبع كتابات ونشرات دورية وعقد ندوات والمؤتمرات والأفلام التسجيلية.

- استقبال الزوار وتنفيذ المعارض.
 - تخطيط وتنفيذ الإعلانات.
 - متابعة المنشورات في وسائل الإعلام عن المؤسسة وعرضه للإدارة وتحليلها.
 - دعم العاملين بالقيام بالبحوث الاجتماعية.
 - الاتصال بالعملاء وقديم لهم الخدمات والتسهيلات والبيانات حول مشاكلهم.
 - التعرف على شكاوي العاملين والقضاء عليها.
- من خلال هذه الأدوار تضمن إدارة العلاقات العامة عملي التوازن بين النسق الأكبر والأنساق الفرعية داخل المؤسسة.
- كما أن وظيفة فرد تحقيق التكيف في السلوك التنظيمي والعمل من أجل مصلحة المؤسسة "جمهور".
 - تعتبر العلاقات العامة نسق فرعي (الجامعة) والنسق العام (المجتمع) وكذلك يقع على عاتقها تحقيق التوازن والاستقرار وتحقيق أهداف كل من النسقين الجامعة والمجتمع.

تقييم النظرية:

- إن التعليل الوظيفي يعد أداة مهمة في دراسة المجتمع ككل، وتوضيح عناصره البنائية ووظائف كل منها كما يهتم بتحليل الوحدات والأنساق الاجتماعية الكبرى للحياة الاجتماعية خاصة تلك التي لها تعبير كبير عن أنماط السلوك الاجتماعي والتنظيمي.
- وبالرغم من كون النظرية كانت لها قيمة كبيرة في الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي إلا أنها تعرضت للنقد من حيث أنها تركز على الوحدات الاجتماعية الكبرى ودراستها.
- الوظيفية لها صعوبة في التعامل مع الأحداث التاريخية وعمليات التغيير الاجتماعي.
- تركز على مسألة الاتفاق حول القيم، إذ يؤكد معظم روادها على وجود اتفاق عام بين أعضاء المجتمع حول القيم والمعتقدات، لكنهم غالبا ما يمثلون للقواعد الأساسية في المجتمع حتى يتسنى لهم إشباع حاجاتهم الضرورية اليومية. (أحمد بدر، 1998، ص 27).
- إن هذه الانتقادات المقدمة وغيرها لم تنقص من الدور الذي أدته النظرية الوظيفية في إنشاء نظرية سيولوجية قائمة بذاتها تساهم بشكل فعلي في دراسة القضايا والمشاكل الاجتماعية والظواهر الخاصة بالمجتمع الحديث والتي ظهرت خلال العقدين 19 و20م.

ومنه نؤكد بأن النظرية الوظيفية في علم الاجتماع ساهمت في إثراء العديد من البحوث النظرية في مختلف التخصصات والمجالات. هاته الأخيرة أعطت مختلف الأطر التصويرية التي ساعدت في توجيه مختلف الدراسات التجريبية إلى غاية وقتنا هذا.

وكخلاصة لإسهاماتها نقول بأن النظرية أصبحت مرجعية للعديد من التخصصات في مختلف فروع علم الاجتماع وغيرها من العلوم الاجتماعية الأخرى ونخص بالذكر علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة التي أخذت من هذا المنظور والدليل على ذلك دراستنا لهذا البحث واعتمدنا على مسلمات هاته النظرية. (حسان مُجَد الحسن، 2005، ص 109).

الفصل الثاني

الجانب النظري للدراسة

تمهيد

I-العلاقات العامة والجامعة

1-تعريف العلاقات العامة

2-مهام ووظائف العلاقات العامة

3- أهداف العلاقات العامة

4- جمهور العلاقات العامة

5-التخطيط في العلاقات العامة

6-أنواع برامج العلاقات العامة

7-وسائل الاتصال في العلاقات العامة

8-الصعوبات التي تواجه مؤسسات التعليم العالي:

II-العلاقات العامة وذوي الاحتياجات الخاصة

1-تصنيفات ذوي الاحتياجات الخاصة

2-مشكلات ذوي الاحتياجات الخاصة

3-برامج لذوي الاحتياجات الخاصة

4-الوسائل التكنولوجية التعليمية المستحدثة للمعاقين بصريا

خلاصة

تمهيد:

يعتبر الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في المؤسسة دورا جوهريا وهاما لا يمكن الاستغناء عنه فهي تمثل حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها فمن خلال برامجها ونشاطاتها المتنوعة تصل إلى كل فئات المجتمع المختلفة لتحقيق التوازن والتكيف مع واقعنا الراهن.

I-العلاقات العامة والجامعة

1-تعريف العلاقات العامة:

يمكننا تصور مفهوم العلاقات العامة من واقع التعريفات الكثيرة التي قدمها الباحثون المتخصصون في مجال العلاقات العامة وكذلك الجهات والمنظمات المعنية بذلك، كالتالية:

-تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها: نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أية منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام. (جميل أحمد خضر، 1998، ص 23)

-تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني:

عرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها: "الجهود الإدارية المرسومة المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين المنشأة وجمهورها". (محمود الجوهري، 1971، ص 18)

-تعريف الشرعية المهنية لمستشاري العلاقات العامة:

"هي الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين أعضائه، وبينه وبين مختلف قطاعات الرأي العام". (مُجَّد مُجَّد البادي، 1975، ص 39)

كما يمكن تعريف العلاقات العامة بتعريف كل من:

أما جريز ويلد، فيعرف العلاقات العامة بأنها: "الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقوم الاتجاهات، وتحديد سياسات المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه".

أما التعريفات العربية التي تحاول تحديد مفهوم العلاقات العامة هي:

عرف الدكتور محمود الجوهري العلاقات العامة بأنها "فن معاملة الجمهور وكسب رضائه أو الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجمهور وتحقيق المصلحة العامة".

وعرف مُجَّد فريد الصحن العلاقات العامة بأنها: "النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها سواء داخلياً أو خارجياً من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية". (مُجَّد فريد الصحن، 1988، ص 22)

2-مهام ووظائف العلاقات العامة:

تقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعات بشكل عام بالمهام أو الوظائف الرئيسية التالية:

- 1- العمل على تنسيق العلاقات بين الإدارات المختلفة في الجامعة، أكاديمية وإدارية، لتحقيق الانسجام والتكامل لأن العلاقات العامة تبدأ من داخل الجامعة.
- 2- توثيق صلات وعلاقات أفراد أسرة الجامعة بين أكاديميين وإداريين وطلبة بالمجتمع في الداخل والخارج للإفادة منها في شتى المجالات التي تحتاجها الجامعة، وللانتشار بين مختلف شرائح المجتمع لنسج العلاقات معها.
- 3- شرح سياسة الجامعة وفلسفتها وأهدافها وخطة عملها وأنشطتها للمجتمع المحلي والخارجي، وتعميم أي تطوير أو تعديل، والتأكد من أن ما ينشر صحيح من جميع الوجوه.
- 4- تزويد رئاسة الجامعة بالبيانات والمعلومات والتطورات التي تحدث في الرأي العام نحو الجامعة بصدق، وبأثر خططها وسياساتها دون تقليل أو تضخيم.
- 5- تنظيم زيارات متبادلة مع المؤسسات العلمية والثقافية والمهنية الإعلامية والجهات المعنية في سفارات الدول في البلاد وتزويدها بالنشرات التعريفية والثقافية التي تصدرها الجامعة.
- 6- تنظيم زيارات لفعاليات المجتمع المحلي سواء اقتصادية أم تعليمية أم صناعية للإطلاع على الإمكانيات والأنشطة المختلفة التي توفرها الجامعة.
- 7- التعاون مع الجهات المعنية في الجامعة (عمادة شؤون الطلبة ودائرة القبول والتسجيل) لتذليل أية صعوبات وإزالة العقبات التي قد تعترض الطلبة.
- 8- الدعوة إلى المؤتمرات الصحفية والإشراف على تنظيمها وكذلك أية استطلاعات أو وسائل إعلامية عن الجامعة.
- 9- المشاركة في الإشراف على إعداد النشرات والكتيبات والأفلام التي تصدر عن الجامعة وتوزيعها.
- 10- توزيع بطاقات الدعوة في المناسبات.
- 11- تنظيم استقبال وإقامة برامج زيارة ضيوف الجامعة.
- 12- المشاركة في الإشراف على مكتب الخريجين والقيام بالمهام اللاحقة.
- 13- التنسيق مع الدوائر المختصة لتوفير احتياجات أنشطة مختلف الجهات في الجامعة.
- 14- إعداد تقارير صحفية عن منجزات الجامعة سواء في إقرار برامج جديدة أو استحداث أقسام أو مختبرات أو مشاركة الجامعة في لقاءات أو مؤتمرات دولية.
- 15- إعداد ردود على ما قد ينشر من قضايا صحفية تتعلق بالجامعة.

16- التنسيق مع وسائل الإعلام من إذاعة وتلفزيون ووكالة أنباء وصحف في مجال التغطية الإعلامية للفعاليات التي تشهدها الجامعة حيث تسهم الشعبة في إعداد التقارير والأخبار الصحفية حول هذه الفعاليات لتعكس صورة إيجابية عن الجامعة. (علي يحيى بدر الحديد، 2010، ص 33-34)

3- أهداف العلاقات العامة:

تمارس معظم المنظمات أعمال العلاقات العامة سواء توافرت لديها إدارة او قسم للعلاقات العامة أو لم تتوفر، أو سواء أعدت برنامجا للعلاقات العامة أم لم تعده، أو حتى في حياتنا الشخصية يعمل الفرد على تحسين علاقته مع الآخرين، وتعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الأهداف يمكن تلخيصها كالآتي:

1- تهدف العلاقات العامة إلى تحقيق التوافق والانسجام بين المنظمات والجمهور سواء كان هذا الجمهور خارجيا أو جمهورا داخليا والتوافق هنا له جانبين، توافق المنظمات مع جماهيرها وتوافق الجماهير مع المنظمة، ولذلك فهي لا تقتصر برامجها على نشر الحقائق والمعلومات المتصلة بالمنظمة وسياستها وخططها وبرامجها او ما تنتجه من سلع أو ما تقدمه من خدمات إلى الجماهير، ولكنها أيضا تهتم بنقل أفكار الجماهير واتجاهاتها نحو القائمين على إدارتها حتى يتمكنوا من تعديل سياسة المنظمة وخططها بما يتناسب مع ما تتوقعه الجماهير من هذه المنظمة.

2- تهدف العلاقات العامة إلى زيادة فرص التفاهم المتبادل بين الجماهير لأن برامج العلاقات العامة تؤدي دورا كبيرا في التوفيق بين الميول المتباينة للأفراد والجماعات.

3- تهدف إلى تحسين العلاقات الاجتماعية بين الجماهير العاملين بالمنظمة وتحسين ظروف العمل والاهتمام بالعمال.

4- تهدف إلى تعديل الاتجاهات السلبية في المجتمع وتحويلها إلى اتجاهات ايجابية.

5- تهدف العلاقات العامة إلى تدريب الجماهير على المشاركة في المسؤوليات الاجتماعية لهذه المنظمة تحمل المسؤولية في رسم السياسة العامة للمنظمة. (البدوي هناء حافظ، 2001، ص 47)

4- جمهور العلاقات العامة:

وجمهور العلاقات يتكون مما يلي:

أ. الجمهور الداخلي:

1. جمهور الطلبة:

ويعتبر جمهور الطلبة من أهم الجماهير التي يجب على العلاقات العامة أن تهتم بها فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع الفئات في المجتمع فمنهم من يأتي من الريف ومنهم

من يأتي من المدينة، وهؤلاء الطلبة يمثلون الهدف الرئيس لنشاط العلاقات العامة من خلال العناية بهم والتعرف على مشاكلهم، وإيجاد الحلول لها وكذلك مساعدتهم من خلال تهيئة الأجواء المناسبة للدراسة.

2. أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية:

يعتبر عمداء الكلية وأعضاء الهيئة التدريسية والإدارية جمهوراً مهماً بالنسبة للعلاقات العامة من خلال ما يمثله كفريق متكامل لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة، كما أن عضو هيئة التدريس يلعب دوراً مهماً في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمي الذي يبذله، والنصائح التي يقدمها لطلابه والبحوث التي يقدمها لطلابه، والبحوث التي ينجزها للجامعة، إضافة إلى أن العاملين على مختلف المستويات الإدارية يساهمون في تكوين هذه الصورة عن طريق المعاملة الطيبة التي تتسم بروح الود والصدقة. (علي يحيى بدر الحديد، 2010، ص 31)

ب. الجمهور الخارجي:

1. مؤسسات المجتمع المدني:

من الضروري أن تتضمن برامج العلاقات العامة اهتماماً خاصاً بال جماهير الخارجية التي ينبغي الاتصال بها والتأثير فيها لكسبها في صف الجامعة، فهي المكون الأساسي لعمل الجامعة والهدف الأسمى لها.

2. الخريجون:

إن وضع الخريجين كجمهور من جماهير الجامعة هو ضمان ولائهم بالشعور بالانتماء للكلية أو الجامعة التي تخرج منها لما له من دور فعال في زيادة الدعم والتأييد للجامعة.

3. المؤسسات المهنية والهيئات الحكومية والشركات الخاصة:

تتم كل مؤسسة مهنية أو هيئة حكومية أو شركة خاصة بالتطور الذي يحصل في الجامعة في مجال تخصصها، من حيث أعداد الخريجين ومستواهم العلمي ومن حيث مستويات البحوث ونتائجها وتوصياتها، وذلك للتطبيق المباشر لها فيصبح بالإمكان التعاون بين الجامعة وتلك المؤسسات، على أساس المنفعة المتبادلة ولا سيما المنفعة المادية والمعنوية للجامعة.

ويتميز جمهور الجامعات عن جمهور وسائل الاتصال الجماهيري (Mass Communication)، بأنه يمكن تحديد فئاته والاتصال به بسهولة، على العكس من جمهور الاتصال الجماهيري الذي يتألف من أعداد كبيرة ومتنوعة وفئات غير متجانسة تنتمي إلى طبقات متعددة وأماكن متفرقة. (علي يحيى بدر الحديد، 2010، ص 32)

5-التخطيط في العلاقات العامة:

يعتبر التخطيط في العلاقات العامة بمثابة حجر الأساس للقيام بأنشطتها المختلفة داخل أي منشأة ويقصد به الاختيار الأمثل للموارد والطاقات المتاحة لتحقيق أهداف معينة في فترة زمنية محددة، ومن هذا يتبين أن المتغيرات الأساسية، التي تحكم عملية التخطيط هي الأهداف المطلوب تحقيقها، والموارد والإمكانات والوقت المحدد للتنفيذ.

تعريف التخطيط:

التخطيط للعلاقات العامة بصورة عامة هو عملية ذهنية وقدرات فكرية تستند على الخبرات العلمية والعملية وتتعامل مع الحقائق بهدف التنبؤ بالاحتياجات والطلبات وحجم العمليات لفترات زمنية قد تكون طويلة أو قصيرة المدى. (مُجد منير حجاب، 2007، ص 221)

مراحل التخطيط للعلاقات العامة:

إذا كانت خطط العلاقات العامة تختلف باختلاف المؤسسات وتتنوع بتنوع السياسات وتناسب مع ما يرصد لها من اعتمادات مالية، فإنه يمكن القول بأنها تشترك جميعاً من حيث المنهج العلمي والخطوات المنتظمة في تسلسل واقعي يهدف إلى تحقيق أغراض المؤسسة وهذه هي أهم خطوات رسم الخطط سواء كانت علاجية أو وقائية.

ويمكن تحديد هذه المراحل كالتالي: مرحلة الإعداد، مرحلة إقرار الخطة، مرحلة التنفيذ، المتابعة والتقييم. (مُجد بهجت جاد الله كشك، 1999، ص 193)

أولاً: مرحلة الإعداد:

وتتضمن هذه المرحلة ما يلي:

أ-مرحلة تحديد الأهداف:

يبدأ التخطيط بتحديد الأهداف البعيدة والوسطى والقريبة وهي تتداخل وتنسجم لتحقيق الغايات المنشودة ولا بد أن تكون هذه الأهداف واقعية وصریحة واضحة، كما أنه ينبغي كتابتها بدقة لكي يعرفها الجميع فتتوجه أعمالهم نحو تحقيقها، وقد تكون هذه الأهداف متصلة ببيع سلع أو زيادة إنتاج أو معادلة في قضية عامة أو كسب الثقة والاحترام، وفي هذه الأحوال وغيرها يسترشد أخصائي العلاقات العامة بغايات المؤسسة وفلسفتها التي شارك في وضعها، ثم يقوم بعد ذلك برسم الخطط ذات الأهداف التي تحقق تلك المبادئ العامة للمؤسسة،

ومن ثم فإن أخصائي العلاقات العامة عليه القيام بدراسة كافة الظروف المحيطة بالمؤسسة والتأكد من توافر السمعة الطيبة والثقة والاحترام بين مختلف الجماهير تجاه المؤسسة. (حسين عبد الحميد رشوان، 2003، ص 203)

ب- تحديد الإمكانيات التي تعتمد عليها الخطة:

وهذا يعني أن أية خطة تحتاج إلى إمكانيات وموارد لإنجازها وهذه الموارد منها؛ المالية، والإمكانات البشرية، وهذا يتطلب حصر هذه الموارد عن طريق الاعتماد على المعلومات والبيانات الدقيقة على أن يتضمن ذلك تحديد الجهاز البشري الذي يستطلع بتنفيذ الخطة.

إذ أن أية خطة مهما كانت جيدة، قد تصبح عديمة الجدوى إذا لم يتوفر العنصر البشري الذي سيقوم بتنفيذها.

ج- اختيار الخطة المناسبة:

بمعنى تحديد الخطط المختلفة لتحقيق الأهداف الموضوعية في إطار الإمكانيات المتاحة، بحيث تتضمن كل خطة من هذه الخطط السياسات والإجراءات والبرامج أو الأنشطة الخاصة بها. والخطة هنا تعني الطريقة المثلى لتحقيق هدف معين، وهي تتضمن القرارات المتعلقة بتحقيق هذا الهدف وطريقة التنفيذ ومراحله الزمنية.

ثانيا: مرحلة إقرار الخطة:

غالبا ما يتم إعداد الخطة عن طريق لجنة أو هيئة أو جهاز تخطيطي معين، إلا أن هذه الخطة بما تتضمن من أهداف ومشروعات وسياسات وميزانية لا تصبح بالصيغة الرسمية، ولا تحمل صفة الإلزام إلا بعد التصديق عليها من السلطات المختصة لذلك فخطة الدولة لا بد من إقرارها من مجلس الشعب وخطة مؤسسة تجارية أو منشأة صناعية لا بد من إقرارها من السلطة التي تختص بذلك سواء عن طريق مجلس الإدارة أو الرئيس الأعلى وفقا لما تحدده اللائحة الخاصة بالمنشأة أو القوانين المنظمة لذلك.

ثالثا: مرحلة تنفيذ الخطة:

بعد إقرار الخطة تتخذ الإجراءات لوضعها موضع التنفيذ، حيث يقوم جهاز التخطيط بالاشتراك مع جهاز التنفيذ بإعداد الصورة الرقمية التفصيلية على جميع المستويات، وتوصل هذه الصورة إلى كل عامل حتى تكون مسؤولية كل فرد في تنفيذ الخطة واضحة تماما، وفي هذه المرحلة تتم عملية الاتصال بين المنشأة أو المؤسسة والجماهير المرتبطة بها. (مُجَّد بيجت كشك، 1984، ص 197)

رابعاً: مرحلة متابعة الخطة وتقييمها:

لهذه المرحلة أهمية بالغة لأنها تساعد على إعطاء أدلة قاطعة على ما أمكن تحقيقه من أهداف بمعنى أن المتابعة والتقييم يدرسان آثار البرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة، كما أنهما يحلان النتائج التي حققت ويعرف التقييم بأنه ملاحظة التغيرات الناشئة عن التدخل من خلال البرنامج أو الخطة. (سمير حسن منصور، 2005، ص.ص 260-261)

-معوقات تخطيط برامج العلاقات العامة:

تعدد أنواع الصعوبات التي تعترض التخطيط لبرامج العلاقات العامة، منها ما هو مرتبط بالجمهور المتعامل أو المستفيد من الخدمة والموجه إليهم البرامج أو يتصل بالخبرة المهنية التي يجب توفرها لدى خبراء ومتخصصين العلاقات العامة، أو قد ترجع إلى الوسائل والأساليب المستعملة في العلاقات العامة ومن أهم هذه الصعوبات أو المعوقات ما يلي:

***- الأفكار الخاطئة حول العلاقات العامة:**

قد يضمن الجمهور أن العلاقات العامة هي عمليات تستهدف الإعلان والدعاية لكسب الجماهير بأية وسيلة ممكنة، في حين أنها كما سبق الإشارة إليه تتجاوز الكسب العاجل إلى تأييد وثقة الجماهير وتدعيمها في المؤسسة وتوفير مناخ من الفهم المتبادل الذي يعكس أثارا مزدوجا في المؤسسة والجماهير، وبسبب سوء فهم العلاقات العامة فإنه من الصعوبة أن تقوم برامجها استنادا على أسس غير علمية بعيدة عن الهدف الأصلي.

***- التغير المستمر في العناصر الثقافية:**

تتعامل العلاقات العامة مع أنواع عديدة من الجماهير، سواء جمهور العاملين والموظفين (الجمهور الداخلي) أو جمهور المستفيدين والمساهمين (الجمهور الخارجي)، وتعمل المؤسسة على دراسة اتجاهات هذه الجماهير. (عبد الحبيبي محمود صالح وآخرون، 2004، ص 250)

إلا أن هذه الاتجاهات تتعرض لتغير مستمر بسبب التقدم العلمي والتكنولوجي واستحداث وسائل الاتصال السريع، مما يترتب عليه تغير متراكم وسريع في المكونات المادية والثقافية، وهذه التغيرات المتلاحقة تصعب من عملية التنبؤ مما يصعب من إمكانية رسم الخطط بعيدة المدى أو حتى متوسطة المدى في برامج العلاقات العامة. (مُجَّد عبد الفتاح مُجَّد، 1994، ص 152)

*- صعوبة تقييم أثر وسائل الاتصال المختلفة:

تستخدم العلاقات العامة وسائل يتم من خلالها الاتصال بالجمهور، وتتفاوت آثار هذه الوسائل بحسب درجة التأثير الذي تحدثه في الناس، كما يصعب تقدير مدى فاعلية هذه الوسائل، حيث لا يمكن أن يتم ذلك إلا في إطار بحوث علمية مستفيضة متلاحقة في تقويم أثر وسائل الاتصال المختلفة على الجمهور، مما يضيف أعباء جديدة على خبراء العلاقات العامة وكيفية التغلب عليها ويصعب من القيام بالتخطيط المناسب.

*- عدم توفر الخبرة المهنية:

قد يكون عامل توفر الخبرة المهنية ذو أثر كبير في نجاح أو فشل الخطة المحددة للعلاقات العامة فعمليات الدراسة العلمية والتخطيط والتنفيذ تخاطب أعداد كبيرة من الجمهور وتتطلب مهارة وتخصصاً في فهم سيكولوجية الجمهور وكيفية التأثير فيها، ونقص هذه الخبرة يقلل من فاعلية البرامج ويصعب عمليات التخطيط. (مُجد عبد الفتاح مُجد: 1994، ص 153)

ونتيجة لنقص الخبرة المهنية لبعض الخبراء، قد يقعون في خطأ النظر إلى العلاقات العامة على أنها عملية قصيرة المدى، لهذا نراهم يفضلون البرامج العلاجية بدلا من البرامج الوقائية التي عمادها التخطيط.

6-أنواع برامج العلاقات العامة:

تختلف برامج العلاقات العامة في حجمها تبعاً للمشكلات التي توضع من أجلها وحسب الغرض أو الهدف التي تسعى لتحقيقه وفقاً للجمهور الذي تتوجه إليه وبشكل عام يقسم خبراء العلاقات العامة البرامج إلى عدة أنواع.

حيث يقسم الخبراء البرامج إلى ثلاثة أقسام وهي:

بحسب حجم البرنامج وتعقيده:

- البرنامج الصغير البسيط محدود التأثير.

- البرنامج الكبير المركب متعدد الاتجاهات والتأثير.

بحسب الموقف الذي تتعرض له المؤسسة فنجد:

- برامج هجومية.

- برامج دفاعية.

ويقسمها آخرون بناءً على التخطيط الذي سبقها إلى قسمين:

أ- برامج الطوارئ والأزمات العلاجية وتعتمد على التخطيط العاجل المؤقت.

ب- البرامج طويلة المدى الوقائية وتعتمد على التخطيط بعيد المدى القائم على الدراسات والبحوث.

وقسمت أيضا برامج العلاقات العامة بمنظور آخر هو وجود نوعين من البرامج وهي البرامج العلاجية والوقائية وفي ما يلي شرح لكل نوع:

1- بحسب حجم البرنامج وتعقيده فنجد:

أ- البرامج بسيطة ومحدودة التأثير: وهي التي لا تتعدى أهدافها سوى قدر محدود من المحافظة على علاقة ما أو إقامة علاقة ما مثل: دعوة ضيف أو شخصية معينة وأن يكون حسن المعاملة والضيافة.

ب- البرامج الكبيرة ومتعددة الاتجاهات والتأثير: تستخدم إمكانيات كبيرة بما يتناسب مع المواقف والمتطلبات قد يستعان بمستشار علاقات عامة.

إذا كان يستوجب استخدام أكثر من وسيلة إعلامية بما يتناسب مع أهداف المؤسسة يشترك فيها عدد كبير من أخصائي العلاقات العامة.

2- بحسب الموقف الذي تتعرض له المؤسسة فنجد:

أ- البرامج الهجومية: تمنع من وقوع ضرر معين وتدرك الأخطاء قبل وقوعها وذلك عن طريق كشف وفضح نوايا من يريد الإضرار بالمؤسسة. هذا النوع من البرامج غير مستحب في العادة وإنما لضرورة أحكام.

ب- البرامج الدفاعية: وهي برامج تحتاج إلى الحرص والحيلة من قبل العلاقات العامة في المادة التي تستخدمها في الدفاع عن المؤسسة لأنها عادة ما تكون في مواجهة حملة هجومية من مصدر ما معادي وهذه البرامج يجب أن تعمل على:

- إزالة الآثار التي تنتج عن الحملة الهجومية (إشاعات، دعايات) على المؤسسة وذلك عن طريق كشف الأكاذيب وعرض الحقائق المجردة.

- إبراز الجوانب المؤيدة لوجهة نظر للمؤسسة.

يمكن أن يتضمن البرنامج الدفاعي جزءا من الإشاعة أو الدعاية وتنفيذها بدقة وإتقان بحيث لا يكون هناك مجالاً لتفكير بإعادة الهجوم على المؤسسة مرة أخرى.

حيث نجد أكثر المؤسسات عرضة للهجوم المعادي هي المؤسسات التي تقوم على توفير الخدمات المختلفة للمجتمع أو تلك المؤسسة التي تعتمد في عملها وتسويقها على السمعة الطيبة (جمعة أبو العينين، د.س، ص 24).

3- ويقسمها آخرون بناء على التخطيط الذي يسبقها إلى قسمين:

أ- البرامج الوقائية: وهي برامج مبنية على دراسات مستقصية وبحوث رشيدة تستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات ودية بين المؤسسة وجمهورها المختلف وذلك عن طريق العمل الدائم لإزالة كل ما يؤدي إلى سوء الفهم أو التعارض في المصالح وهذا النوع من البرامج يستهدف تجنب الأخطاء قبل حدوثها ووقوعها ودراسة مواقف الجماهير إزاء المؤسسة باستمرار ورصد أسباب الأزمات واكتشاف أعراضها قبل حدوثها وبذلك يمكن تخفيفها والوقاية منها .

وهي أيضا تعتمد على برامج طويلة المدى (زهية ادخينية، 2014، ص 232).

تهدف لتحقيق الفهم المشترك والمشاركة في المسؤوليات الاجتماعية والمحافظة على العلاقات الودية والعمل على القضاء على مصادر سوء الفهم أو الإشاعات المعرضة.

حيث يجب في هذا النوع من البرامج مراعاة أمرين مهمين عند البدء بالتخطيط لها ووضع أهدافها وهو ما

يلي:

1- توعية الجماهير بأهداف التخطيط والإحاطة بمستويات ومواقف الجماهير المختلفة.

2- تدريب وتأهيل القائمين على تنفيذ وتخليتهم الأساليب المنوي إتباعها.

تحرص المنظمات الكبيرة عادة على إتباع هذا النوع من البرامج من منطق الوقاية خير من العلاج فهي بهذا تتجنب الوقوع في مشاكل هي في غنى عنها. طالما أنها قادرة على منعها (بشير العلق، 2009، ص 48).

ب - البرامج العلاجية: هي تلك البرامج التي تستخدم عندما يحتاج الأمر إلى بذل مجهود محدد لمواجهة أزمة طارئة تعمل المنشأة أو المنظمة بكل الوسائل لتفادي تأزم الموقف أكثر مما وصل إليه حتى لا تتطور الأمور إلى كارثة أو ما يشبه الكارثة. يتسم هذا النوع من البرامج بالحالية والمواجهة السريعة للمشاكل والأزمات التي تظهر فجأة في علاقة المؤسسة بجمهور معين من جماهيرها الداخلية والخارجية كما أنها تتسم بقصر الأجل لارتباطها بمعالجة مشكلة أو أزمة التي دعت لها.

ومن الملاحظ أن عدد البرامج العلاجية كان كثيرا جدا في الماضي ولعل ذلك كان راجعا إلى أن المؤسسات الصناعية كانت لا تتصل بخبراء العلاقات العامة إلا إذا حدثت مشكلة أو أزمة مفاجئة بينها وبين عمالها أو مستهلكيها ومع ذلك فإن الوضع قد تغير لاسيما فيما يخص المؤسسات الكبرى أن أصبح تركيزها على البرامج الوقائية أمرا حيويا تفرضه طبيعة عملها في المجتمع.

ومن أهداف البرامج العلاجية نجد:

- الحفاظ على ثقة الجمهور بالمؤسسة.

- أبرز المشاكل والكوارث على أنها أشياء طارئة واستثنائية في حياة المؤسسة وليس شيئاً أصلياً لديها.
- تسعى هذه البرامج إلى الحفاظ على الوضع القائم ومنعه من التدهور والتفاقم.

7- وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

إن لوسائل الاتصال في العلاقات العامة أهمية بالغة فمن خلالها يمرر رجل العلاقات العامة رسائله إلى الجمهور لمعرفة الأثر الذي تحدثه له بعد تلقيه الرسالة وتقسيم الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة إلى الأنواع الآتية:

1- الوسائل المباشرة: الوسائل المباشرة للاتصال تكون أكثر فعالية وتأثير في الجماهير لأن الاتصال وجها لوجه يمكن المرسل من تبليغ رسالته على أحسن وجه وتأخذ هذه الوسائل المباشرة الأشكال التالية: (مُجَّد الجوهر، 2000، ص 67-68)

-تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة: فتنظيم الحفلات يدخل في اختصاص العلاقات العامة، ويمثل نوع الاتصال المباشر مع الجماهير سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المؤسسة أو الجمهور المتعامل معها، أو عملاء المؤسسة.

-الزيارات: تعتبر الزيارات من المجالات العامة التي تعمل فيها العلاقات العامة، حيث أن تنظيم زيارات للجمهور لمواقع المؤسسة تؤدي إلى لفت انتباه الجمهور وتشجيعه على احترام المؤسسة والإقبال على التعامل معها.

-المشاركة في الحياة العامة: وهذا بانتهاز المناسبات العامة والفرص المناسبة التي يشترك فيها عدد كبير من الجهود مثل الاحتفالات الرسمية بالأعياد الدينية أو الوطنية، حيث تساهم بعمل معين كتقديم هدايا أو باقات ورد، وحتى في حالة الوفيات تقوم العلاقات العامة بتقديم العزاء، أي المشاركة في السراء والضراء وإبراز المشاعر الطيبة مما يساعد على إقامة علاقات جيدة مع الآخرين.

-مخاطبة الجمهور: إن مخاطبة الجمهور من وسائل الاتصال المباشر والتي تعني إجراء حوار مفتوح مع الجمهور، أو دعوة مجموعة من الجمهور والتحدث إليهم ويتم توضيح الحقائق والوقائع الصحيحة، وفي ذلك تدعيم لموقف المؤسسة وتقييمها لصلتها بجمهورها.

-الاجتماعات: وهي عمل من أعمال العلاقات العامة يتم التحضير لها بشكل دقيق، وتعتبر من بين أكثر الوسائل تبليغا للرسائل فهنا يتم لقاء أفراد المؤسسة وجها لوجه لحل مشاكل الأقسام أو مناقشة سياسة المؤسسة. (مُجَّد منير حجاب، وسحر وهي، 2002، ص 15)

2-الوسائل المقروءة والمكتوبة: وتمثل الوسائل المقروءة والمكتوبة فيما يلي:

- الجرائد اليومية: والتي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة في نقل الأخبار إلى جمهور المتعاملين معها من مختلف المستويات والأنواع، ويجب مراعاة الدقة في الإعداد، والإيجاز في النشر لتحقيق الإقناع وجذب الجماهير لخلق الرغبة لديهم في التعاون وإقامة الثقة.

- المجلات: وهي الوسائل التي توزع وتظهر في التوزيع الإعلامي كل فترة معينة، أسبوع أو أسبوعين أو أكثر. وتختلف عن الجرائد اليومية في أنها قد تكون ذات تخصص معين أولها جمهور من القراء يختلف من مجلة لأخرى، ويعتبر اختيار المجلة المناسبة لموضوع العلاقات العامة الذي نريد نشره من أهم النقاط في استخدام هذه الوسيلة لان كل مجلة لها جمهورها بالإضافة إلى الموعد الذي تصدر فيه وارتباط كل من هذين العنصرين بجمهور المؤسسة والتوقيت المناسب لعرض الفكرة المراد توصيلها إلى الجمهور.

- مطبوعات المؤسسة: حيث تعتمد المؤسسات على إصدار مطبوعات خاصة بها يقوم بإعدادها أخصائيو العلاقات العامة وتتخذ شكل دوريات، نشرات، كتيبات، مطبوعة، مجلة المؤسسة. (مُجد حجاب منير، 2001، ص 501)

3- الوسائل المسموعة: ومن بين هذه الوسائل ما يلي:

- الإذاعة: تعتبر الإذاعة وسيلة اتصال مهمة لأنها تتميز بالحيوية لأنها تتطلب من المستمع الاستماع فقط وهي سريعة التأثير ويمكن الاستفادة منها بإذاعة الأخبار والمعلومات المهمة.

- الهاتف: لقد أصبح الهاتف ضرورة هامة في إتمام الإيضاحات ولا يمكن لأي مؤسسة مهما كان نشاطها الاستغناء عنه، لأنه سهل تبادل الآراء وإزالة سوء التفاهم في وقت قصير وبتكاليف اقل ويقول الأستاذ "عادل حسن" إن أي خطأ في استعمال الهاتف يترك أثراً عميقاً في نفسية المتكلم معه ولذلك يجب تطبيق آداب معينة عند استخدامه.

4- الوسائل المرئية: وتشمل الوسائل المرئية الوسائل التي تحتوي الصوت والصورة معا وتمثل في:

- التلفزيون: ويعتبر أوسع الوسائل انتشاراً، ويمكن استغلاله لتمرير الرسائل الإعلامية ويحتاج إلى تكلفة كبيرة أي ميزانية مؤسسات ضخمة.

- السينما: تعتبر من الوسائل المرئية يمكن للعلاقات العامة الاستفادة منها لتمرير الرسالة الإعلامية في شكل أفلام سينمائية وهي تحتاج إلى تكلفة باهظة ونفقات طائلة. (حسين علي، 2000، ص 268)

8-الصعوبات التي تواجه مؤسسات التعليم العالي:

- تعد الجماعة إحدى مؤسسات التعليم والتنشئة في المجتمعات، غير أنها تعيش بعض التحديات والإشكاليات التي تقلل من دورها ومن مكانتها من بين المؤسسات ومن بين هذه الصعوبات ما يلي:
1. الحرية الأكاديمية التي تتمتع به الجامعات تواجه خطر تدخل من جهات تحاول التحكم ومحجب الاستقلالية.
 2. الميزانيات المعتمدة لا تكاد تواكب مع تطلعات الجامعات في التطوير.
 3. الأنظمة والقوانين في التعليم العالي تجعل إدارة الجامعة مكلفة وصعبة.
 4. صعوبة إيجاد مقاعد للخريجين يجعل المجتمع يضع الجامعات في دور المتهم.
 5. زيادة الطلب على التعليم الجامعي مما أدى إلى زيادة أعداد الطلاب.
 6. الاستخدام غير الفاعل للموارد المتاحة.
 7. المنافسة القوية بين مؤسسات التعليم الجامعي سواء داخل المجتمع الواحد أم خارجه.
 8. ضعف العلاقة بين الأستاذ والطالب داخل قاعات الدراسة أو خارجها.
 9. اختلال التوازن بين النمو الكمي لأعداد الطلاب الملتحقين بالجامعة وبين نوعية وجودة التعليم العالي.
 10. التبعية العلمية للجامعات الأجنبية، فبعض الجامعات العربية تعد امتدادا للتقاليد الجامعية الأوروبية والأمريكية.
 11. اختزال وظائف الجامعة في وظيفة واحدة وهي وظيفة التدريس دون الوضع في الاعتبار الوظائف الأخرى التي يمكن أن تهم في تأصيل مبدأ الوسطية لدى الطلاب.
 12. قلة الفعاليات بسبب ارتفاع نسبة الطلاب لكل عضو من أعضاء هيئة التدريس.
 13. توفير تعليم جامعي عالي الجودة لجميع الطلاب في المجتمع وفي جميع المستويات. (أحمد حامد الخطيب، 2007، ص 86)

II-العلاقات العامة وذوي الاحتياجات الخاصة

1-تصنيفات ذوي الاحتياجات الخاصة:

بناء عمى تتبع حالات الإعاقة عند ذوي الاحتياجات الخاصة يمكن تصنيف أنواع الإعاقة عمى النحو الآتي :

1- الجسمية (البدنية): وذلك بفقدان جزء من أجزاء الجسم أو أكثر مما يؤثر سلبيًا في الحركة، أو حدوث خلل بها، مثل الشلل.

2- الحسية: وذلك بفقدان حاسة من الحواس، أو حدوث نقص بها، كالصمم والبكم والعمى .

3- الذهنية: وذلك بفقدان العقل، كالجنون، أو حدوث نقص فيه كالتخلف العقلي.

4- النفسية: وذلك بحدوث آثار ظاهرة، واضطرابات مثل: الانطواء، والانفصام، والقلق وغيرها.

كما لا بُدَّ من ملاحظة أنّ الفرد قد يعاني من أكثر من إعاقة من تلك الإعاقات وهو ما يمكن أن يطلق عليه (متعدد الإعاقات).

كما وأنَّ بعض الإعاقات قد تصاحبها نواحي قصورٍ أخرى، فمثلًا قد يعاني المتخلف عقلياً من نوعٍ أو أكثر من نواحي القصور في السمع، أو الحركة أو التخاطب، ومثلها أيضا حالات الشلل المخي، حيث قد يعاني بالإضافة إلى الإعاقة الحركية من صعوباتٍ في النطق والكلام أو قصور في القدرات العقلية. (مصعب سلمان السمراي، دت، ص 6)

2-مشكلات ذوي الاحتياجات الخاصة:

إن المعوق يتعرض لمجموعة من المشكلات الناتجة عن إصابته يمكن أن نجملها فيما يلي:

-المشكلات الاقتصادية:

تتسبب الإعاقة في كثير من المشاكل الاقتصادية التي تدفع المعوق إلى مقاومة العلاج أو تكون سببا من انتكاس المرض ومنها:

أ- تحمل الكثير من نفقات العلاج.

ب- انقطاع الدخل أو انخفاضه خاصة إذا كان المعوق هو العائل الوحيد للأسرة حيث أن الإعاقة تؤثر في الأدوار التي يقوم بها.

ج- قد تكون الحالة الاقتصادية سببا في عدم تنفيذ خطة العلاج.

وفي جميع الأحوال السابقة يجب أن يعمل الاختصاصي الاجتماعي على توفير المساعدات المالية التي تخدم المعوق وأسرته خلال فترة علاجه أو تأهيله، حتى يمنع حدوث مضاعفات ومشاكل جديدة مترتبة عن المشاكل الاقتصادية.

-المشكلات الأسرية:

إن إعاقة الفرد هي إعاقة لأسرته في نفس الوقت حيث أن الأسرة بناء اجتماعي يخضع لقاعدة التوازن والتوازن الحدي ووضع المعوق في أسرته يحيط بعلاقاته قدر من الاضطرابات طالما كانت إعادته تحول دون كفايته في أداء دوره الاجتماعي الكامل.

كما أن سلوك المعوق المسرف في الغضب أو القلق أو الاكتئاب تقابل من المحيطين به سلوك مسرف في الشعور بالذنب والحيرة مما يقلل من توازن الأسرة وتماسكها وهذا يتوقف على مستوى تعليم الوالدين وثقافتهما ومدى الالتزام الديني بين أفراد الأسرة. (عبد الحي خضرة، دويشين دليمة، 2011/2010، ص 31)

-المشكلات التربوية:

إن العاهة تؤثر في قدرة المعوق على الاستماع بوقت الفراغ حيث تتطلب منه طاقات خاصة لا تتوفر عنده.

-مشكلات الصداقة:

إن عدم شعور المعوق بالمساواة مع زملائه وأصدقائه وعدم شعور هؤلاء بكفايته لهم يؤدي إلى استجابات سلبية لينكمش المعوق على نفسه وينسحب من هذه الصداقات.

-مشكلات التعليم:

يشير عالم المعوقين مشكلة تعليمهم إذا كانوا صغاراً أو مشكلة تأهيلهم إذا كانوا كباراً والمشكلات التي تواجه العملية التربوية التعليمية هي:

أ-عدم توفر مدارس خاصة وكافية للمعوقين على اختلاف أنواعهم.

ب-الآثار النفسية السلبية لإلحاق الطفل المعوق بالمدارس العادية.

ج-شعور الرهبة والخوف الذي ينتاب التلاميذ عند رؤية المعوق وانعكاس ذلك على سلوك المعوق الذي يكون انسحابياً أو عدوانياً كعملية تعويضية.

د-تؤثر بعض العاهات في قدرة المعوق على استيعاب الدروس.

هـ- بعض حالات الإعاقة كالمقعدين والمكفوفين تتطلب اعتبارات خاصة لضمان سلامتهم خلال توجيههم أو تواجدهم بالمدرسة.

- المشكلات النفسية:

حاول العديد من علماء النفس الانتهاء من سمات محددة لعالم المكفوفين وقد انتهى المؤتمر الدولي الثامن لرعاية المعوقين عام 1968 بنيويورك إلى مجموعة من السمات لخصها د. كليماك في الآتي:

- الشعور الزائد بالنقص مما يعوق تكيفه الاجتماعي.
- الشعور الزائد بالعجز ما يولد لديه الإحساس بالضغط والاستسلام للإعاقة.
- عدم الشعور بالأمن، مما يولد مخاوف وهمية مبالغ فيها.
- سيادة مظاهر السلوك الدفاعي، وأبرزها الإنكار والتعويض والإسقاط والأفعال العكسية والتبرير. (عبد الحي خضرة، دويشين دليلة، 2010-2011، ص 32)

-المشكلات الطبية:

- عدم معرفة الأسباب الحاسمة لبعض أشكال الإعاقة.
- طول فترة العلاج الطبي لبعض الأمراض وارتفاع تكاليف هذا العلاج كأعراض الوزن، القلب، السكر.
- عدم انتشار مراكز كافية للعلاج المتميز للمعوقين بمستشفيات خاصة تراعي ظروفهم ومشكلاتهم.
- عدم توفر المراكز المتخصصة للعلاج الطبي وخاصة في المحافظات مع عدم توفر الفنيين والأجهزة الطبية لهذا العلاج. (عبد الحي خضرة، دويشين دليلة، 2010-2011، ص 33)

3-برامج لذوي الاحتياجات الخاصة:

تنوعت برامج هذه الفئة وتعددت حسب طبيعة الإعاقة:

-البرامج الوقائية:

تعمل على منع المشكلات المحتملة وتزداد فاعلية البرامج كلما بدأت مبكرا.

- البرامج العلاجية:

هي التغلب على جانب العجز لدى المتعلم من خلال التعليم أو التدريب.

-برامج التأهيل المهني:

وهي التي تتضمن اعداد المتعلم لتطوير عادات العمل المناسبة لديه وتدريبه على مهارة تتناسب مع قدراتهم.

-البرامج التعويضية:

تهدف إلى تعويض الفئة الخاصة التي تملك عجز في جانب ما من خلال مساعداتهم في تعلم مهارات بديلة. (www.psyco.dz)

4-الوسائل التكنولوجية التعليمية المستحدثة للمعاقين بصريا:

تنوعت الوسائل التكنولوجية التعليمية المستحدثة المقدمة لمساعدة المعاقين بصريا من برامج وأجهزة وتقنيات، وشملت عدة جوانب لتتلاءم مع خصائص المعاق بصريا ومن بين هذه التقنيات والأجهزة والبرامج نذكر الأكثر استخداما وتوفرا في المدارس الخاصة بالمعاقين بصريا وهي:

جهاز الاوبتاكون:

هو جهاز يعمل على تحويل الطباعة العادية إلى بديل لمسي بنفس شكل الحروف العادية بمعنى تحويل المادة المطبوعة إلى مادة لمسية. يساعد الجهاز الطالب المعاق بصريا على دراسة ما يدرسه الطالب العادي ويؤدي إلى التغلب على مشكلة نقص الكتب المكتوبة بلغة البرايل، لكن عملية التدريب على استخدام هذا الجهاز ليست سهلة وتستغرق وقتا اطول وتوصف القراءة عن طريق الاوبتاكون بأنها ابطأ من القراءة عن طريق البرايل. (دنيا سعيدات، 2019-2020، ص 37)

جهاز التيرموفورم:

هو جهاز كهربائي يستخدم في تشكيل الفراغات تحت تأثير الحرارة الشديدة، وأهم ما يميز هذا الجهاز إمكانية استخدامه في إنتاج الرسوم التوضيحية والصور البارزة التي تفيد كثيرا في تعليم الاطفال المكفوفين مثل الرسوم والصور التي تتطلبها عمليات التعرف على اشكال الكائنات الحية وكذلك الرسوم التي تتضمنها قصص الاطفال.

آلة بيركنز:

تستخدم للكتابة بطريقة البرايل، حيث تتكون من ستة مفاتيح مقسمة إلى ثلاثة جهة اليسار وثلاثة جهة اليمين تمثل خلية برايل لكتابة النقاط البارزة، ومفتاح مستدير لتصحيح الاخطاء، بالإضافة إلى مفتاح مستدير اخر لعمل مسافات بين السطور والانتقال إلى السطر الجديد، وتعتبر من افضل الآلات المستخدمة في كتابة البرايل.

الكتاب الالكتروني:

هو جهاز صغير بحجم كف اليد يمكن ان يخزن عليه اكثر من 80 كتابا ويمكن حمله إلى اي مكان وقراءة الكتب بطريقة البرايل، به ثماني خلايا للقراءة، مدة الشحن ثلاث ساعات ويعمل لمدة 80 ساعة بعد الشحن. (دنيا سعيدات، 2019-2020، ص 38)

الدائرة التلفزيونية المغلقة:

تتكون من كاميرا فيديو وشاشة عرض وصينية موضوعة اسفل الكاميرا تقوم بتكبير اي مادة مطبوعة تقع امام كاميرا الفيديو وعرضها على شاشة العرض، وتتراوح نسبة التكبير للكلمة المطبوعة من 8 إلى 10 مرة حسب درجة الابصار لدى الطلاب الذين يجلسون امام شاشة العرض، ويمكن ان تكون الدائرة التلفزيونية المغلقة وحدة مستقلة بذاتها، ويمكن توصيلها بجهاز الكمبيوتر لتكبير شاشة الكمبيوتر على شاشة العرض الكبيرة.

قارئات الشاشة:

تعتبر قارئات الشاشة من البرامج الواسعة الانتشار بين فئة المكفوفين، حيث تقوم هذه البرامج بقراءة كل ما هو موجود على شاشة الكمبيوتر وبصوت واضح وبفضل هذه التقنية اصبح الكفيف يرى الشاشة بأذنيه ان صح التعبير و اصبح بمقدوره التعامل مع اجهزة الحاسب الشخصية بكل يسر وسهولة، ومن اشهر برامج قارئات الشاشة العالمية برنامج JAWS من شركة Freedom scientific والذي يدعم كل لغات ما عدى العربية اما على النطاق العربي فهناك جهود مبذولة من شركة صخر لإتمام عمل برنامج قارئ شاشة والذي سيكون بإذن الله الخطوة الاولى التي ستمهد تعامل الكفيف العربي مع جهاز الكمبيوتر، كما يوجد مشروع اخر تحت التنفيذ. (دنيا سعيدات، 2019-2020، ص 39)

جهاز The Reading Edge:

والذي يقوم بمسح النصوص للشخص الكفيف من الكتب والمجلات والجرائد وقراءتها، هذا الجهاز مزود بلوحة للتحكم بالأصوات ووحدة للتخزين على اشرطة ووحدة للتخزين على أقراص مرنة ومخرج للسماعات.

تقنية الانترنت للمعاقين بصريا:

توجد عدة برامج تساعد المعاقين بصريا على استخدام الانترنت مثل المتصفحات الصوتية Voice Browsers تعمل عمل قارئات الشاشة لكنها اكثر تطورا ومخصصة لمستخدمي الانترنت من المكفوفين مثل متصفح Home Page Reader من شركة IBM ومتصفح Sensus Internet Browser.

وهناك جهود حثيثة تقوم بها هيئات ومؤسسات على الانترنت لجعل الانترنت اسهل في التصفح والوصول إلى المعلومات فيها وذلك للأشخاص المعاقين بشكل عام والمعاقين بصريا بشكل خاص. (دنيا سعيدات، 2019-2020، ص 40)

خلاصة:

مما سبق ذكره نخلص إلى أن العلاقات العامة كلما كانت جهودها وأهدافها واضحة وخاضعة لأسلوب علمي مخطط نجحت في صناعة برامج وأنشطة اتصالية لكسب جمهورها وصناعة صورة وانطباع حسن حولها بتقديمها كل المعلومات والوقائع الصحيحة حولها لتحقيق التكيف والانسجام مع محيطها الذي تعمل به.

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي للدراسة

1-تحليل نتائج الاستبيان:

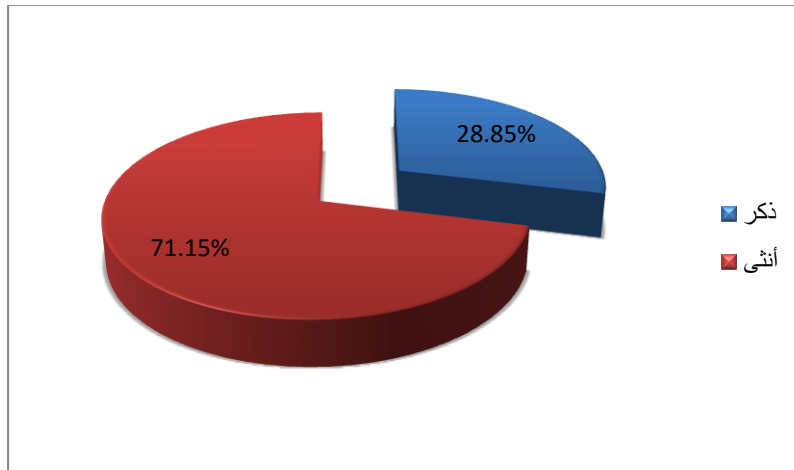
أولاً: تحليل نتائج البيانات الشخصية

توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	15	28.85%
أنثى	37	71.15%
المجموع	52	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، على السؤال: "طبيعة الجنس"، نلاحظ أن 15 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 28,85%، أما حجم الإناث فقد بلغ 37 فرداً بنسبة قدرت بـ 71,15%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث.



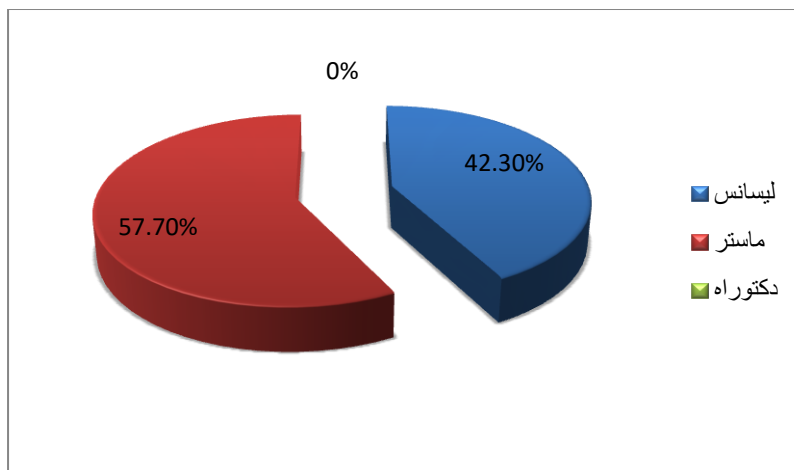
الشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
42.30%	22	ليسانس
57.70%	30	ماستر
00%	00	دكتوراه
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، على السؤال: " طبيعة المستوى التعليمي، نلاحظ أن 22 فرداً لديهم مستوى ليسانس بنسبة بلغت 42,30%، ثم الأفراد ذوي مستوى تعليمي ماستر الذي بلغ عددهم 30 فرداً بنسبة قدرت بـ 57,70%، في حين بلغ عدد الأفراد ذوي مستوى دكتوراه بـ 00 بنسبة قدرت بـ 00,00%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي ماستر.

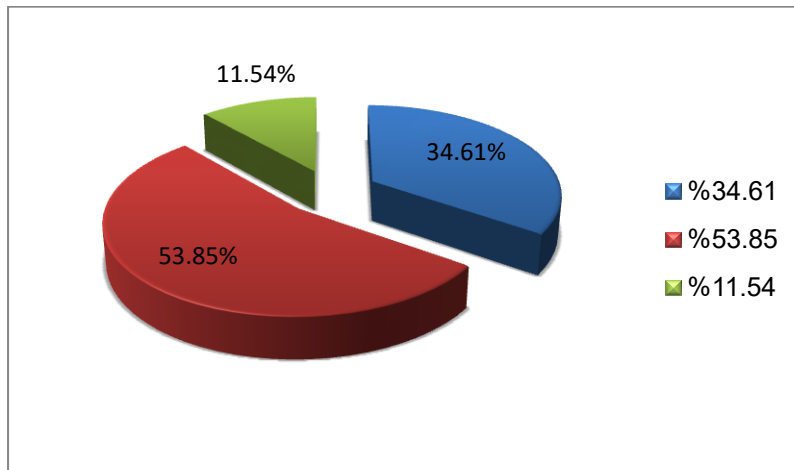


الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

توزيع أفراد العينة حسب متغير السن: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (03) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة	التكرار	السن
%34.61	18	21-18
%53.85	28	27-22
%11.54	06	أكبر من 27 سنة
%100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، على السؤال: "متغير السن"، نلاحظ أن عدد الذين بلغت أعمارهم ما بين 21-18 سنة يقدر بـ 18 فرداً بنسبة بلغت 34,61 %، أما حجم الذين بلغت أعمارهم ما بين 27-22 سنة فقدر حجمهم بـ 28 فرداً بنسبة 53,85 %، وأما الذين بلغت أعمارهم أكبر من 27 سنة فقدر حجمهم بـ 06 ونسبته 11,54 %، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من ذوي السن فئة 27-22 سنة.



الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

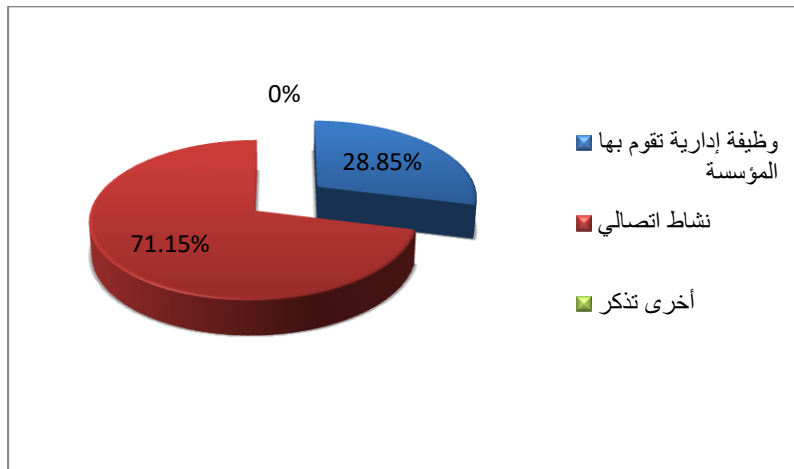
ثانيا: تحليل نتائج الحور الأول: مكانة العلاقات العامة في جامعة المسيلة

توزيع أفراد العينة حسب متغير فهم العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير فهم العلاقات العامة.

النسبة %	التكرار	فهم العلاقات العامة
28.85%	15	وظيفة إدارية تقوم بها المؤسسة
71.15%	37	نشاط اتصالي
00%	00	أخرى تذكر
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 52 فردا، على السؤال: "ما هو فهمك للعلاقات العامة؟"، نلاحظ أن 15 فردا يفهمون العلاقات العامة كوظيفة إدارية تقوم بها المؤسسة بنسبة بلغت 28,85%، أما الذين يفهمون العلاقات العامة كنشاط اتصالي فقد بلغ عددهم 37 فردا وبنسبة قدرت بـ 71,15%، أما الذين يفهمون العلاقات العامة بمفاهيم أخرى تذكر فقد بلغ عددهم 00 فردا وبنسبة قدرت بـ 00,00%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من الذين يفهمون العلاقات العامة كنشاط اتصالي.



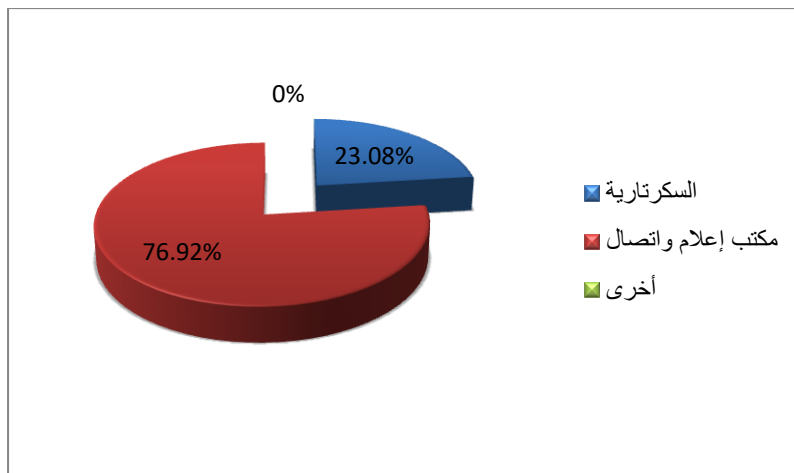
الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير فهم العلاقات العامة.

توزيع أفراد العينة حسب متغير الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال

النسبة %	التكرار	الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال
23.08%	12	السكرتارية
76.92%	40	مكتب إعلام واتصال
00%	00	أخرى
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، على السؤال: "ما هي الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال في المؤسسة الجامعية؟ نلاحظ أن السكرتارية تمثل تكرار حجمه 12 فرداً ونسبة بلغت 23,08%، أما مكتب إعلام واتصال فقد بلغ عددهم 40 فرداً بنسبة قدرت بـ 76,92%، أما أخرى فقد بلغ عددهم 00 فرداً بنسبة قدرت بـ 00,00%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن مكتب إعلام واتصال هو الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال في المؤسسة الجامعية.



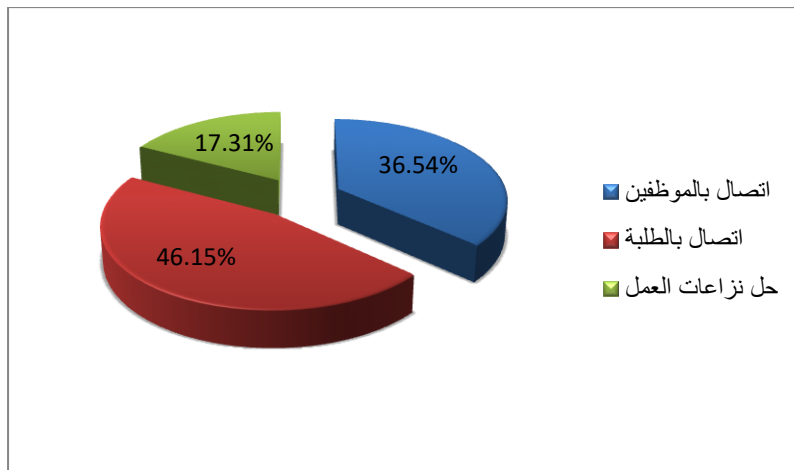
الشكل رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال

توزيع أفراد العينة حسب متغير وظائف مكتب العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يبين توزيع أفراد العينة حسب وظائف مكتب العلاقات العامة.

النسبة %	التكرار	وظائف مكتب العلاقات العامة
36.54%	19	اتصال بالموظفين
46.15%	24	اتصال بالطلبة
17.31%	09	حل نزاعات العمل
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 42 فرداً، على السؤال: "ما هي الوظائف التي يقوم بها مكتب العلاقات العامة؟ نلاحظ أن 19 فرداً يرون بأن وظيفة المكتب تتمثل في الاتصال بالموظفين بنسبة بلغت 36,54%، أما وظيفة الاتصال بالطلبة فقد أجاب عنها 24 فرداً بنسبة قدرت بـ 46,15%، في حين كانت وظيفة حل نزاعات العمل وفقاً لأفراد العينة قد بلغ 09 فرداً ونسبة قدرت بـ 17,31%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون بأن وظيفة المكتب تتمثل في الاتصال بالطلبة.



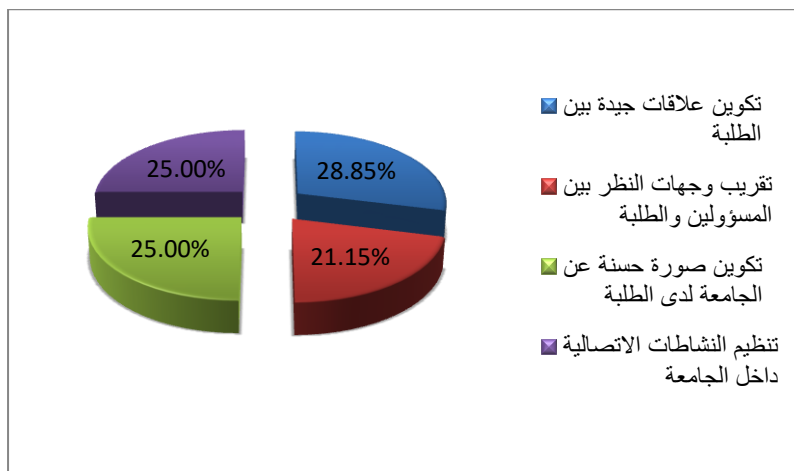
الشكل رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب وظائف مكتب العلاقات العامة.

توزيع أفراد العينة حسب متغير أهداف العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يبين توزيع أفراد العينة حسب أهداف العلاقات العامة.

النسبة %	التكرار	أهداف العلاقات العامة
28.85%	15	تكوين علاقات جيدة بين الطلبة
21.15%	11	تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والطلبة
25.00%	13	تكوين صورة حسنة عن الجامعة لدى الطلبة
25.00%	13	تنظيم النشاطات الاتصالية داخل الجامعة
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، على السؤال: "ما هي الأهداف التي يقوم بها مكتب العلاقات العامة؟" نلاحظ أن 15 فرداً يرون هدف تكوين علاقات جيدة بين الطلبة بنسبة بلغت 28,85%، أما هدف تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والطلبة فقد أجاب عنه 11 فرداً وبنسبة قدرت بـ 21,15%، في حين يرى 13 فرداً أن هدف العلاقات العامة هو تكوين صورة حسنة عن الجامعة لدى الطلبة وتنظيم النشاطات الاتصالية داخل الجامعة بنسبة بلغت 25,00%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن هدف العلاقات العامة هو تكوين علاقات جيدة بين الطلبة.



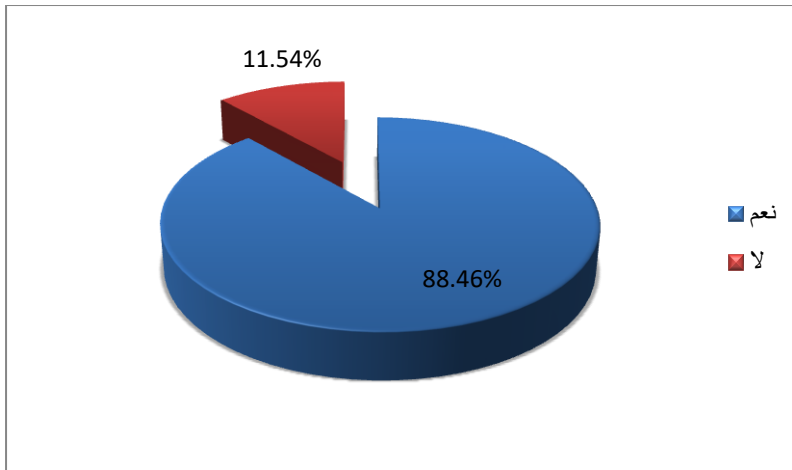
الشكل رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهداف العلاقات العامة.

توزيع أفراد العينة حسب متغير حسب تقديم اقتراحات للإدارة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يبين توزيع أفراد العينة حسب تقديم اقتراحات للإدارة

النسبة	التكرار	في حالة الإجابة بنعم	النسبة %	التكرار	تقديم اقتراحات للإدارة
23.07%	12	مجال إداري	88.46	46	نعم
36.54%	19	شؤون الطلبة			
07.69%	04	مجال تقني			
21.16%	11	مجال متعلق بطور التدريس			
			11.54	06	لا
			100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، على السؤال: "هل سبق لك وأن قدمت اقتراحاتك للإدارة؟"، نلاحظ أن 46 فرداً أجابوا بـ "نعم" وبنسبة بلغت 88,46%، حيث توزعت إجابات الأفراد على البديل نعم، كما يلي، نلاحظ أن البديل "مجال إداري" كان تكراره 12 والنسبة 23.07%، أما البديل "شؤون الطلبة" فبلغ تكراره 19 فنسبته 36.54%، في حين أن البديل "مجال تقني" كان تكراره 04 ونسبته 07.69%، أما البديل "مجال متعلق بطور التدريس" فنسبته 21.16% وتكراره 11، مما يعني أغلب الطلبة يقدمون اقتراحات لإدارة العلاقات العامة تتعلق بشؤون الطلبة. أما باقي الإجابات فتمثلت بـ لا والذي بلغ عددهم 06 أفراد وبنسبة قدرت بـ 11,54%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون أنهم يقدمون اقتراحات لإدارة العلاقات العامة. وخاصة تلك المتعلقة بشؤون الطلبة.



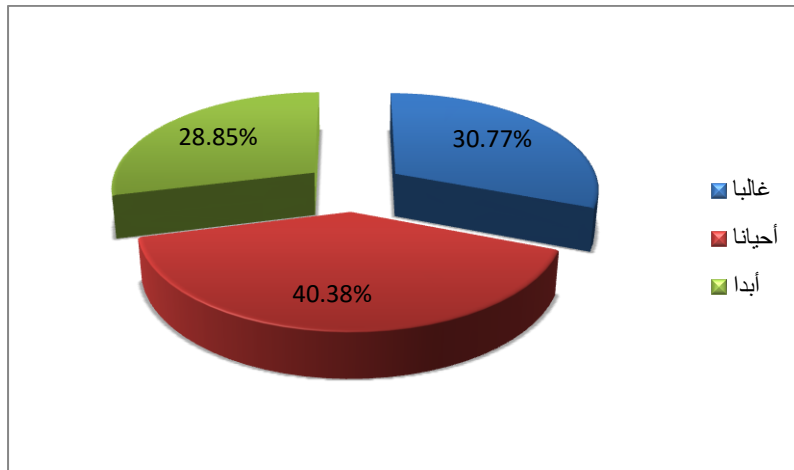
الشكل رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تقديم اقتراحات للإدارة

توزيع أفراد العينة حسب متغير أخذ الاقتراحات بعين الاعتبار: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يبين توزيع أفراد العينة حسب أخذ الاقتراحات بعين الاعتبار.

النسبة %	التكرار	أخذ الاقتراحات بعين الاعتبار
30.77%	16	غالبا
40.38%	21	أحيانا
28.85%	15	أبدا
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 52 فردا، على السؤال: "هل أخذت اقتراحاتك بعين الاعتبار؟"، نلاحظ أن 16 فردا يرون أنه غالبا تؤخذ اقتراحاتهم بعين الاعتبار بنسبة بلغت 30.77%، أما أحيانا فقد أجاب عنها 21 فردا بنسبة قدرت بـ 40,38%، أما أبدا فقد أجاب عنها 15 فردا بنسبة قدرت بـ 28,85%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن اقتراحاتهم تؤخذ أحيانا بعين الاعتبار.



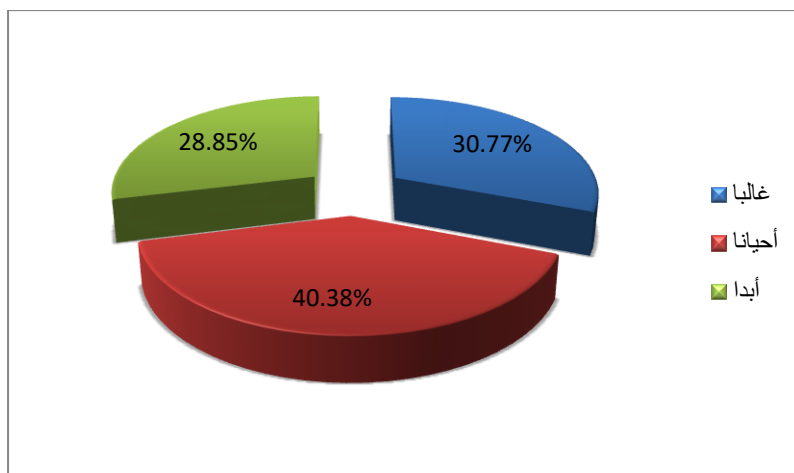
الشكل رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أخذ الاقتراحات بعين الاعتبار.

ثالثا: تحليل نتائج الحور الثاني: الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة الخاصة بالطلبة
توزيع أفراد العينة حسب متغير وجود اتصال بمسؤول العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى
النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يبين توزيع أفراد العينة حسب وجود اتصال بمسؤول العلاقات العامة.

النسبة %	التكرار	وجود اتصال بمسؤول العلاقات العامة
30.77%	16	غالبا
40.38%	21	أحيانا
28.85%	15	أبدا
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 52 فردا، على
السؤال: "هل هناك اتصال بينك وبين مسؤول العلاقات العامة؟"، نلاحظ أن 16 فردا أجابوا بـ غالبا بنسبة
بلغت 30.77%، أما أحيانا فقد أجاب عنها 21 فردا يمثلون نسبة قدرت بـ 40,38%، أما أبدا فقد أجاب
عنها 15 فردا يمثلون نسبة قدرت بـ 28,85%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أنه غالبا ما يكون
هناك اتصال بينهم وبين مسؤول إدارة العلاقات العامة.



الشكل رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب وجود اتصال بمسؤول العلاقات العامة.

توزيع أفراد العينة حسب متغير صفات مسؤول العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يبين توزيع أفراد العينة حسب صفات مسؤول العلاقات العامة.

المجموع	قوة الشخصية	القدرة على الاقناع	الحوار	القدرة على الاتصال وحل المشاكل	صفات مسؤول العلاقات العامة
52	10	08	24	10	الترتيب 01
52	08	12	10	22	الترتيب 02
52	09	21	13	09	الترتيب 03
52	19	11	12	10	الترتيب 04
100	46	52	59	51	المجموع

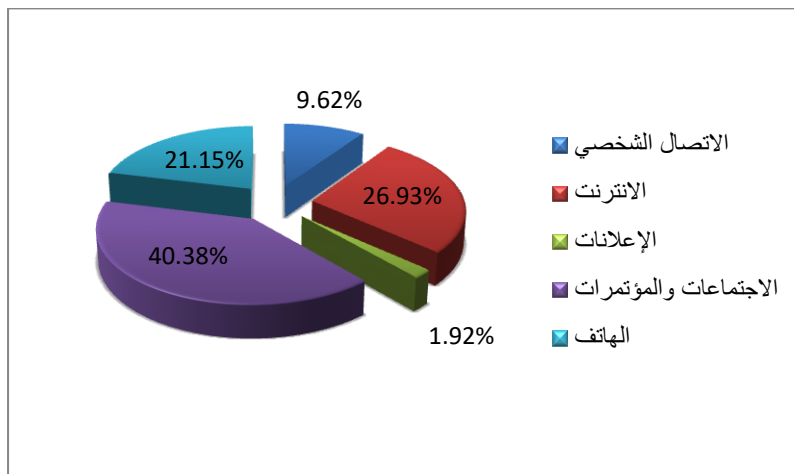
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 أستاذاً، على السؤال "ما هي الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة؟"، نلاحظ أن: وسيلة "الحوار"، احتلت الترتيب الأول، وبلغ عدد إجابات الطلبة عليها بـ (24)، ونسبة بلغت (46,15%)، وسيلة "القدرة على الاتصال وحل المشاكل" احتلت الترتيب الثاني، وبلغ عدد إجابات الطلبة عليها (22)، ونسبة بلغت (42,31%)، وسيلة "القدرة على الاقناع" احتلت الترتيب الثالث، وبلغ عدد إجابات الطلبة عليها (21)، ونسبة بلغت (40,38%)، وسيلة "قوة الشخصية" احتلت الترتيب الرابع، وبلغ عدد إجابات الطلبة عليها (19)، ونسبة بلغت (36,54%).

توزيع أفراد العينة حسب متغير وسائل إدارة العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يبين توزيع أفراد العينة حسب وسائل إدارة العلاقات العامة

النسبة %	التكرار	وسائل إدارة العلاقات العامة
09.62%	05	الاتصال الشخصي
26.93%	14	الانترنت
01.92%	01	الإعلانات
40.38%	21	الاجتماعات والمؤتمرات
21.15%	11	الهاتف
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، على السؤال: "ما هي الوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة لأداء مهامها داخل الجامعة؟ نلاحظ أن 05 أفراد يرون وسيلة الاتصال الشخصي بنسبة بلغت 09.62%، وأن 14 أفراد يرون وسيلة الانترنت بنسبة بلغت 26.93%، أما الإعلانات فقد أجاب عنها فرد واحد بنسبة قدرت بـ 01,92%، أما الاجتماعات والمؤتمرات فقد أجاب عنها 21 فرداً بنسبة قدرت بـ 40,38%، في حين يري 11 فرداً الهاتف بنسبة قدرت بـ 21,15%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الاجتماعات والمؤتمرات هي الوسيلة التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة لأداء مهامها داخل الجامعة.



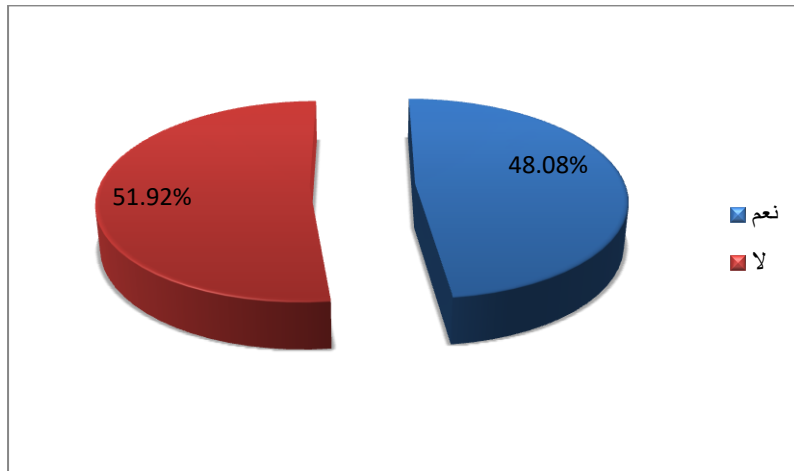
الشكل رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حسب وسائل إدارة العلاقات العامة

توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسائل الخاصة في إدارة العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يبين توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الخاصة في إدارة العلاقات العامة.

النسبة %	التكرار	الوسائل الخاصة في إدارة العلاقات العامة
48.08%	25	نعم
51.92%	27	لا
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال هل هناك وسائل خاصة تعتمد عليها الإدارة في نشاطاتها مع الطلبة؟ نلاحظ أن 25 فرداً أجابوا بـ نعم بنسبة بلغت 48.08%، في حين أن 27 فرداً أجابوا بـ لا بنسبة بلغت 51.92%. وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون عدم وجود وسائل خاصة تعتمد عليها الإدارة في نشاطاتها مع الطلبة.



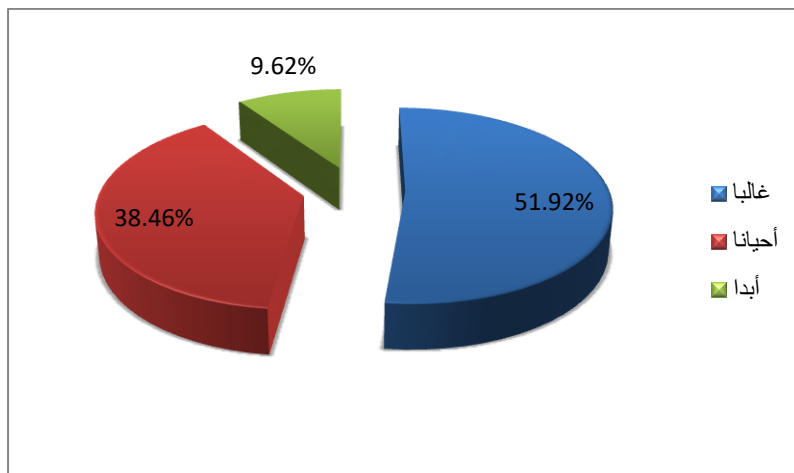
الشكل رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الخاصة في إدارة العلاقات العامة.

توزيع أفراد العينة حسب متغير الإعلام بالأحداث والمستجدات: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعلام بالأحداث والمستجدات

النسبة %	التكرار	الإعلام بالأحداث والمستجدات
51.92%	27	غالباً
38.46%	20	أحياناً
09.62%	05	أبداً
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 52 فرداً، نلاحظ أن 27 فرداً يمثلون غالباً بنسبة بلغت 51.92 %، أما حجم أحياناً فقد بلغ 20 فرداً يمثلون بنسبة قدرت بـ 38,46 %، أما حجم أبداً فقد بلغ 05 أفراد يمثلون بنسبة قدرت بـ 09,62 %، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأنه لا يتم إعلامهم غالباً بالأحداث والمستجدات التي تطرأ على الجامعة في وقتها المناسب.



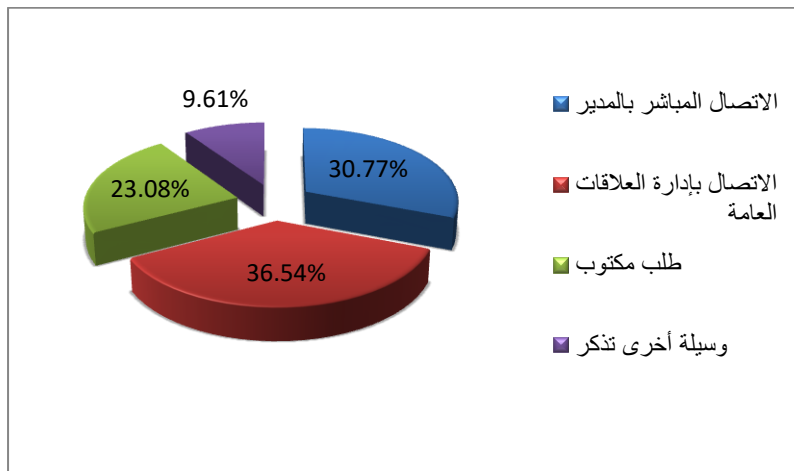
الشكل رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإعلام بالأحداث والمستجدات

توزيع أفراد العينة حسب متغير جهة الاتصال بالإدارة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يبين توزيع أفراد العينة حسب جهة الاتصال بالإدارة

النسبة %	التكرار	جهة الاتصال بالإدارة
30.77%	16	الاتصال المباشر بالمدير
36.54%	19	الاتصال بإدارة العلاقات العامة
23.08%	12	طلب مكتوب
09.61%	05	وسيلة أخرى تذكر
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال "عندما تواجهك مشاكل في الدراسة ما هي الجهة التي تلجأ إليها للاتصال بالإدارة؟" تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل الاتصال المباشر بالمدير" وقد بلغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 30,77%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الاتصال بإدارة العلاقات العامة" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 36.54%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 23,08% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "طلب مكتوب" والبالغ عددهم (12)، في حين نلاحظ أن ما نسبته 09,61% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "وسيلة أخرى تذكر" والبالغ عددهم (05)، مما يعني أن أغلب الأفراد العينة يلجؤون للاتصال بإدارة العلاقات العامة عندما تواجههم مشاكل في الدراسة.



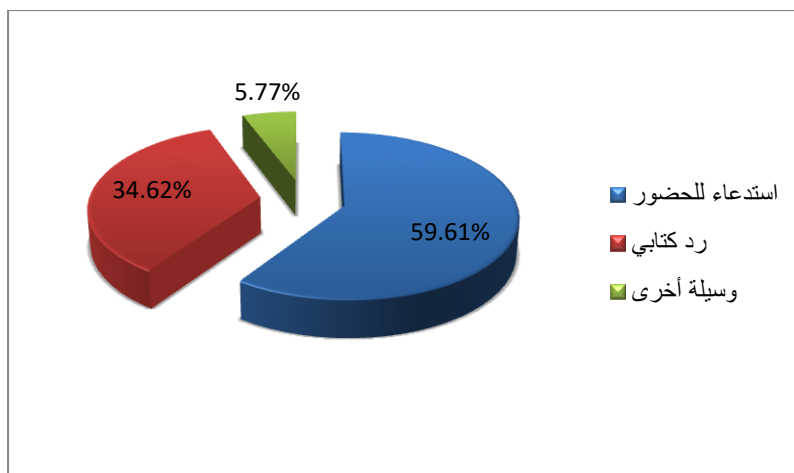
الشكل رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب جهة الاتصال بالإدارة

توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد من الإدارة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد من الإدارة

النسبة %	التكرار	طريقة تلقي الرد من الإدارة
59.61%	31	استدعاء للحضور
34.62%	18	رد كتابي
05.77%	03	وسيلة أخرى
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً، على السؤال " بأي طريقة تتلقي الرد من الإدارة؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " استدعاء للحضور " وقد بلغ عددهم (31) فرداً بنسبة مئوية بلغت 59,61%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " رد كتابي " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 34.62%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 05,77% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " وسيلة أخرى " والبالغ عددهم (03)، مما يعني أن أغلب أفراد العينة يقرون بأنهم يتلقون الرد من الإدارة عن طريق "استدعاء للحضور".



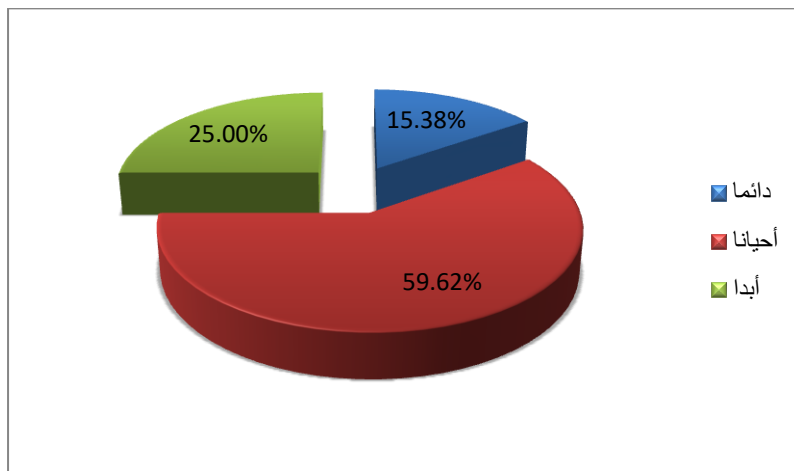
الشكل رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طريقة تلقي الرد من الإدارة

توزيع أفراد العينة حسب متغير الدعوة لحضور النشاطات والحفلات: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب الدعوة لحضور النشاطات والحفلات

النسبة %	التكرار	الدعوة لحضور النشاطات والحفلات
15.38%	08	دائما
59.62%	31	أحيانا
25.00%	13	أبدا
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (52) فردا على السؤال "هل تستدعيكم مؤسساتكم لحضور نشاطات وحفلات في مناسبات معينة؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (08) فردا بنسبة مئوية بلغت 15,38%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 59.62%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 25,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "أبدا" والبالغ عددهم (13). وعليه أن أغلب أفراد العينة يقرون بأن مؤسساتهم تستدعيهم أحيانا لحضور النشاطات والحفلات في مناسبات معينة.



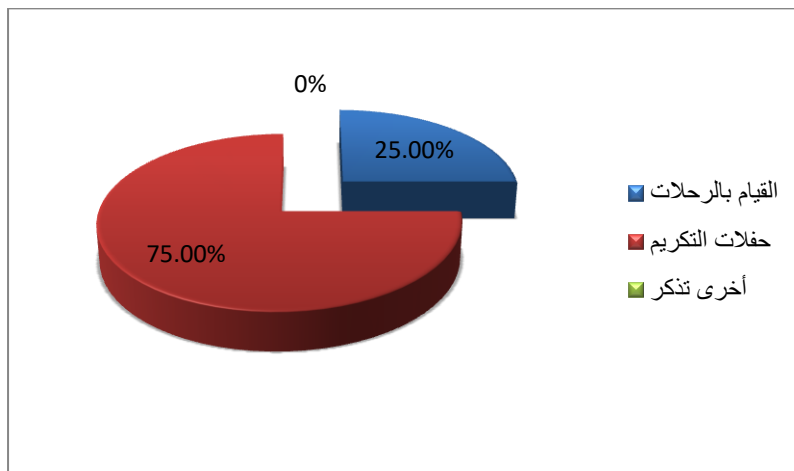
الشكل رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدعوة لحضور النشاطات والحفلات

توزيع أفراد العينة حسب متغير أهم الأنشطة الترفيهية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يبين أفراد العينة حسب أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة للموظفين

النسبة %	التكرار	أهم الأنشطة الترفيهية
25.00%	13	القيام بالرحلات
75.00%	39	حفلات التكريم
00%	00	أخرى تذكر
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال "ما هي أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها مؤسستكم لموظفيها؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "القيام بالرحلات" وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "حفلات التكريم" والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 75.00%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 00,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "أخرى تذكر" والبالغ عددهم (00). وعليه أن أغلب أفراد العينة يقرون بأن حفلات التكريم هي أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها مؤسستهم لهم.



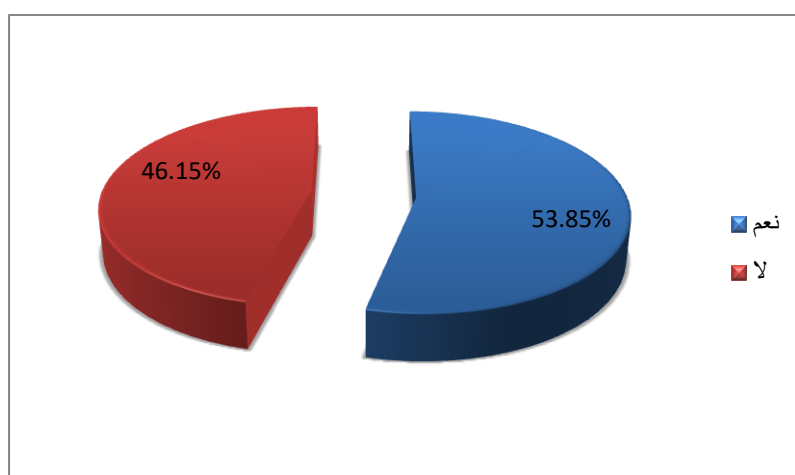
الشكل رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها المؤسسة للموظفين

رابعاً: تحليل نتائج المحور الثالث: العراقيين التي تواجه إدارة العلاقات العامة في جامعة المسييلة توزيع أفراد العينة حسب متغير العراقيين في إدارة العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يبين توزيع أفراد العينة حسب العراقيين التي يواجهها الموظفين في إدارة العلاقات العامة

العراقيين في إدارة العلاقات العامة	التكرار	النسبة %
نعم	28	53.85%
لا	24	46.15%
المجموع	52	100%

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال "هل واجهتك أحد العراقيين في إدارة العلاقات العامة في جامعتكم؟"، نلاحظ أن 28 فرداً أجابوا بـ نعم بنسبة بلغت 53.85%، في حين أن 24 فرداً أجابوا بـ لا بنسبة بلغت 46.15%. وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأنهم يواجهون عراقيين في إدارة العلاقات العامة في الجامعة.



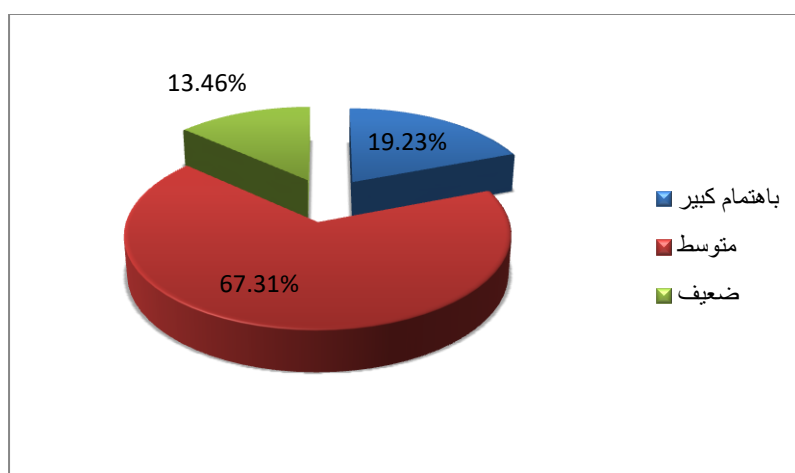
الشكل رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب العراقيين التي يواجهها الموظفين في إدارة العلاقات العامة

توزيع أفراد العينة حسب متغير طريقة تعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيين: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يبين توزيع أفراد العينة حسب طريقة تعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيين

النسبة %	التكرار	طريقة تعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيين
19.23%	10	باهتمام كبير
67.31%	35	متوسط
13.46%	07	ضعيف
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال " كيف تتعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيين التي تواجهكم؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " باهتمام كبير " وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 19,23%، وتمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " متوسط " والبالغ عددهم (35) وبنسبة قدرت (67,31%)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " ضعيف " والبالغ عددهم (07) وبنسبة بلغت بـ 13,46%، مما يعني أن أغلب أفراد العينة يقرون أن إدارة العلاقات العامة في الجامعة تتعامل باهتمام متوسط مع العراقيين التي تواجههم.



الشكل رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طريقة تعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيين

توزيع أفراد العينة حسب طبيعة العراقل التي تواجه مكتب العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21) يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة العراقل التي تواجه مكتب العلاقات العامة

النسبة %	التكرار	البدايل	النسبة %	التكرار	طبيعة العراقل
07.69%	04	نقص وسائل الاتصال	30.77%	16	مادية
19.23%	10	ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية			
03.85%	02	أخرى تذكر			
38.46%	20	وجود التوترات	69.23%	36	معنوية
23.08%	12	غياب النشاطات الترفيهية			
07.69%	04	أخرى تذكر			
			100%	42	المجموع

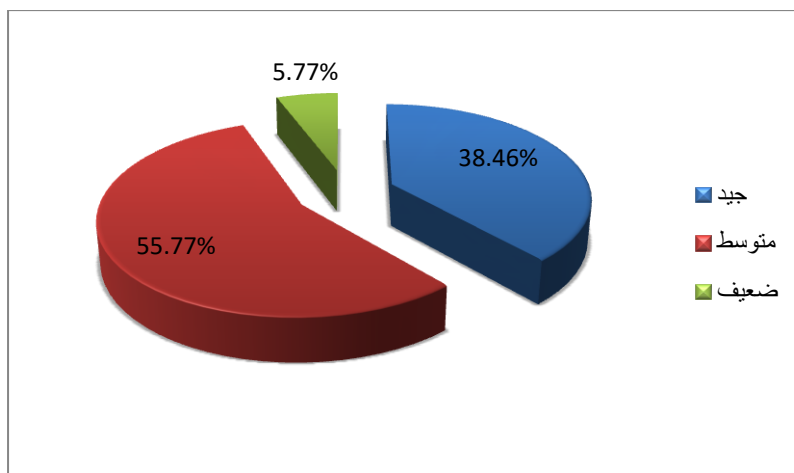
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال "ما هي طبيعة العراقل التي تواجه مكتب العلاقات العامة في جامعتكم حسب رأيك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "مادية" وقد بلغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 30,77%. وعليه فإن أغلب أفراد العينة يقرون أن طبيعة العراقل التي تواجه مكتب العلاقات العامة في الجامعة هي عراقيل معنوية. كما توزعت إجابات الأفراد على البديل عراقيل مادية، كما يلي، نلاحظ أن البديل "نقص وسائل الاتصال" كان تكراره 04 والنسبة 07.69%، أما البديل "ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية" فبلغ تكراره 19 فنسبته 36.54%، في حين أن البديل "أخرى تذكر" كان تكراره 02 ونسبته 03.85%، مما يعني أغلب الطلبة يرون أن ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية أهم العراقل المادية. وتوزعت إجابات الأفراد على البديل عراقيل معنوية، كما يلي، نلاحظ أن البديل "وجود التوترات" كان تكراره 20 والنسبة 38.46%، أما البديل "غياب النشاطات الترفيهية" فبلغ تكراره 12 فنسبته 23.08%، في حين أن البديل "أخرى تذكر" كان تكراره 04 ونسبته 07.69%، مما يعني أغلب الطلبة يرون أن وجود التوترات أهم العراقل المعنوية.

توزيع أفراد العينة حسب متغير دور الإدارة الإلكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (22) يبين توزيع أفراد العينة حسب دور الإدارة الإلكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة

النسبة %	التكرار	دور الإدارة الإلكترونية
38.46%	20	جيد
55.77%	29	متوسط
05.77%	03	ضعيف
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال "هل للإدارة الإلكترونية دور في تحسين مستوى العلاقات العامة في مؤسستكم بشكل:"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدل "جيد" وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 38,46%، وتمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدل "متوسط" والبالغ عددهم (29) وبنسبة قدرت 55,77%، في حين جاءت إجابات الأفراد على البدل "ضعيف" والبالغ عددهم (03) وبنسبة بلغت بـ 05,77%، مما يعني أن أغلب أفراد العينة يقرون أن للإدارة الإلكترونية دور في تحسين مستوى العلاقات العامة في مؤسستكم بشكل متوسط.



الشكل رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب دور الإدارة الإلكترونية في تحسين مستوى العلاقات العامة

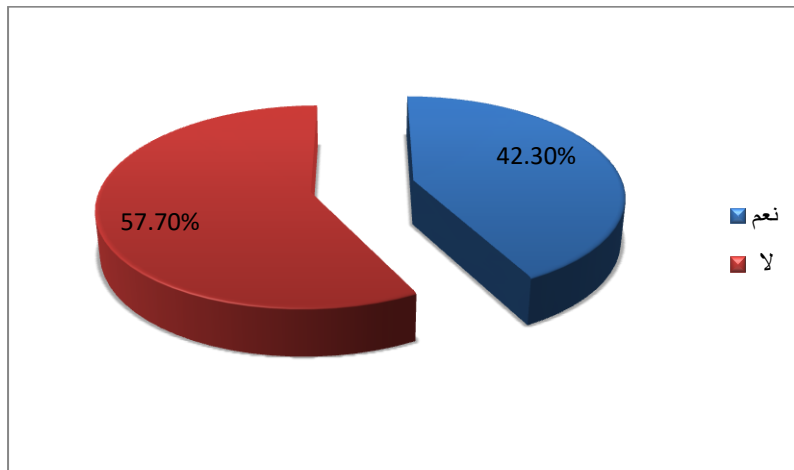
العامة

توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في إعداد برامج موجهة للطلبة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (23) يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في إعداد برامج موجهة للطلبة

النسبة %	التكرار	مدى نجاح إدارة العلاقات العامة
42.30%	22	نعم
57.70%	30	لا
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال "هل نجحت إدارة العلاقات العامة في إعداد برامج موجهة للطلبة؟"، نلاحظ أن 22 فرداً أجابوا بـ نعم بنسبة بلغت 42.30%، في حين أن 30 فرداً أجابوا بـ لا بنسبة بلغت 57.70%. وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بعدم نجاح إدارة العلاقات العامة في الجامعة في إعداد برامج موجهة إليهم.



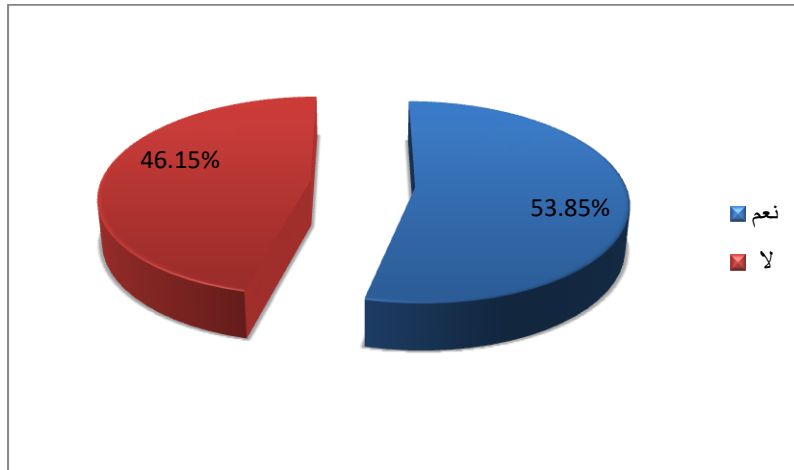
الشكل رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في إعداد برامج موجهة للطلبة

توزيع أفراد العينة حسب متغير الرضا عن البرامج والنشاطات: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (24) يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى الرضا عن البرامج والنشاطات

النسبة %	التكرار	مدى الرضا عن البرامج والنشاطات
53.85%	28	نعم
46.15%	24	لا
100%	52	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (52) فرداً على السؤال "هل أنت راض عن هاته البرامج والنشاطات؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53,85%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 46.15%، فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأنهم راضون عن برامج إدارة العلاقات العامة في الجامعة الموجهة إليهم.



الشكل رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى الرضا عن البرامج والنشاطات

2-تحليل أسئلة المقابلة:

تمت المقابلة مع الأستاذ الهاشمي بن واضح مكلف بالاتصال والبيداغوجيا برئاسة جامعة مُجَد بوضياف:

1-تعريف العلاقات العامة في جامعة المسيلة:

العلاقات العامة بجامعة المسيلة لها عدة مهام ونشاطات، الاختلاف بسيط نوعا ما عن العلاقات العامة في الادارة وكل ما يتعلق بخارج الجامعة.

نحن على مستوى نيابة العلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والتظاهرات العلمية بجامعة مسيلة، نُهتَم ونتابع ونسهر على السير الحسن بما له علاقة بالجامعة او المستوى الخارجي بكل ما يتعلق بالإدارات المختلفة على مستوى الولاية او على مستوى الوطن بالإضافة الى بناء علاقات الشراكة والتعاون بين جامعة المسيلة والشركاء الاقتصاديين بشكل عام بالإضافة الى انفتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والاجتماعي كما تقوم هذه النيابة نيابة العلاقات الخارجية بعدة مهام اخرى من بينها متابعة المتخرجين من الجامعة متابعة توظيف الطلبة المتخرجين من الجامعة.

المتابعة والسهر على مشاركة الطلبة بالجامعة بمختلف المنح الدولية بالخارج سواء كانت قصيرة المدى او طويلة المدى، بالإضافة الى بعض المهام الاخرى المتعلقة بالعمل الاداري على مستوى الجامعة وعلاقته بالمحيط الاقتصادي الخارجي.

2-تعريف ذوي الاحتياجات الخاصة وكيف تنظر إليهم جامعة المسيلة:

فئة ذوي الاحتياجات الخاصة او فئة ذوي التحديات الخاصة بجامعة المسيلة هي فئة تحتاج الى بعض الاهتمام او اهتمام خاص جدا بحيث سعت جامعة المسيلة ضمن اهدافها في المخطط الاستراتيجي لجامعة المسيلة 2022/2017 بان ترسم اهداف خاصة بهذه الفئة، طبعاً كما تعلمون ان هاته الفئة هي فئة متنوعة تدخل ضمن هذا الاطار وهته الفئة اولت جامعة المسيلة اهتمامه خاصا بما من خلال توفير بعض الامكانيات اللازمة لتعلم هذه الفئة بالجامعة من بينها على سبيل المثال مركز "براي" لفئة المكفوفين لجامعة المسيلة والذي يقدم خدمات هامة للطلبة لتسهيل عملية التعلم والتكوين بالجامعة.

3-ما هي الوسائل الخاصة بهاته الفئة:

كما سبق الذكر مركز براي الذي يحتوي على قاعات واسعة لتعلم الطلبة وتوفير طبيعة براي التي لم تكن موجودة من قبل وهي طبيعة خاصة بفئة المكفوفين بالإضافة الى اجهزة الكمبيوتر تم اقتناءها خصيصا لهاته الفئات من اجل المراجعة.

ونسعى مستقبلا لإنشاء مكتبة خاصة بهذه الفئة لتسهيل التعلم وتعلم الطلبة من جهة ومن جهة ثانية لأول مرة على مستوى الجامعات الوطنية تخصص جامعة المسيلة سيارات مصلحة خاصة بهذه الفئة بتنوع فئاتها ليتقدموا بطلبة الى رئاسة الجامعة او الامانة بتنوعها من اجل الحصول على خدمة السيارة للتنقل وهذا يعتبر اضافة كبيرة لهذه الفئة جامعة المسيلة التي تولي اهتماما خاصة بها.

الهيكل التنظيمي: نيابة رئاسة الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون الوطني والدولي للمنح الدراسية للطلبة الأجانب، التبرعات قصيرة وطويلة المدى، التظاهرات العلمية والوطنية والدولية لرئاسة الجامعة علاقة الجامعة بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي.

الأستاذ الهاشمي بن واضح في تعريفه للعلاقات العامة على مستوى النيابة أنها وظائف ومهام مختلفة ونشاطات كما أنها تهتم بكل ما يتعلق بخارج المسيلة وما تحققه العلاقات العامة من نجاحات في محيطها.

من بين الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها هو ربط الجامعة بمحيطها الخارجي فهي تهتم بالطلبة المتخرجين وتسهر على السير الحسن داخل وخارج الجامعة وكل ما يتعلق بمختلف الإدارات المتصلة بها على مستوى الولاية أو الوطن ومتابعة توظيفهم كما تمنحهم منح دراسية دولة بالخارج طويلة المدى وقصيرة المدى، ومنه تسعى الجامعة لكسب الجمهور الداخلي والخارجي.

المكلف بالعلاقات الخارجية بين لنا وجود هيئة مختصة تشمل عدة أقسام بالجامعة مكلفة بإعداد وتصميم مختلف برامج العلاقات العامة وأنشطتها.

الأستاذ الهاشمي بن واضح يشير إلى البرامج تصمم وفقا لإستراتيجية علمية ووفقا لاحتياجات الجمهور وانشغالات الأساتذة بدأ بالبحث والدراسة والتعرف على الجمهور.

يعرفنا الأستاذ على فئة وعينة البحث ألا وهم فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث أن جامعة المسيلة تنظر إليهم على أنهم من ذوي التحديات الخاصة وبأنهم ليسوا فئة عادية وإنما فئة خاصة تحتاج إلى اهتمام خاص جدا بالمقارنة مع أقرانهم العاديين وذلك لمساعدتهم على تحقيق أقصى ما يمكنه بلوغه من التوافق والانسجام مع محيطهم الجامعي وحيث سعت الجامعة من خلال المخطط الإستراتيجي 2017-2022 إلى رسم أهداف بالجامعة عامة وهاته الفئة خاصة والتي تدخل ضمن أولويات الجامعة ومن خلال توفير مختلف الإمكانيات اللازمة لتعلم هاته الفئة.

ويذكر أيضا أن من بين الوسائل المستحدثة التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بالجامعة لضمان السير الحسن لبرامجها لفئة ذوي الاحتياجات هي:

-توفير قاعتين للبرايل وسيارة نقل خاصة يتم التنقل بها بناءا على طلب خاص.

-قاعة البرايل تتوفر على أجهزة تكنولوجية لتعلم الكفيف خاصة جهاز الأوبتاكون؛ وهو جهاز طباعة لمسي.

جهاز التبرموفروم: جهاز يسمح بالتعرف على الأشكال.

آلة بيركنز: يستخدم لكتابة البرايل.

الدائرة التلفزيونية المغلقة: توصل جهاز الكمبيوتر وتعتبر كشاشة للعرض.

قراءات الشاشة: التي تستخدم برامج مثل جاوز

تقنية الإنترنت للمعاقين بصريا: والتي تستخدم مختلف المتصفحات الصوتية.

المكلف بالعلاقات الخارجية نوه إلى أنه من بين الصعوبات التي يتلقونها في إنجاز البرامج تكمن في

التقديرات المالية المساهمة في إنجاز البرامج، عامل الوقت فهناك برامج تتطلب وقت قصير في التخطيط أو البحث.

ويورد كذلك أن المقترحات المستقبلية إنشاء مكتبة خاصة بهذه الفئة التي تمكنهم من التعلم والمراجعة

والمطالعة وتسهل عليهم الكثير من الصعوبات في التعلم.

3- نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج البيانات الشخصية

- أغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث.
- أغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي ماجستير.
- أغلب أفراد العينة من ذوي السن فئة 22-27 سنة.

ثانياً: نتائج المحور الأول: مكانة العلاقات العامة في جامعة المسيلة

- أغلب أفراد عينة الدراسة من الذين يفهمون العلاقات العامة كنشاط اتصالي.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن مكتب إعلام واتصال هو الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال في المؤسسة الجامعية.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون بأن وظيفة المكتب تتمثل في الاتصال بالطلبة.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن هدف العلاقات العامة هو تكوين علاقات جيدة بين الطلبة.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون أنهم يقدمون اقتراحات لإدارة العلاقات العامة. وخاصة تلك المتعلقة بشؤون الطلبة.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن اقتراحاتهم تؤخذ أحياناً بعين الاعتبار.

ثالثاً: نتائج المحور الثاني: الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة الخاصة بالطلبة:

- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أنه غالباً ما يكون هناك اتصال بينهم وبين مسؤول إدارة العلاقات العامة.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة جاءت بالترتيب التالي الحوار، القدرة على الاتصال وحل المشاكل، القدرة على الاقناع، قوة الشخصية.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن الاجتماعات والمؤتمرات هي الوسيلة التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة لأداء مهامها داخل الجامعة.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يرون عدم وجود وسائل خاصة تعتمد عليها الإدارة في نشاطاتها مع الطلبة.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأنه لا يتم إعلامهم غالباً بالأحداث والمستجدات التي تطرأ على الجامعة في وقتها المناسب.
- أغلب الأفراد العينة يلجؤون للاتصال بإدارة العلاقات العامة عندما تواجههم مشاكل في الدراسة.

- أغلب أفراد العينة يقرون بأنهم يتلقون الرد من الإدارة عن طريق استدعاء للحضور
- أغلب أفراد العينة يقرون بأن مؤسساتهم تستدعيهم أحيانا لحضور النشاطات والحفلات في مناسبات معينة.
- أغلب أفراد العينة يقرون بأن حفلات التكريم هي أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها مؤسساتهم لهم.

رابعاً: نتائج الخور الثالث: العراقيين التي تواجه إدارة العلاقات العامة في جامعة المسييلة

- أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأنهم يواجهون عراقيل في إدارة العلاقات العامة في الجامعة.
- أغلب أفراد العينة يقرون أن إدارة العلاقات العامة في الجامعة تتعامل باهتمام متوسط مع العراقيين التي تواجههم.
- أغلب أفراد العينة يقرون أن طبيعة العراقيين التي تواجه مكتب العلاقات العامة في الجامعة هي عراقيل معنوية. وأن ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية أهم العراقيين المادية، كما أن وجود التوترات أهم العراقيين المعنوية.
- أغلب أفراد العينة يقرون أن للإدارة الإلكترونية دور في تحسين مستوى العلاقات العامة في مؤسساتكم بشكل متوسط.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بعدم نجاح إدارة العلاقات العامة في الجامعة في إعداد برامج موجهة إليهم.
- أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأنهم راضون عن برامج إدارة العلاقات العامة في الجامعة الموجهة إليهم.

خاتمة

خاتمة:

وفي الأخير نقرر بأن العلاقات العامة العصب الأساس لنجاح المؤسسة على تنوعها سواء أكانت مؤسسات حكومية أو غير حكومية خدماتية أو اقتصادية أو ربحية أو منظمات أو هيئات أو جمعيات فالعلاقات العامة تضع للمؤسسة مكانة وحضور مميز في محيطها الاجتماعي، وممارستها كوظيفة في إدارة العلاقات العامة منححت لها دورا وظيفيا واتصاليا هاما من حيث تمرير الرسائل الاتصالية بين الوحدات أو الأقسام أو الإدارات المختلفة في المنظمة وبين أعضائها وموظفيها من جانب أول ومن جانب ثاني بينها وبين الجمهور الخارجي وللمجتمع العام فهي تسعى لتضع صورة حسنة في أذهانهم لضمان سير المؤسسة بشكل سليم.

وهذا لمسناه في دراستنا عن الجامعة كمؤسسة خدماتية تسعى إلى كسب رضا جمهورها باستخدام مختلف البرامج والوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 4، ط 1، دار صادر للطباعة والنشر، 1373هـ.
- أبو الذهب أشرف، المعجم الإسلامي، عمان، دار الشروق، ط 1، 2002.
- أحمد بدر، الاتصال الجماهيري بين الإعلام والدعاية والتنمية، ط 1، وكالة المطبوعات للنشر والتوزيع، القاهرة، 1988.
- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، د.ط، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2005.
- أحمد حامد الخطيب، إدارة الجودة الشاملة: تطبيقات في الإدارة الجامعية، مجلة اتحاد الجامعات العربية، المؤتمر العلمي نجلس اتحاد الجامعات العربية اللبنانية، بيروت، 2007.
- البدوي هناء حافظ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.
- بسام عبد الرحمان المشاقبة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2014.
- بسيوني، محمود شريف، الوثائق الدولية لحقوق الإنسان، مصر، دار الشروق، ط 7، ج 7، 2003.
- بشير العلاق، العلاقات العامة في الازمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 1998.
- حسان مُجد الحسن، مبادئ علم الاجتماع الحديث، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- حسن عماد مكاوي، ليلي السيد حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، ط 1998.
- حسين عبد الحميد رشوان: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، ط 1، الأزاريطة، المكتب الجامعي الحديث، 2003.
- حسين علي: التسويق الدليل العلمي للاستراتيجيات والخطط التسويقية، د.ط، دار الرضا للنشر والتوزيع، سوريا، 2000.
- الدسوقي إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري والاتجاهات الجديدة، د.ط، دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر، 2004.

قائمة المراجع

- دنيا سعيدات، واقع استخدام تكنولوجيا التعليم في تدريس فئات ذوي الاحتياجات الخاصة المعاقين بصريا نموذجا دراسة ميدانية - ولاية المسيلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في شعبة علوم التربية تخصص ارشاد وتوجيه، جامعة مُجَّد بوضياف، 2019-2020.
- رحمي مصطفى عليان، عثمان مُجَّد غنيم، عناصر وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، ط1، دار صفا للنشر والتوزيع، 2000.
- زهية ادخيسة، اتجاهات أعضاء مجلس الأمة نحو تخطيط برامج العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد 17، 2014.
- سالم الحسين، دروس منهجية، جامعة المسيلة، 2010-2011.
- سمير حسن منصور: منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- سويدان أمل عبد الفتاح، تكنولوجيا التعليم لذوي الاحتياجات الخاصة، عمان الأردن، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2007.
- سويدان أمل عبد الفتاح، تكنولوجيا التعليم لذوي الاحتياجات الخاصة، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- شدوان علي شيبية، الإعلام والمداخل النظرية، دار المعرفة الجامعية، السويس، الإسكندرية، 2005.
- شدوان علي شيبية، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، د.ط، دار المعرفة، الإسكندرية، 2012.
- عبد الحي خضرة، دويشين دليلة، تكنولوجيا التعليم لذوي الاحتياجات الخاصة "المكفوفين" دراسة ميدانية بمصلحة البراي بالجامعة المركزية منتوري بقسنطينة، مذكرة ماستر، جامعة منتوري بقسنطينة، 2010/2011.
- عبد الفتاح الجريبي، البحث العلمي والجديد والتطبيقي للباحثين، ط1، عمان، الأردن، 2002.
- عبد الله عبد الرحمان، لنظرية في علم الاجتماع، د.ط، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2005.
- عبد الله مُجَّد عبد الرحمان وآخرون، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، د.ط، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2002.
- عبد المحيي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، 2004،
- عبد الناصر جندي، تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية، ط.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

قائمة المراجع

- عدنان حسين الجاردي وآخرون، الرأي المنهجية والأثر للاختصاص في بحوث العلوم التربوية والأساسية، ط 1، اقرأ للنشر والتوزيع، عمان ، 2001.
- علي يحيى بدر الحديد، واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية: دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2010.
- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط 2، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري، د.ت.
- غني عبد الناصر حسن القريشي، المداخل النظرية لعلم الاجتماع، ط 1، دار الصفا للطباعة والنشر، عمان، 2011.
- محاضرات الأستاذ عبد المالك صاولي، مقياس الرأي العام، السنة أولى ماستر، اتصال وعلاقات عامة، 2020-2021.
- مُجَّد الجوهر: وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط 1، مكتبة الرائد، عمان، 2000.
- مُجَّد السعيد عبد الفتاح، مُجَّد فريد الصحن، الإدارة العامة (المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- مُجَّد بهجت جاد الله كشك: المنظمات وأسس إدارتها، ط 1، مكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
- مُجَّد بهجت كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1984.
- مُجَّد حجاب منير: الاتصال الفعال في المؤسسات الحديثة، د.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- مُجَّد عبد الفتاح مُجَّد: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، أسس ومبادئ، المكتب العلمي لنشر والكمبيوتر والتوزيع، الإسكندرية، 1994.
- مُجَّد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، د.ط، الجامعة الأردنية، الأردن، 1999.
- مُجَّد فريد الصحن، العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، بيروت، 1988.
- مُجَّد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- مُجَّد منير حجاب، وسحر وهيبي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، د.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.

قائمة المراجع

محمود الجوهري، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، ط 1، 1971.
محمود الجوهري، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، الطبعة الأولى، 1971.
مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000.

مصطفى خلف عبد الجود، نظرية علم الاجتماع المعاصر، ط 1، دار المسيرة للنشر، 2011.
مصعب سلمان السمراي، رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة ودورهم المعرفي، شبكة الألوكة، دت.
ممد 1 مُجد البادي، البنيان الاجتماعي للعلاقات العامة، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1975.
منال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط 1، دار المسيرة للنشر، 2012.
مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط 1، 2006.

المواقع الإلكترونية:

جمعة أبو العينين، مادة العلاقات العامة، على الرابط:

<http://site.iugaza.edu.ps/jelenein/courses/mycourse978>

<http://bts-academy.com>

<https://www.mdrcenter.com>

www.psyco.dz

الملاحق

جامعة مُجَد بوضيف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

برامج العلاقات العامة الموجهة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ذوي الاحتياجات الخاصة بجامعة المسيلة

إشراف الأستاذ:

بوبكر بوعزيز

إعداد الطلبة:

بلعيد ليلي

يسرني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان بغرض جمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة التي تتعلق بالموضوع المبين أعلاه، راجين منكم الإجابة على فقرات هذا الاستبيان بكل اهتمام مع العلم أن إجاباتكم ستكون موضع السرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط. وفي الأخير تقبلوا منا خالص التحيات والتقدير.

السنة الجامعية: 2022/2021

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- المستوى التعليمي: ليسانس ماجستير دكتوراه
- 3- السن: 18-21 22-27 أكثر من 27

المحور الأول: مكانة العلاقات العامة في جامعة المسيلة

- 4- ما هو فهمك للعلاقات العامة؟
- وظيفة إدارية تقوم بها المؤسسة
- نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة داخليا وخارجيا
- اخرى تذكر:
- 5- ما هي الجهة التي تقوم بوظيفة الاتصال في مؤسستكم الجامعية؟
- السكرتارية
- مكتب الإعلام والاتصال
- أخرى تذكر
- 6- ما هي الوظائف التي يقوم بها المكتب حسب رأيك؟ (يمكن الإجابة على أكثر من سؤال)
- الاتصال بالموظفين
- الاتصال بالطلبة وحل مشاكلهم
- حل نزاعات العمل
- أخرى تذكر
- 7- ما هي الأهداف التي تسعى الإدارة التي تمثل العلاقات العامة لتحقيقها حسب رأيك؟
- يمكن الإجابة على أكثر من سؤال:
- تكوين علاقات جيدة بين الطلبة
- تقريب وجهات النظر بين المسؤولين والطلبة
- تكوين صورة حسنة عن الجامعة لدى الطلبة
- تنظيم النشاطات الاتصالية داخل الجامعة
- أخرى تذكر
- 8- هل سبق وأن قدمت اقتراحاتك للإدارة؟
- نعم لا

في حالة الإجابة بنعم في أي مجال؟

- المجال الإداري المجال التقني
 المجال المتعلق بشؤون الطلبة المجال المتعلق بجوانب العرض وتطوير طرق التدريس

9- هل أخذت اقتراحاتك بعين الاعتبار؟

- غالبا أحيانا أبدا

المحور الثاني: الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة

10- هل هناك اتصال بينك وبين مسؤول إدارة العلاقات العامة؟

- دائما أحيانا أبدا

11- حسب رأيك ما هي الصفات الواجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة؟ رتب حسب الأهمية

- القدرة على الاتصال وحل المشاكل الحوار

- القدرة على الإقناع قوة الشخصية

أخرى تذكر

12- ما هي الوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة لأداء مهامها داخل الجامعة؟

- الاتصال الشخصي الانترنت

- الإعلانات الاجتماعات والمؤتمرات

الهاتف أخرى تذكر

13- هل هناك وسائل خاصة تعتمد عليها الإدارة في نشاطاتها مع ذوي الاحتياجات الخاصة؟

- نعم لا

في حالة الإجابة بنعم أذكرها:

.....

.....

14- هل يتم إعلامكم بالأحداث والمستجدات التي تطرأ على جامعتكم في وقتها المناسب؟

- دائما أحيانا أبدا

15- عندما تواجهك مشاكل في الدراسة ما هي الجهة التي تلجأ إليها للاتصال بالإدارة؟

- الاتصال مباشرة بالمدير -طلب مكتوب

-الاتصال بإدارة العلاقات العامة وسيلة أخرى تذكر

16- بأي طريقة تتلقى الرد من الإدارة؟

- استدعاء للحضور -رد كتابي

وسيلة أخرى تذكر

17- هل تستدعيكم مؤسساتكم لحضور نشاطات وحفلات في مناسبات معينة؟

دائماً أحياناً أبداً

18- ما هي أهم الأنشطة الترفيهية التي تقوم بها مؤسساتكم لموظفيها؟

القيام برحلات حفلات التكريم

أخرى تذكر:

المحور الثالث: العراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في جامعة المسييلة

19- هل واجهتك أحد العراقيل في إدارة العلاقات العامة في جامعتكم؟

نعم لا

20- كيف تتعامل إدارة العلاقات العامة مع العراقيل التي واجهتكم؟

باهتمام كبير متوسط ضعيف

21- ما هي طبيعة العراقيل التي تواجه مكتب العلاقات العامة في جامعتكم حسب رأيك؟

مادية معنوية

- إذا كانت مادية فهل تتمثل في:

- نقص وسائل الاتصال ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية

أخرى تذكر

- إذا كانت معنوية فهل تتمثل في:

وجود التوترات غياب النشاطات الترفيهية

أخرى تذكر

22- هل للإدارة الإلكترونية دور في تحسين مستوى العلاقات العامة في مؤسساتكم بشكل؟

جيد متوسط ضعيف

23- هل نجحت إدارة العلاقات العامة في إعداد برامج موجهة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة؟

نعم لا أبداً

24- هل أنت راض على هاته البرامج والنشاطات؟

نعم لا

25- ما هي اقتراحاتك المستقبلية نحو تحسين مستوى البرامج وهاته النشاطات؟

.....
.....
.....

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: برامج العلاقات العامة الهوجمة لفتنة ذوي الاحتياجات الخاصة

دراسة ميدانية عن عينة من طلبة الجامعة (الكلية)

إعداد الطلبة:

1- ليلى بلعدي رقم التسجيل: 18.285080 110

2- رقم التسجيل:

القسم: الإعلام والاتصال العامة: علوم إنسانية
إشراف: بوبكر بوعزيز الرتبة: أستاذ محاضر 2

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

مسؤول الشعب
سورة

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

رئيس القسم
نزال عبد الرزاق

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نائب عمادة الدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2022

تصريح شرقي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة) : ليلى بلعيد

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دانه) : طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 202068341

الصادرة بتاريخ: 11/19 - 2017 عن دائرة: المسيلة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية قسم: علم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصالات عامة تحت رقم التسجيل: 18085080110

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه)

عنوانها: برامج العلاقات العامة الموجهة لفتحة ذوي الاحتياجات الخاصة

دراسة ميدانية عن عمدة من كلية جامعة المسيلة

اصرح بشرقي بانني التزم بالموازين العتيدية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2022/06/15

امضاء المعنى (ق):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الملخص:

تهدف دراستنا إلى التعرف على مختلف النشاطات والبرامج التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بجامعة المسيلة نحو فئة طلابية خاصة وهي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، ويجدر بنا الذكر أننا استخدمنا أدوات بحثية كالمقابلة والاستبيان، كما اعتمدنا على المنهج الوصفي في البحث واستخلاص النتائج وتحليلها، فمما توصلت إليه دراستنا من نتائج أن العلاقات العامة بالجامعة تهتم بهذه الفئة الطلابية من خلال استغلال مختلف الوسائل التكنولوجية المتطورة لتسهيل عملية التعلم وتطوير مناهج وأساليب الدراسة وتوظيف مختلف العقبات التي تلاقيهم لكسب رضا هاته الفئة ودفعها نحو العمل.

الكلمات المفتاحية: برامج العلاقات العامة، ذوي الاحتياجات الخاصة، الطلبة الجامعيين

Abstract:

Our study aims to identify the various activities and programs carried out by the Public Relations Department at the University of M'Sila towards a special student category, the category of people with special needs. Our study results from the fact that the university's public relations cares about this category of students through the use of various advanced technological means to facilitate the learning process, develop curricula and methods of study, and employ the various obstacles that they encounter to gain the satisfaction of this group and push it towards work.

Keywords: public relations programs, people with special needs, university students