

فاعلية برامج العلاقات العامة في تطوير مؤسسات التعليم العالي

(بالتطبيق علي عدد من ادارت العلاقات العامة في الجامعات السودانية)

الرشيد داؤد آدم سليمان*

*جامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم-كلية الدعوة والاعلام

مستخلص

هدفت الدراسة إلي معرفة مدي فاعلية البرامج والانشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة

في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي (الجامعات) وقد استخدم الباحث المنهج المسحي والوصفي التحليلي

وتتكون عينة البحث من كل موظفي إدارة العلاقات العامة في في الجامعات الحكومية. وتم إختيار عينة الدراسة

بإستخدام العينة القصدية وكان عدد أفرادها خمسة وعشرين فرداً واستخدم الباحث الإستبئانة كأداة رئيسية في جمع

البيانات والمعلومات وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS ومن أهم النتائج :

١- أكدت نتائج الدراسة أن من أكبر الصعوبات والمشكلات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات هي عدم

وجود خطط واهداف مرسومة لبرامجها وانشطتها وهذا أضعف كثيراً من دورها الوظيفي.

٢- اثبتت نتائج الدراسة أن التقنيات الحديثة المستخدمة داخل جهاز العلاقات العامة له دور في ترقية وتطوير اداء

العلاقات العامة مما ينعكس إيجابياً على تطوير أداء الجامعات .

٣- بينت نتائج الدراسة أن للأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة دوراً فعالاً في تطوير أداء الجامعات .

ومن أهم التوصيات :

- ١- علي ادارة العلاقات العامة في الجامعات انشاء اقسام وفقا للمهام الوظيفية لوسائل الاتصال كقسم للتعامل مع الصحافة وأخر مع الإذاعة وأخر لإعداد المواد التلفزيونية وقسم للتخطيط والبحوث وقسم للشئون الإجتماعية لتسهيل التعامل مع الاجهزة الاعلامية المختلفة .
 - ٢- من المهم لإدارة العلاقات العامة أن تضع أهدافاً واضحة تتماشى مع أهداف الجامعة مع التخطيط المسبق لبرامجها وأنشطتها الإتصالية التي تساعد في تطوير أداء الجامعة لتحقيق اهدافها.
 - ٣- إعطاء صلاحيات أكبر لإدارة العلاقات العامة حتى تشارك الإدارة العليا في صنع القرار وحل المشاكل والصعوبات والأزمات التي تواجه الادارات الاخرى في الجامعة .
- الكلمات المفتاحية : العلاقات العامة، العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، الاتصال في العلاقات العامة، الاتصال

Abstract

The researcher aimed in this study to know the effectiveness of public relations programs and communication activities in the developing of the performance of the higher education institutions (universities) the researcher had used study survey methodology and comprehensive inventory The research community consists from all public relations department in higher education institutions The study sample was selected by used the intentional sample, and the number of respondents was (25) .The researcher used a questionnaire as a main tool to know the respondents point of view the data was analyzed through the SPSS program, the most important result are:

- 1- The biggest difficulties that public relations facing in universities is the absence of apparent goals and plans for it is programs and activities this makes its functional role very weak .

- 2- The study demonstrated that the modern technical public relations using was promoted public relations performs and this reflected positively in universities preforms.
- 3- The study affirming that the communication activities of public relations have effective role in development the universities of Sudan,

The most important recommendations:-

- 1- Public relations administration in universities must to createdepartments according to the functional task to the means of communications such as department to deal with the press and broadcasting, and another to prepare TV programs and another department for communities to facilitate deal with different mean of communication.
- 2- The administration of public relations must put a clear goals that fit university goals with previous planning to its programs and communications activities which will help in developing the university's performs to achieve its goals.
- 3- Give greater powers to public relations management to participate senior managerial in making decision and find solutions for problems, difficulties and crises facing the other administrations in the university.

Keywords: Communications, Administration, Public Relationships

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة في عصرنا هذا وظيفة هامة للمؤسسات والشركات أياً كان نوعها، وخاصة العلاقات العامة التي تمارس نشاطاً أو خدمة لها ارتباط مباشر بالجمهور وتعد العلاقات العامة من العلوم المهمة في حياة البشرية ، حيث تهتم بالبشر وسلوكياتهم وميولهم ونشاطاتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وذلك من خلال البحوث والتخطيط وهذا يؤدي بدوره إلي أن تسير الحياة اليومية للإنسان على أعلى قدر من التنظيم والترتيب والتعايش المتبادل. وتعتبر إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي ، من الإدارات

المهمة التي تؤدي دورها بكل مهنية وتزيل الشك القائم بين الجامعة والمجتمع ، وتنقل الصورة الحقيقية عن الجامعة للمجتمع وتنقل وجهة نظر المجتمع الى إدارات الجامعة المختلفة ، وتعمل على آليه مهنية للتعامل الفعال بين الجامعة ومجتمعها .

مشكلة الدراسة : يعتبر نشاط العلاقات العامة من الأنشطة التي تواجه بعض المشكلات المرتبطة بمفهومها ووظائفها واساليب ممارستها والنظرة القاصرة الى فاعليتها إذن فما سبب هذه المعوقات والصعوبات التي تواجه العلاقات العامة ؟ أهى عدم معرفة موظفي العلاقات العامة بكيفية التواصل مع الجمهور ؟ ام عدم اهتمام الإدارة العليا بها ؟ أم إهمال جانب البحوث والتخطيط ؟ أم بسبب عدم توفر وسائل الإتصال الحديثة ؟ ولمعرفة كل ذلك كان لا بد من الوقوف على هذه المشكلات وفقاً لرؤى علمية منهجية واضحة وكان هذا منطلقاً لدراسة مسحية وصفية تحليلية عن فاعلية الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات التعليمية العالي بالتطبيق علي ادارة العلاقات العامة في عدد من الجامعات الحكومية

اهمية الدراسة : وتكمن أهمية هذه الدراسة في التعرف على مدى فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المساهمة في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي للكشف عن نقاط القوة لتعزيزها ونقاط الضعف لتقليلها ورفع نتائج ذلك للإدارة العليا. وتأتي أيضا أهمية هذه الدراسة أنها جهد متواضع من الباحث يساهم به في دعم الجهود البحثية للمزيد التوسع في مجال العلاقات العامة .

اهداف الدراسة :

١. التعرف على فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي

٢. إبراز العقبات والصعوبات التي تعترض قسم العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في وضع أو تنفيذ انشطتها الإتصالية .

٣. التعرف علي نوعية الوسائل الاتصالية التي تحرص ادارة العلاقات العامة علي استخدامها للتواصل مع الجماهير الداخلية والخارجية للجامعة .

٤. التعرف علي التقنيات الحديثة المستخدمة في ترقية وتطوير اداء عمل العلاقات العامة بالجامعة.

٥. التعرف علي ملامح الميزانية المخصصة لأنشطة و برامج العلاقات العامة .

تساؤلات الدراسة :

١/ ماهي وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي ؟

٢/ هل توجد فاعلية للأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة داخل وخارج الجامعة في تطويرها الجامعة ؟

٣/ هل توجد ميزانية مخصصة للأنشطة وخطط العلاقات العامة وبرامجها المتعددة ؟

٤/ ما هي أهم التقنيات الحديثة المستخدمة في ترقية وتطوير عمل العلاقات العامة في الجامعة؟.

منهج الدراسة :

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي.

أدوات جمع المعلومات:

الأدوات الثانوية: تعتمد هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية المتمثلة في جمع المعلومات والبيانات وهي المراجع العلمية ،والدراسات المختصة ، من كتب ومراجع ومعاجم ودوريات ومجلات ورسائل علمية ومقابلات.

الأدوات الأولية: اعتمد الباحث على :

الاستبانة: استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات عن عينة البحث .

حدود الدراسة :

الحدود الزمانية : من يناير ٢٠٢٠ الي يناير ٢٠٢١

الحدود المكانية : عدد من الجامعات الحكومية في ولاية الخرطوم (جامعة النيلين ، الخرطوم ، امدرمان الاهلية ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا)

مصطلحات ومفاهيم الورقة :

الفاعلية: لغة: هي مقدرة الشئ على التأثير .

إصطلاحاً: يقصد بها التأثير القوي على نفس المتلقي.(جابر ، ١٩٩٠ ، ص٤)

برامج العلاقات العامة: وهي مجموعة من البرامج المختلفة والمتنوعة بأشكال عديدة تقوم بها إدارة العلاقات

العامة وتقوم بتوصيلها لجمهوريها (عجوة ، كريمان ، ٢٠٠٥ ، ص ١٥)

العلاقات العامة:

إصطلاحاً: تطلق على جمهور المنظمة والعمليات التي تقوم بها هيئة أو مؤسسة لتنظيم العلاقات بينها وبين جمهور العاملين معها بهدف تحقيق علاقات ايجابية مع هذه الجماهير، وتقوم بهذا إدارات متخصصة تعنى عنايه فائقة لإستخدام وسائل الإتصال والإعلام المتنوعه لتحقيق مهمتها (عجوة ، كريمان ، ٢٠٠٥ ، ص١٠)

التطوير: هو معيار يقيس الفعالية المتعلقة بقدرة المنشأة على الإستجابة للطلبات الحالية ، وقد تكون هذه الطلبات بسيطة وقد تكون معقدة بحيث تتطلب اساليب وتقنيات حديث لمقابلتها المتزايدة، وكلما كانت المنشأة قادرة على مقابلة الطلبات والإحتياجات كلما كانت فعالة

مفهوم المؤسسة:

منظمة إجتماعية تتألف من خليط غير متجانس من الأفراد ثقافة وإنحداراً ويمتد ذلك الى إختلاف في اللغة والرأي والتطلع والأمني وكلها تنعكس على ما يتكون من صورة ذهنية عن المؤسسة وقد يكون لكل مجموعة مهنية قواعدها واتجاهاتها وتقاليدها وتراثها وسلوكها وردود أفعالها نحو أي تغيير والمؤسسة منظمة إجتماعية تعيش في بيئة إجتماعية وسط مجتمع معين يؤثر فيها وتؤثر فيه.

التعليم العالي:

التعليم العالي أو التعليم الجامعي هو مرحلة عليا من التعليم تدرس في الجامعات (علميه –حرفية – أهلية -تقنية –كليات)حيث يدرس الطالب فيها مجالاً متخصصاً يؤهله للعمل في إحدى ميادين العمل بعد

أن ينال إحدى الشهادات في تخصص معين (www.wikipedia.com)

الدراسات السابقة :

الدراسة الاولى :

دور العلاقات العامة و الإعلام في تحقيق أهداف المؤسسات التعليم العالي (موسي ، ٢٠١٥)

هدفت الدراسة الي معرفة دور العلاقات العامة والإعلام في المنظمات والمؤسسات الخاصة في مؤسسات التعليم العالي.والتركيز على الهدف الرئيسي للعلاقات العامة المتمثل في تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع بين إدارة الجامعة والطلبة.

والتعرف على طبيعة الأنشطة والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة.

وايضاً التعرف على أدوات الاتصال التكنولوجيا المستخدمة في دوائر العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي.

إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وهذا تابع من كونها تستهدف وصف الموقف أو الظواهر او

الأحداث وجمع الحقائق عنها .

ومن أهم نتائج الدراسة:

١- ايجاد علاقة ذات دلالة إحصائية بين قناعة الإدارة العليا وبين طبيعة الأنشطة والبرامج وبين إختيار

رجل العلاقات العامة الشخصي.

٢- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وجود دورات تدريبية متخصصة للعاملين وقدرة إدارة

العلاقات العامة على القيام بدورها.

علاقة الدراسة بموضوع البحث :

تلخصت العلاقة بين هذه الدراسة وموضوع البحث في الآتي:

اتفقت الدراسات في تناولها لموضوعة... دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي وركزت هذه الورقة علي معرفة دور العلاقات العامة في تطوير المؤسسات التعليم العالي الا أن العلاقات العامة الحديثة لها القدرة علي التغيير والتطوير اذا تم استخدام برامجها وانشطتها بالصورة الصحيحة وهدفت الدراسات الي معرفة الانشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة وما هي الوسائط التي تستخدمها لتواصل مع جمهوريها واتفقت الدراسات في استخدامهما للمنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي لمعرفة دور العلاقات العامة في الجامعات السودانية .

الدراسة الثانية :

(فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية) (محمد ، ٢٠١٤)

اهداف الدراسة :

التعرف على مدى إهتمام المؤسسات الأكاديمية ببرامج العلاقات العامة.

١ . تحديد مفاهيم سليمة للعلاقات العامة تتوافق مع ما تقدمه من أدوار تجاه المجتمع.

٢ . معرفة الفهم والإدراك وتعزيز الهدف المنوط به في المؤسسات الأكاديمية.

٣ . رصد واقع العلاقات العامة بالمؤسسات الأكاديمية.

٤ . تحديد أهم المعوقات التي تعاني منها الإدارات في المؤسسات الأكاديمية عند تنفيذها لبرامج العلاقات

العامة.

منهج الدراسة:-

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ليقوم هذا البحث على رصد حالة معينة سواء إن كانت وصفاً

أو خصائص مادية لأفراد الرأي أو مجموعات أو نشاطات إنسانية أو مؤسسة .

نتائج الدراسة:-

١. أثبتت الدراسة أن مستوى تأهيل موظفي العلاقات العامة وفقاً لمستوى الخدمة المقدمة متوسط.
٢. أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة تنفيذ برامجها تميزت بالتواضع.
٣. توصلت الدراسة أن نوع العلاقات التي تربط بين الإدارة العليا وإدارة العلاقات العامة وحضور الاجتماعات للإدارة العليا .
٤. . توصل الباحث إلى ان العلاقات العامة تركز على إستخدام وسائل الإتصال الجماهيرية على حساب الوسائل الأخرى

علاقات الدارسة السابقة بموضوع البحث:-

تناولت الدراسة السابقة فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية وهدفت للتعرف على مدى إهتمام المؤسسات الأكاديمية ببرامج العلاقات العامة ومعرفة ما إذا كان البرامج تتوافق مع ما تقوم به من ادوار تجاه المجتمع واتفقت الدراستان في أن كلاهما يسعيان الى معرفة فاعلية برامج وأنشطة العلاقات العامة ودورها تجاه هذه المؤسسات ولكن ركزت هذه الورقة على معرفة فاعلية العلاقات العامة في تطوير مؤسسات التعليم العالي . كما إنفق الدراستان على ادوات جمع البيانات والمعلومات وفي المنهج المستخدم

الاطار النظري :

العلاقات العامة :

تطور مفهوم العلاقات العامة خلال الحقب التاريخية المختلفة وتعددت وظائفها بشكل كبير، حتى غدت واحدة من أهم العلوم الإنسانية التي لا غنى للبشرية عنها، نتيجة لتعدد الحياة الإنسانية وكثرة الحروب

وبروز مشاكل البيئة، وكذلك وبروز العولمة التي أثرت على كافة مناحي الحياة، وأصبح العالم اصغر من قرية بل غرفة صغيرة بفعل التطور المذهل في تقانة الإتصالات والمعلومات فيما يعرف بحقبة مجتمع المعرفة والذي جاء كتطور لمجتمع المعلومات، وقد تعددت وظائف العلاقات العامة التي لم تعد تخلو منها مؤسسة قطاع عام او خاص، هذا وقد لخص العلماء وظائف العلاقات العامة في(البحث، التخطيط، الاتصال والتقييم)(الدليمي ، ٢٠٠٥ ، ص ٧).

البحث:

المقصود بالبحث هو تلك الدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية، فمثلاً النسبة للجامعات يمكن معرفة اتجاهات الرأي العام بين الأساتذة والطلبة، ويتصل بهذه الوظيفة أيضاً تحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما تقارير عنها، كما يدخل في صميم الأبحاث كذلك تقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية ووسائلها المختلفة مستخدمين في ذلك المقاييس الإحصائية الدقيقة

التخطيط:

(هو رسم العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة، وذلك عن طريق تحديد الأهداف، وتصميم البرامج الإعلامية المحققة لهذه الأهداف مع مراعاة التوقيت الزمني وتوزيع الاختصاصات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً. (محمد زين ، ٢٠٠٩ ، ص ٥٠)

التنسيق:

وهو عمل متكامل يقوم على الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي على اختلاف أدواره ومواقفه، من أجل توحيد الخطط والبرامج، وتبادل المعلومات للوصول إلى كسب التأييد والإقناع.

الإدارة:

وهي دور كبير تطلع به المؤسسة يرمي لتقديم الخدمات والمساعدة للإدارات لتؤدي وظائفها المرتبطة بال جماهير، تقديم المساعدة والعون في اختيار الموظفين ورفع قدراتهم وتطوير مهاراتهم.

الإنتاج:

وهو من الوظائف الجوهرية للعلاقات العامة، فهي تستخدم طيف واسع من الوسائل والأدوات التي تصل بها إلى الجماهير، وهي تشمل فنون العمل الصحفي والتلفزيوني والإذاعي على تعددها وسعتها، تستخدمها بشكل يتناسب مع محتوى الرسالة والجماهير الموجهة لها)

وظائف العلاقات العامة بشكل عام :

وتتدرج تحت هذه المهام مجموعة من الوظائف الرئيسية تقوم بها العلاقات العامة بشكل كبير وتختلف هذه الوظائف من مؤسسة إلى أخرى حسب الحجم والأهداف، وهي تتركز في قياس وتقييم وشرح إتجاهات الجماهير التي لها صلة بالمؤسسة (إلا أنه يمكن القول أنه مهما اختلفت الوظائف المحددة لإدارة العلاقات العامة من منظمة إلى أخرى فإن هنالك محوراً عاماً للاتفاق بين وظائف العلاقات العامة بصرف النظر عن طبيعة المنظمة التي تعمل بها فإنها ينبغي ان أن تسعى لتفسير الرأي العام واهتمامه واتجاهاته ومشكلاته

للإدارة، وان تشرح للرأي العام أهداف المنظمة وسياساتها وإنجازاتها وما تؤديه من خدمات وذلك من خلال ما تقوم به إدارة العلاقات العامة من بحوث الرأي العام وتجميع كافة البيانات والمعلومات اللازمة عن جماهيرها، وتخطيط البرامج الإتصاليه، ثم ممارسة العملية الإتصاليه مع جماهيرها المستهدفة (ومن اهم وظائف العلاقات العامة :

١. مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم بين المؤسسة وجماهيرها لتجعلها راضية عن إنتاج المؤسسة وسياستها والعاملين بها .

٢. تحقيق التوازن بين أهداف المؤسسة وأهداف ومصالح ورغبات واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها علاقة بالمؤسسة.

٣. تخطيط وتنفيذ برامج العلاقات العامة للإطمئنان على أنها تؤدي إلى تفاهم الجماهير وقبولهم.

٤. تزويد المشروع بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام .

٥. تشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة .

٦. تحسين العلاقات بين الإدارة والعاملين والعمل على تطوير شعور العاملين بالانتماء للمؤسسة عن

طريق تفهم مشاكلهم والمساهمة في حلها.(عجوة ، كريمان ، ٢٠٠٥ ، ص ١٥)

ويرى الدكتور (على عجوة) انها بصفة عامة تتشكل فيما يلي:

كل ما يمكن إحصاءه لتأكيد التفاهم المشترك بين المنظمة ومن يتعاملون معها سواء من المنظمة أو خارجها.

١. اكتشاف وإزالة العوامل التي تشكل مصدراً لسوء التفاهم .

٢. تقديم النصح والمشاركة في تقديم الصورة العامة عن المنظمة .
٣. العمل على توسيع دائرة تأثير أو نفوذ المنظمة بالوسائل الاتصالية الملائمة كالنشر والإعلان وغيرها.
٤. كل ما يؤدي إلى تحسين الاتصال بين المنظمة وجمهورها. (امام ، ١٩٥٨ ، ص ١١)
٥. ويذهب البعض إلى تحديد وظائف العلاقات العامة من خلال المحاور الأساسية للتخصصات الوظيفية الثلاثة على النحو التالي:

الوظائف الإعلامية :

١. توعية جمهور المنظمة بمخرجاتها (سلعا وخدمات) وكيفية الإنتفاع منها أو الإسهام في تطويرها .
٢. تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية بما يحقق مرونة التفاعل الإيجابي مع جمهور المنظمة .
٣. رفع كفاءة إستخدام وسائل الإتصال المتاحة بما يحسن من العلاقات مع الجمهور ويدفعها باتجاهات إيجابية .(حربي ، ١٩٩١ ، ص ٢٩)

وظائف الإستعلام :

١. إجراء البحوث المسحية لجمهور المنظمة أو الرأي العام وصولا إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها في المنظمة .
٢. تحليل مواقف الجمهور والرأي العام لتحديد الآثار المترتبة عليها وسبل معالجة الجوانب السلبية منها ودعم الإيجابية منها .

٣. تطوير تقنيات إستيعاب متغيرات مواقف الجمهور (حاجاته ورغباته).

ج- وظائف التنسيق :

١. ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمنظمة .
 ٢. تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بما يتفق مع موقعها في الهيكل التنظيمي للمنظمة وينسجم من بناء العلاقات العامة بين الوحدات المختلفة في الهيكل .
 ٣. برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى في المنظمة بما يمنع التداخل أو الإزدواجية وكذلك التعارض والتقاطع بينها .
 ٤. تنسيق فعاليات المتابعة ومراقبة برامج العلاقات العامة في إطار مراقبة البرامج الأخرى في المنظمة ومتابعتها.(حربي ، ١٩٩١، ص ٣٠)
- الاتصال في العلاقات العامة : تتعدد وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة التي تقوم إدارة العلاقات العامة في المنظمة بالإشراف علي إعدادها وتنفيذها ومن تلك الوسائل :

(١) النشرات الخاصة التي تصدرها المنظمة.(ابو اصبع ، ١٩٩٨، ص ١٢١)

(٢) الاتصال الهاتفي

(٣) الاجتماعات الدورية

(٤) الكتيبات .

(٥) الأحاديث والخطب العامة

(٦) الأحاديث أو الخطب العامة (البخشوني ، ٢٠٠٠م، ص٨٨)

(٧) الدعوات العامة والزيارات الإعلامية

(٨) المراسلات

(٩) المعارض

ويري الباحث ان للاعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي : الفيس - الانستغرام - تك توك - الواتساب وصفحات الانترنت -) لها دور فعال جد في عملية التواصل والتفاعل بين المنشأة و جماهيرها وذلك بعض أن انتشر استخدامها في الاونة الاخيرة واصبحت العديد من المؤسسات تعتمد عليه للوصول الي جمهورها

العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي

مفهوم التعليم العالي :

إن مما لا يختلف فيه اثنان أن المعرفة Knowledge كانت وما زالت لبنة لبناء التقدم وقوام تحضر المجتمعات ونقطة انطلاق للنهوض الحضاري علي مر العصور وتعاقب الاجيال ، كما أنها أحد الاركان الاساسية في الخلاص من التخلف التنموي .

وعلي هذا أولت المجتمعات المعاصرة ودول العالم أهمية كبيرة لإعلاء شأن المعرفة وتطوير أساليبها وطرق دراستها وفي ضوء ذلك تأسست مؤسسات تعليمية تهتم بالعلم والتعليم لتسد حاجة التعليم في جميع المستويات التعليمية ولتلبية مطالب الإنماء والرقى والتقدم لمجتمعاتهم .

وصارت المعرفة سمة العصر وإسماً يتسم به المجتمع الحالي وأطلق مجتمعنا الحالي إسم المجتمع

المعرفي . Knowledge society

وعلي اساس ذلك تعتبر مؤسسات التعليم العالي قمة السلم التعليمي - كماً وكيفاً وتنوعاً لكونها

مصدر إنتاج العقول النيرة ومصنع الاطر البشري المتميز ، ما دامت تتوخي وتسعي إلي :

• إثراء المعرفة وتنميتها

• إعداد الكفاءات العلمية المؤهلة ذاتياً قادرة علي إنجاز خطط التنمية البشرية المستدامة human

Development sustainable .

• ترسيخ وتطوير قاعدة البحث العلمي القابل للتطبيق الواقعي تمشياً مع متطلبات المجتمع

• وطالما تحاول تلك المؤسسات الإسهام في حل مشكلات المجتمع المزمنة .

إذاً ماذا تعني كلمة التعليم العالي ؟ أو مفهوم التعليم العالي ؟

إن التعليم العالي يقصد به التعليم الجامعي والتعليم في المعاهد والمراكز العليا إضافة إلي الدراسات

العليا Graduate Studies او كما يسمى الدراسات فوق الجامعية Post Graduate والتي تعني

كل مرحلة دراسية تلي مرحلة الجامعية الأولى التي يتابع الطلاب فيها دراستهم بإشراف أحد أعضاء

هيئة التدريس لنيل درجات عليا كدرجة الماجستير والدكتوراه أو ما يعادلها وفق منهج معلوم . (سنقر

، ١٩٨٤، ص ٣٣)

نشأة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي

تعود ممارسة العلاقات العامة إلي بدايات نشأة المجتمعات الإنسانية القديمة وعصور الحضارات البالية مثل ،الحضارة الفرعونية والمصرية والحضارة البابلية والحضارة اليونانية والحضارة الرومانية ،وكان نشاط العلاقات العامة في ذلك الوقت يتمثل في نقل أو توصيل المعلومات والأخبار والأوامر من زعماء القبائل والرؤساء إلي الجماهير مستخدمين وسائل بدائية مثل، الطبول والنار والرقص وما شابه ذلك.

أما العصور والوسطي فقد شهدت تنافساً أيديولوجياً وعقدياً وسياسياً ،كما أن الممارسات الدعوية والدينية كان لها دور كبير أدى بدوره إلي ارتفاع وتيرة نشاط العلاقات العامة وممارستها في ذلك العصر .

وفي العصر الحديث ابتداءً من بداية القرن العشرين ومروراً بالحربين العالميتين ،أضحت العلاقات العامة نشاطاً منظماً ووظيفة إدارية تؤدي دوراً فعالاً في إدارات المؤسسات المعاصرة وهكذا نمت وتحركت نتيجة التعقيد المتزايد للمجتمع المعاصر ونضوج الرأي العام وقوته المؤثرة .

يري بعض الكتاب والمهتمين بدراسة العلاقات العامة أن إنشاء أو ظهور جهاز العلاقات العامة في الجامعات كان في مستهل القرن العشرين او قبله بقليل ،وأنشأت بعض الجامعات مكاتب وإدارات للعلاقات العامة ولكن بشكل بدائي .ذكر Dennis L.wilcox وأصحابه في كتابهم العلاقات العامة : (استراتيجيات وتكتيكات تطبيقات) أن جامعة Harvard العريقة نشرت في عام 1641م نشرة كان هدفها حملة لجمع تبرعات ،كما أن في عام 1758م أصدرت جامعة king college المعروفة حالياً بجامعة Columbiya أول نشرة صحفية إعلانية أعلنت فيها عقد حفلة التوزيع بالشهادات .

وتعتبر ميتشجن Michigan university رائدة في هذا المضمار حيث اهتمت بأنشطة العلاقات

العامة في دعم الجامعة وتمويلها من قبل الموسرين والأغنياء .

إن للعلاقات العامة أهمية كبيرة في جميع المستويات التنظيمية للمؤسسات العليا والهيكل الإدارية

والهيئات العامة والجهات الحكومية والمنظمات المحلية والخيرية بل وحتى الافراد العاديين ، مع إختلاف

أنماط أنشطتهم وتعدد أغراضهم ،

فهذه الاهمية تتوقف علي حجم المنشآت وتعقد أعمالها وتنوع نشاطها وفق طموح المؤسسة لتطوير وتقوية

صلتها مع الجهات الأخرى ..

ومما ساهم في إبراز أهمية العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي نمو مستوي جمهور الرأي العام في

دخل إدارة تلك المؤسسات وشعورهم بالمسؤولية نحو إتجاه تعاملهم مع المؤسسة وفهم دورهم بأنهم طرف مهم

لا تتم الامور إلا بهم إضافة إلي المشاركة المتفاعلة و الإحساس الإيجابي الذي تلقته المؤسسات التعليمية

من قبل جمهورها الخارجي في الأونة الاخيرة الامر الذي جعل أهمية خلق تفاهم بين المؤسسات التعليم

العالي وجمهورها منصباً علي مصلحة واحدة لأن المؤسسات التعليمية لم تعد بمنأى عن التحديات والسلبيات

التي تواجه علي جمهورها .(البدر ، ١٩٩١م، ص ١١)

وعلي أي حال فإن أهمية العلاقات العامة في المؤسسات التعليم العالي أضحت أمراً لا يخفي علي الإدارات

العليا التي لها جهاز يقوم بمهنة العلاقات العامة نتيجة ما انجزته تلك الاجهزة من التقدم و الانجازات إزاء

الإدارة العليا من جهة ورفع أنشطتها الخارجية وتحسين أداء وظيفتها من جهة أخرى .

وقد اثبتت الدراسات والبحوث العديدة التي أجريت كدراسة تقييمية مدي أهمية العلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة ، في المؤسسات التعليمية فإن الاموال التي تصرف علي أنشطة وبرامج العلاقات العامة تعود بفائدة أكيدة علي المؤسسة أكثر بكثير مما انفقته في الاعلان احيانا .(حسين ، ١٩٩٥م ، ص٦٤)

يري الباحث عموماً، لا بد من زياد الإهتمام بوظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي فإنه يتحتم علي تلك المؤسسات أن تسلك الطرق والاساليب العلمية بغية تحسين أدائها وإستمرار عملها والحفاظ علي مكانتها مستفيدة من الوسائط المواتية والمناسبة لطبيعتها .

أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي:

الهدف (Goal) هو ما يسعى إليه أو يرغب الفرد او المؤسسة أو الهيئة في إنجازه او بعبارة أخرى هو النتائج النهائية Conclusive Results المراد تحقيقها بغض النظر عن الوسائل المتبعة للوصول إلي ذلك الهدف ، ولا يتصور في هذا العصر إنجاز عمل أو برامج أو تحقيق مشروع دون وضع الاهداف مسبقاً.

تشارك مؤسسات التعليم العالي غيرها في اهداف العلاقات العامة الاساسية ولكن تتفرد في نفس الوقت بأهداف أخرى تستلزمها طبيعة عملها و إتساع نشاطها إضافة جمهورها النوعي المتميز والمعقد ، كما وصف كوتليب Scott cuttlib وزملاءه بالبناء الجامعي وتركيبه المعقد كائتلاف عدد من القبائل التي فرضت ظروف ما أن يجتمعوا في مكان واحد مع تنافرهم لإن ((البناء الإداري فيها ليست له قوة الإنضباط اللازمة لما هو متوافر في المؤسسات الاخرى)). (الخطيب ، ٢٠٠٠م، ص٩٦)

ولهذا يقع علي عاتق جهاز العلاقات العامة عبئ كبير لتسيير تلك المهام المتكدسة والمتزاحمة وتنظيمها بشل يسهل علي الإدارات العليا تأدية وظيفتها علي النحو الصحيح .

وعلي ضوء ذلك فإن أهم الاهداف التي يجب علي مؤسسات التعليم العالي أن تراعي وتتطلق منها : -

١. توطيد العلاقات بالجهات المانحة (Donors):

٢. توسيع مدارك الطلاب والموظفين

٣. التنمية الثقافية :

٤. رعاية الطلاب إجتماعياً

٥. ربط الجامعة بالبيئة المحلية المحيطة بها

٦. السعي الي إستقطاب العقول العلمية والكفاءات المتخصصة

٧. توطيد وترسيخ الصلات مع ادارات وسائل الاتصال

٨. تعزيز مكانة المؤسسة .

الإجراءات المنهجية :

اولاً: منهج الدراسة : المنهج الوصفي باستخدام الاسلوب المسحي .

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع إدارات العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي (الجامعات

الحكومية)

عينة الدراسة :

اختار الباحث اربع جامعات حكومية (جامعة امدرمان الاهلية ، وجامعة النيلين وجامعة السودان
وجامعة الخرطوم)

أدوات جمع المعلومات:

الأدوات الثانوية: تعتمد هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية المتمثلة في جمع المعلومات
والبيانات وهي المراجع العلمية ،والدراسات المختصة ، من كتب ومراجع ومعاجم ودوريات ومجلات
ورسائل علمية ومقابلات.

الأدوات الأولية: اعتمد الباحث على :

أ/ الاستبانة: وتم استخدامها كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات عن عينة البحث والتي بلغ
حجمها (٢٥) مفردة تمثل الجامعات الحكومية المذكورة اعلاه واستخدمت الدراسة برنامج التحليل
الاحصائي SPSS لايجاد فاعلية العلاقات العامة في تطوير مؤسسات التعليم العالي .

عرض وتحليل البيانات ومناقشتها:

اولا: البيانات الاساسية

توزيع عينة البحث حسب النوع:

جدول رقم (١)

توزيع عينة البحث حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	15	60%
أنثى	10	40%
المجموع	25	100%

يتضح من الجدول رقم (1) أن نسبة الذكور من أفراد العينة بلغت 60% بينما نسبة الإناث من أفراد العينة بلغت 40%. مما يدل على أن أغلب أفراد العينة من الذكور وهذه النتيجة تتوافق مع ما يتطلبه عمل العلاقات العامة المكتبي والميداني

جدول رقم (٢)

يوضح توزيع العينة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
من 30 سنة فأقل	10	40%
من 31 - 40 سنة	7	33%
من 41 - 50 سنة	4	20%
من 51 - 60 سنة	2	8%
المجموع	25	100.0%

من الجدول رقم (٢) يتضح أن نسبة الذين أعمارهم أقل من 30 سنة بلغت 40% وهي فترة الشباب والعتاء والنشاط وهذا مؤشر جيد إذ أن الشباب أقدر من غيرهم علي تحمل أعباء العمل و33% أعمارهم من 40 - 31 سنة، و 20% أعمارهم من 50 - 41 سنة، وهذا مؤشر جيد يدل على الوعي والنضجو 8% أعمارهم من 60 - 50 سنة، مما يدل أن عينة البحث من الشباب.

توزيع عينة البحث حسب المؤهل العلمي:

جدول رقم(3)

(توزيع العينة حسب المؤهل العلمي)

النسبة المئوية	العدد	المؤهل العلمي
60%	15	جامعي
40%	10	فوق الجامعي
100.0%	25	المجموع

من الجدول رقم (3) يتضح أن 60% من افراد العينة المبحوثة من حملة الشهادات الجامعية ،وهذا يدل على أن التعليم العالي في السودان شهد توسعاً ملحوظاً مما انعكس بدوره علي زيادة عدد الجامعيين بالمؤسسات و 40% من حملة الشهادات فوق الجامعية، وهذا مؤشر جيد يدل علي اهتمام الموظفين بتطوير انفسهم اكاديميا .

توزيع عينة البحث حسب سنوات الخبرة:

جدول رقم (4)

(توزيع عينة البحث حسب سنوات الخبرة)

النسبة المئوية	العدد	سنوات الخبرة في التدريس
40%	10	أقل من 5 سنوات
24%	6	6 وأقل من 10 سنوات
24%	6	من 11 - 15 سنة
12%	3	أكثر من 15 سنوات
100.0%	25	المجموع

من الجدول رقم (٤) يتضح أن 40 % خبرتهم أقل من 5 سنوات، و 24% خبرتهم من 6 وأقل من 10 سنوات، و 24% منهم خبرتهم من 11 - 15 سنة و 12% منهم خبرتهم أكثر من 15 سنوات، ومن خلال هذه النسب يتضح أن الخبرة كافية تماماً للقيام بالمهام والوظائف على أكمل وجه وهذا يساهم من مهمة بقية الموظفين والعاملين كونهم يعملون مع أفراد ذوي خبرة وكفاءة.

توزيع عينة البحث حسب التخصص العلمي الدقيق:

جدول رقم (5)

(توزيع عينة البحث حسب التخصص العلمي الدقيق)

التخصص	العدد	النسبة المئوية
إعلام	8	32%
علاقات عامة	12	48%
إدارة عامة	5	20%
المجموع	25	100.0%

من الجدول يتضح أن 32 % تخصصهم الدقيق إعلام 48 % ، تخصصهم الدقيق علاقات وهذا مؤشر جيد

يدل علي إن الموظفين متخصصين وملمين علميا وعمليا بتخصصهم و 20 % تخصصهم الدقيق إدارة عامة

ثانياً : البيانات الموضوعية

جدول رقم (٦) يوضح دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء مؤسسات

التعليم العالي:

النسبة المئوية %	التكرار	يوجد دور للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي
8.0%	2	وافق
8.0%	2	وافق بشدة
36.0%	9	محايد
40.0%	10	لا اوافق
8%	2	لا اوافق بشدة
100.0%	25	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٦) أنه يحتوي على آراء افراد العينة حول العبارة يوجد دور للأنشطة الإتصالية

للعلاقات العامة في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي حيث معظم أفراد العينة المبحوثة بنسبة (٤٠%)

يوافقون بشدة بأن هنالك دور للأنشطة الإتصالية في تطوير أداء الجامعات و(٣٦%) يوافقون أيضاً على

ذلك وهذا يعني أن البرامج والأنشطة الإتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل وخارج البنك لها

دور واضح و فعال في ترقية وتطوير أداء الجامعات بينما بعضاً من أفراد العينة وبنسبة مئوية (٨%) لا يوافقون على أن للأنشطة الإتصالية دور في تطوير أداء الجامعة وهذه نسبة بسيطة من العدد الكلي.

جدول رقم (٧) يوضح نوعية الوسائط الاتصالية التي تحرص العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها

بالجامعات

النسبة المئوية %	التكرار	مانوعية الوسائط الاتصالية التي تحرص العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها بالجامعة
12.0%	3	الصحف
4.0%	1	الاذاعة
4.0%	1	التلفزيون
44.0%	11	الانترنت
20.0%	5	التلفون
12.0%	3	الهاتف السيار
4.0%	1	قيم مفقودة
100.0%	25	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٧) والذي يحتوي على آراء أفراد العينة حول العبارة أعلاه (٤٤%) من المبحوثين يقولون أن الإنترنت هو أكثر الوسائل الإتصالية التي تحرص العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها وبعده التلفون بنسبة بلغت (٢٠%) بينما تساوت الصحف والهاتف السيار بنسبة (١٢%) لكل وسيلة وايضاً تساوت نسبة الأذاعة والتلفزيون بنسبة (٤%) كل ذلك يشير الى الأهمية النسبية لوسائل الإتصال الجماهيرية التي تحرص إدارة العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها بالجامعة حيث أنها تركز على استخدام الانترنت أكثر ثم الهاتف السيار ثم الصحف ثم الإذاعة والتلفزيون وهذا يوضح أن هذه الجامعات تواكب التطور التكنولوجي في مجال وسائل الإتصال التي تستخدمها العلاقات العامة.

جدول رقم (٨) يوضح دور التقنية الحديثة المستخدمة في ترقية وتطوير اداء عمل العلاقات العامة

بالجامعات

النسبة المئوية%	التكرار	هل للتقنية الحديثة المستخدمة دور فيترقية وتطوير اداء عمل العلاقات العامة بالجامعة
84.0%	21	نعم
8.0%	2	الى حد ما
8.0%	2	لا
100.0%	25	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٨) والرسم البياني اعلاه والذي يحتوي على آراء افراد العينة حول العبارة هل للتقنية الحديثة دور في ترقية وتطوير أداء عمل العلاقات العامة بالجامعة حيث أن معظمهم يشيرون الى نعم بنسبة بلغت (٨٤%) وبينما تساوت اجابات المبحوثين في الى حد ما بنسبة (٨%) لكل إجابته وهذا يدل على أن التقنيات الحديثة المستخدمة داخل جهاز العلاقات العامة له دور في ترقية وتطوير اداء جهاز العلاقات العامة داخل الجامعة .

جدول رقم (٩) يوضح هل ترى ان المبالغ المخصصة لميزانية العلاقات العامة انها كافية لتنفيذ برامج

العلاقات العامة

النسبة المئوية%	التكرار	هل ترى ان المبالغ المخصصة لميزانية العلاقات العامة انها كافية لتنفيذ برامج العلاقات العامة
12%.0	3	كافية وتفيض عن الحاجة
4%.0	1	مطابقة لما تطلبه البرامج
%36.0	9	اقل من المطلوب
%48.0	12	لا توجد ميزانية
%100.0	25	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٩) والرسم البياني اعلاه والذي يحتوي على آراء افراد العينة حول العبارة أعلاه هل ترى أن المبالغ المخصصة لميزانية العلاقات العامة كافية لتنفيذ برامج العلاقات العامة حيث معظم آراء افراد العينة يشير الى لا توجد ميزانية لبرامج و الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة بنسبة (٤٨٪) بينما يرى بعضهم وبنسبة (٣٦٪) أن الميزانية أقل من المطلوب بينما يشير بعض أفراد العينة وبنسبة (١٢٪) أن الميزانية كافية وتفيض عن الحاجة بينما اشار بعضهم بنسبة (٤٪) الى مطابقة لما يتطلبه برامج العلاقات العامة وهذا دليل واضح على أن إدارة العلاقات العامة تواجه صعوبات في الميزانية وهذا ما جعلها لا تنفذ أنشطتها وخططها وبرامجها الإتصالية بالصورة المطلوبة

جدول رقم (١٠) يوضح أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم

العالى (الجامعات)

النسبة المئوية%	التكرار	المشاكل والمعوقات
٤٠٪	١٠	عدم وجود أهداف واضحة مرسومة
١٦٪	٤	قلة عدد الموظفين بالقسم
٢٥٪	٦	لا يوجد تخطيط للبرامج العلاقات العامة
٢٠٪	٥	عدم وجود دورات تدريبية مستمرة
١٠٠٪	٢٥	المجموع

يتضح من الجدول رقم (١٠) والذي يحتوي على آراء أفراد العينة حول العبارة أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في الجامعات بوجه عام حيث أن معظم أفراد العينة المبحوثة وبنسبة مئوية (٤٠%) يقولون أن أكبر المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة هي قلة عدد الموظفين بالقسم بينما يرى آخرون أن عدم وجود تخطيط للبرامج ومعظم الموظفين غير متخصصيين في العلاقات العامة وبنسبة مئوية (٢٥%) وآخرون يرون أن عدم وجود دورات تدريبية مستمرة ومتواصلة هي واحدة من أسباب قلة فهم الموظفين لمهامهم وبنسبة مئوية (٢٠%) من أفراد

أهم نتائج الورقة :

- (١) أكدت نتائج الدراسة أن من اكبر الصعوبات والمشكلات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات هي عدم وجود خطط واهداف مرسومة لبرامجها وانشطتها وهذا أضعف كثيراً من دورها الوظيفي.
- (٢) اثبتت نتائج الدراسة أن التقنيات الحديثة المستخدمة داخل جهاز العلاقات العامة لهالل دور في ترقية وتطوير اداء العلاقات العامة مما ينعكس إيجابياً على تطوير أداء الجامعات
- (٣) بينت نتائج الدراسة أنه يوجد دور فعال للأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء الجامعات .
- (٤) بينت الدراسة وبنسبة مقدرة عدم تخصيص ميزانية لإدارة العلاقات العامة لبعض الجامعات .
- (٥) كشفت نتائج الدراسة أن المبالغ المخصصة لميزانية العلاقات العامة ليست كافية لتنفيذ برامج العلاقات العامة وانشطتها.

أهم التوصيات :

- ١- من المهم لإدارة العلاقات العامة أن تضع أهداف واضحة تتماشى مع أهداف الجامعة مع التخطيط المسبق لبرامجها وأنشطتها الإتصالية التي تساعد في تطوير أداء الجامعات لتحقيق اهدافها.
- ٢- تقسيم المهام الوظيفية داخل إدارة العلاقات العامة بإعتبار الوسائل الإتصالية كأن هناك قسم للتعامل مع الصحافة وأخر مع الإذاعة واخر لإعداد المواد التلفزيونية وقسم للتخطيط والبحوث وقسم للشئون الإجتماعية.
- ٣- فصل إدارة العلاقات العامة من إدارة الخدمات وجعلها إدارة مستقلة قائمة بذاتها تتبع للإدارة العليا للجامعة.
- ٤- إعطاء صلاحيات أكبر لإدارة العلاقات العامة حتى تشارك الإدارة العليا في صنع القرار وحل المشاكل والصعوبات والأزمات التي تواجه الجامعة .
- ٥- وضع ميزانية منفصلة لإدارة العلاقات العامة ووسائل الحركة لتؤدي دورها الريادي في مؤسسات التعليم العالي .
- ٦- توفير سلطات وصلاحيات لموظفين العلاقات العامة للدخول للمؤسسات الدولية والمؤسسات الخاصة.

المصادر والمراجع

- أبو أصبع، خليل صالح، 1998 م ،العلاقات العامة للإتصال الانساني، ط1، عمان : دار الشروق للنشر
- إمام، إبراهيم، 1958 *فن العلاقات العامة*، ط1، القاهرة مكتبة الانجلوا
- البخشوني، حمدي عبد الحارث العلاقات العامة في الدول النامية (المكتبة الجامعية ، الإسكندرية ٢٠٠٠م).

البدري، حمود بن عبد العزيز، 1991م، أسس العلاقات العامة وتطبيقاتها، ط1 الرياض : معهد الإدارة العامة

حربي، محمد حسين، البياتي، ذنون، ١٩٩١م، العلاقات العامة المفهوم والتطبيقات، الموصل : دار

الحكمة للطباعة والنشر

حسين، محمد سمير، 1995، العلاقات العامة، ط2، القاهرة : عالم الكتب ..

الخطيب، سعاد راغب، 2000م، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، عمان : دار الميسرة للنشر والطباعة

الدليمي، عبد الرازق محمد، 2005م، العلاقات العامة والتطبيق، ط1، عمان : دار جديد للنشر

سنقر، صالحة، 1984، الدراسات العليا في الجامعات العربية مقوماتها ودورها في خدمة التنمية، دمشق :

المركز العربي لبحوث التعليم العالي

شلبي، كرم، 1989م، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق للنشر.

عبد الحميد، جابر، 1990م، معجم علم النفس والطب النفسي، القاهرة : دار النهضة للنشر.

علي عجوة، فريد كريمان، ٢٠٠٥م، كتاب إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط١ (القاهرة، عالم الكتب)

محمد، ادم نصر محمد، 2014م، فاعلية برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأكاديمية، جامعة افريقيا العالمية، كلية الاعلام.

محمد زين، منصور، ٢٠٠٩م، المنظور الإسلامي للعلاقات العامة

موسي ، حمزة سالم ، 2015م ، دور العلاقات العامة والإعلام في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي ، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية .

www.Wikipedia.com تاريخ الزيارة ٢٠٢١ /١/٢٠