



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية



مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاجتماعية
تخصص: علم اجتماع تنظيم وعمل

العنوان

واقع العلاقات العامة في الثانوية

دراسة ميدانية على أساتذة ثانوية لقرع محمد الضيف ببلدية الرباح - الوادي

الأستاذ المشرف :

- د. عربي خالد

اعداد الطلبة:

- عناد فؤاد

- طريلبي عبد المنعم

أعضاء اللجنة

الاسم واللقب	الرتبة	المؤسسة	الصفة
سالم يعقوب	أستاذ محاضر - أ -	جامعة الوادي	رئيسا
عربي خالد	أستاذ محاضر - ب -	جامعة الوادي	مشرفا ومقررا
مسعود زكري	أستاذ محاضر - ب -	جامعة الوادي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وعرفان

نحمد الله عزوجل على منه وعونه لاتمام هذا العمل.

إلى الذين وهبونا كل ما يملكون حتى نحقق لهم أمالهم ، إلى من كانوا يدفعوننا قدما نحو الامام لنيل المبتغى، إلى الذين سهر وعلى تعليمنا بتضحيات في سبيل العلم وتقديسهم له . إلى مدرستنا الأولى والثانية في الحياة. أبائنا وأمهاتنا جزاهم الله عنا خير الجزاء في الدارين؛ وإليهم نهدى هذا العمل المتواضع حتى ندخل على قلوبهم شيئا من السعادة

إلى إخواننا وأخواتنا وأصدقائنا الذين تقاسموا معنا أعباء الحياة كما نهدى ثمار جهودنا الأستاذنا د. غربي خالد الذي كلما أظلمت الطريق أمامنا نلجأ إليه فأنارها لنا وكلما دب اليأس في أنفسنا زرع فينا الأمل لنسير قدما وكلما سألنا عن معرفة زودنا بها وكلما طلبنا كمية من وقته الثمين وفره لنا بالرغم من مسؤولياته المتعددة

و إلى كل من يؤمن بأن بذور النجاح التغيير هي في ذاتنا وفي أنفسنا قبل أن تكون في أشياء أخرى

قال الله تعالى "إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم"

سورة الرعد الآية 11

الاهداء

"وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ" (إبراهيم: 7)

الحمد والشكر لله عز و جل
إلى التي ضححت بالسنين و صبرت رغم الألم
افتخري يا من دمعت عينيك
و يا من فضلك عمي حتى اللجم
إلى أمهاتنا أخصك بالشكر بعد الله عز وجل
والى عائلاتنا

ملخص الدراسة:

تتناول المذكرة واقع العلاقات العامة في ثانوية لقرع محمد الضيف، حيث تركز على أهمية هذه العلاقات داخل المؤسسات التعليمية. اعتمد البحث على منهج التحليل للبيانات المجمعة من استبيان تم توزيعه على 40 أستاذًا، وتم تسليم الاستمارات بشكل مباشر. أظهرت النتائج أن تعزيز العلاقات العامة يحقق نتائج إيجابية عديدة، مثل بناء صورة إيجابية للمدرسة تجذب المزيد من التلاميذ وأولياء الأمور وتعزز الثقة في المؤسسة، بالإضافة إلى تعزيز التواصل بين المدرسة والمجتمع مما يزيد من الشعور بالانتماء والمشاركة. كما يساهم في حشد الدعم المالي والمجتمعي، مما يُحسن البنية التحتية وجودة التعليم، ويعزز الأداء الأكاديمي من خلال خلق بيئة تعليمية إيجابية. تؤكد الدراسة على أهمية العلاقات العامة في تعزيز مكانة المؤسسة التعليمية وتحقيق نجاحات متعددة.

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة - ثانوية لقرع محمد الضيف - التواصل

ABSTRACT

The memorandum addresses the reality of public relations at Lqari Mohamed Dhiab Secondary School, focusing on the importance of these relationships within educational institutions. The research employed a data analysis approach based on a survey distributed to 40 teachers, with the questionnaires delivered directly. The results indicated that enhancing public relations yields numerous positive outcomes, such as building a positive image of the school that attracts more students and parents while boosting trust in the institution. Additionally, it strengthens communication between the school and the community, increasing feelings of belonging and participation. It also helps garner financial and community support, improving infrastructure and educational quality, and enhances academic performance by creating a positive learning environment. The study emphasizes the significance of public relations in enhancing the educational institution's status and achieving multiple successes.

Keywords

- Public Relations - Lqari Mohamed Dhiab Secondary School- Communication

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	
شكر وعران	
الاهداء	
أ	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية	
9	المبحث الأول: الأدبيات النظرية
9	أولاً- المفاهيم الأساسية
13	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية
13	أولاً- الدراسات السابقة
18	ثانياً- القيمة المضافة مقارنة مع الدراسات السابقة
الفصل الثاني:	
21	المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.
21	المطلب الأول: منهج، المجتمع وعينة الدراسة.
21	الفرع الأول: منهج الدراسة الميدانية.
21	الفرع الثاني: مجتمع الدراسة.
21	الفرع الثالث: عينة الدراسة.
22	المطلب الثاني: بناء أداة الدراسة.
23	المطلب الثالث: الأدوات المستخدمة في تحليل نتائج الإستهبان.
25	المبحث الثاني: دراسة و تحليل نتائج الاستبيان.
25	المطلب الأول: اختبار ثبات وصدق الاستبيان وعرض الخصائص العامة لعينة الدراسة.
25	الفرع الأول: اختبار صدق وثبات الإستهبان.
26	المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات
42	المبحث الثالث: مناقشة النتائج
44	خلاصة الفصل:

45	الخاتمة
49	قائمة المصادر المراجع
52	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
22	النتائج الإحصائية للاستمارات الإستبيان الموزعة.	01
26	نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ	02
26	تعمل الثانوية على ربط علاقات جيدة مع الجميع	03
27	جودة الاتصال بين الإدارة و العمال والطلبة حسنة	04
27	الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التواصل مهم	05
28	يقوم المكلف بالعلاقات العامة إلى تحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة.	06
29	يساهم المكلف بالعلاقات العامة في توفير بيئة عمل مناسبة	07
31	تسعى المؤسسة للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات	08
31	الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة تجدد بشكل دوري.	09
32	عمليات الاتصال مع الاولياء بالطرق الحديثة	10
33	عمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة.	11
33	وضع نشرات دورية حول نشاطات الثانوية	12
34	يقوم مكتب العلاقات العامة بإعلام مجلة دورية.	13
34	يقوم المكلف بالعلاقات العامة بإعلام التلاميذ مباشرة	14
35	تستخدم المؤسسة الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي	15
36	يتم التواصل مع الأساتذة عن طريق البريد الإلكتروني	16
36	تقوم دائرة العلاقات العامة بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها	17
37	تلجأ دائرة العلاقات العامة إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة	18
38	تتوفر المؤسسة على الانسجام و الترابط بين أوجه النشاط المختلفة داخلها	19
38	تستعمل دائرة العلاقات العامة الأنشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل	20
39	تقوم العلاقات العامة بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة	21
40	يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة	22
40	تعمل دائرة العلاقات العامة على تقييم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها	23

مقدمة

مقدمة:

إن العلاقات العامة تعتبر جزءًا أساسيًا من نشاط أي مؤسسة بغض النظر عن نشاطها أو اختصاصها. تساهم العلاقات العامة في بناء الصلات والتفاعلات مع الآخرين وتعزيز التواصل والتفاهم. على مر الزمن، تطورت العلاقات العامة لتتكيف مع التقدم في مختلف المجالات ولمواكبة زيادة حجم الإنتاج وتوسع الأجهزة الإدارية والمالية والاقتصادية والتعليمية. تاريخيًا، يمكننا أن نرى أن العلاقات العامة كانت موجودة منذ العصور القديمة. فقد وجد العلماء آثارًا في العراق ترجع إلى قبل الميلاد تشير إلى استخدام المزارعين لتقنيات العلاقات العامة في زراعة أراضيهم ومكافحة الآفات الزراعية. كما اهتمت الحضارة الفرعونية في مصر بتحسين سمعة الحكام ونشر سمعتهم الحسنة، وكان الإعلام والنشر أدوات هامة في تلك الحقبة. وفي اليونان، أدرك الأسكندر الأكبر أهمية الإعلام والنشر في بناء صورته العامة. وفي العصور القديمة العربي مكنا رؤية بعض الأمثلة على استخدام العلاقات العامة في العالم العربي. في العصور الإسلامية الأولى، استخدمت الخلافة الراشدة وسائل الاتصال والتواصل لبناء العلاقات مع الشعوب الأخرى ونشر الإسلام. وفي العصور اللاحقة، كانت العلاقات العامة تستخدم في تعزيز العلاقات بين الحكام والشعوب ونقل الأخبار والمعلومات. في العصور الحديثة، شهد العالم العربي تطورًا كبيرًا في مجال العلاقات العامة. أصبحت الدول والشركات والمنظمات العربية تدرك أهمية بناء العلاقات الجيدة مع الجمهور والمجتمع، والتواصل بشكل فعال لنعرض رؤيتها وأهدافها والتواصل مع العملاء والشركاء والمستثمرين والموظفين والجمهور بشكل عام. يتم استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات في ممارسة العلاقات العامة، بما في ذلك وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الاجتماعية والاتصالات الإلكترونية والأحداث والحملات الإعلانية.

بحيث تهدف العلاقات العامة إلى بناء صورة إيجابية للمؤسسة وتعزيز سمعتها ونشر رسالتها وقيمتها. تشمل مهام ممارسة العلاقات العامة تحليل السوق ودراسة الجمهور

المستهدف وتطوير استراتيجيات الاتصال المناسبة. كما تشمل العلاقات العامة أيضًا إدارة الأزمات والتعامل مع القضايا الصحفية وإدارة العلاقات الحكومية.

يمكن لممارسة العلاقات العامة أن تكون مفيدة في العديد من المجالات بما في ذلك الأعمال التجارية والحكومة والمؤسسات الغير ربحية والمنظمات الاجتماعية. فعلى سبيل المثال، يمكن لشركة أن تستخدم العلاقات العامة لزيادة وعي الجمهور بمنتجاتها وخدماتها وبناء علاقات قوية مع العملاء. ويمكن لمنظمة غير ربحية استخدام العلاقات العامة لجذب المتبرعين والمؤيدين ونشر رسالتها وآثارها الاجتماعية.

بشكل عام، تلعب العلاقات العامة دورًا هامًا في تعزيز التواصل والتفاهم وبناء العلاقات الجيدة بين المؤسسات والجمهور والمجتمع.

أولاً - الإشكالية:

العلاقات العامة هي علم ونشاط اتصالي ولد مع مطلع القرن العشرين. رغم ذلك، فهي كنشاط إعلامي لها جذور أقدم، حيث كانت تهدف إلى إقناع أفراد المجتمع بأفكار معينة، في الوقت الحاضر، العلاقات العامة تُعرّف بأنها الجهود المقصودة والمستمرة والمخططة التي تقوم بها إدارة المؤسسة. الهدف من هذه الجهود هو تحقيق التفاهم المتبادل وبناء علاقات سليمة بين المؤسسة والزبائن والجمهور الذي تتعامل معه داخلياً وخارجياً.

ويتم ذلك عن طريق النشر والإعلام والاتصال الشخصي، بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة وجمهورها. وتُعد العلاقات العامة إحدى الوظائف المهمة لإدارة المؤسسة، والتي تعمل على توثيق علاقاتها مع الجمهور الداخلي والخارجي، فالهدف النهائي هو خلق صورة طيبة عن المؤسسة في ذهن جمهورها، وفق التعامل الإنساني والأخلاقي، وذلك باستخدام مختلف وسائل الاتصال والإعلام المتاحة.

كما تعمل العلاقات العامة على تحقيق التوافق والتكيف بينها وبين الجماهير التي تتعامل معها وبهذا التوافق والتكيف يتوفر للمؤسسات المعاصرة المناخ النفسي الأكثر ملائمة لاستقرارها وتطورها تطورا سليما في حين يتوفر للجماهير المتعاملة معها حياة اجتماعية مشتركة، لذلك تسعى المؤسسات إلى دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير واتخاذ السياسات ورسم الخطط الكفيلة لتكوين الصورة الايجابية وهو هدف أساسي تسعى إلى تحقيقه كل المؤسسات من خلال الأداء الطيب الذي يتفق مع احتياجات الجماهير، والاستقرار لإثبات وجودها ليس فقط لتحقيق ربح مادي وانما للتعبير عن نفسها وخلق انطباع جيد في النفوس وعقول المتعاملين معها، وهذا لا يكون إلا بإتباع إستراتيجية اقتصادية اجتماعية تراعى فيها ليس الاحتياجات المادية فقط للجماهير وانما ضمان التردد والتعامل معها كهيكل اقتصادي يساعدها على المحافظة على اسمها ومكانتها بمعطيات ميدانية حقيقة تعبر عن الجهد المبذول من طرفها، مسخرة كل الهياكل والمصالح الإدارية والإعلامية من جهاز العلاقات العامة.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع العلاقات العامة في الثانوية، والتعرّف على مدى اعتماد الثانوية على العلاقات العامة في التعامل مع الجمهور، إضافة إلى التعرف على العراقيل التي تواجه الثانوية، وتبلغ أهمية دراستنا إلى أنها تعمل على تحسين أدائها وتحديد مسارها وعلاقتها مع الجمهور الداخلي والخارجي، وكذا قدرتها على الاستجابة للمتغيرات الحاصلة وتطوير العملية الاتصالية للمؤسسة.

وفي هذه الدراسة سيتم التركيز على العلاقات العامة في المجال الاجتماعي باعتبارها ظاهرة اجتماعية في المؤسسات الاجتماعية المختلفة، سواء كانت تهدف إلى تحقيق أهداف إنتاجية أو خدمية، وبالتحديد المؤسسات الاجتماعية الحكومية الخدمية. أي دراسة العلاقات العامة بها كخدمة اجتماعية لا بد من توفيرها. وهذا باعتبار أن الخدمة الاجتماعية مهنة تؤمن بقيمة الإنسان وتحترم نظم مجتمعه وجماهيره، تحتاج في مؤسساتها إلى معرفة تامة وفهم جيد لحاجة جماعاتها، ونفسية جماهيرها ودراسة اتجاهاتهم نحو المؤسسة، ومن ثم فهي تحتاج إلى استخدام العلاقات العامة بطريقة علمية ومنطقية.

ومما سبق يمكننا طرح إشكالية التالية:

ما هو واقع العلاقات العامة في ثانوية لقرع محمد الضيف؟

- أسئلة الدراسة وفرضياتها:

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية:

- 1- ما هو اتجاه الجمهور الداخلي لثانوية لقرع محمد الضيف نحو أنشطة العلاقات العامة؟
- 2 - ما هي الوسائل والأساليب الاتصالية التي تستخدمها ثانوية لقرع محمد الضيف في ممارستها للعلاقات العامة؟
- 3 ماهي المعوقات التي تحول دون تحقيق وظائف العلاقات العامة بثانوية لقرع محمد الضيف؟

- الفرضيات:

- 1 اتجاه الجمهور الداخلي نحو أنشطة العلاقات العامة لثانوية لقرع محمد الضيف سلبي.
- 2- تستخدم ثانوية لقرع محمد الضيف في نشاطها للعلاقات العامة العديد من الوسائل والأساليب الاتصالية الحديثة والالكترونية وغيرها.
- 3- هناك معوقات كثيرة على مستوى البحوث والاتصال والتنسيق والتخطيط والانتاج والتقويم لقرع محمد الضيف.

ثانيا- مبررات اختيار الموضوع:

موضوع العلاقات العامة في المؤسسة الاجتماعية، وتحديدًا في الثانوية كمؤسسة حكومية، هو موضوع هام يستحق البحث والتحليل. يهدف هذا النهج إلى مراجعة وتقييم ممارسة العلاقات العامة في الثانوية وتحديد النقاط القوية والضعف، وتحديد العوائق التي تواجه تنفيذها بشكل فعال، وتحديد الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتحسينها وتطويرها. من الواضح أن اختيار هذا الموضوع مترتب على عدة أسباب ومعايير. بعض الأسباب التي يمكن تحديدها على ضوء المعلومات التي قدمتها هي:

هناك نقص في الدراسات البحثية والمعرفية حول العلاقات العامة في المؤسسات التربوية في الجزائر.

تزايد حجم المؤسسات التربوية وتواجه المشاكل في العلاقات العامة: مع زيادة عدد الجماهير التي تتعامل مع المؤسسات التربوية في الجزائر خلال العشرية الأخيرة، قد يكون هناك ظهور مشاكل في العلاقات العامة بين تلك المؤسسات وجماهيرها. أهمية وجود حلقة وصل بين المؤسسة وجماهيرها بحيث يعزز وجود علاقات عامة قوية بين المؤسسة وجماهيرها الثقة والتفاعل الإيجابي، وهذا بدوره يمكن أن يؤثر على سيرورة المؤسسة وتحقيق أهدافها بشكل أفضل.

باختصار، يتعلق اختيار هذا الموضوع بالحاجة لتعزيز العلاقات العامة في المؤسسات التربوية في الجزائر، وفهم العوامل التي تؤثر في تلك العلاقات وتوفير الأسس العلمية لتحسينها. يستفيد من الدراسة كل من المؤسسة نفسها والجمهور الذي يتعامل معها.

ثالثاً - أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على واقع دائرة العلاقات العامة في الثانوية.
2. التعرف على العلاقة بين الطلبة ودائرة العلاقات العامة في الثانوية.
3. مدى معرفة الطلبة بنشاطات دائرة العلاقات العامة في مؤسساتهم التعليمية.
4. التعرف على خدمات ونشاطات دائرة العلاقات العامة وذلك من خلال التعاون المشترك بين جمهور الطلبة ودائرة العلاقات العامة في الثانوية.
5. الخروج باقتراحات وتوصيات تسهم في تطوير دور دائرة العلاقات العامة في الثانوية وخصوصاً تعاطيها مع الطلبة ومن ثم تعميمها على باقي الثانويات.

رابعاً - أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. الأهمية التي يشكلها الطلبة بالنسبة لأي ثانوية لا سيما اهتمام العلاقات العامة بهم، باعتبارهم مصدراً للتجديد الثقافي والعلمي والاجتماعي والاقتصادي للمجتمع.
2. أهمية دائرة العلاقات العامة في الثانوية لأنها تشكل قدراً من التكيف أو التوافق بين مواقف واتجاهات وسياسات الثانوية ومواقف واتجاهات وآراء الطلبة النوعية التي ترتبط بصالحهم المشتركة.
3. تلقي هذه الدراسة الضوء على أهمية العلاقات العامة في الثانوية، مما مكن الطلبة من فهم دور هذا الدائرة في ثانويتهم.
4. قلة الدراسات الإعلامية، لا سيما داخل الأردن حسب حدود علم الباحث - التي تكشف عن دور العلاقات العامة في الثانويات من خلال تقويم الطلبة للدائرة من طرفهم.

الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية

المبحث الأول: الأدبيات النظرية

أولاً- المفاهيم الأساسية

1- العلاقات العامة:

العلاقات العامة نشاط اتصالي يهدف الى توثيق الصلة بالمجتمع، ومن أجل تحقيق ذلك فإنها تعمل على ابراز الصورة المشرفة لها، كمؤسسة تخدم المجتمع وتعمل على صيانة مصالحه، ومن ناحية أخرى تعمل المؤسسة من أجل تعزيز هذه الصورة على أن تبرز حرصها على الصالح العام.¹

يرى بول جاريت Paul Garrett أحد رواد العلاقات العامة، والذي تولى مسئوليتها في شركة جنرال موتورز الامريكية عام 1931 أن «العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وانما هي الجهود المستمرة من جانب الادارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الاعمال التي تحظى باحترامه»².

وتعرف الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها " وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر وتهدف من خلالها المنشأة العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام بها من اجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق تعاون مثمر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها."³

التعريف الاجرائي:

وفي ضوء ما سبق يمكن أن استخلاص تعريف للعلاقات العامة تعريفا اجرائيا للعلاقات العامة يتحدد في النقاط التالية:

¹ خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، ط1، 1998، فلسطين، ص79.

² علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتاب، ط1، 1983، القاهرة، مصر، ص13.

³ أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار حامد، ط1، 2016، عمان الأردن، ص14.

- العلاقات العامة هي عملية قياس وتوصيل ونشر البيانات والمعلومات من وإلى الجماهير والتنظيمات في مجالات العمل المتعددة.
- تهدف العلاقات العامة إلى إيجاد توازن مستمر بين رأي المختصين والعاملين في المؤسسات من جهة، ورأي الجمهور من جهة أخرى. فالجمهور يحمل أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات والعاملين بها.
- تعد العلاقات العامة وسيلة هامة لتدريب وإعداد الجماهير لقبول أفكار وآراء جديدة وتشجيعهم على تحمل المسؤوليات المطلوبة في مجالات مختلفة. على سبيل المثال، في مجال الخدمة الاجتماعية.
- تضمن العلاقات العامة التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها وتعزز الترابط والتعاون بينهما. إنها عملية ضرورية لنجاح المهن المختلفة وبالتالي نجاح المنظمات في تحقيق أهدافها.

2- الاتصال:

ان كلمة الاتصال تحمل معان مختلفة ومتعددة، فقد تستعمل لمعنى الدراسة الأكاديمية أو النشاط التطبيقي الملازم لـ، أو بوصفها علما أو فنا أو علاقات إنسانية أو وسائل اتصال جماهيرية أو حاسبات آلية أو ارشادا نفسيا.

ومن هذه التعريفات نجد:

ان الاتصال هو عملية التي يتم من خلالها نقل رسالة عينة او مجموعة من الرسائل من مرسل او مصدر الى مستقبل، وهو عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة او فكرة او خبرة او أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي ان تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشتركا فيما بينها.¹

أما الاتصال في المجال الإداري او الاتصال في التنظيمات عموما، فيقصد به عادة تلك العملية التي تهف الى تدفق البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن

¹ زهير عبد اللطيف عابد، الاعلام الجماهيري، دار اليازوري، ط2، 2015، عمان-الأردن، ص22-23.

طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات (هابط، صاعد، أفقية) داخل الهيكل التنظيمي وخارجه بحيث تتيسر عملية التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين.¹

التعريف الإجرائي:

الاتصال الإجرائي هو عملية تبادل المعلومات والمفاهيم والأفكار بين الأفراد أو المجموعات بهدف تحقيق فهم مشترك وتبادل المعرفة. ينطوي الاتصال الإجرائي على إرسال واستقبال الرسائل والمعلومات عبر وسائط مختلفة مثل الكلام والكتابة واللغة الجسدية ووسائل الاتصال الإلكتروني.

يهدف الاتصال الإجرائي إلى تحقيق التفاهم والتواصل الفعال بين الأفراد أو الجماعات، ويعتبر أساسياً في جميع جوانب الحياة الشخصية والمهنية والاجتماعية. يتطلب الاتصال الإجرائي مهارات مثل الاستماع الفعال والتعبير الواضح وقدرة فهم الآخرين وتوجيه الرسائل بشكل مناسب للجمهور المستهدف.

3- المرحلة الثانوية:

تعتبر المرحلة الثانوية من أهم مراحل التعليم في حياة الفرد لأنها تغطي أهم مرحلة يمر بها ألا وهي فترة المراهقة أو كما يسميها البعض فترة المشكلات، فترة يعرف خلالها تغيرات عديدة فيزيولوجية، انفعالية واجتماعية، تغيرات قد ينجم عنها عدة مشكلات يحتاج خلالها التلميذ إلى الرعاية والاهتمام والتوجيه، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه المرحلة هي مرحلة بناء المشروع المستقبلي لدى التلميذ وبالأخص مشروعه الدراسي المهني مما يستوجب توفير خدمات إرشاد فعالة تحقق له النجاح والاستمرار في اختياراته بما يوصله إلى التوافق النفسي والاجتماعي.

تمتد هذه المرحلة غالباً من الثالثة عشر إلى نهاية الثامنة عشر من عمر التلميذ وهي تمثل مرحلة المراهقة عند الفرد الإنسان ويتم فيها إعداد التلاميذ إعداداً ثقافياً، مهنياً، وأخلاقياً ضماناً لدخولهم الدراسات العليا أو معترك الحياة والإفادة من قدراتهم الفكرية والعلمية

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، دار الخلدونية، ط4، 2013، الجزائر، ص17.

والحصول على المراكز الاجتماعية كل حسب قدراته واستعداداته وميوله ليستفيد المجتمع من مواهب كل فرد.

وتعتبر هذه المرحلة من أدق وأخطر المراحل في حياة التلاميذ بفعل التغيرات الأساسية التي تطرأ عليهم في هذه المرحلة، فالأزمات النفسية أو الظواهر الجسمية أو الحالات الانفعالية والحساسية الشديدة وغيرها من مشكلات السلوك، كل ذلك يجعلهم يتغيرون عن ذي قبل تغييراً جذرياً يشمل جميع نواحي حياتهم لهذا فإن الاهتمام في هذه المرحلة يجب أن يركز على مساعدة التلاميذ على مواصلة دراستهم بنجاح ومساعدتهم على حل مشاكلهم بأنفسهم وكشف قابليات كل فرد وتوجيهه توجيهاً تربوياً، نفسياً، واجتماعياً وهذا ما يعتبر أهم أهداف التربية الحديثة، لهذا ينبغي أن تستند جميع طرق التدريس، التخطيط التربوي المناهج الدراسية، أساليب التوجيه، على تفهم دقيق لطبيعة هذه المرحلة.¹

¹ فنطازي كريمة، العملية الإرشادية في المرحلة ودورها في معالجة مشكلات المراهق المتمدرس، دراسة ميدانية بمؤسسات التعليم الثانوي بولاية قسنطينة، أطروحة دكتوراه، تخصص علم النفس التربوي، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة، 2010/2011، ص 135-136.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية

أولاً- الدراسات السابقة:

من الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع:

1- دراسة جمال الدين بوزيد سنة 2013/2014:

بعنوان "واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية" بمؤسسة بريد الجزائر بتقريت ولاية ورقلة، قسمت هذه¹ الدراسة إلى ثلاثة (03) فصول، وانطلق الباحث من التساؤل الرئيسي: ما مدى تأثير العلاقات على تحقيق أهداف المؤسسة الخدمائية؟ وطرح التساؤلات التالية: ما هي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في مؤسسة بريد الجزائرية بتقريت كمؤسسة خدمائية؟

أكدت نتائج المبحوثين أن العمل بالعلاقات العامة يعتمد بنسبة 80% على المطبوعات. كشفت نتائجها على عدم وجود أخصائيين وخبراء في العلاقات العامة لا يشكل عائقا أمام العمل بها في المؤسسة.²

2- دراسة أمينة جعفر سنة 2014/2015:

بعنوان واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية"، قسمت هذه الدراسة إلى فصلين طرحت الإشكالية التالية: ما هو واقع العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟

بالإضافة إلى التساؤلات الفرعية و التي هي كالاتي:

1- ما المقصود بالعلاقات العامة؟

2- ما مدى أهمية العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية؟

3- ما هي وظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية؟

¹ عامر إبراهيم قنديلي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1993، ص168.

² جمال الدين بوزيد واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية، مذكرة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة)، 2013/2014.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- عدم وعي القيادة العليا لدى مؤسسة اتصالات الجزائر المركزية بأهمية (هذا الجهاز) العلاقات ضعف في ممارسة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدينة لعدم وجود حيز مكاني أو قسم خاص بالعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
- افتقار مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدينة إلى مختصين في العلاقات العامة بحكم قلة العمال بها، وعدم تخصيص مكانة لها.
- تقوم مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدينة بتوطيد العلاقات الإنسانية والاجتماعية داخلها، وتظهر جليا في العلاقات غير الرسمية بين العمال وبناء علاقات متواصلة قائمة على التقاهم المتبادل.¹

3- دراسة شذا سليم أبو سليم، سنة 2006:

بعنوان: "مدى تحقيق إدارة العلاقات لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين قسمت الدراسة إلى أربعة (04) فصول، وانطلق الباحث في دراستها بطرح التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة؟.

أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

- إدارة العلاقات العامة في الكليات موضع الدراسة تسعى إلى تحقيق السمعة الطيبة للكلية من خلال الإعلام عن أهدافها ونشاطاتها.
- نقص المؤهلات العلمية والشخصية لموظفي العلاقات العامة.
- التوظيف لأفراد إدارة العلاقات العامة في الكليات بشكل عشوائي غير مخطط.
- تعمل إدارة العلاقات العامة في الكليات موضع الدراسة على توطيد العلاقات بين العاملين.

¹ جمال الدين بوزيد واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية، مذكرة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة)، 2013/2014.

4- دراسة ورود عثمان شرباتي، 2011:

بعنوان "واقع العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية". احتوت الدراسة على أربعة (04) فصول، حيث طرحت التساؤل التالي: ما هو واقع العلاقات العامة الجامعات الفلسطينية العاملة في الضفة الغربية؟.

الضفة الغربية". احتوت الدراسة على أربعة (04) فصول، حيث طرحت التساؤل التالي: ما هو واقع العلاقات العامة الجامعات الفلسطينية العاملة في الضفة الغربية؟.

وقد خلصت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها: بين البحث أن اتجاهات العينة حول واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات في التنسيق مع المجتمع المحلي واقع مرتفع، أي أن دوائر العلاقات العامة تقوم بإجراء التنسيق مع المجتمع المحلي بمؤسساته المختلفة بصورة مرتفعة، وذلك بناء على العلاقة المميزة التي تربط الجامعة بمجتمعها المحلي لرفده بأفضل الكفاءات وتوفير الخريجين المتميزين أكاديميا وفنيا. أما بخصوص المؤسسات الأكاديمية فإن دوائر العلاقات العامة في الجامعات تقوم بالتنسيق مع المؤسسات الأكاديمية بصورة متوسطة وهي بحاجة إلى دعم وتوطيد هذه العلاقة لما لها من أثر إيجابي على تطوير الجامعة و الاستفادة من تجاربها و خبراتها.¹

وبين البحث العلاقة الجيدة التي تجمع الجامعات بمجموعة من الجهات المانحة المختلفة، ولكن هذه العلاقة بحاجة إلى بناء أكبر واستقطاب لجلب أفضل الفرص.

أكد البحث على أن واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات في التنسيق داخل المجتمع الداخلي للجامعة هو واقع متوسط، لأن الدائرة تقوم بدورها الأساسي مع جمهورها الداخلي من موظفين وطلاب.

¹ شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها، رسالة ماجستير في قسم إدارة الأعمال، غير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة - 2006.

5- دراسة مفيد بوغولة، سنة 2014/2015:

بعنوان: آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة". شملت الدراسة ثمانية (08) فصول، و طرح التساؤل التالي: ما هي آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة؟. وتلته مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- هل هناك مفهوم واضح عن وظيفة العلاقات العامة لدى الطلبة؟
- ما طبيعة الانطباعات الذهنية لدى الطلبة حول وظيفة العلاقات العامة؟
- ما طبيعة اتجاهات الطلبة نحو الاهتمام بممارسة وظيفة العلاقات العامة؟

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:¹

يرى طلبة الماستر بجامعة محمد الصديق بن يحيى بأن مهنة العلاقات العامة مهنة واضحة من حيث المفهوم.

يرى أفراد العينة بأن مهنة العلاقات العامة تهتم بالجمهور الخارجي أكثر من الداخلي، وهذا فهم خاطئ، هي تهتم بالجمهور الداخلي كاهتمامها بالجمهور الخارجي.²

يرى أفراد العينة أن مهنة العلاقات العامة مهنة ليس لها مكانة إدارية، إلا أنها سطحية ومهمشة.

6- دراسة الحسين حماش، سنة 2005/2006:

بعنوان: "واقع العلاقات العامة في مؤسسات و هيئات قطاع الشبيبة"، قسمت الدراسة إلى تسعة (09) فصول، وقد تم طرح التساؤل التالي: هل يمكن القول بأن ميدان العلاقات العامة مطبق تطبيقاً فعلياً في المؤسسات و الهيئات الشبانية؟. وخلصت الدراسة مجموعة من النتائج نذكر منها:

¹ ورود عثمان شرباتي واقع العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية، رسالة ماجستير تخصص إدارة أعمال، غير منشورة، جامعة الخليل، فلسطين، 2011.

² مفيد بوغولة، آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع العلاقات العامة، غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2014/2015

من بين القضايا التي ينشغل بها ميدان العلاقات العامة انشغالا جوهريا، نجد الحرص على الصدق والأمانة في إنجاز الأنشطة.

مؤسسات وهيئات الشبيبة تطبق إلى حد بعيد وبطريقة فعالية الجوانب التنظيمية الإدارية في أنشطتها العامة، وهذا ا يتطابق فعلا مع ما يرمي إليه ميدان العلاقات العامة في هذا الجانب. مؤسسات و هيئات الشباب تقوم بعمليات التخطيط لأنشطتها المختلفة، سواء كانت تنظيمية

أو إعلامية اتصالية أو ترفيهية ترويجية أو تكوينية تربوية إلى غيرها من النشاطات. ميدان العلاقات العامة غير مطبق فعليا في مجال التنظيم الإداري ومحال التخطيط في مؤسسات وهيئات الشبيبة.

الكثير من الأنشطة المنجزة من طرف مؤسسات وهيئات الشبيبة والموجهة لفائدة الجماهير العريضة من الشباب، إنما هي محل تركيز واهتمام العلاقات العامة وعليه فيمكن للمؤسسات والهيئات التابعة لقطاع الشباب أن تصل إلى أعلى مراتب التسيير وإلى أحسن مناهج وطرق العمل، إذا ما استغلت فوائد هذا الميدان وقامت بتوظيف العلاقات العامة أنجع توظيف.

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخريجين عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه خريجها؟

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج التي تجيب عن التساؤلات السابقة الذكر:

- دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة من خلال نشر إعلانات خاصة بطلبة الثانوية العامة عبر التلفاز، وتوزيع أقراص مرنة تعريفية بالجامعة على طلبة الثانوية العامة، والدور المطلوب منها تجاه استقطاب طلبة الثانوية العامة.

- دورها في بناء صورة إيجابية لدى الطلبة المسجلين فيها مشاركة الطلبة في الأنشطة التي تقوم عليها دائرة العلاقات العامة في الجامعة ونقل الصورة الحقيقية للجامعة ودورها تجاه الطلبة المسجلين.

- دورها في الحفاظ على صورة إيجابية لدى الطلبة الخرجين التواصل مع الخرجين عبر الوسائل المختلفة أو دعوة الخرجين للمشاركة في الأنشطة الجامعية، وتوفر عدة بيانات خاصة بالتواصل مع الخرجين.¹

ثانياً - القيمة المضافة مقارنة مع الدراسات السابقة:

تتفق دراستنا مع الدراسات السابقة في النتائج التي توصلت إليها، حيث أكدت أغلب الدراسات غياب العلاقات العامة وعدم تطبيقها في مجال التنظيم الإداري وذلك بنسب متقاربة، وكذا غياب متخصصين في مجال العلاقات العامة، كما أكدت أن الإدارات لا تعتمد على العلاقات العامة في ممارساتها، ما يجعلها تواجه عدة مشاكل وعراقيل في نشاطاتها ما يحول دون تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة. وهذا ما يثبت صحة فرضياتنا. إلا أن بعض النتائج التي توصلت إليها الدراسات هي وجود العلاقات العامة كالدراسات الفلسطينية، حيث أكدت وجود هذا الجهاز في إدارتها وتوسع إلى تطوير أنشطته ومهامه.

بناءً على ما طرحتم، يتضح أن البحث في واقع العلاقات العامة على مستوى الثانوية له قيمة مضافة مهمة مقارنة بالدراسات السابقة. وفيما يلي بعض أهم مجالات القيمة المضافة لهذا البحث:

- التركيز على فئة المراهقين والطلاب: معظم الدراسات السابقة ركزت على العلاقات العامة على المستوى المؤسسي أو التنظيمي، بينما هذا البحث يسلط الضوء على فئة المراهقين وطلاب المرحلة الثانوية، وهو أمر مهم لفهم واقع ممارسة العلاقات العامة في هذه المرحلة العمرية الحساسة.

¹ رافع أحمد أبو الزيت دراغمة: ي دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة، أطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة لاهاي، هولندا، 2011.

- الربط بين العلاقات العامة والتحصيـل الأكاديمي: هناك فرضية أن ممارسة العلاقات العامة بفعالية في المدارس الثانوية قد يكون لها دور في تحسين التحصيل الأكاديمي للطلاب، وهذا ما سيكشف عنه هذا البحث.
- تحديد التحديات والفرص: من خلال البحث في الواقع الفعلي للعلاقات العامة في المدارس الثانوية، سيتم تحديد أبرز التحديات التي تواجه ممارسة العلاقات العامة في هذا السياق، وكذلك الفرص المتاحة لتطوير هذه الممارسة.
- استشراف المستقبل: نتائج هذا البحث ستكون لها أهمية في استشراف مستقبل العلاقات العامة في المدارس الثانوية وتوجيه الجهود نحو تحسين هذه الممارسة.
- بشكل عام، يتضح أن البحث في واقع العلاقات العامة على مستوى المدارس الثانوية يمثل إضافة قيمة كبيرة للمعرفة في هذا المجال مقارنة بالدراسات السابقة، ما سيساهم في تطوير ممارسة العلاقات العامة في هذا السياق المهم.

الفصل الثاني:

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.

نوضح في هذا المبحث المنهجية التي سنتبعها في هذه الدراسة من خلال إبراز مجتمع وعينة الدراسة، كما نتطرق إلى طرق وجمع البيانات، إلى الأساليب الإحصائية المستعملة في تحليل البيانات الخاصة بالإستبيان.

المطلب الأول: منهج، المجتمع وعينة الدراسة.

سعيًا في هذا المطلب إلى عرض أسلوب الدراسة المتبع بغية الوصول إلى الأهداف بالإضافة إلى توضيح مجتمع وعينة الدراسة وفق ما يتطلبه موضوع بحثنا.

الفرع الأول: منهج الدراسة الميدانية.

إن المنهج يمكننا من تبسيط موضوع البحث والكشف على الحقائق العلمية وتحديد الأسباب والنتائج المترتبة عنها، نظرا لطبيعة موضوع بحثنا المتمثل في واقع العلاقات العامة داخل الثانوية، كما أن طبيعة الدراسة الميدانية التي يتطلبها موضوع بحثنا تركز على الإستبيان، لذلك سنعتمد على المنهج التحليلي للبيانات والمعلومات التي تم جمعها عن طريق الإستبيان.

الفرع الثاني: مجتمع الدراسة.

بكوننا نسعى من خلال دراستنا إلى واقع العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية، لهذا تم حصر مجتمع الدراسة على أساتذة ثانوية لقرع محمد الضيف.

الفرع الثالث: عينة الدراسة.

رغم الصعوبات التي واجهتنا في تحديد مجتمع الدراسة، إلا أننا سعيًا قدر الإمكان لجمع أكبر عدد ممكن مع مراعاة توفر أفراد العينة إلى الكفاءة المعرفية و العلمية لكي تمكنهم للإجابة على الإستبيان.

لقد قمنا بتوزيع 40 استمارة استبيان حيث اعتمدنا على تسليم المباشر للاستمارات لثانوية لقرع محمد الضيف بالرباح بالوادي و هذا ما مكننا من جمع استمارة استبيان بأقصى وقت ممكن.

بعد استرجاع استثمارات الموزعة تم حصر عدد الاستثمارات الملغاة ومنها الاستثمارات التي لم تسترجع، و الجدول يوضح لنا الإحصائيات الخاصة بالاستثمارات الإستبيان الموزعة وهي كما يلي:

الجدول رقم(01): النتائج الإحصائية للاستثمارات الإستبيان الموزعة.

البيان	التكرارات	النسبة المئوية
الاستثمارات الموزعة	40	100%
الاستثمارات الملغاة	2	5%
الاستثمارات غير مسترجعة	3	7.5%
الاستثمارات الصالحة للتحليل	35	87.5%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على استثمارات الإستبيان الموزعة.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الاستثمارات الموزعة بلغ عددها 40 استثمارة منها 35 استثمارة اعتبرت صالحة للتحليل أي ما يعادل نسبة 87.5%. أما الاستثمارات الباقية عددها 5 استثمارة ألغيت منها 2 استثمارات بمعدل 5%، ولم تسترجع 3 استثمارات أي ما يعادل نسبة 7.5%، يعود السبب إلى عدم فهم الموضوع من جهة أولاً مبالاة من جهة أخرى.

المطلب الثاني: بناء أداة الدراسة.

بغرض الوصول إلى الأهداف المرجوة لهذه الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة واثبات صحة أو عدم صحة الفرضيات، أعدنا استثمارة الإستبيان وتم توزيعها على عينة الدراسة، ولكي تكون الدراسة منظمة في شكل علمي قمنا بتصنيف استثمارة الإستبيان معتمدين على الإشكالية المطروحة والجوانب التي تطرقنا إليها في الفصل الأول مع مراعاة عدة نقط نذكر منها ما يلي:

✓ أن تكون عبارات الأسئلة تمت صياغتها بطريقة بسيطة وواضحة لتفادي الغموض أو

سوء الفهم.

✓ تجنب الأخطاء الإملائية قدر المستطاع لتكون لغة الإستبيان سليمة.

✓ الاعتماد على ترتيب الأسئلة وربطها بموضوع الدراسة الميدانية لتحقيق الأهداف المرجوة.

بعد الانتهاء من تصميم الإستبيان تم اللجوء إلى أساتذة مختصين للتأكد من الجانب الشكلي والتقني للاستمارة والتأكد من موضوعية الأسئلة وتغطيتها لجميع جوانب موضوع الدراسة. ينقسم الإستبيان إلى جزئين:

- الجزء الأول: يحتوى على 8 أسئلة تتعلق مكانة وفاعلية العلاقات العامة للمؤسسة
- الجزء الثاني: يحتوى على 8 أسئلة تتعلق بوسائل العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة.
- الجزء الثاني: يحتوى على 7 أسئلة تتعلق ب معوقات وظائف العلاقات العامة في الثانوية

المطلب الثالث: الأدوات المستخدمة في تحليل نتائج الإستبيان.

من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة قمنا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعرف "بأنه طريقة للبحث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة وملموسة ومتاحة للدراسة والقياس وسهولة الحصول عليها من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها، حيث يعتبر من أنسب الأساليب وأكثرها استخداما في دراسة وقياس الظواهر، ويتسم المنهج الوصفي التحليلي بالواقعية لأنه يدرس الظاهرة كما هي في الواقع، ويستخدم مختلف الأساليب المناسبة من كمية وكيفية للتعبير عن الظاهرة وتفسيرها من أجل التوصل إلى فهم وتحليل الظاهرة محل الدراسة، ويهدف البحث إلى دراسة واقع العلاقات العامة داخل الثانوية حيث اعتمد هذا البحث على نوعين أساسيين من البيانات:

1. **البيانات الثانوية:** تم الحصول عليها من خلال مراجعتنا للكتب والدوريات والمنشورات الورقية والإلكترونية والرسائل الجامعية و المقالات المتعلقة بالموضوع قيد البحث سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، والتي ساعدتنا في جميع مراحل البحث، والهدف من خلال اللجوء

للمصادر الثانوية في هذا البحث، هو التعرف على الأسس والطرق السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحديث في مجال بحثنا الحالي.

2. البيانات الأولية: تم الحصول عليها من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة من مجتمع الدراسة، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج "spss v.25" او باستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى الدلالات ذات قيمة، ومؤشرات تدعم موضوع محل الدراسة.

بعد الجمع النهائي للاستبيان من خلال الاستمارات القابلة للتحليل، اعتمدنا في عرض المعطيات وتحليلها على برنامج *Excel*، لكي نتمكن من معالجة المعطيات وتحويلها بشكل جداول وترجمتها إلى رسومات بيانية بهدف تسهيل عملية الملاحظة والتحليل للوصول إلى النتائج المرجوة كما اعتمدنا على مجموعة من أساليب المتاحة في برنامج spss v.25، كما يمكننا اختصار الأساليب التي تم استخدامها فيما يلي:

- اختبار بيرسون لقياس ارتباط العبارات و المحاور.
- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس الثبات.
- استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من الاستبيان.

المبحث الثاني: دراسة و تحليل نتائج الاستبيان.

نقوم في هذا المبحث بعرض جميع المعلومات البيانات الواردة في استمارة الاستبيان الصالحة وتحليلها مع عرض الخصائص العامة لعينة الدراسة، لاحظنا من الواجب إظهار مدى ثبات وصدق الاستبيان مع التطرق في آخر المبحث إلى اختبار صحة الفرضيات.

المطلب الأول: اختبار ثبات وصدق الاستبيان وعرض الخصائص العامة لعينة الدراسة.

قبل البدء في تحليل نتائج المتحصل عليها قمنا باختبار صدق وثبات العينة موضوع الدراسة.

الفرع الأول: اختبار صدق وثبات الإستبيان.

يتم التحقق من صدق وثبات الاستبيان من خلال:

أ- صدق الاستبيان:

يقصد بصدق أداة الدراسة مدى قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات التي وضعت من أجلها، ولهذا الغرض قمنا بالتأكد من صدق الاستبيان صدقا ظاهريا حيث قمنا بعرض الاستبيان على نخبة من الأساتذة المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة حماة لخضر بالوادي تألفت من استاذين (02) محكمين، وقد استجبنا لأرائهم وقمنا بإجراء ما يلزم من تعديل وحذف في ضوء المقترحات المقدمة، ليخرج الاستبيان في صورته النهائية. (انظر الملحق رقم)

ب- ثبات الاستبيان: اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).

يقصد بثبات أداة الدراسة أن يعطي الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الأداة يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد اعتمدنا على معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).

في حساب ثبات الاستبيان:

الجدول رقم (02): نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ

معامل الثبات ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	معامل الثبات الكلي
0.769	8	مكانة وفاعلية العلاقات العامة للمؤسسة
0.678	8	وسائل العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة
0.710	7	معوقات وظائف العلاقات العامة في الثانوية
0.618	23	معامل الثبات الكلي

المصدر: من إعداد بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.v25)

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0.6) بالنسبة للمحاور الثلاثة أما بالنسبة للاستبانة ككل قدر بـ 0.618 وبالتالي تتمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال يتيح لها تحقيق أهداف الدراسة وإمكانية ثبات النتائج التي تسفر عنها.

المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات

❖ الجزء الأول: مكانة وفاعلية العلاقات العامة للمؤسسة

الجدول (03): تعمل الثانوية على ربط علاقات جيدة مع الجميع

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	5	14.3
محايد	1	2.9
موافق	29	82.9
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 82.9 % من المبحوثين أقرروا بأن الثانوية تعمل على ربط علاقات جيدة مع الجميع، أما 14.3 % من المستجوبين لم يروا بأن الثانوية تعمل على ربط علاقات جيدة مع الجميع، أما نسبة 2.9 % فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن الثانوية تعمل على ربط علاقات جيدة مع الجميع وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن المدرسة تعمل علاقات جيدة مع الجميع أهمها: البرامج و الأنشطة التفاعلية، التواصل الفعال، القيادة المدرسية، مشاركة المجتمع، التجارب الايجابية.

الجدول (04): جودة الاتصال بين الإدارة و العمال والطلبة حسنة

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	4	11.4
محايد	7	20
موافق	24	68.6
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 68.6 % من المبحوثين أقررو بأن جودة الاتصال بين الادارة والعمال والطلبة حسنة، أما 11.4% من المستجوبين لم يرو بأن جودة الاتصال بين الادارة والعمال والطلبة حسنة، أما نسبة 20% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن جودة الاتصال بين الادارة والعمال والطلبة حسنة وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن جودة الاتصال جيدة داخل الثانوية منها: التواصل المفتوح والشفاف، الاستماع الفعال، استخدام التكنولوجيا الحديثة، القيادة الفعالة، بيئة مدرسية إيجابية.

الجدول (05): الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التّواصل مهم

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	5	14.3
محايد	4	11.4
موافق	26	74.3
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 74.3 % من المبحوثين أقرّوا بأن الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التّواصل مهم، أما نسبة 14.3% من المستجوبين لا يرون بأن الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التّواصل مهم، أما نسبة 11.4% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التّواصل مهم وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التّواصل مهم داخل الثانوية منها: تسهيل التّواصل بين الاطراف المختلفة، حل المشكلات بسرعة وفعالية، زيادة الوعي و التفاهم، توطيد العلاقات بين المدرسة و أولياء التلاميذ.

الجدول (06): يقوم المكلف بالعلاقات العامة إلى تحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	1	2.9
محايد	13	37.1
موافق	21	60
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 60 % من المبحوثين أقرّوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة، أما نسبة 2.9% من المستجوبين لا يرون بأن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة، أما نسبة 37.1% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن بأن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن بأن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة منها: الترويج للإنجازات النجاعات، بناء الوعي المجتمعي، تحسين البيئة الداخلية.

الجدول (07): للمكلف بالعلاقات الحرية في ربط الاتصال مع جميع الأطراف

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	13	37.1
محايد	5	14.3
موافق	17	48.6
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 48.6 % من المبحوثين أقرّوا بأن للمكلف بالعلاقات الحرية في ربط الاتصال مع جميع الأطراف،، أما نسبة 37.1% من المستجوبين لا يرون بأن للمكلف بالعلاقات الحرية في ربط الاتصال مع جميع الأطراف، أما نسبة 14.3% فلهم رأي آخر في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن بأن للمكلف بالعلاقات الحرية في ربط الاتصال مع جميع الأطراف، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن بأن للمكلف بالعلاقات الحرية في ربط الاتصال مع جميع الأطراف.

الجدول (08): يساهم المكلف بالعلاقات العامة في توفير بيئة عمل مناسبة

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	4	11.4
محايد	7	20
موافق	24	68.6
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 68.6 % من المبحوثين أقرّوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يساهم في توفير بيئة عمل مناسبة،، أما نسبة 11.4% من المستجوبين لا يرون بأن المكلف بالعلاقات العامة يساهم في توفير بيئة عمل مناسبة، أما نسبة 20% فلهم رأي آخر في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يساهم في توفير بيئة عمل مناسبة، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن المكلف بالعلاقات العامة يساهم في توفير بيئة عمل مناسبة. وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية منها: تحسين التواصل الداخلي، تعزيز روح الفريق، الاعتراف بالجهود والانجازات، خلق بيئة داعمة نفسياً، تشجيع التفاعل بين الادارة والموظفين.

الجدول (09): يحرص المكلف بالعلاقات العامة إلى إيصال المعلومة لجميع المعنيين

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	7	20.0
محايد	11	31.4
موافق	17	48.6
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 48.6 % من المبحوثين أقرّوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يحرص على إيصال المعلومة لجميع المعنيين،، أما نسبة 20% من المستجوبين فيرون عكس ذلك أي أن المكلف بالعلاقات العامة يحرص على إيصال المعلومة لجميع المعنيين، أما نسبة 20% فلهم رأي آخر في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يحرص على إيصال المعلومة لجميع المعنيين، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن المكلف بالعلاقات العامة يحرص على إيصال المعلومة لجميع المعنيين منها: ضمان الشفافية والمصداقية، تعزيز التواصل الفعال، تسهيل إتخاذ القرارات، تعزيز العلاقات مع المجتمع الخارجي التفاعل مع الجمهور.

الجدول (10): تسعى المؤسسة للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	4	11.4
محايد	7	20.0
موافق	24	68.6
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 68.6 % من المبحوثين أقرّوا بأن المؤسسة تسعى للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات، أما نسبة 11.4% من المستجوبين لا يرون بأن المؤسسة تسعى للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات، أما نسبة 20% فلم رأوا في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن المؤسسة تسعى للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات، وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الأغلبية بأن المؤسسة تسعى للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات. وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية منها: زيادة الكفاءة والانتاجية، تحسين جودة الخدمات، تسهيل الوصول إلى المعلومات، تعزيز التواصل الداخلي والخارجي الجزء الثاني: وسائل العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة

الجدول (11): الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة تجدد بشكل دوري.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	12	34.3
محايد	5	14.3
موافق	18	51.4
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن تقريبا نصف المستجوبين يرون أن الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة تجدد بشكل دوري وذلك بنسبة 51.4 % من المبحوثين أقرّوا بأن الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة تجدد بشكل دوري، أما 34.3% من المستجوبين يرون عكس ذلك، أما نسبة 14.3% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة تجدد بشكل دوري وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن المدرسة تعمل علاقات جيدة مع الجميع.

الجدول (12): عمليات الاتصال مع الاولياء بالطرق الحديثة

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	13	37.1
محايد	6	17.1
موافق	16	45.7
المجموع	35	100

من خلال الجدول يتضح بأن 45.7% من المبحوثين أقرّوا بأن عمليات الاتصال مع الاولياء تتم بالطرق الحديثة، أما 37.1% من المستجوبين لم يروا أن عمليات الاتصال مع الاولياء تتم بالطرق الحديثة، أما نسبة 17.1% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن عمليات الاتصال مع الاولياء تتم بالطرق الحديثة وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن عمليات الاتصال مع الاولياء تتم بالطرق الحديثة منها: السرعة والكفاءة، التواصل الفوري، المرونة وامكانية الوصول.

الجدول (13): عمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	13	37.1
محايد	8	22.9
موافق	14	40.0
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 40% من المبحوثين أقرروا بأن عمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة، أما نسبة 37.1% من المستجوبين لا يرون بأن عمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة، أما نسبة 22.9% فلم يكن لهم رأي في ذلك. نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بعمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد عمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة.

الجدول (14): وضع نشریات دورية حول نشاطات الثانوية

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	7	20.0
محايد	8	22.9
موافق	20	57.1
المجموع	35	100

من خلال الجدول يتضح أن 57.1% من المبحوثين أقرروا بأن وضع نشریات دورية حول نشاطات الثانوية تعتبر من العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة، أما نسبة 20% من المستجوبين لا يرون بأن وضع نشریات دورية حول نشاطات الثانوية تعتبر من العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة، أما نسبة 22.9% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن وضع نشریات دورية حول نشاطات الثانوية تعتبر من العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن وضع نشریات دورية حول نشاطات الثانوية تعتبر من العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة.

الجدول (15): يقوم مكتب العلاقات العامة بإعلام مجلة دورية.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	9	25.7
محايد	11	31.4
موافق	15	42.9
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن % 42.9 من المبحوثين أقررو بأن مكتب العلاقات العامة يقوم بإعلام مجلة دورية، أما نسبة 25.7% من المستجوبين لا يرون بأن مكتب العلاقات العامة يقوم بإعلام مجلة دورية، أما نسبة 31.4% فلهم رأي آخر في ذلك. نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن مكتب العلاقات العامة يقوم بإعلام مجلة دورية، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن مكتب العلاقات العامة بإعلام مجلة دورية.

الجدول (16): يقوم المكلف بالعلاقات العامة بإعلام التلاميذ مباشرة

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	8	22.9
محايد	5	14.3
موافق	22	62.9
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 62.9 % من المبحوثين أقرّوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بإعلام التلاميذ مباشرة، أما نسبة 22.9 % من المستجوبين لا يرون بأن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بإعلام التلاميذ مباشرة، أما نسبة 14.3 % فلهم رأي آخر في ذلك. نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بإعلام التلاميذ مباشرة. وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية منها: الحاجة إلى توصيل رسالة واضحة ومباشرة، بناء الثقة و الشفافية، الحصول على ردود فعل فورية، تعزيز المشاركة والاندماج.

الجدول (17): تستخدم المؤسسة الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	5	14.3
محايد	3	8.6
موافق	27	77.1
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 77.1 % من المبحوثين أقرّوا بأن المؤسسة تستخدم الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي، أما نسبة 14.3 % من المستجوبين فيرون عكس ذلك أي أن المؤسسة تستخدم الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي، أما نسبة 8.6 % فلهم رأي آخر في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن المؤسسة تستخدم الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن المؤسسة تستخدم الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (18): يتم التواصل مع الأساتذة عن طريق البريد الإلكتروني

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	10	28.6
محايد	10	28.6
موافق	15	42.9
المجموع	35	100

من خلال الجدول نلاحظ أن 42.9 % من المبحوثين أقرروا بأن التواصل مع الأساتذة يتم عن طريق البريد الإلكتروني، أما نسبة 28.6% من المستجوبين لا يرون بأن التواصل مع الأساتذة يتم عن طريق البريد الإلكتروني، أما نسبة 28.6% الباقية فلم رأوا في ذلك. نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن التواصل مع الأساتذة يتم عن طريق البريد الإلكتروني، وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الأغلبية بأن التواصل مع الأساتذة يتم عن طريق البريد الإلكتروني. وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية منها: سرعة التواصل، التوثيق، التنظيم، عدم الالتزام بأوقات محددة، قلة التواصل الشخصي.

❖ الجزء الثالث: معوقات وظائف العلاقات العامة في الثانوية

الجدول (19): تقوم دائرة العلاقات العامة بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	17	48.6
محايد	4	11.4
موافق	14	40.0
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 48.6% من المبحوثين أقرروا بأن دائرة العلاقات العامة لا تقوم بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها، أما 40% من المستجوبين يرون بأن دائرة

العلاقات العامة تقوم بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها، أما نسبة 11.4% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن دائرة العلاقات العامة لا تقوم بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن دائرة العلاقات العامة لا تقوم بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها أهمها: الموارد المحدودة، الأولويات، البيئة المدروسة، العوامل الخارجية، نقص الخبرة.

الجدول (20): تلجأ دائرة العلاقات العامة إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	11	31.4
محايد	4	11.4
موافق	20	57.1
المجموع	35	100

من خلال الجدول يتبين بأن 57.1% من المبحوثين أقرروا بأن دائرة العلاقات العامة تلجأ إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة، أما 31.4% من المستجوبين لم يروا بأن دائرة العلاقات العامة تلجأ إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة، أما نسبة 11.4% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن دائرة العلاقات العامة تلجأ إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن دائرة العلاقات العامة تلجأ إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة منها: بناء الثقة والارتباط، حل المشكلات وتلبية الشكاوي، تغيير السلوكيات والمواقف

الجدول (21): تتوفر المؤسسة على الانسجام و الترابط بين أوجه النشاط المختلفة داخلها

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	4	11.4
محايد	8	22.9
موافق	23	65.7
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 65.7 % من المبحوثين أقررو بأن المؤسسة تتوفر على الانسجام و الترابط بين أوجه النشاط المختلفة داخلها، أما نسبة 11.4% من المستجوبين لا يرون ذلك، أما نسبة 22.9% فلهم رأي آخر في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن المؤسسة تتوفر على الانسجام و الترابط بين أوجه النشاط المختلفة داخلها وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن المؤسسة تتوفر على الانسجام و الترابط بين أوجه النشاط المختلفة داخلها
الجدول (22): تستعمل دائرة العلاقات العامة الانشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	4	11.4
محايد	10	28.6
موافق	21	60.0
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 60 % من المبحوثين أقررو بأن دائرة العلاقات العامة تستعمل الانشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل،، أما نسبة 11.4% من المستجوبين فيرون عكس ذلك، أما نسبة 28.6% فلم يكن لهم رأي في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا أن دائرة العلاقات العامة تستعمل الأنشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن دائرة العلاقات العامة تستعمل الأنشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل.

الجدول (23): تقوم العلاقات العامة بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى

التعاون مع المؤسسة

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	4	11.4
محايد	10	28.6
موافق	21	60.0
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 60 % من المبحوثين أقررو بأن العلاقات العامة تقوم بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة، أما نسبة 11.4% من المستجوبين فيرون أن العلاقات العامة لا تقوم بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة، أما نسبة 28.6% فلهم رأي آخر في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن العلاقات العامة تقوم بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية أن العلاقات العامة تقوم بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة

الجدول (24): يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	8	22.9
محايد	3	8.6
موافق	24	68.6
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 68.6 % من المبحوثين أقرّوا بأنه يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة، أما نسبة 22.9% من المستجوبين لا يرون بأنه يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة، أما نسبة 8.6% فلم يروا رأي آخر في ذلك. نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأنه يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة، وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأنه يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة. وذلك راجع إلى عدة عوامل أساسية منها: الاهتمام الإداري، هيكل تنظيمي واضح، الطلب على خدمات العلاقات العامة، فرص التطوير الوظيفي.

الجدول (25): تعمل دائرة العلاقات العامة على تقويم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
غير موافق	11	31.4
محايد	7	20.0
موافق	17	48.6
المجموع	35	100

نلاحظ من خلال الجدول بأن 48.6 % من المبحوثين أقرّوا بأن دائرة العلاقات العامة تعمل على تقويم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها، أما نسبة 31.4% من المستجوبين

فيرون عكس ذلك أي أن دائرة العلاقات العامة لا تعمل على تقويم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها، أما نسبة 20% فلهم رأي آخر في ذلك.

نستنتج بأن غالبية المستجوبين صرحوا بأن دائرة العلاقات العامة تعمل على تقويم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها، وذلك راجع الى عدة عوامل أساسية قد تكون أسهمت في إعتقاد الاغلبية بأن دائرة العلاقات العامة تعمل على تقويم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها منها: الحاجة الى التحسين المستمر، المسائلة والشفافية، تكييف الاستراتيجيات... إلخ.

المبحث الثالث: مناقشة النتائج

1- من خلال تناولنا للمحور الأول قمنا بقياس عددا من المؤشرات و التي تم ترجمتها الى 8 أسئلة في الاستمارة، بدءا من السؤال الأول إلى غاية السؤال 8 للتعرف على مكانة وفاعلية العلاقات العامة للمؤسسة حيث تراوحت تقييمات المستجوبين لمكانة وفاعلية العلاقات العامة للمؤسسة لدى المستجوبين بين من يرى أن لها مكانة جيدة ومن يرى بأنه ليس لمكانة وفاعلية العلاقات العامة دور في المؤسسة ،

حيث تركزت الإجابات على أن الثانوية تسعى لربط علاقات جيدة مع الجميع وأن جودة الاتصال بين الادارة والعمال و الطلبة حسنة كما ركزت أيضا على أن المؤسسة تسعى للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات، بينما جاءت كل المهام المتعلقة بالمكلف بالعلاقات منخفضة مثل أن المكلف بالعلاقات العامة لا يسعى إلى تحسين صورة المؤسسة كما أنه لا يساهم في توفير بيئة عمل مناسبة وأنه لا يحرص على إيصال المعلومة لجميع المعنيين. وهو ما يقودنا إلى الاجابة على تساؤلنا وهو ان إتجاه الجمهور الداخلية للثانوية محل الدراسة تجاه مكانة وفاعلية العلاقات العامة ل المؤسسة ليس سلبي وأنه يسعى لتكريس هذه القيمة كما يسعى لتطويرها لدى الاجيال القادمة.

2- أما بخصوص المحور الثاني المتمثل في وسائل العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة، جاءت النتائج بشكل عام موافقة وهذا إن دل على شيء فهو يدل على هناك وسائل مستخدمة للعلاقات العامة في المؤسسة ،فقد استنتجنا من خلال الاستبيان أن غالبية المستجوبين أقررو بأن وسائل المؤسسة المستخدمة في العلاقات العامة تتجدد بشكل دوري وأن المؤسسة تقوم ببوضع نشرات دورية حول نشادات التلاميذ و أن المكلف بالعلاقات العامة يقوم بإعلام التلاميذ مباشرة و أن التواصل مع الاساتذة في غالب الاحيان يتم عن طريق البريد الالكتروني، بينما وافق الاقلية على أن عملية الاتصال والعلاقات العامة مع الاولياء لا تتم بطرق حديثة و أن المكلف بالعلاقات العامة لا يقوم باعلام مجلة دورية، وذلك راجع إلى عدة أسباب ربما لظروف المنطقة أو الوسائل والامكانيات المتاحة، ولذلك

يجب على المؤسسة القيام بعمل أكثر وتغيير ظروف أحسن للحصول على وسائل أفضل لاستخدامها في العلاقات العامة لها. وهو ما يبين أن المؤسسة تستعمل وسائل حديثة للعلاقات العامة في المؤسسة مثل وضع نشرات دورية حول نشاطات الثانوية و إستخدام الصفحة الرسمية لها ومواقع التواصل الاجتماعي والتواصل عبر البريد الالكتروني ولكنها غير كافية ويجب تطويرها لتحقيق نتائج أفضل.

3- أما بخصوص المحور الثالث المتمثل في معوقات وظائف العلاقات العامة في الثانوية فقد جاءت النتائج بشكل عام أقل تأييد من المحورين السابقين، كما تراوحت تقييمات المستجوبين على الفقرات التي بلغ عددها 7 فقرات بين بين موافق وغير موافق، حيث تمثل أفضل تقييم في أنه يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة وان المؤسسة تتوفر على الانسجام والترابط بين أوجه النشاط المختلفة داخلها و أن دائرة العلاقات العامة تستعمل الأنشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل وان ان العلاقات العامة تقوم باعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة بينما جاءت بباقي العبارات بين من ليس له رأي في من ليس له رأي و من يرى أن ليس هناك معوقات لوظائف العلاقات العامة في الثانوية

وهو ما يبين أن: هناك معوقات كثيرة على مستوى البحوث والاتصال والتنسيق والتخطيط و الانتاج و التقويم مثل مدى تقويم فاعلية برامجها في تنفيذ الأنشطة و الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة و اختيار أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة و ما إلى ذلك.

خلاصة الفصل:

في الأخير تأكد أن الدراسة الميدانية حاولت قدر الامكان التشخيص العلمي الدقيق لتقييم مكانة و فاعلية العلاقات العامة داخل ثانوية كركوبية خليفة بالرباح ، وأن تطوير العلاقات العامة بها يتطلب تضافر جهود جميع الأطراف المعنية، بما في ذلك الإدارة المدرسية والمعلمين والطلاب وأولياء الأمور والمجتمع المحلي .من خلال الاستفادة من الفرص المتاحة والتغلب على التحديات، كما يمكن لها أن تبني علاقات قوية مع مجتمعها وتحقيق نجاح كبير .

الخاتمة

الخاتمة:

في خضم التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم، وتزايد التحديات التي تواجه المؤسسات التعليمية، تبرز العلاقات العامة كأداة حيوية لبناء صورة إيجابية للمدرسة، وتعزيز تفاعلها مع محيطها.

أظهرت هذه الدراسة أن العلاقات العامة في الثانويات الجزائرية، رغم أهميتها، تواجه العديد من التحديات التي تعيق تحقيق أهدافها، ومن أبرز هذه التحديات: قلة الوعي بأهمية العلاقات العامة، والافتقار إلى الموارد المادية والبشرية، وصعوبة التواصل مع جميع الأطراف المعنية، والتركيز المفرط على الجانب الأكاديمي والتربوي، وتغير التكنولوجيا وتأثيرها على أساليب التواصل. ومع ذلك، فإن الدراسة كشفت أيضاً عن فرص واعدة لتطوير العلاقات العامة في هذا المجال. يمكن للثانوية محل الدراسة ولباقي المؤسسات التعليمية الاستفادة من قوة وسائل التواصل الاجتماعي، وبناء شراكات مع المجتمع المحلي والمؤسسات الأخرى، وتنفيذ برامج تطوعية، وتنظيم أنشطة ثقافية ورياضية، وتدريب الكوادر على مهارات الاتصال والتسويق والعلاقات العامة.

أظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسة محل الدراسة حينما تولي اهتماماً أكبر للعلاقات العامة تحقق نتائج أفضل على عدة مستويات:

- **بناء صورة إيجابية:** تساهم العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية للمدرسة، مما يجذب المزيد من التلاميذ وأولياء الأمور، ويعزز الثقة في المؤسسة.
- **تعزيز التواصل:** تساعد العلاقات العامة في بناء جسور التواصل بين المدرسة والتلاميذ وأولياء الأمور والمجتمع، مما يزيد من الشعور بالانتماء والمشاركة.
- **حشد الدعم:** تساعد العلاقات العامة في حشد الدعم المالي والمجتمعي للمؤسسة التعليمية، مما يساهم في تطوير البنية التحتية وتحسين جودة التعليم.
- **تحسين الأداء الأكاديمي:** يمكن للعلاقات العامة أن تساهم بشكل غير مباشر في تحسين الأداء الأكاديمي للتلاميذ من خلال خلق بيئة تعليمية إيجابية وداعمة.

التوصيات:

- تطوير استراتيجيات تواصل شاملة: بناء استراتيجيات تواصل واضحة تستهدف جميع الأطراف المعنية.
- تدريب الكوادر: توفير برامج تدريبية مستمرة للكوادر الإدارية والمعلمين على مهارات العلاقات العامة.
- تخصيص ميزانية كافية: تخصيص ميزانية مخصصة للأنشطة المتعلقة بالعلاقات العامة.
- تقييم الأداء بشكل دوري: تقييم أداء برامج العلاقات العامة بشكل دوري لضمان فعاليتها.
- بناء شراكات استراتيجية: بناء شراكات مع المؤسسات الحكومية والخاصة والمؤسسات غير الحكومية.
- الاستفادة من التكنولوجيا: الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في إدارة العلاقات العامة.

آفاق البحث:

- دراسة تأثير العلاقات العامة على التحصيل الدراسي.
 - دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة المدرسية.
 - دراسة تحديات العلاقات العامة في المدارس الخاصة والمدارس الحكومية.
 - دراسة تأثير الأزمات على العلاقات العامة المدرسية.
- في الختام، يمكن القول إن العلاقات العامة تمثل استثماراً طويلاً الأجل في سمعة المدرسة ونجاحها. من خلال بناء علاقات قوية مع مختلف الأطراف المعنية، يمكن للمدارس أن تحقق أهدافها التعليمية وتلعب دوراً فعالاً في تنمية المجتمع.
- توصي هذه الدراسة بضرورة إيلاء العلاقات العامة الاهتمام اللازم في الثانويات الجزائرية، وتخصيص الموارد اللازمة لتطويرها. إن الاستثمار في العلاقات العامة ليس

مجرد خيار، بل هو ضرورة ملحة لضمان استمرارية المؤسسات التعليمية ونجاحها في تحقيق أهدافها.

تفتح هذه الدراسة آفاقاً جديدة للبحث في مجال العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية، وتدفع نحو المزيد من الدراسات التي تستكشف جوانب مختلفة لهذا المجال الحيوي.

قائمة المصادر المراجع

- 1) رافع أحمد أبو الزيت دراغمة: ي دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة، أطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة لاهاي، هولندا، 2011.
- 2) أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار حامد، ط1، 2016، عمان الأردن.
- 3) جمال الدين بوزيد واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية، مذكرة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة)، 2013/2014.
- 4) خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، ط1، 1998، فلسطين.
- 5) زهير عبد اللطيف عابد، الاعلام الجماهيري، دار اليازوري، ط2، 2015، عمان-الأردن.
- 6) شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها، رسالة ماجستير في قسم إدارة الأعمال، غير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة - 2006.
- 7) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1993.
- 8) علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتاب، ط1، 1983، القاهرة، مصر.
- 9) فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، دار الخلدونية، ط4، 2013، الجزائر.
- 10) فنطازي كريمة، العملية الارشادية في المرحلة ودورها في معالجة مشكلات المراهق المتمدرس، دراسة ميدانية بمؤسسات التعليم الثانوي بولاية قسنطينة، أطروحة دكتوراه، تخصص علم النفس التربوي، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة، 2010/2011.

- (11) مفيد بوغولة، آراء الطلبة في وظيفة العلاقات العامة، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع العلاقات العامة، غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2014/2015
- (12) ورود عثمان شرباتي واقع العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية، رسالة ماجستير تخصص إدارة أعمال، غير منشورة ، جامعة الخليل، فلسطين، 2011.

الملاحق

الملحق رقم 01 : الاستبيان

الرقم	العبارة	غير موافق	موافق	محايد
مكانة وفاعلية العلاقات العامة للمؤسسة				
1	تعمل الثانوية على ربط علاقات جيدة مع الجميع.			
2	جودة الاتصال بين الإدارة و العمّال والطلبة حسنة			
3	الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التّواصل مهم.			
4	يقوم المكلف بالعلاقات العامة إلى تحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة.			
5	للمكلف بالعلاقات الحرة في ربط الاتصال مع جميع الأطراف.			
6	يساهم المكلف بالعلاقات العامة في توفير بيئة عمل مناسبة.			
7	هل يحرص المكلف بالعلاقات العامة إلى إيصال المعلومة لجميع المعنيين.			
8	تسعى المؤسسة للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات			
وسائل العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسة				
9	الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة تجدد بشكل دوري.			
11	عمليات الاتصال مع الاولياء بالطرق الحديثة			
11	عمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة.			
12	وضع نشریات دورية حول نشاطات الثانوية.			
13	يقوم مكتب العلاقات العامة بإعلام مجلة دورية.			
14	يقوم المكلف بالعلاقات العامة بإعلام التلاميذ مباشرة.			
15	تستخدم المؤسسة الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي.			
16	يتم التواصل مع الأساتذة عن طريق البريد الالكتروني.			
معوقات وظائف العلاقات العامة في الثانوية				
17	تقوم دائرة العلاقات العامة بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها			
18	تلجأ دائرة العلاقات العامة إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة			
19	تتوفر المؤسسة على الانسجام و الترابط بين أوجه النشاط المختلفة			

			داخلها	
			تستعمل دائرة العلاقات العامة الانشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل	21
			تقوم العلاقات العامة بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة	21
			يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة.	22
			تعمل دائرة العلاقات العامة على تقويم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها	23

الملحق رقم 02 : معامل الفا كرونباخ

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.769	8	.710	7

الملحق رقم 02 : التكرارات والنسب المئوية

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.678	8

تعمل الثانوية على ربط علاقات جيدة مع الجميع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	5	14.3	14.3	14.3
محايد	1	2.9	2.9	17.1
موافق	29	82.9	82.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

جودة الاتصال بين الإدارة و العمال والطلبة حسنة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	4	11.4	11.4	11.4
محايد	7	20.0	20.0	31.4
موافق	24	68.6	68.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز التواصل مهم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	5	14.3	14.3	14.3
محايد	4	11.4	11.4	25.7
موافق	26	74.3	74.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

يقوم المكلف بالعلاقات العامة إلى تحسين صورة المؤسسة من خلال الأنشطة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	غير موافق	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	13	37.1	37.1	40.0
	موافق	21	60.0	60.0	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

للمكلف بالعلاقات الحرية في ربط الاتصال مع جميع الأطراف.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	13	37.1	37.1	37.1
	محايد	5	14.3	14.3	51.4
	موافق	17	48.6	48.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يساهم المكلف بالعلاقات العامة في توفير بيئة عمل مناسبة.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	4	11.4	11.4	11.4
	محايد	7	20.0	20.0	31.4
	موافق	24	68.6	68.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

هل يحرص المكلف بالعلاقات العامة إلى إيصال المعلومة لجميع المعنيين.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	7	20.0	20.0	20.0
	محايد	11	31.4	31.4	51.4
	موافق	17	48.6	48.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تسعى المؤسسة للتطور باتباعها التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	4	11.4	11.4	11.4
	محايد	7	20.0	20.0	31.4
	موافق	24	68.6	68.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة تجدد بشكل دوري.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	12	34.3	34.3	34.3
	محايد	5	14.3	14.3	48.6
	موافق	18	51.4	51.4	100.0

Total	35	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

عمليات الاتصال مع الأولياء بالطرق الحديثة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	13	37.1	37.1	37.1
محايد	6	17.1	17.1	54.3
موافق	16	45.7	45.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

عمليات العلاقات العامة مع الأولياء حديثة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	13	37.1	37.1	37.1
محايد	8	22.9	22.9	60.0
موافق	14	40.0	40.0	100.0
Total	35	100.0	100.0	

وضع نشریات دورية حول نشاطات الثانوية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	7	20.0	20.0	20.0
محايد	8	22.9	22.9	42.9
موافق	20	57.1	57.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

يقوم مكتب العلاقات العامة بإعلام مجلة دورية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	9	25.7	25.7	25.7
محايد	11	31.4	31.4	57.1
موافق	15	42.9	42.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

يقوم المكلف بالعلاقات العامة بإعلام التلاميذ مباشرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	8	22.9	22.9	22.9
محايد	5	14.3	14.3	37.1
موافق	22	62.9	62.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تستخدم المؤسسة الصفحة الرسمية لها و مواقع التواصل الاجتماعي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	5	14.3	14.3	14.3
محايد	3	8.6	8.6	22.9
موافق	27	77.1	77.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

يتم التواصل مع الأساتذة عن طريق البريد الإلكتروني

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	10	28.6	28.6	28.6
محايد	10	28.6	28.6	57.1
موافق	15	42.9	42.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تقوم دائرة العلاقات العامة بإجراء بحوث للوصول إلى حقائق بعينها

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	17	48.6	48.6	48.6
محايد	4	11.4	11.4	60.0
موافق	14	40.0	40.0	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تلجأ دائرة العلاقات العامة إلى الاتصال الشخصي المباشر بالطلبة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	11	31.4	31.4	31.4
محايد	4	11.4	11.4	42.9
موافق	20	57.1	57.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تتوفر المؤسسة على الانسجام و الترابط بين أوجه النشاط المختلفة داخلها

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	4	11.4	11.4	11.4
محايد	8	22.9	22.9	34.3
موافق	23	65.7	65.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تستعمل دائرة العلاقات العامة الانشطة الادارية التي تقود للاختيار الامثل

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	4	11.4	11.4	11.4

محايد	10	28.6	28.6	40.0
موافق	21	60.0	60.0	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تقوم العلاقات العامة بإعداد البرامج ونشر المعلومات بقصد دعوة الجماهير إلى التعاون مع المؤسسة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	4	11.4	11.4	11.4
محايد	10	28.6	28.6	40.0
موافق	21	60.0	60.0	100.0
Total	35	100.0	100.0	

يتم توفير أفراد مؤهلين لإدارة العلاقات العامة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	8	22.9	22.9	22.9
محايد	3	8.6	8.6	31.4
موافق	24	68.6	68.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تعمل دائرة العلاقات العامة على تقويم مدى فاعلية برامجها في تنفيذ انشطتها

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	11	31.4	31.4	31.4
محايد	7	20.0	20.0	51.4
موافق	17	48.6	48.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	