

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



مذكرة ماستر

العلوم الإنسانية والاجتماعية
علوم إنسانية: علم المكتبات
ادارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات
رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:
بازة فاطمة الزهراء
يوم: 01/07/2019

العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء في المكتبات
الجامعية : دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية لجامعة محمد
بوضياف -بالمسيلة-

لجنة المناقشة:

مقرر	جامعة محمد خيضر	أ.مح أ	بوعافية السعيد
رئيس	جامعة محمد خيضر	أ. مح أ	صغيري الميلود
مناقش	جامعة محمد خيضر	الرتبة	مسعودي كمال

جامعة محمد خيضر بسكرة

أدخل الكلية

أدخل القسم



مذكرة ماستر

العلوم الإنسانية والاجتماعية
علوم إنسانية: علم المكتبات
إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:

بازة فاطمة الزهراء

يوم: 01/07/2019

العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء في المكتبات
الجامعية دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية بجامعة محمد
-بوضياف -بالمسيلة

لجنة المناقشة:

مقرر	جامعة محمد خيضر بسكرة	أ. مح أ	بوعافية السعيد
رئيس	جامعة محمد خيضر بسكرة	الرتبة	صغيري الميلود
مناقش	جامعة محمد خيضر بسكرة	الرتبة	مسعودي كمال

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى كل من عمراني بحبهما وعطفهما وعرفانا
لتضحيتهما ودعمهما طوال مشواري الدراسي.

إلى كل من أمرني ربي بطاعتهم والإحسان لهم أبي و أمي حفظكم الله وأبقاكم
سندا لي.

أبي الذي قدم لي الدعم المادي والمعنوي وشجعني على تحقيق أهدافي.

أمي التي حملتني ومن علي ومن حفظها الله.

إلى إخوتي غلاء الدين وبشرى نجاح.

إلى كافة أفراد عائلتي فخرا واعتزازا

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى (وقل اعلموا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

أشكر الله العظيم الذي انعم علي بنعمة العقل، القائل في محكم التنزيل "وفوق

كل ذي علم عليم " سورة يوسف آية 76

الحمد لله بنعمته تتم الصالحات، الحمد والشكر لله العلي القدير الذي وفقنا

وأعاننا على انجاز هذا العمل المتواضع.

ونتقدم بالشكر الجزيل والتقدير والاحترام إلى كل من ساعدنا في انجاز هذا

العمل سيما أستاذنا المشرف "بوعافية السعيد" والذي لم يبخل علينا بنصائحه

وتوجيهاته .

كما أتقدم بالشكر إلى كافة أساتذة علم المكتبات

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء

شكر وعران

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة المختصرات

مقدمة.....2

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد.....6

1- إشكالية الدراسة.....6

2- تساؤلات الدراسة.....7

3- الفرضيات.....8

4- أهداف الدراسة.....8

5- أهمية الدراسة.....9

6- أسباب اختيار الموضوع.....9

7- الدراسة السابقة.....10

8- مفاهيم الدراسة.....16

الفصل الثاني: العلاقات العامة

- تمهيد.....20
- 1- تعريف العلاقات العامة.....20
- 2- نشأة العلاقات العامة.....23
- 1-2 العلاقات العامة في المجتمعات البدائية.....24
- 2-2 العلاقات العامة والحضارات القديمة.....24
- 2-3 العلاقات العامة في العصور الوسطى.....25
- 2-4 العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية.....26
- 2-5 العلاقات العامة في العصر الحديث.....27
- 3- وظائف العلاقات العامة.....29
- 1-3 وظيفة البحث.....30
- 2-3 وظيفة التخطيط.....30
- 3-3 وظيفة التنسيق.....30
- 4-3 وظيفة الإدارة.....30
- 3-5 وظيفة الإنتاج.....31
- 4- خصائص العلاقات العامة.....32
- 5- أهداف العلاقات العامة.....33
- 6- مبادئ العلاقات العامة.....35

36.....	7- جمهور العلاقات العامة
36.....	7-1 الجمهور الداخلي للعلاقات العامة
37.....	7-2 الجمهور الخارجي للعلاقات العامة
39.....	8- وسائل الاتصال في العلاقات العامة
39.....	8-1 الصحف
39.....	8-2 المجالات
40.....	8-3 التلفون
40.....	8-4 الإذاعة والتلفزيون
41.....	8-5 الرسائل البريدية
42.....	8-6 خدمات الانترنت
42.....	8-7 الانترنت
42.....	8-8 شبكات التواصل الاجتماعي
42.....	8-9 الكتب والنشرات والكتيبات
43.....	8-10 الاجتماعات
44.....	خلاصة الفصل

الفصل الثالث: العلاقات العامة والمكتبات الجامعية

46.....	تمهيد
47.....	1- المكتبات الجامعية

48.....	1-1 تعريف المكتبات الجامعية.....
48.....	2-1 أهمية المكتبات الجامعية.....
49.....	3-1 خدمات المكتبات الجامعية.....
51.....	4-1 أهداف المكتبات الجامعية.....
52.....	5-1 وظائف المكتبات الجامعية.....
53.....	6-1 أنواع المكتبات الجامعية.....
55.....	7-1 مقومات المكتبات الجامعية.....
56.....	8-1 مجتمع المستفيدين من المكتبات الجامعية.....
57.....	2- العلاقات العامة في المكتبات الجامعية.....
57.....	1-2 مفهوم العلاقات العامة في مجال المكتبات ومراكز المعلومات.....
57.....	2-2 أهمية العلاقات العامة في العمل المكتبي.....
59.....	3-2 أسس ومبادئ العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات.....
60.....	4-2 العلاقات العامة وجمهور المكتبات ومراكز المعلومات.....
61.....	5-2 اختصاصي العلاقات العامة.....
64.....	6-2 موقع العلاقات العامة في المكتبات الجامعية.....
68.....	خلاصة الفصل.....

الفصل الرابع: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

70.....	تمهيد.....
70.....	1- التعريف بمكان الدراسة.....

70	1-1 نشأة المكتبة المركزية.....
71	2-1 موقع المكتبة الجامعية.....
71	3-1 أهداف المكتبة المركزية.....
72	4-1 الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية.....
73	5-1 الإمكانيات البشرية للمكتبة.....
74	6-1 رصيد المكتبة وعدد المسجلين بها.....
74	7-1 البرامج المستعملة المكتبة.....
75	2- إجراءات الدراسة الميدانية.....
75	1-2 مجالات الدراسة.....
75	2-1-1 المجال الجغرافي.....
75	2-1-2 المجال البشري.....
75	2-1-3 المجال الزمني.....
76	2-2 منهج الدراسة.....
76	3-2 مجتمع البحث وعينة الدراسة.....
77	4-2 أدوات جمع البيانات.....
80	3- نتائج الدراسة الميدانية ومقترحاتها.....
80	1-3 تفريغ البيانات وتحليلها.....
115	2-3 نتائج الدراسة.....

115.....1-2-3 نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

116.....2-2-3 النتائج العامة للدراسة

117.....3-3 مقترحات الدراسة

119.....خاتمة

121.....قائمة المراجع

129.....الملاحق

الملخصات

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	الجمهور الداخلي والخارجي للعلاقات العامة	38
2	الإمكانيات البشرية للمكتبة	73
3	رصيد المكتبة	74
4	المسجلين بالمكتبة	74
5	الأساتذة المحكمين	78
6	توزيع العينة حسب الجنس	80
7	أقدمية عينة الدراسة	81
8	المستوى التعليمي لأفراد العينة	82
9	مناصب عينة الدراسة	83
10	الاتصال بالزملاء أثناء تأدية العمل	85
11	المجال الذي تتم فيه عملية الاتصال	86
12	طبيعة الاتصال السائدة في عملية الاتصال بين الموظفين.	87
13	طريقة التواصل مع مسؤول المكتبة	88
14	وسائل الاتصال المعتمدة بالمكتبة	89
15	النشاطات التي تنظمها المكتبة	90
16	مستوى المشاركة في النشاطات	91
17	الوسيلة التي يتم بواسطتها إعلام الموظفين بالنشاطات	92
18	نتائج الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال	93
19	يوضح علاقة العلاقات بتحسين الأداء ورفعها داخل المكتبة الجامعية	94
20	يبين دور العلاقات العامة في رفع مستوى الألفة بين الموظفين	95
21	يمثل العوامل الداخلية التي تؤثر على مستوى أداء العاملين	96
22	مكانة العلاقات العامة	97
23	القائم بممارسة العلاقات العامة	98

99	يوضح الجهة المسؤولة عن تحسين مستوى أداء الموظفين	24
100	يبين مدى الاستفادة من المكافآت والحوافز	25
101	يبين طبيعة المكافآت والحوافز	26
102	مدى ثقة المؤسسة بموظفيها	27
103	مدى قيام المسؤولين بتوعية الموظفين بضرورة تجسيد العلاقات العامة	28
104	يوضح مساهمة الاتصالات على تحسين مستوى الأداء	29
105	مدى توفر المكتبة على مختصين في العلاقات العامة	30
106	يوضح مدى تخصيص قسم للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي	31
107	تطبيق مبادئ العلاقات العامة بالمكتبة	32
108	يبين الجهة المسؤولة عن تطبيق مبادئ العلاقات العامة	33
109	يبين السبب في عدم تطبيق مبادئ العلاقات العامة	34

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	نموذج إنشاء إدارة متكاملة ومستقلة للعلاقات العامة	65
02	نموذج لامركزية العلاقات العامة	66
03	نموذج إسناد وظيفة العلاقات العامة إلى نائب المدير	67
04	الهيكل التنظيمي للمكتبة	72
05	توزيع العينة حسب الجنس	80
06	توزيع العينة حسب الأقدمية	81
07	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	82
08	توزيع العينة حسب المناصب	84
09	الاتصال بالزملاء أثناء تأدية العمل	85
10	المجال الذي تتم فيه عملية الاتصال	86
11	طبيعة الاتصال السائدة في عملية الاتصال بين الموظفين	87
12	طريقة التواصل مع مسؤول المكتبة	88
13	وسائل الاتصال المعتمدة بالمكتبة	89
14	النشاطات التي تنظمها المكتبة	90
15	مستوى المشاركة في النشاطات	91
16	الوسيلة التي يتم بواسطتها إعلام الموظفين بالنشاطات	92
17	نتائج الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال	93
18	علاقة العلاقات بتحسين الأداء ورفعها داخل المكتبة الجامعية	95
19	يبين دور العلاقات العامة في رفع مستوى الألفة بين الموظفين	96
20	العوامل الداخلية التي تؤثر على مستوى أداء العاملين	97
21	مكانة العلاقات العامة	98
22	القائم بممارسة العلاقات العامة	99

100	الجهة المسؤولة عن تحسين مستوى أداء الموظفين	23
101	مدى الاستفادة من المكافآت والحوافز	24
102	طبيعة المكافآت والحوافز	25
103	مدى ثقة المؤسسة بموظفيها	26
104	مدى قيام المسؤولين بتوعية الموظفين بضرورة تجسيد العلاقات العامة	27
105	مساهمة الاتصالات على تحسين مستوى الأداء	28
106	مدى توفر المكتبة على مختصين في العلاقات العامة	29
107	مدى تخصيص قسم للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي	30
108	تطبيق مبادئ العلاقات العامة بالمكتبة	31
109	يبين الجهة المسؤولة عن تطبيق مبادئ العلاقات العامة	32
110	السبب في عدم تطبيق مبادئ العلاقات العامة	33

قائمة المختصرات

قائمة المختصرات

المختصر	تفكيكه	شرحه بالعربية
SYNGEB	Système Normalisé de Gestion des Bibliothèques	النظام الوطني للتوثيق على الخط
PMP	Php My Bibli.	
JOOMLA	Système de gestion de contenu	نظام إدارة المحتوى
PHP	HyperText Preprocessor	اللغة المعيارية

مقدمة

مقدمة:

يعتبر ميدان العلاقات العامة من الميادين التي ظهرت في صورتها مع بداية القرن العشرين على الرغم من قدمها مع ظهور الحضارات القديمة، فلقد قام الإنسان البدائي بعدة أنشطة قصد تحقيق التفاهم والتقارب باستخدام وسائل اتصالية مختلفة.

ومع تطور المجتمعات أصبحت العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية لا بد أن تظهر في كل مجتمع بسبب ظهور الحاجة الملحة لها كوظيفة حساسة وجوهرية في مختلف جوانب نشاط المؤسسات.

فالعلاقات العامة لها أهداف بالغة الأهمية في المؤسسات تسعى لتحقيقها مثل التوافق والانسجام والتعاطف وتكوين علاقات طيبة بينها وبين جماهيرها مما يؤدي إلى خلق بيئة أكثر ملائمة تساعد على تطورها واستمرارها.

كما أن المؤسسات لا تستطيع أن تقوم بأداء مهامها بمعزل عنها، وحتى تحقق المؤسسات أهدافها لا بد لها أن تتبنى الاهتمام بالعنصر البشري الذي يعتبر أحد الأدوات الهامة التي تحقق الميزة التنافسية، فنجاح المؤسسات واستمرارها لا يقتصر فقط على جودة ما تقدمه من خدمات وإنما على بقاء العاملين واستمرارية أداء وظائفهم بجودة عالية تدفع المؤسسة إلى الأمام .

وتعتبر الجامعة من أهم المؤسسات المكونة للمجتمع باعتبارها ذات طابع علمي هدفها الأول هو خدمة العلم وتشجيع البحث العلمي وهي لا تستطيع ان تؤدي رسالتها على أحسن وجه إلا من خلال ركن أساسي ألا وهو المكتبات الجامعية .

وحتى يتسنى للمكتبات الجامعية القيام برسالتها وخدماتها ونشاطاتها وجب على القائمين عليها إعطاء أهمية قصوى للعلاقات العامة وذلك بتوفير مختلف الإمكانيات البشرية و المادية .

ولكي يتم التعرف أكثر على موضوع العلاقات العامة والوقوف على أهم سماته جاءت هذه الدراسة الموسومة ب: العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء في المكتبات الجامعية: دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة. ولقد ترتبت لدينا جملة من الدوافع التي جعلتنا نعالج هذا الموضوع والتي أبرزها الرغبة والميل الشخصي لموضوع العلاقات العامة في المكتبات الجامعية وهدفنا في ذلك تسليط الضوء على مدى اعتماد المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة على العلاقات العامة، والتعرف على مدى توفر الإمكانيات اللازمة لتجسيدها.

ومن أجل الإحاطة أكثر بالموضوع تم تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول، الفصل الأول الخاص بالإطار المنهجي للدراسة الذي تطرقنا فيه إلى الإشكالية، تساؤلات الدراسة والفرضيات بالإضافة إلى أهداف وأهمية الدراسة مرورا بأسباب اختيار الموضوع ومفاهيم الدراسة، والقسم النظري للدراسة قسمناه إلى فصلين , الفصل الثاني الذي جاء بعنوان العلاقات العامة وتطرقنا فيه إلى ماهية العلاقات العامة . أما الفصل الثالث فجاء تحت عنوان العلاقات العامة و المكتبات الجامعية وتم التطرق فيه إلى المكتبات الجامعية ومن ثم العلاقات العامة في المكتبات الجامعية.

أما الفصل الرابع للدراسة فتضمن الجانب الميداني للدراسة من إجراءات ومجالات الدراسة والتعريف بمكان الدراسة، كما تضمن تفرغ البيانات وتحليلها وتفسيرها بالإضافة إلى نتائج الدراسة وأخيرا المقترحات.

ولإتمام دراستنا و اثرائها تم الاعتماد على مجموعة مراجع من أهمها:

كتاب: الاتصال والعلاقات العامة للمؤلف ربحي مصطفى عليان، عدنان الطوباسي والذي تضمن شرح مفصل عن الاتصال والعلاقات العامة.

كتاب: الإدارة الحديثة للمكتبات ومراكز المعلومات، للمؤلف عمر أحمد الهمشري والذي تناول فيه فصل من فصول العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات.

كتاب: الاتصالات والعلاقات العامة في إدارة المكتبات ومراكز المعلومات، للمؤلف محمد الدبس السردى و الذي تضمن شرحا شاملا للمفاهيم الأساسية للعلاقات العامة في مجال المكتبات والمعلومات.

و إذا كان أي بحث علمي لا يخلو من صعوبات فقد واجهتني مجموعة من العوائق منها صعوبة التحكم في المراجع التي تناولت موضوع العلاقات العامة لقلتها، وصعوبة صياغة أسئلة استمارة الاستبيان وفق ما يتناسب مع واقع العلاقات العامة بالمكتبة المركزية محل الدراسة.

ونرجو أن تصل هذه الدراسة إلى تحقيق أهدافها والتي من أهمها التأكيد على أهمية العلاقات العامة بالمكتبات الجامعية مع ضرورة لفت انتباه المسؤولين على حتمية تجسيدها وذلك لمواجهة التحديات المستقبلية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد الفصل

1. إشكالية الدراسة
 2. تساؤلات الدراسة
 3. فرضيات الدراسة
 4. أهداف الدراسة
 5. أهمية الدراسة
 6. أسباب اختيار الموضوع
 7. الدراسات السابقة
 8. مفاهيم الدراسة
- خلاصة الفصل

تمهيد:

لدراسة أي موضوع علمي لابد على الباحث التقيد بالمتغيرات الأساسية التي تخدم موضوع بحثه حتى لا يحدث خلط بين موضوع الدراسة الحالية ومواضيع أخرى لها نفس التوجه، ولدراسة موضوع العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة تطرقنا في هذا الفصل إلى الإشكالية وتسؤلات الدراسة، والفرضيات بالإضافة إلى عرض أهم الدراسات السابقة، ومن ثم قمنا بتحديد وضبط مصطلحات الدراسة.

1- إشكالية الدراسة:

تعد العلاقات العامة من أركان الإدارة الحديثة، فهي بمثابة ثورة في الفكر الإداري وقفزة نوعية في تغيير مسار المؤسسات ونجاحها فهي وظيفة تهدف إلى تقدير أهمية الرأي العام وتخطيط وتنظيم الجمهور.

إن العلاقات العامة نشاط يسعى إلى تحقيق أهداف محددة تتبلور في كسب التأييد والقبول العام من الجماهير لسياستها وقراراتها، فهي تشكل حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل داخل المؤسسة وخارجها وتعمل على حل المشكلات التي تواجه الإدارة عن طريق وضع الخطط والبرامج والسياسات وكذا ضرورة تحسين عملية الاتصال بين الجمهور الداخلي ونجاح المؤسسات يرتبط بنوعية الخدمات المقدمة من طرف موظفيها فأداء العاملين يشكل ركيزة أساسية داخل المكتبة عن طريق استغلال الموارد البشرية من أجل قدرة المكتبة على التطور والنمو والتعامل الجيد مع كل المتغيرات التي تطرأ خلال انجاز المهام.

ومن بين المؤسسات التي تولي أهمية للعلاقات العامة نجد المكتبات الجامعية والتي تعتبر المنبع الرئيسي لحصول الباحثين والدارسين على مختلف المعلومات التي يحتاجونها في مختلف المجالات فإن الهدف الرئيسي لها هو تقديم خدمات لجمهور المستفيدين بأسرع وقت وأقل جهد، ويعود الباحث إلى المكتبات الجامعية لتلبية حاجاته من المعلومات بحيث أنها تساعد في تنمية قدرات المستفيدين ورفع درجات التحصيل العلمي.

إن نجاح وفعالية المكتبات الجامعية يرتبط بدرجة أولى بمستوى خدماتها المقدمة لجمهورها ومن هذا المنطلق يمكننا طرح التساؤل الآتي:

ما مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين الأداء بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

2- تساؤلات الدراسة: من خلال التساؤل الرئيسي يمكن طرح جملة من التساؤلات الفرعية كالاتي:

- 1- ما مفهوم العلاقات العامة؟
- 2- ما دور العلاقات العامة في المكتبات الجامعية؟
- 3- ما أثر العلاقات العامة على الأداء في المكتبات الجامعية؟
- 4- ما مدى وعي القائمين بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف المسيلة بأهمية العلاقات العامة؟
- 5- هل الاتصال مؤشر لتفعيل العلاقات العامة بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

3- فرضيات الدراسة:

● الفرضية الأولى:

الاتصال الداخلي بين الموظفين أساس نجاح العلاقات العامة بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

● الفرضية الثانية:

للعلاقات العامة دور في تحفيز الموظفين ورفع مستوى أدائهم بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

● الفرضية الثالثة:

عدم الاهتمام بتجسيد العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة مرده إلى عدم الدراية لأهميتها في التسيير والإدارة بالمكتبات الجامعية.

4- أهداف الدراسة:

- ✓ تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع العلاقات العامة في المكتبة المركزية بالقطب الجامعي بجامعة محمد بوضياف المسيلة
- ✓ الاطلاع على مدى وعي وإلمام المكتبات الجامعية بدور العلاقات العامة.
- ✓ الاتصال الداخلي وتأثيره على أداء العاملين بالمكتبة المركزية بجامعة محمد بوضياف المسيلة .
- ✓ معرفة إذا كانت المكتبة المركزية بجامعة محمد بوضياف المسيلة تخصص قسم خاص للعلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي .

5- أهمية الموضوع:

- أهمية المكتبة الجامعية في تلبية احتياجات المستفيدين من أجل كسب التأييد والقبول من جماهيرها.
- تزايد اهتمام التوجهات الإدارية الحديثة بالعلاقات العامة بحيث أصبحت تعد من أركان الإدارة الناجحة في العصر الراهن.
- أهمية العلاقات العامة في رفع مستوى أداء العاملين داخل المكتبات الجامعية.
- أهمية العاملين في المكتبة الجامعية من خلال خلق البيئة التي تمكن من استمرارية المكتبات الجامعية ونموها وازدهارها.

6- أسباب اختيار الموضوع:

تنوعت أسباب اختيار الموضوع بين أسباب ذاتية وأخرى موضوعية وجاءت كالاتي:

• الأسباب الذاتية:

- قابلية الموضوع المختار من خلال إمكانية النزول إلى الميدان.
- الأهمية التي يكتسبها موضوع الدراسة في تخصص المكتبات والمعلومات.
- جودة الموضوع باعتباره من المواضيع الحيوية والحديثة في أساليب الإدارة.
- الرغبة والميول الشخصي لموضوع الدراسة.

• الأسباب الموضوعية:

- تحسين الأداء بالمكتبات الجامعي.
- أهمية العلاقات العامة والاتصال في استمرارية وديمومة العمل داخل المكتبات الجامعية.
- أهمية العلاقات العامة بحيث أصبحت وظيفة حيوية من أجل تنسيق الجهود.

7- الدراسات السابقة:

➤ الدراسة الأولى:

- عنوان الدراسة: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.
- إعداد الطالبة: لقصير رزيقة لنيل شهادة الماجستير.
- الجهة المشرفة: الدكتور حسين خريف.
- طبيعة الدراسة: دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح قسنطينة.

حيث جاءت الإشكالية على النحو الآتي:

بالرغم من أن جذور العلاقات العامة تمتد بعيدا في الماضي إلا أنه يمكن القول أنها نشأت حديثا في بداية القرن العشرين، والمنشأ الأول للعلاقات العامة هو المؤسسات الاقتصادية، ولم تكن المؤسسات الاقتصادية، تولي اهتماما لصورتها ولا تهتم بتلميعها إذ كانت تهدف إلى الربح دون محاولة معرفة صورة المنتج المباع أو صورة المؤسسة ككل، كما لم تكن تحاول كسب ثقة وتقدير جمهورها الخارجي إلى غاية القرن التاسع عشر الأمر الذي أوجب تدخل الدولة وقيامها بدور العلاقات العامة وذلك عن طريق شرح وضعية المؤسسات للعمال وتوعيتهم بالخطوات التي يجب أن يقوموا

بها لتغيير وتحسين الأوضاع ولكن للأسف ظلت مهمة العلاقات العامة هامشية ولم تتوج بأي تقدير بالرغم لما لها من أهمية في إبراز المؤسسة الاقتصادية والتعريف بها وتعزيز مكانتها في السوق وتقوية علاقتها مع الجمهور الخارجي لتشكيل صورة حسنة لها ومحاولة كسب ثقة وتقدير جمهورها الخارجي.

أرادت الباحثة من خلال دراستها:

- الكشف عن مدى وعي المسؤولين بدور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.

- إظهار مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.

- الكشف عن واقع دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.

قسمت الدراسة إلى جزء نظري والآخر ميداني حيث جاء الفصل الأول من القسم النظري للإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة أما الفصل الثاني خصص للاتصال المؤسسي والعلاقات العامة والفصل الثالث يتضمن جمهور المؤسسة أما الفصل الرابع صورة المؤسسة الاقتصادية.

أما فيما يخص المنهج المتبع في هاته الدراسة هو ضمن الدراسات الوصفية التحليلية من خلال استعمال كل من:

- الملاحظة وتم الاعتماد عليها لملاحظة سيرورة العمل والحياة المهنية داخل المؤسسة.

- المقابلة وهي وسيلة مساعدة لاختصار الوقت والجهد أي أن الباحث يتوجه إلى مصدر المعلومة مباشرة.

- الاستبيان.

وتوصلت في الأخير إلى أن مهمة العلاقات العامة في مجال تحسين الصورة يتجلى في الكشف عن اتجاهات واحتياجات الجمهور والبيئة الخارجية المحيطة بالمؤسسة.

➤ الدراسة الثانية:

- عنوان الدراسة: العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية.

- من إعداد الطالبة: ساعد كريمة لنيل شهادة الماجستير.

- الجهة المشرفة: أ. د. دليو فضيل.

- طبعة الدراسة: جامعة منتوري قسنطينة - أنموذجا -

حيث جاءت الإشكالية على النحو التالي: تعتبر العلاقات العامة احد مجالات الإدارة التي ظهرت وحققت قبولا متزايدا خلال النصف 2من القرن الأخير وتعد المؤسسات التعليمية من المؤسسات المهمة في الدولة، ونظرا لأهمية البالغة التي يكتسبها التعليم العالي في الدول باعتباره من أهم المؤسسات لإنتاج المعرفة، وبما أن المؤسسات الجامعية هي الأخيرة هي المنظومة التعليمية فإن طريقة أدائها لوظائفها يتوقف على مجموعة من العوامل منها المناخ الثقافي وكذلك الهياكل التنظيمية والإدارات الموجودة فيها والتي من بينها إدارة العلاقات العامة.

وإدراكا لأهمية العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة خصوصا التربوية والتعليمية والجامعية، ونظرا لأهمية دورها ورسالتها وحاجاتها للعلاقات العامة، جاءت هذه الدراسة لمعرفة مدى ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية.

أرادت الباحثة من خلال دراستها:

- رصد ممارسة العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية.
- معرفة مكانة وموقع مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة محل الدراسة والكشف على كيفية عملها.
- قسمت الدراسة إلى جزء نظري وآخر ميداني: حيث جاء الفصل الأول يخص الإطار المنهجي للدراسة أما الفصل الثاني خصص العلاقات العامة والجامعة الجزائرية أما الفصل الثالث تضمن الدراسة الميدانية.
- أما فيما يخص المنهج المتبع في هاته الدراسة: تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، التي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر وتحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح الواقع من خلال استخدام مجموعة من الأدوات تمثلت في الملاحظة البسيطة واستمارة الاستبيان.
- وتوصلت في الأخير إلى أن العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية لها من الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية ما يؤهلها لأن تكون لها مكانة هامة داخلها فهي تسعى لتحقيق أهداف الجامعة تجاه جماهيرها.

➤ الدراسة الثالثة:

- عنوان الدراسة: دور العلاقات العامة في تسويق خدمات المعلومات.
- من إعداد الطالبة: سمية حسين لنيل شهادة الماجستير.
- الجهة المشرفة: ناجية قموح.
- طبيعة الدراسة: دراسة تحليلية للمكتبة المركزية لجامعة الحاج لخضر -باتنة-

حيث جاءت الإشكالية على النحو الآتي: لقد ظلت المكتبات الجامعية من الأقطاب التي تسعى إلى النمو والتطور رغم كل الظروف والتغيرات التي تهيمن عليها والتسويق كفكرة غيرت بعض المفاهيم الذي كان سابقا مهملا فالمكتبة هي التي تعرض خدماتها لكن الآلية انعكست في حضور التسويق وأصبحت سياسة الطلب لا العرض والذي يعتمد في تطبيقه على أساليب وطرق اتصالية كثيرة وتؤخذ العلاقات العامة كجزء من الخطة التسويقية.

والعلاقات العامة لها نفس الاهتمام الذي يوليها التسويق للمستفيد والجمهور الذي يتواصل معه لذا كانت أحد تقنيات وأساليب الاتصال التسويقي وبهذا جاء تساؤلنا في هذه الدراسة كآتي: ما مدى فعالية تطبيق مبادئ وأصول العلاقات العامة في تسويق خدمات المعلومات؟

أرادت الباحثة من خلال دراستها:

- معرفة أهمية العلاقات العامة في تسويق المعلومات وتأثيرها على جذب المستفيد وكسبه.
- الوقوف على واقع تطبيق العلاقات التسويقية في المكتبات الجامعية الجزائرية ومدى اقتناع المسؤولين.
- محاولة معرفة مدى تقارب المفهومين العلاقات العامة والتسويق اللذين لهما نفس الانطلاقة والهدف.

قسمت الدراسة إلى قسم نظري وآخر ميداني الفصل الأول مدخل مفاهيمي عن تسويق خدمات المعلومات أما الفصل الثاني تضمن العلاقات العامة التسويقية في المكتبات ومراكز المعلومات والفصل الثالث تحت عنوان تطبيق مبادئ العلاقات العامة التسويقية في تسويق خدمات المعلومات بالمكتبة المركزية.

أما فيما يخص المنهج المتبع في هاته الدراسة: دراسة حالة من خلال الاعتماد على استمارة المقابلة مع محافظ المكتبة واستمارة الاستبيان للجمهور الداخلي والخارجي.

وتوصلت في الأخير إلى: أن تسويق خدمات المعلومات والمكتبات لا ينفصل كثيرا عن المفهوم الجديد الذي جاء به التسويق الحديث وارتباطه بالعلاقة القائمة بين المورد والمشتري أو العميل والمسوق، ففي بيئة المكتبات أيضا ينحصر تحقيق الهدف في العلاقة القائمة بين المكتبي والمستفيد وهي لب وجوهر العملية ككل.

7-1 أهمية الدراسة الحالية بالنسبة للدراسة السابقة:

لقد جاءت دراستنا لإضافة زاوية جديدة للدراسة السابقة من منظور أن الدراسة الحالية قامت بتسليط الضوء على العلاقات العامة بالمكتبات الجامعية من جميع المجالات، على عكس الدراسة السابقة التي تناولت موضوع العلاقات العامة من زاوية معينة أخرى، أما فيما يخص مواطن الاستفادة من الدراسات السابقة فلقد تم الاعتماد عليها في تحديد نوعية العناصر التي سيتم التطرق إليها في الجانب النظري للدراسة.

8- مفاهيم الدراسة:

8-1 العلاقات العامة والمفاهيم المتشابهة:

8-1-1 العلاقات العامة:

هي طريقة للسلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف إقامة علاقات مفهومة بالثقة والمحافظة عليها بين المؤسسة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة وخارجها التي تتأثر بنشاط تلك المؤسسة.⁽¹⁾

8-1-2 المفاهيم المشابهة:

هناك مجموعة من المفاهيم المتشابهة للعلاقات العامة نحاول أن نوجزها في النقاط الآتية:

- **العلاقات الإنسانية:** ويعني هذا المصطلح عادة العلاقات السلوكية الودية بين البشر التي تعكس الصفات الإنسانية السامية التي أوجدها الله جل جلاله في خلقه كالتمساح، التعاطف، التفاهم، التعاون.
- **الإعلام:** هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السلمية والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل، بحيث يعبر هذا الرأي تعبير موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم ويعني ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هو التنوير عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك.

⁽¹⁾ عبد الرحمان المثاقبة، بسام، معجم مصطلحات العلاقات العامة. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع،

● **الإعلان:** يعد الإعلان وسيلة فاعلة من وسائل وأدوات العلاقات العامة الذي يوصل رسالتها لجمهور المستهلكين للمنظمة، وأداة لتحفيزهم على مواصلة التعامل معها، وكذلك شرح سياسة المنظمة وتوجهاتها وخططها لجمهورها، كما قد يستخدم الإعلان لمد الجمهور بالمعلومات الصحيحة المتعلقة بأنشطة المنظمة، ويحاول الإعلان تكوين صورة جيدة عن المنظمة في أذهان جمهورها الداخلي والخارجي ويظهر من كل ذلك أن هناك علاقة قوية بين الإعلان والعلاقات العامة حيث يمثل وسيلتها في الوصول إلى أهدافها.(1)

● **الرأي العام:** إن للرأي العام دورا مهما وخطيرا في حياة الأفراد والجمهير، وأصبح حقيقة لا يمكن إغفالها ولا تجاهلها مهما كان الاهتمام به وبطرق دراسته والعوامل التي تؤثر فيه كبيرا وما قيام أجهزة متخصصة لتطوير علاقة المنظمة بجمهورها إلا تأكيد على شعور تلك المنظمات بأهمية الرأي العام وبقوة تأثيره من خلال عمل هذه الأجهزة على دراسة وقياس وقوة الرأي العام واتجاهاته والعوامل المؤثرة فيه.(2)

● **الدعاية:** تأتي كلمة الدعاية من الدعوة إلى الشيء وتعتمد على قدرة الداعية وقوة دعواه، فهي تعتمد على الإعلام الجاذب والمثير وليس بالضرورة على الإعلام المنطقي الصادق، في تحاول الإغراء فقط دون الالتزام بالمصالح الذاتية للطرف الآخر وتسعى الدعاية عادة إلى تحقيق غايات سريعة ومحددة من خلال محاولتها السيطرة على أفكار الناس وعواطفهم وإقناعهم بفكرة لكسب تأييدهم بصورة مطلقة وغير مشروطة أو لتغيير سلوكهم من خلال تغيير أرائهم واتجاهاتهم السائدة أو وضع أنماط جديدة لهم

(1) صاحب سلطان، محمد. **العلاقات العامة ووسائل الاتصال**. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، ص. 30.

(2) صاحب سلطان، محمد. **المرجع نفسه**، ص. 21.

من السلوكيات، بما يتوافق مع الأهداف الخاصة لأحد الأشخاص أو الجماعات أو لإحدى المؤسسات العامة أو الخاصة.⁽¹⁾

3-1-8 المكتبات الجامعية:

هي تلك المكتبة التابعة للجامعة مهمتها تقديم المعلومات والخدمات المكتبية المختلفة لروادها طلبة، باحثين، أساتذة.

4-1-8 المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف مسيلة:

نشأت المكتبة الجامعية مع إنشاء المعاهد الوطنية للتعليم سنة 1985.

المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف المسيلة هي مكتبة تقدم خدماتها لمجتمع جامعة المسيلة والمتمثل في الطلبة بمختلف مستوياتهم الدراسية، أساتذة و باحثين، وتقع المكتبة المركزية بالقرب الجامعي.

⁽¹⁾ نابتي، خليفة. واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية: دراسة حالة جامعة محمد خيضر -بسكرة-.

ماجستير: علم الاجتماع جامعة محمد خيضر -بسكرة: 2007، ص. 17.

الفصل الثاني: العلاقات العامة

تمهيد الفصل

1. تعريف العلاقات العامة
2. نشأة العلاقات العامة
3. وظائف العلاقات العامة
4. خصائص العلاقات العامة
5. أهداف العلاقات العامة
6. مبادئ العلاقات العامة
7. جمهور العلاقات العامة
8. وسائل الاتصال في العلاقات العامة

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن العلاقات العامة وظيفة مهمة من وظائف المؤسسات في الوقت الراهن فهي تقوم بدور فعال من خلال تسهيل الاتصال والربط بين المؤسسة والجمهور، فلا يمكن الاستغناء عن العلاقات العامة، فالعلاقات العامة هي جملة القوانين التي تقوم بتنظيم علاقات الأفراد داخل المنظمة التي يعملون بها مما يؤدي إلى تحقيق الأهداف التي جاءت من أجلها المؤسسات ولكن بالرغم من الأهمية البالغة للعلاقات العامة إلى أنها تحتاج إلى توضيح أكثر وهو ما سيتناول في هذا الفصل من خلال عرض مفهومها لإزالة الغموض وكذا عرض خصائصها ومبادئها للتعريف بها.

1- تعريف العلاقات العامة:

1-1 العلاقة في اللغة: تعني الارتباط وما يتعلق به الفرد من صناعة ونحوها، وهي الحب اللازم للقلب وما يتبلغ به من عيش.

والعام في اللغة: اسم جمع العامة وهي خلاف الخاصة، يقال: عم الشيء عموماً، أي شمل الجماعة تبعاً لذلك يقصد بالعلاقات العامة في اللغة ما يربط بين أفراد الجماعة.

العلاقات العامة في الاصطلاح: قد يرجع بعض الغموض في تعبير العلاقات العامة إلى عدم التحديد المقترن بوظيفة العلاقات العامة وعدم تحديد مضمون الألفاظ فيستخدم أحياناً للإشارة إلى ثلاثة معاني مختلفة كبديل لها هي الإعلام، الاتصال، الشؤون العامة.⁽¹⁾

(1) كريم، فتحة محمد. العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي. عناية: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2012،

1-2 تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة:

هي وظيفة إدارية دائمة ومنظمة ذات طابع مخطط ومستمر تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم بالتفاهم والتأييد والمشاركة أي كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمراره، وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه للتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة وأوجه نشاطها، وإن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها، وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة.⁽¹⁾

1-3 تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة:

بأنها الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة وجماهيرها.⁽²⁾

1-4 تعريف القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية:

العلاقات العامة بأنها فلسفة أو اتجاه أو فن أو علم تدار بمقتضاه المنظمة أو المؤسسة أو الهيئة أو الوزارة... إلخ، بحيث تتمكن من القيام بمسؤولياتها الاجتماعية فتحلل رغبات وحاجات كل الأطراف المعنية الأمر كي تستجيب لاهتماماتها، والعلاقات العامة هي الجهود المقصودة المستمرة والمخططة التي تقوم بها إدارة المؤسسة والتي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم متبادل وعلاقات سليمة بين المؤسسة وبين الجماهير

(1) فهمي محمد، العدوي. مفاهيم جديدة في العلاقات العامة. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص. 21.

(2) محمد، أبو العلا. العلاقات العامة في ضوء الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. ط1. دسوق: دار العلوم والإيمان للنشر والتوزيع، 2013، ص. 9.

التي تتعامل معها في داخلها وخارجها عن طريق النشر والإعلام والاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة والرأي العام.⁽¹⁾

1-5 تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة:

الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه وبين الجماهير المختلفة التي تنفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة.⁽²⁾

1-6 تعريف معجم ويبستر:

بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات طيبة وجيدة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه.⁽³⁾

إن العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة بأنها نشاط اتصالي متعدد الأهداف والغايات، وعلى رأسها الربط بين المنشآت، وبين المنشأة وعملائها، والمنشأة والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه، بل تربط أيضا بين العاملين داخل المنشأة بمختلف مستوياتهم.

⁽¹⁾ سيف محمد الصوفي، خالد. اتجاهات القيادات الإدارية نحو إدارة العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على

الأجهزة الحكومية في اليمن. ماجستير: علوم الاتصال والإعلام: جامعة عين شمس: 2003، ص. 62.

⁽²⁾ بن سعدي، فرنزة. طرق وأساليب إدارة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية، مجله التنمية وإدارة الموارد

البشرية-بحوث ودراسات- العدد 3 (2015): ص 202.

⁽³⁾ صدراتي، حبيب. أثر العلاقات العامة في تطوير الإدارة الرياضية: دراسة حالة بمديرية الشباب والرياضة بـرج

بوعريبيج. ماجستير: معهد التربية البدنية والرياضة: جامعة الجزائر 3: 2008، ص. 26.

فهي تهدف إلى توثيق الصلة بالمجتمع بإبراز الصورة المشرفة لها كمؤسسة تخدم هذا المجتمع وتعمل على صيانة صالحه.⁽¹⁾

فمن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة قائمة على الاتصال الفعال وبناء علاقات سليمة أساسها التفاهم المتبادل والتعاون والتعاطف بين المنظمة وجمهورها الداخلية والخارجية.

2- نشأة العلاقات العامة:

العلاقات العامة كنشاط يعتقد كثير من الناس أنها شيء نشأ حديثاً ونشط في أعقاب الحرب العالمية الثانية، وأنها كوظيفة جديدة لم تأخذ مكانها في المؤسسات الحديثة إلا قريباً.

والمأمل في تطور تاريخ العلاقات العامة يلاحظ أن تطور الوسائل المستخدمة في خلق العلاقات العامة وتحسينها يتفق مع احتياجات المؤسسات المختلفة وميزانيتها وحجمها وطبيعتها وتاريخها.

ولهذا فإن نشاط العلاقات العامة نشاط يمارسه الإنسان منذ القدم وفي مختلف العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعايش مع من حوله، ولم تهمل الحضارات والإمبراطوريات القديمة نشاط العلاقات العامة.

الجديد فقط في الموضوع هو وسائل الاتصال التي يستعملها المشتغلون بالعلاقات العامة في الاتصال بالجمهور ودرجة تخصص كل منهم والجهود المستمرة التي يبذلها المتخصصون في إنشاء وتدعيم علاقات سلمية منتجة بين الهيئات التي يمثلونها وبين الجمهور.

(1) جفال، سامية، بوزيد، سليمة. العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة. مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد 2-3. جوان 2008. ص: 3.

1-2 العلاقات العامة في المجتمعات الإنسانية البدائية:

كان رب الأسرة منذ نشأة المجتمعات الإنسانية البدائية هو الذي يؤسس العلاقات العامة بين أفرادها ثم انتقلت هذه المهمة إلى رئيس القبيلة أو العشيرة، فكان هو المسؤول عن نشاط العلاقات العامة داخل نطاق تلك القبيلة أو العشيرة أو بعض التجمعات ذات الصبغة العقائدية وكانت تلك العلاقات التي يديرها زعيم القبيلة أو العشيرة تدور حول الإبلاغ عن أخبار الحروب أو الزواج أو الوفاة أو العمل، وكان يستخدم في توصيل هذه المعلومات والأحداث وسائل بدائية أيضا كانت تتمثل في الطبول أو الرقص أو لون الملابس ونوعيتها، وغالبا ما كانت تستخدم الكلمات أو الحركات الجسمانية أو بعض الإيحاءات الملموسة كأعمال السحر مثلا.

ويلاحظ أن أنشطة العلاقات العامة في هذه العصور كانت تركز في يد سلطة واحدة وتتميز بضيق نطاق استخدامها نسبيا حيث لا تتعدى نطاق الأسرة أو القبيلة أو المدينة.

واتخذت العلاقات العامة بعد ذلك شكلا تخصصيا عندما استعان رؤساء القبائل بالسحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية من إنشاد وقرع للطبول وغير ذلك.
(1)

2-2 العلاقات العامة والحضارات القديمة:

لقد عرفت العلاقات العامة تقدما كبيرا لدى القدماء في كل من الحضارات الفرعونية والبابلية واليونانية وكذا الرومانية، وكلها أثبتت أن العلاقات العامة كانت تستعمل عن طريق السيطرة على أفكار جمهور الشعوب آنذاك.

حيث كانت العلاقات العامة في مصر الفرعونية تحيط بكبير من الاكتشافات بين آثار قدماء المصريين عن مدى اهتمام الملوك الفراعنة بالاتصال بالأهالي في كافة

(1) منير حجاب، محمد. العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع،

المناسبات، فقد كانت الجهود تبذل للترويج لحكم الحكام، ووصف قدماء المصريين الوقائع الحربية وانتصاراتهم الكبرى للجمهور كما سجلوا ووصفوا البعثات التجارية ووصفوا المشروعات الكبرى التي تتولها الحكومة كتعبيد الطرق وإقامة الجسور التي تحمي القرى من الفيضانات وغير ذلك من الأعمال.

لقد أتقن الفراعنة المصريون سياسة اختيار الوقت المناسب للقيام بالاتصال بالجماهير إذ اتخذوا المناسبات والأعياد فرصة لنشر الأنباء والتعليمات الشفوية على الناس ولا شك أن أعمال الزراعة في هذا الموسم كانت تمكن من نقل الأخبار عبر النيل كله، وقد نجحت هذه الجهود البدائية في تعبئة المشاعر وخلق طبقة من الموالين والأنصار.⁽¹⁾

2-3 العلاقات العامة في العصور الوسطى:

في العصور الوسطى نجد أن العلاقات العامة كانت تلعب دوراً أساسياً وخاصة في شؤون الدعوة الدينية، فعندما ظهر المذهب البروتستانتي وجدت الكنيسة الكاثوليكية نفسها في مأزق حرج وراحت تتشد الخلاص من هذا المذهب الجديد الذي اعتبرته خروجاً على الكنيسة وعلى المسيحية، واهتم الكرادلة تحت رعاية البابا بمسائل الإعلام والنشر وإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية، ومن ناحية أخرى نجد محاولات التمرد على النفوذ الطاعي للكنيسة الكاثوليكية.

ونشأ في ظل هذه الظروف الكنيسة البروتستانتية على يد "مارتن لوثر" الذي أفلح في إقناع العديد من الجماهير بمظاهر الظلم الذي كانت تمارسه الكنيسة الكاثوليكية، وقد اعتمد في دعوته على مجموعة دعاة لديهم القدرة على إقناع الناس بدعوته الجديدة.⁽²⁾

(1) صدراتي، حبيب. المرجع السابق، ص. 29.

(2) منير حجاب، محمد. المرجع السابق، ص. 17.

2-4 العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطاب، إذ عادة ما يصحب الإرشاد الديني في المسجد توجيه اجتماعي وسياسي وكان الفاطميون والشيعة من أشد الناس إتقاناً لفنون الدعوة لمذهبيهم، وابتدع بذلك الفاطميون إقامة الموالد والحفلات للدعوة لحكمهم، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية، وكانت المساجد من أفضل الأماكن التي ظهرت فيها العلاقات العامة والاتصالات الطيبة بالناس والدعوة إلى الدين الإسلامي.⁽¹⁾

ولا يخفى دور جامع الأزهر كمركز فاطمي للعلاقات العامة ساهم في الدعوة للخلافة الفاطمية، وشارك من خلال تعليم الناس أصول الدين الإسلامي والفقه في ترسيخ دعائم الدولة الفاطمية في مصر. فقد أنشأ هذا المسجد في البداية لإقامة علاقات طيبة بسائر المسلمين الدعوة للشيعة والخليفة، واستطاع الخليفة العزيز الفاطمي أن يحول هذا المسجد إلى جامعة للشيعة تدرس فيها العلوم المختلفة، ويروج في ثنايا ذلك للمذهب الشيعي، وكان يجري أرزاقاً على طلاب العلم الذين توافدوا من جميع أنحاء العالم الإسلامي.

وثمة حقيقة أخرى اكتشفها المسلمون في ميدان العلاقات العامة منذ زمن بعيد، فقد كان أحمد بن طولون^(*) يؤمن بضرورة اختيار أعوانه ومستشاريه من أهل البلاد التي يحل بها لأنهم يفهمون نفسية مواطنيهم ويستطيعون التأثير فيهم بطريقة لا تتأتى لغيرهم.⁽²⁾

(1) حاج أحمد، كريمة. العلاقات العامة داخل المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية. ماجستير: علوم الإعلام والاتصال: جامعة وهران الساننية: 2009، ص. 24.

(2) منير حجاب، محمد. المرجع السابق، ص. 18.

(*) أحمد بن طولون: ولد سنة 220 هجرية الموافق لسنة 835 م، نشأ نشأة عسكرية في سمراء عاصمة الدولة العباسية آنذاك درس العلوم العسكرية وفنونها كما درس علم اللغة والدين الحديث على يد أبرز العلماء (أنظر: أمين، مصطفى. جامع ابن طولون: المشروع القومي لتسجيل وتوثيق الآثار الإسلامية والقبطية، 2012، ص. 8.

2-5 العلاقات العامة في العصر الحديث:

إن اصطلاح العلاقات العامة بمعناها الحديث، قد استخدم لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر، وقد كان "دومان ايتون" من مدرسة بيل للقانون أول من استخدم الاصطلاح في خطاب ألقاه سنة "1882م" بعنوان "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية" ثم ظهر الاصطلاح سنة "1906م" وكذلك سنة "1913م" في الأحاديث التي ألقاها مدير شركات السكك الحديدية في "بلتيمور" أو مايو "حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة التي تتصل بها، وقد أصبح الاصطلاح شائعا ومألوفاً في العشرينيات عندما ابتدع "بيرنيز" عبارة "مستشار العلاقات العامة" رغم ما قوبل به من سخرية على أنه اصطلاح أكثر وضوحاً حتى الثورة الأمريكية، إذ كان الوطنيون مرادف لعبارة السكرتير الصحي وإن كان ينطوي على تفخيم سخيف.⁽¹⁾

ولم تظهر العلاقات العامة بشكل الأمريكيان واعيّن بالدور الهام الذي يمكن أن يلعبه الرأي العام في الحرب مع الانجليز، وبناءاً عليه فإنهم خططوا لنشاطاتهم، وعلى سبيل المثال فإنهم خططوا لإحداث حفلة شاي ببوسطن، لجذب انتباه الجمهور واستخدموا مجموعة من الرموز كشجرة الحرية التي يمكن ملاحظتها بسهولة وتساعدهم في تصوير قضيتهم بشكل ايجابي وفي عهد رئاسة "اندرو جاكسون" والذي لم يكن رجل اتصال ناجح انطلقت العلاقات العامة السياسية، إذ اعتمد على صحفي سابق وهو "أموس كيندول" ليكون السكرتير الصحفي ويتولى شؤون العلاقات العامة ويساعده في قضيته أما التكتيكات الأولى للعلاقات العامة الحديثة فترجع إلى العقد من القرن العشرين، حيث يعتبر إيفي لي^(*) هو رائد العلاقات العامة إذ قام عام 1903م بافتتاح

(1) بن أحمد، سعاد، مقدار شروق. واقع العلاقات العامة داخل الإدارة المحلية الجزائرية: الوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالبرواقية-المدية. ماستر: علوم الاعلام والاتصال: جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية: 2013، ص.18.

(*) إيفي لي : EVE LEE: يعتبر الأمريكي إيفي لي صاحب لقب أبو العلاقات العامة، لأنه قدم الكثير من المبادئ الهامة للعلاقات العامة حيث كان يعتبر بأن النشر وحده لا يكفي لتأييد الجماهير، كما اعتبر أيضاً أن القول الجميل يجب أن يكون مقروناً بفعل جميل وهو من أكد أن الصورة الانسانية لأي فرد لا يمكن أن تتحقق الا من خلال مشاركته الاجتماعية من حوله (أنظر حجاب منير، محمد، المرجع السابق، ص.21).

مكتب للاستثمار مع "جورج باركر" وبعد سنوات قليلة أصبح "لي" ممثلاً لشركة الفحم
ولسكة حديد بنسلفانيا.

وأكد أن مشكلة رجال الأعمال لا يمكن أن تحل باستخدام الدعاية الكاذبة، بل أكد
أن عصور الجماهير واستغلالها قد ولت ولا يمكن أن تعود، وأن النزعة الإنسانية
والمسؤولية الاجتماعية والمعاملة الطيبة هي التي تحل فهم مشاكلهم، ونادى بضرورة
معاملة المستخدمين والعامل معاملة إنسانية ومنحهم الأجور المجزية، وكذلك ينبغي أن
تعمل على رعاية مصالح الجماهير الخارجية.⁽¹⁾

بهذا يكون "إيفي لي" قد نجح في تحديد معالم العلاقات العامة ويرجع إليه الفضل
الأول في إرساء قواعدها على أسس علمية وخلاقية سلمية، حيث يحددها نشاط مزدوج
الاتجاه، بمعنى أنها تتضمن أيضاً إعلام الجماهير بحقيقة المؤسسة إعلاماً صريحاً لا
موارية فيه ولا سرية ولا كتمان، كما أوضح "إيفي لي" أيضاً أن الإعلام والنشر ليسا
هما العلاقات العامة، ولكنهما أداة واحدة من أدواتها، وكان لتقدمه كل هذه الأفكار
لقبوه برائد العلاقات العامة.⁽²⁾

ظهر بعد الحرب العالمية الأولى رائدان في مجال العلاقات العامة وهما "كارل
بايوير Carl Bayoir" و "أدوار بيرنايس Edward Bernays" الذي أصدر أول
كتاب في العلاقات العامة بعنوان "بلورة الرأي العام" والذي نشر عام 1923م وأما
"بايوير" فقد أنشأ مؤسسة للعلاقات العامة والتي مازالت أكبر مؤسسة للعلاقات العامة
في العالم. وعادت النظرة السلبية التي تتسم بالريبة وعدم الثقة بالأعمال التجارية في
أمريكا مرة أخرى أثناء فترة الكساد التي شهدتها أمريكا في نهاية العشرينيات وبداية
الثلاثينيات من هذا القرن. لذا فإن الكثير من الشركات بدأ يؤسس أقسام علاقات عامة
فيها.

⁽¹⁾ جعفر، أمينة. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدينة.

ماستر: علوم الاعلام والاتصال جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدينة: 2014، ص.22.

⁽²⁾ بن أحمد، سعاد، مقداد شروق. المرجع السابق، ص19.

وقامت الحكومة الاتحادية الأمريكية منذ ذلك باستخدام العلاقات العامة للتعامل مع الظروف الاقتصادية السيئة. حيث قدم "فرانكلين روزفلت" برنامج الإصلاح مترافقا مع حملة ترويجية ليكسب قبول الجمهور له. وكذلك كشفت الحكومة دور العلاقات العامة أثناء الحرب العالمية الثانية وذلك بإنشائها مكتب المعلومات الحربي.⁽¹⁾

وقد تأخر انتشار العلاقات العامة في الوطن العربي، إذ بدأ في الستينيات من هذا القرن، ولعل التأخر في دخولها إلى الوطن العربي يعود إلى ما يلي:

- أن الوطن العربي كان يخضع للاستعمار وكانت الإدارة الاستعمارية لا يعينها الجمهور ولا مصالحه ولا فتح قنوات اتصال ذات اتجاهين معه.
- أن الوطن العربي لم يعرف المؤسسات والشركات الكبيرة إلا حديثا.
- أن الإدارة الحديثة في المؤسسات العربية هي نمط جديد على الحياة العربية.
- التأخر في إنشاء معاهد التدريب الإداري والتنمية الإدارية.
- التأخر في الوعي بأهمية الاتصال ذي الاتجاهين بين المؤسسات والشركات والإدارات الحكومية من جهة وبين الجمهور من جهة أخرى.⁽²⁾

3- وظائف العلاقات العامة:

إن وظيفة العلاقات العامة لم تلق الاهتمام الكافي إلا في النصف الثاني من القرن الماضي، فقبل ذلك كانت تمارس على أساس المهارة وعلى أساس فن يؤثر في الجماهير، إما بعد الحرب العالمية الثانية فقد تطورت إلى مهنة حديثة ووظيفة إدارية يقوم بها متخصصون في ذلك المجال ومن أهم وظائف وأنشطة العلاقات العامة مايلي:

⁽¹⁾ خليل أبو إصبع، صالح. العلاقات العامة والاتصال الإنساني. ط1. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004، ص. 90.

⁽²⁾ خليل أبو إصبع، صالح. المرجع السابق، ص. 92-93.

1-3 البحث:

من أهم وظائف القائم على العلاقات العامة، إجراء الدراسات المرتبطة بقياس الاتجاهات والرأي العام المتعلقة بالجمهور عموماً الذي يتعامل مع المؤسسة، وهذه الوظيفة تهتم بدراسة الآراء والأذواق ومختلف المتطلبات التي تقدمها المؤسسة.

2-3 التخطيط:

تعتبر عملية التخطيط من أهم العمليات التي تقوم بها المؤسسة ومختلف الهيئات الإدارية الحديثة، حيث تقوم برسم السياسات والاستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى إضافة إلى رسم البرامج الإعلامية التي تهدف إلى تعريف وترويج وتسويق للمنتجات التي تنتجها. (1)

3-3 التنسيق:

هو العمل على الاتصال بالمسؤولين في الداخل وكذلك الاتصال بالمنظمات والأفراد في الخارج، فيتصل الخبراء بالمديرين ورؤساء الأقسام وكبار الموظفين ويقدمون إليهم الأخبار والمعلومات والتوصيات المتعلقة بالعلاقات العامة والتي تؤثر على المنظمة ومن جهة أخرى، يقوم الخبراء بالاتصال بقيادة الرأي في الخارج كالمعلمين ورؤساء النقابات ورجال الأعمال وغيرهم.

4-3 الإدارة:

هي تعني تقديم الخدمات لسائر الإدارات والأقسام، ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجمهور، فهي تساعد إدارة المستخدمين مثلاً في اختيار الموظفين وتساهم في تدريبهم، النظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم.

(1) لقصير، رزيقة. دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة. ماجستير: علوم الاعلام الإتصال: جامعة منتوري-قسنطينة-: 2006، ص. 66.

كما تساهم في مد مجلس الإدارة بالآراء الفنية والاشترك في وضع التخطيط العام لسياسة المؤسسة وإطلاع إدارة المؤسسة على رد فعل سياستها بالنسبة لجمهورها الداخلي والخارجي، كذلك إعلام الجمهور بالمؤسسة وشرح خدماتها والدور الذي تقوم به في المجتمع

في أسلوب سهل، صادق ودقيق، وتزويد الجمهور بكافة المعلومات لمساعدته وتكوين رأي عام مبني على أساس من الحقائق.

3-5 الإنتاج:

هذه الوظيفة يتصل بها عدد كبير من الأعمال الهامة المتعلقة بالإعلام والنشر فبالإضافة إلى جانب الاتصالات الصحفية وإصدار البلاغات والبيانات وعقد المؤتمرات، تقوم العلاقات العامة بإعداد النشرات والكتيبات والإعلانات، وإقامة الحفلات والمهرجانات في الأعياد والمناسبات الخاصة، وتنظيم الزيارات للمؤسسة، تنظيم الندوات والمحاضرات والمؤتمرات وغيرها، فهي من الواجبات المنوطة بالإنتاج.⁽¹⁾

كما حددت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة (PRSA) في بحث لها عدة وظائف أساسية على النحو التالي:

- كتابة التقارير والبيانات الصحفية، والكتيبات، ونصوص برامج الراديو والتلفزيون، والخطب وحوار الأفلام، ومقالات المجلات، والصحف التجارية وإنتاج المواد الإعلامية والفنية.
- تحرير النشرات العمالية، والصحفية، وتقارير المساهمين وسائر المخاطبات الموجهة من الإدارة إلى كل من أفراد المؤسسة والجمهور الخارجية.
- الاتصال بالصحافة والراديو، التلفزيون، وكذلك المجلات والملاحق الأسبوعية ومحرري الأقسام التجارية بهدف إثارة اهتمامهم لنشر الأخبار والموضوعات التي تتعلق بالمؤسسة.

⁽¹⁾ ساعد، كريمة. العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية: جامعة منتوري-قسنطينة- نموذجاً. ماجستير: علوم الإعلام والاتصال: جامعة منتوري-قسنطينة-: 2011، ص. 54.

- تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات التي تقام لرجال الصحافة والمعارض وتنظيم الزيارات وإقامة الاحتفالات في المناسبات العامة والخاصة، ورعاية العلاقات مع الضيوف، وإنتاج أفلام عن المؤسسة وغيرها.
- إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة ومواد الاتصال المصورة وإخراجها على نحو فني يتفق مع الذوق العام.
- تحديد الاحتياجات والأهداف والخطوات اللازمة لتنفيذ المشروع وهذا يحتاج إلى خبرة رفيعة في العلاقات العامة، ومقدرة خاصة في توجيه النصح والمشورة إلى رجال الإدارة.
- استخدام الإعلانات الإعلامية في إعلاء اسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الإعلان بالمؤسسة، وغالبا ما تكون مسؤولية قسمي الإعلان والعلاقات العامة بالمؤسسة مسؤولية مزدوجة.⁽¹⁾

4- خصائص العلاقات العامة:

- ✓ إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة تقتض على أي مؤسسة أن لا تتشأ فقط من أجل تحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها، بل يجب أن تصلب دورا اجتماعيا ولهذا عليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة لما يتعلق بسلوك المؤسسة.
- ✓ إن العلاقات العامة تشكل عنصر أساسيا في أنشطة المؤسسات، فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.
- ✓ إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة، ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله والوصول إلى علاقات عامة طيبة.
- ✓ أن العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسين هما المؤسسات والجمهور التي تتعامل معها، سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو

(1) عوجة، علي. العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. ط1. القاهرة: عالم الكتب، 2001، ص.ص. 18-19.

- الخارجية، وكلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت، وبالتالي فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية والاستمرارية وقوة الفعالية بين الطرفين.
- ✓ تستخدم فلسفة العلاقات العامة بأسلوب علمي لتضمن تحقيق أهدافها بأقل جهد وأقصر وقت وأخفض تكلفة.
- ✓ إن العلاقات العامة تضمن التفاهم المستمر بين المؤسسات والجماهير وتحقق الترابط والتعاون فيما بينهم.
- ✓ أنها وسيلة تدريب هامة لإعداد الجماهير وتهيئتهم على تقبل الآراء والأفكار والقيام بما هو مطلوب منهم.
- ✓ إن العلاقات العامة تعد عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية وتتصف بالاستمرارية وتستخدم متخصصين على مستويات مختلفة من المعرفة مؤهلين من المعاهد والكليات.⁽¹⁾

5 أهداف العلاقات العامة:

ترمي العلاقات العامة إلى تحقيق أهداف عريضة تدور حول تحسين العلاقة بين المنشأة والجمهور وتعمل على إيجاد التفاهم والتعاون والتكيف المستمر ولأن وظيفة العلاقات العامة وظيفة من الوظائف الإدارية فهي تمارس على كافة المستويات الإدارية في المنظمة وتسعى إلى تحقيق العديد من الأهداف، وقد يرى البعض أن أهداف العلاقات العامة يمكن أن تنحصر في:

1. تعريف جماهير المنظمة بأهدافها وسياساتها ومنتجاتها من السلع والخدمات.
2. إعطاء فكرة للإدارة عن اتجاهات جماهير المنظمة وأرائها.

⁽¹⁾ قصيبي، سيرين. وآخرون . دور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين في المؤسسة: دراسة ميدانية لغرفة التجارة والصناعة مرمورة-قالمة-. ماجستير علوم الإعلام والاتصال: جامعة منتوري-قسنطينة-: 2006، ص.

3. المساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المنظمة التي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها(من خلال وضع برنامج للعلاقات العامة بهدف تحسين العلاقات مع الجماهير الداخلية).

4. الحصول على تأييد الجماهير ورضاها عن نشاطات المنظمة ومنتجاتها وخدماتها.

5. نصح أو إرشاد الإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة.⁽¹⁾

كما هناك تقسيم آخر لأهداف العلاقات العامة ويتمثل في:

➤ أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي:

- بناء جسور من الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهور العاملين.
- العمل على رفع الروح المعنوية للعاملين من خلال تنمية روح الولاء والانتماء للمنظمة.
- العمل على تدفق المعلومات إلى جميع العاملين.
- نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهميته في كسب ثقة الجمهور الخارجي.
- التنسيق بين جميع قطاعات المنظمة وتسهيل تناقل المعلومات فيما بينها.

➤ أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي:

- تحسين سمعة أو صورة المنظمة الذهنية لدى جماهيرها.
- التعرف على اتجاهات الجماهير (الرأي العام) نحو المنظمة وما تقدمه من سلعة أو خدمة.
- المشاركة في حل مشكلات المجتمع في إطار المسؤولية الاجتماعية للمنظمة لترسيخ دور المنظمة وصورتها الطيبة لدى الجماهير.⁽²⁾

⁽¹⁾ البكري، فؤادة عبد المنعم. العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال. ط1. القاهرة: مطبعة أبناء وهبة حسان، 2014، ص. 13.

⁽²⁾ شعبان، حمدي. وظيفة العلاقات العامة " الأسس والمهارات ". القاهرة: مؤسسة الطونجي للتجارة والطباعة والنشر، 2008، ص.ص. 34-35.

6 - مبادئ العلاقات العامة:

- تستند العلاقات العامة إلى مجموعة من المبادئ، هي كالاتي:
- ✓ أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.
 - ✓ تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ والعطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والايجابية من جانب كل الطرفين، وهي سياسات وأعمال ثم اتصال وإعلام فهي تعكس وجهة نظر فئات الجمهور للمؤسسة، وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين.
 - ✓ أنها لا تقتصر على مؤسسات معينة بل أنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة تجارية أم صناعية أم اجتماعية.
 - ✓ أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسئولياتها الاجتماعية والتزامها الصدق فيما يصدر عنها من معلومات وكذلك قيامها على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بين طرفين المؤسسة وجمهورها.
 - ✓ معرفة الأساليب النظرية والعلمية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها، وهذا يستوجب تفهما لطبيعة السلوك البشري.
 - ✓ ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لابد أن تكون برامجها مع سياسات المؤسسة كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مع مصالح الجماهير المختلفة.
 - ✓ يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيس بالرأي العام حيث بدون وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة والصدق لكسب تعاطفه وثقته فعندما يكون للرأي العام قيمة وأهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال.⁽¹⁾

(1) عليان، ربحي مصطفى. الاتصال والعلاقات العامة. ط1. - عمان- الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2005، ص. 232.

7- جمهور العلاقات العامة:

الإنسان هو محور نجاح أي عمل، والعلاقات العامة تقوى على الفهم الإنساني للأفراد والجماعات والمجتمعات وهي تعدت في ذلك على علم النفس والاجتماع والعلوم الإدارية والسلوكية، لأن نطاقها واسع ومجالاتها متعددة.

والجمهور هو مجموعة من الناس تجمعهم مصالح مشتركة وبيئية واحدة، وهو أيضا مجموعة من الناس يسهل توجيههم والسيطرة عليهم حتى يكون سلوكهم في الاتجاه المرغوب وهو يتكون من قطاعات وشرائح مختلفة من الأفراد متعددي الثقافات والاتجاهات.

➤ مفهوم الجمهور في العلاقات العامة:

هو اصطلاح فني يستخدمه خبراء العلاقات العامة حيث يتم تقسيم الجمهور إلى فئات نوعية خاصة فالنشاط الاتصالي والإقناعي للعلاقات العامة يقوم على تحديد الفئات المختلفة ودراسة سماتها. (1)

7-1 الجمهور الداخلي للعلاقات العامة:

إن البيئة الصحيحة للعلاقات العامة داخل المؤسسة تشكل عنصرا هاما لنجاحها وليست هناك مؤسسة يمكنها أن تتجح دون أن يكون أداؤها جيدا، وبدون أن تتقدم في أدائها وانجازها. وسوف تفشل إدارة المؤسسة في العمل بكفاءة وبتحقيق أهدافها إذا كان العاملون لا يتمتعون بولاء للمؤسسة التي ينتمون إليها، ولهذا كانت الحوافز في المؤسسة عاملا هاما من العوامل التي تساعد في توفير ظروف ملائمة لعمل العلاقات العامة داخل المؤسسة لرفع درجة ولاء المستخدمين وانتمائهم، وإحساسهم بتحقيق الذات والثقة، والإحساس بالأمان، وتلبية الحاجات البدنية. (2)

(1) بدوي محمد أحمد، عبد المحسن. العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام.

الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. ص.ص. 89-90.

(2) خليل أبو اصبع، صالح. المرجع السابق، ص. 131.

كما أكدت الدراسات على أهمية تحسين العلاقات بالجمهور الداخلي لا تأتي من فراغ فأولئك العاملون يمضون ساعات داخل المؤسسة وبالتالي فالمؤسسة يجب أن تتعامل مع أفراد الجمهور الداخلي كفريق متكامل وان تتخير أفضل الاستراتيجيات للتعامل معهم مثل إستراتيجية الحوار المتبادل ومن ثم تهدف العلاقات العامة على المستوى الداخلي إلى تحقيق التوازن ما بين حاجيات المؤسسة والعاملين فيها والتعرف على ميول العاملين واتجاهاتهم.⁽¹⁾

2-7 الجمهور الخارجي للعلاقات العامة:

هو عبارة عن مجموعات الأفراد الذين يرتبطون بصفة مباشرة ومستمرة بمؤسسة معينة، وبالتالي تتعدد الجماهير الخارجية للمؤسسة وتختلف نوعياتها باختلاف الأنشطة التي تزاولها المؤسسة، كما تهدف العلاقات العامة إلى الاتصال والتواصل بالجماهير الخارجية بمختلف أنواعها وذلك بغية تحقيق نوع من الصلة الوثيقة، والتي تسمح بزيادة التفاعل والتفاهم من أجل بلوغ أهداف المؤسسة بكل سهولة.⁽²⁾

وتهدف العلاقات العامة في إطار هذا المستوى الاتصالي بالاتصال بالجمهور العام أو المجتمع المحلي أو القومي أو الدولي بكل أفرادها بغض النظر عن فئاته أو تقسيماته النوعية... وذلك لتقييم الاتجاهات العامة تجاه المنظمة أو المنشأة والتحقق من السياسات والإجراءات التي تتبعها والتي تهدف إلى الصالح العام. وتنفيذ برامج تهدف إلى اكتساب التفهم للتصرفات وقبولها.

وللتعرف على اتجاهات الرأي العام في الخدمات التي تؤديها والنواحي التي يشكو منها حين تعامله معها حتى تستطيع أن تكسب الرأي العام إلى جانبها وتتحصل على

⁽¹⁾ بن زواد، شهرزاد. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية: دراسة ميدانية للجمهور الداخلي بالمستشفى العمومي الزهراوي-المسيلة- نموذجاً. ماستر: قسم علوم الاعلام والاتصال: جامعة محمد بوضياف المسيلة: 2015، ص. 55.

⁽²⁾ لمين، دلال. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية للجمهور الداخلي لمؤسسة مطاحن الحضنة-المسيلة-. ماستر: قسم علوم الاعلام والاتصال: جامعة محمد بوضياف المسيلة: 2015، ص.

تعزيده للسياسات التي تتبعها. وبذلك يحدث التجاوب الملائم بين حاجات الجمهور والخدمات التي تؤديها هذه المؤسسات وتكون المشكلة الرئيسية للاتصال هنا هي كيفية التأثير في الرأي العام عن طريق الترغيب والاستمالة لا الضغط والإكراه.⁽¹⁾

جدول رقم "1": (2) الجمهور الداخلي والخارجي للعلاقات العامة

الجمهور الخارجي		الجمهور الداخلي	
غير المباشر	المباشر	<ul style="list-style-type: none"> - الإدارة (العليا والوسطى) - المستخدمون - المساهمون - مجالس الإدارة 	إدارة
<ul style="list-style-type: none"> - اتصالات مؤسساتية - الزبائن المحتملون - مستثمرون محتملون - (مساهمون) - المجتمع المالي - مجتمع المؤسسة - الحكومة - المجتمع 	<ul style="list-style-type: none"> - اتصال التسويق - الزبائن - ممثلو المبيعات - التجار والموزعون - الموردون - المنافسون 		
<ul style="list-style-type: none"> - اتصال شخصي / اتصال جمعي - رسائل سمعية، بصرية (أفلام شراء وسائل الإعلام، الوسائل المتاحة للجمهور الخارجي) - المطبوعات (ال جماهيرية والمتخصصة من ضمنها الإشهار) - البريد الشخصي والمؤسساتي وترويج المبيعات - المعارض (الجماهيرية والمتخصصة والملصقات وغيرها - النقد من الأفراد والمؤسسات 		<ul style="list-style-type: none"> - اتصال شخصي / اتصال جمعي - رسائل سمعية، بصرية (أفلام شراء وسائل الإعلام، الوسائل المتاحة للجمهور الخارجي) - المطبوعات (الجماهيرية والمتخصصة من ضمنها الإشعار) - البريد الشخصي والمؤسساتي وترويج المبيعات - المعارض (الجماهيرية والمتخصصة والملصقات وغيرها) 	إدارة

(1) منير حجاب، محمد. الاتصال الفعال للعلاقات العامة. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص. 105-106.

(2) خليل أبو اصبع، صالح. المرجع السابق، ص. 137.

8- وسائل الاتصال في العلاقات العامة

8-1 الصحف:

تعتبر الصحف من أهم الوسائل التي يمكن رجل العلاقات العامة من إيصال رسالته إلى أكبر عدد مكن من الجماهير، فالصحيفة تعتبر لدى كثير من الناس مكمل لإفطار الصباح، وكثير من الناس يستيقظون على قراءة الصحف لمعرفة ما جاء فيها من أخبار سواء كانت صحفا يومية أو أسبوعية أو غيرها.

يستفيد رجل العلاقات العامة من العرض الواسع للصحف حيث يستطيع نشر رسالته التعريفية أو الدعائية أو الترويجية... إلخ، التي يريد توصيلها للجماهير المعني بها، وهنا عليه أن يصوغ تلك الرسالة بطريقة إخبارية مشوقة، وواضحة، بما يضمن وصولها وتحقيق الهدف منها.

كما يمكن الاستفادة من الصحف لنشر التقارير المتعلقة بنشاط المؤسسة المعنية، وتعريف الجمهور بحجم هذا النشاط، وخاصة ما يتعلق منها بالميزانيات العمومية وغيرها.⁽¹⁾

8-2 المجالات:

للمجلات خصائص معينة عند الكلام عن وسائل النشر العامة، وهذه الخصائص أنها تنتقي فئة معينة من الجمهور كثر عددهم أو أقل تجمعهم هواية أو حرفه أو مهنة، وإذا اعتبرنا المجلة وسيلة لا تتطلب الاطلاع عليها في الحال مثل الصحف اليومية فإنها تتميز بطول العمر أكثر من الصحف، كما تتميز بارتفاع مستوى إخراجها وطباعتها الجيدة وخصوصية توجهها إلى جماهير نوعية وتقديمها ما يتناسب مع اختيارات واتجاهات هؤلاء الجماهير، ويمكن تقسيم المجالات التي تصدرها المنشآت إلى ثلاث أنواع رئيسية:

(1) عبد المعطي، عساف. أسس العلاقات العامة. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2003، ص. 88.

- مجلات أو صحف داخلية: مثل مجلة عمال وموظفي المنشأة.
- مجلات خارجية: وتصدرها الشركات للجمهور الخارجي مثل مجلات المساهمين والموزعين وغيرهم.
- مجلات مختلفة: وقد تقوم بعض المنشآت بإصدار مجلة واحدة تصدرها لجميع أفراد الجمهور المتصل بالمنشأة من موظفين ومساهمين وموزعين ومستهلكين.⁽¹⁾

3-8-3 التلغون:

أما التلغون فقد أصبح ضرورة هامة في إتمام الاتصالات ولا يمكن لأي منشأة سواء صناعية أو تجارية أو خدمية أو حكومية أن تعمل بدون التلغون.

وهناك العديد من الخطوط التليفونية التي تستخدم في كل منشأة، والمنشآت الكبيرة تضع عدة خطوط قد تصل إلى عشرة في خدمة الاتصالات.

وإذا نظرنا إلى عمل المدير نجد أن الاتصالات التليفونية تمثل أهمية خاصة، عند عقد الاجتماعات وتحديد المواعيد، وإبلاغ الرسائل والأخبار، والبيانات اللازمة لأداء عمله، وإبلاغ تعليماته إلى مرؤوسيه وإلى معاونيه، أو المتعاملين معه.

ولهذا نجد أن الكثير من المنشآت العاملة في مختلف المجالات تمثل الاتصالات التليفونية جزءا كبيرا من الاتصالات العامة، كما تساهم الاتصالات التليفونية في انجاز الأعمال، وفي أداء مختلف المهام التي تقوم به إدارة العلاقات العامة.⁽²⁾

4-8-4 الإذاعة والتلفزيون:

تعتبر الإذاعة وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة التي تلعب دورا هاما في التأثير على رأي الجمهور، حيث أنها أصبحت جزءا من حياة الناس اليومية وتتبع أهميتها من

(1) البكري، فؤادة عبد المنعم. المرجع السابق، ص. 119.

(2) محمد المصري، أحمد. العلاقات العامة. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2007، ص. 55-56.

كونها تخاطب كافة شرائح المجتمع على مختلف فئاتها وانتماءاتهم وأن المستمع إليها لا يطلب منه

أن يقوم بأية مجهودات مثل ما تحتاجه عمليات القراءة أو الكتابة أو غيرها، وكذلك التلفزيون الذي يعتبر من أحدث وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتأثير على الجماهير، حيث أن عملية نقل المعلومات من خلاله إلى الجمهور وإقناعهم أكثر من وسائل الإعلان الأخرى.

ومن أهم مزايا الاتصال الإذاعي والتلفزيوني لإدارة العلاقات العامة ما يلي:

- أنها تمكن رجل العلاقات العامة من أن يستفيد من طبيعة وسائل هذه الاتصالات باعتبارها أصبحت وسائل معمة في الوقت الحاضر.
- أنها تمكن رجل العلاقات العامة من استغلال تقنيات العمل الإذاعي والتلفزيوني الحديثة وخاصة ما يتعلق منها بالتصوير والإخراج والمونتاج.
- أنها تمكن من توصيل الرسائل المنطوقة والمصورة بطريقة مباشرة لأفراد الجمهور المعني.
- أنها تمثل مصدرا هاما للمعلومات وللخبرات المتعلقة بالعلاقات العامة.(1)

5-8 الرسائل البريدية:

الرسائل البريدية تعتبر من الوسائل المكتوبة التي تحمل فكرة معينة أو موضوعا معيناً يعد إعدادا خاصا يتفق مع سياسة العلاقات العامة التي تسير عليها المنشأة.

الرسائل البريدية يلزم أن تصاغ صياغة جيدة ودقيقة باعتبارها تعبير صريح عن أفكار بناءة وتهدف مصلحة بين طرفين تربطهم صلات طيبة من العمل والتعاون التبادل، وتلعب الرسائل البريدية دورا هاما في إتمام عملية الاتصال واستمرارها ونجاحها.(2)

(1) عبد المعطي، عساف. المرجع السابق، ص. 97.

(2) محمد المصري، أحمد. المرجع السابق، ص. 54.

6-8 خدمات الإنترنت:

تطورت شبكة الإنترنت بدرجة كبيرة وسريعة ومعقدة ويزداد الاعتماد عليها من قبل شركات الأعمال والمنظمات بمختلف أنواعها، وتوجهاتها كوسيلة للاتصال المستمر والتفاعلي مع المستهلكين، والمستثمرين، والعاملين على نطاق محلي وإقليمي ودولي ويمكن من خلالها تقديم أخبار فورية عن السياسات والمنتجات والتطورات المالية، وتتيح تحديث هذه المعلومات دقيقة بدقيقة.

7-8 الإنترنت:

تسمح هذه الوسيلة بنقل وتبادل المعلومات داخل المؤسسة بصورة أسهل وأسرع وأرخص، ومن أهم وظائفها البريد الإلكتروني، تبادل الملفات، ندوات للنقاش، وبذلك يكون الإنترنت فضاء للحوار بين أفراد المؤسسة.

8-8 شبكات التواصل الاجتماعي:

هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.⁽¹⁾

9-8 الكتب والنشرات والكتيبات:

لا تستخدم الكتب بشكل دائم في العلاقات العامة لأن قليلا من الرسائل الاتصالية المستخدمة هي التي تتطلب عددا كبيرا من الصفحات، ويفضل استخدام الكتب في المناسبات التي تتطلب إطالة عمر الرسالة الاتصالية أو زيادة تقدير القارئ للرسالة، مثال ذلك الكتب التي تصدر في المناسبات والاحتفالات الخاصة، أو عن تاريخ المنشأة، أو إنجازاتها خلال فترة زمنية طويلة، أو الكتب ذات الطابع الوثائقي أو العملي

⁽¹⁾ قندوز، سلمى. دور العلاقات العامة في خدمة الجمهور الداخلي في الجامعات الجزائرية: دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة المدية. ماستر: علوم الإعلام والاتصال: جامعة الدكتور يحيى فارس -المدية-: 2014،

التي يتطلب الرجوع إليها من وقت لآخر. وتختلف هذه الكتب من حيث مضمونها وشكلها تبعاً للهدف منها والجمهور المستهدف بها.

أما النشرات فقد تستخدم كوسيلة اتصال موجهة إلى الجمهور الداخلي والخارجي، ومن أهم أنواعها النشرات الإخبارية التي تعد للتوزيع على وسائل الاتصال الجماهيرية، وينبغي أن يتوافر لهذا النوع من النشرات كل المعايير والقواعد الصحفية التي تجعلها صالحة للنشر.

وتتناول النشرة غالباً موضوعاً واحداً في صفحات قليلة مطوية تسلّم للأفراد باليد أو ترسل بالبريد، بينما تنتوع موضوعات الكتيب وتتعدد صفحاته ويتسع لمعالجة الموضوعات بشكل مفصل.

8-10 الاجتماعات:

هي لقاءات بين عدد من الأفراد لبحث مشكلة معينة أو نقل وجهة نظر محددة أو لاتخاذ قرار معين، وقد تعقد هذه اللقاءات بين الموظفين ببعضهم أو بين الموظفين والعملاء أو الموزعين أو المساهمين أو مسؤولي الشركات المالية أو غيرهم، وقد تكون هذه الاجتماعات دورية أي تعقد كل فترة محددة كاجتماعات رؤساء الأقسام أو مدراء الدوائر أو اجتماع الهيئة العامة للمساهمين وقد يكون حسب الحاجة إلى عقدها.⁽¹⁾

(1) مصطفى، عبده. محمود، يوسف. مقدمة في العلاقات العامة. جامعة القاهرة، 2003، ص. 188.

خلاصة الفصل:

من خلال استعراضنا للعلاقات العامة ومبادئها وجمهورها وأهم وسائل الاتصال اتضح لنا أن مجال العلاقات العامة مجال واسع وعنصر من العناصر المهمة التي يجب إتباعها في كافة المؤسسات.

الفصل الثالث: العلاقات العامة والمكتبات الجامعية

تمهيد الفصل

1. المكتبات الجامعية

2. العلاقات العامة في المكتبات الجامعية

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: العلاقات العامة والمكتبات الجامعية.

تمهيد:

إن المكتبات الجامعية أهم مكون التي تعتمد عليه الجامعة في أداء رسالتها وتحقيق أهدافها حيث تسعى إلى جلب مكثبيين مؤهلين لتقديم الخدمات في أحسن صورة لمجتمع المستفيدين من طلبة، أساتذة، باحثين وتسهيل وصولهم إلى مصادر المعلومات والمواد المكتبية بأسرع وقت وأقل جهد.

ونظرا لتنوع جمهور المكتبات الجامعية وحتى تتمكن من معرفة رغبات هاته الجماهير من جماهير داخلية وجماهير خارجية أصبح من الضروري إقامة علاقات عامة معهم أساسها التفاهم والتعاون المتبادل، فأهداف العلاقات العامة من أهداف المكتبات الجامعية وهذا ما أدى إلى إلزامية توضيح العلاقات العامة في تنظيم المكتبة الجامعية ونسبها إلى شخص مؤهل تتوفر فيه صفات شخصية ومجموعة المهارات الاتصالية والإدارية، وبالتالي سوف نتطرق في هذا الفصل إلى عنصرين هما المكتبات الجامعية، والعلاقات العامة ضمن المكتبات الجامعية.

1- المكتبات الجامعية:

1-1 تعريف المكتبات الجامعية:

عرفها معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات مكتبة أكاديمية تمثل المكتبة المركزية في الجامعات أو المعاهد أو الكليات التي تشكل جزءا من مؤسسات ومعاهد التعليم العالي وتحتوي على مقتنيات مختلفة من أشكال ورقية وإلكترونية وسمعية وبصرية في مجالات العلوم والمعرفة.⁽¹⁾

المكتبة الجامعية هي مؤسسة علمية ثقافية تربوية اجتماعية، تهدف إلى جمع مصادر المعلومات وتمييزها بالطرق المختلفة (الشراء، التبادل، الإيداع) وتنظيمها، فهرستها، وتصنيفها وترتيبها على الرفوف واسترجاعها بأقصر وقت ممكن وتقديمها إلى مجتمع المستفيدين (قراء، باحثين) على اختلافهم من خلال مجموعة من الخدمات التقليدية، كخدمات الإعارة والمراجع والدوريات والتصوير والخدمات الحديثة كخدمات الإحاطة الجارية والبنث الانتقائي للمعلومات و الخدمات الأخرى المحسوبة وذلك عن طريق كفاءات بشرية مؤهلة علميا وفنيا وتقنيا في مجال علم المكتبات والمعلومات.⁽²⁾

⁽¹⁾ عبد الفتاح قاري، عبد الغفور. معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2000، ص. 13.

⁽²⁾ المدادحة، أحمد، نافع. المكتبات الجامعية ودورها في عصر المعلومات. ص1. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2012، ص. 13.

المكتبة الجامعية هي مؤسسة ثقافية وتثقيفية وتربوية وعلمية تعمل على خدمة مجتمع معين من الطلبة والأساتذة والباحثين المنتسبين إلى هذه الجامعة أو المعهد، وذلك بتزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها في دراساتهم وأبحاثهم من خلال توفير أرصدة معرفية تلبي احتياجاتهم. وذلك من تنظيمها وتصنيفها وفهرستها وتكثيفها تسهيلا لوصولها إلى المنتسبين إلى هذه الجامعة أو الكلية أو المعهد وهي بذلك جزء أساسي لا يتجاوز ولا يمكن الاستغناء عنه.(1)

المكتبة الجامعية بالمفهوم العلمي الجديد هي إحدى المؤسسات الثقافية التي تؤدي دورا هاما في مجال التعليم العالي.(2)

1-2 أهمية المكتبة الجامعية:

تعتبر المكتبة الجامعية القيم على المعرفة البشرية الحالية ومسؤولة عن حفظها للأجيال القادمة وتدعيم البحث والبحث المتجدد، وقد تشترك بعض أنواع المكتبات الأخرى مع المكتبة الجامعية في وظيفة التعليم والحفظ لكنها تتفرد عنها جميعا بوظيفة البحث والبحث المتجدد.

(1) ذياب، لبنى، ساحلي، باسم. ذبيحي، لحسن. دور المكتبات الجامعية الجزائرية في تطوير البحث العلمي في البيئة الرقمية. المؤتمر الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية. طرابلس 22-24 ابريل 2016. ص.ص. 2-3 (على الخط المباشر). تمت الزيارة يوم 2019/06/1. متاح على الرابط التالي: <http://jilrc.com/wp-content/uploads/2016/03/البيئة-الرقمية.pdf>

(2) دلهوم، انتصار. تحسين فعالية أداء المكتبات الجامعية باستخدام النظم الآلية للمعلومات: دراسة ميدانية بمكتبات جامعات قسنطينة 1-2-3 بالجزائر. cybrarin journal، مارس 2015. ع. 37 (على الخط المباشر).

تمت الزيارة يوم 2019/05/26. متاح على الرابط التالي: http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=686:delhum&catid=273:studies&Itemid=100

هذا ما يعطي أهمية كبيرة للمكتبة الجامعية بحيث أنها لا تلعب دورها كمكتبة في التعليم الجامعي وتطوير البحث فحسب، بل عليها تدعيم هذه الوسائل بأن تتزود بكل ما يناسب المناهج الدراسية والبحث بالجامعة وعليها القيام بجذب القراء نحوها بمراعاة الأمور التنسيقية ويظهر ذلك في الديكور والتهوية والإضاءة وتوفير الهدوء.

فالجامعة لها برامجها ومخططاتها، ومن هنا تبرز أهمية المكتبة الجامعية في توفير كل ما يلزم لمثل هذه البرامج والمخططات لخدمة البحث والتعليم والقيام بوظائفها وأنشطتها على أكمل وجه. وهنا يبرز الدور الرئيسي للمكتبة الجامعية كموجه وقائد للعملية والمنظومة التعليمية للجامعة، فالمكتبة الجامعية من خلال ما يتوفر بها من رصيد هائل ومن خلال ما تقدمه من خدمات تساعد هؤلاء الطلاب على تحضير الدروس وإعداد التقارير والبحوث، كما تساعد الأساتذة على تحضير الدروس وإعداد التقارير لما سيقدمونه لطلابهم، كما لا بد من التذكير بالدور الذي يجد فيها الأرضية الصلبة لأعماله.(1)

1-3 خدمات المكتبات الجامعية:

• العمليات الإدارية:

تشمل العمليات الإدارية إعداد الميزانية وتوزيعها، واختيار العاملين وتدريبهم والإشراف عليهم وتخطيط نمو المكتبة، ووضع القوانين واللوائح ومتابعة تنفيذها والاتصال بالمسؤولين، ووضع خطط وإجراءات اختيار وتخطيط وطلب الأدوات والتجهيزات المكتبية الحديثة وتوصيف الوظائف المكتبية...إلخ.

(1) كساسة، محي الدين. نظم التصنيف العالمية وتطبيقاتها في المكتبات الجزائرية: دراسة ميدانية بالمكتبات الجامعية بقسنطينة. ماجستير: علم المكتبات: جامعة منتوري محمود قسنطينة: 2007، ص.ص. 28-29.

• العمليات الفنية:

تشمل عمليات التزويد، والفهرسة، والتصنيف، والتجليد، والنسخ والتصوير الميكروفيلمي والفتوغرافي.

• خدمات القراء:

هي الخدمات المباشرة التي تقدمها المكتبة الجامعية للمستفيدين منها، كالإعارة الداخلية والخارجية والإعارة بين المكتبات المختلفة ونظم الاتصال وتوصيل المعلومات والمواد، وتعتبر الخدمات المرجعية من أهم الخدمات المباشرة التي تقدم مركزيا أو لا مركزيا.

• الخدمات الخاصة:

هذه خدمات إضافية تقوم بها بعض المكتبات الجامعية، علاوة على خدماتها المباشرة للرواد، وذلك طبقا لإمكانياتها المادية والبشرية... إلخ، ومن أمثلة هذه الخدمات إقامة المعارض، وإدارة خدمات الطباعة والنشر وبيع الكتب، وتنظيم برامج التدريب وإدارة المعاهد المتخصصة في دراسات المكتبات والمعلومات.⁽¹⁾

ويمكن إجمال خدمات المكتبات الجامعية في النقاط الآتية:

- 1- تعريف الطلاب بمصادر البحث وأساليبه وإمكانياته.
- 2- إحاطة الطالب بالبيبلوجرافيات المتوفرة في مجالات دراسته وتعليمه وكيفية استخدام المصادر والمراجع.

⁽¹⁾ بدر، أحمد. عبد الهادي، محمد فتحي. المكتبات الجامعية تنظيمها وإدارتها وخدماتها ودورها في تطوير التعليم الجامعي والبحث العلمي. ط 4. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001، ص.ص. 136-

3- تقوم المكتبة بتعريف أعضاء هيئة التدريس بالمطبوعات الحديثة في مجالات دراستهم ومعاونتهم في الوصول للمعلومات والبيانات التي يحتاجونها.⁽¹⁾

1-4 أهداف المكتبات الجامعية :

تستمد المكتبات الجامعية وجودها وأهدافها من الجامعة ذاتها باعتبارها نظاما فرعيا أساسيا من النظام الكلي للجامعة، وإحدى وسائل حركته واستمراريته.

ولكي نحدد أهداف المكتبات الجامعية، لابد لنا أولا من فهم عميق للدور الريادي الذي تلعبه الجامعة في المجتمع، الذي يمس الناحيتين الثقافية والتعليمية من أجل خدمة أهداف الأمة القومية والاجتماعية وغيرها، حيث تقوم الجامعة بالتعليم وإكساب الطلبة المعارف اللازمة لزيادة تحصيلهم الأكاديمي.

ويمكن حصر أهداف المكتبات الجامعية في النقاط التالية:

- مساندة العملية التعليمية في الجامعة.
- تشجيع البحث العلمي ودعمه.
- خدمة المجتمع.
- إيجاد قاعات دراسية لأعضاء هيئة التدريس وطلبة الدراسات العليا
- التركيز على بناء مجموعات حديثة، وأنشطة في بعض الحقول المتميزة التي تشتهر بها الجامعة
- توزيع المكتبات الفرعية بين الكليات توزيعا متوازنا، بحيث تعم الخدمات المكتبية جميع فروع الكليات والأقسام.
- توظيف المكتبيين ذوي الكفاءات العالية والحاصلين على تخصصات في مختلف مجالات المعرفة البشرية، زيادة على تخصصهم في علم المكتبات والمعلومات.

⁽¹⁾ إبراهيم، السعيد مبروك. تدريب وتنمية الموارد البشرية بالمكتبات ومرافق المعلومات. ط1. الاسكندرية: دار

الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2012، ص. 17.

- الرفع من عدد الموظفين من فئة المساعدين شبه المكتبيين، كي يستطيع المهنيون في المكتبة التركيز على الأعمال الفنية مثل عمليات الفهرسة والتصنيف. (1)

1-5 وظائف المكتبة الجامعية:

تتبع وظائف المكتبة الجامعية من الأهداف التي تسعى الجامعة إلى تحقيقها، ولا يمكن أن تلعب المكتبة الجامعية دورها المنوط بها في عزل عن أهداف الجامعة وخططها وبرامجها.

فالأهداف مهما تعددت وتتنوع يمكن إدراجها جميعا تحت هدفين رئيسيين يجب أن تسعى إلى تحقيقهما كل الجامعات وهما:

1- التعليم: أي تخريج متخصصين أكفاء يستطيعون الإسهام في تنمية المجتمع وتطوره.

2- البحث العلمي: الذي يستهدف تهيئة الكوادر العلمية عن طريق الدراسات العليا. (2)

(1) بن حريرة، نجاة. دور المكتبات الجامعية في التصدي لظاهرة السرقة العلمية: دراسة ميدانية بمكتبة معهد علم المكتبات بجامعة قسنطينة 02. cybrarin journal. مارس 2018. ع 49 (على الخط المباشر). تمت الزيارة يوم 2019/06/12. متاح على الرابط التالي:

http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=826%3Anbinharirah&catid=320%3Apapers&Itemid=80

(2) دياب، حامد الشافعي. إدارة المكتبات الجامعية أسسها النظرية وتطبيقاتها العلمية. جامعة القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص.ص. 71-72.

أما الوظائف التي تنهض بها المكتبة الجامعية فيمكن جمعها في وظيفتين رئيسيتين هما:

1-5-1 الوظائف الإدارية:

- تخطيط نمو المكتبة ورسم سياستها والمشاركة في وضع اللوائح التي تسيّر عمل المكتبة.
- الاتصال بالمسؤولين بالجامعة لإعداد ميزانية المكتبة.
- اختيار العاملين في المكتبة وتدريبهم والإشراف عليهم ومتابعة أعماله وتقييمها.

1-5-2 الوظائف الفنية:

- بناء وتنمية المجموعات.
- تنظيم تلك المجموعات والمصادر باستخدام التقنيات المناسبة.
- تقديم الخدمة المكتبية للدارسين والباحثين، وتسيير سبل الإفادة من مصادر المعلومات داخل الوطن وخارجه.⁽¹⁾

1-6 أنواع المكتبات الجامعية:

حين نتحدث عن المكتبات الجامعية فالحديث بالضرورة يتعرض لشبكات تضم أعداد من المكتبات العاملة على خدمة الوسط الجامعي بكل مكوناته من أساتذة، طلبة، باحثين.

(1) دياب، حامد الشافعي. المرجع السابق، ص.ص. 75-76.

فقد أصبح من النادر الاعتماد في أي جامعة على الخدمة المكتبية لمكتبة واحدة خصوصا إذا كانت جامعة متعددة التخصصات وبالتالي توزع مهام الخدمة على عدد من المكتبات الفرعية المرتبطة إداريا وماليا بالمكتبة المركزية للجامعة تتكون في هيئتها العامة من:

1-6-1 المكتبات الجامعية المركزية:

هي أكبر وأهم أنواع المكتبات الجامعية وتسمى أيضا المكتبة الرئيسية وعادة ما يكون موقعها في وسط الجامعة وليس في أطرافها والغرض من ذلك هو تسهيل وصول الرواد إليها من جميع أقسام الكليات دون عناء وعلى الرغم من وجود مكتبة بكل كلية من كليات الجامعة، فإن وجود مكتبة مركزية يعد أساسا للتنظيم السليم للخدمات المكتبية للجامعة.

1-6-2 مكتبات الكليات:

هي مكتبات يتناسب رصيدها مع التخصصات العلمية للكليات وتقوم بخدمة المناهج التعليمية التي تدرس بها وتأتي في المستوى الثاني بعد المكتبة المركزية أما من الناحية الإدارية فهي عادة ما تكون تابعة للمكتبة المركزية.

1-6-3 مكتبات المعاهد أو الأقسام:

هي مكتبات تابعة للأقسام أو المعاهد التابعة للكليات وعادة ما توفر مواد البحث للطلبة ولأعضاء هيئة التدريس بالقسم، حتى تكون هذه المواد تحت أيديهم باستمرار دون تكليفهم مشقة الذهاب للمكتبة المركزية.⁽¹⁾

(1) كريم، مراد. مجتمع المعلومات وأثره في المكتبات الجامعية: مدينة قسنطينة نموذجا. دكتوراه: علم المكتبات: جامعة منتوري محمود قسنطينة: 2008، ص. 80.

1-7 مقومات المكتبات الجامعية:

- تحتاج المكتبة الجامعية إلى المتطلبات الأساسية أو المقومات التي لا بد من توافرها لكي تتمكن من تحقيق أهدافها المختلفة وتتلخص هذه المتطلبات فيما يلي:
- 1- الموقع المتوسط والمناسب والمبنى المصمم أصلا للمكتبة الجامعية والمؤثث بشكل مناسب والمجهز بكافة الأجهزة والتسهيلات الأخرى المطلوبة.
 - 2- مجموعة غنية من مصادر المعلومات الجيدة والمنوعة في أشكالها (المطبوعة وغير المطبوعة) وموضوعاتها ولغاتها ومستوياتها العلمية.
 - 3- عدد كاف من المكتبيين المتخصصين والمتدربين على القيام بالأعمال المكتبية، والقادرين على تقديم الخدمات الفنية والعامة المطلوبة.⁽¹⁾

1-8 مجتمع المستفيدين من المكتبات الجامعية:

يتكون مجتمع المستفيدين من المكتبات الجامعية من الفئات الآتية:

⁽¹⁾ سي الطيب، ميمونة، بناط، موارد. تأثير خدمات المكتبات الجامعية على رضى المستفيدين: دراسة ميدانية بالمكتبة الجامعية المركزية للمركز الجامعي-أحمد بن يحيى الونشريسي-تيسمسيلت. ماستر: علم المكتبات: جامعة الجبالي بونعامة- خميس مليانة: 2017، ص. 46.

<http://dspace.univ-km.dz/xmlui/bitstream/handle/.pdf?séquence=1&isAllowed=y>

- 1-الطلبة بمختلف مستوياتهم الأكاديمية وتخصصاتهم العلمية
 - 2-أعضاء هيئة التدريس والباحثين فيها.
 - 3-العاملين في الدوائر الإدارية في الجامعة.
- الباحثين في المجتمع المحلي (أفراد المؤسسات).
- وتختلف المكتبات الجامعية في خدماتها لأفراد المجتمع المحلي ومؤسساته من مجرد السماح لهم بالاستخدام الداخلي لمصادر المعلومات إلى الإفادة الكلية من مصادرها وخدماتها. (1)

(1) عميمور، سهام، المكتبات الجامعية ودورها في تطوير البحث العلمي في ظل البيئة الالكترونية:دراسة ميدانية بالمكتبات الجامعية لجامعة جبل.ماجستير:المعلومات الالكترونية الافتراضية واستراتيجيات البحث عن المعلومات:جامعة منتوري-قسنطينة-:2011،ص.36.

2- العلاقات العامة في المكتبات الجامعية:

1-2 مفهوم العلاقات العامة في مجال المكتبات ومراكز المعلومات:

- العلاقات العامة عملية اتصالية متكاملة ذات اتجاهين تشمل المرسل (رجل العلاقات العامة)، والرسالة (ما يقوله أو يكتبه رجل العلاقات العامة)، والوسيلة (قد تكون اتصالاً شخصياً، صفحة مطبوعة ، إذاعة، صحافة، تلفزيون)، والمتلقي (جمهور المكتبة أو مراكز المعلومات، مورد، ناشر، مكتبة أو مركز المعلومات).
- العلاقات العامة نشاط اجتماعي لأنها تعزز الروابط بين إدارة المكتبة أو مراكز المعلومات والمستفيدين أو الجمهور بعامة، كما تعزز الصورة الاجتماعية للمكتبة أو مركز المعلومات بينهم بخاصة.⁽¹⁾

ومن هنا يمكننا القول إن العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات أنها:

نشاط يعتمد بالأساس على تكوين وتأسيس علاقات حسنة بين المكتبة وجمهورها الداخلية والخارجية.

2-2 أهمية العلاقات العامة في العمل المكتبي:

إن أهمية العلاقات العامة ليست غاية في حد ذاتها وإنما هي وسيلة فعالة يتم بواسطتها دراسة وتلبية رغبات جمهور المستفيدين وتأمين رضاهم عن أعمال وخدمات المكتبة، والحصول على دعمهم وتعاونهم معها وإدامة الاتصال بين الطرفين. فأهمية العلاقات العامة تكمن في إيجاد تفاهم وتوافق بين منظمات المجتمع وأفراده، ومهمتها الكبرى هي التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته والتنسيق بين

⁽¹⁾ السردى، محمد الدبس. الاتصالات والعلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات. عمان: داراثر للنشر والتوزيع، 2010، ص. 260.

مصالحه المختلفة تحقيقاً للصالح العام وتحقيق الانسجام الاجتماعي والشرح والتفسير والإقناع، أي شرح السياسات التي انبثقت من دراسة احتياجات الجماهير واتجاهاتها وتفسيرها وإقناع الجماهير بها لتقبلها ومن ثم تلمس الأعذار لكل خطأ أو تقصير في أعمال المكتبة وتوجيه الرأي العام إلى أحسن السبل للتعاون مع السياسة العامة من أجل كسب ثقته وتأييده، وتعرف الجمهور بالمكتبة وشرح سياستها إلى الجمهور وكذا شرح الخدمة التي تنتجها بلغة بسيطة من أجل اهتمام الجمهور بها، وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا، والتأكد من أن أهداف المكتبة وأغراضها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة والتنسيق بين الإدارات المختلفة في المكتبة لتحقيق الانسجام بين بعضها ببعض.⁽¹⁾

ويمكن ذكر أهمية العلاقات العامة في المكتبات في النقاط الآتية:

- ازدادت حدة المنافسة بين المكتبات من أجل إرضاء الجمهور وإشباع رغباته وكذلك من أجل كسبه والحفاظ عليه هنا بدأت هذه المكتبات في التفكير في إقامة علاقات طيبة مع جماهيرها والجماهير بصفة عامة لكسب تأييدها وثقتها والعمل على خلق صورة ذهنية أو انطباع جيد عنها بالمقارنة مع المكتبات الأخرى وأدى إلى تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة.
- بازدياد الوعي الثقافي لدى الفئات المجتمع المختلفة ازداد طلب تلك الفئات للمعلومات الصحيحة والصادقة والتفسيرات والإيضاحات المتعلقة بالقرارات والسياسات التي تتخذها أو تتبعها المكتبات.

(1) فلهي، الموسوي، محمد جاسم. العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات. مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك. العدد1، 2006: ص. 41.

- لا تستطيع أي مؤسسة أن تحيا وحدها منفردة ومستقلة إننا نعيش الآن في عهد الاعتمادية المتبادلة أو التبعية بين المكتبات وبين الأفراد والمكتبات ويعتمد الأفراد على المكتبات في إشباع رغباتهم وتعتمد المكتبات في وجودها على الأفراد ليس للعمل فقط بل أيضا لعرض خدماتها وهذه الاعتمادية المتبادلة القوية أدت إلى تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة إدارية.
- كما تبرز أهمية العلاقات العامة أنها وسيلة الفعالة لاطلاع الجماهير على أهداف المكتبة وأوجه نشاطها وشرح سياستها وكسب تأييد الرأي العام وثقته واحترامه وذلك عن طريق إمداده من خلال العلاقات العامة بالمعلومات والبيانات والحقائق.
- تلعب العلاقات العامة دورا مساندا ورئيسيا في الترويج لخدمات المكتبة المعلوماتية من خلال الأنشطة والبرامج الإعلامية مثل إقامة المعارض والمساهمة في تمويل بعض الأنشطة في المجتمع المحلي وتساعد هذه الأنشطة المختلفة في الترويج لاسم المكتبة لإعطاء انطباع جيد عنها إضافة إلى إقبال الأفراد على خدماتها.⁽¹⁾

2-3 أسس ومبادئ العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات:

1-3-2 المسؤولية الاجتماعية: فالأساس في العلاقات العامة أن تراعي المكتبات ومراكز المعلومات مصالحها ومصالح جمهورها بذات الوقت كما تقع عليها مسؤولية المساهمة في بناء مجتمعها المحيط وتقدمه.

2-3-2 العلاقات العامة تبدأ من الداخل إلى الخارج: ويقصد بهذا أن المكتبات ومراكز المعلومات التي تسعى إلى الحصول على رضا جمهورها وثقته، عليها أولا أن تضمن رضا العاملين فيها وثقتهم لأنهم إذا كانوا سعداء في عملهم فإنهم

(1) السردى، محمد الدبس. المرجع السابق، ص. 276.

يعكسون أثرا طيبا حولها من خلال معاملتهم الحسنة للمستفيدين على اختلافهم، وكذلك من خلال أحاديثهم الشخصية الطيبة عنها.

2-3-3 الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة: إذ تدعو فلسفة العلاقات العامة ومراكز المعلومات إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق كالنزاهة والصدق والعدالة والاستقامة، وهي بهذا لا تخدع الجمهور ولا تغشه بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالأقوال فقط، فالعلاقات العامة سلوك وإعلام.

2-3-4 إتباع سياسة عدم الإخفاء: فالأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجمهور دون تحريف أو نقصان فسياسة عدم إخفاء الحقائق كفيلة بالإبقاء على ثقة الجمهور والقضاء على الشائعات الضارة.

2-3-5 كسب ثقة الجمهور: ويكون ذلك من خلال توعيته وتعريفه بمجريات الأمور والحقائق وشرح سياسة المكتبة أو مركز المعلومات وخططها وبرامجها له، وإشعاره بأهمية رأيه في تحقيق الأهداف الموضوعية.⁽¹⁾

3-3 العلاقات العامة وجمهور المكتبات ومراكز المعلومات:

ذكر فيما سبق إن العلاقات العامة تتعامل مع نوعين من الجمهور في المكتبات ومراكز المعلومات، وهما الجمهور الداخلي، والجمهور الخارجي.

ويقصد بالجمهور الداخلي الأفراد العاملون في المكتبة أو مركز المعلومات، فمن المعلوم إن نجاح المكتبات ومراكز المعلومات في أنشطتها وخدماتها وتحقيق أهدافها الموضوعية يعتمد اعتمادا كبيرا على مدى رضا العاملين فيها عن العمل، ومدى تحقيقهم لحاجاتهم الإنسانية، ومدى سعادتهم فيها وولائهم لها، ولذلك يمكن القول أن

(1) السردى، محمد الدبس. المرجع السابق، ص. 275.

توفر البيئة الصحية الداخلية للعلاقات العامة تؤثر على نحو واضح في مدى تحقيق المكتبات ومراكز المعلومات لأهدافها المنشودة.

وتلعب العلاقات العامة دورا مهما في توفير ظروف ملائمة لخدمة الحاجات الإنسانية داخل المكتبات ومراكز المعلومات، فهي تقوم بدور اتصالي مهم، يستطيع تعزيز العلاقات وتنظيم الخدمات التي تساعد على إيجاد الانتماء المؤسسي لدى الفرد وإشباع حاجاته الإنسانية، إذ يعمل اختصاصيو العلاقات العامة على نحو دؤوب على الاتصال المباشر مع العاملين في المكتبة أو مركز المعلومات، ويحرصون على رفع روحهم المعنوية، وعلى إيجاد علاقات ايجابية بينهم، وعلى زيادة انتمائهم لمكتبتهم أو لمركز معلوماتهم، وذلك من خلال القيام بالرحلات والأنشطة الرياضية والثقافية، وإقامة الحفلات والندوات والتعاون في بعض المشاريع الاجتماعية كالإسكان مثلا. (1)

3-4 اختصاصي العلاقات العامة:

يلعب اختصاصي العلاقات العامة دورا رئيسيا ومهما في نجاح برامج العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات، فهو يشبه الوتر الحساس الذي ينقل الأنغام الصادقة من المكتبة أو مركز المعلومات إلى الجمهور وبالعكس، وهو المحور الأساس الذي يدور حوله كل نشاط اتصالي أو إعلامي، لذلك فمن الواجب أن تتوفر فيه صفات شخصية محددة وقدرات ومهارات اتصالية عالية، وأن يكون معدا إعدادا علميا ومعرفيا متميزا.

✓ الصفات الشخصية:

من الصفات الشخصية المحببة التي لا بد من توفرها في شخصية اختصاصي العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات ما يلي: الجاذبية وقوة الشخصية،

(1) همشري، عمر أحمد. الإدارة الحديثة للمكتبات ومراكز المعلومات. ط1. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع،

واللباقة، وحسن المظهر، والإحساس المرهف، وحب الاستطلاع، والاعتزان وحب الآخرين، الموضوعية، والحماس، والخيال الخصب، والاستقامة، والنشاط الدائم، والقدرة على الاحتمال، والصبر وغيرها من الصفات التي تجعله مقبولاً لدى الجمهور وتمكنه من نيل ثقته.

✓ القدرات الاتصالية:

من المفروض أن يتمتع اختصاصي العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات بقدرات ومهارات اتصالية عالية منها: (1)

1- القدرة على القراءة: وهي ضرورية لسببين هما:

- الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المطبوعة أو الخطية.
- لكي يعرف اللغة تماماً حتى يكون قادراً على استعمال الكلمات والعبارات المعبرة عن أفكاره.

2- الاستماع: تتضمن مهارة الاستماع اليقظة التامة لما يقال وفهمه والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة سواء كان ذلك في استطلاع للآراء أو توجيه المناقشة.

3- الكتابة: القدرة على الكتابة من أهم الخصائص التي ينبغي توافرها في

المشتغلين بالعلاقات العامة، وليس معنى ذلك الارتفاع بها إلى مستوى الأدب الرفيع، وإنما القصد الكتابة الواضحة المقنعة المقروءة الخالية من المصطلحات المعقدة.

4- التخاطب: وهي لا تعني الخطابة بالمفهوم الأدبي بقدر ما تعني الحديث

ال جذاب، المنطقي المفهوم لنقل أفكار المتحدث والتأثير في آراء المستمعين سواء كانوا جمهوراً كبيراً أو أفراداً قلائل.

(1) همشري، عمر أحمد. المرجع السابق، ص.ص. 330-331.

5- **الحس الفني:** يستخدم رجال العلاقات العامة بالإضافة إلى الوسائل المطبوعة، الأفلام والمعارض والإذاعة الداخلية والشرائح المصورة وكذلك وسائل الاتصال العامة في الراديو والتلفزيون وهذا يحتم عليهم أن يعرفوا خصائص هذه الوسائل والفروق بينها لكي يتحقق الاستخدام الأمثل لكل نوع منها في المجال المناسب له.

6- **الإلمام بالعديد من العلوم:** مثل الدلالة، علم النفس، وعلم الاجتماع، الإدارة، الاقتصاد، السياسة التاريخ، مناهج البحث، الإحصاء.⁽¹⁾

✓ الإعداد العلمي والمعرفي لاختصاصي العلاقات العامة:

إن وظيفة العلاقات العامة من الوظائف المتخصصة في المكتبات ومراكز المعلومات لذلك، فهي تتطلب إعدادا علميا ومعرفيا متخصصا من جانب المشتغلين بها، بمعنى ضرورة حصولهم على شهادات اختصاص في مجال العلاقات العامة من جامعة أو معهد أكاديمي معترف به، وإلمامهم الكافي بالموضوعات ذات الصلة، ومن هذه الموضوعات نذكر الصحافة، علم الدلالة، الإدارة، علم النفس، علم الاجتماع، الاقتصاد، أصول البحث العلمي، الإحصاء.⁽²⁾

(1) عابد، زهير عبد اللطيف. أبو السعيد، أحمد العبد. إدارة العلاقات العامة وبرنامجها. عمان: دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص.ص 158-159.

(2) همشري، عمر أحمد. المرجع السابق، ص.333.

3-4 موقع العلاقات العامة في المكتبات الجامعية:

تحتاج المكتبات الجامعية اليوم إلى إدارة خاصة بالعلاقات العامة لها موقعها المناسب داخل الهيكل التنظيمي ولها وظائفها التي تحدد حسب أهداف المكتبة الجامعية وحجمها ومركزها المالي.

- العلاقات العامة كمصلحة:

يقصد بهذا العنصر تحديد الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة فقد تكون مصلحة أو قسم أو وحدة أو مكتب، وتحديد تبعيتها الإدارية فقد تكون إدارة أو مصلحة مستقلة أو تابعة لإدارة أخرى أو غير ذلك، ومدى الاستعانة بمستشارين في مجال العلاقات العامة. وتحتاج المؤسسات على اختلافها سواء كانت اقتصادية، تجارية، اجتماعية، أو تعليمية أو علمية إلى إدارة العلاقات العامة.

- موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي:

إن متابعة كثير من النماذج التنظيمية السائدة في معظم المؤسسات على اختلاف أنشطتها وإمكانياتها، تكشف عن وجود أكثر من نموذج أو أسلوب تنظيمي لموقع العلاقات العامة فيها، حيث أشارت معظم المصادر المتخصصة في العلاقات العامة إلى النماذج الآتية:

- 1- إسناد وظيفة العلاقات العامة كعمل فرعي للإداريين.
- 2- إنشاء إدارة مستقلة خاصة بالعلاقات العامة.
- 3- نموذج لامركزية العلاقات العامة.
- 4- نموذج إسناد وظيفة العلاقات العامة إلى نائب المدير.⁽¹⁾

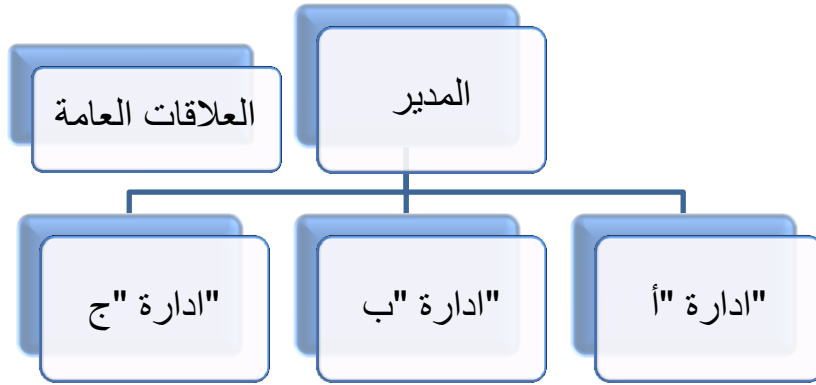
(1) مرزوقي، زينب. واقع العلاقات العامة في المكتبات الجامعية: دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية بجامعة العربي تيسي -تبسة-. ماستر: علم المكتبات: جامعة العربي تيسي -تبسة-: 2017، ص.ص. 40-44.

النموذج الأول:

وفيه تسند أعمال العلاقات العامة كوظيفة إضافية إلى أحد مديري المؤسسة علاوة على عمله الأصلي فقد يكلف مدير العلاقات العامة الصناعية مثلا بالقيام بأعمال العلاقات العامة بجانب عمله الأصلي، وغالبا ما تنسب إلى مدير المؤسسة. إلا أن هذا النوع من التنظيم يوجه إليه بعض الانتقادات التي تقوم على أن من لا يفرغ لهذا العمل لن يوليه بالضرورة الاهتمام الكافي ولن يخصص له الوقت والجهد المطلوبين بقدر ما يخصص لوظيفته الأصلية مما يؤثر على فعالية الأداء. وغالبا ما تكون المؤسسات التي تتبع هذا النموذج هي مؤسسات صغيرة لا تحمل أعباء إدارة مخصصة للعلاقات العامة لذلك فإن العلاقات العامة في هذه الحالة تكون مهمشة تكاد تكون نشاطاتها نادرة إن لم تكن معدومة.⁽¹⁾

النموذج الثاني:

يتم في هذا النموذج إنشاء إدارة متكاملة ومستقلة للعلاقات العامة لها وضعها وكيانها في الهيكل التنظيمي ولها وظائفها المحددة.



الشكل رقم 01⁽²⁾: يوضح نموذج إنشاء إدارة مستقلة للعلاقات العامة

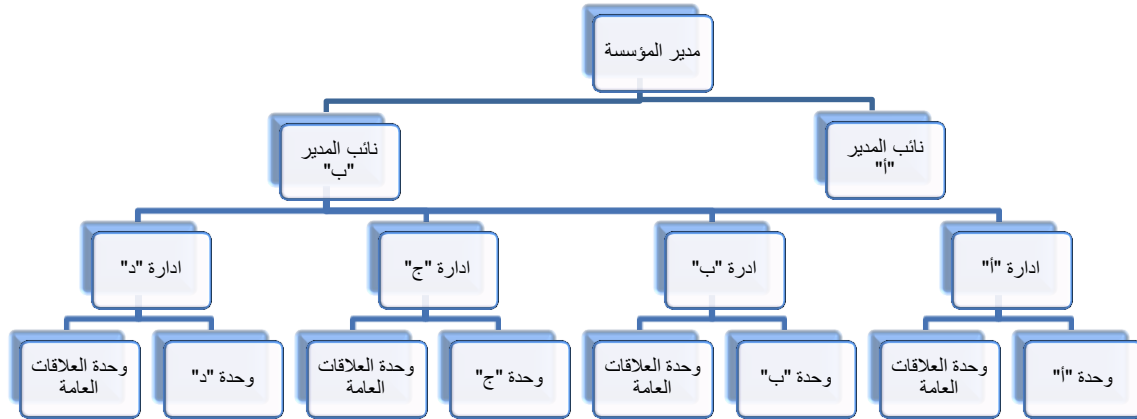
(1) مسيلي، ياسين. العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية: دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس - قسنطينة. - ماجستير: علوم الإعلام والاتصال: جامعة منتوري، قسنطينة: 2008، ص. 122.

(2) عبد المعطي، عساف، فالح صالح، محمد. أسس العلاقات العامة. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2004. ص. 45.

يتم الأخذ بهذا النموذج في الحالات التي تهدف المؤسسة من خلالها إلى إبراز دور العلاقات العامة وإعطائها المكانة المرموقة والسلطة القوية التي تمكنها من أداء دورها بالصورة اللائقة بالمؤسسة ووظائفها وأهدافها، وبسمعتها على المستويين الداخلي والخارجي.⁽¹⁾

النموذج الثالث:

يقوم على أساس مبدأ لامركزية العلاقات العامة، وتسدن وظيفة العلاقات العامة إلى مدير الإدارات المختلفة حيث يقوم كل مدير باستحداث وحدة العلاقات العامة تكون مرتبة في قسم أو شعبة أو مصلحة كما يوضحه الشكل التالي:⁽²⁾



الشكل رقم "02" يوضح⁽³⁾: نموذج لامركزية العلاقات العامة

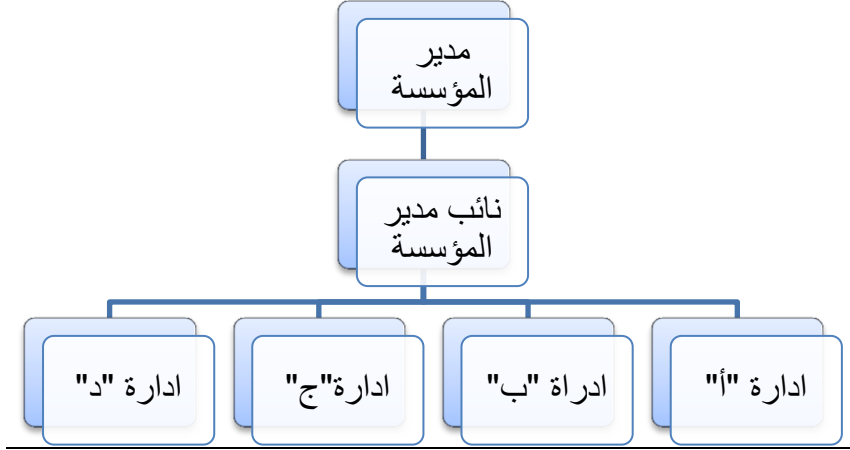
(1) عبد المعطي، عساف، فالح صالح، محمد. المرجع السابق. ص. 45.

(2) مرزوقي، زينب. المرجع السابق، ص. 52.

(3) عبد المعطي، عساف، فالح صالح، محمد. المرجع نفسه، ص. 45.

النموذج الرابع:

تسند فيه وظيفة العلاقات العامة إلى إدارة مستقلة و مرتبطة مع نائب الرئيس أو المدير العام أو مساعد الرئيس للشؤون الإدارية، حسب التسميات والتقسيمات الإدارية في منظمة معينة وهذا حسب ما يوضحه الشكل التالي:⁽¹⁾



الشكل رقم "03" يوضح (2): نموذج إسناد وظيفة العلاقات العامة إلى نائب المدير.

(1) مسيلي، ياسين. المرجع السابق، ص. 128.

(2) عبد المعطي، عساف، فالح صالح، محمد. المرجع السابق. ص. 46.

خلاصة الفصل :

يتضح لنا من خلال هذا الفصل أن المكتبات الجامعية دون العلاقات العامة لا يمكنها تحقيق رسالتها بل يجب عليها الاهتمام بها، فالعلاقات العامة من وظائف المكتبات الجامعية تقوم على تحسين العلاقات، التعريف بأهداف المكتبة الجامعية، ووضع السياسات الملائمة، وكسب تأييد الجماهير ومساندتهم لها.

الفصل الرابع: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

1-التعريف بمكان الدراسة.

2-إجراءات الدراسة الميدانية.

3-نتائج الدراسة الميدانية ومقترحاتها.

تمهيد:

بعد تعرضنا في الجانب النظري للدراسة، والذي تمثل في ثلاثة فصول أحاطت بجميع جوانب الموضوع وفي هذا الفصل سنتطرق إلى الدراسة الميدانية والتي تعد المصدر الأساسي للمعلومات، وهي من أهم مقومات البحث العلمي وهذا من منطلق أنها تكملة للجانب النظري للدراسة عن طريق قياس النتائج عليها في الدراسة الميدانية انطلاقاً من المعارف والمعلومات النظرية.

وسيتيم في هذا الفصل تناول الإجراءات المنهجية وهذا من خلال تحديد مجالات الدراسة ومنهج الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات المستخدمة ومن ثم تحليل وتفسير النتائج للوصول إلى معلومات صحيحة.

1-التعريف بمكان الدراسة:

لا يمكن لأي دراسة أن تكتمل وتتضح إلا بعد القيام بتعريف بسيط وواضح للمكان الذي تقام فيه الدراسة الميدانية، وفي هذا الصدد سنتطرق إلى تقديم موجز عن ميدان الدراسة وهو المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

1-1 نشأة المكتبة الجامعية: نشأة المكتبة الجامعية مع إنشاء المعاهد الوطنية للتعليم العالي سنة 1985 وفي سنة 1989 انتقلت المكتبة إلى المركز الجامعي بوسط المدينة بمقر الجامعة حالياً وانتقلت بين مختلف مباني الجامعة إلى غاية استقرارها النهائي في القطب الجامعي سنة 2013.

1-2 موقع المكتبة الجامعية: المكتبة المركزية هي مكتبة تقدم خدماتها لمجتمع جامعة المسيلة والمتمثل في الطلبة بمختلف مستوياتهم الدراسية، أساتذة وباحثين.

تقع المكتبة المركزية بالقرب الجامعي وتتكون من الآتي:

✓ **الطابق الأرضي :** يحتوي على مخزن للكتب وخمسة شبابيك للإعارة بالإضافة إلى بهو المكتبة المخصص لاستقبال الطلبة والأساتذة والبحث البيبليوغرافي وإقامة معارض الكتب.

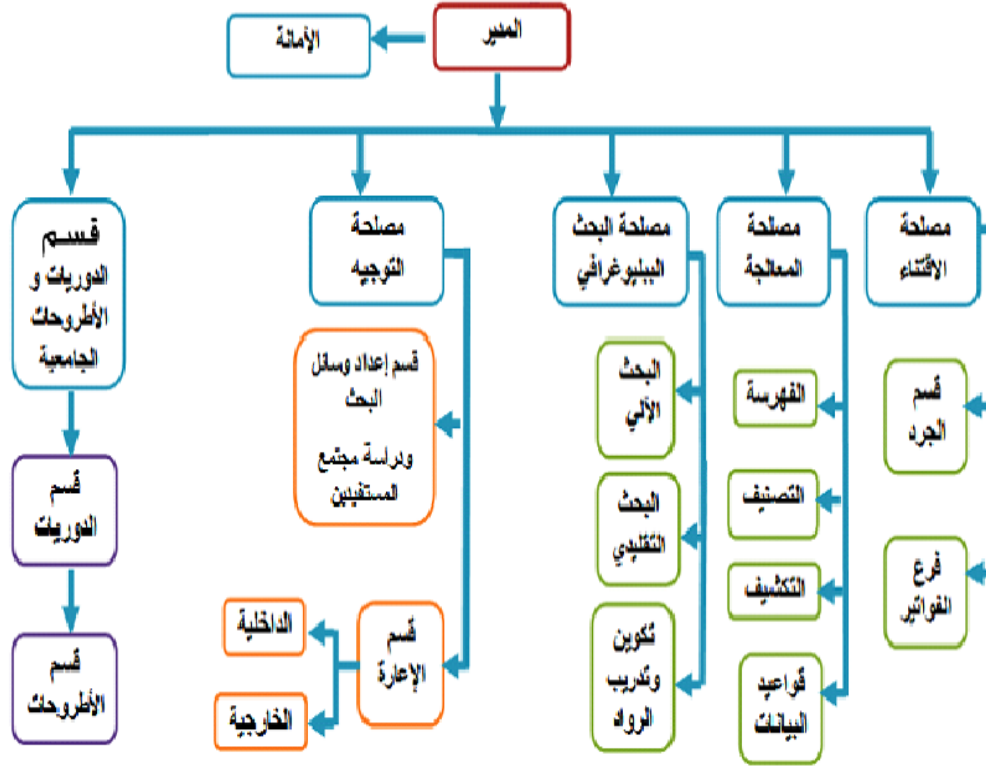
✓ **الطابق الأول:** يحتوي على قاعة واسعة للمطالعة تتسع إلى 800 مقعد بالإضافة إلى 2 قاعتين للبحث عن المصادر الإلكترونية.

✓ **الطابق الثاني:** يحتوي على 02 قاعتين للانترنت مخصصة للأساتذة والأخرى لطلبة الدراسات العليا بالإضافة إلى مكاتب إدارة المكتبة الجامعية .

1-3 أهداف المكتبة المركزية:

تهدف المكتبة الجامعية إلى توفير مصادر المعرفة الإنسانية بكافة أشكالها لدعم وخدمة المناهج والتخصصات المختلفة بالجامعة من خلال إتاحة وصول مصادر المعلومات لكافة فئات الباحثين في الجامعة والمجتمع. كما تهدف إلى تنمية مقتنياتها في كافة التخصصات الموضوعية وتنظيمها بأحدث التقنيات والوسائل والتطورات الحديثة في مجال خدمات المكتبات والمعلومات لتيسير عملية البحث والاسترجاع في أدق وأسرع وقت ممكن.

4-1 الهيكل التنظيمي للمكتبة



شكل رقم (04)⁽¹⁾: صورة تمثل الهيكل التنظيمي للمكتبة.

5-1 خدمات المكتبة:

هي مجموعة الأعمال التي تقوم بها المكتبة لخدمة المستفيدين وتلبية احتياجاتهم من طلبة، وأساتذة، وباحثين وتتمثل فيما يلي:

- خدمة الإعارة.
- الخدمة المرجعية.
- خدمة البحث في الفهرس الآلي.

(1) من إعداد محافظ المكتبة.

- خدمة الانترنت.
- خدمة الإرشاد و التوجيه.
- خدمة البحث الآلي المباشر.
- خدمة تدريب المستفيد.

1-6 الإمكانيات البشرية للمكتبة:

العدد	المستوى العلمي	الموظف
1	ليسانس علم المكتبات	محافظ المكتبة الجامعية
3	ماستر علم المكتبات	ملحق بالمكتبة الجامعية مستوى 2
3	ليسانس علم المكتبات	ملحق بالمكتبة الجامعية مستوى 1
3	تقني سامي في الأرشيف	مساعد بالمكتبات الجامعية
4	تقني سامي في الأرشيف	مساعد وثائقي أمين محفوظات
1	شهادة البكالوريا	عون إدارة رئيسي
1	شهادة تقني في الإعلام الآلي	تقني في الإعلام الآلي
2	شهادة السكرتارية	سكرتيرة
1	السنة الثالثة ثانوي	عون وقاية مستوى 2
2	السنة الرابعة متوسط	عامل مهني صنف 2

الجدول رقم 02: الإمكانيات البشرية للمكتبة.

7-1 رصيد المكتبة:

النوع	عدد العناوين	عدد النسخ
كتب	8309	41969
مذكرات	753	3587
موسوعات	20	44
مجلات	449	449

الجدول رقم 03: يوضح رصيد المكتبة.

8-1 المسجلين بالمكتبة:

التعيين	عدد المسجلين
الطلبة	1522
الأساتذة	27
الموظفين	10

الجدول رقم 04: يوضح المسجلين بالمكتبة.

9-1 البرامج المستعملة بالمكتبة.

✓ برنامج سنجاب SYNGEB: هو من البرمجيات المتكاملة القادرة على تسيير

الوظائف الأساسية للمكتبة.

✓ برنامج PMB: هو برمجية مفتوحة المصدر تحوي كل الوظائف وتعتمد على

أساس التطبيقات المرتبطة بالويب.

✓ برنامج **JOOMLA**: هو نظام إدارة المحتوى حر، مفتوح المصدر، مجاني يعمل على لغة برمجة **PHP** يتيح لمديري المواقع عمل موقع كامل بأقل الخطوات بدون الحاجة إلى خبرة في البرمجة، سهولة إضافة وترتيب المحتويات، واجهة متعددة اللغات، كما يتيح أيضا إمكانية إضافة موقعك لمحركات البحث.

2-إجراءات الدراسة الميدانية:

2-1 مجالات الدراسة:

2-1-1-2 **المجال الجغرافي**: هو المكان الجغرافي الذي يجري فيه الباحث دراسته وقد أجريت دراستي بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة كما هو موضح في عنوان دراستنا وهو: "العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء بالمكتبات الجامعية: دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية بالقطب الجامعي لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة".

2-1-2 **المجال البشري**: تركزت الحدود البشرية للدراسة على الأشخاص الذين تمت عليهم الدراسة الميدانية وهم عمال المكتبة المركزية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة كما أجريت مقابلة مع محافظ المكتبة.

2-1-3 **المجال الزمني**: يقصد بها المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة الميدانية من الدراسة الاستطلاعية إلى غاية نهاية البحث وقد بدأت الزيارة في شهر مارس بزيارة استطلاعية من خلال معرفة جو العمل وانطلقت دراستي الميدانية في أواخر شهر أبريل حيث قمت بإعداد استمارة الاستبيان وتصميم أسئلة المقابلة.

2-2 منهج الدراسة:

يعد اختيار المنهج من أهم العناصر المساعدة في انجاز البحوث العلمية فهو الطريقة المتبعة للإجابة على الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث. وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى معرفة مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين أداء المكتبات الجامعية بالتطبيق على المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة فكان المنهج الوصفي هو الأنسب لطبيعة البحث والوصف يكون من خلال جمع الحقائق التي تخدم الموضوع ويعتمد التحليل من خلال التعامل مع النتائج المتحصل عليها.

فالمنهج الوصفي يقوم على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، أو هو دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وإبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها. (1)

2-3 مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعد مجتمع الدراسة هو القاعدة الأساسية التي تبنى عليها الدراسة الميدانية حيث تمثل المجتمع الأصلي للدراسة في جميع موظفي المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة والذي قدر عددهم ب: 21 عامل.

وعلى هذا الأساس ونظرا لصغر مجتمع الدراسة فإن عينة الدراسة هي نفسها مجتمع البحث، وبالتالي قمنا بمسح شامل على كافة أفراد مجتمع الدراسة ومنه فلقد قمنا بمقابلة مع محافظ المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وتوزيع الاستبيان على كافة موظفي المكتبة.

(1) مانيو، جيدير، منهجية البحث العلمي "دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل ماجستير والدكتوراه، ترجمة ملكة، أبيض، ص. 100.

2-4 أدوات جمع البيانات:

أدوات جمع بيانات الدراسة هي الأدوات التي يعتمد عليها الباحث خلال بحوثه ودراساته. وتتغير أدوات جمع بيانات الدراسة حسب نوع البحث الذي يقوم به الباحث فيمكن استخدام أداة واحدة كما يمكن استخدام عدة أدوات جمع بيانات فبواسطة هذه الأدوات يستطيع الباحث الحصول على إجابات للتساؤلات ومعرفة مدى صدق أو نفي الفرضيات.

وقد اعتمدت في دراستي على الأدوات التالية:

■ المقابلة:

تعتبر المقابلة أداة بحثية تشابه إلى حد كبير الإستبانة في خطواتها ومواصفاتها مع فارق واحد هو أنها حوار بين الباحث وصاحب الحالة المراد الحصول على معلومات منه أو تعبيراته عن آرائه واتجاهاته ومشاعره.⁽¹⁾

وهي من أبرز أدوات جمع بيانات وهي عبارة عن إجراء لقاء مباشر بين بطريقة شفوية، وتقوم المقابلة على أساس طرح بعض الأسئلة الخاصة بموضوع البحث على الشخص المقابل في حين يقوم الباحث بتسجيل، وجمع هذه الإجابات وتحليلها.

استخدمت المقابلة نظرا لأنها ذو فائدة عالية وتمنح للباحث معلومات كافية في معالجة وتشخيص الظواهر، ولقد أجريت المقابلة مع محافظ المكتبة لأحصل على معلومات أكثر حول علاقة العلاقات العامة بتحسين أداء المكتبات الجامعية.

⁽¹⁾ رزق، دياب، سهيل. مناهج البحث العلمي. فلسطين، 2003، ص 55.

■ الاستبيان:

في أبسط صورة له هو عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة بغرض على عينة من الأفراد ويطلب إليهم الإجابة عنها كتابة، فلا يتطلب الأمر شرحاً شفوياً مباشراً أو تفسيراً من الباحث وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى استمارة استبيانته.⁽¹⁾

فالاستبيان مجموعة من الأسئلة التي تصاغ بشكل دقيق وتكون مترابطة فيما بينها من أجل الوصول إلى الهدف الذي يسعى إليه الباحث، ويرسل الاستبيان لكي يتم ملؤه ومن ثم إعادته إلى الباحث.

وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على استمارة استبيان والمقابلة التي حاولنا من خلالها ترجمة الإشكالية من خلال فرضياتها الثلاثة من أجل تغطية كافة العناصر التي تنطوي عليها الدراسة، وقد تم تحكيم استمارة الاستبانة من طرف مجموعة أساتذة تخصص علم المكتبات.

الرقم	الأستاذ
01	صيد كمال
02	إبراهيم مرزقلال
03	بونيف محمد الأمين

الجدول رقم 05: يوضح الأساتذة المحكمين للاستبيان.

(1) عبد المجيد، إبراهيم، مروان. أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. ط1. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2000، ص. 165.

كانت نتائج تحكيم الاستبانة تعديل بعض الأسئلة وبعض المصطلحات الغامضة، وإضافة بعض الأسئلة، تقديم وتأخير بعض الأسئلة، حذف بعض الأسئلة نظرا لكونها غير مناسبة.

وجاءت دراستي في استبيان مكون من ثلاث محاور أساسية:

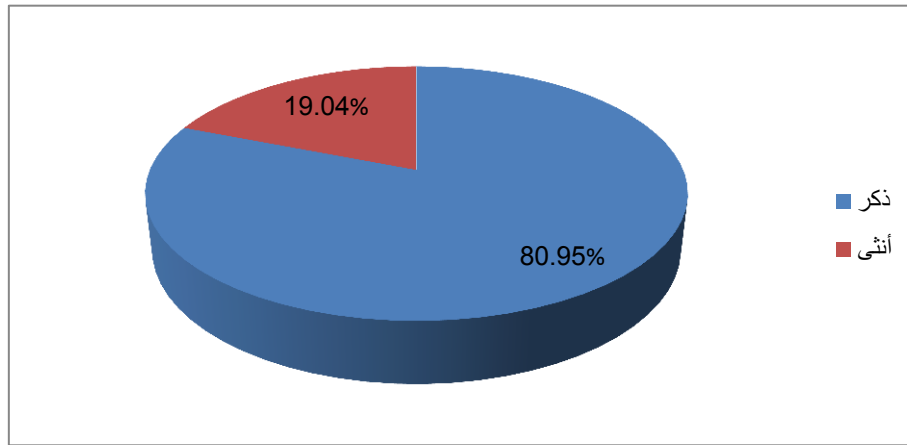
- المحور الأول: الاتصال ودوره في بناء وتفعيل العلاقات العامة بالمكتبة الجامعية.
- المحور الثاني: العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الاداء بالمكتبات الجامعية.
- المحور الثالث: مصلحة العلاقات العامة وأهميتها في تسيير وإدارة المكتبات الجامعية.

3- نتائج الدراسة الميدانية ومقترحاتها:

3-1 تفرغ البيانات وتحليلها:

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	17	%80.95
إناث	4	%19.04

جدول رقم: (6): يبين توزيع العينة حسب الجنس.

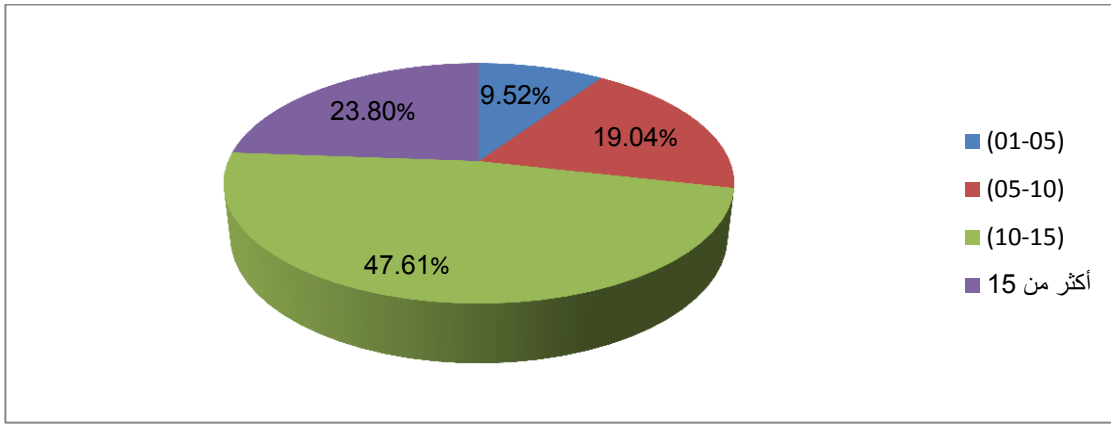


الشكل رقم (5): يبين توزيع العينة حسب الجنس

تبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الذكور بلغت 80.95% من مجموع أفراد العينة، بينما نسبة الإناث بلغت 19.04% ولعل هذا راجع إلى عدم تدريس تخصص علم المكتبات بجامعة المسيلة.

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
(05-01)	2	9.52%
(10-05)	4	19.04%
(15-10)	10	47.61%
أكثر من 15	5	23.80%

جدول رقم: (07) يبين توزيع العينة حسب الأقدمية.



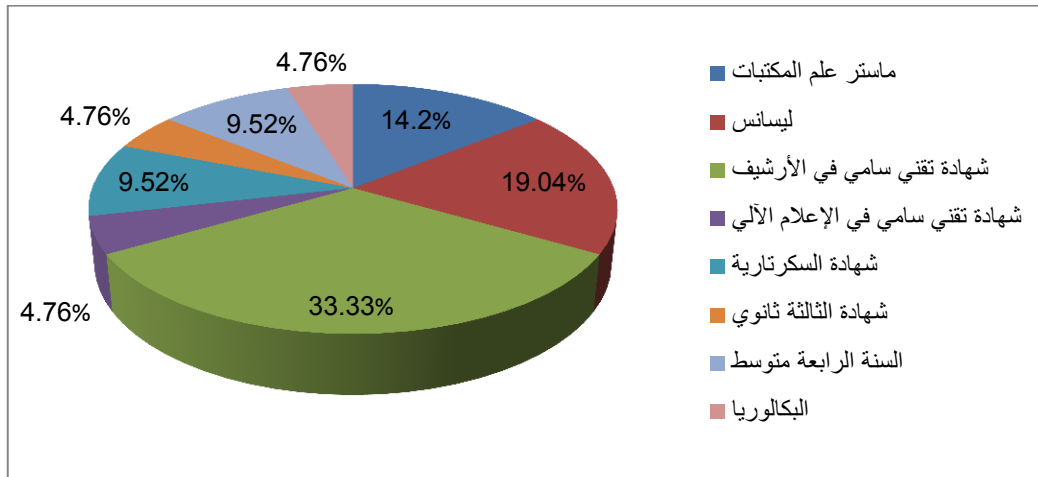
الشكل رقم: (06) يبين توزيع العينة حسب الأقدمية

تعتبر الأقدمية المهنية مؤشر ذا أهمية للخصائص النوعية لمجتمع الدراسة، كما أن لسنوات الخبرة دور كبير في رفع مستوى الأداء.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 38,09 تحوز على أقدميه بين (10-15)، وهذه الفئة لها الخبرة الكافية لأداء المهام بينما نسبة 28,09 تحوز على أقدميه بين (10-05)، وهذه الفئة لها خبرة متوسطة وتبقى بحاجة إلى برامج تكوينية من أجل الارتقاء بأداءها، بينما نسبة 23.80 تحوز على أقدمية أكثر من 15، وهذه الفئة لها أهمية بالغة بالمكتبة محل الدراسة لما لها من دور في حل المشكلات والعراقيل التي تواجه المكتبة أما نسبة 9.52 تحوز على أقدميه ما (05-01)، وهي تعبر على نسبة الموظفين الجدد.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
14.2%	3	ماستر علم المكتبات
19.04%	4	ليسانس
33.33%	7	شهادة تقني سامي في الأرشيف
4.76%	1	شهادة تقني سامي في الإعلام الآلي
9.52%	2	شهادة السكرتارية
4.76%	1	شهادة الثالثة ثانوي
9.52%	2	السنة الرابعة متوسط
4.76%	1	البكالوريا
99.89%	21	المجموع

جدول رقم: (08) يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.



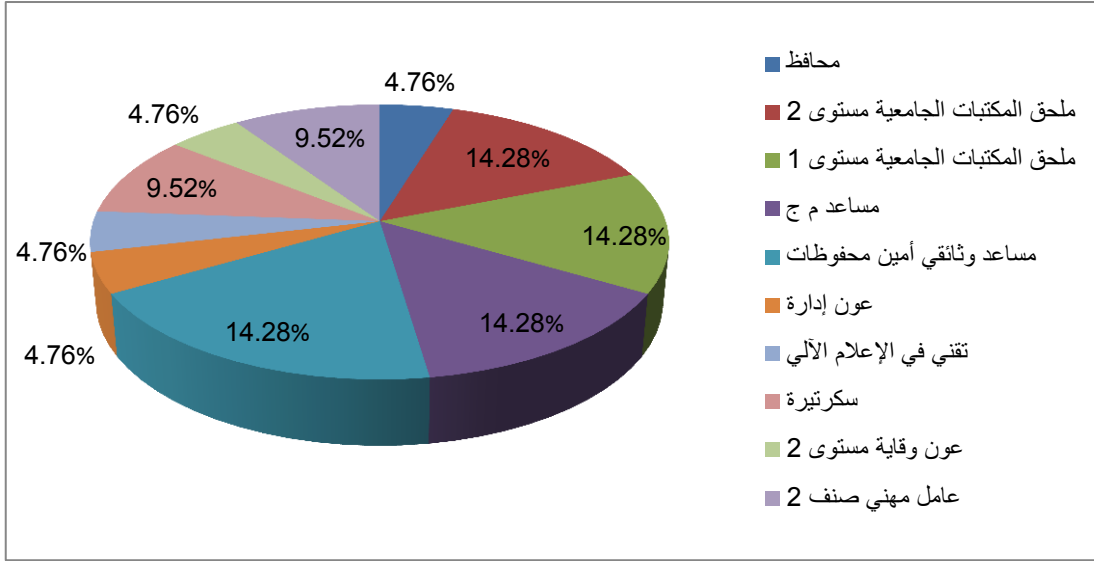
الشكل رقم: (07) يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

يعد المستوى التعليمي معيارا هاما من معايير تقدم الشعوب ومن أهم معايير تقدم ونجاح المؤسسة.

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتضح أن أغلبية الموظفين حاملين لشهادة تقني سامي في الإرشيف بنسبة 33.33% تليها شهادة ليسانس بنسبة 19.04% وهي نسبة ضئيلة نوعا ما نظرا لما تحتاجه المكتبات الجامعية عامة والمكتبة المركزية بصفة خاصة لمثل هذا النوع من الشهادات، أما عن شهادة الماستر فكانت بنسبة شبه منعدمة قدرت ب 14.29% وهذا يدل على قلة الموظفين الحاملين لهذه الشهادة، أما العمال الذين لديهم مستوى شهادة تقني سامي في الإعلام الآلي، وشهادة 3 ثانوي ومستوى البكالوريا قدرت نسبة كل منهما ب 4.76% في حين قدرت نسبة العمال الحاملين لشهادة السكرتارية وسنة 4 متوسط نسبة كل منهما 9.52% وهي نسبة مقبولة نوعا ما نظرا للمناصب القليلة التي يشغلها هؤلاء العمال.

النسبة المئوية	التكرار	المنصب
4.76%	1	محافظ
14.28%	3	ملحق المكتبات الجامعية مستوى 2
14.28%	3	ملحق المكتبات الجامعية مستوى 1
14.28%	3	مساعد بالمكتبات الجامعية
19.04%	4	مساعد وثائقي أمين محفوظات
4.76%	1	عون إدارة
4.76%	1	تقني في الإعلام الآلي
9.52%	2	سكرتيرة
4.76%	1	عون وقاية مستوى 2
9.52%	2	عامل مهني صنف 2
99.96%	21	المجموع

جدول رقم: (09) يبين توزيع العينة حسب المناصب.



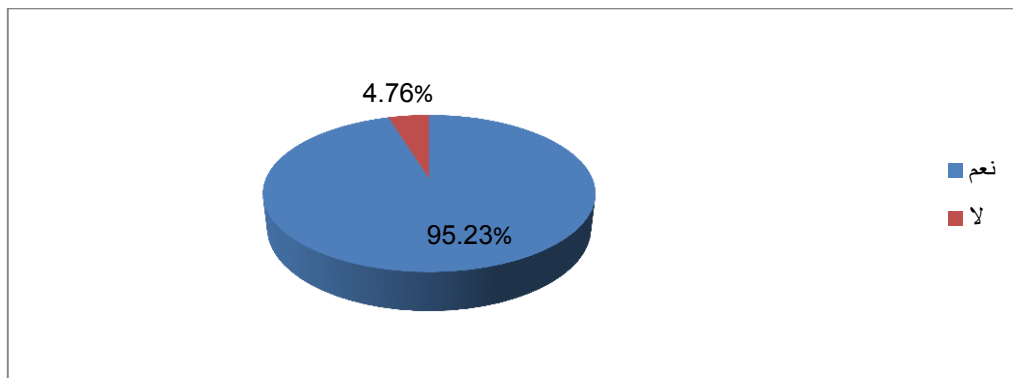
الشكل رقم: (08) يبين توزيع العينة حسب المناصب.

توضح نتائج الجدول الخاص بالمناصب الوظيفية لعينة الدراسة بالمكتبة المركزية أن جل أفراد العينة ينتمون إلى رتبة مساعد وثائقي أمين محفوظات بنسبة 19.04%، ثم تليها رتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى أول بنسبة 14.28%، ورتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى ثاني بنسبة 14.28% وهي نسبة قليلة نوعا ما نظرا لأن العمال بهذه الرتبة توكل إليهم المهام الرئيسية بالمكتبة وكذا جل العمليات التي تتعلق بتسيير الأرصدة الوثائقية، تليها رتبة مساعد بالمكتبات الجامعية بنسبة 14.28% وهي أيضا نسبة قليلة نوعا ما، وهذا نظرا لما تقدمه هذه الفئة من مهام خاصة العمليات الفنية، ثم تليها رتبة سكرتيرة وعون مهني صنف 2 بنسبة 9.52% ومن ثم رتبة عون إدارة وتقني في الإعلام آلي وعون وقاية مستوى 2 بنسبة 4.76%.

• سؤال رقم 01: هل تتصل مع زملائك بالعمل؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	%95.23
لا	1	%4.76
المجموع	21	%99.99

جدول رقم (10) يبين الاتصال بالزملاء أثناء تأدية العمل.



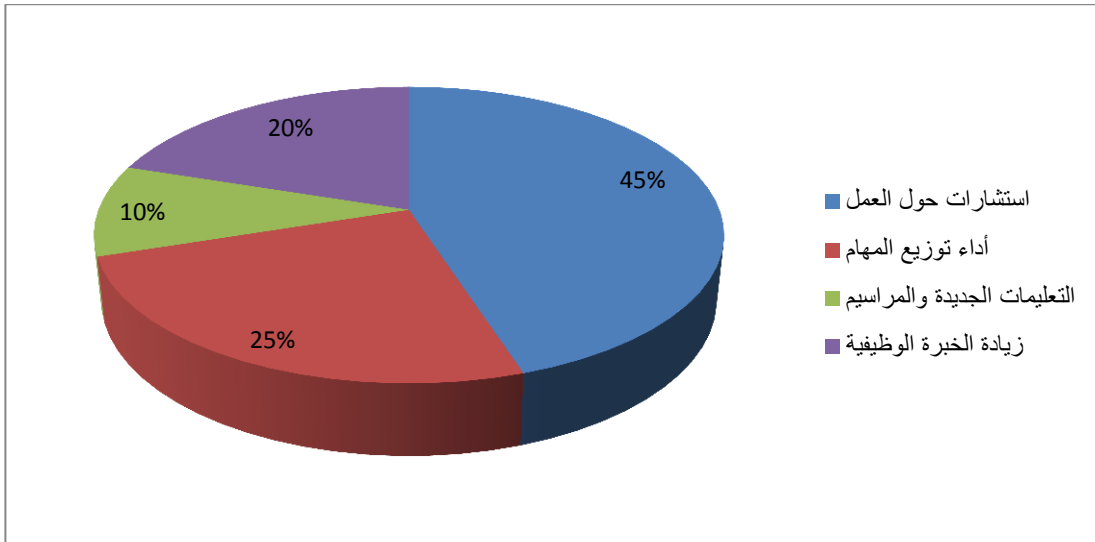
الشكل رقم (09) يبين الاتصال بالزملاء أثناء تأدية العمل.

أكدت الدراسة على إجماع أغلبية الموظفين بالمكتبة المركزية على أن موظفي المكتبة أقروا بوجود اتصال مع الزملاء أثناء تأدية العمل وتمثلت نسبة الإجماع ب: 95.23 % أي ما يعادل 20 فرد من عينة الدراسة، في حين أن نسبة 4.76 % من أفراد العينة كانت إجاباتهم ب: لا وهي نسبة ضئيلة جدا .

- إذا كانت الإجابة بنعم، في أي مجال تتم عملية الاتصال؟

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
45%	9	استشارات حول العمل
25%	5	أداء توزيع المهام
10%	2	التعليمات الجديدة والمراسيم
20%	4	زيادة الخبرة الوظيفية

جدول رقم(11): يبين المجال الذي تتم فيه عملية الاتصال



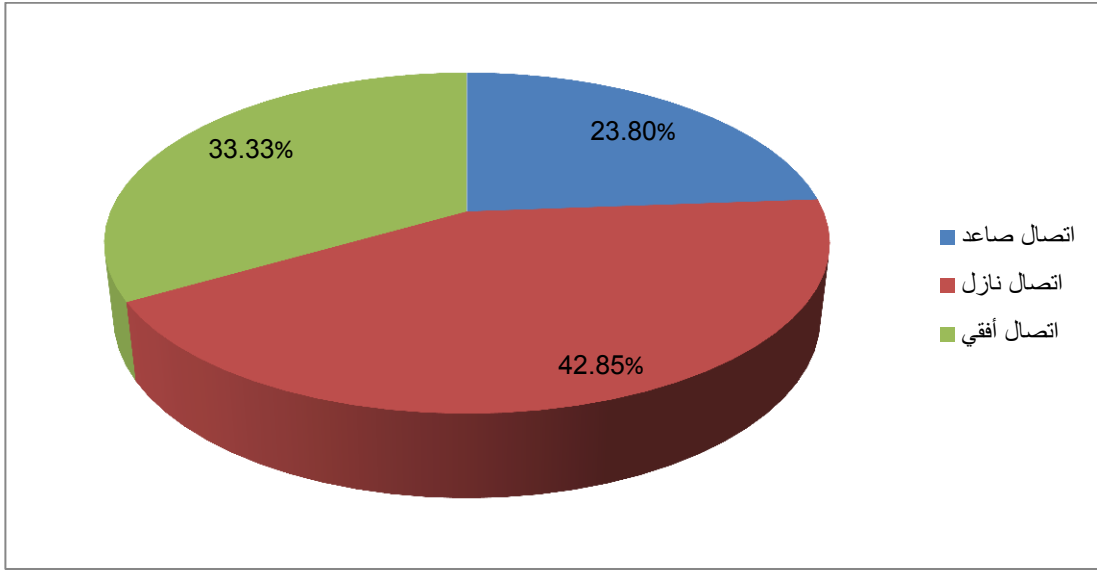
الشكل رقم(10): يبين المجال الذي تتم فيه عملية الاتصال

إن الجدول يوضح المجال الذي تتم فيه عملية الاتصال التي تتم بين الزملاء أثناء تأدية العمل حيث أوضحت نسبة 45 % أي ما يعادل 9 أفراد من عينة الدراسة في أشارت حول العمل بينما أشارت نسبة 25% في أداء وتوزيع المهام، أما عن مجال زيادة الخبرة الوظيفية قدرت بنسبة 20، في حين التعليمات الجديدة والمراسيم جاءت نسبة 10% وتبين من هذه النسب أن أغلبية المبحوثين يولون أهمية كبيرة لعملية الاتصال بينهم.

• سؤال رقم 02: ما طبيعة الاتصال السائدة في عملية الاتصال بينكم؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
اتصال صاعد	5	23.80%
اتصال نازل	9	42.85%
اتصال أفقي	7	33.33%

جدول رقم(12): يبين طبيعة الاتصال السائدة في عملية الاتصال بين الموظفين



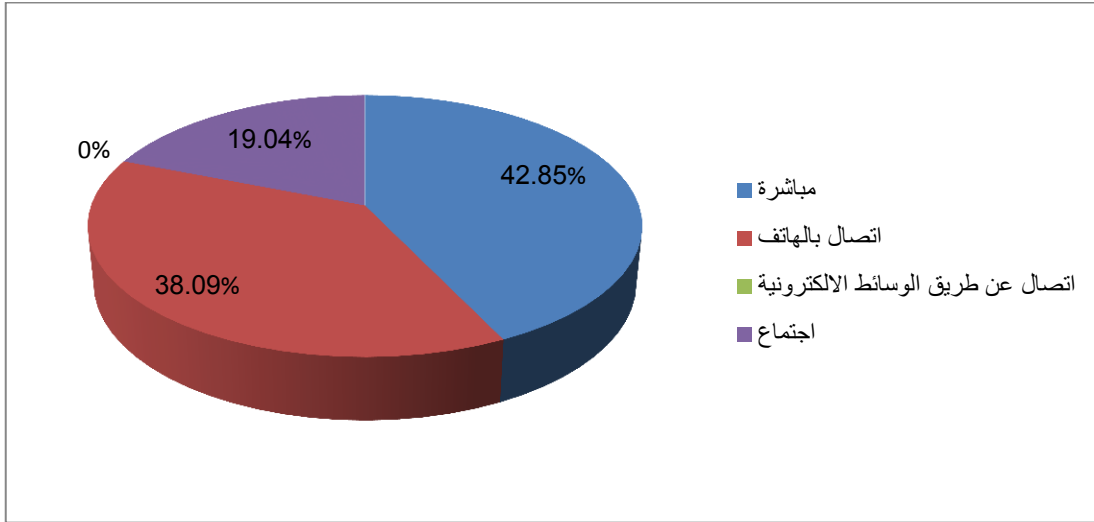
الشكل رقم(11): طبيعة الاتصال السائدة في عملية الاتصال بين الموظفين

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 والذي يمثل طبيعة الاتصال السائدة في المؤسسة أن أعلى نسبة كانت للاتصال النازل بنسبة 42.85% ثم تلتها الاتصال الأفقي بنسبة 33.33%، في حين قدرت نسبة الاتصال الصاعد 23.80% وهذا راجع إلى طبيعة المكتبة حيث أنها تعتمد في عملية الاتصال الخضوع إلى التسلسل الوظيفي في أداء المهام أي أن الاتصال يكون حسب الهيكل التنظيمي.

• سؤال رقم 03: ما هي طريقة تواصلك مع مسؤول المكتبة؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
مباشرة	9	42.85%
اتصال بالهاتف	8	38.09%
اتصال عن طريق الوسائط الالكترونية	0	00%
اجتماع	4	19.04%

جدول رقم(13): يبين طريقة التواصل مع مسؤول المكتبة



الشكل رقم(12): طريقة التواصل مع مسؤول المكتبة

توضح نتائج الجدول الخاص بطريقة تواصل العاملين مع مسؤول المكتبة أن نسبة

42.85% من الموظفين يرون أن أكثر وسيلة مستعملة للتواصل هي مباشرة تليها

الاتصال بالهاتف بنسبة 38.09% وهي نسبة تدل على أن الموظفين يولون أهمية

بالغة للتواصل بالهاتف واعتباره أنه وسيلة تمكن من السير الحسن وكذا كشف عن

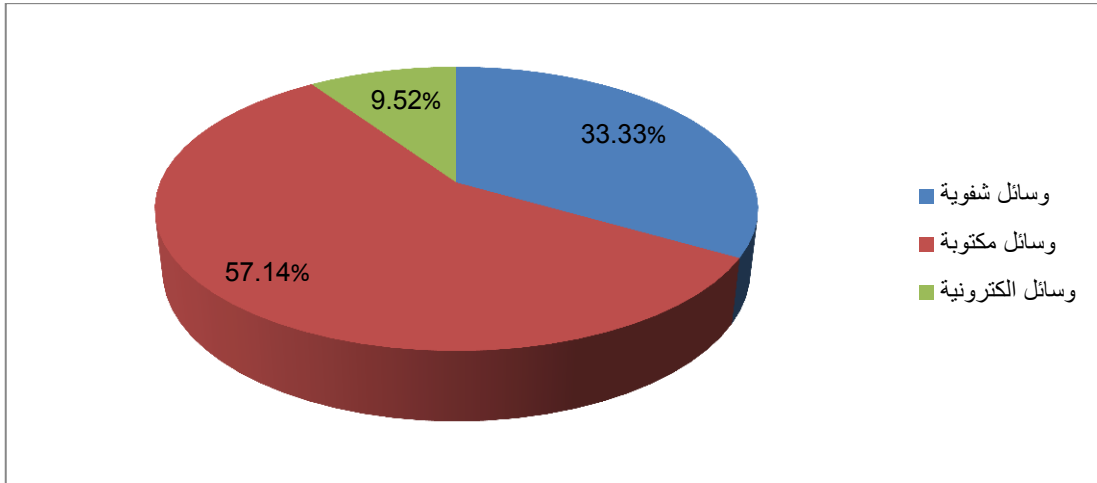
كافة الحقائق التي لا يمكن أن تتضح إلا في إطار غير رسمي في حين أن استعمال

الاجتماع بنسبة 19.04%، أما الاتصال عن طريق الوسائط الالكترونية بنسبة منعدمة %00 وهذا راجع إلى طبيعة المؤسسة.

- سؤال رقم 04: ماهي أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمدون عليها في المكتبة؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
وسائل شفوية	7	33.33%
وسائل مكتوبة	12	57.14%
وسائل الكترونية	2	9.52%

جدول رقم (14): يبين وسائل الاتصال المعتمدة بالمكتبة.



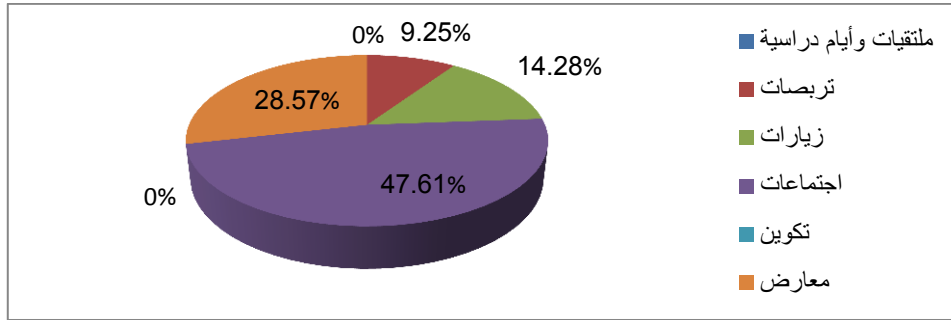
الشكل رقم (13): وسائل الاتصال المعتمدة بالمكتبة.

من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن أعلى نسبة حازت عليها الوسائل الكتابية والتي قدرت نسبتها ب 57.14% فهي الوسائل الاتصالية المتعارف عليها في كافة المؤسسات مثل ملصقات، تقارير، شكاوي... الخ، أما الوسائل الشفوية فقدرت بنسبة 33.33% وهي نسبة متقاربة من النسبة الأولى أما الوسائل الالكترونية بنسبة 9.52% وهذا يدل على توجهات الموظفين في اختيار وسائل الاتصال.

- سؤال رقم 05: فيما تتمثل أهم النشاطات التي تنظمها مكتبكم؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ملتقيات وأيام دراسية	0	0%
تربصات	2	9.25%
زيارات	3	14.28%
اجتماعات	10	47.61%
تكوين	0	0%
معارض	6	28.57%

جدول رقم(15): يوضح النشاطات التي تنظمها المكتبة



الشكل رقم(14): النشاطات التي تنظمها المكتبة

إن أهم ما يمكن أن نستنتجه من هذه النسب أن أغلبية المبحوثين وبنسبة 47.61% تعطي أولوية لتنظيم الاجتماعات، يليها تنظيم المعارض بنسبة 28.57% ونسبة 14.28% للزيارات في حين نسبة 9.25% للتربصات وتندم نسبة الملتقيات والأيام الدراسية والتكوين 0%.

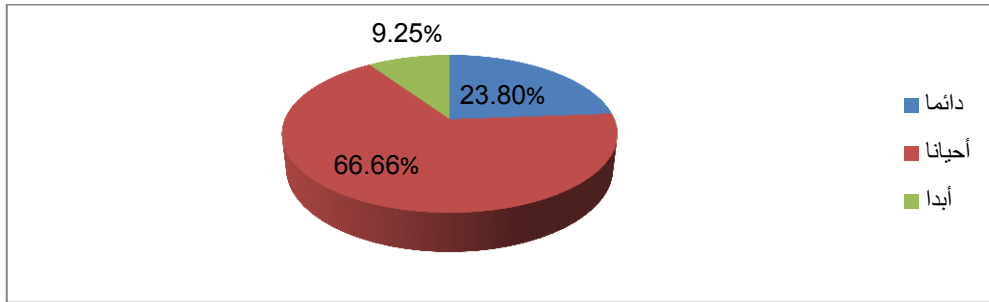
وهذا يؤكد أن المكتبة لا تولي أهمية للتكوين المستمر الذي يهدف إلى تزويد الموظف بالمعلومات والمعارف التي تكسبه مهارة أداء العمل أو تنمية وتطوير ما لديه

من مهارات ومعارف وخبرات مما يؤدي إلى زيادة كفاءة أداء العمل بالإضافة إلى انعدام تنظيم ملتقيات والأيام الدراسة لما لها من أهمية في تعريف الجماهير بالمكتبة، وسياساتها وتكوين الصورة الحسنة لها في أذهان الجماهير.

- سؤال رقم 06: ما هو مستوى حضورك ومشاركتك في هذه النشاطات؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	5	23.80%
أحياناً	14	66.66%
أبداً	2	9.25%

جدول رقم (16): يوضح مستوى المشاركة في النشاطات



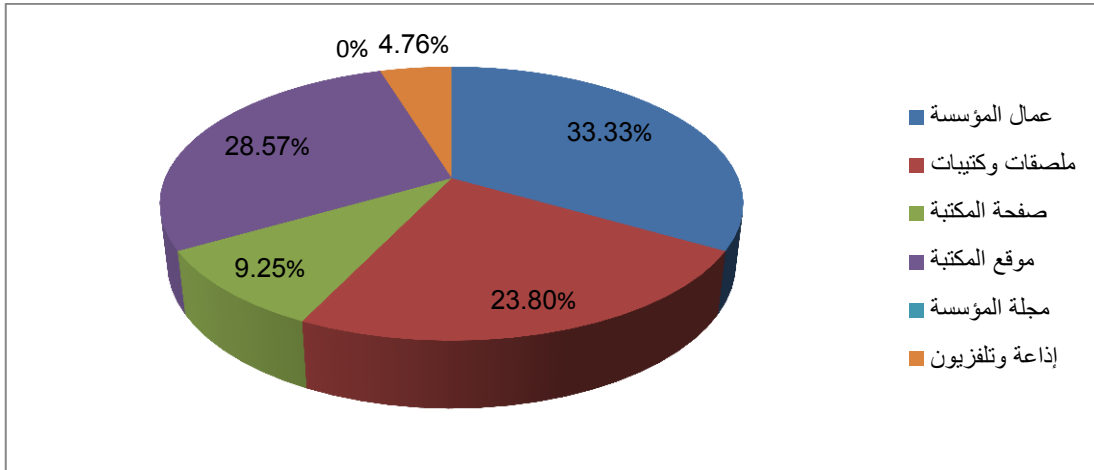
الشكل رقم (15): مستوى المشاركة في النشاطات

توضح نتائج الجدول الخاص بمستوى مشاركة الموظفين في النشاطات التي تنظمها أن نسبة 66.66% يشاركون أحياناً أما نسبة المشاركين دائماً قدرت ب 23.80% في حين جاءت نسبة الموظفين الذين لم يشاركوا أبداً في هذه النشاطات بنسبة 9.25% وهذا راجع إلى المناصب التي يشغلها هؤلاء الموظفين.

- سؤال رقم 07: بواسطة أي وسيلة علمت بتنظيم هاته النشاطات؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
عمال المؤسسة	7	%33.33
ملصقات وكتيبات	5	%23.80
صفحة المكتبة	2	%9.52
موقع المكتبة	6	%28.57
مجلة المؤسسة	0	%00
إذاعة وتلفزيون	1	%4.76

جدول رقم(17): الوسيلة التي يتم بواسطتها إعلام الموظفين بالنشاطات



الشكل رقم(16): الوسيلة التي يتم بواسطتها إعلام الموظفين بالنشاطات.

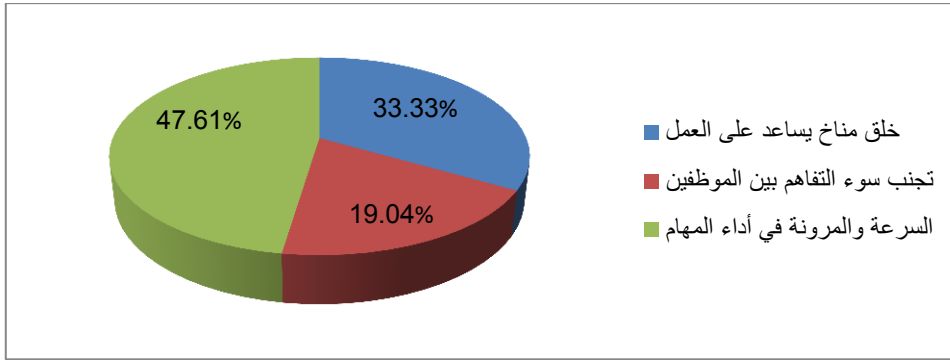
نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن المكتبة المركزية تعتمد وبدرجة كبيرة على عمال المؤسسة وموقع المكتبة في إعلام الأفراد لمختلف النشاطات وتليها اعتماد الملصقات بدرجة ثالثة، أما عن صفحة المكتبة والإذاعة والتلفزيون فجاءت بنسبة ضئيلة جدا وانعدمت تماما في الاعتماد على مجلة المؤسسة وهذا راجع إلى عدم توفره مجلة خاصة بالمكتبة المركزية محل الدراسة.

نلاحظ أن الوسائل المعتمدة من قبل المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة هي وسائل غير فعالة لأن العلاقات العامة تعتمد على الحوار بين الأفراد.

- سؤال رقم 08: برأيك هل الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال في مكتبكم في ما يلي؟

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
33.33%	7	خلق مناخ يساعد على العمل
19.04%	4	تجنب سوء التفاهم بين الموظفين
47.61%	10	السرعة والمرونة في أداء المهام

جدول رقم(18): يوضح نتائج الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال.



الشكل رقم (17): نتائج الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال.

من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال يمنح السرعة والمرونة في أداء المهام وهذا ما تفسره النسبة التي قدرت بـ 47.61% فيما تقاربت معها نسبة خلق مناخ جيد يساعد على العمل والمقدرة بـ 33.33% في حين أن نسبة 19.04% جاءت لتجنب سوء التفاهم بين الموظفين، وهذا يفسر أن الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال يساهم بدرجة كبيرة في تحقيق أداء فعال بالنسبة للمكتبة.

• سؤال رقم 09: ماذا تعني لك العلاقات العامة في المكتبة الجامعية؟

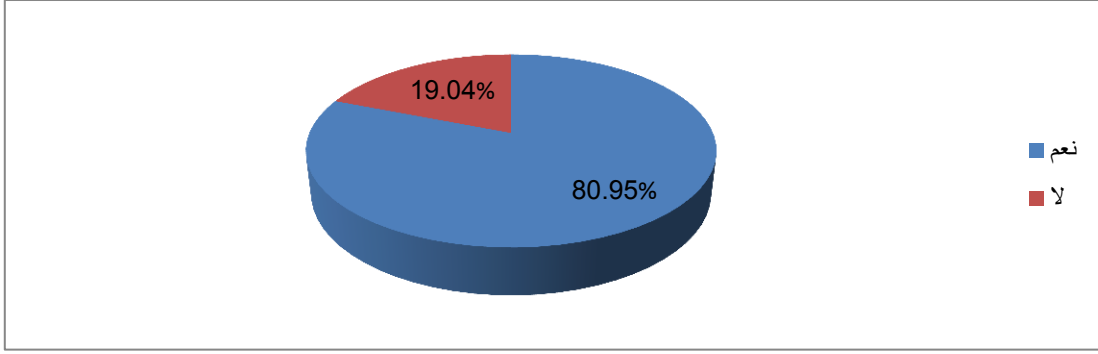
هذا السؤال خاص بمدى إدراك الموظفين للمفهوم الصحيح للعلاقات العامة وتوضح لنا أن العلاقات العامة بالنسبة لهم هي خلق مناخ جميل يساعد على أداء العمل خلق جو التفاهم والتنظيم الإداري والديناميكية داخل المجموعة بالإضافة إلى رفع مستوى الموظفين.

ومن خلال الفهم السائد لدى الموظفين بالمكتبة تبين لنا أنه فهم سطحي غير عميق بالإضافة إلى حصر والتأكيد على أن العلاقات العامة تقوم على الجمهور الداخلي فقط وهذا لغياب المختصين في مجال العلاقات العامة ومن خلال إجابات الباحثين وجدنا أنهم ينادون بضرورة إقامة قسم خاص بالعلاقات العامة ينظم العلاقات فيما بينهم.

• سؤال رقم 10: هل للعلاقات العامة علاقة بتحسين الأداء ورفعته داخل المكتبة الجامعية؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	%80.95
لا	4	%19.04

جدول رقم(19): يوضح علاقة العلاقات العامة بتحسين الأداء ورفعته داخل المكتبة الجامعية.



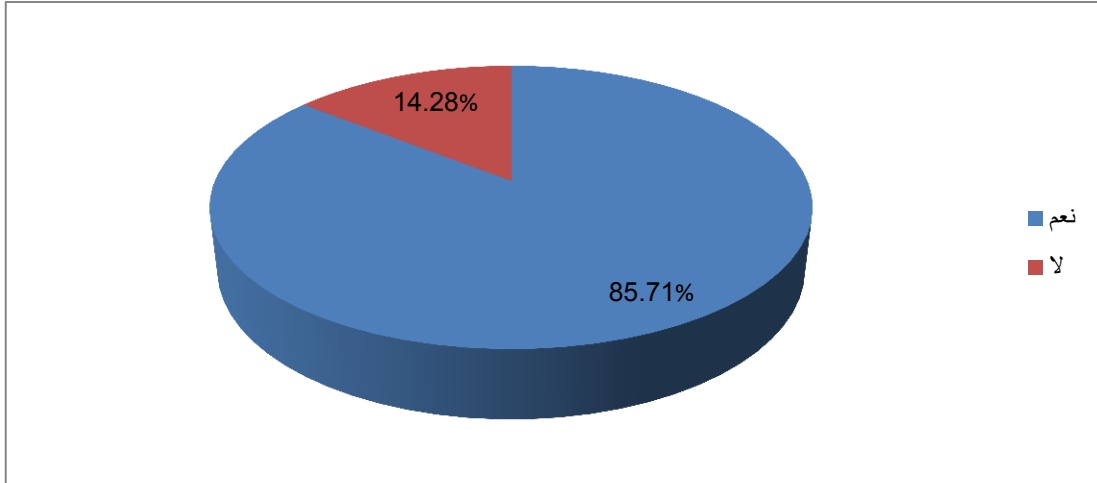
الشكل رقم(18): علاقة العلاقات العامة بتحسين الأداء ورفعته داخل المكتبة الجامعية.

من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين وبنسبة أن للعلاقات العامة علاقة بتحسين الأداء بالمكتبة محل الدراسة في حين أن نسبة يرون أنه لا توجد علاقة للعلاقات العامة وتحسين الأداء بالمكتبات الجامعية وربما هذا يعود إلى عدم إدراك المعنى الحقيقي للعلاقات العامة بشكل دقيق، وإما نقص التحفيز مما يؤدي بالموظف إلى رفع وتحسين مستوى أدائه.

• سؤال رقم 11: هل ترى أن للعلاقات العامة دور في رفع مستوى الألفة بين الموظفين؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	85.71%
لا	3	14.28%

جدول رقم(20): يبين دور العلاقات العامة في رفع مستوى الألفة بين الموظفين



الشكل رقم (19): يبين دور العلاقات العامة في رفع مستوى الألفة بين الموظفين.

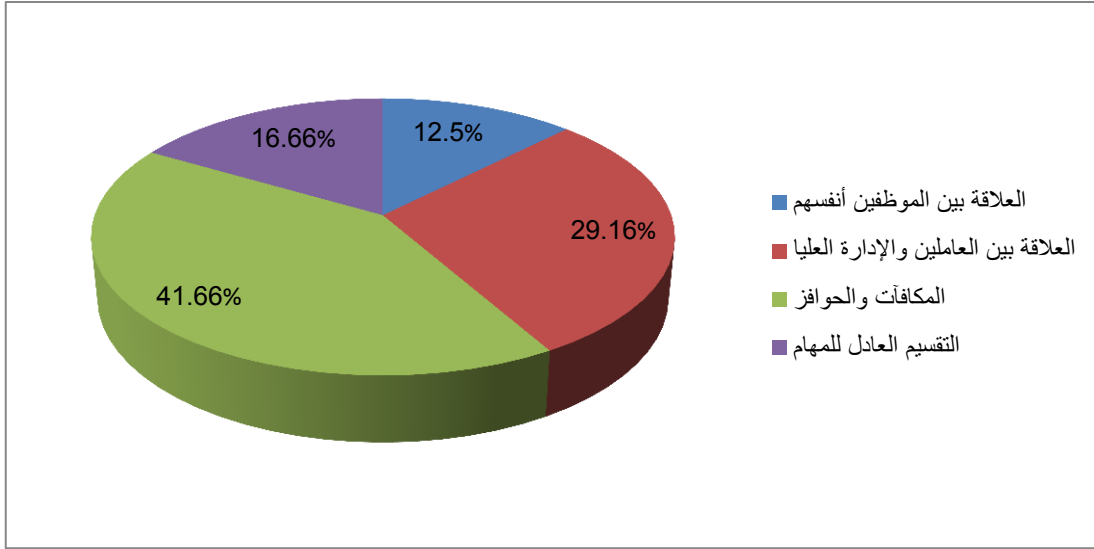
نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) والذي يوضح إذا ما كانت العلاقات العامة

ترفع مستوى الألفة بين الموظفين وكانت أعلى نسبة 85.71% لنعم في حين لا جاءت بنسبة 14.28% وهذا لأن معظم الموظفين يرون أن لها دور في زيادة الألفة من منطلق أن العلاقات العامة تهتم بالعلاقات العامة بين الموظفين.

- سؤال رقم 12: في نظرك فيما تتمثل العوامل الداخلية التي تؤثر على مستوى أداء العاملين؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
العلاقة بين الموظفين أنفسهم	3	12.5%
العلاقة بين العاملين والإدارة العليا	7	29.16%
المكافآت والحوافز	10	41.66%
التقسيم العادل للمهام	4	16.66%

جدول رقم (21): يمثل العوامل الداخلية التي تؤثر على مستوى أداء العاملين.

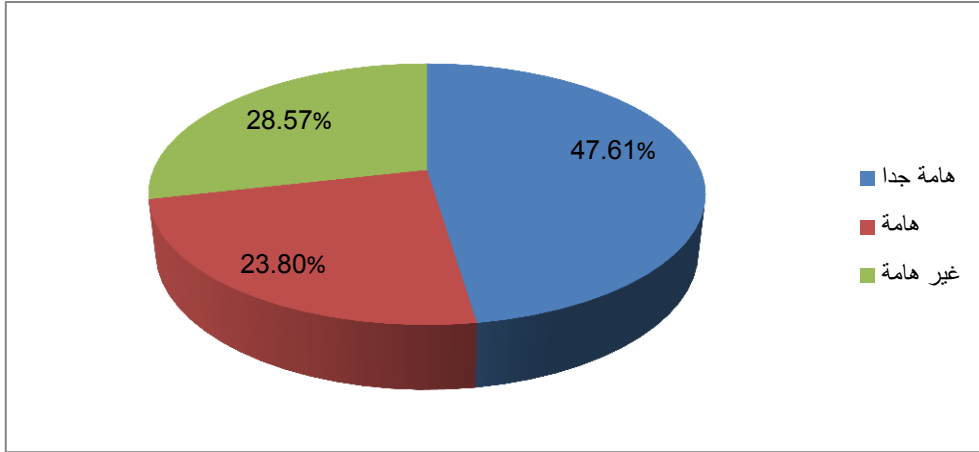


الشكل رقم(20): يمثل العوامل الداخلية التي تؤثر على مستوى أداء العاملين. نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه والذي يمثل العوامل الداخلية التي تؤثر على مستوى أداء العاملين أن أعلى نسبة قدرت ب 41.66% للمكافآت والحوافز ومما لا شك فيه أن المكافآت والحوافز من أهم العوامل التي تجعل الموظفين يقدمون أفضل ما لديهم لتحقيق أهداف المكتبة، في حين تلتها نسبة 29.16% للعلاقة بين العاملين والإدارة فإذا كانت علاقة العامل مع الإدارة العليا علاقة جيدة فإنه دافع لتحسين الأداء، أما العلاقة بين الموظفين أنفسهم والتقسيم العادل للمهام بنسبة مشابهة قدرت ب12.5% وعلى هذا الأساس يمكن القول أن عملية تحسين الأداء داخل المكتبة تتحقق بتفاعل مجموعة العوامل الداخلية مع بعضها البعض ولا يمكن توفير عامل على حساب الآخر.

• سؤال رقم 13: كيف تقيم مكانة العلاقات العامة في مؤسستكم؟

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
47.61%	10	هامة جدا
23.80%	5	هامة
28.57%	6	غير هامة

جدول رقم(22): يوضح مكانة العلاقات العامة.



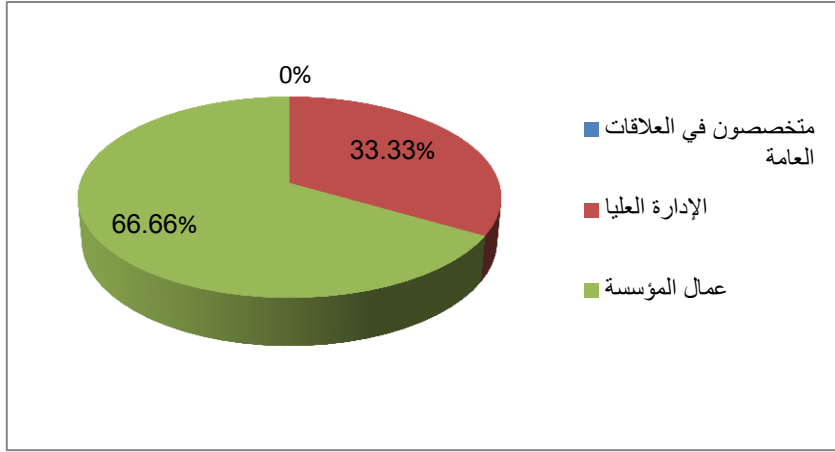
الشكل رقم(21): يوضح مكانة العلاقات العامة.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين أكدوا على أهمية العلاقات العامة على الرغم من تذبذب المعنى الحقيقي للعلاقات العامة حيث اعتبرت نسبة 47.61% أنها هامة جدا وهنا تجدر الإشارة أن وعي الموظفين بالعلاقات العامة بنسبة قليلة، وجاءت نسبة 28.57% لغير هامة وتلتها 23.80%.

• سؤال رقم 14: من القائم بممارسة العلاقة العامة في مكتبكم؟

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
00%	00	متخصصون في العلاقات العامة
33.33%	7	الإدارة العليا
66.66%	14	عمال المؤسسة

جدول رقم(23): يوضح القائم بممارسة العلاقات العامة.



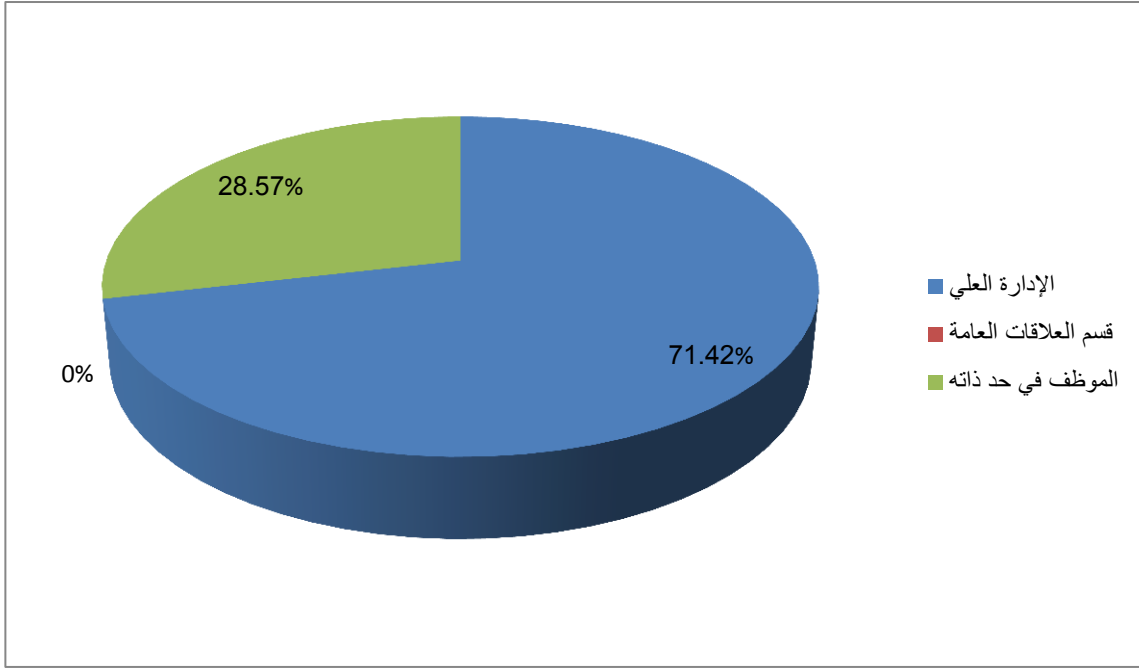
الشكل رقم (22): يوضح القائم بممارسة العلاقات العامة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين وبنسبة 66.66% أرجعت القائم بممارسة العلاقات العامة إلى عمال المؤسسة، في حين أن نسبة 33.33% أرجعتها إلى الإدارة العليا وتتعدى نسبة المتخصصين في العلاقات العامة، أي أن المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لا تستند إلى أخصائي العلاقات العامة لممارسة وظيفة العلاقات العامة.

- سؤال رقم 15: حسب رأيك من هي الجهة المسؤولة عن تحسين مستوى أداء الموظفين في مكتبكم؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الإدارة العليا	15	71.42%
قسم العلاقات العامة	0	0%
الموظف في حد ذاته	6	28.57%

جدول رقم (24): يوضح الجهة المسؤولة عن تحسين مستوى أداء الموظفين.



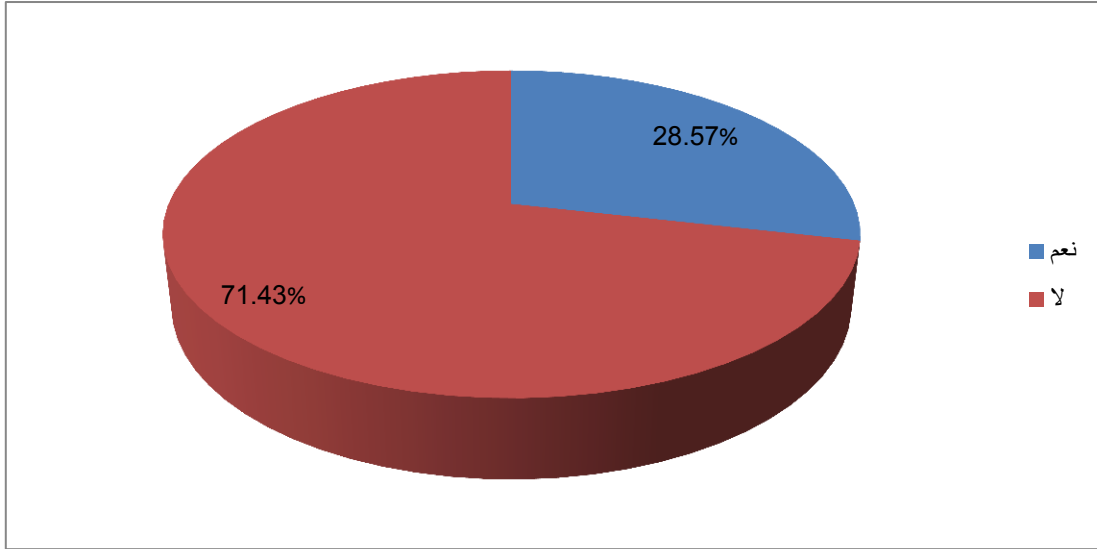
الشكل رقم: (23): يوضح الجهة المسؤولة عن تحسين مستوى أداء الموظفين.

من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن الجهة المسؤولة عن تحسين مستوى أداء الموظفين داخل المكتبة هي الإدارة العليا بنسبة 71.42% كونها هذه الأخيرة تهتم بأداء الموظف ومساره المهني، تلتها نسبة 28.57% للموظف في حد ذاته في حين جاء قسم العلاقات العامة بنسبة منعدمة 0%.

• سؤال رقم 16: هل سبق لك وأن تحصلت على مكافآت وحوافز؟

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
28.57%	6	نعم
71.42%	15	لا

جدول رقم (25): بين مدى الاستفادة من المكافآت والحوافز.



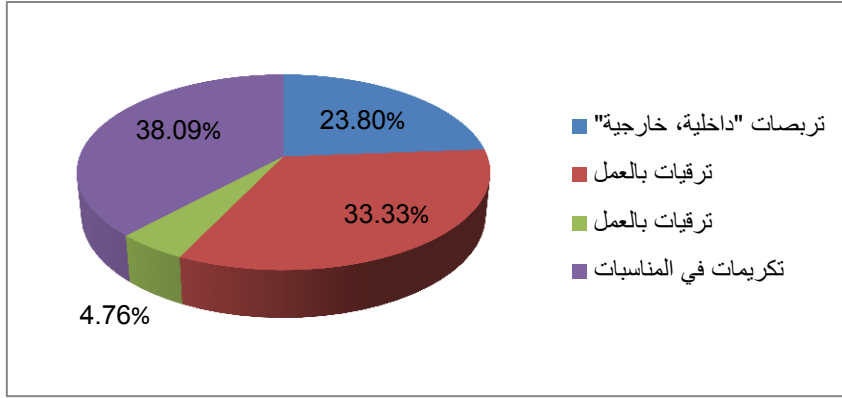
الشكل رقم (24): يبين مدى الاستفادة من المكافآت والحوافز

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن فئة المبحوثين الذين أجابوا ب لا قدرت ب 71.42% هذه النسبة توضح لنا بأن معظم الموظفين لم تسبق لهم الاستفادة من مكافآت وحوافز داخل المكتبة، أما نسبة 28.57% قد سبق واستفادوا.

• إذا كانت الإجابة بنعم فما طبيعتها؟ جدول رقم (17) يبين طبيعة المكافآت والحوافز

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
23.80%	5	تريصات "داخلية، خارجية"
33.33%	7	ترقيات بالعمل
4.76%	1	تكوين
38.09%	8	تكريمات في المناسبات

جدول رقم (26) يبين طبيعة المكافآت والحوافز



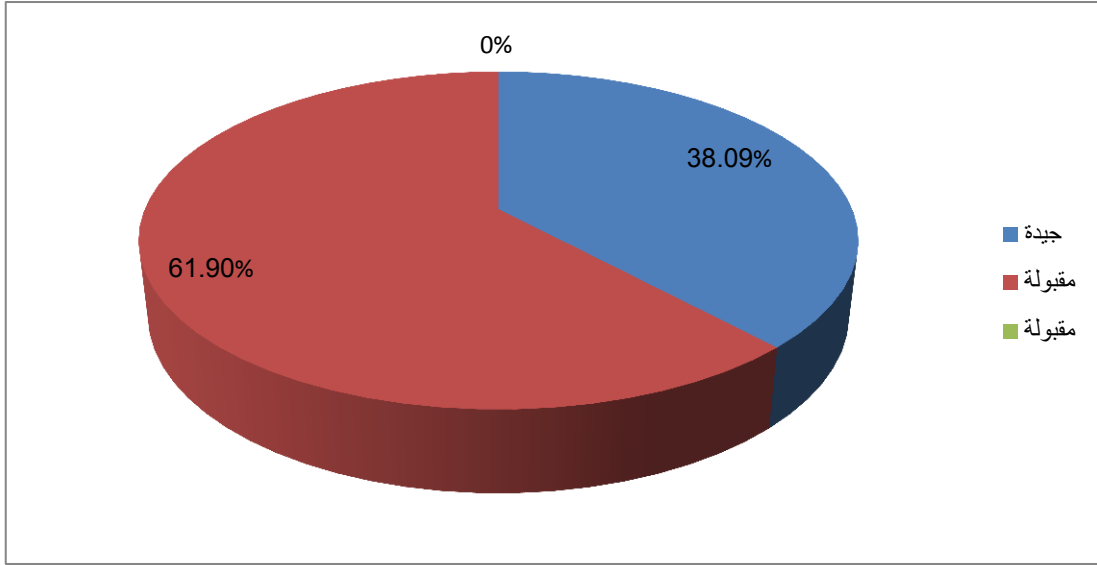
الشكل رقم (25) يبين طبيعة المكافآت والحوافز

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن أكبر نسبة قدرت ب 38.09% احتلتها التكريمات في المناسبات، تلتها ترقيات بالعمل بنسبة 33.33% وهذا ما يبين إستراتيجية المؤسسة لتحسين أداء الموظفين، أما الترقيات (داخلية، خارجية) فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 23.80% وفي المرتبة الرابعة وبنسبة ضئيلة التكوين. نلاحظ أن المكتبة تبع في هذا الشأن على المكافآت والتحفيز في المناسبات فقط أي نسبتها قليلة في تحسين الأداء في حين تدعيم الموظف بالترقيات الداخلية والخارجية والتكوين المستمر تؤثر بشكل قوي على تحسين الأداء داخل المكتبة.

• سؤال رقم 17: كيف تقيم ثقة المؤسسة بموظفيها؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	8	38.09%
مقبولة	13	61.90%
غير مقبولة	0	00%

جدول رقم (27): يبين مدى ثقة المؤسسة بموظفيها



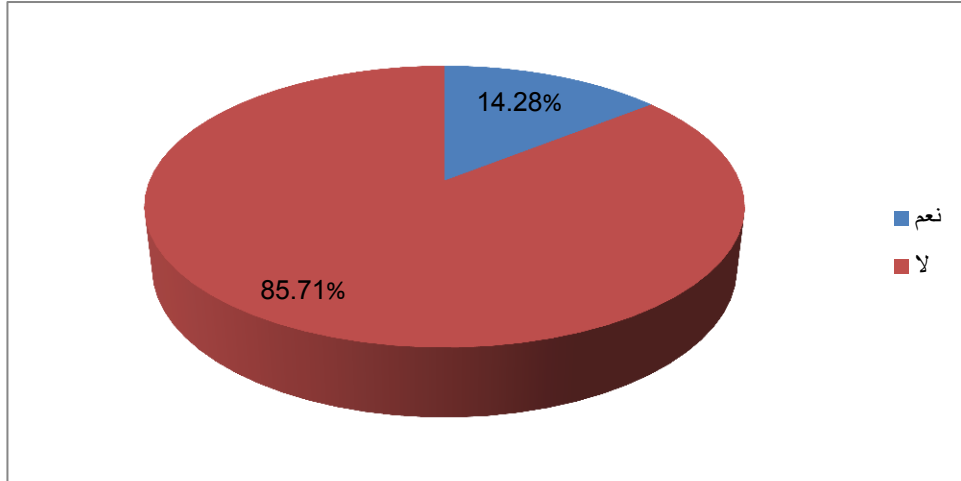
الشكل رقم (26): يبين مدى ثقة المؤسسة بموظفيها.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نسبة الموظفين الذين يقيمون المؤسسة بموظفيها بمقبولة قدرت ب 61.90% أي ما يعادل 13 فرد من أفراد العينة في حين أن نسبة 38.09% من يقرون بأن ثقة المؤسسة بموظفيها جيدة، بينما نسبة معدومة لغير مقبولة فشعور الموظفين بالثقة التامة إلى المكتبة معناه أن يصبح الموظف جزء لا يتجزأ منها ويسعى دائما إلى تحسين صورتها وأدائها وبالتالي ينعكس هذا الشعور على الأداء، فالثقة تتكون لدى العامل كنتيجة لما يتلقاه من معاملة واحترام من قبل الرؤساء.

- سؤال رقم 18: هل يقوم المسئولون بالمكتبة بتوعيتكم بضرورة تجسيد العلاقات العامة؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	3	14.28%
لا	18	85.71%

جدول رقم (28): يبين مدى قيام المسئولون بتوعية الموظفين بضرورة تجسيد العلاقات العامة.



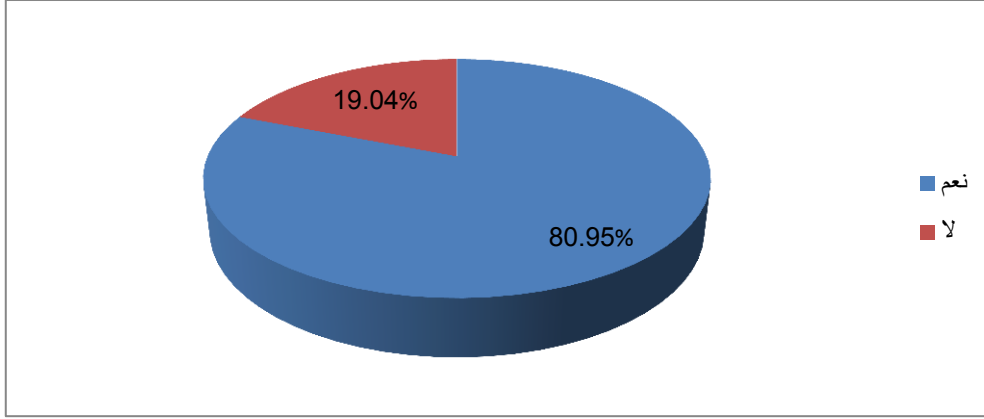
الشكل رقم (27): يبين مدى قيام المسئولون بتوعية الموظفين بضرورة تجسيد العلاقات العامة.

إن أهم ما يمكن أن نستنتجه من هذه النسب أن المسئولون لا يقومون بتوعية الموظفين بضرورة تجسيد العلاقات العامة بالمكتبات الجامعية وهذا ما تؤكدته النسبة 85.71% والذين أقروا ب لا أي ما يعادل 18 فرد من أفراد عينة الدراسة، في حين أن نسبة 15.28% أقروا بقيام المسئولين بالتحسيس بضرورة تجسيد العلاقات العامة، إلا أن هذه النسبة قليلة جدا مقارنة بالنسبة التي أقرت بعدم وجود تحسيس من طرف المسئولين.

• سؤال رقم 19: هل تساهم الاتصالات بمختلف أنواعها على تحسين صورة أدائك؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	80.95%
لا	4	19.04%

جدول رقم (29) يوضح مساهمة الاتصالات على تحسين مستوى الأداء



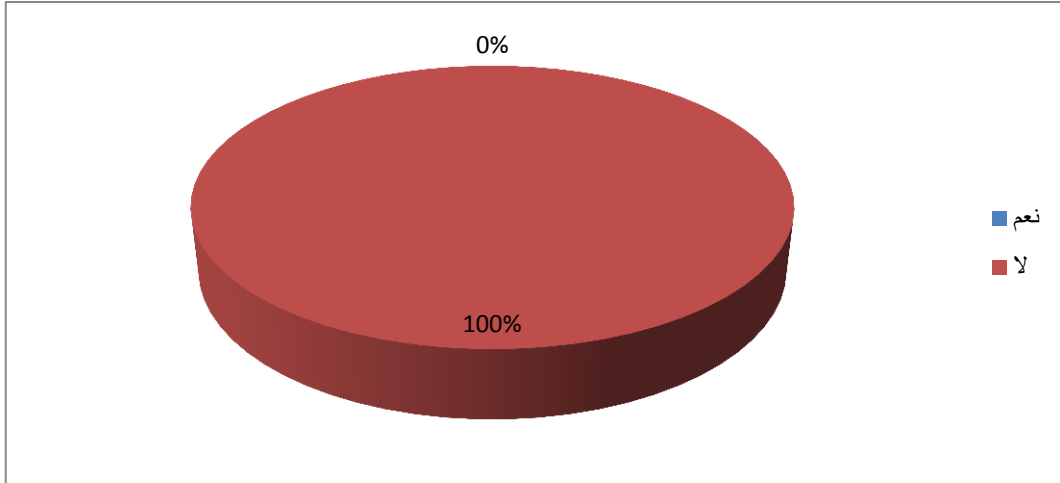
الشكل رقم (28) يوضح مساهمة الاتصالات على تحسين مستوى الأداء.

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يولون أهمية للاتصالات لما لها من دور فعال في تحسين عملية الأداء داخل المكتبة وهذا ما تؤكده نسبة الإجابة بنعم 80.95%، أما فيما يخص الإجابة بلا فجاءت بنسبة 19.04% وهذا راجع إلى شعور العامل بعدم انتماء إلى المؤسسة أو عدم استفادة من تكريمات ومكافآت.

• سؤال رقم 20: هل تحتوي مكتبكم على مختص في العلاقات العامة؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	0	0%
لا	21	100%

جدول رقم (30): يبين مدى توفر المكتبة على مختصين في العلاقات العامة

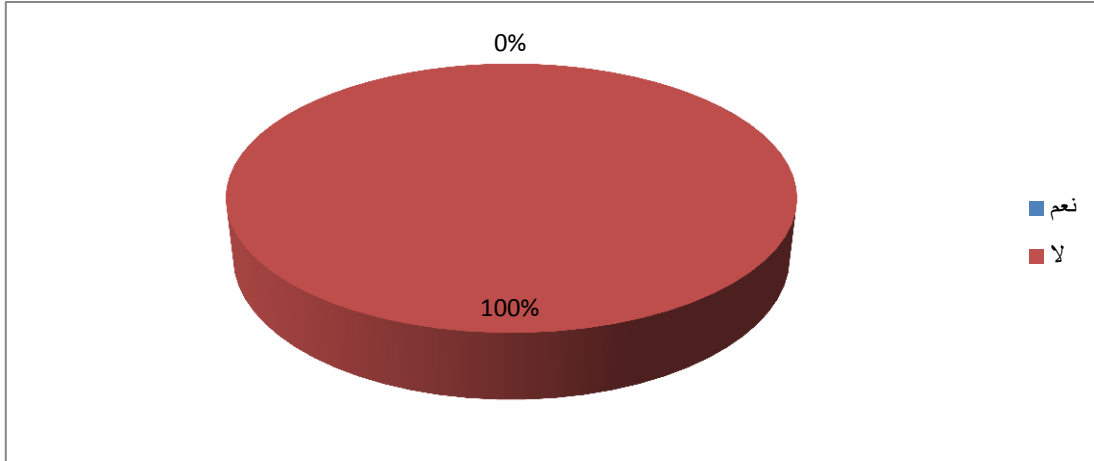


الشكل رقم (29): يبين مدى توفر المكتبة على مختصين في العلاقات العامة من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن النسبة المطلقة 100% عادت إلى عدم وجود مختصين في العلاقات العامة بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وهذا ما يدل على أن الموظفين بالمكتبة على دراية بتخصصات الوظيفية لكافة الموظفين بالمكتبة المركزية.

- سؤال رقم 21: هل يخصص قسم للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي بمكتبكم؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	0	%0
لا	21	%100

جدول رقم (30) يوضح مدى تخصيص قسم للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي



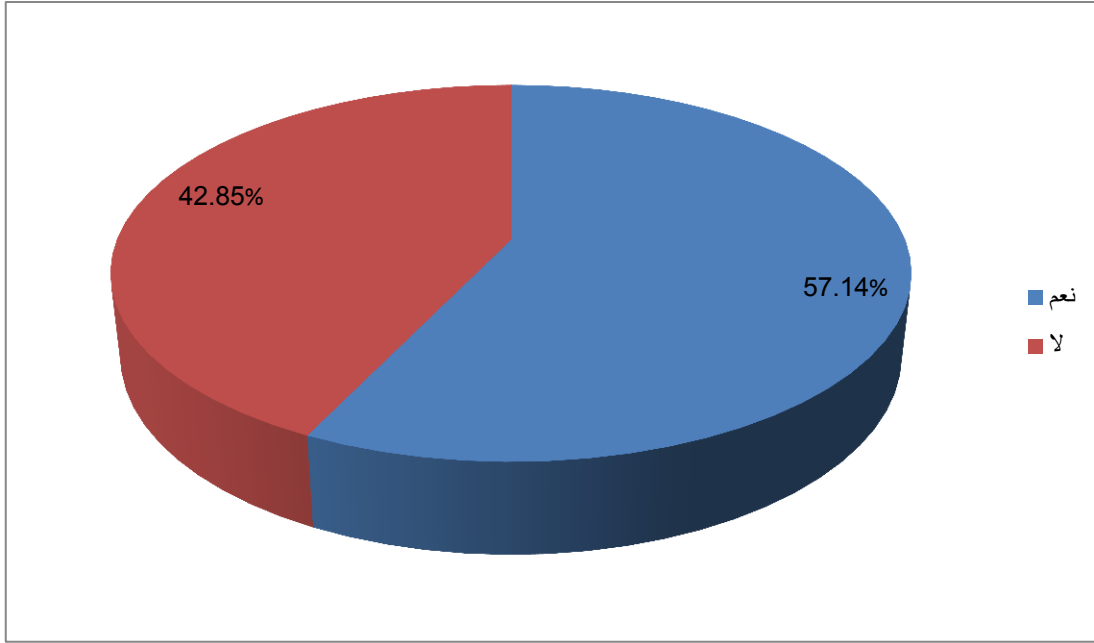
الشكل رقم(30) يوضح مدى تخصيص قسم للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي.

إن أهم ما يمكن أن نستنتجه من هذه النسب هو إجماع المبحوثين وبنسبة مطلقة 100% على عدم تخصيص قسم للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي ولعل هذا يعود إلى نقص الإمكانيات المادية وكذا عدم رغبة المسؤولين في التغيير.

• سؤال رقم 22: هل تجسد مبادئ العلاقات العامة بمكتبكم؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	57.14 %
لا	9	42.85 %

جدول رقم(32) يبين تطبيق مبادئ العلاقات العامة بالمكتبة



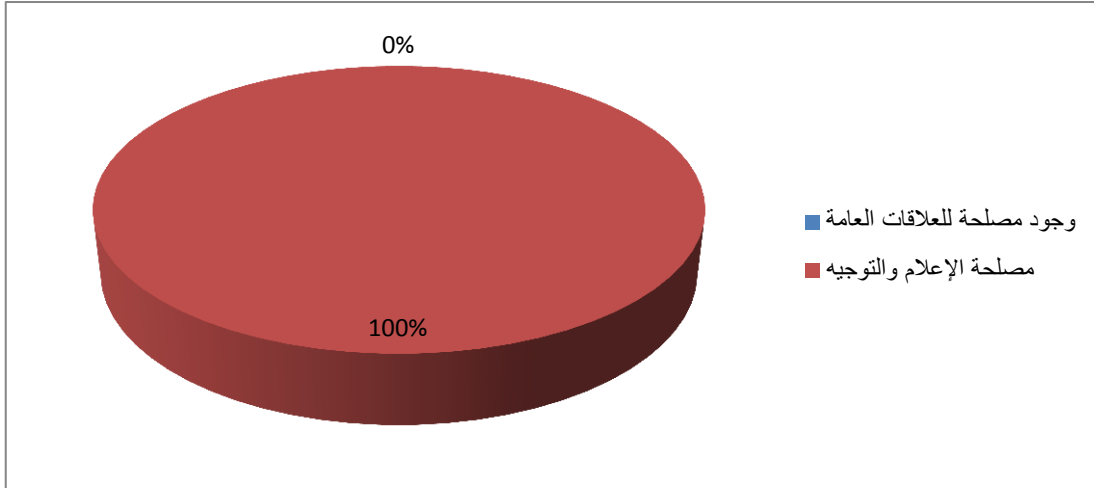
الشكل رقم (31) يبين تطبيق مبادئ العلاقات العامة بالمكتبة

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين أقرروا بتطبيق مبادئ العلاقات العامة بالمكتبة بنسبة 61.90% أي ما يعادل 12 فردا من أفراد العينة في حين أن نسبة 38.90% أقرروا بعدم تطبيق مبادئ العلاقات العامة بالمكتبة.

- إذا كانت الإجابة **نعم**، فمن الجهة المسؤولة على ذلك؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
وجود مصلحة للعلاقات العامة	0	0%
مصلحة الإعلام والتوجيه	12	100%

جدول رقم (33) يبين الجهة المسؤولة عن تطبيق مبادئ العلاقات العامة



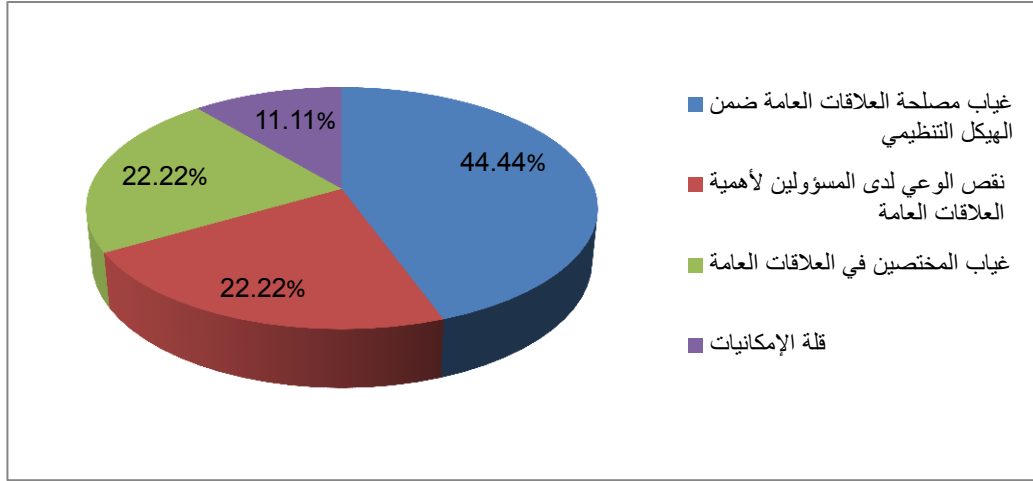
الشكل رقم (32) يبين الجهة المسؤولة عن تطبيق مبادئ العلاقات العامة.

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أن إجماع المبحوثين الذين أقروا بتطبيق مبادئ العلاقات العامة تنحصر في مصلحة الإعلام والتوجيه وهذا ما يؤدي بنا إلى القول بأن العلاقات العامة في المكتبات الجامعية تمارس بطريقة غير مباشرة وليس بشكل رسمي ضمن الهيكل التنظيمي، ومن خلال هذا يمكننا القول أن مصلحة الإعلام والتوجيه تسعى إلى تحسين العلاقات داخل المكتبة إلا أن هذه المحاولات تبقى بعيدة عن وظائف مصلحة العلاقات العامة.

- إذا كانت الإجابة لا، فما هو السبب؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
غياب مصلحة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي	4	44.44%
نقص الوعي لدى المسؤولين لأهمية العلاقات العامة	2	22.22%
غياب المختصين في العلاقات العامة	2	22.22%
قلة الإمكانيات	1	11.11%

جدول رقم (34): يبين السبب في عدم تطبيق مبادئ العلاقات العامة



الشكل رقم (33): يبين السبب في عدم تطبيق مبادئ العلاقات العامة.

من خلال بيانات الجدول أعلاه والذي يبين نسبة المبحوثين الذين أكدوا بعدم تطبيق العلاقات العامة والذين قدرت نسبتهم بـ 85.42% وهذا راجع حسب قولهم إلى غياب مصلحة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي بنسبة 44.44% يليها غياب المختصين في العلاقات العامة ونقص الوعي لدى المسؤولين لأهمية العلاقات العامة بنسبتين متشابهتين قدرت بـ 22.22% وكذا قلة الإمكانيات بنسبة 11.11%.

- سؤال رقم 23: ماذا تقدم كمقترحات إضافية ترى بأنها تساهم في تحسين واقع العلاقات العامة في مكتبكم في ظل التطورات الحديثة؟

هذا السؤال خاص بمقترحات مجتمع الدراسة فيما يخص تحسين واقع العلاقات العامة في المكتبة المركزية في ظل التطورات الحديثة وجاء في نهاية المحور وكانت الغاية منه هو فتح المجال لأفراد العينة لتقديم اقتراحاتهم والتي جاءت في القيام بتكوين في مجال العلاقات العامة، إحداث إدارة خاصة بالعلاقات العامة وإعطائها المكانة الحقيقية التي تناسبها داخل الهيكل التنظيمي وتكوين مختصين في هذا الجانب والإكثار من الحوافز المادية والمعنوية التي من شأنها المساهمة في تحسين الأداء بالإضافة إلى إزالة الحواجز بين المسؤولين والموظفين والسعي نحو إشراك جميع الموظفين في اتخاذ القرارات والقيام

بتوعية المسؤولين في جانب العلاقات العامة وتخصيص غلاف مالي خاص بالعلاقات العامة لمواكبة التطورات الحاصلة في الوقت الراهن.

تحليل أسئلة المقابلة:

✓ تمت المقابلة مع السيد محافظ المكتبة في إطار الحصول على المعلومات اللازمة والمتحصل على شهادة ليسانس والشاغر لرتبة محافظ المكتبة المركزية.

✓ تمت المقابلة يوم 2019/05/22 على الساعة 10:00 صباحا.

✓ بعد استقبالي من طرف المحافظة، تم طرح عليه مجموعة أسئلة والمتمثلة في 10 أسئلة:

كتكملة وأداة مساعدة لأدوات الدراسة رغبة منا للحصول على إجابات إضافية حيث تمثل الحوار كالتالي:

سؤال 1: هل الاتصال وظيفية من الوظائف الأساسية بمكتبكم الجامعية؟

جواب 1: أكد مسئول المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة أن عملية الاتصال من المكونات الرئيسية للعملية الإدارية بحيث اعتبر عملية الاتصال جملة الوظائف التي ترتبط بجمع معلومات من أجل اتخاذ القرارات اللازمة داخل المكتبة، وكذا يساهم الاتصال في تعزيز الشفافية داخل المكتبة، وتوفير بيئة داخلية ملائمة للتعاون وتبادل المعرفة بين الموظفين.

سؤال 2: هل تطبق وظيفة الاتصال من خلال جهاز مختص؟

جواب 2: كانت إجابة مسئول المكتبة بأن وظيفة الاتصال لا تمارس من خلال قسم مختص بل اعتبرها وظيفة داخل جل وظائف المكتبة.

سؤال 3: ماهي وسائل الاتصال المعتمدة ؟ وهل تتناسب مع وظائف العمال؟

جواب 3: تمثلت إجابة المحافظ حول وسائل الاتصال المعتمدة في الاتصالات الشفوية التي يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين جماهير المكتبة عن طريق الكلمة المنطوقة، كما أكد بأن الاجتماعات هي الوسيلة الفعالة التي يتم من خلالها تبادل وطرح وجهات النظر أي اعتبر الاتصال الشفوي هو أحسن وأقصر الطرق لتبادل المعلومات والأفكار وأكثرها سهولة ويسر وتتناسب مع وظائف العمال.

سؤال 4: فيما تتمثل أهم المشاكل الاتصالية التي ترى أنها تعترض العمال في مكتبكم؟

جواب 4: تمثلت إجابة المحافظ حول أهم المشاكل الاتصالية التي تعترض العمال في مكتبكم تشتمل في بعض المعوقات الشخصية بين مرسل ومستقبل الرسالة حيث يحكم بين هذين الاثنين بعض الفروقات الفردية مما يؤدي إلى اختلاف العمال في مدى فهمهم وحكمهم للرسالة الاتصالية، كما أكد مشكل آخر ألا وهو تفضيل العمال لوسائل اتصالية دون غيرها والابتعاد عن استخدام وسائل الاتصال الالكتروني التي فرضتها التطورات الهائلة بشكل حتمي من أجل مسايرة المستجدات.

سؤال 5: هل يخصص بمكتبكم قسم أو مصلحة للعلاقات العامة؟ وما هي المصلحة التي تعوضها؟

جواب 5: أكد محافظ المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة أنه لا يوجد قسم للعلاقات العامة قائم بذاته، لكن هذا لا يعني أن المكتبة لا تقوم بتطبيق مبادئ العلاقات العامة بل هناك مصلحة الإعلام والتوجيه وكذا أمانة المكتبة باعتبارهما الجهة الوصية عن انشغالات الموظفين وكذا ترقية أنشطة إعلام الطلبة.

سؤال 6: هل توظفون العلاقات العامة كممارسة في تحسين الأداء؟

جواب 6: كانت إجابة المحافظ أنه وبالرغم من عدم تجسيد مصلحة قائمة بذاتها للعلاقات العامة إلا أن مكتبنا لا تهمل وظيفة العلاقات العامة داخل المكتبة وأنها تمارس وتجسد مبادئها كممارسة فعلية وبطريقة غير مباشرة للقيام بخدمات المكتبة من أجل تحسين الأداء.

سؤال 7: هل الأنشطة التي تقوم بها المكتبة ترى أنها كافية من أجل تحسين أداء العاملين؟

جواب 7: أكد مسئول المكتبة بأن الأنشطة التي تقوم بتنظيمها المكتبة غير كافية نوعاً ما من اجتماعات، معارض، زيارات لكننا نأمل إلى تكثيف أنشطة أخرى مثل التكوين المستمر وتربصات داخلية وخارجية لما لها من تأثير إيجابي على تحسين أداء العاملين بالمكتبة.

سؤال 8: هل التحفيز يدفع العاملين للقيام بأداء فعال؟

جواب 8: أكد مسئول المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة أن التحفيز هو الشعور بالشخص والتقرب إليه وتوفير الوسائل المناسبة للتحفيز، كما أصر وأكد على ضرورة شعور العامل أنه جزء لا يتجزأ من المكتبة التي تعمل بها فنجاحها نجاح له وفشلها فشل له وبالتالي إذا استطاع مسئول المكتبة توصيل هاته المفاهيم إلى عمال المكتبة فإن الموظف يسعى دائماً إلى تحسين أدائه وتخلق عنده الإصرار على الابتكار في العمل.

سؤال 9: هل تفكرون مستقبلاً إلى تجسيد مصلحة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي؟

جواب 9: نعم

نحن نحاول إلى تجسيد مصلحة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي يسهر عليها أخصائي العلاقات العامة الذي يتمتع بمؤهلات شخصية وإدارية تجعله قادرا على القيام المهام الموكلة إليه، وهذا رغبة منا إلى تحسين المهام والخدمات التي تقوم بها المكتبة وكذا خلق جو أساسه التفاهم بين جماهير المكتبة الداخلية والخارجية.

سؤال 10: ماهي المعوقات التي تعترضونها في تطبيق العلاقات العامة في مكتبتكم؟

جواب 10: جاءت إجابة المحافظ حول أبرز المعوقات التي تعترضنا في تطبيق العلاقات العامة في مكتبتنا في قلة الإمكانيات المادية وغياب المختصين في مجال العلاقات العامة.

3-2 نتائج الدراسة:

3-2-1 نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

من خلال نتائج الدراسة الميدانية يمكن تحديد مدى تحقق كل فرضية حسب ما تمليه نتائج الأسئلة المتعلقة بكل فرضية ومنه يتم مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات كالاتي:

- **الفرضية الأولى:** والتي كان مفادها الاتصال الداخلي بين الموظفين أساس نجاح العلاقات العامة بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة قد تحققت.
- وبناء على نتائج المحور الأول عموماً وما يدل عليه الجدول رقم (10) الذي يبين على أنه يوجد اتصال بين الزملاء أثناء تأدية العمل وكذا الجدول (13) الذي يبين أنه يوجد اتصال بين الموظفين ومسئولهم بالمكتبة.
- **الفرضية الثانية:** فيما يخص الفرضية التي مفادها للعلاقات العامة دور في تحفيز الموظفين ورفع مستوى أدائهم بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- وبناء على نتائج المحور الثاني فإن الفرضية قد تحققت فحسب إجابة الباحثين من خلال مؤشرات هذه الفرضية كانت إجابات الباحثين على أن للعلاقات العامة مساهمة وعلاقة في رفع مستوى الأداء وزيادة مستوى الألفة بين الموظفين.
- **الفرضية الثالثة:** عدم الاهتمام بتجسيد العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة مرده إلى عدم الدراية لأهميتها في التسيير والإدارة بالمكتبات الجامعية.

وبناء على نتائج المحور الثالث فإن الفرضية قد تحققت وهذا ما تؤكدته نتائج الجداول رقم (28)، (30)، (31)، (33) بحيث تؤكد هذه النتائج أنه لا يوجد تحسيس من قبل المسؤولين على ضرورة تجسيد العلاقات العامة وكذا عدم تجسيد العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي كقسم قائم بذاته بالإضافة إلى غياب المختصين في هذا المجال

3-2-2 النتائج العامة للدراسة

توصلنا من خلال الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

- يتضح من خلال عدد العاملين بالمكتبة محل الدراسة أن الذكور يشكل النسبة الأكبر لعينة الدراسة.
- أغلبية الموظفين بالمكتبة المركزية يشغلون رتبة مساعد وثائقي أمين محفوظات.
- جل الموظفين بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة يولون أهمية بالغة في عملية الاتصال بينهم.
- أغلبية الموظفين بالمكتبة محل الدراسة يعتمدون على الوسائل الكتابية في عملية التواصل بينهم.
- يدرك الموظفون أن الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال يخلق الرغبة في أداء المهام.
- توصلنا إلى أن الجهة المسئولة عن تحسين أداء الموظفين في المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة هي الإدارة العليا وليست إدارة العلاقات العامة.
- إن مفهوم العلاقات العامة لدى موظفي المكتبة المركزية هو فهم سطحي غير عميق.

- اجتمع أغلبية المبحوثين أن للعلاقات العامة علاقة بتحسين الأداء ورفعته داخل المكتبة الجامعية وكذا مساهمتها في رفع الألفة بين الموظفين.
- اتضح رأي أغلبية الموظفين على أن العامل الأساسي لرفع مستوى الأداء يتجلى في المكافآت والحوافز.
- ممارسة وظيفة العلاقات العامة في بعض الأقسام بالمكتبة مثل مصلحة الإعلام والتوجيه والتي تسعى جاهدة إلى كسب ثقة وتأييد الجماهير.
- اتضح لنا بأن العلاقات العامة بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لازالت مهملة ولا تحظى بأهمية كبيرة ولا تحتل مكانتها ضمن الهيكل التنظيمي وبقيت مجرد ممارسات ضمنية ونشاطات ومجموعة من السلوكيات.
- عدم إدراك المسؤولين لدور العلاقات العامة في ظل غياب المختصين في هذا المجال بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

3-3 مقترحات الدراسة:

- ضرورة توفير الإمكانيات اللازمة الخاصة بقسم العلاقات العامة ووظائفها.
- إعادة النظر في أهمية العلاقات العامة كقسم ضمن الهيكل التنظيمي للمكتبة.
- ضرورة التحسيس من قبل الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في تحسين صورة المؤسسة لجماهيرها.
- إنشاء مصلحة خاصة بالعلاقات العامة يتولاها موظف ذو اختصاص.
- إقامة ندوات ودورات تكوينية للعاملين بصفة دورية من أجل رفع كفاءتهم ومؤهلاتهم.

خاتمة

خاتمة :

لقد أصبحت العلاقات العامة ذات أهمية بالغة في كافة المؤسسات، خاصة في ظل التطور الكبير والتقدم التكنولوجي في ظل تنوع وسائل الاتصال والإعلام المختلفة.

فمن المؤكد أن المؤسسات أصبحت لا يمكنها الاستغناء عن وظيفة العلاقات العامة كوظيفة هامة من وظائف تسيير وإدارة المؤسسة. لذا أصبح من الضروري أن لا تخلو كافة المؤسسات أي كانت طبيعتها من مصلحة العلاقات العامة يقوم عليها أخصائي بكفاءات عالية.

وجاءت دراستنا هذه لمعرفة مدى تطبيق العلاقات العامة بالمكتبات الجامعية حيث اكتشفنا من خلال الجانب الميداني واقع العلاقات العامة بالمكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة بالوقوف على أهم المشاكل التي تواجه المكتبة محل الدراسة وفي الأخير تم التطرق إلى جملة من الاقتراحات ونأمل أن تكون محل التطبيق من قبل المسؤولين.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

أ. المعاجم:

1- عبد الرحمان المثاقبة، بسام، معجم مصطلحات العلاقات العامة. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.

2- عبد الفتاح قارى، عبد الغفور. معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2000.

ب. الكتب باللغة العربية:

3- إبراهيم، السعيد مبروك. تدريب وتنمية الموارد البشرية بالمكتبات ومرافق المعلومات. ط1. الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2012، ص. 17.

4- بدوي محمد أحمد، عبد المحسن. العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

5- بدر، أحمد. عبد الهادي، محمد فتحي. المكتبات الجامعية تنظيمها وإدارتها وخدماتها ودورها في تطوير التعليم الجامعي والبحث العلمي. ط4. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001.

6- البكري، فؤادة عبد المنعم. العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال. ط1. القاهرة: مطبعة أبناء وهبة حسان، 2014.

7- المدابحة، أحمد نافع. المكتبات الجامعية ودورها في عصر المعلومات. ص1. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2012.

8- خليل أبو إصبع، صالح. العلاقات العامة والاتصال الإنساني. ط1. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004.

- 9-دياب، حامد الشافعي. إدارة المكتبات الجامعية أسسها النظرية وتطبيقاتها العلمية. جامعة القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 10-رزق، دياب، سهيل. مناهج البحث العلمي. فلسطين، 2003.
- 11-شعبان، حمدي. وظيفة العلاقات العامة " الأسس والمهارات ". القاهرة: مؤسسة الطونجي للتجارة والطباعة والنشر، 2008.
- 12-صاحب سلطان، محمد. العلاقات العامة ووسائل الاتصال. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011.
- 13-عبد المعطي، عساف. أسس العلاقات العامة. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2003.
- 14-عبد المجيد، إبراهيم، مروان. أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. ط1. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2000.
- 15-عابد، زهير عبد اللطيف. أبو السعيد، أحمد العبد. إدارة العلاقات العامة وبرنامجها. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014.
- 16-عجوة، علي. العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. ط1. القاهرة: عالم الكتب، 2001.
- 17-فهمي محمد، العدوي. مفاهيم جديدة في العلاقات العامة. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- 18-كريم، فتيحة محمد. العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي. عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2012.
- 19-مانيو، جيدر، منهجية البحث العلمي "دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل ماجستير والدكتوراه، ترجمة ملكة، أبيض
- 20-محمد، أبو العلا. العلاقات العامة في ضوء الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. ط1. دسوق: دار العلوم والإيمان للنشر والتوزيع، 2013.

- 21- محمد المصري، أحمد. العلاقات العامة. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2007.
- 22- منير حجاب، محمد. العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- 23- منير حجاب، محمد. الاتصال الفعال للعلاقات العامة. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- 24 مصطفى، عبده. محمود، يوسف. مقدمة في العلاقات العامة. جامعة القاهرة، 2003.
- 25- نابتي، خليفة. واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية: دراسة حالة جامعة محمد خيضر -بسكرة-. ماجستير: علم الاجتماع جامعة محمد خيضر -بسكرة: 2007، ص. 17.
- 26- همشري، عمر أحمد. الإدارة الحديثة للمكتبات ومراكز المعلومات. ط1. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010.
- ج. الدراسات والأطروحات الجامعية:
أ. أطروحات الدكتوراه:
- 27- كريم، مراد. مجتمع المعلومات وأثره في المكتبات الجامعية: مدينة قسنطينة نموذجا. دكتوراه: علم المكتبات: جامعة منتوري محمود قسنطينة: 2008، ص. 80
ب. مذكرات الماجستير:
- 28- حاج أحمد، كريمة. العلاقات العامة داخل المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية. ماجستير: علوم الإعلام والاتصال: جامعة وهران السانية: 2009
- 29- سيف محمد الصوفي، خالد. اتجاهات القيادات الإدارية نحو إدارة العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على الأجهزة الحكومية في اليمن. ماجستير: علوم الاتصال والإعلام: جامعة عين شمس: 2003.

- 30- ساعد، كريمة. العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية: جامعة منتوري - قسنطينة - نموذجاً. ماجستير: علوم الإعلام والاتصال: جامعة منتوري-قسنطينة-: 2011.
- 31- صدراتي، حبيب. أثر العلاقات العامة في تطوير الإدارة الرياضية: دراسة حالة بمديرية الشباب والرياضة برج بوعرييج. ماجستير: معهد التربية البدنية والرياضة: جامعة الجزائر 3: 2008.
- 32- عميمور، سهام، المكتبات الجامعية ودورها في تطوير البحث العلمي في ظل البيئة الالكترونية: دراسة ميدانية بالمكتبات الجامعية لجامعة جيجل. ماجستير: المعلومات الالكترونية الافتراضية واستراتيجيات البحث عن المعلومات: جامعة منتوري-قسنطينة-: 2011.
- 33- قسبي، سيرين. بودور، أميرة. بن عمارة، خولة. دور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين في المؤسسة: دراسة ميدانية لغرفة التجارة والصناعة مرمورة-قالمة. - ماجستير علوم الإعلام والاتصال: جامعة منتوري-قسنطينة-: 2006
- 34- كساسة، محي الدين. نظم التصنيف العالمية وتطبيقاتها في المكتبات الجزائرية: دراسة ميدانية بالمكتبات الجامعية بقسنطينة. ماجستير: علم المكتبات: جامعة منتوري محمود قسنطينة: 2007.
- 35- لقصير، رزيقة. دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح بقسنطينة. ماجستير: علوم الإعلام و الاتصال: جامعة منتوري-قسنطينة-: 2006.
- 36- مسيلي، ياسين. العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية: دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس-قسنطينة. - ماجستير: علوم الإعلام والاتصال: جامعة منتوري، قسنطينة: 2008.

-ج.مذكرات الماستر:

37-بن أحمد سعاد، مقدار شروق. واقع العلاقات العامة داخل الإدارة المحلية الجزائرية:

الوكالة التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالبرواقية-المدية. ماستر: علوم الاعلام

والاتصال: جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية: 2013.

38-بن زواد، شهرزاد. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية: دراسة

ميدانية للجمهور الداخلي بالمستشفى العمومي الزهراوي-المسيلة- نموذجاً. ماستر: قسم

علوم الاعلام والاتصال: جامعة محمد بوضياف المسيلة: 2015.

39-جعفر، أمينة. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة

اتصالات الجزائر بالمدية. ماستر: علوم الإعلام والاتصال جامعة الدكتور يحيى فارس

بالمدية: 2014.

40-قندوز، سلمى. دور العلاقات العامة في خدمة الجمهور الداخلي في الجامعات

الجزائرية: دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة المدية. ماستر: علوم الإعلام

والاتصال: جامعة الدكتور يحيى فارس -المدية-: 2014.

41-لمين، دلال. واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية للجمهور

الداخلي لمؤسسة مطاحن الحضنة-المسيلة-. ماستر: قسم علوم الإعلام والاتصال: جامعة

محمد بوضياف المسيلة: 2015

42-مرزوقي، زينب. واقع العلاقات العامة في المكتبات الجامعية: دراسة ميدانية بالمكتبة

المركزية بجامعة العربي تبسي-تبسة-. ماستر: علم المكتبات: جامعة العربي تبسي -

تبسة-: 2017

د. مقالات الدوريات العلمية:

- 43- بن سعدي، فرنزة. طرق وأساليب إدارة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية، مجله التنمية وإدارة الموارد البشرية-بحوث ودراسات-. العدد3 (2015)
- 44- جفال سامية، بوزيد سليمة. العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة. مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية-العدد 2-3(جوان2008).
- 45- فلحي الموسوي، محمد جاسم. العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات. مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك. العدد1 (2006).

هـ- أعمال المؤتمرات والملتقيات:

- 46- ذياب، لبنى، ساحلي، باسم، ذبيحي، لحسن. دور المكتبات الجامعية الجزائرية في تطوير البحث العلمي في البيئة الرقمية. المؤتمر الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية. طرابلس 22-24 ابريل 2016. (على الخط المباشر). تمت الزيارة يوم 2019/06/1. متاح على الرابط التالي:
<http://jilrc.com/wp-content/uploads/2016/03/تطوير-البحث-العلمي-في-البيئة-الرقمية.pdf>

و- الويبوغرافيا:

- 47- بن حريرة، نجاة. دور المكتبات الجامعية في التصدي لظاهرة السرقة العلمية: دراسة ميدانية بمكتبة معهد علم المكتبات بجامعة قسنطينة02. cybrarin journal. مارس 2018. ع49(على الخط المباشر). تمت الزيارة يوم 2019/06/12. متاح على الرابط التالي:
http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=826%3Anbinharirah&catid=320%3Apapers&Itemid=80

48-دلهوم ،انتصار. تحسين فعالية أداء المكتبات الجامعية باستخدام النظم الآلية للمعلومات:دراسة ميدانية بمكتبات جامعات قسنطينة1-2-3 بالجزائر. cybrarin journal، مارس 2015.ع37(على الخط المباشر).تمت الزيارة يوم 26/05/2019.متاح على الرابط التالي:

http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=686:delhum&catid=273:studies&Itemid=100

49-سي الطيب، ميمونة.بناط،موراد. تأثير خدمات المكتبات الجامعية على رضى المستفيدين: دراسة ميدانية بالمكتبة الجامعية المركزية للمركز الجامعي - أحمد بن يحيى الونشريسي-تيسمسيلت.ماستر:علم المكتبات:جامعة الجيلالي بونعامة-خميس مليانة:2017.

<http://dspace.univ-km.dz/xmlui/bitstream/handle/123456789/2262/%D8%B1%D8%B6%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%86.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علم المكتبات



استمارة الاستبانة:

في إطار مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات

تحت عنوان:

العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء في المكتبات الجامعية

دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية بجامعة محمد بوضياف

-بالمسيلة-

استكمالا للفصل الميداني لدراسة الموضوع المبين أعلاه قمنا بإعداد استمارة الاستبانة الموجه لموظفي المكتبة المركزية بجامعة محمد بوضياف-المسيلة- حيث نسعى من خلاله إلى الإجابة على مجموعة من الأسئلة، والتي ستستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الإجابة الصحيحة

الأستاذ المشرف:

د. بوغافية السعيد

من إعداد الطالبة:

بازة فاطمة الزهراء

السنة الجامعية: 2018/2019.

البيانات الأساسية:

- الجنس
 ذكر أنثى
- الخبرة المهنية:
 05-01 10-5 15-10 أكثر من 15
- المستوى التعليمي: (المؤهل العلمي)
 - شهادة ماجستير
 - شهادة ماستر
 - شهادة ليسانس
 - شهادة تقني سامي في الأرشيف
 - شهادة تقني في الإعلام الآلي
 - شهادة السكرتارية
 - السنة الثالثة ثانوي
 - السنة الرابعة متوسط
- المنصب الحالي:
 - محافظ المكتبة الجامعية
 - ملحق بالمكتبة الجامعية مستوى 2
 - ملحق بالمكتبة الجامعية مستوى 1
 - مساعد بالمكتبات الجامعية
 - مساعد وثائقي أمين محفوظات
 - عون إدارة رئيسي
 - تقني في الإعلام الآلي
 - سكرتيرة
 - عون وقاية مستوى 2
 - عامل مهني صنف 2

المحور الأول: الاتصال ودوره في بناء وتفعيل العلاقات العامة بالمكتبة
الجامعية.

01/ هل تتصل مع زملائك في العمل؟

نعم لا

▪ إذا كانت الإجابة بنعم في أي مجال تتم عليه الاتصال؟

- استشارات حول العمل

- أداء المهام وتوزيع المهام

- التعليمات الجديدة والمراسيم

- زيادة الخبرة الوظيفية

02/ ما طبيعة الاتصال السائدة في عملية التواصل بينكم؟

اتصال صاعد اتصال نازل اتصال أفقي

03/ ما هي طريقة تواصلك مع مسؤول المكتبة؟

مباشرة

اتصال بالهاتف

اتصال عن طريق الوسائط الالكترونية

اجتماع

04/ ما هي أهم قنوات الاتصال التي تعتمدون عليها في عملية الاتصال بينكم؟

وسائل شفوية وسائل مكتوبة وسائل الكترونية

05/ فيما تتمثل أهم النشاطات التي تنظمها مكتبكم؟.

*ملتقيات وأيام دراسية

- *تربصات
- *زيارات
- *اجتماعات
- *تكوين
- *معارض

06/ ما هو مستوى حضورك ومشاركتك في هذه النشاطات؟

- دائما أحيانا أبدا

07/ بواسطة أي وسيلة علمت بتنظيم هاته الأنشطة؟

- عمال المؤسسة
- ملصقات وكتيبات
- صفحة المكتبة
- موقع المكتبة
- مجلة المؤسسة
- إذاعة وتلفزيون

08/ برأيك هل الاستخدام الجيد لوسائل الاتصال في مكتبكم يساهم في:

- خلق مناخ جيد يساعد على العمل.
- تجنب سوء التفاهم بين الموظفين.
- السرعة والمرونة في أداء المهام.

المحور الثاني: العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء بالمكتبات الجامعية.

09/ ماذا تعني لك العلاقات العامة في المكتبة

الجامعية؟.....

10/هل للعلاقات العامة علاقة بتحسين الأداء ورفعها داخل المكتبة الجامعية؟.

*نعم لا

11/هل ترى أن للعلاقات العامة دور في رفع مستوى الألفة بين الموظفين؟.

12/في نظرك فيما تتمثل العوامل الداخلية التي تؤثر على مستوى أداء العاملين

بمكتبكم؟.

- العلاقة بين الموظفين أنفسهم.

- العلاقة بين العاملين والإدارة العليا

- المكافآت والحوافز.

- التقسيم العادل للمهام.

13/كيف تقيم مكانة العلاقات العامة في مؤسستكم؟

هاما هامة غير هامة

14/من القائم بممارسة العلاقات العامة في مكتبكم؟

-متخصصون في العلاقات العامة

- الإدارة العليا

- عمال المؤسسة

15/حسب رأيك من هي الجهة المسؤولة عن تحسين مستوى أداء الموظفين في

مكتبكم؟

- الإدارة العليا

- قسم العلاقات العامة

- الموظف في حد ذاته

16/هل سبق لك وأن تحصلت على مكافآت وحوافز؟

نعم لا

✓ إذا كانت الإجابة بنعم فما طبيعتها؟

- ترقيات (داخلية، خارجية)

-ترقيات بالعمل

- تكوين

- تكريمات في المناسبات

17/كيف تقيم ثقة المؤسسة بموظفيها؟.

*جيدة مقبولة غير مقبولة

18/هل يقوم المسئولون بالمكتبة بتوعيتكم بضرورة تجسيد العلاقات العامة؟.

نعم لا

19/هل تساهم الاتصالات بمختلف أنواعها على تحسين مستوى أدائك؟.

نعم لا

المحور الثالث:مصلحة العلاقات العامة و أهميتها في تسيير وإدارة المكتبات

الجامعية

20/هل تحوي مكتبكم على مختص في العلاقات العامة؟.

نعم لا

21/هل يخصص قسم للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي في مكتبكم؟.

نعم لا

22/هل تجسد مبادئ العلاقات العامة بمكتبكم؟.

نعم لا

✓ إذا كانت الإجابة بنعم فمن الجهة المسؤولة على ذلك؟

*وجود مصلحة العلاقات العامة.

*مصلحة الإعلام والتوجيه.

✓ إذا كانت الإجابة ب لا فما هو السبب؟

*غياب مصلحة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي

*نقص الوعي لدى المسؤولين لأهمية العلاقات العامة

* غياب المختصين في العلاقات العامة

* قلة الإمكانيات

23/ماذا تقدم كمقترحات إضافية ترى بأنها تساهم في تحسين واقع العلاقات العامة في

مكتبتكم في ظل التطورات الحديثة؟

.....

أسئلة المقابلة:

01/ هل الاتصال وظيفة من الوظائف الهامة والأساسية بمكتبتكم الجامعية؟

- 02/ هل تطبق وظيفة الاتصال من خلال جهاز مختص؟
- 03/ ماهي وسائل الاتصال المعتمدة؟ وهل تتناسب مع وظائف العمال؟
- 04/ فيما تتمثل أهم المشاكل الاتصالية التي ترى أنها تعترض العمال في مكتبكم؟
- 05/ هل يخصص بمكتبكم قسم/مصلحة للعلاقات العامة؟ وما هي المصلحة التي تعوضها بها؟
- 06/ هل توظفون العلاقات العامة كممارسة في تحسين الأداء؟
- 07/ هل الأنشطة التي تقوم بها المكتبة ترى أنها كافية من أجل تحسين أداء العاملين؟
- 08/ هل التحفيز يدفع العاملين للقيام بأداء فعال؟
- 09/ هل تفكرون مستقبلا إلى تجسيد مصلحة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي؟
- 10/ ماهي المعوقات التي تعترضونها في تطبيق العلاقات العامة في مكتبكم؟

المختصات

الملخص:

تواجه المكتبات الجامعية في الوقت الحاضر تعدد وتنوع في احتياجاتها نتيجة للتطورات الحاصلة في ميدان المعلومات ، الأمر الذي تطلب من المكتبات الجامعية ربط علاقات وطيدة مع جمهورها، وان تعمل على كسب ثقته وبناء اتصال فعال معه ومحاولة تغطية اتجاهاته وميولاته.

وتتدرج دراستنا هذه في محاولة التعرف على العلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الأداء في المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ما مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين الأداء بالمكتبة محل الدراسة والوقوف على مدى وعي القائمين على المكتبة بأهمية العلاقات العامة، وكذا التعرف على مكانة مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمكتبة محل الدراسة.

ولإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بالاعتماد على أداة الاستبيان والمقابلة ، واستخدام المنهج الوصفي القائم على خاصية التحليل الذي ساعدنا في اصدار العديد من النتائج أهمها: قلة التوعية من قبل المسؤولين على ضرورة تجسيد العلاقات العامة لما لها من أهمية في تسيير المكتبات الجامعية، وكذا عدم تجسيد العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمكتبة محل الدراسة بالإضافة إلى انعدام المختصين في ميدان العلاقات العامة .

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة - الجمهور الداخلي - الجمهور الخارجي - المكتبة المركزية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

Résumé :

Les bibliothèques universitaires ont fait face aujourd'hui la diversité et la multiplicité des besoins de leur bénéficiaire en raison de l'évolution continu dans le monde de l'information

Notre étude s'inscrit dans une tentative d'identification des relations publiques et de son lien avec l'amélioration des performances de la bibliothèque centrale de Msila

Le but de cette étude était de déterminer dans quelle mesure les relations publique contribuaient à améliorer la performance de la bibliothèque en question et identifier le statut des relations publiques dans la structure organisationnelle de la bibliothèque à l'étude .

Pour répondre à cette problématique nous nous sommes appuyés sur les questionnaires et l'outil d'entretien et l'utilisation de la méthode descriptive basée sur l'analyse qui nous a permis de révéler plusieurs résultats ;

- Manque de sensibilisation des responsables à la nécessité de refléter les relations publiques.
- Non incarnation des relations publique au sein de la bibliothèque universitaires.
- Le manque des spécialistes dans les domaines des relations publiques.