

جامعة غرداية
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية



الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص اتصال وعلاقات عامة

**أهمية وظيفة العلاقات العامة في تحسين الصورة
الذهنية للخدمات الجامعية ولاية غرداية
دراسة حالة – طلبة الإقامة الجامعية 1000 سريير 1 -**

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

إشراف الاستاذ:

بابا واعمر عبد الرحمان

إعداد الطالب:

زهواني سعد الدين

الموسم الجامعي: 2016 / 2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الاهل

الحمد لله على نعمه الواسعة، وعلى توفيقه لنا في انجاز هذا العمل المتواضع، والصلاة والسلام على خير معلم للبشرية سيدنا محمد بن عبد الله.

أهدي هذا العمل الذي هو ثمرة جهدي:

إلى منبع الحنان وأغلى جوهرة في الوجود ورمز العطاء، إلى نور طريقي ومنبع طموحي

"أمي الحبيبة" حفظها الله

إلى من كان حبه واهتمامه قوام عزيمتي، إلى ضياء حياتي "أبي الغالي" حفظه الله

والى زوجتي

إلى النجوم التي تزين لي حياتي و افتخر واعتز بهم كل من إخوتي وأخواتي

" مسعودة ، أحمد، بدر الدين ، سفيان "

والى جميع خالاتي وأخوالي وأبنائهم وعماتي وأعمامي وأبنائهم ولا أنسى "جداتي وجدي

الغالي". إلى كل الأهل والأقارب من قريب وبعيد.

إلى من أختارهم قلبي وأحبهم بصدق رفاق الدرب الذين كانوا بمثابة إخوة، زملائي الأعداء

"حمودة" حكيم "فاطمة الزهراء" فيصل "

" والى صديقي الغالي " سليم "

إلى كل من لم يسعدني الحظ في ذكر أسمائهم الى كل من ساعدني ولو بكلمة واحدة والحمد لله

الذي بنعمته تتم الصالحات

سعد الدين

شكر و عرفان

قال الله تعالى: ﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ﴾

صدق الله العظيم سورة التوبة

سبحان اله وبحمده له الشاء الحسن والقول الحميل ولا إله إلا الله وحده لا شريك له نحمد
الله الذي وفقنا في مسارنا الدراسي وفي إعداد مذكرة التخرج ووهبنا طريق العلم والنجاح
والفلاح

نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا وساندنا في هذا البحث وفي مقدمتهم الأستاذ
المشرف الدكتور بابا واعمر عبد الرحمان الذي تفضل بالإشراف على هاته المذكرة فجزاه الله
عنا كل خير وله مني فائق الإحترام والتقدير

كما نتوجه بالشكر والتقدير لكل إطارات الخدمات الجامعية والإقامتين الجامعيتين
وإلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا الأساتذة والمعلمين من الطور الإبتدائي إلى نهاية
التعليم الجامعي وأخص بالذكر أساتذة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية على ما يقدمونه من
جهد في سبيل العلم والمعرفة وإلى كل القائمين على إدارة الجامعة على صبرهم وسعة

صدورهم

وإلى كل من ساعدنا من بعيد وقريب

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية وظيفة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية في الخدمات الجامعية

ولتحقيق أهداف الدراسة تم إتباع دراسة حالة، وتمثلت عينة الدراسة في 70 مفردة من طلبة الإقامة الجامعية 1000 سرير 1 غرداية كون مجتمع الدراسة ، تم اختيارها عن طريق عشوائي وتمت الاستعانة بأداة الاستبانة التي وزعت بعد عملية الملاحظة الأولية.

ولتحليل بيانات ومعلومات الدراسة التي تم جمعها من المبحوثين تم استخدام برنامج (spss)23 وبعد تبويب النتائج وقراءة الجداول وتحليلها كفيها توصل الدراسة الى ان مفردات العينة لمست نوعا ما وظيفة العلاقات العامة في تحسين صورة الذهنية للخدمات الجامعية من خلال برامج وانشطة العلاقات العامة التي اعتمدت من طرف قسم المراقبة والتنسيق على مستوى مديرية الخدمات الجامعية لولاية غرداية، رغم نقائص التي يعاني منها القسم في قيام بأعماله وانشطته إتجاه جمهور الداخلي والخارجي .

Study summary :

This study aims to identify the importance of the public relations function in improving mental image in university services

In order to achieve the objectives of the study, a case study was conducted. The sample of the study consisted of 70 students from the university. The study population was chosen randomly and the questionnaire tool distributed after the initial observation was used.

In order to analyze the data and information of the study collected from the respondents, 23 (spss) was used. After classifying the results and reading the tables and analyzing them, the study concluded that the sample items somewhat touched the public relations function in improving the mental image of university services through public relations programs and activities. The Department of Monitoring and Coordination at the level of the Directorate of University Services of the State of Ghardaia, despite the shortcomings suffered by the department in carrying out its activities and activities towards the public and internal

مقدمة:

الإشكالية :

الفرضيات

أسباب اختيار الموضوع:

أهداف الدراسة

نوع الدراسة

خصائص عينة الدراسة

منهج البحث

أدوات البحث

تحديد المفاهيم

الدراسات السابقة

مقدمة:

يشهد العالم اليوم تغيرات عميقة وسريعة، أثرت على البنية التحتية الداخلية والخارجية لمؤسسات الأعمال، استوجب إحداث تغييرات جوهرية في الأساليب التخطيطية التي اتبعتها، والتي اعتمدت أساسا على تحليل واستقراء الأحداث الماضية، وافترض أن المستقبل إمداد للماضي واعتبار أن التغيرات تمثل تهديدا للمؤسسة.

وفي ظل هذه التغيرات ظهرت العلاقات العامة كنشاط متخصص في إقامة وتدعيم العلاقات الجيدة بين الموظف والمؤسسة وجماهيرها، وذلك من خلال مهامها الساعية إلى التعريف بالمؤسسة وبنشاطاتها ومنتجاتها وخدماتها، إلى جانب دراسة انطباق الجماهير عن تلك النشاطات والمنتجات والأخذ بها في رسم سياسة المؤسسة المبنية على التفاهم المشترك بينها وبين جمهورها.

وفي وقت ازداد فيه عدد المؤسسات ذات النشاط الواحد، احتدمت المنافسة على المستوى المحلي والإقليمي و العالمي مما حتم على المؤسسات ضرورة إنشاء خلية أو قسم للعلاقات العامة الهدف منه تأطير الأنشطة اليومية وتطويرها، و كذا تحسين الصورة الذهنية لها. لضمان استمرارية المؤسسات، ونموها.

كل هذه المعطيات كانت سببا رئيسيا في التحول الذي عرفته المؤسسات باختلافها في الدول النامية عامة وفي الجزائر خاصة، فهي تسعى للاهتمام بالعلاقات العامة كتخصص وكوظيفة إدارية من خلال البحث في سبل لتدريسها في المعاهد والجامعات، وكذا دمجها كوظيفة إدارية في المؤسسات. علما أن التطبيق الجيد للعلاقات العامة بالمؤسسات أيا كان نشاطها أو حجمها، يستلزم وضع استراتيجية علمية تنطلق من الأهداف وترتكز على تحديد الوسائل اللازمة للوصول إليها في أحسن الأحوال وفق إتباع خطة زمنية محددة، غايتها بناء صورة ذهنية جيدة للمؤسسة لدى جمهورها، وقدرتها التنبئية بالتهديدات التي تواجه المؤسسة مستقبلا.

وبهذا الصدد نجد أن المؤسسات الحكومية اخذت على عاتقها تطبيق وتنفيذ وإدماج هاته الوظيفة داخل هيكلها التنظيمية، والسعي وراء تكريس العمل بها إعطاءها حيزا ومجالا يليق بقيمتها خاصة من ناحية إهتمامها بالجمهور الداخلي والخارجي لهاته المؤسسات، وذلك لمواكبة العصر وتطورات الحاصلة وزيادة الوعي لدى الجماهير.

ولمعالجة الموضوع وتحليله قسمنا دراستنا إلى 3 فصول فهي موضحة كآتي:

تناولنا في الفصل الأول مدخل للعلاقات العامة الذي نستعرض فيه مدخل للعلاقات العامة يتضمن النشأة والمفهوم وأهميتها، وخصائص العلاقات العامة وأهدافها، بالإضافة إلى تنظيم العلاقات العامة وتنفيذها في المؤسسة، ثم تطرقنا في هذا الفصل لماهية الصورة الذهنية ودور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة ، ودورها في تكوين صورة للجمهور المؤسسة،

أما في الفصل الثالث الذي تناولنا فيه الجانب التطبيقي للموضوع المتمثل في دراسة حول أهمية ممارسة وظيفة العلاقات العامة في مديرية الخدمات الجامعية لولاية غرداية وكيفية تحسين الصورة الذهنية للجمهور (الطلبة المقيمين ذكور)

الإشكالية :

بدأ الاهتمام يتزايد بموضوع العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الحكومية والخاصة في السنوات الأخيرة، نظرا للضرورة الملحة في تسيير وتوجيه الرأي العام وتعريفه بالمؤسسة مهما كان قطاع أو المجال الذي تشغله، فالعلاقات العامة تعد جزء من كيان المؤسسة كمصلحة أو قسم يحرص على تكوين صورة الجيدة وبراقة للجمهور الداخلي والخارجي وذلك لكسب رضا الجمهور وسعي لفرض وجودها في السوق، لهذا عملت المؤسسات الجزائرية على مواكبة العصر الذي صاحبه تطور في تكنولوجيا الاعلام والاتصال الذي ساهم في ربط قنوات اتصال بين المؤسسة وجمهورها، فبرزت أهمية العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة لبناء صورة ذهنية لدى الزبون وكسب ثقته من خلال مجموعة أنشطة تقوم بها مصلحة العلاقات العامة أو قائمين على هذه المصلحة.

استحدثت المؤسسات الجزائرية هذه الخدمة لمعرفة مدى تأثير مصالح وانشطة العلاقات العامة في تكوين صورة الذهنية للمؤسسة وربط علاقات وطيدة مع زبائنها الدائمين ، ارتأينا ان نخوض في هذا الموضوع الذي من خلالها قمنا بصياغة الاشكالية التالية المتمثلة في فيما تتجلى أهمية العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية لمديرية الخدمات الجامعية بغرداية؟

ونستطيع ادراج بعض التساؤلات التالية : ومن خلال الاشكالية العامة يمكننا طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ماهي أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الحكومية الخدماتية؟

- ما أهمية العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية لقطاع الخدمات الجامعية ؟
- هل يوجد تطبيق فعلي لأنشطة العلاقات العامة على مستوى مديرية الخدمات الجامعية غرداية؟

الفرضيات:

- مدى تجسيد وظيفة أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لمديرية الخدمات الجامعية
- بناء برنامج للعلاقات العامة خاص بمديرية الخدمات الجامعية
- نجاح الحملة الإعلامية ونجاحتها في تحسين الصورة الذهنية

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الرغبة في دراسة هذا التخصص والموضوع بحد ذاته.
- العمل على هذا الموضوع بحكم أنني أشغل منصب بذات المؤسسة كمنشط جامعي وهي من نشاطاتي داخل المؤسسة.

أسباب الموضوعية :

- محاولة تثمين العمل بهذا الجهاز ووضع استراتيجيات للنهوض بالصورة الذهنية للمؤسسة.
- حث صناع القرار بأخذ بعين الإعتبار لقسم العلاقات العامة داخل المؤسسة ومدى أهميته .
- قطاع الخدمات الجامعية يحتاج لخدمات وأنشطة قسم العلاقات العامة وذلك لإتساع جمهوره من طلبة الجامعيين .

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان أهمية وظيفة العلاقات العامة في تجميل صورة الذهنية والذهنية للمؤسسة الحكومية عامة ولقطاع الخدمات الجامعية بالخصوص مديرية الخدمات الجامعية ولاية غرداية والتي من خلالها:

- التعرف وظيفة العلاقات العامة.

- وضع وتحديد مهام العلاقات العامة في مديرية الخدمات الجامعية
- وضع خطط واستراتيجية للعلاقات العامة من خلال استغلال التكنولوجيات الإعلام والاتصال.

نوع الدراسة:

- تدخل هاته الدراسة في خانة الدراسات الوصفية

مجتمع البحث والعينة:

يتشكل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الطلبة الجامعيين المقيمين بالقامة الجامعية 1000 سرير 1 ذكور تابعة للمديرية الخدمات الجامعية

العينة:

هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها الدراسة، فالعينة إذن هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة قد تكون أشخاصا، كما تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك.⁽¹⁾

ينبغي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته و بناءا على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يارها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو مؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، وهذه عينة غير ممثلة لكافة وجهات النظر ولكنها تعتبر أساس متين للتحليل العلمي ومصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة⁽²⁾.

تم اختيار العينة وذلك لخدمتها لإشكالية الدراسة العامة والمتمثلة في طلبة المقيمين بالإقامة الجامعية وكانت العينة قصدية تم استخراجها من قاعدة 10% من مجتمع البحث الأصلي الذي يبلغ حوالي 700 طالب، وزعنا 7 استمارات كعينة استطلاعية لقياس مدى فهم وتقبل الطلبة لأسئلة الإستمارة ، ثم وزعنا 100 استمارة استرجعنا حوالي 80 استمارة، وب حذف استمارات الملغات، تحصلنا على 72 استمارة ، وهو ما بينت عليها الدراسة.

¹ -elwihat.univ-ghardaia.dz/annonce/04/pdf16.04، 2017/02/11

² - زياد أحمد الطويسي: مجتمع الدراسة والعينات، نسخة إلكترونية، مديرية تربية لواء البتراء، 2011/2010، ص6

منهج البحث:

اعتمدنا في موضع بحثنا على منهج دراسة الحالة "منهجاً متميزاً يقوم أساساً على الاهتمام بدراسة الاجتماعية بصفاتها الكلية ثم النظر إلى الجزئيات من حيث علاقتها بالكل الذي يحتويها أي منهج دراسة الحالة نوعاً من البحث المتعمق في فردية وحدة إجتماعية سواء كانت هذه الوحدة فرداً أو أسرة أو قبيلة أو قرية أو نظاماً أو مؤسسة، يهدف منهج دراسة الحالة إلى الكشف عن العلاقات بين أجزاء الظاهرة أو تحديد العوامل المختلفة التي تؤثر في الوحدة المراد دراستها، كما أن منهج دراسة الحالة خطوات علمية يمكن توضيحها فيما يلي:

- تحديد المشكلة أو الحالة أو نوع السلوك المراد دراسته.
- جمع البيانات الضرورية لفهم الحالة وتكوين وجهة نظر فيها.
- تحديد المفاهيم والفروض العلمية.
- تحديد وسائل جمع البيانات المختلفة.
- جمع البيانات وتسجيلها وتحليلها
- إستخلاص النتائج ووضع التعميمات.⁽¹⁾

لهذا اخترنا استخدام هذا المنهج في موضوع دراستنا الذي تقوم على دراسة وظيفة العلاقات العامة في مديرية الخدمات الجامعية ولاية غرداية .

- إن اختيار منهج البحث في دراسة أي ظاهرة، تخضع إلى طبيعة الموضوع ونوعيته هذا من جهة، ومن جهة أخرى إلى نوعية عينة البحث، بمعنى أن مشكلة البحث هي التي تفرض نوع المنهج المناسب للدراسة. لذلك فقد استعنا في دراستنا هذه الموسومة بأهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للخدمات الجامعية (دراسة حالة طلبة إقامة الجامعية 1000 سرير بجامعة غرداية-غرداية). "بالمنهج الوصفي التحليلي . كما اخترنا هذا المنهج نظراً لطبيعة الموضوع التي تقتضي التحليل والتفسير .

- استخدم الباحث برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 23) لتفريغ البيانات ومعالجتها كمايلي:

¹ - فاطمة عوض جابر، ميرفت علي خفاجة، أسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية ، ط1،

- تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، حسب مقياس ليكرت الثلاثي (1 دائما، 2 احيانا، 3 ابداء) ولتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود العليا والدنيا) تم حساب المدى ($2 = 1 - 3$)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي ($0.7 = 3/2$) بعد ذلك يتم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهو الواحد الصحيح) .
- وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وبهذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول التالي يوضح ذلك:

جدول يوضح طول خلايا القياس

المعوقات	بدائل الاستجابة	طول خلايا القياس
مدى مرتفع	دائما	1.7-1.0
مدى متوسط	احيانا	2.6-1.7
مدى ضعيف	ابدا	3.4-2.6

عينة الدراسة:

- تعتبر العينة من الوسائل الأساسية في الدراسات الميدانية، حيث تهدف الى اختبار الفرضيات ميدانيا عن طريق أسلوب العينة. وقد تم اعتماد العينة العشوائية، حيث تم الاعتماد على الاستبيان توزيعه بالإقامة الجامعية بجامعة غرداية بهدف تحقيق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته، تكون هذا الاستبيان من (72) مفردة بحثية وفيما يلي نبرز أهم خصائصها:

1 / صدق الاتساق الداخلي : (الصدق البنائي)

- قمنا بتوزيع الاستبيان على عينة قوامها (72) فرد من المعلمين للتعرف على مدى التجانس الداخلي للاستبيان عن طريق التحقق من مدى الاتساق الداخلي بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول يوضح معامل الارتباط

مستوى الدلالة	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	البعد
دالة عند 0.05	0.82	المحور الأول
دالة عند 0.05	0.78	المحور الثاني
دالة عند 0.05	0.79	المحور الثالث

- يتبين من الجدول أن أبعاد الاستبيان حققت ارتباطات دالة مع الدرجة الكلية للاستبيان عند مستوى دلالة 0.05 وقد بلغت 0.81 مما يدل أيضا على أن الاستبيان في صورته النهائية يتسم بدرجة عالية من صدق البنائي ، كما يشير ذلك إلى أن جميع فقرات وأبعاد الاستبيان تشترك في قياس أهمية وظيفة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للخدمات الجامعية بجامعة غرداية

ثبات أداة الدراسة :

* معادلة " ألفا " كرو نباخ : (Cronbach's alpha)

- تم حساب ثبات الاستبيان عن طريق معادلة " ألفا " كما هو موضح في الجدول :

جدول يوضح ثبات أداة الدراسة

أبعاد الدراسة	عدد البنود	معامل الثبات
ثبات أداة الدراسة	18	0.70

درجة صدق و ثبات الاستبيان مرتفعة و مقبولة بدرجة قابلة للدراسة.

خصائص عينة الدراسة

جدول رقم (01): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
% 26	16	18-22 سنة
%64	46	23-27 سنة
% 10	07	أكثر من 28 سنة
% 100	72	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أفراد العينة وفق متغير السن، ويبين لنا من خلاله أن عدد مفردات الفئة العمرية من 18-22 سنة بلغ 16 بنسبة 26 % ، وعدد مفردات الفئة العمرية 23-27 سنة بلغ 46 بنسبة 64%، وطلبة من الفئة العمرية أكثر من 28 سنة بلغ 07 بنسبة 10 %

نستنتج من ذلك أن الفئة العمرية الثانية هي أكثر عدد في الطلبة وإذا راجع لكونهم من المستويين ليسانس وماستر ، في حين أن طلبة فوق 28 سنة ليس لهم الحق في الإقامة إلا في حالة شغور.

جدول رقم (02): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
جزائرية	57	79 %
فلسطينية	07	10%
موريتانية	05	07 %
صحراء غربية	03	04 %
المجموع	72	100 %

يوضح الجدول أعلاه أفراد العينة وفق متغير الجنسية، ويبين لنا أن عدد طلبة جزائريين 57 بنسبة 79 %، وطلبة فلسطينيين 07 بنسبة 10%، وعدد طلبة موريتانيين 05 بنسبة 07 %، وعدد طلبة صحراويين 03 بنسبة 04 %.

نستنتج من الجدول أن معظم الطلبة جزائريين ويمثلون نسبة كبيرة بإضافة للعديد من طلبة الأجانب من الدول العربية الشقيقة ، التي دائما ما الجزائر تستقبل عدد هائل من طلبتهم للتكوين الجامعي.

جدول رقم (03): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير المستوى الدراسي

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	42	58%
ماستر	29	41 %
دكتوراه	01	01 %
المجموع	72	100 %

يوضح الجدول أعلاه أفراد العينة وفق متغير المستوى الدراسي، فطلبة ليسانس 42 مفردة بنسبة 58%، وطلبة الماستر 29 مفردة بنسبة 41%، و طالب دكتوراه يمثل 1%.

نستنتج من ذلك أن الطلبة المقيمين أكثر عددا هم طلبة ليسانس ثم الماستر في حين طلبة الدكتوراه عددهم قليل.

أدوات البحث:

تتعدد وسائل وأدوات البحث العلمي وفي موضع بحثتنا نستعمل أداتين اللتان تخدمان الموضوع، ولقد اخترنا المقابلة وتحضير استمارة استبيان.

المقابلة: INTERVIEW

يمكن تعريف المقابلة بأنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لمعرفته من أجل تحقيق أهداف الدراسة، ومن الأهداف الأساسية للمقابلة الحصول على البيانات التي يريدها الباحث بالإضافة إلى تعرف ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة، ويمكن استخدام المقابلة بشكل فعال في المجتمعات الأمية وفي الدراسات التي تتعلق بالأطفال، وتقسم المقابلة من حيث طريقة إجرائها أو تنفيذها إلى :

- المقابلة الشخصية: ويجلس فيها الباحث وجها لوجه مع المبحوث.

- المقابلة التلفونية: ويتم إجراؤها عن طريق الاتصال الهاتفي.

- المقابلة بواسطة الحاسوب: وتتم عن طريق الحاسوب

- المقابلة بواسطة استخدام التلفاز (الأقمار الصناعية) وأجهزة الإرسال والاستقبال.

وبهذا يمكن القول أن المقابلة تعتبر إستفتاءا شفويا، ذلك بدلا من كتابة الإجابات، فإن المبحوث يعطي معلوماته وإجاباته شفويا ويقوم الباحث بكتابة هذه الإستجابات أو تسجيلها، كما تعتبر المقابلة من أفضل الوسائل جمع البيانات في البحوث المسحية، ويرجع ذلك لرغبة المبحوثين في تقديم المعلومات شفويا أكثر من رغبتهم في تقديمها كتابة¹

¹ - فاطمة عوض جابر، ميرفت علي خفاجة، مرجع سبق ذكره، ص 121

الاستبانة:

أصبحت الإستبانة من أدوات البحث التي تطبق كثيراً في معظم أنواع البحوث التربوية، والنفسية، والاجتماعية، والجغرافية، والاقتصادية، إلى البحوث في العلوم الطبيعية كالطب والهندسة والزراعة، وغيرها للاستفادة منها في تجميع بعض المعلومات الضرورية لاتخاذ قرار طبي أو هندسي أو زراعي . إلا أنه صاحب هذا التطبيق شي من التساهل في إعداد الإستبانة وتصميمها مما أدى إلى ضعف الثقة بها من قبل المجيب عليها وبالتالي إلى التساهل أيضاً في الإجابة عليها ، مما كان له انعكاس سلبي على الثقة بنتائج معظم البحوث التي تتخذ من الإستبانة أداة لجمع المعلومات . وتترجم الكتب العربية الكلمة الإنجليزية QUESTIONNAIRE إلى عدة مصطلحات تختلف في ألفاظها وتتفق في معناها ، فبعض الكتب تترجمها " استفتاء" وبعضها الآخر " استقصاء " وبعضها الآخر " استبيان " ولكن أصح مصطلح يمكن أن تترجم إليه هو " إستبانة " حيث أنه هو المدلول العربي الصحيح للمراد منها الذي يشير إلى تلك الاستمارة التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة مزودة بإجابتها أو الآراء المحتملة، أو بفرغ للإجابة ويطلب من المجيب عليها الإشارة إلى ما يراه مهماً ، أو ما ينطبق عليه منها ، أو ما يعتقد أنه هو الإجابة الصحيحة . وينبغي على الباحث ألا يستخدم الإستبانة أداة لبحثه إلا إذا تعذر الحصول على المعلومات بواسطة أداة أخرى كأن تكون في سجلات أو كتب أو بواسطة الملاحظة مثلاً أو عندما تكون المعلومة المطلوبة هي وجهة النظر الخاصة أو الرأي الشخصي في قضية ما أو عندما يكون الهدف عبارة عن استنتاج الأسباب الكامنة وراء سلوك معين (1).

تحديد المفاهيم:

1- الوظيفة:

هو فريق أو مجموعة من الناس و الأدوات التي يستخدمونها لتنفيذ واحدة أو أكثر من العمليات أو الأنشطة . على سبيل المثال مكتب الخدمة .
و مصطلح الوظيفة له أيضاً معنيان آخران :

¹ - صالح حمد العساف ، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية ، دار الزهراء ، ط1، الرياض ، 1431هـ ، ص 309 .

الغرض المقصود من عنصر تهيئة ، أو شخص ، أو فريق ، أو عملية ، أو خدمة تكنولوجيا معلومات . على سبيل المثال أحد وظائف خدمة البريد الإلكتروني يمكن أن تكون تخزين و تمرير الرسائل الصادرة ، و أحد وظائف عمليات الأعمال يمكن أن تكون إرسال البضائع إلى العملاء.

2- العلاقات العامة:

هي من الوظائف الإدارية التي تُساهم في تعزيز التواصل مع العملاء، وربط طبيعة عمل المنشأة مع الآراء العامة، وتعرف أيضاً، بأنها النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها للناس، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلان المتاحة لتطبيق رؤيتها، وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات، أو السلع التي تقدمها لهم، لذلك يجمع مفهوم العلاقات العامة بين الفن، وعلم الإدارة؛ فاختيار الوسيلة المناسبة للتواصل مع الآخرين يُعدّ نوعاً من أنواع الفنون، أمّا دراسته والتعرف عليه من أجل تطبيقه يعدّ علماً قائماً بذاته.

3- الصورة الذهنية: عرفت من العديد من الباحثين أنها الناتج النهائي للإنطباعات الذاتية التي تتكون في أذهان الأفراد إزاء فرد معين أو نظام ما ... وقد تتكون هذه الإنطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة التي ترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم⁽¹⁾.

4- الخدمات الجامعية:

هي مؤسسة حكومية خدماتية تابعة إدارية إلى الديوان الوطني للخدمات الجامعية الذي بدوره تابعاً لوزارة التعليم العالي تتكفل بتغطية حاجات الطلبة الجامعيين من الإيواء والإطعام والنقل.

1- منال هلال المزاهرة، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان ، 2015، ص288.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى

تناولت الدراسة موضوع استراتيجية العلاقات العامة ودورها في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة سونلغاز ولاية المدية ، ارتكزت الدراسة على الإشكالية المتمثلة في هل نجحت استراتيجية العلاقات العامة المتبعة من قبل مؤسسة الكهرباء والغاز للوسط بالمدية في بناء وتحسين الصورة الذهنية الإيجابية؟

وتلخصت هذه الدراسة في مجموعة من نتائج تلخصت في الآتي:

- * ضعف في ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسة وذلك راجع إلى عدم وجود قسم خاص بالعلاقات العامة.
- * بالرغم من عدم وجود جهاز للعلاقات العامة إلا أن دورها وأهميتها بارزان ضمن نشاطات المؤسسة.
- * تمارس وظيفة العلاقات العامة ضمن نظامها الإتصالي، إذ تعتبر وظيفة ثانوية من وظائف الإتصال
- * إمكانية تطبيق استراتيجية العلاقات العامة بالمؤسسات الجزائرية.
- * يبدو أن المؤسسة بحاجة ماسة لوظيفة العلاقات العامة لأن المؤسسة تربطها علاقات واسعة مع مختلف الجماهير.

* الاعتماد على الاتصال بنسبة كبيرة نظراً لأهميته، وذلك من خلال الاعتماد على عدة وسائل مما يزيد في فاعلية العلاقات العامة بالمؤسسة.

* مؤسسة سونلغاز بالمدية فرع تابع لمجمع سونلغاز، بحيث لا تعتبر مركزية التسيير بل تخضع لأوامر وتعليمات من المديرية الجهوية للوسط بالبلدية.⁽¹⁾

¹ - أحمد تلجون، مختار سعيداني، استراتيجية العلاقات العامة ودورها في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة سونلغاز ولاية المدية، مذكرة ماستر في اتصال وعلاقات عامة، 2014/2015.

الدراسة الثانية :

تناولت هذه الدراسة الموسومة بـ إدارة العلاقات العامة في بناء وتعزيز سمعة المؤسسة الجامعية دراسة حالة: جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة نموذجاً ، والتي تمحورت إشكالياتها حول : ما هو واقع العلاقات العامة في إدارة جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة؟ توصلت هذه الدراسة لجملة من النتائج من أهمها :

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج حول دراسة التي أنجزت بجامعة المدينة

- تبين أن موظفي الجامعة بعد مقابلتهم من طرف الباحث لهم دراية بأهمية العلاقات العامة في تسيير الجامعة والعلاقة داخل الجامعة جيدة بين الموظفين وبين المدير القائم بالعلاقات العامة وموظفيه، كما يرون أنها وظيفة أساسية تمارسها كل إدارة ولها مهام وبرامج يكلف بها القائم بالعلاقات العامة.

رغم غياب هذا المكتب بالجامعة إلا أن خلية الإعلام والإتصال بالجامعة قامت ببعض وظائف هذا المكتب لأجل تحقيق الأهداف المرجوة.

- تعتمد الجامعة على سياسة تسمح بسير المعلومات تنازلياً وتصادياً وخاصة أفقياً المتمثلة في تعدد وسائل الإتصال.

- ضمن هيكل الجامعة عملوا على إنشاء علاقات مع الصحافة ساعدتها في تحسين الصورة لدى جمهورها.

- واقع العلاقات العامة مجسد نظرياً لكن لم يجسد في أرض الواقع.⁽¹⁾

¹ - قريشي نبيلة، إدارة العلاقات العامة في بناء وتعزيز سمعة المؤسسة الجامعية دراسة حالة: جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة نموذجاً ، مذكرة ماستر

الإطار النظري

• المبحث الأول : نشأة ومفهوم أهمية العلاقات العامة

المطلب الأول: النشأة

المطلب الثاني: المفهوم

المطلب الثالث: أهمية العلاقات العامة

• المبحث الثاني: وظائف وأهداف العلاقات العامة

المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة

• المبحث الثالث: المقاربات النظرية للعلاقات العامة *نظرية القيادة*

نظرية النظم*

المطلب الأول: نظرية النظم

المطلب الثاني: نظرية القيادة

المطلب الثالث: نظرية ماسلو

المبحث الأول: نشأة ومفهوم أهمية العلاقات العامة

المطلب الأول: النشأة

كان أول من استخدم تعبير العلاقات العامة Puplic Relation هو "دورمان ايتون" من مدرسة بيل للقانون في خطاب ألقاه 1882 بعنوان : العلاقات العامة وواجبات المهنة، ثم جاء ثيودور فيل Theodore newton vail رئيس شركة التليفون والتلغراف الأمريكية وأظهر تعبير العلاقات العامة على رأس تقرير الشركة عام 1908، ويضمن التقرير وما يليه من تقارير حرض رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير، وتجنب ما يتعارض مع هذه المصالح، ثم جاء من بعده إيفي لي Ivy ledbetter الذي لقب بأبي العلاقات العامة، حيث إنه وضع كثيرا من مبادئها. وكان من رواد العلاقت العامة أيضا إدوارد بيرنيز Bernays الذي كان أوول من استخدم عبارة "مستشار العلاقات العامة" وذلك 1920، كما ظهر رجال ساهموا في إرساء قواعد المهنة مثل جورج كريل Creel الذي رأس لجنة الاستعلامات العامة خلال الحرب العالمية الأولى، وكارل بوير Carel byoir الذي أسس وكالة دولية للعلاقات العامة. كما أسس جون هل John Hill أكبر وكالة عالمية للعلاقات العامة (1).

ثم جاءت خطوة هامة أتاحت الفرصة لتدريس العلاقات العامة، وذلك بإنشاء معهد العلاقات العامة بجامعة بوسطن عام 1947، والذي سمي بعد ذلك بمعهد الاتصالات العامة، ثم توالى بعد ذلك إنشاء أقسام العلاقات العامة بمعظم الجامعات الأمريكية. (2)

المطلب الثاني: المفهوم

إن جوهر العلاقات العامة يقوم على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الحسنة بين أطراف لها مصالح مشتركة بين أية مؤسسة سواء كانت تجارية أو صناعية أو خدمية أو اجتماعية وبين جمهور تلك المؤسسة كعلاقة شركات الخطوط الجوية مثلا مع جمهور المسافرين على طائراتها. ومن تم فإن العلاقات العامة هي تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي يكون لها آثار إجتماعية بهدف رعاية الروابط الإنسانية السليمة في

¹ يحي محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الإسلامي، مكتبة القرآن للطبع والنشر والتوزيع، بدون سنة نشر، ب ط، ص 13.

² نفس المرجع ، ص 13.

المجتمع وكسب تأييد الجمهور وضمان التفاهم التام بين المؤسسات على اختلاف أنشطتها وأنواعها، كما يمكن القول أن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط المادية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية وتلك المؤسسات من ناحية أخرى⁽¹⁾.

إذ أن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط الودية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية، وتلك المنظمات من ناحية أخرى، إن العلاقات العامة تؤدي بصفة مستمرة وبطريقة مخططة وهدفها إنشاء مشترك بين المنظمة وجماهيرها، فتحسين الصورة الذهنية للمنظمة أمام الجمهور هي غاية العلاقات العامة الأساسية وتبنى هذه الصورة الذهنية على أساس تنفيذ برامج جيدة للعلاقات العامة تقوم على الأمانة والصدق من خلال التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها فقد تستطيع أن تخدع بعض الجماهير لفترة محددة من الوقت لكنك لا تستطيع أن تواصل خداعهم لفترة طويلة⁽²⁾. وكما يقول المثل أن الكذب حباله قصيرة.

المطلب الثالث: أهمية العلاقات العامة

تمثل العلاقات العامة أحد المجالات الوظيفية التي ظهرت وحققت قبولاً إدارياً داخل المؤسسات، والأسباب المفسرة لذلك تعاضم أهمية وتأثير الرأي العام في نجاح أي مؤسسة، بالإضافة إلى إنتشار ونمو المسؤولية الاجتماعية وضرورة أخذ وجهة النظر العامة كمتغير رئيسي مؤثر عند اتخاذ القرارات، وكذلك ما تم إحرازه من تقدم ملموس في النواحي التقنية المتعلقة بمجال المنظمات الحكومية⁽³⁾، لقد ظهرت الحاجة إلى تنظيم برامج العلاقات العامة على أثر التغيير الكبير الذي حدث في المجتمع، حيث تميز المجتمع الحديث بتغيرات كبيرة في شكله وتكوينه وطبيعته من الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية أهم هذه التغيرات:

1- ازدياد قوة وتأثير الرأي العام وخاصة في المجتمعات الديمقراطية وهذه القوة في تزايد مستمر، فلا بد للحكومات حتى تستمر في الحكم أن تحصل على تأييد الرأي العام، ولا بد للحكام حتى يضمنون لأنفسهم البقاء أن يكون على اتصال دائم بالشعب ولا بد أيضاً للمؤسسات حتى تنجح في أعمالها أن تكون على اتصال دائم بالجمهور الذي تتعامل معه وبالمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه.

¹ - إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1975، ص 289.

² - علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2016، ص 9-10.

³ - علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص 21.

- 2- كبر حجم المؤسسات الصناعية والتجارية وازدياد التنافس بينها.
- 3- ظهور قوى متعددة متصارعة تحاول كل منها جذب الرأي العام ومحاولة إبراز دورها ونشاطها لجمهورها.
- 4- تطور وسائل الإعلام والنشر وازديادها نتيجة التقدم الفكري والتكنولوجي الكبير.
- 5- العلاقات العامة إحدى الوسائل الفعالة التي يمكن عن طريقها تنمية الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين وبالتالي تحويلهم إلى جمهور إيجابي متعاون مع الحكومة⁽¹⁾.
- 6- بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي يعيش فيها وذلك لدعم بقائها واستمراريتها وتأكيد هويتها وانتمائها للبيئة وذلك حسب نشاطها.
- 7- تساهم العلاقات العامة الجيدة في إقامة علاقات طيبة بالمنظمة وهذا من شأنه تسهيل تلبية احتياجات المنظمة من موظفين ذوي الكفاءة، حيث تستقطب المؤسسة أفضل عناصر القوى العاملة كما تساهم العلاقات العامة الحسنة بالمنظمة في زيادة الثقة بين الرؤساء والمرؤوسين، مما يسهل دائما حل مشاكل العمالة.
- 8- تساهم العلاقات العامة في حسن تقدير وتفهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين حيث يكونوا على علم بحقيقة الموقف، وظروف وأحوال المنظمة أو من قبل الجمهور الذي تتعامل معه المؤسسة
- 9- تسهل العلاقات العامة عملية تمويل المنظمة سواء عن طريق زيادة رأس مال المؤسسة، حيث يثق المساهمون في المنظمة أو عن طريق القروض حيث تثق مؤسسات التمويل هي الأخرى في المنظمة، وفي قدرتها ومنانة مركزها في السوق.⁽²⁾

¹ - منال هلال المزاهرة، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2015، ص35

² - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان -الأردن، 2005، ص245

المبحث الثاني: وظائف وأهداف العلاقات العامة

المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة

اجتمع الباحثون على نقاط تحدد وظائف العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات على اختلاف مجال نشاطها نعدد فيما يلي:

- بحث وقياس الاتجاهات الراي العام واستجابات الجمهور ودراسة التغيير الاجتماعي ومد المؤسسة أولاً بأول بكافة التطورات التي تحدث في ذلك

- التنسيق بين المؤسسات والهيئات والمصالح المختلفة في المجتمع تحقيقاً للتوافق في التفاعل الاجتماعي في المجتمع.

- مد مجلس الإدارة بالآراء الفنية والاشترك في وضع التخطيط العام لسياسة المؤسسة وإطلاع المؤسسة على رد فعل سياساتها بالنسبة لجمهورها الداخلي والخارجي.

- إنتاج الوسائل الإعلامية ونشر أخبار المؤسسة، وتحليل ما ينشر بوسائل الإعلام المختلفة من أخبار ومعلومات عن المؤسسة، والإجابة عن استفسارات الجماهير من خلال مكاتب الاستعلامات⁽¹⁾.

- تهيئة جو من المودة ما بين المنظمة وبين الجمهور الداخلي داخل المنظمة أو المؤسسة وكذلك تشجيع الاتصال بين مستويات الإدارة العليا والمستويات الدنيا.

العمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنظمة أو المؤسسة لتحقيق الانسجام بينها وبين كل من الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة أو المؤسسة⁽²⁾.

¹ - مصطفى يوسف كافي، إدارة العلاقات العامة والمؤتمرات والبروتوكولات الدبلوماسية (العلاقات العامة وقواعد الإتيكيت- تنظيم المؤتمرات-قواعد البروتوكولات، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2015، ص50.

² - منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص46

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة

تعتبر الأهداف بأنها النتائج التي تسعى المؤسسة أو المنظمة لغرض بلوغها وذلك من خلال برامج والأنشطة وسياسات التي تقوم عليها المؤسسة وبذلك نعدد اهم الأهداف:

إحداث نوع من الاتصال ذو اتجاهين بين المؤسسة وعملائها بما يمكن الأولى إعلام العملاء بسياساتها العامة ويمكن العملاء من إيصال رغباتهم وطلباتهم إلى الإدارة العليا

تشجيع وتنمية التعاون بين مختلف الإدارات والأقسام بالمؤسسة وبينهم وبين الإدارة العليا بما يؤدي إلى توفير المعلومات وعدم تردد في تقديم النصح والإرشاد.

معرفة آراء الجمهور واتجاهاته نحو المؤسسة (سياساتها، خططها...)، وذلك من أجل العمل على تلبية رغباته ومتطلباته ولتضمن أيضا استمرار تعامله معها⁽¹⁾.

تدعيم العلاقات الداخلية بين إدارة المؤسسة والعاملين فيها ورفع الروح المعنوية وكسب ثقتهم وتعاونهم وتنمية أسباب هذا التفاهم وتوعيتهم لزيادة كفاءة الآراء.⁽²⁾

¹ - عبدة صبطي - كلثوم سعدي، مدخل إلى العلاقات العامة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2010، ص50

² - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص238.

المبحث الثالث: المقاربات النظرية للعلاقات العامة *نظرية القيادة* *نظرية النظم*

المطلب الأول: نظرية النظم

تأتي نظرية النظم في إطار النظريات الحديثة التي تقوم على أساس نقد النظريات السابقة سواء التقليدية أو السلوكية لأن كل منهما ركز على أحد متغيري التنظيم (العمل والإنسان) باعتبار أن التنظيم نظام مقفل، بينما يرى للتنظيم في نظرية النظم إلى أنه نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة المحيطة به وذلك ضمانا لاستمرارية التنظيم. تعتبر منطق النظم أساسي لدراسة أي تنظيم، وهي تقوم على تحليل المتغيرات وتأثيراتها المتبادلة، فالنظم البشرية تحتوي على عدد كبير من المتغيرات المرتبطة ببعضها وبالتالي منهج التحليل انتقل إلى مستوى أعلى مما كان عليه في النظرية الكلاسيكية والسلوكية إذ تعتمد على أجزاء يرتبط بعضها ببعض.

الفرد (المسؤول) تعالج هذه النظرية حوافز الفرد واتجاهاته وميوله واتجاهاته وبصفة عامة سيكولوجيته وهيكل الشخصية الذي يحضر معه في المنظمة.

الهيكل التنظيمي أو الترتيب الرسمي وما يتبعه من مناصب.

أنماط العلاقات بين المجموعات أي العلاقات غير الرمسة المتبادلة وما ينتج عنها من تفاعل.

تكنولوجيا العمل ومتطلباتها، فوسائل العمل يجب أن يتماشى مع احتياجات العاملين الفسيولوجية والسيكولوجية.

وتقسم هذه النظرية النظم إلى نوعين:

نظم مغلقة Closed Systems: وهذه النظم لا تتفاعل مع البيئة المحيطة.

نظم مفتوحة Open Systems: وهذه النظم تتفاعل وتتأثر بالبيئة المحيطة. ومن أمثلتها المنظمات التي تعد بمثابة تفاعل ديناميكي مع البيئة الخارجية، وهذا التفاعل يتم في جميع الأجزاء الداخلية المؤلفة للنظام. وعند تحليل النظم يجب النظر إليها بصورة كلية أو شمولية حتى يمكن فهم العلاقات المتبادلة والتأثير بين أجزائها المختلفة.⁽¹⁾

¹ - <http://www.arabmn.com/archives/16832017/03/19> 22.30

بهذا تسعى مديرية الخدمات الجامعية بإعتماد على نظام النظم المفتوحة وهي التي تساهم في انفتاحها على جمهورها والبيئة المحيطة بها والعمل على استمراريتها في الوجود من خلال فتح باب النقاش والحوار مع الشريك الاجتماعي المتمثل في المنظمات وممثلي الطلبة سواء المقيمين أو الخارجيين، أكد مدير الخدمات الجامعية في تصريح له التأكيد على استقبال استفسارات وانشغالات الطلبة في كل أيام الأسبوع، ووضع صناديق للرسائل كوسيلة اتصالية مع المسؤول المباشر⁽¹⁾.

المطلب الثاني: نظرية القيادة

تعتمد هذه النظرية على مداخل رئيسية منها:

المدخل السمات : هو يقوم على افتراض أن المسؤول أو القائد يولد ولا يصنع (الرجل العظيم)

المدخل السوكي: وتعتمد على بعدين الأول (اهتمام المسؤول بالعمل) والثاني (اهتمام المسؤول بالعاملين)

المدخل الظرفي أو الموقفي: الذي أضاف بعدا آخر إلى جانب البعدين الآخرين وهو الظرف الذي يشتغل فيه القائد والعاملين.

المدخل الحديث: وهو يؤكد على القيادة الغير تقليدية والخصائص الكاريزماتية للشخص التي تعد ذات أهمية خاصة في تغيير وتحويل المنظمات والأفراد لمواكبة المتغيرات

من خلال هذا يتوجب على مديرية الخدمات الجامعية اختيار الرجل المناسب لمكتب قسم المراقبة والتنسيق وكذا العاملين فيه، والذين تتجلى فيه سمات وسلوكيات رجل العلاقات العامة، وعمل على ضرورة تقوية الروابط بين المديرية و جمهورها الداخلي ، من خلال اهتمام بانشغالاتهم وتوفير الجو الحسن لتأدية مهامهم وحرص على تقديم تحفيزات وعلاوات للعمال .

المطلب الثالث: نظرية ماسلو

تعتمد على الحاجة التي يميل إليها الفرد ليكرس نفسه إلى شيء ما مثل العمل الهوائية، الرياضة.... واعتمادا على الدرجة التي يشبع بها الفرد حاجاته المختلفة من البيئة، فإنه يصل إلى درجات مختلفة من

¹ - تصريح لمدير الخدمات الجامعية في خضم أيام المفتوحة للخدمات الجامعية.

الإثارة والاهتمام، وتكون من المستوى الأول لحاجاتنا البيولوجية الأساسية مثل/ الأمن، الطعام، الإنجاب.... وبعد ذلك يطلع نحو مستويات أعلى مثل خطوات الدرج⁽¹⁾.

وماسلو يرى أن الحاجات الإنسانية لها طابع غريزي مؤكد، ولكنه لا يعتبرها غرائز بالمعنى الكامل للغريزة (أي ذلك النوع من الاستجابات المحددة سلفاً بشكل كامل ومستقل عن أي تعلم مكتسب، وهو ما يعرف في سلوك الحيوانات الأدنى من الإنسان) فالإنسان في رأي ماسلو لا يملك غرائز كاملة وإنما ميول غريزية، يتدخل التعلم والاكْتساب في تشكيلها وصياغة صورتها الظاهرة إلى درجة كبيرة.

وفي مقابلته بين الحاجات الدنيا والعليا لايفصل ماسلو بينها بشكل استقطابي حاد. فالإنسان لا يكون إما في مرحلة الدوافع العليا وإما العكس، وإنما يمكن أن يكون سلوك الإنسان في وقت ما محصلة لتفاعل أو صراع النوعين من الدوافع.

ويحدد مدى نمو ونضج الشخصية أي الاتجاهين يغلب على تشكيل السلوك. وقد يسعى الإنسان نحو قيم وغايات عليا على رغم القصور الشديد في إشباع حاجات دنيا. ومثال ذلك الإنسان الذي يجاهد في سبيل مبدأ ما ويتحمل من أجله الجوع والألم وانعدام الأمان و...، ذلك أن الإشباع الناشيء عن الحاجات العليا يكون قد تقوى بدرجة تجعله قادراً على التضحية بالحاجات الأدنى، وعلى تحمل عدم إشباعها على نحو كامل ولفترات قد تطول.

¹ - علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 128.



الشكل رقم (01): يوضح هرم ماسلو للاحتياجات الانسانية

• **المبحث الأول : ماهية الصورة الذهنية للمؤسسة**

المطلب الأول: تطور مفهوم الصورة الذهنية للمؤسسة

المطلب الثاني: تعريف الصورة الذهنية للمؤسسة

المطلب الثالث: أنواع الصورة الذهنية

• **المبحث الثاني : العلاقات العامة والصورة الذهنية**

المطلب الأول: مكونات الصورة الذهنية:

المطلب الثاني: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور

المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية

المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية

المطلب الأول: تطور مفهوم الصورة الذهنية

لقد ظهر مصطلح الصورة الذهنية إلى الوجود عام 1908 على يد العالم جراهام دالاس والذي أشار في كتابه إلى الطبيعة البشرية والسياسية أي أن الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم عن الثقة في مرشح ما ولم يستخدم هذا المصطلح في المنظمات الاقتصادية إلى مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين وقد تطور هذا المفهوم في الولايات المتحدة الأمريكية، إذ يعد الصحفي الأمريكي (lipman) أول من تناول موضوع الصورة الذهنية في كتابه المشهور "الرأي العام" الذي نشر لأول مرة عام 1922.⁽¹⁾

ويرى الباحثين أن استخدام مصطلح الصورة الذهنية بدأ عندما أصبح إدراك تأثير وسائل الإتصال على ترويج السلع والخدمات واضحا وجليا، وقد ارتبط هذا الأمر في بدايته بدراسات العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية في النصف الثاني من القرن العشرين، فقد كان لظهور كتاب "تطوير صورة المؤسسة" للكاتب الأمريكي "لي بريستول" عام 1960 أثره الكبير في نشر مفهوم الصور المتكونة لدى رجال الأعمال، ثم تبلور مصطلح الصورة الذهنية بشكل واضح في عام 1965 عندما ظهر كتاب السلوك الدولي "International behavior"⁽²⁾.

إن الصور الذهنية التي تتكون لدى الأفراد عن المؤسسات المختلفة تتوقف قوتها أو ضعفها تبعا لدرجة الإتصال بينهم وبين تلك المؤسسات، ومدى اهتمامهم بها أو تأثرهم بنشاطها، ويمكن التعرف على هذه الصور وقياس التغيرات التي تطرأ عليها رغم أن هذه التغيرات تكون غالبا بطيئا⁽³⁾.

¹ - منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص284.

² - إسلام أحمد عثمان، فن العلاقات العامة، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015، 115

³ - علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، المدينة برس للطباعة والنشر، كلية الإعلام، 2008، ص29

المطلب الثاني: تعريف الصورة الذهنية

لغويا:

تعني انطباع صورة الشيء في الذهن أو بتعبير أدق حضور صورة الشيء في الذهن، ويعود مصطلح الصورة الذهنية في أصله اللاتيني إلى كلمة IMAGE المتصلة بالفعل IMITARI، يحاكي أو يمثل وعلى الرغم من أن المعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل إلا أن معناها الفيزيائي الانعكاس، وهو المعنى الذي أشار إليه معجم "ويبستر بأن الصورة الذهنية IMAGE هي التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة نحو شخصية معينة أو نظام ما أو فلسفة ما أو أي شيء آخر، وهي أيضا استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو الشم أو السمع أو اللمس أو التذوق⁽¹⁾.

اصطلاحا:

تعددت التعريفات العديد من الباحثين وكان أغلبها تصب في معنى مشترك ومن بين هاته التعريفات:

أن الصورة الذهنية هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية تقوم على إدراك الأفراد الإنتقائي المباشر وغير المباشر لخصائص وسمات موضوع ما (شركة، مؤسسة، فرد، جماعة، مجتمع، نظام...).

وعرفها كيرني KERNEY بأنها تعني مجموعة الفروض والتصورات الذهنية عن العالم وقد وضع كيرني مفهوم الصورة الذهنية للعلاقات العامة بمعنيين:

أولهما: أن الصورة الذهنية تعد تمثيلا حسيا مرئيا دقيقا ينعكس في العقل الإنساني.

ثانيهما: أن الصورة الذهنية هي المبادئ التي يطلق عليها مسمى الخطة وتتميز تلك الخطة بأنها عملية رمزية مثالية كما تعرف بأنها موضوعات نظرية توضح كيفية عمل التنظيم⁽²⁾.

ويرى حسين محمد على أن الصورة الذهنية صورة رمزية تتجمع فيها احتياجات الجماهير ومطالبها، اهتماماتها وتطلعاتها والرغبة القادرة على الوفاء للجماهير بكل هذا وأكثر منه، وهذه الصور لا يمكن أن

¹ - منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 287.

² - مرجع سبق ذكره، ص 287.

تتشكل بين يوم وليلة إذ أن مادتها تترسب في العقول قطرة كما انها ليست ترجمة لأفعال وسلوك أي مؤسسة، وأقوال المسؤولين عنها بقدر ما هي ترجمة لردود الفعل التي تحدثها الأفعال وتلك الأقوال⁽¹⁾.

المطلب الثالث: أنواع الصورة الذهنية

يقسم فرانك جيكينز الصورة الذهنية إلى عدة أنواع وهي⁽²⁾:

- الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المنظمة أنها الصورة التي يحملها الجمهور تجاهها، وترى نفسها من خلالها، وهذه الصورة يمكن أن تكون مختلفة تماما عما يعتقد المسؤول في المنظمة وذلك بسبب ضعف المعرفة في اتجاهات الجمهور.

- الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة، والتي يمكن أن تكون مبنية على الخبرة والمعرفة الجيدة للمنظمة، أو يمكن أن تركز على معلومات مشوهة أو بيانات قليلة وغير صحيحة عن المنظمة.

- الصورة المرغوبة (المرتجاة): وهي التي تود المنشأة أن تكونها في أذهان الجماهير وهي غالبا ما تكون انطباعات جديدة غير معروفة للجمهور، وتسعى المنظمة لتكوينها.

- الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير.

- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة، يعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها، ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا، فإما أن يتحول إلى صورة ايجابية أو إلى صورة سلبية، أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر السلبية والايجابية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد⁽³⁾.

¹ - عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، مرجع سبق ذكره، ص168.

² - إرادة زيدان الجبوري: مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد 9-2010، ص172.

³ - أحمد تلجون-مختار سعيداني، استراتيجية العلاقات العامة ودورها في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة سونلغاز بالمدينة(جانفي إلى ماي 2015)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، 2014/2015، ص90.

المبحث الثاني: العلاقات العامة والصورة الذهنية

المطلب الأول: مكونات الصورة الذهنية

1- المكون المعرفي:

ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا أو قضية أو شخصا ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية، التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناء على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي نكونها عنهم، ووفقا للبعد المعرفي، فإن الأخطاء المتكونة في الصورة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد.

2- المكون الوجداني:

يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توفر مصادر المعرفة، كما يؤثر في بناء البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث الجنس اللون واللغة، باختلاف هذه الخصائص من الأمور التي تسهم في بناء الاتجاهات السلبية، و التجانس في هذه الخصائص يسهم في بناء الاتجاهات الإيجابية⁽¹⁾.

3- المكون السلوكي:

يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقيا أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.

¹ - علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سابق، ص 123.

المطلب الثاني: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور

إن لكل مؤسسة جمهورها التي تتعامل معه سواء كان جمهور داخلي أو خارجي وتحرص المؤسسة من خلال قسم العلاقات العامة لبناء الصورة المناسبة لجمهورها .

1- تكوين الصورة الذهنية للجمهور الداخلي:

إن بناء وتطوير الصورة التي ترغب بها المؤسسة عن نفسها تبدأ من الداخل إلى الخارج،

فالمؤسسات التي تستند على هذا الأساس تكون قد خطت خطوة هامة في بناء صورتها، حيث يعتمد بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي على تكامل السياسات الرسمية للمؤسسة، والتنسيق بين كافة المديرات والأقسام والفروع التي تضمها المؤسسة، فمن كبير المسؤولين التنفيذيين إلى إدارة العلاقات العامة إلى إدارة الموارد البشرية، فتكوين السمعة الحسنة للمؤسسة مرتبط تمام الارتباط باتحاد هذه الدوائر على نشر ثقافة واحدة في التعامل مع الموظفين، وهذا ما يساهم في تشكيل صورة طيبة لدى جماهير المؤسسة الداخلية، حيث تسعى العلاقات العامة إلى تدعيم علاقاتها بالجمهور الداخلي كخطوة أساسية للانطلاق إلى تكوين علاقات جيدة مع الجمهور الخارجي، وتمثل الجماهير الداخلية جماعة من الأفراد تربط بينهم وحدة اجتماعية يكون الولاء لها، حيث يتميزون بقدر من الاستقرار نتيجة تواجدهم داخل بناء تنظيمي له قواعده ونظمه، بما يكف خلق المواقف الاجتماعية المشتركة بينهم⁽¹⁾.

2- تكوين الصورة الذهنية للجمهور الخارجي:

بعد أن تهيأ للمؤسسة بناء بيئة داخلية لإظهار الصورة الحقيقية للزبائن وغيرهم من الجمهور

الخارجي، تكون قد عملت بالمبدأ القائل "ابدأ من الداخل إلى الخارج"، وبالتالي تكون المؤسسة مهياً لتقديم ذاتها إلى الجمهور الخارجي الذي هو عبارة عن جميع الأفراد الذين يتعاملون مع المؤسسة من الخارج، ويرتبطون بها ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر، حيث يختلف الجمهور الخارجي حسب تعاملاته مع المؤسسة، التي تمثل بالنسبة لهم أهل للثقة يمكن الاعتماد عليها وذلك من خلال تقديم أجود الخدمات.⁽²⁾

¹ - شدون علي شيبية: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص252

² - شدون علي شيبية ، مرجع سبق ذكره، ص253.

المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية

- العلاقات العامة هي الأساس وظيفية تواصلية اتصالية وهذه الوظيفة بوظيفتها ذات اتجاهين مرسل ومستقبل.
- تهتم بتحقيق حالة من التفاهم المشترك بين المؤسسات والأفراد المعنيين وتحافظ على ديمومتها.
- تقوم بتحليل وتوضيح القضايا التي تظهر في الوسط المحيط بالمنظمة أو المؤسسة ودراسة ما يترتب عليها من عواقب محتملة بالنسبة للمؤسسة والأفراد.
- تهتم العلاقات العامة بمساعدة المؤسسات على تصور وتنفيذ أهداف من شأنها أن تحظى بالرضا والقبول الاجتماعي وبذلك تحقق توازنا بين مصالح المؤسسة ومسؤوليتها تجاه المجتمع⁽¹⁾.

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 308.

الإطار التطبيقي

المبحث الأول: نبذة تعريفية عن مؤسسة الخدمات الجامعية

المطلب الأول : تقديم مؤسسة الديوان الوطني للخدمات الجامعية

المطلب الثاني : نبذة تعريفية مديرية الخدمات الجامعية لولاية غرداية

المبحث الثاني : دراسة وتحليل أهمية وظيفة العلاقات العامة

في تحسين الصورة الذهنية

المطلب الأول : بيانات تعريفية بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات
الجامعية

المطلب الثاني : بيانات حول الصورة الذهنية للطلبة حول مديرية الخدمات
الجامعية

المبحث الأول: نبذة تعريفية عن مؤسسة الخدمات الجامعية

المطلب الأول: تقديم مؤسسة الديوان الوطني للخدمات الجامعية

أنشأ الديوان الوطني للخدمات الجامعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 84/95 المؤرخ في 22 مارس 1995، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي 312/03 المؤرخ في 14 سبتمبر 2003.

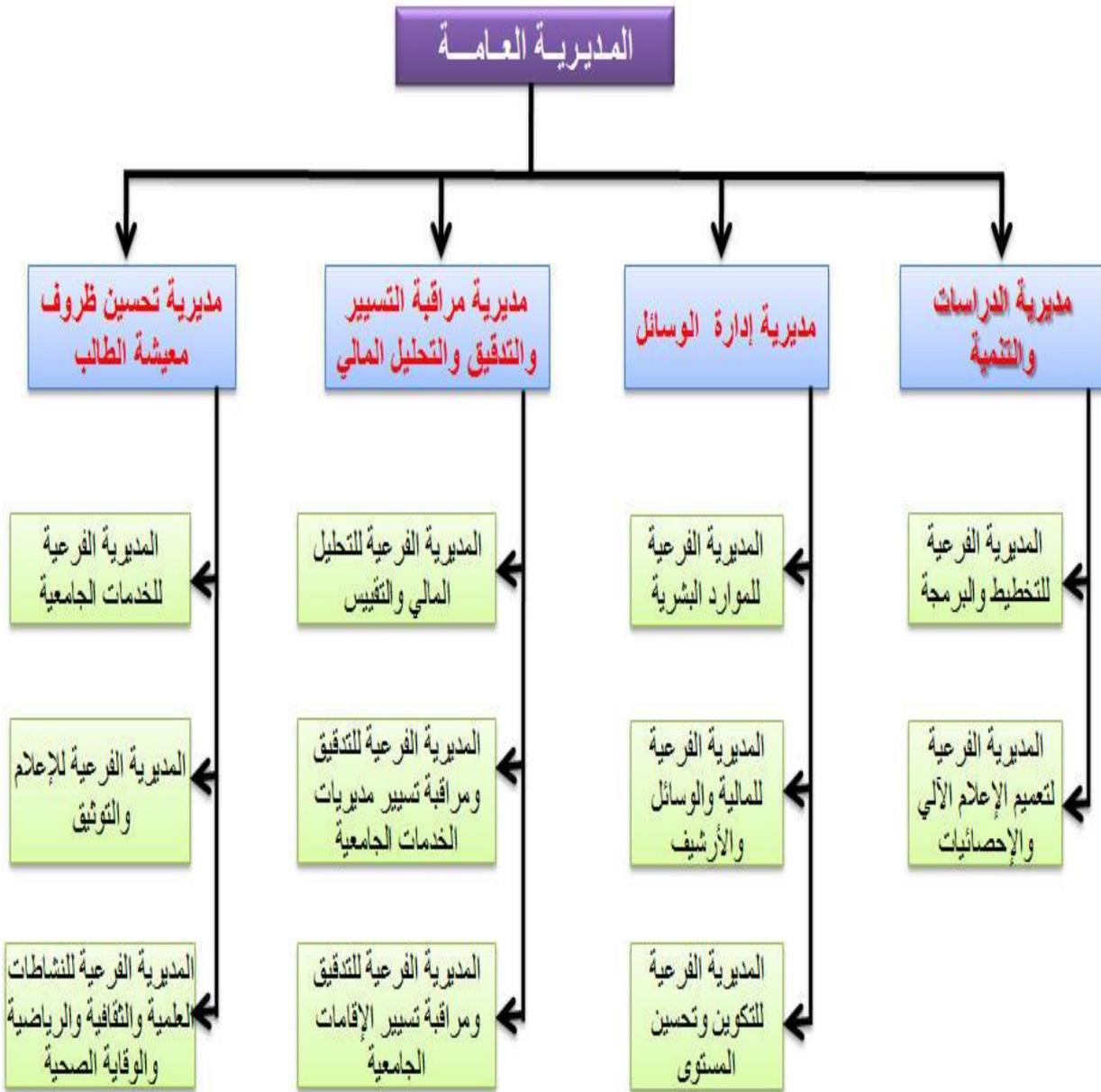
نشأة وتطور الديوان الوطني للخدمات الجامعية

إن أهم ما يمكن تسجيله بخصوص تطور مؤسسة الديوان الوطني للخدمات هو مرور هذه الأخيرة بمرحلتين أساسيتين.

المرحلة الأولى: يمكن اعتبار هذه المرحلة بالانتقالية حيث بعد أن كانت الخدمات الجامعية عبارة عن مراكز للخدمات الجامعية والاجتماعية (cous) تحوي أحياء جامعية موزعة عبر الولايات الجامعية تحت إشراف مديرية مركزية بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي تحت أسم "مديرية النشاطات الاجتماعية والثقافية "DASC" جاء المرسوم التنفيذي رقم 84/95 المذكور سابقا لتصبح الخدمات الجامعية عبارة عن الديوان الوطني للخدمات الجامعية ويحل بذلك محل مراكز الخدمات الجامعية، وتعطي الاستقلالية الكاملة في التسيير للأحياء الجامعية التي تصبح تسمى "الإقامات الجامعية" بالإضافة إلى هيئة رقابية أخرى سميت "المندوبية الجهوية " مهمتها الأساسية الرقابة على تسيير الإقامات الجامعية والتنسيق فيما بينها، ولا علاقة لها بالتسيير.

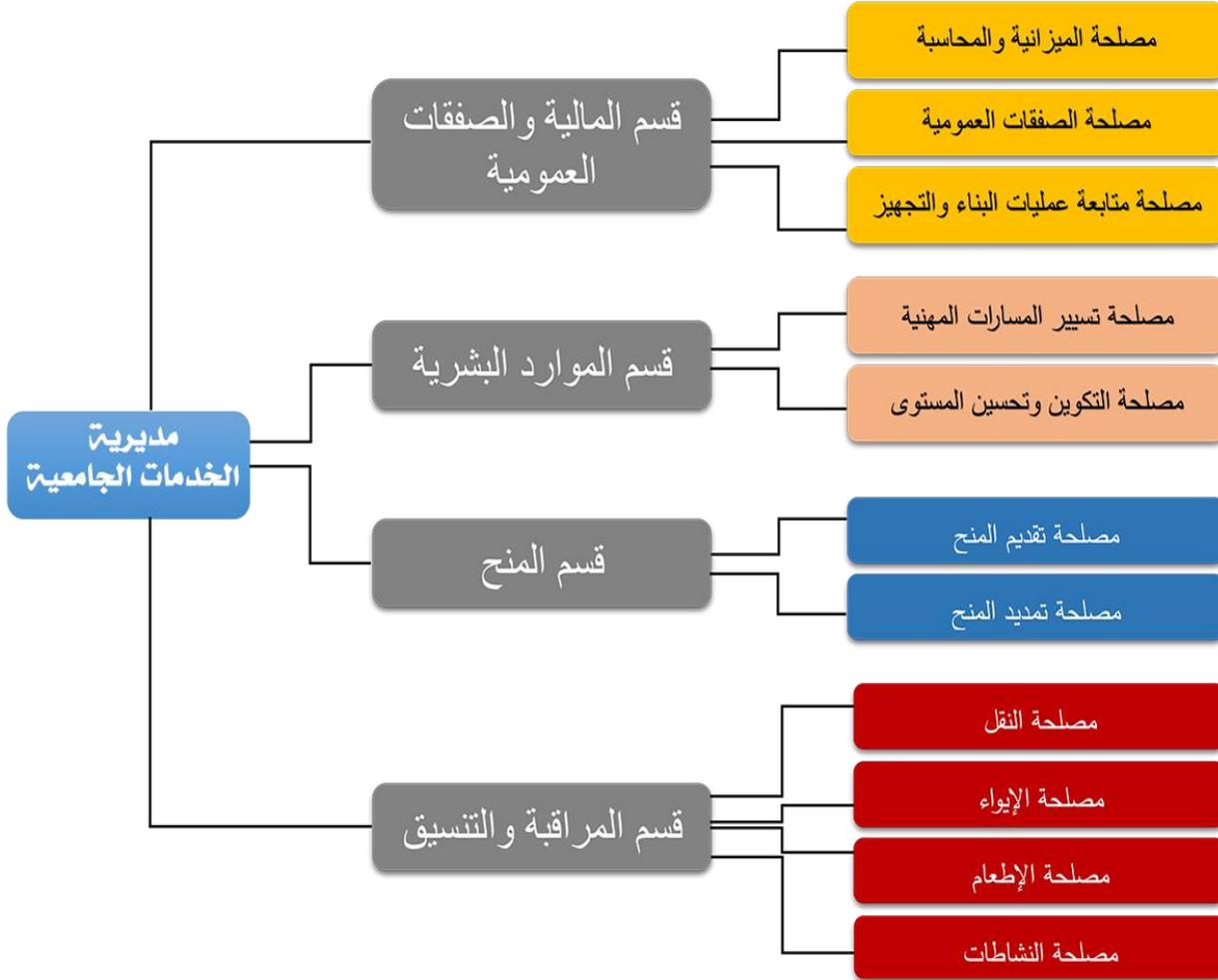
المرحلة الثانية: عرفت هذه المرحلة إعادة هيكلة الديوان الوطني للخدمات الجامعية وذلك عن طريق تعديل وإتمام أحكام المرسوم التنفيذي رقم 84/95 المتضمن إنشاء الديوان الوطني للخدمات الجامعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 312/03 المؤرخ في 14 سبتمبر 2003، ليصبح بذلك للديوان الوطني للخدمات الجامعية مراكز وهيكل محلية تسمى بـ "مديريات الخدمات الجامعية" و"الإقامات الجامعية" ولتحل بذلك مديريات الخدمات الجامعية محل المندوبيات الجهوية، في عملية الرقابة والتسيير على الإقامات الجامعية وذلك بإعطائها استقلالية مالية أكثر في التسيير⁽¹⁾

¹ - مصدر من موقع الديوان الوطني للخدمات الجامعية <http://www.onou.dz> 15.30 2017/05/11

شكل رقم (02): يوضح الهيكل التنظيمي الخاص بالديوان الوطني للخدمات الجامعية⁽¹⁾¹ - مصدر من موقع الديوان الوطني للخدمات الجامعية <http://www.onou.dz> 12.30 2017/05/20

المطلب الثاني: نبذة تعريفية مديرية الخدمات الجامعية لولاية غرداية

تقع مديرية الخدمات الجامعية "غرداية"، بالمنطقة العلمية - النوميترات - في تراب بلدية بنورة على بعد 15 كم من مقر الولاية إلى الجنوب الشرقي، وقد تم إنشاء هذه المديرية بمقتضى القرار الوزاري المشترك بتاريخ 2004/12/22 وهي حديثة النشأة ، وتعتبر المؤسسة ذات طابع إداري إجتماعي، تتضمن المديرية عدة أقسام الموضحة علي الهيكل التنظيمي.



شكل رقم (03): يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات الجامعية⁽¹⁾

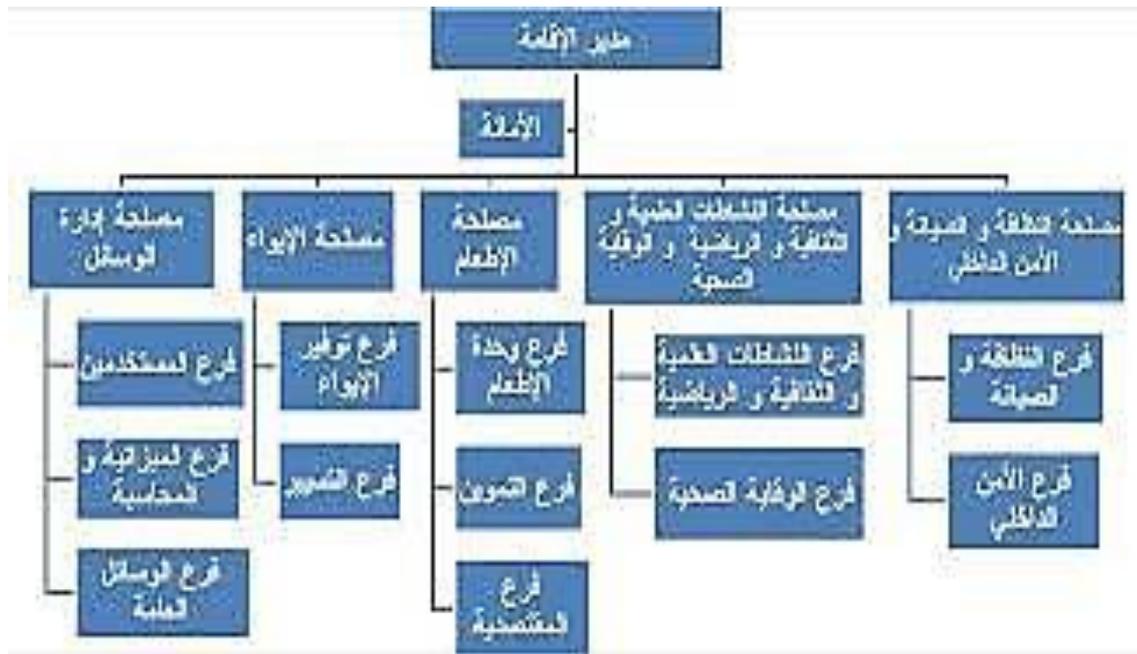
¹ - موقع مديرية الخدمات الجامعية <http://www.dou-ghardaia.dz/index.php>

الإقامة الجامعية 1000 سرير -1-

تصل طاقة استيعابها إلى 1000 طالب وتأتي حاليا 700 طالبا. وتقدر مساحتها الإجمالية بـ 78362 م²، ومن بين مهامها الرئيسية إيواء الطلبة وإطعامهم بالإضافة إلى مهام ثانوية تتمثل في تطهيرهم ثقافيا، علميا ورياضيا.

تتكون هذه الإقامة من اثني عشر (12) جناحا مخصصا لإيواء الطلبة بالإضافة إلى مباني خاصة بالإدارة، المطعم، المخزن مكتبة، مدرج وقاعة للأنترنيت وقاعة للرياضة.

يضم الهيكل التنظيمي للإدارة 05 مصالح رئيسية هي مصلحة إدارة الوسائل، مصلحة الإيواء، مصلحة الإطعام، مصلحة النشاطات الثقافية والعلمية والرياضية والوقاية الصحية ومصلحة الصيانة والنظافة والأمن الداخلي.



شكل (04): يوضح الهيكل التنظيمي للإقامة الجامعية 1000 سرير -1-¹

¹ - مصدر من إدارة الإقامة الجامعية 1000 سرير -1-

المبحث الثاني: دراسة وتحليل أهمية وظيفة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية

المطلب الأول: بيانات تعريفية بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية

- بيانات تعريفية بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية حسب المعطيات العامة

جدول رقم (04): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل انت راض بمستوى الخدمات المقدمة لكم من طرف مديرية الخدمات الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	هل انت راض بمستوى الخدمات المقدمة لكم من طرف مديرية الخدمات الجامعية
2,8%	2	راض بشدة
65,3%	47	راض
31,9%	23	غير راض
100%	72	المجموع

جدول يوضح علاقة أفراد العينة برضا الطلبة بمستوى الخدمات، ويتبين 2 راضين بشدة أي بنسبة 2.8%، و47 راضين بنسبة 65.3%، 23 غير راضين بنسبة 31.9%

جدول رقم (05): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل الوسائل المستعملة من قبل الادارة للتواصل مع الطلبة حسب رأيك

النسبة المئوية	التكرار	هل الوسائل المستعملة من قبل الادارة للتواصل مع الطلبة حسب رأيك
4,2%	3	كافية جدا
36,1%	26	كافية
59,7%	43	غير كافية
100%	72	المجموع

جدول يوضح علاقة أفراد العينة بالوسائل المستعملة من قبل الإدارة للتواصل مع الطلبة ، ويتبين 3 كافية جدا أي بنسبة 4,2%، و26 كافية بنسبة 36,1%، 43 غير كافية بنسبة 59,7%.

جدول رقم (06): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل تلمس تطورا في الاتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى

هل تلمس تطورا في الاتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	20,8%
لا	15	20,8%
الى حد ما	42	58,3%
المجموع	72	100%

جدول يوضح علاقة أفراد العينة بتطور في الاتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى، ويتبين 15 يلمسون ذلك أي بنسبة 20,8% و 15 لا يلمسون ذلك بنسبة 20,8% ، 42 يرونها إلى حد ما بنسبة 58,3%.

جدول رقم (07): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل انت مطلع على اقسام و مصالح المديرية

هل انت مطلع على اقسام و مصالح المديرية	التكرار	النسبة المئوية
بصورة جيدة	16	22,2%
متوسطة	33	45,8%
غير مطلع	23	31,9%
المجموع	72	100%

جدول يوضح علاقة أفراد العينة بإطلاع الطلبة على أقسام ومصالح المديرية، ويتبين 16 مطلعين بصفة جيدة أي بنسبة 22,2% ، و 33 مطلعين بصورة متوسطة بنسبة 45,8%، 23 غير مطلعين بنسبة 31,9%.

2- بيانات تعريفية بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية حسب السن

جدول رقم جدول رقم (08): يبين مستوى الرضا بالخدمات المقدمة من طرف الخدمات الجامعية حسب السن

المجموع	هل انت راض بمستوى الخدمات المقدمة لكم من طرف مديرية الخدمات الجامعية			السن
	غير راض	راض	راض بشدة	
19	7	10	2	18 - 22
100,0%	36,8%	52,6%	10,5%	
46	14	32	0	23 - 27
100,0%	30,4%	69,6%	0,0%	
7	2	5	0	اكثر من 28
100,0%	33,3%	66,7%	0,0%	
72	23	47	2	المجموع
100,0%	31,9%	65,3%	2,8%	

من خلال الجدول أعلاه يبين العلاقة بين متغير السن مستوى الرضا بالخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات الجامعية، يتبين أن 10.5% من ذوي الفئة العمرية من (18 إلى 22 سنة) راضون بشدة مستوى الخدمات المقدمة، و راضين يمثلون 52.6% في حين الغير راضين 36.8%، تليها الفئة العمرية من (23 إلى 27 سنة) يتبين أن 69.6% راضون، ونسبة 30.4% غير راضين، في حين أن 0% نسبة راضين بشدة، أما بالنسبة للفئة العمرية (28 سنة فما فوق) راضين بشدة يمثلون 0 بالمئة، وراضين يمثلون 66.7% في حين أن الغير راضين يمثلون 33.3%

من خلال ذلك نستنتج أن الطلبة من مختلف الفئات العمرية راضين بمستوى الخدمات المقدمة من طرف الخدمات الجامعية خاصة من طرف الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة وهي تعتبر من أكثر الفئة عددا ويقضون اكثر الفترات داخل الإقامة . وهذا ما يفسر تحسن في نوعية الخدمة المقدمة مع مرور وهذا ما يلمحه الكثير من الطلبة .

جدول رقم (09): يبين مستوى الوسائل المستعملة من قبل الإدارة للتواصل مع الطلبة

المجموع	هل الوسائل المستعملة من قبل الإدارة للتواصل مع الطلبة حسب رأيك			السن
	كافية جدا	كافية	غير كافية	
19	1	6	12	18 - 22
100,0%	5,3%	31,6%	63,2%	
46	2	18	26	23 - 27
100,0%	4,3%	39,1%	56,5%	
6	0	1	5	أكثر من 28
100,0%	0,0%	16,7%	83,3%	
72	3	26	43	المجموع
100,0%	4,2%	36,1%	59,7%	

من خلال الجدول أعلاه يبين العلاقة بين متغير السن والوسائل المستعملة من قبل الإدارة للتواصل مع الطلبة ، يتبين أن 5,3% من ذوي الفئة العمرية من (18 إلى 22 سنة) كافية جدا، للتواصل مع الطلبة، و كافية يمثلون 31,6% في حين الغير كافية 63,2% ، تليها الفئة العمرية من (23 إلى 27 سنة) يتبن أن 39,1% كافية، ونسبة 56,5% غير كافية، في حين أن 4,3% نسبة كافية جدا، أما بالنسبة للفئة العمرية (28 سنة فما فوق) كافية جدا يمثلون 0% بالمئة، وكافية يمثلون 16,7% في حين أنها غير كافية يمثلون 83,3%.

نستنتج من خلال الجدول أن الوسائل المستعملة من للتواصل مع الطلبة كافية خاصة بالنسبة للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة التي تعد أكثر احتكاكا بالإدارة وذلك لطول فترة اقامتهم في حين أن الفئة العمرية من 28 سنة فما فوق يرونها غير كافية ، وذلك لعدم وجودهم داخل الإقامة طول الموسم الجامعي وهذا ما صرح به رئيس مصلحة الإيواء بالإقامة الجامعية 1000 سرير 1 ، في حين أن الإدارة تسعى جاهدة لتطوير طرق جديدة للتواصل.⁽¹⁾

¹ - مقابلة مع رئيس مصلحة الإيواء بالإقامة الجامعية 1000 سرير -1-

جدول رقم (10): يبين مدى تطور في الاتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى

المجموع	هل تلمس تطورا في الاتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى				
	الى حد ما	لا	نعم		
19	9	7	3	18 - 22	السن
100,0%	47,4%	36,8%	15,8%		
46	30	7	9	23 - 27	
100,0%	65,2%	15,2%	19,6%		
7	3	2	2	اكثر من 28	
100,0%	50,0%	16,7%	33,3%		
72	42	15	15	المجموع	
100,0%	58,3%	20,8%	20,8%		

من خلال الجدول أعلاه يبين تطور الإتصال بين الطلبة المقيمين ومديرية الخدمات من سنة إلى أخرى، تبين لنا أن 47,4% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يرون إلى حد ما تطور في الإتصال، و36,8% لا يرون تطور، في حين أن 15,8% نعم يلمسون ذلك ، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة، 65,2% يرون إلى حد ما مدى تطور الإتصال ، و15,2% لا يلمسون ذلك ، في حين أن 19,6% نعم يلمسون ذلك، أما 50,0% من الفئة العمرية أكثر من 28 سنة يرون إلى حد ما تطور في تواصل مع الطلبة، و 33,3% يلمسون ذلك ، في حين أن 16,7% لا يرون ذلك .

نستنتج من خلال الجدول أن مختلف الفئات العمرية يشتركون في أنهم يلمسون تطور في الإتصال مع مديرية الخدمات وذلك من خلال فتح باب النقاش والتشاور في ما يخص الحياة الجامعية مع كل من التنظيمات وهذا ما حث عليه السيد مولود أويحي مدير الخدمات الجامعية مصالحة باستقبال كافة انشغالات والطلبات وخاصة قسم المراقبة والتنسيق.⁽¹⁾

¹ - مقابلة مع السيد مدير الخدمات الجامعية لولاية غرداية 2017/04/06

جدول رقم (11): يبين إطلاع الطلبة على أقسام ومصالح مديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل انت مطلع على اقسام و مصالح المديرية				
	غير مطلع	متوسطة	بصورة جيدة		
19	8	5	6	18 - 22	السن
100,0%	42,1%	26,3%	31,6%		
46	14	24	8	23 - 27	
100,0%	30,4%	52,2%	17,4%		
6	1	4	1	اكثر من 28	
100,0%	16,7%	66,7%	16,7%		
1	0	0	1	4	
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%		
72	23	33	16	المجموع	
100,0%	31,9%	45,8%	22,2%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح اطلاع الطلبة على مصالح وأقسام مديرية الخدمات الجامعية ، يتبين لنا أن 31,6% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة مطلعون بصورة جيدة ، و 26,3% بصورة متوسطة ، في حين 42,1% ، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة، 52,2% مطلعون بصورة متوسطة، و 30,4% غير مطلع، في حين 17,4% ، أما الفئة العمرية من 28 فما فوق، 66,7% مطلعون بصورة متوسطة ، 16,7% مطلعون بصورة جيدة تقابلها نفس النسبة غير مطلع .

نستنتج من خلال الجدول أن مختلف الفئات العمرية مطلعة بصورة متوسطة على أسام ومصالح مديرية الخدمات خاصة الفئتين الثانية والثالثة، وذلك لطول فترة معاشتهم للحرم الإقامي ودخولهم في مختلف التنظيمات والنوادي الناشطة ما يتحتم عليهم احتكاك بشكل كبير بمصالح وأقسام المديرية.

جدول رقم (12): يوضح دراية الطلبة بوظائف قسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل لك دراية بوظائف قسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية			
	لا	نعم		
19	12	6	18 - 22	السن
100,0%	63,2%	36,8%		
46	20	26	23 - 27	
100,0%	43,5%	56,5%		
7	1	6	اكثر من 28	
100,0%	16,7%	83,3%		
72	33	38	المجموع	
100,0%	45,8%	52,8%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح مدى دراية الطلبة بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية، 63,2% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة ليستلهم دراية بوظائف هذا القسم، و36,8% لهم دراية بذلك، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة 56,5% لهم دراية كافية ، و43,5% ليست لهم دراية بذلك ، أما الفئة الثالثة 83,3% من هاته الفئة لها دراية بالوظائف و16,7% ليست لهم دراية بذلك. نستنتج من خلال ذلك أن الطلبة الذين لهم دراية كافية بوظائف قسم المراقبة والتنسيق يمثلون نسبة معتبرة من الفئة العمرية الثانية والثالثة وذلك احتكاكهم بالإدارة ومشاركتهم في النشاطات على مستوى الحرم الإقليمي

جدول رقم (13): تنظيم قسم المراقبة و التنسيق لحملة إعلامية ومدى مساهمتها في التعريف بخدمات المؤسسة

المجموع	نظم قسم المراقبة و التنسيق حملة اعلامية هل تراها تساهم في التعريف بخدمات المؤسسة			السن
	الى حد ما	لا	نعم	
19	9	5	5	18 - 22
100,0%	47,4%	26,3%	26,3%	
46	28	5	13	23 - 27
100,0%	60,9%	10,9%	28,3%	
6	4	0	3	اكثر من 28
100,0%	66,7%	0,0%	33,3%	
72	41	10	21	المجموع
100,0%	56,9%	13,9%	29,2%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا مدى مساهمة الحملة الإعلامية في التعريف بالمؤسسة التي قام بها قسم المراقبة والتنسيق، ويتبين لنا من خلال النسب أن 47,4% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يرون أنها تساهم في التعريف بها إلى حد ما، و26,3% لا تساهم، في حين أن نفس النسبة تراه تساهم في التعريف بالمؤسسة، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 60,9% إلى حد ما تساهم، و10,9% لا تساهم، في حين أن 28,3% يرون أنها تساهم في ذلك، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 66,7% يرونها إلى حد ما تساهم في تعريف بالمؤسسة، و33,3% تساهم بشكل فعلي في ذلك.

نستنتج من خلال الجدول أن الفئات العمرية كلها ترى أن الحملة الإعلامية ساهمت إلى حد ما بالتعريف بالمؤسسة وخاصة الفئة العمرية الأولى التي شهدت الحملة الإعلامية المقامة من طرف القسم على

مستوى الثانويات البلديات الولاية، ومن خلال كذلك إعلانات على مستوى الإذاعة المحلية أيام بداية الموسم الجامعي وهذا ما أكده السيد رئيس قسم المراقبة والتنسيق بالمديرية.⁽¹⁾

جدول رقم (14): يوضح مدى زيارة موقع الإلكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل حسب السن

المجموع	هل زرت موقع الإلكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل		السن
	لا	نعم	
19	14	5	18 – 22
100,0%	73,7%	26,3%	
46	27	19	23 – 27
100,0%	58,7%	41,3%	
7	3	4	أكثر من 28
100,0%	50,0%	50,0%	
72	44	28	المجموع
100,0%	61,1%	38,9%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا مدى زيارة الطلبة لموقع الإلكتروني الخاص بمديرية الخدمات الجامعية، يتبين لنا أن 73,7% من ذوي الفئة العمرية من 18 سنة إلى 22 سنة لم يزوروا الموقع، و 26,3% قاموا بزيارة الموقع ، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة 58,7% لم يبحروا في الموقع بالمقابل 41,3% زاروا الموقع.

نستنتج من خلال ذلك أن الموقع الإلكتروني لم يكن له صدى كبير لدى الفئات العمرية الثلاث، خاصة الفئة العمرية الأولى التي لم تكن لها دراية بوجود موقع إلكتروني خاص بمديرية الخدمات ، في حين أنه عند زيارة الطلبة للموقع يجدونه مغلق أو معطل، وفي بعض الأحيان لا يخدم الطالب في انشغالاته، وهذا ما صرح به الكثير من الطلبة.

¹ - مقابلة مع رئيس قسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية.

3- بيانات تعريفية بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية حسب الجنسية

جدول رقم 15: يبين مستوى الرضا بالخدمات المقدمة من طرف الخدمات الجامعية حسب الجنسية

المجموع	هل انت راض بمستوى الخدمات المقدمة لكم من طرف مديرية الخدمات الجامعية				
	غير راض	راض	راض بشدة		
57	20	35	2	جزائرية	الجنسية
100,0%	35,1%	61,4%	3,5%		
7	2	5	0	فلسطينية	
100,0%	28,6%	71,4%	0,0%	موريتانية	
5	1	4	0		
100,0%	20,0%	80,0%	0,0%	الصحراء الغربية	
3	0	3	0		
100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	المجموع	
72	23	47	2		
100,0%	31,9%	65,3%	2,8%		

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مستوى الرضا بالخدمات المقدمة من طرف الخدمات الجامعية حسب الجنسية، يتبين ذلك من خلال النسب المعبر عنها، أن 61,4% راضين على مستوى لخدمات من ذوي الجنسية الجزائرية، و35,1% غير راضين، في حين 3,5% راضين بشدة، تليها الجنسية الفلسطينية أن 28,6% غير راضين، و71,4% راضين ، تليها الجنسية الموريتانية أن 80,0% راضين بمستوى الخدمات، تليها الجنسية الصحراء الغربية، أن 100,0% راضين بمستوى الخدمات المقدمة. نستنتج من خلال ذلك أن جل الطلبة المقيمين راضين على مستوى الخدمات المقدمة من طرف الخدمات الجامعية، بالأخص الطلبة الأجانب التي تولي مديرية الخدمات الجامعية بغرداية عناية خاصة بهاته الفئة.

جدول رقم (16): يوضح مستوى الوسائل المستعملة من قبل الإدارة للتواصل مع الطلبة الجنسية

المجموع	هل الوسائل المستعملة من قبل الإدارة للتواصل مع الطلبة حسب رأيك			الجنسية
	كافية جدا	كافية	غير كافية	
57	2	18	37	جزائرية
100,0%	3,5%	31,6%	64,9%	
7	0	2	5	فلسطينية
100,0%	0,0%	28,6%	71,4%	
5	1	3	1	موريتانية
100,0%	20,0%	60,0%	20,0%	
3	0	3	0	الصحراء الغربية
100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	
72	3	26	43	المجموع
100,0%	4,2%	36,1%	59,7%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مستوى الوسائل المستعملة من قبل الإدارة للتواصل مع الطلبة حسب الجنسية ، يتبين لنا أن 64,9% من طلبة جزائريين يرونها غير كافية، و 31,6% يرونها كافية، في حين أن 3,5% يرونها كافية جدا، تليها نسبة 71,4% من طلبة فلسطينيين يرونها غير كافية ، و 28,6% يراها كافية للتواصل، أما بالنسبة للطلبة موريتانيين فمنهم 60,0% يراها كافية، و 20,0% يراها كافية جدا، في حين نفس نسبة يرونها غير كافية، ثم تليها 100,0% من طلبة صحراويين يرونها كافية . نستنتج من خلال ذلك أن معظم الطلبة المقيمين ومن مختلف الجنسيات يجمعون على أن الوسائل المستعملة كافية للتواصل مع الإدارة.

جدول رقم (17): يوضح مدى تطور الإتصال بين الطلبة والمديرية من سنة إلى أخرى

المجموع	هل تلمس تطورا في الإتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى			الجنسية
	نعم	لا	الى حد ما	
57	13	13	31	جزائرية
100,0%	22,8%	22,8%	54,4%	
7	0	2	5	فلسطينية
100,0%	0,0%	28,6%	71,4%	
5	0	0	5	موريتانية
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
3	2	0	1	الصحراء الغربية
100,0%	66,7%	0,0%	33,3%	
72	15	15	42	المجموع
100,0%	20,8%	20,8%	58,3%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مدى تطور الإتصال بين الطلبة ومديرية الخدمات من سنة إلى أخرى حسب الجنسية، يتبين أن 54,4% من طلبة حاملي جنسية جزائرية يرون تطور في الإتصال من سنة إلى أخرى إلى حد ما و 22,8% يرون أنه هناك تطور، في حين نفس النسبة لا ترى ذلك، تليها نسبة 71,4% طلبة المقيمين حاملي جنسية فلسطينية يرونها تطور إلى حد ما، و 28,6% لا يرون ذلك، وتليها طلبة موريتانيين ما نسبته 100,0% يرون تطور في الإتصال من سنة إلى أخرى.

نستنتج من خلال ذلك أن جل الطلبة المقيمين من الجنسيات مختلفة يرون نوعا ما تطور في الإتصال بين الطلبة ومديرية الخدمات الجامعية وهذا راجع لتجسيد توصيات الديوان الوطني للخدمات الجامعية التي تؤكد على ضرورة التواصل مع الطلبة وخاصة الأجانب بالإضافة للعلاقات الجيدة بين الطلبة الأجانب والإدارة .

جدول رقم (18): يوضح مدى إطلاع الطلبة على أقسام ومصالح المديرية

المجموع	هل انت مطلع على اقسام و مصالح المديرية			الجنسية
	بصورة جيدة	متوسطة	غير مطلع	
57	13	27	17	جزائرية
100,0%	22,8%	47,4%	29,8%	
7	2	2	3	فلسطينية
100,0%	28,6%	28,6%	42,9%	
5	1	3	1	موريتانية
100,0%	20,0%	60,0%	20,0%	
3	0	1	2	الصحراء الغربية
100,0%	0,0%	33,3%	66,7%	
72	16	33	23	المجموع
100,0%	22,2%	45,8%	31,9%	

من خلال اجدول أعلاه يوضح مدى إطلاع الطلبة المقيمين على أقسام ومصالح المديرية حسب الجنسية، ويتبين من خلال النسب أن 47,4% من طلبة جزائريين مطلعون بنسبة متوسطة و 29,8% غير مطلع في حين 22,8% مطلعون بصورة جيدة، تليها ما نسبته 42,9% من جنسية فلسطينية غير مطلعون، 28,6% مطلعون بصورة متوسطة وبنفس النسبة مطلعون بصورة جيدة، وتأتي النسبة 60,0% من حاملي جنسية موريتانية مطلعين بصورة متوسطة و 20,0% بصورة جيدة في حين نفس النسبة غير مطلعين. نستنتج من ذلك أن معظم الطلبة المقيمين لهم دراية متوسطة وبصورة جيدة بأقسام ومصالح المديرية وكانت النسب متفاوتة من جنسية إلى أخرى وهذا راجع إلى تعاملهم بممثلهم فقط مع الإدارة كتمثيل الإتحاد الطلبة الأجانب، والذي يفسر عدم معرفتهم بمصالح وأقسام المديرية، وكذلك ينطبق ذلك على الطلب الجزائريين الذين يقتصر تعاملهم مع الإدارة في ممثلهم.

جدول رقم (19): يوضح دراية الطلبة بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل لك دراية بوظائف قسم المراقبة و التنسيق بمديرية الخدمات الجامعية		الجنسية	
	لا	نعم		
57	23	34	جزائرية	
100,0%	40,4%	59,6%		
7	5	2	فلسطينية	
100,0%	80,0%	20,0%		
5	3	2	موريتانية	
100,0%	60,0%	40,0%		
3	3	0	الصحراء الغربية	
100,0%	100,0%	0,0%		
72	33	38	المجموع	
100,0%	45,8%	52,8%		

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ مدى دراية الطلبة بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية يتبين أن 59,6% من طلبة الجزائريين لهم دراية بالوظائف، و40,4% ليس لهم دراية، وتليها 80% ليس لهم دراية، في حين 20% لهم دراية، في حين 60,0% من طلبة موريتانيين ليس لهم دراية، و 40,0% لهم دراية، أما بالنسبة للطلبة الصحراء الغربية فهم ليسوا مطلعين على وظائف القسم. نستنتج من ذلك أن معظم الطلبة الأجانب ليس لهم دراية بوظائف القسم ما عدا ممثليهم دائمين، في حين أن الطلبة الجزائريين لهم دراية متفاوتة وهذا نتيجة تعرض بعضهم للحملة الإعلامية، والبعض الآخر لم يتعرض لها.

جدول رقم (20): يوضح تنظيم قسم المراقبة و التنسيق حملة اعلامية هل تراها تساهم في التعريف بخدمات المؤسسة

المجموع	نظم قسم المراقبة و التنسيق حملة اعلامية هل تراها تساهم في التعريف بخدمات المؤسسة				
	الى حد ما	لا	نعم		
57	31	8	18	جزائرية	الجنسية
100,0%	54,4%	14,0%	31,6%		
7	5	1	1	فلسطينية	
100,0%	71,4%	14,3%	14,3%		
5	3	0	2	موريتانية	
100,0%	60,0%	0,0%	40,0%		
3	2	1	0	الصحراء الغربية	
100,0%	66,7%	33,3%	0,0%		
72	41	10	21	المجموع	
100,0%	56,9%	13,9%	29,2%		

من خلال الجدول اعلاه يوضح تنظيم قسم المراقبة والتنسيق لحملة إعلامية ومساهماتها في التعريف بخدمات المؤسسة، يبين أن 54,4% من طلبة الجزائريين يرونها تساهم إلى حد ما و 31,6% يرونها تساهم ، في حين 14,0% لا يرون ذلك، تليها 71,4% من حاملي جنسية فلسطينية يرونها تساهم إلى حد ما و 14,3% يرونها تساهم في حين أن نفس النسبة لا تراها تساهم، أما بالنسبة لحاملي جنسية موريتانية فـ 60,0% يرونها تساهم و 40,0% يرونها تساهم، في حين أن 66,7% من طلبة الصحراء الغربية يرونها تساهم إلى حد ما ، وما نسبته 33,3% لا تراها تساهم في تعريف بخدمات المؤسسة.

نستنتج من خلال ذلك أن الحملة الإعلامية التي نظمتها قسم المراقبة والتنسيق ساهمت في التعريف بمديرية الخدمات الجامعية وهذا من خلال النسب المعبر عنها أن الطلبة يرون مدى مساهمة مثل هاته الحملات الإعلامية بالتعريف بالمؤسسة وخاصة الطلبة الجزائريين الذين كانوا أكثر الطلبة تعرض لهاته الحملة.

جدول رقم (21): يوضح زيارة طلبة لموقع الالكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل

المجموع	هل زرت موقع الالكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل			
	لا	نعم		
57	34	23	جزائرية	الجنسية
100,0%	59,6%	40,4%		
7	5	2	فلسطينية	
100,0%	71,4%	28,6%		
5	2	3	موريتانية	
100,0%	40,0%	60,0%		
3	3	0	الصحراء الغربية	
100,0%	100,0%	0,0%		
72	44	28	المجموع	
100,0%	61,1%	38,9%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح زيارة طلبة لموقع الالكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل حسب الجنسية، يتبين لنا 59,6% من الطلبة الجزائريين لم يزوروا الموقع و40,4% قاموا بزيارة الموقع، وتليها حاملي جنسية فلسطينية فنسبة 71,4% لم يزوروا الموقع و 28,6% زاروا الموقع ، فذلك بالنسبة لطلبة الموريتانيين 60,0% منهم زاروا الموقع و40,0% لم يزوروه، في حين أن 100,0% من الطلبة الصحراويين لم يزوروا الموقع

نستنتج أن نسبة الطلبة المقيمين من مختلف الجنسيات الذين زاروا موقع الخدمات الجامعية كانت قليلة وذلك راجع لعدم إشهاره في اللوحات الإعلانية بالإضافة لبعض الأعطاب التقنية التي كانت تتخلله، في حين أن الطلبة الأجانب لم تكن لهم دراية بالموقع إلا من طرف ممثليهم وذلك بحكم احتكاكهم بقسم المراقبة والتنسيق.

3- بيانات تعريفية بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية حسب المستوى التعليمي

جدول رقم (22): يوضح رضا بمستوى الخدمات المقدمة لكم من طرف مديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل انت راض بمستوى الخدمات المقدمة لكم من طرف مديرية الخدمات الجامعية			المستوى الدراسي
	غير راض	راض	راض بشدة	
42	15	25	2	ليسانس
100,0%	35,7%	59,5%	4,8%	
29	8	21	0	ماستر
100,0%	27,6%	72,4%	0,0%	
1	0	1	0	دكتوراه
100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	
72	23	47	2	المجموع
100,0%	31,9%	65,3%	2,8%	

من خلال الجدول أعلاه يبين العلاقة بين متغير المستوى الدراسي ومستوى الرضا بالخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات الجامعية، يتبين أن 4,8% من طلبة ليسانس راضون بشدة مستوى الخدمات المقدمة، و راضين يمثلون 59,5% في حين الغير راضين 35,7%، تليها طلبة ماستر يتبين أن 72,4% راضون، ونسبة 27,6% غير راضين، أما بالنسبة لطلبة دكتوراه راضين يمثلون 100,0% . نستنتج من خلال ذلك أن مستوى الخدمات المقدمة يحضى برضا الطلبة المقيمين باختلاف مستوياتهم العلمية، فطلبة ليسانس وماستر هم أكثر فئة إقامة في الموسم الجامعي، ونرى بأن الخدمات المقدمة تلبى حاجاته.

جدول رقم (23): يوضح الوسائل المستعملة من قبل الادارة للتواصل مع الطلبة

المجموع	هل الوسائل المستعملة من قبل الادارة للتواصل مع الطلبة حسب رأيك			المستوى الدراسي
	غير كافية	كافية	كافية جدا	
42	23	17	2	ليسانس
100,0%	54,8%	40,5%	4,8%	
29	19	9	1	ماستر
100,0%	65,5%	31,0%	3,4%	
1	1	0	0	دكتوراه
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	
72	43	26	3	المجموع
100,0%	59,7%	36,1%	4,2%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح العلاقة بين الوسائل المستعملة للتواصل بين الإدارة والطلبة بكل مستوياتهم، يتبين لنا أن 54,8% من طلبة ليسانس يرونها غير كافية، و40,5% تراها كافية، في حين أن 4,8% يرونها كافية جدا، يليها 65,5% من طلبة ماستر يرونها غير كافية، و31,0% يرونها كافية، في حين أن 3,4%، طلبة دكتوراه يرونها غير كافية.

نستنتج من خلال هذا أن الوسائل المستعملة للتواصل بين الإدارة والطلبة غير كافية بإجماع كافة المستويات، وهذا ما اضطرت الإدارة للبحث عن سبل أخرى تساهم في تحسين الوسائل الإتصال ومواكبة تكنولوجيات الإتصال، وهو ما يؤكد مدير الخدمات الجامعية من خلال انشاء صفحة حديثة على موقع التواصل الاجتماعي¹.

جدول رقم (24): يوضح مدى تطورا في الاتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى

المجموع	هل تلمس تطورا في الاتصال بين الطلبة و المديرية من سنة الى اخرى				
	الى حد ما	لا	نعم		
42	24	12	6	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	57,1%	28,6%	14,3%		
29	17	3	9		
100,0%	58,6%	10,3%	31,0%	دكتوراه	
1	1	0	0		
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	المجموع	
72	42	15	15		
100,0%	58,3%	20,8%	20,8%		

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح علاقة بين المستوى الدراسي وتطور الإتصال بين الطلبة ومديرية الخدمات من سنة إلى أخرى، ويتبين ذلك أن 57,1% من طلبة ليسانس يرون تطور إلى حد ما، و28,6% لا يرون ذلك، في حين أن 14,3% يرون ذلك ، تليها 58,6% من طلبة ماستر يرون تطورا إلى حد ما، و 31,0% يرون ذلك ، في حين 10,3% لا يرون ذلك، تليها نسبة 100,0% من طلبة دكتوراه يرونها تطورا من سنة إلى أخرى.

نستنتج من خلال ذلك أن طلبة بكافة مستوياتهم يرون تطور إلى حد ما في الإتصال من سنة إلى أخرى مع مديرية الخدمات، وهذا راجع إلى حرص مكتب المراقبة والتنسيق على ديمومة و سيرورة التجديد وتوفير جو مناسب بين الإدارة والطلبة.

¹ - تصريح للسيد مدير الخدمات الجامعية

جدول رقم (25): يوضح مدى إطلاع الطلبة على أقسام ومصالح المديرية

المجموع	هل انت مطلع على اقسام و مصالح المديرية				
	غير مطلع	متوسطة	بصورة جيدة		
42	16	15	11	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	38,1%	35,7%	26,2%		
29	7	17	5	ماستر	
100,0%	24,1%	58,6%	17,2%		
1	0	1	0	دكتوراه	
100,0%	0,0%	100,0%	0,0%		
72	23	33	16	المجموع	
100,0%	31,9%	45,8%	22,2%		

من خلال اجدول أعلاه يوضح مدى إطلاع الطلبة المقيمين على أقسام ومصالح المديرية حسب المستوى الدراسي ، ويتبين من خلال النسب أن 35,7% من طلبة ليسانس مطلعون بنسبة متوسطة و38,1% غير مطلع في حين 26,2% مطلعون بصورة جيدة، تليها ما نسبته 24,1% من طلبة ماستر غير مطلعون، 58,6% مطلعون بصورة متوسطة وبالنسبة 17,2% مطلعون بصورة جيدة، وتأتي النسبة طلبة دكتوراه 100,0% مطلعين بصورة متوسطة.

نستنتج من خلال هذا أن إطلاع الطلبة على أقسام ومصالح المديرية مطلعون بصورة متوسطة وذلك باختلاف مستوياتهم، وهذا راجع للإحتكاك بعض طلبة بالإدارة بشكل مباشر كمثلي الطلبة ومنظمات وذلك بانضمام طلبة ليسانس وماستر تحت لواءه هاته التنظيمات التي تخول لهم التعرف اكثر على مصالح وأقسام مديرية الخدمات.

جدول رقم (25): يوضح دراية الطلبة بوظائف قسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل لك دراية بوظائف قسم المراقبة و التنسيق بمديرية الخدمات الجامعية			
	لا	نعم		
42	24	18	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	57,2%	42,9%		
29	10	19	ماستر	
100,0%	34,5%	65,5%		
1	0	1	دكتوراه	
100,0%	0,0%	100,0%		
72	33	38	المجموع	
100,0%	45,8%	52,8%		

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ مدى دراية الطلبة بقسم المراقبة والتنسيق بمديرية الخدمات الجامعية يتبين أن 42,9% من طلبة ليسانس لهم دراية بالوظائف، و 57,2% ليس لهم دراية، وتليها 34,5% من طلبة ماستر ليس لهم دراية، في حين 65,5% لهم دراية ، في حين 100,0% من طلبة دكتوراه لهم دراية بوظائف القسم.

نستنتج من خلال الجدول أن دراسة الطلبة بوظائف القسم تزداد بزيادة مستواه وتدرجهم في سنوات الدراسة بالجامعة ونضجهم، وهذا ما تبينه النسب لكل مستوى خاصة الطلبة المنخرطين في التنظيمات الطلابية يمكنهم العمل النضالي في التعرف على وظائف القسم.

جدول رقم (26): يوضح تنظيم قسم المراقبة والتنسيق لحملة إعلامية ومساهمتها في التعريف بخدمات المؤسسة

المجموع	نظم قسم المراقبة والتنسيق حملة اعلامية هل تراها تساهم في التعريف بخدمات المؤسسة				
	الى حد ما	لا	نعم		
42	22	9	11	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	52,4%	21,4%	26,2%		
29	19	1	9	ماستر	
100,0%	65,5%	3,4%	31,0%		
1	0	0	1	دكتوراه	
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%		
72	41	10	21	المجموع	
100,0%	56,9%	13,9%	29,2%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا مدى مساهمة الحملة الإعلامية في التعريف بالمؤسسة التي نظمها قسم المراقبة والتنسيق، ويتبين لنا من خلال النسب أن 52,4% من طلبة ليسانس يرون أنها تساهم في التعريف بها إلى حد ما، و 21,4% لا تساهم، في حين أن النسبة 26,2% تراها تساهم في التعريف بالمؤسسة، تليها طلبة ماستر أن 65,5% إلى حد ما تساهم، و 3,4% لا تساهم، في حين أن 31,0% يرون أنها تساهم في ذلك، أما طلبة دكتوراه فإن 100,0% يرونها تساهم في تعريف بشكل فعلي.

ومنه نستنتج أن الحملة الإعلامية ساهمت إلى حد ما في التعريف بخدمات الملقاة على عاتق المؤسسة والمنوطة بتجسيدها على الواقع وذلك ما تشير إليه الأرقام فالحملة الإعلامية تعد من برامج العلاقات العامة في أي مؤسسة تريد تعريف بنفسها لجمهورها. وهنا تكن تجسيد فرضية الدراسة ألا وهي تجسيد وظائف العلاقات العامة .

جدول رقم (27): يوضح زيارة الطلبة للموقع الإلكتروني خاص بمديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل زرت موقع الإلكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل			
	لا	نعم		
42	27	15	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	64,3%	35,7%		
29	17	12		
100,0%	58,6%	41,4%	ماستر	
1	0	1	دكتوراه	
100,0%	0,0%	100,0%		
72	44	28	المجموع	
100,0%	61,1%	38,9%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا مدى زيارة الطلبة لموقع الإلكتروني الخاص بمديرية الخدمات الجامعية، يتبين لنا أن 64,3% من طلبة ليسانس لم يزوروا الموقع، و 35,7% قاموا بزيارة الموقع، تليها طلبة ماستر 58,6% لم يبحروا في الموقع بالمقابل 41,4% زاروا الموقع. تليها نسبة 100,0% زاروا الموقع.

نستنتج من خلال هاته النسب الكثير من الطلبة لم يزوروا الموقع باختلاف مستواهم الدراسي، في حين الذين زاروا الموقع كانوا قد تعرضوا للحملة الاعلامية عرفتهم بموقع الخاص بمديرية. المطلب الثاني: بيانات حول الصورة الذهنية للطلبة حول مديرية الخدمات الجامعية

1- بيانات حول الصورة الذهنية للطلبة حول مديرية الخدمات الجامعية حسب المعطيات العامة

جدول رقم (28): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل لك دراية بوظائف قسم المراقبة و التنسيق بمديرية الخدمات الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	هل لك دراية بوظائف قسم المراقبة و التنسيق بمديرية الخدمات الجامعية
52,8%	38	نعم
45,8%	33	لا
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة ودرابتهم بوظائف قسم المراقبة والتنسيق، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 38 لهم دراية بنسبة 52,8%، و 33 ليس لهم دراية بنسبة 45,8%

جدول رقم (29): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير نظم قسم المراقبة و التنسيق حملة اعلامية هل تراها تساهم في التعريف بخدمات المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	نظم قسم المراقبة و التنسيق حملة اعلامية هل تراها تساهم في التعريف بخدمات المؤسسة
29,2%	21	نعم
13,9%	10	لا
56,9%	41	الى حد ما
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة وتنظيم قسم المراقبة والتنسيق لحملة الإعلامية ومساهمتها في التعريف بخدمات المؤسسة، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 21 يرونها تساهم بنسبة 29,2%، و 10 لا تساهم بنسبة 13,9%، و 41 تساهم إلى حد ما بنسبة 56,9%

جدول رقم (30): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل زرت موقع الالكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل

النسبة المئوية	التكرار	هل زرت موقع الالكتروني لمديرية الخدمات الجامعية من قبل
38,9%	28	نعم
61,1%	44	لا
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة وزيارة الموقع الإلكتروني للمديرية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 28 زاروا الموقع بنسبة 38,9% و 44 ليس لهم دراية بنسبة 61,1%

جدول رقم (31): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل انت راض عن الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	هل انت راض عن الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية
22,2%	16	نعم
22,2%	16	لا
55,6%	40	الى حد ما
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة ورضا على الصورة المعطاة سابقا على المديرية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 16 راضين بنسبة 22,2%، وبنفس النسبة غير راضين، و40 راضين إلى حد ما بنسبة 55,6%

جدول رقم (32): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل تعرضت الى حملة اعلامية المقامة من قبل ادارة الخدمات الجامعية

هل تعرضت الى حملة اعلامية المقامة من قبل ادارة الخدمات الجامعية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	27	37,5%
لا	45	62,5%
المجموع	72	100%

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة وتعرض للحملة الإعلامية المقامة من طرف الإدارة، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 27 تعرضوا لها بنسبة 37,5%، و45 ليس لهم دراية بنسبة 62,5%.

جدول رقم (33): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير ما هو سبب غيابك

ما هو سبب غيابك	التكرار	النسبة المئوية
لم تصلني المعلومة	22	30,6%
كنت منشغل	13	18,1%
غير مهتم	10	13,9%
المجموع	72	100%

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة وسبب الغياب عن الحملة الإعلامية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 22 لم تصلهم المعلومة بنسبة 30,6%، و13 كانوا منشغلين بنسبة 18,1%، و10 غير مهتمين بنسبة 13,9%.

جدول رقم (34): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل ترى أن الحملة الاعلامية تساهم في تحسين الصورة و سمعة مديرية الخدمات الجامعية

هل ترى الحملة الاعلامية تساهم في تحسين الصورة و سمعة مديرية الخدمات الجامعية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	34,7%
لا	8	11,1%
الى حد ما	39	54,2%
المجموع	72	100%

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة مساهمة الحملة الإعلامية في تحسين الصورة وسمعة المديرية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 25 يرونها تساهم بنسبة 34,7%، و 8 لا يرونها تساهم بنسبة 11,1% ، و 39 يرونها تساهم إلى حد ما بنسبة 54,2%.

جدول رقم (35): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل انت راض على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الاعلانية

هل انت راض على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الاعلانية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	24	33,3%
لا	16	22,2%
الى حد ما	32	44,4%
المجموع	72	100%

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة ورضا على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلانية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 24 راضين بنسبة 33,3%، و 16 غير راضين بنسبة 22,2%، و 32 راضين إلى حد ما بنسبة 44,4%.

جدول رقم (36): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل ترى ان المطبوعات و الاعلانات و المطويات المقدمة و صناديق المقترحات تساهم في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	هل ترى ان المطبوعات و الاعلانات و المطويات المقدمة و صناديق المقترحات تساهم في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية
45,8%	33	نعم
11,1%	8	لا
43,1%	31	الى حد ما
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة مساهمة المطبوعات والإعلانات والمطويات المقدمة و صناديق المقترحات في ترسيخ صورة حسنة للمديرية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 33 يرونها تساهم بنسبة 45,8%، و 8 لا يرونها تساهم بنسبة 11,1%، و 31 يرونها تساهم إلى حد ما بنسبة 43,1%

جدول رقم (37): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل ترى ان موظفي الإقامة يسعون لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة

النسبة المئوية	التكرار	هل ترى ان موظفي الإقامة يسعون لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة
26,4%	19	نعم
22,2%	16	لا
51,4%	37	الى حد ما
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة سعي موظفي الإقامة لتحسين الصورة الذهنية للمديرية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 19 يسعون إلى تحسين صورتها بنسبة 26,4%، و 16 لا يرون سعيهم، بنسبة 22,2%، و 37 يرونهم يسعون إلى حد ما بنسبة 51,4%.

جدول رقم (38): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل ترى ان اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة و المنظمات الطلابية مع الادارة تساعد في تحسين صورتها

النسبة المئوية	التكرار	هل ترى ان اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة و المنظمات الطلابية مع الادارة تساعد في تحسين صورتها
34,7%	25	نعم
27,8%	20	لا
37,5%	27	الى حد ما
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة مساعدة اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة والمنظمات الطلابية صورة حسنة للمديرية، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 25 يرونها تساعد بنسبة 34,7%، و 20 لا يرونها تساعد بنسبة 27,8%، و 27 يرونها تساعد إلى حد ما بنسبة 37,5%.

جدول رقم (39): يوضح خصائص أفراد العينة وفق متغير هل انت راض على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة

النسبة المئوية	التكرار	هل انت راض على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
45,8	33	نعم
15,3	11	لا
38,9	28	الى حد ما
100%	72	المجموع

يوضح الجدول العلاقة بين أفراد العينة ورضا على النشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة، ويتبين لنا من خلال ذلك أن 33 راضين بنسبة 45,8%، و 11 غير راضين بنسبة 15,3%، و 28 راضين إلى حد ما بنسبة 38,9%.

بيانات حول الصورة الذهنية للطلبة حول مديرية الخدمات الجامعية حسب السن

جدول رقم (40): يوضح رضا الطلبة على الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية

حسب السن

المجموع	هل انت راض على الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية				
	الى حد ما	لا	نعم		
19	8	6	5	18 - 22	السن
100,0%	42,1%	31,6%	26,3%		
46	30	9	7	23 - 27	
100,0%	65,2%	19,6%	15,2%		
6	2	1	4	اكثر من 28	
100,0%	33,3%	16,7%	50,0%		
72	40	16	16	المجموع	
100,0%	55,6%	22,2%	22,2%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا رضا الطلبة على الصورة المعطاة لهم على مديرية الخدمات الجامعية حسب السن، يتبين لنا أن من خلال النسب أن 42,1% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة راضون إلى حد ما، و31,6% غير راضين، في حين أن 26,3% راضين على الصورة المعطاة لهم، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 65,2% إلى حد ما راضين بتلك الصورة، و19,6% غير راضين ، في حين أن 15,2% راضين على الصورة ، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 33,3% يرونها راضين إلى حد ما ، و50,0% راضين على الصورة المعطاة حول المديرية ، و16,7% غير راضين بتلك الصورة .

نستنتج من خلال ذلك أن الصورة المعطاة سابقا حول الخدمات الجامعية تختلف من فئة إلى أخرى، فالفئة العمرية الثانية تعتبرها مرضية إلى حد ما في حين أن الفئة العمرية الأولى لا يعرفون ذلك وهم في بداية احتكاكهم بالخدمات الجامعية، وهذا ما يظهر جليا بداية تأثير مفعول الحملة الإعلامية من طرف مديرية الخدمات الجامعية .

جدول رقم (41): يوضح التعرض الطلبة لحملة اعلامية المقامة من قبل ادارة الخدمات الجامعية حسب السن

المجموع	هل تعرضت الى حملة اعلامية المقامة من قبل ادارة الخدمات الجامعية		السن
	لا	نعم	
19	14	5	18 - 22
100,0%	73,7%	26,3%	
46	28	18	23 - 27
100,0%	60,9%	39,1%	
7	4	3	اكثر من 28
100,0%	60,0%	40,0%	
72	45	27	المجموع
100,0%	62,5%	37,5%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا تعرض الطلبة لحملة الإقامة المقامة من طرف مديرية الخدمات الجامعية، يتبين لنا أن 73,7% من ذوي الفئة العمرية من 18 سنة إلى 22 سنة لم يتعرضوا للحملة ، و 26,3% تعرضوا للحملة ، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة 60,9% لم يتعرضوا للحملة الإعلامية بالمقابل 39,1% تعرضوا للحملة، في حين نرى أن 60,0% من الفئة العمرية الثالثة لم يتعرضوا للحملة ، و40,0% تعرضوا لها.

نستنتج أن التعرض للحملة الإعلامية المقامة من طرف الخدمات الجامعية كانت تمس في الفئة الأولى بضرورة القصوى وذلك من خلال *الخرجات التي قامت بها قافلة الخدمات الجامعية إلى ثانويات بلديات ولاية غرداية ،في حين أن الفئة الأخرى يكون تعرضهم للحملة من خلال الإعلانات والملصقات والشاشات الإلكترونية داخل الإقامة* هذا ما صرح به مدير الإقامة الجامعية 1000 سرير -1-¹.

¹ - تصريح مدير الإقامة الجامعية 1000 سرير 1 في خضم مقابلة معه.

جدول رقم (42): يوضح مساهمة الحملة الإعلامية في تحسين الصورة الذهنية لمديرية الخدمات الجامعية حسب السن

المجموع	هل ترى الحملة الإعلامية تساهم في تحسين الصورة و سمعة مديرية الخدمات الجامعية			السن
	الى حد ما	لا	نعم	
19	10	2	7	18 - 22
100,0%	52,6%	10,5%	36,8%	
46	24	6	16	23 - 27
100,0%	52,2%	13,0%	34,8%	
6	5	0	1	اكتر من 28
100,0%	83,3%	0,0%	16,7%	
1	0	0	1	4
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
72	39	8	25	المجموع
100,0%	54,2%	11,1%	34,7%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة الحملة الإعلامية في تحسين صورة الذهنية وسمعة مديرية الخدمات الجامعية، يتبين ذلك من خلال النسب أن 52,6% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يرون أنها تساهم إلى حد ما، و 10,5% لا تساهم، في حين أن 36,8% تساهم الحملة في ذلك، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 52,2% إلى حد ما يرونها تساهم، و 13,0% لا تساهم ، في حين أن 34,8% تساهم في الحملة في تحسين صورة المديرية، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 83,3% يرونها تساهم إلى حد ما ، و 16,7% يرونها تساهم في ذلك .

نستنتج من خلال هذه النسب أن الفئات العمرية الثلاث ترى أن الحملة الإعلامية تساهم في تحسين الصورة وسمعة المديرية إلى حد ما وهذا ما يدل على نجاعة الحملة الإعلامية من طرف موظفي الخدمات الجامعية الرامية إلى الرقي بالخدمات وذلك بالتعريف بالمؤسسة على أحسن وجه.

جدول رقم (43): يوضح رضا الطلبة على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الاعلانية حسب السن

المجموع	هل انت راض على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الاعلانية			السن
	الى حد ما	لا	نعم	
19	7	5	7	18 - 22
100,0%	36,8%	26,3%	36,8%	
46	21	9	16	23 - 27
100,0%	45,7%	19,6%	34,8%	
7	4	3	0	اكثر من 28
100,0%	60,0%	40,0%	0,0%	
72	33	16	23	المجموع
100,0%	44,4%	22,2%	33,3%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح رضا الطلبة على الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية حسب السن، يتبين ذلك من خلال النسب أن 36,8% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة راضين إلى حد ما، و 26,3% غير راضين، في حين أن 36,8% راضين بالخدمات المعلن عنها، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 45,7% إلى حد ما راضين بذلك، و 19,6% غير راضين ، في حين أن 34,8% راضين على الخدمات المعلن عنها، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 66,7% راضين إلى حد ما ، 33,3% غير راضين .

نستنتج من خلال النسب أن الخدمات المعلن عنها من طرف الخدمات الجامعية عبر الحملة الإعلامية أن كل الفئات العمرية يرونها مرضية إلى حد ما ، وهذا ينم على تحقيق المصادقية في الإشهار الخدمات المقدمة وهذه تجسيد لعنصر أساسي للعلاقات العامة والذي من خلاله تكسب المؤسسة ثقة الطلبة.

جدول رقم (44): يوضح مساهمة المطبوعات والإعلانات والمطويات المقدمة وصناديق المقترحات في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل ترى ان المطبوعات و الاعلانات و المطويات المقدمة و صناديق المقترحات تساهم في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية			السن
	الى حد ما	لا	نعم	
19	7	3	9	18 - 22
100,0%	36,8%	15,8%	47,4%	
46	22	5	19	23 - 27
100,0%	47,8%	10,9%	41,3%	
7	2	0	5	اكثر من 28
100,0%	33,3%	0,0%	66,7%	
72	31	8	33	المجموع
100,0%	43,1%	11,1%	45,8%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة المطبوعات و الاعلانات و المطويات المقدمة و صناديق المقترحات تساهم في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية ، يتبين ذلك من خلال النسب أن 36,8% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يرون أنها تساهم إلى حد ما، 15,8% لا تساهم، في حين أن 47,4% تساهم في ذلك، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 47,8% إلى حد ما يرونها تساهم، و 10,9% لا تساهم ، في حين أن 41,3% تساهم في الحملة في ترسيخ صورة حسنة عن المديرية، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 33,3% يرونها تساهم إلى حد ما، و 66,7% يرونها تساهم في ذلك.

نستج أن دور المطبوعات والإعلانات والصناديق المقترحات تساهم إلى حد ما في ترسيخ صورة حسنة عن الخدمات الجامعية وهذا ما تبينه النسب بالنسبة لكل الفئات العمرية، وهذا يدل على كفاءة موظفي قسم المراقبة والتنسيق و خلية الإعلام التابعة له في صياغة مطويات ومنشورات ومطبوعات جالبة للطبة ساعدت في تغيير تلك الصورة الذهنية على الخدمات.

كما صرح السيد رئيس مصلحة النشاطات العلمية والثقافية والرياضية ورئيس خلية الإعلام على مستوى قسم المراقبة والتنسيق على ضرورة اهتمام بتكنولوجيات الأعلام الجديد وفتح النقاش مع الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي .

جدول رقم (45): يوضح سعي موظفي الإقامة الجامعية لتحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة حسب السن

المجموع	هل ترى ان موظفي الإقامة يسعون لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة			السن
	نعم	لا	الى حد ما	
19	6	6	7	18 - 22
100,0%	31,6%	31,6%	36,8%	
46	10	10	26	23 - 27
100,0%	21,7%	21,7%	56,5%	
7	3	0	4	اكثر من 28
100,0%	40,0%	0,0%	60,0%	
72	19	16	37	المجموع
100,0%	26,4%	22,2%	51,4%	

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح سعي موظفي الإقامة الجامعية لتحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة المقيمين، يتبين ذلك من خلال النسب أن 36,8% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يرون بأن موظفي الإقامة يسعون لتحسين الصورة إلى حد ما، و 31,6% لا يرون ذلك، وبنفس النسبة يرون سعي الموظفين في تحسين الصورة عامة للإقامة، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 56,5% إلى حد ما يرونهم يسعون لذلك، و 21,7% لا يرون ذلك، وبنفس النسبة يرونهم يسعون من أجل تحسينها، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 60,0% يرون سعي موظفين إلى حد ما، و 40,0% يرونهم يسعون إلى ذلك.

نستنتج من خلال النسب أن موظفي الإقامة الجامعية يسعون إلى حد ما لتحسين صورة الذهنية لدى الطلبة وذلك من خلال اتباع توصيات مدير الإقامة ومدير الخدمات الجامعية للموظفين لإعطاء صورة حسنة عن المؤسسة من حسن استقبال واستماع لانشغالاتهم، واهتمام بالهدام واللباس وهذه تعد من سياسات العلاقات العامة وتطبيقاتها.

جدول رقم (46): يوضح مساهمة اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة و المنظمات الطلابية مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها

المجموع	هل ترى ان اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة و المنظمات الطلابية مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها			السن
	الى حد ما	لا	نعم	
19	6	8	5	18 - 22
100,0%	31,6%	42,1%	26,3%	
46	17	11	18	23 - 27
100,0%	37,0%	23,9%	39,1%	
7	4	1	2	اكثر من 28
100,0%	50,0%	16,7%	33,3%	
72	27	20	25	المجموع
100,0%	37,5%	27,8%	34,7%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة و المنظمات الطلابية مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها ، يتبين ذلك من خلال النسب أن 31,6% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يرون أنها تساهم إلى حد ما، 42,1% لا تساهم، في حين أن 26,3% تساهم في ذلك، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 37,0% إلى حد ما يرونها تساهم، و 23,9% لا تساهم ، في حين أن 39,1% تساهم في الحملة في ترسيخ صورة حسنة عن المديرية، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 50,0% يرونها تساهم إلى حد ما، و 33,3% يرونها تساهم في ذلك. إلى ان 16,7% يرونها لا تساهم.

نستنتج من خلال ذلك أن اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة والتنظيمات مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها، ويظهر ذلك في رضا الفئة الثانية التي تكون أفرادها مندمجة داخل النضال الطلابي وهو ما يساهم في احتكاكها بالدارة في الاجتماعات الدورية والإستثنائية ، أما الفئة الثالثة ترها تساهم إلى حد ما بحكم تجربتهم في العمل داخل المنظمات الطلابية

وهذا يدخل في تعزيز التواصل الإدارة مع الشريك الاجتماعي المتمثل في المنظمات وممثلي الطلبة لتحسين معيشة الطالب ومن جهة أخرى إعطاء صورة حسنة للمؤسسة.

جدول رقم (47): يوضح رضا الطلبة على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة حسب السن

المجموع	هل انت راض على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة			السن
	نعم	لا	الى حد ما	
19	7	4	8	18 - 22
100,0%	36,8%	21,1%	42,1%	
46	23	7	16	23 - 27
100,0%	50,0%	15,2%	34,8%	
7	3	0	4	اكثر من 28
100,0%	40,0%	0,0%	60,0%	
72	33	11	28	المجموع
100,0%	45,8%	15,3%	38,9%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح رضا الطلبة على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة حسب السن ، يتبين ذلك من خلال النسب أن 42,1% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة راضين إلى حد ما، و 21,1% غير راضين، في حين أن 36,8% راضين بالخدمات المعلن عنها، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 34,8% إلى حد ما راضين بذلك، و 15,2% غير راضين ، في حين أن 50,0% راضين على الخدمات المعلن عنها، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 60,0% راضين إلى حد ما ، 40,0% غير راضين .

نستنتج من خلال ذلك أن النشاطات المقامة على مستوى الإقامة الجامعية تحضى برضا جميع الفئات العمرية وترى فيها العامل المهم لتحسين الصورة الذهنية ، وذلك ما يتجلى في الفئة العمرية الأكثر مشاركة في النشاطات الرياضية والثقافية على مستوى الإقامة أو بالمشاركة باسم مديرية الخدمات الجامعية في المهرجانات الفنية والدورات الرياضية التي تكون برعاية الديوان الوطني للخدمات الجامعية، ما يسمح بإعطاء صورة حسنة للطلبة .

جدول رقم (48): يوضح تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين

المجموع	كيف تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين					
	سيئة	متوسطة	جيدة	جيدة جدا		
19	2	12	4	1	18 - 22	السن
100,0%	10,5%	63,2%	21,1%	5,3%		
46	4	31	10	1	23 - 27	
100,0%	8,7%	67,4%	21,7%	2,2%		
7	0	5	2		اكثر من 28	
100,0%	0,0%	83,3%	16,7%	0,0%		
72	6	48	16	2	المجموع	
100,0%	8,3%	66,7%	22,2%	2,8%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين، والنسب تشير إلى 63,2% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يقيمون الخدمات بالمتوسطة، و21,1% بالجيدة، و10,5% بسيئة، في حين 5,3% بجيدة جدا، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة 67,4%متوسطة و21,7%جيدة في حين 8,7% يقيمون سيئة و2,2% جيدة، أما الفئة العمرية الثالثة فترى جودة الخدمات تشير إلى 83,3% متوسطة، و16,7% جيدة في حين 0,0% بالنسبة للجيدة وسيئة.

نستنتج من الجدول أن تقييم الجودة الخدمات المقدمة لتحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة المقيمين كانت بالمتوسطة وجيدة أحيانا وهذا ما تعبر عنه النسب لمختلف الفئات الثلاث، وهذا يدل على تحسين الخدمة على كل المستويات وساعد في تحسين صورتها لجمهورها، وهذا بإصرار وتجسيد المراقبة على جميع المصالح في تقديم الخدمات.

جدول رقم (49): يوضح المجهودات المبذولة في تقديم خدمات أفضل ساهمت في تحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين

المجموع	هل تريان المجهودات المبذولة في تقديم الخدمات افضل من طرف ادارة الاقامة ساهمت في تحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين			السن
	الى حد ما	لا	نعم	
19	8	4	7	18 - 22
100,0%	42,1%	21,1%	36,8%	
46	29	9	8	23 - 27
100,0%	63,0%	19,6%	17,4%	
7	3	0	4	اكثر من 28
100,0%	40,0%	0,0%	60,0%	
72	41	13	18	المجموع
100,0%	56,9%	18,1%	25,0%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة المجهودات المبذولة من طرف إدارة الإقامة لتحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين، يتبين ذلك من خلال النسب أن 42,1% من ذوي الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة يرون أنها تساهم إلى حد ما، 21,1% لا تساهم، في حين أن 36,8% تساهم في ذلك، تليها الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة أن 63,0% إلى حد ما يرونها تساهم، و 19,6% لا تساهم ، في حين أن 17,4% تساهم هاته المجهودات من طرف إدارة الإقامة ، أما بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 28 سنة فإن 40,0% يرونها تساهم إلى حد ما، و 60,0% يرونها تساهم في ذلك.

نستنتج من خلاله أن المجهودات التي تبذلها إدارة الإقامة في تقديم خدمات أفضل ساهمت إلى حد ما في تحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين من مختلف الفئات العمرية التي أجمعت على ذلك، وهذا نتيجة حرص القائمين على برنامج العلاقات العامة مواصلة تجسيدها ومراقبة دائمة للخدمات والحفاظ على وتيرة عمل تساهم في تحسين صورة الإقامة والمديرية على العموم.

1- بيانات حول الصورة الذهنية للطلبة حول مديرية الخدمات الجامعية حسب الجنسية

جدول رقم (50): يوضح رضا الطلبة علي الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل انت راض على الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية				
	نعم	لا	الى حد ما		
57	12	15	30	جزائرية	الجنسية
100,0%	21,1%	26,3%	52,6%		
7	3	1	3	فلسطينية	
100,0%	42,9%	14,3%	42,9%		
5	1	0	4	موريتانية	
100,0%	20,0%	0,0%	80,0%		
3	0	0	3	الصحراء الغربية	
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%		
72	16	16	40	المجموع	
100,0%	22,2%	22,2%	55,6%		

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح رضا الطلبة علي الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية حسب الجنسية، يتبين ذلك من خلال النسب المعبر عنها، أن 52,6% راضين إلى حد ما على صورة المعطاة لهم من ذوي الجنسية الجزائرية، 26,3% غير راضين، في حين 21,1% راضين ، تليها الجنسية الفلسطينية أن 14,3% غير راضين، و 42,9% راضين وبنفس النسبة راضين إلى حد ما، تليها الجنسية الموريتانية أن 80,0% راضين إلى حد ما و 20,0% راضيين، تليها الجنسية الصحراء الغربية، أن 100,0% راضين إلى حد ما بالصورة المعطاة.

- نستنتج من خلال ذلك أن الطلبة راضين إلى حد ما بالصورة المعطاة لهم حول الخدمات الجامعية، وذلك راجع لتحسين خدمات أفضل مع مرور الوقت ، وهذا ما يلحظ جل الطلبة المقيمين بما فيهم الأجانب .

جدول رقم (51): يوضح تعرض الطلبة للحملة الاعلامية المقامة من قبل ادارة الخدمات الجامعية

المجموع	هل تعرضت الى حملة اعلامية المقامة من قبل ادارة الخدمات الجامعية			
	لا	نعم		
57	31	26	جزائرية	الجنسية
100,0%	54,4%	45,6%		
7	6	1	فلسطينية	
100,0%	85,7%	14,3%		
5	5	0	موريتانية	
100,0%	100,0%	0,0%		
3	3	0	الصحراء الغربية	
100,0%	100,0%	0,0%		
72	45	27	المجموع	
100,0%	62,5%	37,5%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح تعرض الطلبة للحملة الإعلامية المقامة من طرف إدارة الخدمات الجامعية يتبين لنا أن 54,4% لم يتعرضوا للحملة الإعلامية من حاملي جنسية الجزائرية، و45,6% تعرضوا لها، تليها 85,7% من حاملي جنسية فلسطينية لم يتعرضوا، و14,3% تعرضوا لها، تليها كذلك 100,0% من طلبة موريتانيين والصحراويين لم يتعرضوا لها.

نستنتج من خلال هاته النسب أن الطلبة الذين تعرضوا للحملة الإعلامية كانوا من جنسية جزائرية ، وذلك لعدم تواجد معظم الطلبة المقيمين الأجانب داخل أرض الوطن أيام الحملة الإعلامية

جدول رقم (52): يوضح سبب غياب الطلبة عن الحملة الإعلامية المقامة من طرف الإدارة

المجموع	ما هو سبب غيابك				
	غير مهتم	كنت منشغل	لم تصلني المعلومة		
57	6	12	13	جزائرية	الجنسية
100,0%	10,5%	21,1%	22,8%		
7	3	0	4	فلسطينية	
100,0%	42,9%	0,0%	42,9%		
5	1	0	4	موريتانية	
100,0%	20,0%	0,0%	80,0%		

3	0	1	2	الصحراء الغربية
100,0%	0,0%	33,3%	66,7%	
72	10	13	22	المجموع
100,0%	13,9%	18,1%	30,6%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح سبب غياب الطلبة عن الحملة الإعلامية المقامة من طرف مديرية الخدمات الجامعية، يتبين ذلك أن 22,8% لم تصلهم المعلومة من حاملي جنسية جزائرية، 21,1% لم يكونوا منشغلين، و 10,5% غير مهتمين، تليها 42,9% من طلبة فلسطينيين لم تصلهم المعلومة، ونفس النسبة غير مهتمين، تليها كذلك ما نسبته 80,0% من طلبة موريتانيين لم تصلهم المعلومة، 20,0% غير مهتمين، في حين 66,7% من طلبة صحراويين لم تصلهم المعلومة ، و 33,3% كانوا منشغلين. نستنتج من ذلك أن معظم غياب الطلبة عن الحملة من مختلف الجنسيات لم تصلهم المعلومة حول الحملة الإعلامية، في حين تترجم النسب الطلبة الأجانب عن كونهم لم تصلهم المعلومة وذلك أغلبهم كان خارج الوطن .

جدول رقم (53): يوضح مساهمة الحملة الاعلامية في تحسين الصورة و سمعة مديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل ترى الحملة الاعلامية تساهم في تحسين الصورة و سمعة مديرية الخدمات الجامعية			
	الى حد ما	لا	نعم	
57	32	4	21	جزائرية
100,0%	56,1%	7,0%	36,8%	
7	3	2	2	فلسطينية
100,0%	42,9%	28,6%	28,6%	
5	2	1	2	
100,0%	40,0%	20,0%	40,0%	موريتانية
3	2	1	0	الصحراء الغربية
100,0%	66,7%	33,3%	0,0%	
72	39	8	25	المجموع
100,0%	54,2%	11,1%	34,7%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة الحملة الإعلامية في تحسين صورة وسمعة مديرية الخدمات الجامعية حسب الجنسية، يتبين لنا أن 56,1% من طلبة جزائريين يرون مساهمة الحملة في تحسين صورتها إلى حد ما، و 36,8% يرونها تساهم، في حين 7,0% يرونها لا تساهم في ذلك، تليها 42,9%

يرونها تساهم إلى حد ما، 28,6% يرونها تساهم وبنفس النسبة يرونها لا تساهم، تليها كذلك 40,0% من طلبة موريتانيين يرونها تساهم إلى حد ما وبنفس النسبة يرونها تساهم، أما بالنسبة للطلبة الصحراويين بنسبة 66,7% تساهم إلى حد ما، و33,3% لا تساهم.

نستنتج من خلال هذه النسب أن معظم الطلبة يرون أن الحملة الإعلامية تساهم في تحسين الصورة وسمعة الخدمات الجامعية لدى الطلبة المقيمين وذلك من خلال الخدمات المقدمة وما أعلن عنه في الحملة كان هناك مصداقية في الحملة وما تم ترويج له من خدمات.

جدول رقم (54): يوضح رضا الطلبة على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية

المجموع	هل انت راض على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية				
	الى حد ما	لا	نعم		
57	22	14	21	جزائرية	الجنسية
100,0%	38,6%	24,6%	36,8%		
7	5	1	1		
100,0%	71,4%	14,3%	14,3%	فلسطينية	
5	2	1	2	موريتانية	
100,0%	40,0%	20,0%	40,0%	الصحراء الغربية	
3	3	0	0		
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%		
72	32	16	24	المجموع	
100,0%	44,4%	22,2%	33,3%		

من خلال الجدول يوضح رضا الطلبة على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية حسب الجنسية، يتبين ذلك من خلال النسب المعبر عنها، أن 38,6% راضين إلى حد ما على خدمات المعلن عنها من ذوي الجنسية الجزائرية، 24,6% غير راضين، في حين 36,8% راضين ، تليها الجنسية الفلسطينية أن 14,3% غير راضين وبنفس النسبة راضين على ذلك، في حين 71,4% راضين إلى حد ما تليها الجنسية الموريتانية أن 40,0% راضين إلى حد ما و بنفس النسبة راضين بذلك و 20,0% غير راضيين، تليها الجنسية الصحراء الغربية، أن 100,0% راضين إلى حد ما بالخدمات المعلن عنها في الحملة.

نستنتج من خلال ذلك أن الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية كانت مرضية لطلبة المقيمين من مختلف الجنسيات ، وهذا ما ترجمته النسب التي كانت تشير إلى رضا إلى حد ما وهذا يشير إلى مصداقية الحملة المقامة .

جدول رقم (55): مساهمة المطبوعات والاعلانات والمطويات المقدمة وصناديق المقترحات في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل ترى ان المطبوعات و الاعلانات و المطويات المقدمة و صناديق المقترحات تساهم في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية				
	الى حد ما	لا	نعم		
57	22	5	30	جزائرية	
100,0%	38,6%	8,8%	52,6%		
7	3	2	2	فلسطينية	الجنسية
100,0%	42,9%	28,6%	28,6%		
5	3	1	1	موريتانية	
100,0%	60,0%	20,0%	20,0%		
3	3	0	0	الصحراء الغربية	
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%		
72	31	8	33	المجموع	
100,0%	43,1%	11,1%	45,8%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة المطبوعات والاعلانات والمطويات المقدمة وصناديق المقترحات في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية ، ويتبين لنا أنه 38,6% من طلبة جزائريين يرون مساهمة المطبوعات والإعلانات في تحسين صورتها إلى حد ما، و 52,6% يرونها تساهم، في حين 8,8% يرونها لا تساهم في ذلك، تليها 42,9% يرونها تساهم إلى حد ما، و 28,6% يرونها تساهم وبنفس النسبة يرونها لا تساهم، تليها كذلك 60,0% من طلبة موريتانيين يرونها تساهم إلى حد ما، و 20,0% لا تساهم وبنفس النسبة يرونها تساهم، أما بالنسبة للطلبة الصحراويين بنسبة 100,0% تساهم إلى حد ما.

جدول رقم (56): سعي موظفي الإقامة لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة المقيمين

المجموع	هل ترى ان موظفي الإقامة يسعون لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة			الجنسية
	نعم	لا	الى حد ما	
57	16	14	27	جزائرية
100,0%	28,1%	24,6%	47,4%	
7	1	1	5	فلسطينية
100,0%	14,3%	14,3%	71,4%	
5	1	1	3	موريتانية
100,0%	20,0%	20,0%	60,0%	
3	1	0	2	الصحراء الغربية
100,0%	33,3%	0,0%	66,7%	
72	19	16	37	المجموع
100,0%	26,4%	22,2%	51,4%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح سعي موظفي الإقامة لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة المقيمين يتبين لنا أن 47,4% من طلبة جزائريين يرون سعي موظفي الإقامة لتحسين صورة الإقامة إلى حد ما، 28,1% يرون ذلك، في حين أن 24,6% لا يرون ذلك، تليها 71,4% من طلبة فلسطينيين يرونها سعي إلى حد ما يساهم في تحسين صورتها، و 14,3% يرون ذلك وبنفس النسبة لايرون عسي الموظفين في ذلك، تليها كذلك 60,0% من طلبة موريتانيين يرون إلى حد ما سعي موظفي الإقامة في تحسين صورتها، و 20,0% يرون مساهمة موظفين، وبنفس النسبة لا يرون ذلك، و كذلك بالنسبة للطلبة الصحراويين أن 66,7% يرون أن سعي موظفي الإقامة إلى حد ما في ذلك في حين أن ما نسبته 33,3% يرون ذلك.

نستنتج من خلال ذلك أن سعي موظفي الإقامة في تحسين صورة الذهني للمديرية لدى الطلبة المقيمين ساهمت إلى حد ما وذلك من خلا النسب المتحصل عليها وهذا دليل على تنفيذ موظفي لإقامة والتزامهم ببرنامج المسطر من طرف الديوان الوطني للخدمات الجامعية المتمثل في ضرورة توفير الجو الملائم للطلبة وخاصة الأجانب منهم .

جدول رقم (57): يوضح ان اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة والمنظمات الطلابية مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها

المجموع	هل ترى ان اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة و المنظمات الطلابية مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها					
	نعم	لا	الى حد ما			
57	18	16	23	جزائرية	الجنسية	
100,0%	31,6%	28,1%	40,4%			
7	3	3	1			فلسطينية
100,0%	42,9%	42,9%	14,3%			
5	3	0	2	موريتانية		
100,0%	60,0%	0,0%	40,0%			
3	1	1	1	الصحراء الغربية		
100,0%	33,3%	33,3%	33,3%			
72	25	20	27	المجموع		
100,0%	34,7%	27,8%	37,5%			

من خلال الجدول أعلاه يوضح أن اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة والمنظمات الطلابية تساعد في تحسين صورتها حسب الجنسية، يتبين لنا 40,4% من طلبة جزائريين يرونها أن اللقاءات الدورية تساعد في ذلك إلى حد ما، و 31,6% يؤكدون على ذلك، في حين أن 28,1% لا يرون ذلك، تليها 42,9% من طلبة فلسطينيين يرونها تساعد في ذلك وبنفس النسبة لا يرون ذلك، في حين ما نسبته 14,3% يرونها تساعد إلى حد ما، تليها 60,0% من حاملي جنسية موريتانية الذي يرون أنها تساعد على ذلك، و 40,0% منهم يرونها تساهم في ذلك إلى حد ما، في حين أن طلبة صحراويين وبنسبة 33,3% يرونها تساعد إلى حد ما وبنفس النسبة تساعد في ذلك في حين أن 33,3% منهم لا يرون أنها تساعد في تحسين صورتها.

نستنتج من خلال ذلك أن اللقاءات الدورية التي تنظم مع ممثلي الطلبة والمنظمات الطلابية مع الإدارة أعط وجهها جديدا وتصور آخر عن الخدمات الجامعية ، وذلك بفتح الحوار والنقاش وهذا ساعد إلى حد ما في تحسين صورتها الذهني لدى الطلبة المقيمين من مختلف الجنسيات، وذلك بحرص إدارة على انشاء لجان الحي الإقامي وتنصيب التنظيمات المعتمدة من طرف الوزارة الوصية .

جدول رقم (58): يوضح رضا الطلبة على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية

المجموع	هل انت راض على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة				
	الى حد ما	لا	نعم		
57	19	8	30	جزائرية	الجنسية
100,0%	33,3%	14,0%	52,6%		
7	5	2	0		
100,0%	71,4%	28,6%	0,0%		
5	2	0	3	فلسطينية	الجنسية
100,0%	40,0%	0,0%	60,0%		
3	2	1	0		
100,0%	66,7%	33,3%	0,0%		
72	28	11	33	موريتانية	المجموع
100,0%	38,9%	15,3%	45,8%		
3	2	1	0		
100,0%	66,7%	33,3%	0,0%		
72	28	11	33	الصحراء الغربية	المجموع
100,0%	38,9%	15,3%	45,8%		
72	28	11	33		
100,0%	38,9%	15,3%	45,8%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح رضا الطلبة المقيمين على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية حسب الجنسية، يتبين لنا أن 52,6% من طلبة جزائريين يرونها تهدف لتحسين صورتها، و 33,3% يرونها تهدف إلى حد ما، في حين 14,0% لا يرونها تهدف إلى ذلك، تليها ما نسبته 71,4% من طلبة فلسطينيين يرونها تهدف إلى حد ما، و 28,6% لا يرونها تساعد على ذلك، في حين أن 60,0% من طلبة موريتانيين يرون أنها تهدف إلى ذلك، و 40,0% يرونها تهدف إلى حد ما في تحسين الصورة الذهنية، كما أن 66,7% من طلبة صحراويين يرونها تهدف إلى حد ما، و 33,3% لا يرونها تهدف إلى ذلك.

نستنتج من خلال ذلك أن الطلبة المقيمين راضين إلى حد ما على النشاطات المختلفة على مستوى الإقامة والتي من خلال تهدف إلى تحسين صورتها وذلك من خلال إحياء العديد من النشاطات والمهرجانات والأيام الوطني والدينية للطلبة الأجانب للإحتفاء معهم وهذا ما ساهم في تحسين صورتها.

جدول رقم (59): يوضح تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين

المجموع	كيف تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين				الجنسية
	سيئة	متوسطة	جيدة	جيدة جدا	
57	5	39	12	1	جزائرية
100,0%	8,8%	68,4%	21,1%	1,8%	
7	1	4	2	0	فلسطينية
100,0%	14,3%	57,1%	28,6%	0,0%	
5	0	3	1	1	موريتانية
100,0%	0,0%	60,0%	20,0%	20,0%	
3	0	2	1	0	الصحراء الغربية
100,0%	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	
72	6	48	16	2	المجموع
100,0%	8,3%	66,7%	22,2%	2,8%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين، والنسب تشير إلى 68,4% من طلبة جزائريين يقيمون الخدمات بالمتوسطة، و21,1% بالجيدة ، 8,8% بسيئة، في حين 1,8% بجيدة جدا، تليها طلبة فلسطينيين 57,1% متوسطة و20,0% جيدة في وبنفس النسبة جيدة جدا، أما طلبة موريتانية فتري جودة الخدمات تشير إلى 60,0% متوسطة ، و16,7% جيدة في حين 0,0% بالنسبة للجيدة وسيئة.

جدول رقم (60): يوضح مساهمة المجهودات المبذولة في تقديم الخدمات افضل من طرف ادارة الإقامة في تحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين

المجموع	هل تبران المجهودات المبذولة في تقديم الخدمات افضل من طرف ادارة الإقامة ساهمت في تحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين			الجنسية
	الى حد ما	لا	نعم	
57	33	12	12	جزائرية
100,0%	57,9%	21,1%	21,1%	
7	2	1	4	فلسطينية
100,0%	28,6%	14,3%	57,1%	
5	3	0	2	موريتانية
100,0%	60,0%	0,0%	40,0%	

3	3	0	0	الصحراء الغربية
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	
72	41	13	18	المجموع
100,0%	56,9%	18,1%	25,0%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة الجهود المبذولة من طرف إدارة الإقامة لتحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين، يتبين ذلك من خلال النسب أن 57,9% من ذوي جنسية جزائرية يرون أنها تساهم إلى حد ما، 21,1% لا تساهم، في حين أن 21,1% تساهم في ذلك، تليها حاملي جنسية فلسطينية أن 28,6% إلى حد ما يرونها تساهم، و 14,3% لا تساهم، في حين أن 57,1% تساهم هاته الجهود من طرف إدارة الإقامة، أما بالنسبة لطلبة موريتانيين فإن 40,0% يرونها تساهم إلى حد ما، و 60,0% يرونها تساهم في ذلك. في حين كل طلبة صحراويين يرونها تساهم.

نستنتج من ذلك أن الجهود المبذولة في تقديم خدمات أفضل ساهمت في تحسين الصورة الذهنية أنها ساهمت إلى حد ما، في حين يراها طلبة الأجانب مساهمة في ذلك، من خلال تحسين الخدمة وتطوير الأساليب في خلق جو مناسب لمعيشة الطالب.

حسب المستوى الدراسي:

جدول رقم (61): يوضح رضا الطلبة على الصورة المعطاة سابقا على مديرية الخدمات الجامعية

المجموع	هل انت راض على الصورة المعطاة لك سابقا على مديرية الخدمات الجامعية			
	الى حد ما	لا	نعم	
42	20	10	12	ليسانس
100,0%	47,6%	23,8%	28,6%	
29	19	6	4	ماستر
100,0%	65,5%	20,7%	13,8%	
1	1	0	0	دكتوراه
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	
72	40	16	16	المجموع
100,0%	55,6%	22,2%	22,2%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا رضا الطلبة على الصورة المعطاة لهم على مديرية الخدمات الجامعية حسب السن، يتبين لنا أن من خلال النسب أن 47,6% من طلبة ليسانس راضون إلى حد ما، و 23,8% غير راضين، في حين أن 28,6% راضين على الصورة المعطاة لهم، تليها طلبة ماستر أن 65,5% إلى حد

ما راضين بتلك الصورة، 20,7% غير راضين، في حين أن 13,8% راضين على الصورة، أما بالنسبة لطلبة دكتوراه فإن 100,0% يرونها راضين إلى حدما.

نستنتج من ذلك أن معظم الطلبة بكافة مستوياتهم راضين على الصورة المعطاة لهم وذلك من خلال الجهود التي تبذلها الإدارة من أجل المحافظة على قيمة واسم المؤسسة لدى جمهورها بصورة حسنة وهذه من أهداف المؤسسة في برنامجها الإتصالي مع جمهورها.

جدول رقم (62): يوضح تعرض الطلبة للحملة الإعلانية المقامة من طرف إدارة الخدمات الجامعية

المجموع	هل تعرضت الى حملة اعلامية المقامة من قبل ادارة الخدمات الجامعية			
	لا	نعم		
42	30	12	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	71,4%	28,6%		
29	14	15		
100,0%	48,3%	51,7%	ماستر	
1	1	0	دكتوراه	
100,0%	100,0%	0,0%		
72	45	27	المجموع	
100,0%	62,5%	37,5%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح لنا تعرض الطلبة للحملة الإعلامية المقامة من طرف مديرية الخدمات الجامعية، يتبين لنا أن 71,4% من طلبة ليسانس لم يتعرضوا للحملة، و 28,6% تعرضوا للحملة، تليها طلبة ماستر 48,3% لم يتعرضوا للحملة الإعلامية بالمقابل 51,7% تعرضوا للحملة، في حين نرى أن 100,0% من طلبة دكتوراه لم يتعرضوا للحملة.

نستنتج أن الطلبة الذين تعرضوا للحملة كانوا من طلبة الماستر أكثر من أي مستوى آخر وذلك لمعرفة جديد الخدمات الجامعية وذلك لعدم اطلاعهم بالجديد من خلال انتقال من مستوى إلى آخر، في حين أن طلبة ليسانس لم يتعرضوا بشكل كبير إلى في مؤسساتهم الثانوي.

جدول رقم (63): يوضح سبب غياب الطلبة عن الحملة

المجموع	ما هو سبب غيابك			المستوى الدراسي
	لم تصلني المعلومة	كنت منشغل	غير مهتم	
42	15	7	8	ليسانس
100,0%	35,7%	16,7%	19,0%	
29	7	6	1	ماستر
100,0%	24,1%	20,7%	3,4%	
1	0	0	1	دكتوراه
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
72	22	13	10	المجموع
100,0%	30,6%	18,1%	13,9%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح سبب غياب الطلبة عن الحملة الإعلامية المقامة من طرف مديرية الخدمات الجامعية، يتبين ذلك أن 35,7 لم تصلهم المعلومة من طلبة ليسانس، و 16,7% لم يكونوا منشغلين، 19% غير مهتمين، تليها 24,1% من طلبة الماستر لم تصلهم المعلومة، و 3,4% غير مهتمين، في حين أن 20,7% كانوا منشغلين، تليها كذلك ما نسبته 100,0% من طلبة دكتوراه غير مهتمين.

نستنتج من خلال هذا أن سبب غياب بعض الطلبة عن الحملة وباختلاف مستوياتهم أن المعلومة لم تصلهم وبعض آخر كان منشغل وغير مهتم، وهذا راجع نقص الدعاية الإعلامية لهاته الأيام المفتوحة

جدول رقم (64): يوضح مساهمة الحملة الإعلامية في تحسين صورة الخدمات الجامعية

المجموع	هل ترى الحملة الاعلامية تساهم في تحسين الصورة وسمعة مديرية الخدمات الجامعية			المستوى الدراسي
	نعم	لا	الى حد ما	
42	15	7	20	ليسانس
100,0%	35,7%	16,7%	47,6%	
29	10	1	18	ماستر
100,0%	34,5%	3,4%	62,1%	
1	0	0	1	دكتوراه
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
72	25	8	39	المجموع
100,0%	34,7%	11,1%	54,2%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة الحملة الإعلامية في تحسين صورة وسمعة مديرية الخدمات الجامعية، يتبين لنا أن 47,6% من طلبة ليسانس يرون مساهمة الحملة في تحسين صورتها إلى حد ما، و 35,7% يرونها تساهم، في حين 16,7% يرونها لا تساهم في ذلك، تليها 62,1% من طلبة ماستر

يرونها تساهم إلى حد ما ،34,5% يرونها تساهم، و3,4% يرونها لا تساهم، تليها كذلك 100,0% من طلبة موريتانيين يرونها تساهم إلى حد ما.

نستنتج ان الحملة الإعلامية كانت ناجعة إلى حد ما وذلك من خلال الأرقام التي تشير إلى أن طلبة بكافة مستوياتهم يرون فيها تساهم في تحسين صورة الخدمات الجامعية وهذا يرجع إلى جودة التعريف والتقديم بخدمات المؤسسة للجمهور.

جدول رقم (65): يوضح رضا الطلبة على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية

المجموع	هل انت راض على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الاعلانية			
	الى حد ما	لا	نعم	
42	17	11	14	ليسانس
100,0%	40,5%	26,2%	33,3%	
29	15	5	9	ماستر
100,0%	51,7%	17,2%	31,0%	
1	0	0	1	دكتوراه
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
72	32	16	24	المجموع
100,0%	44,4%	22,2%	33,3%	

من خلال الجدول يوضح رضا الطلبة على مستوى الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية حسب الجنسية، يتبين ذلك من خلال النسب المعبر عنها، أن 40,5% من طلبة ليسانس راضين إلى حد ما على خدمات المعلن عنها من ، 26,2% غير راضين، في حين 33,3% راضين ، تليها طلبة ماستر أن 17,2% غير راضين ، و 31,0% راضين على ذلك، في حين 51,7% راضين إلى حد ما، تليها طلبة دكتوراه أن 100,0% راضين بذلك .

نستنتج أن الطلبة راضين إلى حد ما على الخدمات المعلن عنها في الحملة الإعلامية ، وهذا يدل على أن القائمين على الحملة يتحرون في المصادقية لان الجمهور المستهدف هم طبقة نخبة من كل المستويات على مستوى التعليم العالي ،ومعيار المصادقية أساسي في تعامل مع جماهير المؤسسة.

جدول رقم (66): يوضح مساهمة المطبوعات والإعلانات والمطويات في ترسيخ صورة الحسنة للخدمات الجامعية

المجموع	هل ترى ان المطبوعات والاعلانات والمطويات المقدمة و صناديق المقترحات تساهم في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية				
	الى حد ما	لا	نعم		
42	18	7	17	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	42,9%	16,7%	40,5%		
29	12	1	16	ماستر	
100,0%	41,4%	3,4%	55,2%		
1	1	0	0	دكتوراه	
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%		
72	31	8	33	المجموع	
100,0%	43,1%	11,1%	45,8%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة المطبوعات والاعلانات والمطويات المقدمة وصناديق المقترحات في ترسيخ صورة حسنة لمديرية الخدمات الجامعية ، ويتبين لنا أنه 42,9% من طلبة ليسانس يرون مساهمة المطبوعات والإعلانات في تحسين صورتها إلى حد ما، و 40,5% يرونها تساهم، في حين 16,7% يرونها لا تساهم في ذلك، تليها 41,4% من طلبة ماستر يرونها تساهم إلى حد ما، 55,2% يرونها تساهم وبنسبة 3,4% يرونها لا تساهم، تليها كذلك 100,0% من طلبة دكتوراه يرونها تساهم إلى حد ما.

نستنتج من خلال ذلك أن المطبوعات والإعلانات والمطويات المقدمة والصناديق المقترحات تساهم في ترسيخ الصورة الحسنة للخدمات الجامعية لدى الطلبة المقيمين بكافة مستوياتهم، ويدل على كلما زاد مستوى التعليمي زاد نضجهم ووعيهم.

جدول رقم (67): يوضح سعي موظفي الإقامة لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة

المجموع	هل ترى ان موظفي الإقامة يسعون لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة				
	الى حد ما	لا	نعم		
42	20	11	11	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	47,6%	26,2%	26,2%		
29	16	5	8	ماستر	
100,0%	55,2%	17,2%	27,6%		

1	1	0	0	دكتوراه	
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%		
72	37	16	19	المجموع	
100,0%	51,4%	22,2%	26,4%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح سعي موظفي الإقامة لتحسين الصورة الذهنية للمديرية لدى الطلبة المقيمين يتبين لنا أن 47,6% من طلبة ليسانس يرون سعي موظفي الإقامة لتحسين صورة الإقامة إلى حد ما و 26,2% يرون ذلك، وبنفس النسبة لا يرون ذلك، تليها من طلبة ماستر 55,2% يرونها سعي إلى حد ما يساهم في تحسين صورتها، و 27,6% يرون ذلك وبنسبة 17,2% لا يرون سعي الموظفين في ذلك، تليها كذلك 100,0% من طلبة دكتوراه يرون إلى حد ما سعي موظفي الإقامة في تحسين صورتها. جدول رقم (68): يوضح اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة والمنظمات الطلابية مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها

المجموع	هل ترى ان اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة والمنظمات الطلابية مع الإدارة تساعد في تحسين صورتها				
	الى حد ما	لا	نعم		
42	12	17	13	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	28,6%	40,5%	31,0%		
29	14	3	12		
100,0%	48,3%	10,3%	41,4%	ماستر	
1	1	0	0	دكتوراه	
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%		
72	27	20	25	المجموع	
100,0%	37,5%	27,8%	34,7%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح أن اللقاءات الدورية مع ممثلي الطلبة والمنظمات الطلابية تساعد في تحسين صورتها، يتبين لنا 28,6% من طلبة ليسانس يرونها أن اللقاءات الدورية تساعد في ذلك إلى حد ما، و 31,0% يؤكدون على ذلك، في حين أن 40,5% لا يرون ذلك، تليها 41,4% من طلبة ماستر يرونها تساعد في ذلك، وبنسبة 10,3% لا يرون ذلك، في حين ما نسبته 48,3% يرونها تساعد إلى حد ما، تليها 100,0% من طلبة دكتوراه الذي يرون أنها تساعد إلى حد ما.

جدول رقم (69): يوضح رضا الطلبة على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة والتي تهدف إلى تحسين صورتها الذهنية

المجموع	هل انت راض على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة				
	الى حد ما	لا	نعم		
42	16	9	17	ليسانس	المستوى الدراسي
100,0%	38,1%	21,4%	40,5%		
29	11	2	16	ماستر	
100,0%	37,9%	6,9%	55,2%		
1	1	0	0	دكتوراه	
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%		
72	28	11	33	المجموع	
100,0%	38,9%	15,3%	45,8%		

من خلال الجدول أعلاه يوضح رضا الطلبة المقيمين على نشاطات المختلفة المقامة على مستوى الإقامة و التي تهدف الى تحسين صورتها الذهنية حسب المستوى الدراسي، يتبين لنا أن 40,5% من طلبة ليسانس يرونها تهدف لتحسين صورتها، و 38,1% يرونها تهدف إلى حد ما، في حين 21,4% لا يرونها تهدف إلى ذلك، تليها ما نسبته 37,9% من طلبة ماستر يرونها تهدف إلى حد ما ، و 6,9% لا يرونها تساعد على ذلك، في حين أن 55,2% يرونها تساعد ، و 100,0% طلبة دكتوراه يرون أنها تهدف إلى حد ما في تحسين الصورة الذهنية،

نستنتج من خلال النسب والأرقام أن النشاطات المقامة على مستوى الإقامة تساعد على تحسين صورتها، وذلك بفضل البرنامج المسطر من الديوان الوطني للخدمات الجماعية للنشاطات الوطنية والجهوية والمحلية التي يشارك فيها الطلبة باختلاف مستوياتهم وبمختلف النشاطات العلمية والرياضية والثقافية والترفيهية.

جدول رقم (70): يوضح تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين

المجموع	كيف تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين				المستوى الدراسي
	سيئة	متوسطة	جيدة	جيدة جدا	
42	4	29	8	1	ليسانس
100,0%	9,5%	69,0%	19,0%	2,4%	
29	2	19	7	1	ماستر
100,0%	6,9%	65,5%	24,1%	3,4%	
1	0	0	1	0	دكتوراه
100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	
72	6	48	16	2	المجموع
100,0%	8,3%	66,7%	22,2%	2,8%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مديرية الخدمات لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة المقيمين، والنسب تشير إلى 69,0% من طلبة ليسانس يقيمون الخدمات بالمتوسطة، و19,0% بالجيدة، 9,5% بسيئة، في حين 2,4% بجيدة جدا، تليها طلبة ماستر 65,5% متوسطة و24,1% جيدة في حين 6,9% يقيمون سيئة و3,4% جيدة جدا، أما طلبة دكتوراه فترى جودة الخدمات تشير إلى 100,0% جيدة .

جدول رقم (72): يوضح الجهود المبذولة في تقديم خدمات أفضل من طرف الإدارة في تحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين

المجموع	هل تريان الجهود المبذولة في تقديم الخدمات أفضل من طرف إدارة الإقامة ساهمت في تحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين			المستوى الدراسي
	الى حد ما	لا	نعم	
42	20	11	11	ليسانس
100,0%	47,6%	26,2%	26,2%	
29	20	2	7	ماستر
100,0%	69,0%	6,9%	24,1%	
1	1	0	0	دكتوراه
100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	
72	41	13	18	المجموع
100,0%	56,9%	18,1%	25,0%	

من خلال الجدول أعلاه يوضح مساهمة المجهودات المبذولة من طرف إدارة الإقامة لتحسين صورتها لدى الطلبة المقيمين، يتبين ذلك من خلال النسب أن 47,6% من طلبة ليسانس يرون أنها تساهم إلى حد ما، 26,2% لا تساهم، في حين أن 26,2% تساهم في ذلك، تليها طلبة ماستر أن 69,0% إلى حد ما يرونها تساهم، و 6,9% لا تساهم ، في حين أن 24,1% تساهم هاته المجهودات من طرف إدارة الإقامة ، أما بالنسبة لطلبة دكتوراه فإن 100,0% يرونها تساهم إلى حد ما.

نتائج العامة للدراسة:

بعد أن استكملنا دراستنا وتحليل نتائج الجداول خرجنا بنتائج عامة حول أهمية العلاقات العامة كوظيفة في مديرية الخدمات الجامعية بغرداية ونطرح في نقاط التالية :

- عدم إعطاء أهمية لهاته وظيفة ضمن مخطط الموارد البشرية للمديرية العامة للديوان الوطني للخدمات الجامعية
- عدم وجود قسم فعلي بتسمية العلاقات العامة وهو ما يقوم به قسم المراقبة والتنسيق من خدمات تليق بقسم العلاقات العامة
- بالرغم من عدم وجود قسم خاص بوظيفة العلاقات العامة إلا أن الموظفين يسعون من خلال خبرات لدى مؤسسات أخرى العمل بها وتحقيق مردودية في أرض الواقع
- تمارس العلاقات العامة كوظيفة ثانوية داخل النظام الإتصالي فقط.
- بذل مجهود متواصل من قبل موظفي قسم المراقبة والتنسيق في نسج علاقات جيدة بين الإدارة والطلبة وممثلي الطلبة
- معظم موظفي القسم كانوا يشغلون رؤساء امصالح على مستوى الإقامةتين مكنتهم من أداء مهامهم في التواصل مع الطلبة بشكل جيد .
- العمل على توفير وسائل التواصل بين الطلبة من خلال شبكات التواصل الإجتماعي والموقع الإلكتروني للمديرية بالإضافة إلى الإجتماعات الدورية مع التنظيمات الطلابية وممثلي الحي الجامعي .
- العمل على ظفر بالتكوين في مجال العلاقات العامة لموظفي قسم المراقبة والتنسيق
- كل أنشطة التي تقوم بها مصالح قسم المراقبة والتنسيق تخضع لتعليمات وقرارات من الديوان الوطني للخدمات الجامعية.

خاتمة

تحتل العلاقات العامة مكانة مهمة داخل المؤسسات العمومية والخاصة انطلاقا من كونها وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة ، لتكون بمثابة همزة وصل بين المؤسسات والجمهور وذلك من خلال إنشاء علاقات وإيجاد قنوات اتصال سهلة وبسيطة وفي نفس الوقت ذات رواج للجمهور، كونها تعمل على التكيف بين كل من المؤسسة وجمهورها، وهو ضروري لخلق جو من تفاهم وتجانس مع المؤسسة والبيئة المحيطة بها وهو ما يسهل تطورها وتوسعها من خلال فهم الجمهور مهام والأهداف التي تسعى لتحقيق رضا الجمهور من خلال الخدمات المقدمة .

إلا أن إهمية العلاقات العامة التعريف بالمؤسسة للجمهور والبيئة المحيطة بها وعمل على بناء صورة حسنة لدى الجمهور وهذا لب وظيفة العلاقات العامة ، وذلك من خلال بناء صورة ذهنية والعمل على تحسينها لضمان بقاء واستمرارية المؤسسة.

واعتمادا على نتائج الدراسة نستطيع القول أن مديرية الخدمات الجامعية لولاية غرداية بإحتوائها على إقامتين جامعتين تحاول من العمل بجهد على تفعيل الدور التي تؤديه برامج العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة وكسب ثقة وتأييد جمهور الطلبة، وهذا راجع لغياب متخصصين في العلاقات العامة وذلك من شأنه أن يؤثر سلبا على مكانة وسير المؤسسة أمام جمهورها الداخلي والخارجي بصورة عامة.

ومن خلال هذا نرجو أن تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن أهمية وظيفة العلاقات العامة في تحسين صورة الذهنية للطلبة ، نم نكون قد أضفنا عملا يمكن للمسؤولين على القطاع والإدارة المركزية استحداث قسم خاص و صياغة برنامج للعلاقات العامة.

قائمة المراجع

1. إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1975.
2. إسلام أحمد عثمان، فن العلاقات العامة، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة ، 2015، 115
3. ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان -الأردن، 2005.
4. زيدان الجبوري: مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد 9-2010.
5. شذوان علي شبيبة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
6. صالح حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية ، دار الزهراء ، ط1، الرياض ، 1431هـ.
7. عبيدة صبطي- كلثوم سعدي، مدخل إلى العلاقات العامة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2010.
8. علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2016.
9. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، المدينة برس للطباعة والنشر، كلية الإعلام، 2008.
10. فاطمة عوض جابر، ميرفت علي خفاجة، أسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية ، ط1، 2002.
11. مصطفى يوسف كافي، إدارة العلاقات العامة والمؤتمرات والبروتوكولات الدبلوماسية (العلاقات العامة وقواعد الإتيكيت-تنظيم المؤتمرات-قواعد البروتوكولات، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2015.
12. منال هلال المزاهرة، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان ، 2015.
13. يحي محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الإسلامي، مكتبة القرآن للطبع والنشر والتوزيع، بدون سنة نشر، ب ط.

قائمة المراجع

المذكرات والرسائل الجامعية:

14. أحمد تلجون-مختار سعيداني، استراتيجية العلاقات العامة ودورها في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة سونلغاز بالمدينة (جانفي إلى ماي 2015)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، 2015/2014.

مواقع الانترنت:

15. elwahat.univ-ghardaia.dz/annonce/04.العينة/pdf 11/02/2017 16.04
16. <http://www.arabmn.com/archives/1683> 22.30 19/03/2017