

جامعة غرداية  
كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية  
قسم: العلوم الإنسانية  
شعبة علوم الإعلام والاتصال



واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الخاصة  
- دراسة حالة مؤسسة تاونزة العلمية ببني يزقن ولاية غرداية -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص اتصال علاقات عامة

تحت إشراف الدكتور:

بكير قشار

إعداد الطالب:

✓ مصطفى بجماني

السنة الجامعية:

2018/2017م

# إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على أشرف خلق الله

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه إلى يوم الدين

أما بعد:

لا يسعني إلا أن أهدي ثمرة جهدي المتواضع هذا إلى الوالدين الكريمين

أمي و أبي

اللذان سهرتا عليا الليالي وأنفقا عليّ النفيس من أجلي أدام الله عليهما الصحة والهناء

والسعادة.

إلى جميع إخوتي وأخواتي وإلى جميع الأهل والأقارب

إلى كل صديق

إلى كل شخص كان سنداً لي ولو بكلمة طيبة.

# شكر وعرهان

قال الله عز وجل: "وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ"  
صدق الله العظيم

الحمد والشكر لله تعالى الذي وفقني لأن أتممت على إنجاز هذا العمل

وأقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الدكتور بكير قشار على إشرافه على الرسالة

التخرج وعلى متابعتة الجادة ومساعدته على إنجازة.

والشكر موصول إلى جميع الأساتذة الذين تعلمت على يدهم

وأشكر كل شخص ساعدني ولو بكلمة طيبة.

## ملخص الدراسة:

تعتبر العلاقات العامة الركيزة الأساسية في جميع المؤسسات والمنظمات إذ يتميز بكونه وظيفة حيوية تسعى إلى تحسين وتوطيد العلاقات داخل وخارج المؤسسة. ومن المسلم أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية ارتبط ظهورها بنشأة المجتمعات البدائية، وكانت ممارسة هذه الوظيفة خلال العصور الماضية لم تخضع للمعايير العلمية، فقد اعتمدت العلاقات العامة في هذه المراحل التاريخية المختلفة على المهارات الشخصية لممارسيها والتي كانت تنجح أحياناً وتفشل أحياناً.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستي لتكشف عن واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية وللإجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية لهذه الدراسة، وقد اعتمدت في دراستي على المنهج دراسة حالة لأنه يتناسب مع هذا النوع من البحوث والذي يعتمد على جمع البيانات وتحليلها، أما عن طريقة اختيار العينة الدراسة فقد كانت اختيار 50 عينة عشوائية والمكون من الأساتذة والإداريين.

وتمت الدراسة في مؤسسة تاونزة العلمية وبعد استخدام أدوات جمع البيانات المبحوثين من خلال الاستبيان وتحليل إجاباتهم تم الوصول إلى نتيجة الأخيرة مفادها أن واقع العلاقات العامة في المؤسسة هو واقع مزال لم يرتقي إلى مستوى الاحترافية كون أنه يركز على وظائف وأهداف خارجية أكثر منها داخلية.

### Study Summary:

Public relations is the cornerstone of all institutions and organizations as it is a vital function that seeks to improve and consolidate relations within and outside the institution.

It is recognized that public relations is an inevitable social phenomenon associated with the emergence of primitive societies. The practice of this function during the past centuries was not subject to scientific standards.

In this context, my study was designed to reveal the reality of public relations in the educational institution and to answer the main question and the secondary questions of this study. In my study I adopted a case study because it is suitable for this type of research, which depends on the collection and analysis of data. The choice of 50 random samples was made up of professors and administrators.

The study was carried out in the Taunza scientific institution and after the use of data collection tools through the questionnaire and the analysis of their answers, the result of the latter was that the reality of the public relations in the institution is an average reality that it is based on external functions rather than internal.

## خطة الدراسة:

### الفصل الأول: الإطار المنهجي

- مقدمة
- إشكالية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- فرضيات الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- منهج الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- مجتمع البحث
- عينة الدراسة
- حدود الدراسة
- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- الدراسات السابقة
- حدود استفادة من الدراسات السابقة

### الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة

المبحث الثاني: العلاقات العامة (وظائف، أهداف، أهمية)

المبحث الثالث: مبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة.

### الفصل الثالث: المؤسسات التربوية الخاصة.

المبحث الأول: مفهوم المؤسسات التربوية الخاصة

المبحث الثاني: المؤسسات التربوية (مكوناتها، وظائفها، خصائصها)

المبحث الثالث: المؤسسة التربوية ( أهميتها، أهدافها )

الفصل الرابع: واقع العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية

المبحث الأول: نبذة فنية عن مؤسسة تاونزة العلمية

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة للدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

الفهرس

## مقدمة:

تبوأت العلاقات العامة مكانة متميزة في الفكر الإداري الحديث، حيث ظهرت مؤسساتها العلمية المتخصصة، وأصبح تدريسها في العديد من التخصصات أمراً ضرورياً لإعداد الخريجين لميدان العمل وتزويدهم بما يساعدهم على النجاح فيه والقيام بمتطلبات مهامه، وأصبحت بذلك إحدى أهم وظائف الإدارية، وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة التي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة ووظائفها ودخلت العلاقات العامة مجالات تطبيقية عديدة في المجتمع المعاصر كالوزارات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والمؤسسات التربوية والمنظمات الدولية والمؤسسات الإعلامية والمشروعات الخاصة... الخ

العلاقات العامة تؤدي بصفة مستمرة وبطريقة مخططة وهدفها إنشاء تفاهم مشترك بين المنظمة وجماهيرها ، فتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أمام الجمهور هي غاية العلاقات العامة الأساسية لأي مؤسسة وتبنى هذه الصورة الذهنية على أساس تنفيذ برامج للعلاقات العامة والتي تقوم على الأمانة والصدق من خلال التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها. وللعلاقات العامة دور فعال في خلق الصلات الطيبة وتكوين السمعة الحسنة، فهي تتميز بأنها اتصال ذو اتجاهين الذي لا بد منه لغرض إحداث التجاوب الفعال والصادق من خلال الاهتمام برغبات وآمال ووجهة نظر الجماهير ونقلها إلى الإدارة المؤسسة وكذلك نقل أهداف وخطط ونشاط المؤسسة إلى جمهورها الذي يشمل الموظفين والعمال ويسمى الجمهور الداخلي وكذلك الجمهور الخارجي ويتمثل في جميع المتعاملين كالمستهلكين والمجهزين وغيرهم....<sup>1</sup>

والمدرسة التربوية تعتبر إحدى المؤسسات المجتمع التي تسود فيه العلاقات العامة سواء الجمهور الداخلي والمتمثل في المدير المؤسسة ورؤساء المصالح والموظفين... الخ أو الجمهور الخارجي والمتمثل في جميع المتعاملين والأولياء... الخ والتي تقوم على الثقة والاحترام المتبادل وتأمين الراحة والأمان وتوفير الظروف المادية والمعنوية المناسبة بما يعزز العمل الجيد وتحقيق أهداف المؤسسة.

<sup>1</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، ط1، دارالرياحين للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2016،

نظرًا لأهمية دور العلاقات العامة في المؤسسات التربوية نحاول من خلال هذه الدراسة التطرق إلى دور وأهمية العلاقات العامة في المؤسسة ولتحقيق ذلك قسمنا الدراسة إلى أربع فصول، الفصل الأول تطرقنا فيه إلى الإطار المنهجي المقدمة والإشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية وبعدها إلى أهداف وأهمية الدراسة وبعدها أسباب اختيار الموضوع، ثم إلى المنهج المتبع في الدراسة وأدوات جمع البيانات ومجتمع البحث وعينة الدراسة، ثم تحديد أهم المفاهيم والمصطلحات الدراسة، وبعدها إلى أهم الدراسات السابقة في هذا المجال وفي الأخير حدود الاستفادة من الدراسة السابقة.

أما الفصل الثاني فقد خصصناه للإطار المفاهيمي حول العلاقات العامة وقد قسمناها إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول حول تعريف العلاقات العامة نشأتها وتطورها وخصائص العلاقات العامة، أما المبحث الثاني يتحدث حول وظائف وأهداف وأهمية العلاقات العامة، والمبحث الثالث فقد تطرقنا إلى مبادئ العلاقات العامة والخصائص الواجبة توفرها في رجل العلاقات العامة وأخلاقيات العلاقات العامة.

أما الفصل الثالث فقد درسنا فيه المؤسسات التربوية الخاصة وقسمت إلى مبحثين، المبحث الأول: يتحدث عن المؤسسات التربوية الخاصة من حيث التعريف ونشأتها وظروف ظهورها في الجزائر، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه عن مكونات ووظائف وخصائص المؤسسات التربوية، فيما كان المبحث الثالث عن أهمية وأهداف المؤسسات التربوية

أما الفصل الرابع فكان الجانب التطبيقي لدراسة ميدانية حول واقع العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية وفيه ثلاث مباحث، المبحث الأول يتحدث عن نبذة فنية عن مؤسسة تاونزة العلمية، والمبحث الثاني كان فيه مناقشة وتحليل معطيات الدراسة الميدانية، وأما المبحث الرابع تناولنا فيه الاستنتاجات العامة للدراسة.



## الفصل الأول: الإطار المنهجي

- ✓ مقدمة
- ✓ إشكالية الدراسة
- ✓ تساؤلات الدراسة
- ✓ فرضيات الدراسة
- ✓ أهداف الدراسة
- ✓ أهمية الدراسة
- ✓ أسباب اختيار الموضوع
- ✓ منهج الدراسة
- ✓ أدوات جمع البيانات
- ✓ مجتمع البحث
- ✓ عينة الدراسة
- ✓ حدود الدراسة
- ✓ تحديد المفاهيم والمصطلحات
- ✓ الدراسات السابقة
- ✓ حدود استفادة من الدراسات السابقة

## الإشكالية:

نظرا للتطورات الحاصلة في المجال التربوية والتعليم وتعدد المؤسسات التربوية الخاصة وتناميا للعلاقات الإيجابية بين الموظفين داخل المؤسسة وخارجها، فإن العلاقات العامة في المؤسسة التربوية تقوم بتنشيط وتفعيل شتى العلاقات الاتصالية بين الأعضاء المؤسسة من الإداريين والأساتذة والفهم المتبادل فيما بينهم بما يؤدي إلى تأهيل والتعاون المشترك والثقة المتبادلة وبذلك تكون لها صلة مباشرة في تحقيق العديد من الأهداف التربوية والتعليمية وبذلك تحقيق الريادة في ظل المنافسة بين المؤسسات التربوية.

وعليه كان السؤال دراستنا على النحو التالي:

ماهو واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الخاصة " تاونزة العلمية "بمدينة بني يزقن ولاية غرداية؟

### تساؤلات فرعية :

1. ماهي المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية؟
2. ماهي وسائل الاتصال التي تستخدمها مؤسسة الدراسة في مجال العلاقات العامة؟
3. ماهي أهداف العلاقات العامة في مؤسسة الدراسة؟
4. مامدى فاعلية العلاقات العامة في تحقيق أهداف مؤسسة الدراسة؟
5. ماهي المعوقات التي تعاني منها العلاقات العامة في مؤسسة الدراسة؟

### فرضيات:

1. للعلاقات العامة مكانة هامة ضمن الهيكل التنظيمي لمؤسسة التربية الخاصة تاونزة العلمية لمدينة بني يزقن.
2. العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية لها دور في التخطيط الاستراتيجي .
3. مصلحة العلاقات العامة بمؤسسة تاونزة العلمية لها دور في تحقيق الأهداف المؤسسة.
4. مؤسسة تاونزة العلمية توظف جميع وسائل الاتصال المتاحة للاتصال بجمهورها الداخلي
5. الاتصال النازل هو أكثر الاتصالات استعمالا داخل المؤسسة الدراسة.

### أهداف الدراسة:

نسعى من خلال دراستنا إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نلخصها فيما يلي:

1. معرفة مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بمؤسسة تاونزة العلمية.

2. الاطلاع على أهم وظائف وأهداف العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية.
3. محاولة التعرف على جملة من العراقيل التي تواجه العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية.
4. معرفة مدى مساهمة العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية على تحقيق أهداف المؤسسة.
5. معرفة مدى أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية وبالأخص المؤسسات التربوية والمساهمة في تطورها.

### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة وذلك لتحقيق الاستقرار والاستمرارية في المؤسسة ومن هذا المنطلق وفي ظل تزايد المستمر للمؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر فإنّ هذه الأخيرة أولت اهتماما بالعلاقات العامة.
- تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة في المؤسسة وذلك لتحقيق الانسجام والتكامل والتفاهم بين الموظفين.
- تسمح العلاقات العامة في المؤسسة بفهم المحيط الذي تنتمي إليه والتعرف على آراء المجتمع حولها.
- العلاقات العامة هي إحدى الإدارات المهمة في المؤسسة التربوية لأن من خلالها يستطيع كل متسائل من الموظفين والأولياء أن يجد جوابا لكل ما يدور في ذهنه.

### أسباب اختيار الموضوع:

#### أسباب ذاتية:

1. الميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع نتيجة تزايد المستمر للمؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر.
2. المساهمة في تقديم دراسة علمية حول العلاقات العامة في المؤسسات التربوية الخاصة.
3. الرغبة في اكتشاف مكانة العلاقات العامة في المؤسسة التربوية تاونزة العلمية.

## أسباب موضوعية:

1. الاهتمام المتزايد بالمجال العلاقات العامة والتي تعتبر من بين العوامل المساهمة في نجاح المؤسسات التربوية.
2. الوقوف عند واقع تطبيق العلاقات العامة في المؤسسات التربوية الجزائرية الخاصة.
3. معرفة مدى اهتمام المؤسسات التربوية الخاصة بمجال العلاقات العامة.

## منهج الدراسة:

من أجل الوصول إلى فهم الصحيح لأي ظاهرة فلا بد من اللجوء إلى طرق متعددة وبالتالي منهجيات متعددة ، ولكن موضوع بحثنا لا يستلزم بالضرورة استخدام كل المناهج ، بل يجب اختيار منهاجا واحدا فقط ، يسمح لنا بفهم واضح وأحسن للظاهرة المدروسة. وعلى ضوء الإشكالية المطروحة فإن هذه دراستنا اعتمدنا على منهج دراسة الحالة ومن ثم بإمكاننا التعمق أكثر في الدراسة من خلال استخدامنا للأدوات البحث العلمي وهي الاستمارة والمقابلة والملاحظة.

وعلى ضوء ما تقدم يمكن تعريف المنهج دراسة الحالة على أنها الأسلوب الذي يقوم على جمع بيانات ومعلومات عن حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة وما يشبهها من ظواهر ، حيث تجمع البيانات عن الوضع الحالي للظاهرة المدروسة وكذلك عن ماضيها وعلاقاتها من أجل فهم أعمق وأفضل للمجتمع الذي تمثله.<sup>1</sup>

## أدوات جمع البيانات والمعلومات:

- (1) **المقابلة:** يمكن تعريف المقابلة على أنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة أو الموقف معين يسعى الباحث لتعرفه من أجل تحقيق أهداف الدراسة.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص. 46.

<sup>2</sup> محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون ، مرجع سبق ذكره، ص. 55.

وهنا في دراستنا اعتمدنا على المقابلة العلمية مع مسؤول العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية وقد طرحنا عليه مجموعة من الأسئلة وأجاب عنها وذلك من أجل الحصول على المعلومات، ( ودليل المقابلة ينشر كاملا في الملحق).

(2) **الاستبانة:** هي عبارة من مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، ويتم إرسال الاستبانة إلى أفراد الدراسة إما بالبريد لتعبئتها وإعادتها إلى الباحث، أو قد يتم تعبئتها بوجود الباحث شخصيا، كما قد يتم تعبئتها عن طريق الهاتف.<sup>1</sup>

قمت بتوظيف الاستبانة كأداة مهمة لجمع البيانات و المعلومات الدراسة، وتحتوي الاستبانة على 14 سؤالا، وتتوعت أسئلة الاستبانة بين أسئلة مفتوحة، وأسئلة مغلقة ثنائية التفرع، وأسئلة مغلقة متعددة الاختيار، وكانت الأسئلة موزعة على محورين، المحور الأول حول العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية ويتضمن عشرة أسئلة، المحور الثاني حول العراقيل التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية ويتضمن أربعة أسئلة، إضافة إلى البيانات الشخصية الجنس والسن و العلاقة بالمؤسسة والمستوى التعليمي والأقدمية في المؤسسة.

قبل توزيع الاستبانة على المبحوثين قدمت الاستبانة للمجموعة من الأساتذة مختصين في علوم الإعلام والاتصال<sup>2</sup> قصد تحكيمها وتقييم مدى صلاحيتها من أجل معرفة مدى مطابقتها لأهداف الدراسة ومدى مطابقة صياغة الأسئلة للشروط العلمية، وقد تم الأخذ ملاحظاتهم واقتراحاتهم بعين الاعتبار.

وقد قمت بتوزيع 50 استبانة على الجمهور الداخلي للمؤسسة أي الأساتذة والإداريين في الفترة ممتدة بين 23 أبريل إلى 03 ماي 2018م والمكان توزيع الاستبانة كان في مدرسة تاونزة العلمية، واسترجعت 46 استبانة أي 92%، وبعد استرجاع الاستبانة تم تحليل البيانات وآراء المبحوثين ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss).

<sup>1</sup> محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون، **منهجية البحث العلمي**، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص. 63.

<sup>2</sup> الأستاذة سليمان ليلى، (جامعة غرداية). الأستاذ دكاني لظفي، (جامعة غرداية).

(3) **الملاحظة:** عرفها البعض بأنها: توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة والملاحظة نوعان: المباشرة وغير المباشرة<sup>1</sup>. وفي دراستنا الحالية استخدمنا الملاحظة غير المباشرة أثناء ترددي للمؤسسة وذلك من خلال ملاحظة سلوك الأساتذة والإداريين فيما بينهم.

### **مجتمع البحث:**

فيما يخص مجتمع البحث هم جميع موظفين مؤسسة تاونزة العلمية من الأساتذة والإداريين والمتمثل عددهم 65 موظف.

### **عينة الدراسة:**

أخذنا عينة عشوائية مكونة من 50 مفردة من الأساتذة والإداريين وتمت الدراسة على 46 مفردة أي 92% .

### **حدود الدراسة:**

حدود المكانية: طبقت الدراسة على مدرسة التربية الخاصة تاونزة العلمية كون أنها من المدارس الرائدة في مجال التربية والتعليم في ولاية غرداية ولها سمعة طيبة في محيطها الخارجي إضافة إلى النتائج التي باتت تحققها في مجال التعليم.

حدود الزمانية: أجريت الدراسة في فترة زمنية محددة ما بين 23 أفريل إلى 05 ماي من الموسم الدراسي 2018/2017م

حدود البشرية: الفئة المستهدفة التي أجريت عليها الدراسة هي 50 مفردة عشوائية من الأساتذة والإداريين بالمؤسسة تاونزة العلمية.

حدود الموضوعية: ركزت الدراسة على التعرف على آراء الأساتذة والإداريين حول العلاقات العامة داخل مؤسسة تاونزة العلمية.

---

<sup>1</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، منهاج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2007، ص.82.

## تحديد المفاهيم والمصطلحات:

### 1. العلاقات العامة:

لغويا: يضم مصطلح العلاقات العامة مفهومين وهما:

(أ) العلاقات: وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر إذ أنّ العلاقة بين أفراد المجتمع تتحقق بعد حدوث سلسلة من ردود أفعال الناجمة عنهم، وهذا ما يسمى بالتفاعل، قد يكون هذا التفاعل إيجابيا فتكون النتيجة علاقات اجتماعية قائمة على التعاون والارتباط بين الأفراد وقد تكون سلبيا ما يؤدي إلى حدوث علاقات متوترة يعبر عنها بالصراع ويؤدي هذا إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد.<sup>1</sup>

(ب) العامة: وتعني الجمهور الناس، وتشمل العلاقات كل عمليات التفاعل مع الجمهور في المجتمع.<sup>2</sup>

اصطلاحا: يعرف قاموس أكسفورد: العلاقات العامة هي العلم القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي و الخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم و المعايير الاجتماعية والقوانين و الأخلاق العامة بالمجتمع.<sup>3</sup> عرفتھا المعهد البريطاني: تلك الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسة ما وجمهورها.<sup>4</sup>

إجرائيا: أمّا في دراستنا فنقصد بالعلاقات العامة تلك الجهود التي تبذلها المؤسسة تربية الخاصة تاويزة العلمية من أجل إعطاء صورة حسنة وتدعيم التفاهم والثقة المتبادل بين جماهيرها سواء الجمهور الداخلي والذي يتمثل في الأساتذة والإداريين أو الجمهور الخارجي الذي يتمثل في الاولياء والمؤسسات الأخرى....

### 2. المؤسسة:

لغة: المؤسسة هي اسم مكان للفعل أسس ومصدره -"تأسيس"- ومعناه جعل للشيء أي قاعدة معينة ويعني عملية جمع عوامل معينة أو معطيات وترتيبها من أجل تحقيق هدف

<sup>1</sup> محمد حربي حسن، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق، 1999، ص.21

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص. 22.

<sup>3</sup> عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل، عمان، 2011، ص.64.

<sup>4</sup> عبد الناصر أحمد جرادات، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان،(الأردن)،2009،

ص. 18.

معين، أي أن المؤسسة هي المكان الذي نطبق فيه مختلف هذه العمليات، وتعد المؤسسة مكانا لاجتماع أشخاص تتكامل قدراتهم من أجل إنتاج خدمة أو سلعة وكل ما ينفع المجتمع.<sup>1</sup>

**اصطلاحا:** اعتبر المفكر "BRIEFS" المؤسسة على أنها نسق اجتماعي أنشئ بطريقة منظمة تسود فيه علاقات ذات طابع إنساني وأخرى متبادلة بين مختلف مكونات المؤسسة ذاتها من أجهزة وأفراد والهيكل التنظيمي لها، وكذلك مع محيطها الخارجي بغية إنتاج سلعة أو تقديم خدمة وفق أهداف مسطرة مسبقا.<sup>2</sup>

### 3. المؤسسة التربوية الخاصة:

**اصطلاحا:** يقصد به تلك المدارس المملوكة لأحد المواطنين وتخضع أيضًا لوزارة التربية والتعليم، وتتبنى المناهج الدراسية نفسها المطبقة في المدارس المناظرة لها من مدارس التعليم الحكومي.<sup>3</sup>

**إجرائيا:** أما في دراستنا فنقصد بالمؤسسة التربوية الخاصة المؤسسة تاونزة العلمية والذي يعتبر مرفق خاص ويتكون من موظفي التعليم و المؤطرين والخدمات والتجهيزات كلها في خدمة التلاميذ وتتبنى المؤسسة تاونزة العلمية مناهج الدراسية نفسها المطبقة في المدارس الحكومية.

---

<sup>1</sup> ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية المستشفى الجامعي ابن باديس بقسنطينة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، (غير منشورة)، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/208، ص.28.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص. 28.

<sup>3</sup> آمنة عزت أنيس صالح، المشكلات الإدارية في المدارس الخاصة من وجهة نظر المديرين والمعلمين وأولياء الأمور والطلاب في محافظات شمال فلسطين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإدارة والتربوية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، (فلسطين)، 2004، ص. 8 .

## الدراسات السابقة:

### (1) دراسة: حاج محمد كريمة<sup>1</sup>.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور العلاقات العامة داخل المؤسسة وطبقت هذه الدراسة في مؤسسة الصناعات النسيجية denitex ، وتمثلت إشكالية الدراسة في: مامدى أهمية العلاقات العامة كجانب اتصالي في المؤسسة؟  
واندرجت تحتها تساؤلات فرعية تمثلت في:

1. ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعات النسيجية؟
2. ما حجم إدارة العلاقات العامة في المؤسسة denitex ؟
3. ماهي مهام و وظائف العلاقات العامة في المؤسسة؟
4. ما مدى مساهمة العلاقات العامة في صنع القرار بالمؤسسة denitex؟
5. ما مدى مساهمة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة؟
6. ما علاقة الإشهار كجانب اتصالي بوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسة؟  
أمّا الفرضيات الدراسة فتكمن في :

1. موقع العلاقات العامة بالمؤسسة الوطنية لا يزال بعيد المنال ومحدود ولم يحظى بالاهتمام بعد.

2. لا تملك المؤسسة الصناعات النسيجية denitex إدارة مستقلة للعلاقات العامة.

3. مهام ووظائف العلاقات العامة تحت إشراف مديريات وفروع أخرى تقوم بنشاطات العلاقات العامة داخل المؤسسة.

4. تساهم التكنولوجيات مساهمة فعالة في تطوير الاتصال داخل المؤسسة، إلا أنّ الاعتماد عليها في المؤسسة denitex يبقى نسبياً.

5. يعتبر الإشهار عنصراً اتصالياً مكملًا لوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسة.

أمّا المنهج المستخدم في هذه الدراسة هي المنهج دراسة حالة وأيضاً اعتمدت هذه الدراسة على الأدوات البحث العلمي وهي الاستمارة والمقابلة والملاحظة إضافة إلى ذلك

---

<sup>1</sup> حاج محمد كريمة، العلاقات العامة داخل المؤسسة. دراسة حالة في مؤسسة الصناعات النسيجية DENTIEX (غير منشور) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010/2009.

إطلاع على الوثائق والتقارير الإدارية، وقد استخدم الباحث عينة عشوائية مأخوذة من المسؤولين والإطارات والعمال بهدف معرفة كل الآراء في الموضوع. توصلت هذه الدراسة إلى:

1. عدم وجود مكانا لإدارة العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته عن باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة
2. كافة المهام والصلاحيات التي يمكن أن تنسب إلى إدارة العلاقات العامة تتم تحت إشراف مديريات المؤسسة
3. غلب موظفي المؤسسة يرغبون في تواجد إدارة العلاقات العامة لأنها تعتبر تطبيقا للجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسات وجمهورها.

## (2) دراسة: ياسين مسيلي<sup>1</sup>

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية الجزائرية وطبقت هذه الدراسة في المستشفى الجامعي ابن باديس بقسنطينة وتتحصر إشكالية الدراسة في: هل يوجد اهتمام خاص للعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية الجزائرية؟ وتدرج تحته أسئلة فرعية وهي:

1. ما مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟
2. هل هناك متخصصون قائمون على نشاطات العلاقات العامة؟
3. ماهي مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية المستعملة في إدارة العلاقات العامة؟
4. ماهي العراقيل التي تحد من فعالية نشاط إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية؟

وأما الفرضيات الدراسة فتكمن في:

1. لا تحظى العلاقات العامة باهتمام كبير داخل المؤسسة.
2. تفتقد المؤسسة لجهاز يمثل فعلا إدارة العلاقات العامة.
3. لا يحتل الجهاز العلاقات العامة مكانة مستحقة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

---

<sup>1</sup> ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية: المستشفى الجامعي ابن باديس بقسنطينة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة (غير منشورة)، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/2008.

4. تصطدم العلاقات العامة جملة من العراقيل.

أما المنهج المستخدم في هذه الدراسة هي المنهج الوصفي التحليلي واستعان الباحث أيضا على الأدوات البحث العلمي: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة وذلك للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات.

أما النتائج التي توصل إليها الباحث فتكمن في:

1. العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية المستشفى الجامعي ابن باديس بقسنطينة لازالت مهملة ولا تحظى بأهمية كبيرة
2. لا تحتل العلاقات العامة مكانة التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى، فرغم أن الهيكل التنظيمي للمؤسسة ضمت مكتب الإعلام والاتصال وتوكل إليها مهام العلاقات العامة إلا أنها بعيدة كل البعد عن جهاز العلاقات العامة

(3) دراسة: رضا نبائس<sup>1</sup>

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية وطبقت هذه الدراسة بمؤسسة الإسمنت لعين الكبيرة بسطيف، وانطلق الباحث لدراسة هذا الموضوع من تساؤل رئيسي فحواه: هل للعلاقات العامة مكانة حقيقة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟، وقد انبثقت منها تساؤلات فرعية وهي:

1. ماهي العلاقات العامة وماهي الخصائص التي يجب أن تتوفر في هذا الجهاز حتى يقوم بالمهام المنوطة به ؟
2. ما هي الأساليب والوسائل التي سيستخدمها هذا الجهاز لكسب ثقة وتأثير الجمهور الداخلي والخارجي؟

3. ما هو واقع العلاقات العامة وأهميته عند مسيري مجمع الإسمنت لعين الكبيرة ؟

4. ما هي العراقيل التي تواجه سير العلاقات العامة في المؤسسة ؟

أما فرضيات الدراسة فكانت كالاتي:

---

<sup>1</sup> رضا نبائس، واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية: (دراسة ميدانية بمؤسسة الإسمنت لعين الكبيرة بسطيف)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (غير منشورة) قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة منتوري بقسنطينة، 2008/2007م.

1. تعتبر العلاقات العامة القلب النابض للمؤسسة الاقتصادية وينعكس ذلك من خلال وجود إدارة مستقلة تعتمد على وسائل حديثة لتأدية مهامها.

2. هناك عدة عراقيل تحول دون تأدية هذا الجهاز لوظيفته تجاه الجمهور الداخلي والخارجي داخل المؤسسة الاقتصادية.

3. تعتبر العلاقات العامة في مؤسسة الإسمنت وظيفة ثانوية تنفذ بطريقة غير علمية ولا منهجية.

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك لكون هذا الأخير يخدم بصورة كبيرة الموضوع لأنه يصف العلاقات العامة ويقف على مكانتها في الهيكل التنظيمي. أما عينة البحث فهي العينة العشوائية المنتظمة حيث صنف محتوى مجتمع البحث إلى مجموعتين: مجموعة شملت كافة العاملين داخل المؤسسة ، ومجموعة ثانية شملت الأشخاص المقبلين على المؤسسة أي الزبائن وكانت نسبة الاختيار 20 % أي 88 عاملا . وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة لجمع البيانات على الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات، وتوصل الباحث في هذه الدراسة على أن:

1. دور العلاقات العامة في مؤسسة الاسمنت لعين الكبيرة بسطيف مهمشا ولا تحظى بأهمية كبيرة.

2. لا وجود لمكانة العلاقات العامة في المؤسسة وهذا يتضح من خلال عدم وجود هيئة أو إدارة مستقلة لها.

ولهذه الدراسة مجال مشترك كبير مع دراستنا وهناك تلاقي من خلال الاهتمام بمحور واقع العلاقات العامة انطلاقا من البحث في مفهومها وخصائصها وفي الأساليب والوسائل التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة.

وعلى العموم فإن هذه الدراسة أفادتنا في معرفة أبعاد موضوعنا وأهم النقاط التي يجب تركيز عليها عند طرح الأسئلة وصياغة الفرضيات وبناء الاستمارة.

#### 4) دراسة: العمرابي زكية<sup>1</sup>

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية وطبقت هذه الدراسة على مركب المنظفات ومواد الصيانة - شلغوم العيد - واهتمت الدراسة على الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي: ماهو واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية؟ وفرعت منها التساؤلات الفرعية كالتالي:

1. ماهي الأساليب والوسائل التي تعتمدها المؤسسة لكسب تأييد جمهورها الداخلي؟

2. ماهي الأساليب التي تعتمدها المؤسسة لإقامة علاقات ثقة مع جمهورها الخارجي؟

وأما الفرضيات الدراسة فكانت على النحو التالي:

1. تبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة من خلال وجود إدارة متخصصة تعتمد على أساليب

ووسائل متعددة وحديثة لإنجاز مهامها التواصلية داخل المؤسسة وخارجها.

2. تعتمد المؤسسة على أساليب ووسائل متعددة لكسب تأييد جمهورها الداخلي.

3. تعتمد المؤسسة على أساليب ووسائل متعددة لإقامة علاقات ثقة مع جمهورها الخارجي.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، أما عينة الدراسة فكانت العينة الطبقية العشوائية المنتظمة حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات متجانسة اعتمادا على مجال العمل، واستعانتم هذه الدراسة في جمع البيانات على الاستمارة الموجهة إلى الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي، الملاحظة والمقابلة .

توصلت هذه الدراسة إلى أن:

1. العلاقات العامة في المؤسسة لا تكتسي أهمية بالغة.

2. نقص متخصصين في المجال العلاقات العامة مما جعل وظائف العلاقات العامة موزعة

على بعض الأقسام في المؤسسة.

3. تؤدي المؤسسة الوظائف العلاقات العامة بأساليب تقليدية وبعيدة عن السياسة الحديثة.

وهذه الدراسة حاولت الكشف عن وجود العلاقات العامة كإدارة متخصصة في المؤسسة

الصناعية، والوسائل المستعملة لكسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي، وهي المحاور التي

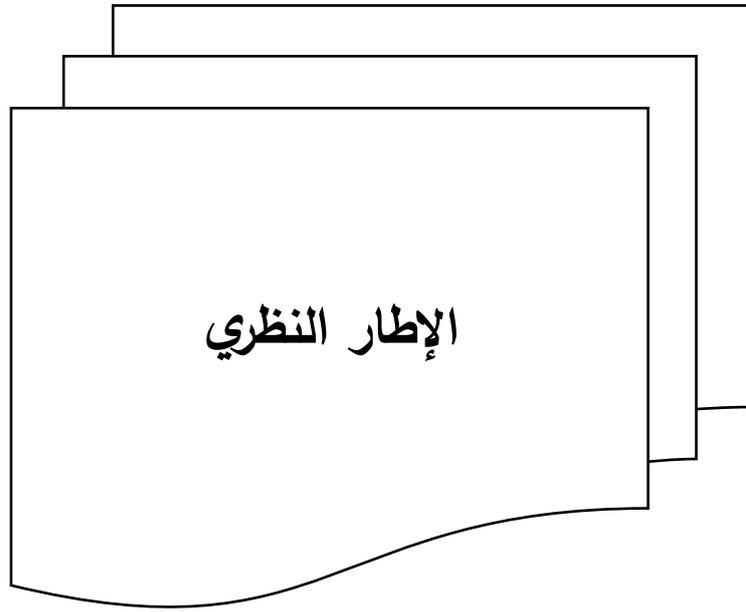
---

<sup>1</sup> العمرابي زكية، العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية: دراسة ميدانية بمركب المنظفات ومواد الصيانة شلغوم العيد، (غير منشورة) منكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم الاجتماع التتمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2004/2003م.

سنكشفها ونبحث فيها في الجانب الميداني مع الاعتماد على نفس الأدوات جمع البيانات ( الاستمارة، المقابلة، الملاحظة )، وقد استفدنا من هذه الدراسة في وضع مؤشرات الفرضيات وكذا في طرح أسئلة الاستمارة .

### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

استعرضت الدراسات السابقة ذات العلاقة مباشرة وغير مباشرة بموضوع دراستنا وذلك بتناولهم موضوع العلاقات العامة من عدة زوايا مختلفة، حيث اتفقت مع دراستنا في اهتمامها بالعلاقات العامة وأهدافها ووظائفها ودورها الحيوي في جميع المؤسسات الخاصة والعامة، أما الوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة ودراستنا فتكمن في تناول دراستنا مجال المؤسسات التعليمية الخاصة كما حاولت دراستنا توضيح دور العلاقات العامة في المؤسسات التربوية الخاصة " تاونزة العلمية " حيث يعتبر دورها أكثر تعقيدا من المؤسسات أخرى ( اقتصادية، سياسية، صناعية...) إضافة إلى ذلك ارتفاع درجة التوعية بأهمية التعليم الخاص في ظل تنافس وتعدد المؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر.



## الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة

✓ المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة

✓ المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة

✓ المطلب الثالث: خصائص العلاقات العامة

المبحث الثاني: العلاقات العامة (وظائف، أهداف، أهمية)

✓ المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة

✓ المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة

✓ المطلب الثالث: أهمية العلاقات العامة

المبحث الثالث: مبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة

✓ المطلب الأول: مبادئ العلاقات العامة

✓ المطلب الثاني: الخائص الواجبة توافرها في رجل العلاقات العامة

✓ المطلب الثالث: أخلاقيات العلاقات العامة

## الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة

### تمهيد:

نشأت العلاقات العامة منذ أن بدأ الإنسان بالانضمام للجماعات فالعلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية فأينما يوجد تجمع إنساني فلا بد من قيام علاقات بين أفراد هذا التجمع أو المجتمع، فالفرد لا يستطيع أن يعيش في عزلة عن غيره من الأفراد والمنشآت، ومن هنا احتلت العلاقات العامة مكانتها في الهيكل التنظيمي للعديد من المنظمات والمؤسسات الحديثة وعلى الرغم من تفاوت الاهتمام بها داخل المنظمات إلا أنه أصبح من المسلّم به أنّ الحاجة إلى العلاقات العامة حاجة ملحة وذلك لضمان سير الحسن للعمل وضمان استمراريتها.

## المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة

### المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة

العلاقات العامة ليست نشاطاً عشوائياً ولا نشاطاً زمنياً يبدأ فقط حين تقع المؤسسة في أزمة ما مع جماهيرها وينتهي بانتهاء الأزمة، ذلك أن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر، ولهذا من الضروري أن يكون هناك برامج لعمل إدارات العلاقات العامة يتم إعدادها واعتمادها من قبل المؤسسة تحدد خط السير الذي تسلكه جهود العلاقات العامة بما يكفل تحقيق أهدافها المنشودة، ويمكن تعريف العلاقات العامة على أنها العمليات التي تستند إلى التخطيط وتكريس الجهود والتي تستهدف إحداث تفاهم متبادل بين مؤسسة ما وبين جماهيرها، وهذا المفهوم يحدد لنا أنّ العلاقات العامة كجهود علمية وعملية تتم عن طريق متخصصين في العلاقات العامة، وهم يمثلون القنوات الضرورية اللازمة للقيام ببرامج العلاقات العامة، واختصاصي العلاقات العامة هو الشخص الذي يعمل للوصول إلى أقصى قدر ممكن بين المؤسسة وبين قطاعات الجمهور التي تتعامل معها.<sup>1</sup>

هنالك الكثير من التعريفات للعلاقات العامة وهذه التعاريف تتطور مع تطور هذه الأداة ومن هذه التعاريف:

1. تعريف العلاقات العامة في قاموس أكسفورد: " العلاقات العامة هي فن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجماهيرها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع".<sup>2</sup>
2. جمعية العلاقات العامة الدولية: "هي وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة، وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها وأن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، ط1، دارالرياحين للنشر والتوزيع، عمان، (الأردن)، 2016، ص.10.

<sup>2</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص. 12.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص. 12.

3. تعريف جمعية العلاقات الدولية الأمريكية: نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في بء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحول سياستها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسات للمجتمع.<sup>1</sup>

4. العلاقات العامة هي وظيفة الإداري التي تقوم بتقويم اتجاهات الجمهور وربط سياسات وأعمال فرد أو منشأة مع الصالح العام، وبتنفيذ برامج لكسب تأييد الجمهور وتفاهمه.<sup>2</sup>

5. وهناك الاتجاه يقول: " يقصد بالاتجاه الاجتماعي للعلاقات العامة كمهنة ذات طابع خاص كل ما يصدر عن المؤسسة من أعمال وتصرفات وقرارات، وكل ما يتصل بها من مصدر واستعدادات وتكوينات مادية، ذلك لأن كل ما يصدر عن المؤسسة أو يتصل بها له تأثيراته المعنوية على الجماهير التي ترتبط مصالحها بها، وهذه التأثيرات هي التي تعطي لهذه العناصر طبيعتها كأشطة العلاقات العامة، وهي أيضا التي تعطي لاتجاه العلاقات العامة صفته الاجتماعية.<sup>3</sup>

\* من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن العلاقات العامة هو علم وفن يقوم على تدعيم علاقات طيبة بين المؤسسة وجماهيرها سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي من خلال عملية الاتصالية بين كافة الأصعدة وذلك بهدف التعريف بالمؤسسة وكسب تأييد وثقة الرأي العام.

### المطلب الثاني: نشأت وتطور العلاقات العامة

العلاقات العامة كنشاط هي قديمة قدم البشر فقد مارسها الإنسان منذ أقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه حيث كان رؤساء القبائل يستخدمون نشاط يشابه العلاقات العامة وقد استعانوا بالأطباء والسحرة والشعراء أو من يملكون القدرة على طلاقة الحديث والشرح والتفسير لإقامة العلاقات والاتصالات بالقبائل الأخرى، وأيضا لإقامة علاقات الصلح والتراضي في حالات المنازعات والحروب، كما أن زعماء القبائل يتولون عمليات الإعلام بين أعضاء القبيلة حيث كانوا يستحثوهم على الخروج

<sup>1</sup> علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 18 .

<sup>2</sup> محمود الجوهري، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، ط1، مكتبة الأنجلوالمصرية، القاهرة، 1971، ص 18.

<sup>3</sup> محمد محمد البادي، البنيات الاجتماعية للعلاقات العامة، مكتبة الأنجلوالمصرية، القاهرة، 1975، ص 29.

للصيد والحرب وبهذا نرى أن زعماء القبائل كانوا يحرصون على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة وكسب تأييد أعضاء القبيلة بهم.<sup>1</sup>

### العلاقات العامة عند قدماء المصريين:

اهتم ملوك الفراعنة بالاتصال بالأهالي في مناسبات كثيرة. واهتمت الدولة بتسجيل ووصف الأحداث الهامة في المجتمع مثل الانتصارات الحربية والبعثات التجارية و إقامة الجسور وتسهيل وتجهيز الطرق...، واهتمت الدولة بسجل هذه الأحداث وعرضها على الناس وكانت تهدف من ورائها هذا العرض والاعلام إلى كسب تأييد الجماهير وإقناعهم بأن الحاكم حريص على مصلحتهم ومهتم بقضاياهم وأمورهم.<sup>2</sup>

### العلاقات العامة عند بابل وآشور:

استخدم الآشوريون اللوحات الطينية التي تتضمن النشرات المصورة التي تروي حوادث انتصاراتهم وما فعلته جيوشهم بالأعداء ويعرضونها في قاعاتهم وشوارعهم، كان لملوك بابل صحف تسجل فيها الحوادث اليومية وتوجه عن طريقها التعليمات، وقد كان الملك حمورابي يدعو عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات ويذيع أوامره وتعليماته في كافة المملكة.<sup>3</sup>

### العلاقات العامة عند اليونان والرومان:

عند اليونان والرومان كانت العلاقات العامة بالاتصال بأفراد الشعب وتوسعوا في أنشطة العلاقات العامة نظرا لارتفاع ثقافة الشعب وكانوا يستخدمون العديد من الوسائل منها القصائد الشعرية مثل أشعار هوميروس والنشرات اليومية عن أعمال مجلس الأشراف لتعريف الشعب بالأحداث، أما عهد الإغريق فقد كانت علاقاتها تتسم بتبادل البعثات الدبلوماسية وتوقيع معاهدات على بنود هامة مازال بعضها له وجود حتى عصرنا الحاضر.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> علي بن فايز الجحني، مرجع سبق ذكره، ص. 27.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص. 27.

<sup>3</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص. 28.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص. 29.

## العلاقات العامة في العصور الوسطى:

أقل ما يقال على هذه الفترة أنها كانت فترة العصور المظلمة، حيث كانت أسوأ العصور التي مرت بها البشرية فقد ساد الجهل والفساد والتعصب الديني، ودخلت المجتمعات في ظلمة التعصب والفساد الديني ودخلت المجتمعات في ظلمات التعصب والجهالة، فتدهورت تبعاً الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية وانتشر النفوذ الإقطاعي، وكانت الكنيسة هي الهيئة المهيمنة على تفكير الناس وأقوالهم في أوروبا طوال القرون الوسطى وكان البابا يصدر قوائم متصلة بالكتب التي ينبغي قراءتها وقوائم بكتب أخرى ممنوعة وكانت عقوبة من تثبت عليه تهمة قراءتها هي الحرمان والعقوبة القاسية التي تجعل صاحبها محل احتقار الجميع<sup>1</sup> وأثرت هذه الظروف سلباً على العلاقات العامة فتدهورت وشهدت انتكاسة كبيرة وكان الفلاحين في نظام الإقطاع يخضعون لمعاملة لا إنسانية مع كثرة معاناتهم من أنواع الاستغلال والغش ، ومنذ الثورة البروتستانتية التي قام بها مارتن لوتر وتحديه لسلطان الكنيسة الكاثوليكية، وجدت هذه الكنيسة الجديدة أنه لا بد من التفكير في فنون الدعاية المختلفة من أجل الدين، كما عملت على تكوين متخصصين في الدعوة الدينية والتبشير عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك.<sup>2</sup>

## العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

لقد طورت الحضارة الإسلامية مفهوم العلاقات العامة والأساليب والوسائل التي تستخدم فيها بل أنها قدمت الأساس الذي يمكن أن تستند عليه العلاقات العامة، واعتنى الإسلام بكرامة الإنسان وأفكاره ورغباته، وبذلك فإن الدعوة الإسلامية اعتمدت على البرهان والحجة والدلائل ولم تعتمد على الفروض أو الضغط، كما كان الرسول الكريم -صلى الله عليه وسلم- قدوة في استخدام أساليب الاتصال بنوعيه الشخصي وغير الشخصي، حيث يوفد الرسل ويبعث بالكتب إلى الملوك والأمراء ويدعوهم بالموعظة الحسنة للدخول في الدين الإسلامي، ومن

<sup>1</sup> سمير حسن منصور، مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، اسكندرية، 2005، ص ص 36.37.

<sup>2</sup> محمد مصطفى أحمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 1999، ص.12.

ذلك يتضح أن الإقناع ووضوح الهدف ودراسة المجتمع واتجاهات الأفراد والتي تعد من أحدث عمليات العلاقات العامة التي توصل إليها الخبراء مؤخرًا استخدمت منذ أربعة عشر قرنًا<sup>1</sup>. كما استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والكتاب والخطباء، إذ عادة ما يصحب الإرشاد الديني في المسجد توجيه اجتماعي وسياسي وكان الفاطميون والشيعية من أشد الناس إتقانًا لفنون الدعوة لمذهبهم، وابتدع بذلك الفاطميون إقامة الموالد والحفلات للدعوة لحكمهم، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية، وكانت المساجد من أفضل الأماكن التي ظهرت فيها العلاقات والاتصالات الطيبة بالناس والدعوة إلى الدين الإسلامي، وفي هذا الجو الاجتماعي المفعم بتكريم الإنسان واحترام الفرد، عرف المجتمع الإسلامي العلاقات العامة كفلسفة تحكم سلوك أفراد المجتمع، وكنشاط إعلامي متخصص يهدف إلى ربط الدولة بالفرد والجماعة بثتى الوسائل وأساليب اتصال الفرد الجماعي<sup>2</sup>.

### العلاقات العامة في العصر الحديث:

إن مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث استخدم لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر، وكان ذلك على اثر محاضرة ألقاها محامي في نيويورك يدعى "درومان ايتوزن" في كلية الحقوق "جامعة بيل" في بداية عام 1882 كان موضوعها "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية" وفي عام 1908 استخدم "تيودور فيل" رئيس شركة التلغراف والتلغراف). الأمريكية هذه العبارة أول مرة على رأس تقرير الشركة ذاك العام<sup>3</sup>. وقد عد "ايفي لي" هو أبو العلاقات العامة، كونه أول من فرق بين العلاقات العامة وهي الإعلام الصادق وبين الدعاية الكاذبة كما أكد على البعد الإنساني حيث يقول "إنني أبدل جهدي لكي أترجم الدولارات إلى مصطلحات إنسانية" مؤكدا على ضرورة مراعاة العاملين في الشركات والمؤسسات ومراعاة مصالح الجماهير ومصارحتها بكل الحقائق حيث نادى بضرورة معاملة المستخدمين والعمال معاملة إنسانية ومنحهم الأجور المجزية وبذلك تحقق المؤسسة جانب هام من جوانب علاقاتها الداخلية مع العاملين بها، وكذلك ينبغي أن تعمل على رعاية مصالح الجماهير الداخلية، وأوضح أن قيام المؤسسة بدراسة الرأي العام واستطلاع

<sup>1</sup> سمير حسن منصور، مرجع سبق ذكره، ص.35

<sup>2</sup> إسماعيل مصطفى سالم وآخرون، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مطبعة هشام بكفر الشيخ، 1999، ص.06.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي، المدخل الأساسي للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص.21.

اتجاهات الجماهير نحوها يمكنها من رسم سياستها على أساس سليم ثم تمضي في تعديل هذه السياسة تبعا لما يستجد من تغيرات في الاتجاهات والآراء شرط أن يتفق ذلك مع الصالح العام، وبذلك تكون المؤسسة قد نجحت في تدعيم علاقتها مع جماهيرها الداخلية والخارجية<sup>1</sup>. والمبدأ الأساسي الذي التزم به "إيفي لي" هو نقل الصورة الحقيقية الصادقة لأي فرد أو هيئة أو شركة أو مؤسسة إلى الجمهور، وشتان بين هذا المبدأ وبين ما يسعى إليه البعض من محاولات لخلق صورة مشرقة لفرد أو منظمة بغض النظر عن واقع الفرد أو المنظمة، وهو ما يتنافى مع قيم العلاقات العامة وأخلاقياتها<sup>2</sup>، وفي ضوء ما سبق فإن "إيفي لي" قد نجح في تحديد معالم العلاقات العامة وإرساء قواعدها على أسس علمية وخلقية سليمة، حيث يحددها في نشاط مزدوج الاتجاه بمعنى؛ أنها تتضمن إسداء النصيحة لإدارة المنظمة بعد استقصاء اتجاهات الرأي العام، كما تتضمن أيضا إعلام الجماهير بحقيقة المؤسسة أعلاما صحيحا بدون كتمان، كما أوضح "إيفي لي" أيضا أن الإعلان والنشر ليسا هما العلاقات العامة ولكنهما أداة من أدواتها ونظرا لجهوده وأفكاره فقد لقب بـ برائد العلاقات العامة.<sup>3</sup>

### المطلب الثالث: خصائص العلاقات العامة:

يمكن أن نلخص خصائص العلاقات العامة في نقاط التالية:

- أن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة، وهذه الفلسفة تفترض أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف التي ينص عليها قانونها فحسب وإنما ينبغي أيضا أن تلعب دورا اجتماعيا ولهذا فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة.

- العلاقات العامة تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات فهي ضرورة تفرضها طبيعة المجتمع الحديث.

- العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة وتستخدمه وجوبا في كل ما تقوله وتفعله.

<sup>1</sup> سمير حسن منصور، مرجع سبق ذكره ص.42.

<sup>2</sup> علي عجرة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط3، عالم الكتب القاهرة، 1999م، ص.ص. 9. 10.

<sup>3</sup> سمير حسن منصور، مرجع سبق ذكره ، ص 42.

- العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجمهور التي تتعامل معها سواء الداخلية للمؤسسة أم الخارجية .
- القصدية: فالعلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وأسلوب معين مختار .
- العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور .
- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام، وكسب موافقة الجماهير .
- تركز العلاقات العامة على حقيقة علمية هي أن الإنسان اجتماعي بطبيعته ولا يمكن أن يعيش في عزلة عن المجتمع، والأمر سواء بالنسبة للمؤسسات، فهي بدورها لا تستطيع أن تعيش في عزلة عن المجتمع .
- تركز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية و طرق البحث العلمي التي تساعد على تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها...،ونقل هذه الدراسات بأمانة وصدق إلى المستويات العليا .
- تتصف العلاقات العامة بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون آخر، بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية... الخ، وكافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها .
- العلاقات العامة ليست نوعا من السحر يشفي العلل ويداوي العيوب، وليست وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة...، وإنما السمعة الحسنة التي تتبناها مع مرور الزمن وعن طريق الأداء الطيب أولا والإعلام الجيد عنه بعد ذلك .
- العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي، فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنتشر المعلومات والأفكار وتشرحها وتفسرها للجماهير .
- تركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها .
- العلاقات العامة نشاط علمي قائم على التخطيط و هذا يعنى أنها ليست نشاطا عشوائيا وليست نشاطا وقتيا يبدأ حين تقع المؤسسة في أزمة وينتهي بانتهاء الأزمة وذلك لأن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد المحيي محمود صالح وآخرون، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005م، ص.ص

## المبحث الثاني: العلاقات العامة ( وظائف، أهداف، أهمية)

### المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة

هناك فريق من الأخصائيين وجدوا أنّ وظائف العلاقات العامة في المؤسسة تتحدد في ثلاث محاور وهي:

#### 1. وظائف التي تقدمها للجمهور: وهي كالاتي

- تعريف الجمهور بالمؤسسة وبسياستها وإنتاجها وخدماتها بصورة مبسطة.
- مساعدة الجماهير على تكوين أفكار وآراء سليمة عن المؤسسة.
- التأكد من الأخبار التي تنشر عن المؤسسة ومدى صحتها.

#### 2. الوظائف التي تقدمها للإدارة بشكل خاص: وهي كالاتي

- تزويد الإدارة العليا برد فعل الجماهير والمؤسسة.
- دراسة البحوث قياس الرأي العام وتفسيرها للإدارة العليا .
- التنسيق بين الإدارة وأقسام المؤسسة.
- تقديم المشورة العلمية والبيانات والمعلومات اللازمة للإدارة العيا.

#### 3. الوظائف التي تقدمها للمؤسسة ككل: وهي كالاتي

- تزويد المؤسسة بالبيانات والمعلومات التي تعكس آراء الجماهير والتغيرات المستمرة التي تطرأ على هذه الآراء.
- حماية المؤسسة من الدعاية المضادة وغير الصحيحة.
- التأكيد من عمليات تنفيذ سياسة المؤسسة وتحقيق أهدافها وإشباع حاجات الجماهير والمؤسسة.<sup>1</sup>

\***التقسيم الذي طرحه فيليب ليسلي**: لخصها في أربع وظائف أساسية هي:

- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا للمؤسسة.
- الإعلام عن المؤسسة باستخدام الوسائل الاتصالية الفعالة والمؤثرة.
- القيام بالأبحاث والدراسات باستمرار.
- بناء ودعم ثقة شاملة بين المؤسسة ومختلف الجماهير.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره ، ص، ص.47. 48.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة. 2007م، ص. 56.

\*التقسيم الذي طرحه ايفي لي: حيث حدد أهم وظائف العلاقات العامة فيما يلي:  
-مساعدة الجمهور على التكيف الذي يقصد به التقبل عن طريق الإقناع والمشورة الموجهة إليه.

-استخدام وسائل الإعلام والاتصال بصورة علمية سليمة، مع ضرورة دراسة الجماهير وتحليل اتجاهات الرأي العام والتعرف على أسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر.

-الإقناع بخدمة اهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات.<sup>1</sup>  
وهناك تقسيما يتفق عليه جل الباحثين في مجال العلاقات العامة وتحتصر في خمس وظائف أساسية وهي : البحث العلمي، التخطيط، التنسيق، الإدارة، الإنتاج.

البحث العلمي: scientific research من أهم وظائف القائم على العلاقات العامة ويقصد به تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة سواء في الداخل او الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها بمقاييس إحصائية دقيقة.<sup>2</sup>  
التخطيط: planning يوصف التخطيط بأنها الطريقة منظمة لاستثمار الإمكانيات المتاحة استثمارا أمثل وصولا إلى تحقيق الأهداف المرجوة وبأكثر الأساليب فاعلية.

تعتبر عملية التخطيط من أهم العمليات التي تقوم بها المؤسسات ومختلف الهيئات الإدارية الحديثة، حيث تقوم برسم السياسات والاستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى إضافة إلى رسم البرامج الإعلامية التي تهدف إلى تعريف وترويج وتسويق للمنتجات التي تنتجها.<sup>3</sup>  
وللتخطيط أهمية بالغة في رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة وذلك بتحديد الأهداف وتصميم البرامج الإعلامية من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على العاملين في هذه الإدارة وتحديد ميزانيتها تحديدا دقيقا.<sup>4</sup>

التنسيق: تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، كما تعمل كحلقة اتصال وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة، وبين المستويات الدنيا

<sup>1</sup> غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة الشباب الجامعة، الإسكندرية، 2006م، ص 63.

<sup>2</sup> الصحن محمد فريد، العلاقات العامة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 1985م، ص 34.

<sup>3</sup> عبد الفتاح محمد سعيد و الصحن محمد فريد، الإدارة العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2003، ص 34.

<sup>4</sup> علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص 46.

والمستويات للعليا. كما تتسق بين إدارة التسويق والمستهلكين، وإدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وحملة أسهمها.<sup>1</sup>

الإدارة: تتلخص هذه الوظيفة في مساعدة الوحدات والإدارات والأقسام داخل المؤسسة على أداء وظائفها اتجاه جمهورها، ونحو المؤسسة ذاتها من خلال تقديم الخدمات والمعلومات اللازمة والكافية لها فهي تقوم بمساعدة إدارة شؤون العاملين في اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم والنظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم، وتسهيل لقسم المبيعات مهمة إقامة علاقة طيبة بالموزعين والمستهلكين.<sup>2</sup>

الإنتاج: تقوم العلاقات العامة بالمساهمة في عمليات الإنتاج بصورة مباشرة وغير مباشرة، فهي تعمل على زيادة الإنتاج وتسويقه ومعرفة البيانات اللازمة من مصادر الإنتاج، كما تقوم العلاقات العامة كقسم متخصص بتنظيم الحملات الإعلامية بوسائل الاتصال المختلفة والمساهمة في إعداد النشرات المتعلقة بعمليات الإنتاج وأهداف المؤسسة، وتنظيم الزيارات والأبواب المفتوحة والندوات والمؤتمرات.<sup>3</sup>

### **المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة**

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في الآتي:  
تحسين السمعة أو الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة:

وذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة، وشرح سياستها وأهدافها كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة حكومية أو خاصة، ونفسرها تفسيراً جيداً حتى تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها ويكون ذلك عن طريق برامج توطيد السلعة وتنظيم الزيارات الجماهيرية للمؤسسة، أو تنظيم المعارض أو من خلال مساهمة المؤسسة في أنشطة المجتمع المحلي، التي تمكن من زيادة المبيعات، كما تساهم أيضاً في الأنشطة الثقافية والرياضية أو الفنية والاجتماعية، والهدف الكلي من ذلك هو الترويج لاسم المؤسسة وتحسين سمعتها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم وهبي فهد و كنجو عبود، العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 1999، ص.239.

<sup>2</sup> علي عبودي نعمة الجبوري: مرجع سبق ذكره، ص.46.

<sup>3</sup> المرجع نفسه ص. ص. 46. 47.

<sup>4</sup> محمد فريد الصحن، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2002. 2003م، ص. ص.

## كسب الجمهور الداخلي:

أن تعمل العلاقات العامة على إشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة وذلك بتحسيسهم بالانتماء والمساهمة في حل مشاكلهم الخاصة، ومحاولة توفير لهم ما يعرف بالاستقرار الوظيفي كما تشجع الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرحلات الرياضية للترفيه عن العامل<sup>1</sup>.

## كسب ثقة الجمهور الخارجي:

تعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف و أنشطة العلاقات العامة، فعلى أي مؤسسة أن تقوم بتحديد أهم الجماهير المتصلة بها، ثم تسعى بعد ذلك إلى تدعيم علاقتها معها والعمل على إرضائهم بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف<sup>2</sup>.  
وتدعم هذه الأهداف بهدفين آخرين هما:  
- معرفة اتجاهات الجمهور الحقيقية نحو نشاطات المؤسسة وعرضها على قيادة هذه المؤسسة.

- إعلام الجمهور بنشاط المؤسسة وبرامجها، وأهدافها الأساسية لكسب تعاونه<sup>3</sup>.

أمّا فيليب ليزلي (philip lesly) فيذكر أهداف العلاقات العامة بأنها:

- ✓ رفع مكانة المؤسسة وما ينتج عن ذلك من فوائد.
- ✓ ترويج لسلع وخدمات المؤسسة ومبيعاتها.
- ✓ الحصول على ثقة الجمهور.
- ✓ التمتع بعلاقات حسنة مع المجتمع المحلي.
- ✓ كسب ثقة المساهمين.
- ✓ توطيد العلاقة الجيدة مع الموردين.
- ✓ كسب ثقة الوكلاء واجتذاب الجديد منهم.
- ✓ تجنب وحل المشاكل العملية.
- ✓ القدرة على اجتذاب أفضل العناصر للعمل بالمنشأة.
- ✓ تحقيق علاقات سليمة مع المؤسسات والمنشآت المماثلة ذات العلاقة معها.

<sup>1</sup> أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة الشباب الجامعة الإسكندرية، مصر 2002، ص 26.

<sup>2</sup> المرجع نفسه ، ص. 27.

<sup>3</sup> علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2002م، ص.ص 77. 78.

- ✓ علاقة حسنة مع الأجهزة الإدارية الحكومية.
- ✓ معرفة ميول ورغبات واتجاهات فئات الجمهور نحو المؤسسة والمنشأة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أهمية العلاقات العامة

- شهدت العلاقات العامة اهتماما بليغا من قبل الكثير من الدول سواء على مستوى الحكومات ومؤسساتها وقطاعاتها أو على مستوى القطاع الخاص نظرا للتطور الاقتصادي والاجتماعي المتسارع مما أدى إلى إيجاد إدارات خاصة للعلاقات العامة.
- وترجع أهمية العلاقات العامة إلى:
- ✓ تعاضم قوة الرأي العام وازدياد ثقافة الجماهير مما يتطلب اتصال الدولة ومؤسسات الجماهير.
  - ✓ كسب تأييد الجمهور الخارجي.
  - ✓ بناء اسم المنشأة وصيغ هذا الاسم بشهرة رسمية تلقى استحسان الجماهير.
  - ✓ نصح المنشأة عند تحديد سياستها حتى تُراعي فيها اتجاهات الرأي العام.
  - ✓ التوعية بأهداف المؤسسة والعمل على إيضاح خططها للجمهور.
  - ✓ الارتفاع بمستوى الخدمات المقدمة.
  - ✓ تنمية وتنسيق التعاون مع المؤسسات الأخرى في المجتمع.
  - ✓ تنمية وتدعيم تفاهم مستمر مع وسائل الاعلام.
  - ✓ مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها المؤسسة ، وهذا لا يتعارض مع ما تردده أدبيات العلاقات العامة.
  - ✓ توفر وسائل الاتصال الحديثة ساعد على إيجاد الكثير من منافذ الوصول إلى الجمهور.
  - ✓ الاهتمام المتزايد بالمجتمع ومصالح أفراد.
  - ✓ زيادة الاتصال بين الدول العالم لإقامة أسس علاقات طيبة بين أعضاء الأسرة الدولية.
  - ✓ بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها، وذلك لدعم بقاءها واستمراريتها وتأكيد هويتها وانتماءها للبيئة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الناصر أحمد جردات، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص 36.

<sup>2</sup> علي فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص. ص. 24. 25.

## المبحث الثالث: مبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة.

### المطلب الأول: مبادئ العلاقات العامة

نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الاتصال على رأي عام الجماهير فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط الذي تنظم أنشطة العلاقات العامة، والتي تعكس الاطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة ومن أهم هذه المبادئ هي:

1. إن العلاقات العامة هي علم وفن ووظيفة مستمرة ومخططة، تحتاج إلى ممارسة الاتصال والعملية الإدارية والتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم، شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.
2. إنها لا تقتصر على مؤسسات معينة. بل إنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة سواء كانت تجارية أو صناعية أو اجتماعية أو تربوية وحتى سياسية منها.
3. أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة، وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسؤولياتها الاجتماعية والتزامها الصدق فيما يصدر عنها من معلومات.
4. معرفتها بالأساليب النظرية والعلمية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها.
5. ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لا بد من أي تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة التي يجب أن تلتقي مع مصالح الجماهير المختلفة بشكل عام وجمهور المؤسسة بشكل خاص.
6. يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيسي بالرأي العام. حيث دون وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة.
7. تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية، فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ والعطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والايجابية من جانب كل من الطرفين وهي سياسات وأعمال ثم اتصال وإعلام فهي تعكس وجهة نظر مئات الجمهور للمؤسسة وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، (الأردن)، 2011، ص. 48.

## المطلب الثاني: الخصائص الواجب توافرها في رجل العلاقات العامة:

نظرا للأهمية البالغة التي توصف بها مهنة العلاقات العامة، لذا يجب على القائمين و

رجال العلاقات العامة أن تتوفر فيهم مجموعة من الصفات أهمها:

1. النشاط: العلاقات العامة عمل يقسم بالديمومة، الاستمرارية، وأنشطة متعددة وبحث مستمر عن عيوب المنظمة وجهد دائم لمواجهتها، وهذا يعني أن يكون رجل العلاقات العامة في حركة دائبة وقادرا على البذل والعطاء.<sup>1</sup>
2. حسن المظهر والمنطق والجادبية: من مظاهر هذه الشخصية سماحة الوجه ورقة الحديث والكلام، وتناسب القوام وحسن الهندام وقادر على التعبير الكلامي بشكل مؤثر وأن يتميز بالشخصية الجذابة لينال إعجاب الآخرين ويرشدهم باللفظ والعبارة وقوة الشخصية فالناس ينجذبون ما هو محبب.<sup>2</sup>
3. الشخصية المستقرة والمنتزعة: لا بد أن يتصف ممارس العلاقات العامة بالشخصية المستقرة والمنتزعة والهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم وخلق انطباع طيب عند الجماهير عن المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة.<sup>3</sup>
4. الشجاعة: كثيرا ما يواجه رجل العلاقات العامة أوضاعا متأزمة في علاقة مؤسسته بالجمهور، وعليه أن يكون شجاعا في اتخاذ القرارات الحازمة بسرعة قبل أن يفلت زمام الأمور من يده، كما يحتاج بصفة كبيرة إلى مواجهة الرئيس بأخطائه.<sup>4</sup>
5. الإقناع: ومن المميزات المهمة لممارس العلاقات العامة أن تكون له القدرة على التأثير في نفوس الناس وإقناعهم بلباقة، فهو ليس بالشرطي الذي يستعمل القوة كما أنه ليس ساحراً أو محتالاً يستغل الدعاية الكاذبة، وإنما خبير بالنفوس البشرية والجماعة الإنسانية ويعرف كيف يوجه ويرشد وكيف يقنع باللفظ والعبارة وقوة الشخصية فلا بد أن يكون قادراً على استمالة الغير للأفكار التي يعبر عنها، وإمكانية تحليله لوجهات النظر المعروضة قبل تقديم أفكاره.

<sup>1</sup> علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص. 53.

<sup>2</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص. 70.

<sup>3</sup> مرجع نفسه، ص. 70.

<sup>4</sup> محمد مصطفى أحمد، مرجع سبق ذكره، ص. 66.

6. الذكاء: لا بد أن يكون ممارس العلاقات العامة ذكياً ناضج الشخصية أهلاً للثقة، فالذكاء عنصر هام في تكوين شخصية ممارس العلاقات العامة فهو يقوم بتمثيل المؤسسة وحل مشكلاتها الإنسانية وتوطيد علاقاتها الاجتماعية.

7. التكيف: فهو عامل أساسي في العلاقات العامة، ومن الحقائق المتفق عليها أن الناس والجماعات والهيئات يعزوها أن تتكيف فيها بينها إذا أريد أن يكون لنا مجتمع متجانس فمن واجبات العلاقات العامة تحقيق التفاهم عن طريق الاتصال بالآخرين، لذا من الواجب أن يكون ممارس العلاقات العامة مقبلاً على التغيير محباً للاندماج معهم، لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.<sup>1</sup>

8. الكياسة: إنَّ المثل الأعلى لممارس العلاقات العامة هو الاتصاف بالكياسة ودقة السلوك فإذا لم تكن الكياسة طبعاً فيه، فعلى الأقل أن يتطبع بها فهي تطلب سليقة وذاكرة واعية، لم تتح لكل إنسان وعليه أن يتجنب التورط في أعمال قد تعتبر منافية للذوق السليم، كما يتطلب منه الدقة بالعمل فالخطأ يولد دائماً الامتعاض والاستياء.<sup>2</sup>

9. الاستقامة والصدق: لا بد أن يكون رجل العلاقات العامة مهذباً مخلصاً لوظيفته وأن يتحلى بالسمعة الطيبة والأخلاق الفاضلة، لأنَّ نجاحه مرهون بالثقة التي يضعها الناس فيه.<sup>3</sup>

10. الموضوعية: وهي القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل وتجنب التميز العنصري أو الدين أو الاجتماعي أو ما إلى ذلك من الاتجاهات التي تفسر سلوك الفرد ولهذا فإنَّ الموضوعية تعني التجرد من الآراء والأفكار والاتجاهات والمعتقدات فمن الضروري أن يكون رجل العلاقات العامة موضوعياً مع نفسه في حكمه على مقدرته في أن يعمل كأخصائي للعلاقات العامة، وإذا لم يكن موضوعياً فسوف يكون من العسير أن يكون موضوعياً اتجاه الآخرين.<sup>4</sup>

11. الإحساس العام: أن يتميز رجل العلاقات العامة بالقدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير أو بالعكس وأن يعرف متى يتكلم ومتى ينصت ومتى يدافع أو يهاجم ومتى ينتظر ظروفاً أفضل للدفاع أو الهجوم كما أن الحرص ضروري حتى لا يؤدي زلة لسان إلى

<sup>1</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص.70.

<sup>2</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص.71.

<sup>3</sup> علي عجو، مرجع سبق ذكره، ص.53.

<sup>4</sup> علي عبودي نعمة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص.72.

مشكلات يصعب حلها وأن تتوافر لديه القدرة الإيجابية على التحليل والتأليف مستمداً مقاييسه في الحكم من بدهته ومنطقه وفطنته السليمة.<sup>1</sup>

12. الخيال الخصب: العلاقات العامة وظيفة خلاقة تعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة في أضعافها لكسب فئات جديدة من الجماهير كما لا بد أن يتميز بالخلق والإبداع والمبادرة.<sup>2</sup>  
خصائص وسمات مدير العلاقات العامة:

ينصح الخبراء بضرورة أن تهتم المؤسسات بقضية اختيار الشخص الذي يسند إليه رئاسة جهاز العلاقات العامة وإدارته، فيجب أن يكون من أفضل العناصر، بحيث يمتلك من الملامح ما يجعله يحقق النجاح المنشود، وينبغي الاهتمام بخصائص وسمات كثيرة لعل أهمها:

1. القدرة على وضع أهداف العلاقات العامة، وتطوير استراتيجيات وتحقيقها، وتحديد الأولويات، ووضع السياسات.
2. القدرة على إيجاد بيئة ملائمة لعمل العلاقات العامة داخل المؤسسة.
3. إمكانية الإسهام في وضع تصورات المستقبل بالنسبة للمؤسسة وبالتعاون مع الإدارة.
4. الفهم الكامل بالمظاهر الواسعة لعمل العلاقات العامة أكثر من كونه متخصصاً في وجوه العمل في العلاقات العامة.
5. الخبرة الواسعة في مجال العلاقات العامة في المؤسسات وقطاعات متعددة.
6. القدرة على تحديد المشاكل وإيجاد الحلول المناسبة لها.
7. القدرة على التنفيذ والتحكم في مهارات الأفراد لإنجاز المهام المتكاملة لوظيفة العلاقات العامة، والتنسيق بين الأفراد.
8. القدرة على تجنيد العناصر جديدة لدعم جهاز العلاقات العامة.
9. امتلاك مهارات التنظيم والقدرة على تدريب العاملين وتحفيزهم وتنمية مهاراتهم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص. 55.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص. 72.

<sup>3</sup> محمود يوسف، مقدمة في العلاقات العامة، ط2، توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص. 34. 35.

## المطلب الثالث: أخلاقيات العلاقات العامة

تحرص كل الهيئات المهنية على التقيد بمعايير أخلاقية ثابتة، ولذا توضع دساتير أخلاقية تقرر السلوك الذي ينبغي أن يسلكه كل المتعاملين في هذه المهنة من أعضاء وأفراد وجماعات ومؤسسات.

فقد وضعت جمعية العلاقات العامة الدولية دستور ممارسة المهنة وتمت الموافقة عليه في ماي 1961م، ويعد ملزماً لجميع أعضائها، وهو يتضمن قواعد أخلاقية تغطي أربعة جوانب وهي:

✓ نزاهة المهنة ونزاهة العضو الشخصية.

✓ السلوك تجاه العملاء والمستخدمين.

✓ السلوك اتجاه الجمهور والوسيلة.

✓ السلوك اتجاه زملاء المهنة.<sup>1</sup>

### دستور جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

وضعت جمعية العلاقات العامة الأمريكية دستورا للمهنة عام 1960 ثم عدلته في أعوام 1963، 1977، 1983، 1988، وقد نص دستور 1988 على صورة التزام الممارسين بمواد التالية:

1. يلتزم العضو خلال حياته المهنية بمراعاة المصلحة العامة.
2. يحرص العضو على الالتزام بأقصى درجات الأمانة والسلامة خلال قيامه بالتزاماته تجاه العميل وفي نفس الوقت حرصه على سلامة العميل الديمقراطية.
3. يتعامل العضو بعدالة مع الجمهور، والعملاء السابقين والحاليين ومع الزملاء من الممارسين وأن يعطي الاهتمام الواجب لحقوق الآخرين في الاستعلام الحر وإبداء الآراء.
4. يلتزم العضو بأقصى معايير الصدق والدقة والأمانة وتجنب المبالغة في الطلبات والمقارنات غير العادلة وعليه أن يعترف ويقدر ما يستوحيه من أفكار الآخرين .
5. لا يعتمد العضو إلى نشر معلومات زائفة أو أخبار مضللة وعليه أن يسرع بتصحيح المعلومات الخاطئة التي تسبب في نشرها.

<sup>1</sup> محمود يوسف مرجع سبق ذكره، ص.31.

6. يتجنب العضو الوقوع في أي عمل يؤدي إلى إفساد سلامة وسائل الاتصال أو أعمال الحكومة.
7. يكون العضو مستعداً للاعتراف أمام الجماهير باسم العميل أو المستخدم الذي يمثله في أي اتصال جماهيري يقوم به.
8. لا يعتمد العضو إلى استخدام ادعاء أي فرد أو منظمة لخدمة أو تمثيل قضية معلنة، كما لا يدعي الاستقلال وعدم التحيز لخدمة غرض آخر غير معلن.
9. لا يؤكد العضو ضمان تحقيق نتائج لا يكون في متناوله.
10. لا يمثل العضو أطرافاً متصارعة أو متنافسة دون الحصول على موافقة صريحة منها بعد عرض حقائق الوقف عليها بوضوح تام.
11. لا يضع العضو نفسه في موقف تتعارض فيه مصالحه الشخصية أو يحتمل أن تتعارض مع التزاماته اتجاه العميل أو الآخرين إلا إذا أعلن عن هذه المصالح بشكل واضح لكل الأطراف.
12. لا يقبل العضو عمولات أو هدايا أو أي شيء من هذا القبيل من غير العملاء أو المستخدمين الذين يمثلهم إلا بموافقتهم الصريحة بعد علمهم التام بحقائق الأمور.
13. يضمن العضو بشكل كامل حقوق السرية والخصوصية لعملائه الحاليين أو السابقين.
14. لا يعتمد العضو إلى خدش سمعة المهنة أو النيل من عضو آخر.
15. إذا كان لدى العضو دليل على ارتكاب عضو آخر لعمل غير أخلاقي أو غير قانوني أو لا يتفق مع الممارسات العادلة بما في ذلك انتهاك مبادئ هذا الدستور، فعليه أن يسرع بتقديم المعلومات للجهة المعنية بالجمعية إعمالاً للإجراءات المنصوص عليها في هذا الدستور.
16. العضو المدعو كشاهد في أي إجراء لوضع هذا الدستور موضع التنفيذ عليه أن يحضر إن لم يكن عذر تقبله الجهة القضائية.
17. على العضو أن يقطع صلته بأسرع ما يمكن بأي فرد أو منظمة إذا كانت هذه العلاقة تتطلب منه أو يتعارض مع مواد هذه الدستور.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمود يوسف، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 31. 32. 33.

## الفصل الثالث: المؤسسات التربوية الخاصة

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم المؤسسات التربوية الخاصة

✓ المطلب الأول: تعريف المؤسسات التربوية

✓ المطلب الثاني: نشأة المؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر

✓ المطلب الثالث: ظروف ظهور المؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر

المبحث الثاني: المؤسسة التربوية (مكوناتها، وظائفها، خصائصها)

✓ المطلب الأول: مكونات المؤسسة التربوية

✓ المطلب الثاني: وظائف المؤسسة التربوية

✓ المطلب الثالث: خصائص المؤسسة التربوية

المبحث الثالث: المؤسسة التربوية ( أهميتها ، أهدافها)

✓ المطلب الأول: أهمية المؤسسة التربوية

✓ المطلب الثاني: أهداف المؤسسة التربوية

## الفصل الثالث: المؤسسات التربوية الخاصة

### تمهيد:

من طبيعة المؤسسات التربوية أنَّها امتداد للأسرة أوكلت لها مهمة تربية والتعليم والتكوين العلمي للفرد وتقوم بتنشئة الأفراد ليكونوا أعضاء صالحين في المجتمع ومن تلك الأخيرة نجد المدرسة وهي المؤسسة اجتماعية أنشأها المجتمع لتلبية حاجة من حاجاته وهي كيان معنوي يتكون من مجموعة أفراد كل فرد له وظيفة التي يجب أن يقوم بها، ومركزه الذي يجب أن يشغله على أكمل وجه، ولكي تؤدي المدرسة دورها يجب أن تتكامل وظائف أفرادها وتتحد في اتجاه واحد.

## المبحث الأول: مفهوم المؤسسات التربوية

### المطلب الأول: تعريف المؤسسات التربوية

تمثل المؤسسات التربوية وسيطاً أساسياً بين المتعلّم وعملية التعلّم، لما لها من أدوار جدّ مؤثرة في سلوك النشء. ومن الخطأ الشائع أن يظل بعض المشتغلين بالعمل التربوي يساوي بين هذه المؤسسات بما لها من سمات كلية كبرى وبين الوسائل أو الأساليب التربوية التي لا تمثّل سوى جزء يسير من البناء الكلي لتلك المؤسسات، وإن كان الناظم المشترك الأبرز بينها جميعاً هو العمل على مساعدة الناشئ والأخذ بيده نحو تحقيق أهداف التربية<sup>1</sup>

المؤسسة التربوية هي إحدى المؤسسات الاجتماعية الرسمية التي تتبنى تحقيق الأهداف العامة والخاصة للمجتمع وذلك في إطار سياسة تربوية وتعليمية تنبثق من أهداف وسياسة عامة للدولة.<sup>2</sup>

وهناك من عرفها بأنها إحدى أهم مؤسسات المجتمع تقوم بالدور التربوي وفق ما يتطلبه المجتمع المحلي وهي المؤسسة التربوية التي تتم بواسطتها إحداث التغيرات والتطورات المطلوبة في مختلف المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمع.<sup>3</sup> وهناك من عرف المؤسسة التربوية على أنها عبارة عن مرفق عمومي ذو طابع تربوي يتكون من موظفي للتعليم و التّأطير و الخدمات و هيئات استشارية و هياكل و تجهيزات و وسائل مالية و مادية تسخر كلها في خدمة التلاميذ كما تستعمل المؤسسة التربوية التعليم لاسقبال التلاميذ و تسخر للتكفل بالأنشطة التربوية و التعليمية طبقاً للأهداف المحددة في التنظيم الجاري بها العمل حيث تلتزم المؤسسات بالسهر على أداء أنشطة التلاميذ التربوية طبقاً للبرنامج السنوية التي تقررها وزارة التربية و تشتغل المؤسسات وفقاً لمقتضيات التنظيم التربوي و متطلبات الأنشطة المبرمجة فيها بصفة قانونية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> هناء عبد الكريم محمد داود، المؤسسات التربوية (الوظائف الاجتماعية للمدرسة)، تقرير تربص، الجزائر، 2011، ص. 2.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص. 3.

<sup>3</sup> محمد عاشور، دور مدير المدرسة الثانوية في تحسين العلاقة بين المدرسة والمجتمع، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، جامعة اليرموك، العدد 1، مارس 2005، ص. 89.

<sup>4</sup> نظام الجماعات التربوية، قرار 778، وزارة التربية الوطنية، ص. 18.

- المؤسسة التربوية: هي تلك المؤسسة الاجتماعية التي توكل إليها مهمة التربية الحسية والفكرية والأخلاق للأطفال والمراهقين في شكل يطابق متطلبات المكان والزمان لتصبح المدرسة تلك المؤسسة العمومية التي يعهد إليها دور التنشئة الاجتماعية للأفراد وفق منهاج وبرنامج يحددها المجتمع حسب فلسفته، والمدرسة بشكل عام مؤسسة عمومية أو خاصة، تخضع لضوابط محددة، تهدف من خلالها إلى تنظيم فاعلية العنصر البشري بحيث تنتج وتعمل وفق إطار منظم يضبط مهام كل فئة ويجعلها تقوم بعملها الخاص لكي يصب في الإطار العام ويحقق الأهداف والغايات المرغوبة منه، كما أنه يشكل عامل توحيد، عامل جمع مختلف الطبقات الاجتماعية وصهر أفكارها وبلورتها بقدر الإمكان عبر خطابها التربوي.<sup>1</sup>

كما عرفها "محمد صقر" على أنها مؤسسة اجتماعية من مؤسسات التنشئة الاجتماعية دورها تكوين الأفراد من مختلف النواحي إطار منظم وفق مبادئ الضبط الاجتماعي.<sup>2</sup> ويرى شيبمان (SHIPMAN) أنّ المؤسسة التربوية هي شبكة من المراكز والأدوار التي يقوم بها المعلمون والتلاميذ، حيث يتم اكتساب المعايير التي تحدد لهم أدوارهم المستقبلية في الحياة الاجتماعية.<sup>3</sup>

وهناك من عرفها بأنها جميع المؤسسات التربوية الأهلية والخاصة التي تتميز باستقلالها الإداري والمالي ويضاف إلى ذلك أن هذه المدارس تحظى باستقلال نسبي كبير فيما يتعلق بسياستها التربوية وبرامجها التعليمية، وتكون هذه المدارس تابعة لهيئات أهلية أو جمعيات

---

<sup>1</sup> بركة بن زامل الحوشان، أهمية المدرسة في تعزيز الأمن الفكري، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2015م، ص. 12.

<sup>2</sup> محمد جمال صقر، اتجاهات في التربية والتعليم، دار المعارف، بدون سنة، ص. 93.

<sup>3</sup> علي أسعد وطفة و علي جاسم الشهاب، علم الاجتماع المدرسي (بنوية الظاهرة المدرسية ووظيفتها الاجتماعية)، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2004، ص. 17.

خيرية محلية أو أجنبية أو أفراد من القطاع الخاص يتولون الإنفاق عليها من أموالهم أو من الأقساط المدرسية أو من الهبات والتبرعات المرتبطة بها وإدارتها والإشراف عليه.<sup>1</sup>

\*من خلال جملة من التعريفات المذكورة يمكن أن نقول أنّ المدرسة هي إحدى المؤسسات الاجتماعية منظمة تحمل على عاتقها مسؤولية إعداد التلاميذ من ناحية التربية و التعليم في مختلف المجالات الحياة وتتم في فهم القدرات والمهارات الخاصة.

### المطلب الثاني: نشأة المؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر

لقد ورثت الجزائر بعد الاستقلال وضعية خطيرة في مجال التربية متمثلة في نسبة أمية تفوق 83% نسبة ضعيفة للمتمدرسين مقارنة بحاجيات وطموحات المجتمع، نظام تربوي أجنبي في محتواه وتنظيمه وفي مهامه، ومحدود في طاقاته إضافة إلى هذا ضعف التأطير التقني والإداري على المستوى الوطني ولقد تميزت المرحلة 1992/2000 بالتماسك والتكامل بين مختلف الأنظمة التعليمية التحتية، مع بروز النقائص الموجودة بين هذه الأنظمة، وكان من بين الأحداث البارزة في هذه المرحلة تأسيس المجلس الأعلى للتربية وهذا إثر المرسوم 96-101 المؤرخ في 11 مارس 1996 والمتضمن إنشاء المجلس الأعلى للتربية، ومن مهام المسند إليه والتي أكدها السيد رئيس الجمهورية في خطابه التي ألقاه بمناسبة تنصيبه للمجلس يوم 1996/11/26 والذي جاء فيه على الخصوص: "إن مجلسكم مدعو للقيام بتقييم نقدي عقلائي وموضوعي للمنظومة التربوية، تقييم مبني على ضوابط علمية وبيداغوجية ومنسجم مع متطلبات أفاقنا الوطنية، تقييم توافقي متكيف مع حقائقنا الوطنية وأنّ مجلسكم مدعو لوضع منهج يستجيب للطابع الاستعجالي لإصلاح المدرسة الجزائرية مثلما هو مدعو بالأخص إلى وضع منهج متدرج في الزمن، كفيل بأن يرتقي بتصوراتكم ونتائجها إلى مستوى سياسة وطنية للتربية" وبهذا انعقدت الندوة الوطنية حول المبادئ العامة للسياسة التربوية الجديدة وإصلاح التعليم الأساسي في جوان 1998 وتمثلت أهداف الندوة في:

<sup>1</sup> عبد الله عبد الدائم، نحو فلسفة تربوية عربية، الفلسفة التربوية ومستقبل الوطن العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، ص.602.

- تنظيم حوار وطني حول المبادئ العامة للسياسة التربوية الجديدة وإصلاح التعليم الأساسي وتوسيع التشاور حول قضايا التربية والتكوين.

- تحسين المجتمع بكافة شرائحه ومكوناته بالأهمية الاستراتيجية للتربية وتجنيدته للإسهام في إصلاح النظام التربوي وتطويره.

- لمس التوجهات الكبرى للمجتمع وتطلعاته المرجوة من منظومة التربية والتكوين. وبعد الإصلاحات الجديدة التي شرعت وزارة التربية الوطنية في تطبيقها خاصة مع بداية 2005 والتي كانت تركز على إصلاح البيداغوجيا وإعادة تنظيم المنظومة التربوية خاصة بعد تأكيد الدولة من خلال القوانين على الاهتمام الكبير للتربية كونها مجالاً للاستثمار البشري والاستراتيجي.

وتسهر الحكومة على تجنيد الكفاءات والمهارات، وتتكفل بالطلب الاجتماعي حسب متطلبات التنمية الاقتصادية وحدد القانون التوجيهي هذه المبادئ في:

- إبعاد المدرسة عن الطابع الأيديولوجي والسياسي والحزبي وجعلها فضاء يتلقى فيه التلاميذ المعارف والقيم.

- مساهمة المتعاملين الاقتصاديين وتحديد سبل وأشكال الدعم لتطوير التعليم والتكوين المهنيين.

- فتح المجال أمام الأشخاص المعنويين والطبيعيين لإنشاء مؤسسات خاصة وفقاً لأحكام الشرعية المعمول بها.<sup>1</sup>

وقد قفز عدد المدارس الخاصة من 99 مدرسة سنة 2005 إلى 143 سنة 2010، وبهذا تم تأسيس الخاصة رسمياً بعدها كانت النظام التعليمي والتربوي في الجزائر منذ الاستقلال حكراً على الدولة، وكلفت اللجنة ولائية في كل ولايات الوطن، تضم ممثلين عن مديرية التربية ووزارة الصحة وإدارة الحماية المدني لدراسة طلبات إنشاء المدارس الخاصة، ومنح مديريات التربية بالولايات صلاحية إصدار ترخيص الفتح ومنه جاء تأسيس المدرسة الخاصة عبر القرارات التالية:

## 1. الأمر الرئاسي (الأول)

تنظيم التربية والتكوين

إنَّ الرئيس الجمهورية يصدر الأمر الاتي نصه:

<sup>1</sup> المجلس الأعلى للتربية، توصيات الندوة الوطنية، الجزائر، جوان 1998.

**المادة 1:** يهدف هذا الأمر إلى تعديل وتتميم بعض أحكام الأمر 76-35 المؤرخ في 1976/04/16.

**المادة 2:** تعديل وتتميم المادة 2 من الأمر رقم 76-35 المؤرخ في 1976/04/19 والتي جاء فيها "النظام التربوي في إطار المكونات الأساسية لهوية الشعب الجزائري وهي الإسلام والعروبة والأمازيغية.

**المادة 7:** التعليم مجاني في كل المستويات، في المؤسسات التابعة للقطاع العام.

**المادة 10:** النظام التربوي من اختصاص الدولة.

- غير أنه يمكن كل شخص طبيعي أو شخص معنوي مؤهل، يخضع إلى القانون الخاص أن ينشئ مؤسسة تعليمية.

- يتعين على مؤسسة التعليم الخاصة تطبيق برامج الرسمية التي تدرس في المؤسسات العمومية التابعة لوزارة التربية الوطنية، كما يتعين عليها الإعلان عند تأسيسها وسنويا عن موارد ومبالغ تمويلها بما في ذلك الهبات والوصايا إلى الوزير المكلف بالتربية الوطنية.

- يترتب على عدم احترام هذه الأحكام سحب رخصة فتح المؤسسة.

- يشارك التلاميذ المسجلون في مؤسسات التعليم الخاصة المنشأة قانونيا في الامتحانات والمسابقات الرسمية التي تنظمها وزارة التربية الوطنية.

- تحدد شروط إنشاء مؤسسات التعليم الخاصة وفتحها ومراقبتها عن طريق التنظيم.

**المادة 21:** يمكن كل شخص طبيعي أو شخص معنوي مؤهل، يخضع للقانون العام أو للقانون الخاص، فتح مؤسسة خاصة للتعليم التحضيري أو روضة الأطفال، بعد الحصول على ترخيص من الوزير المكلف بالتربية الوطنية.<sup>1</sup>

## II. المرسوم التنفيذي: ( الأول)

رقم 04-90 مؤرخ في 2004/03/24 يحدد شروط انشاء مؤسسات التربية والتعليم الخاصة فتحها ومراقبتها.

<sup>1</sup> صليحة جغدالي، دراسة سوسولوجية للمدارس الخاصة وعلاقتها بإنتاج النخبة (دراسة ميدانية بالمدرسة الخاصة. النخبة الجلفة). مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي، (غير منشور)، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2016م/2017م، ص. 29.

إنَّ رئيس الحكومة وبناء على تقرير وزير التربية الوطنية يرسم مايلي:  
المادة 1: يحدد هذا المرسوم شروط إنشاء مؤسسات خاصة للتربية والتعليم وفتحها ومراقبتها  
والتي تدعى في صلب النص " المؤسسات الخاصة".<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: ظروف ظهور المؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر

إنَّ الجزائر مع بداية 1987 ومع بداية التقارير التربوية المعدة من قبل مفتشي التربية والتي أكدت انخفاض مستوى التعليمي والتربوي للمؤسسات التربوية خاصة خصوصا في مجال اللغات الأجنبية، مما طرح فكرة إنشاء مدارس خاصة لتعليم اللغات، إذ أنه لم تطرح مشكلة بخصوص اعتمادها من قبل الجهة الوصية بموجب قرار وزاري صادر 1989، واستغلت الفكرة لميلاد المدرسة الخاصة التي جاءت في ظروف تزامنت مع اشتداد موجة النقد الموجه للأداء التعليمي في المدرسة العمومية، في هذ الوقت ظهرت أول مدرسة خاصة في سرية تامة في تلمسان تخصصت في التعليم الابتدائي في سنة 1989<sup>2</sup>، مع العلم أنَّ المادة الثانية من أمرية 1976/04/16 والتي تسمح فقط لرياض الأطفال والمدارس التحضيرية والمدارس القرآنية أن تستفيد من الرخص لتأسيس مدارس الخاصة "فهذه المادة تمنع أي شخص أو جمعية أو شركة خاصة من فتح المؤسسات التعليمية في أي حال من الأحوال وبعد نشر ملكية قريفو لكتابها" المدرسة الجزائرية ابن باديس إلى بافلوف والتي تبنت المناهج المتبعة في المدرسة الجزائرية، وبعد أقل من سنة من ظهور أول مدرسة خاصة في تلمسان أعلنت السيدة "قريفو" رسميا قطيعتها مع النظام التربوي الحكومي وقررت اعتماد منهج تربوي خاص بها وفتحت أول مدرسة خاصة بها "بنادي الصنوبر" في أواخر 1991، ثم غيرت مقرها لتنتقل إلى منطقة بن عكنون بالجزائر العاصمة رغم معارضة الجهات الرسمية لها، وظهرت على الساحة التربوية مدرسة "قريفو الخضراء" لتنفيذ مشروعها وتحقيق أهدافها على أرض الواقع بالطرق والأساليب التي تقترحها لتظهر مدى صواب نظرتها على أرض الواقع وعلمية منهجيتها وبهذا استغلت تجربة "قريفو" لتكاثر وانتشار المدارس الخاصة والتي كانت نشاطها سريرا بعيدا عن سلطات المعنية معتمدة أسلوب وضع الجهات الوصية أمام

<sup>1</sup> صليحة جغدالي، المرجع سبق ذكره، ص.30.

<sup>2</sup> ملكة صبيات، المدارس الخاصة، جريدة الخبر الأسبوعي، العدد87، نوفمبر 2000م، ص.4.

الأمر الواقع "وهذا ما أعلنه وزير التربية السيد أبو بكر بن بوزيد إثر اجتماع مجلس الحكومة في سبتمبر 1999 قائلاً: لا أملك شيء ضد المدارس الخاصة، لكنها ممنوعة عندنا لأن القانون يمنع إنشاء مدارس الخاصة"<sup>1</sup>.

واعتمدت في بداية الأمر على كل جمعيات ثقافية أو روضات أطفال أو حتى مؤسسات تكوينية، وهذا ما نصت عليه الجريدة الرسمية للتربية الوطنية بأن تكون المبادرة بفتح مؤسسات التعليم التحضيري بعد الحصول على رخصة من الوزير المكلف بالتربية للهيئات العمومية، المكاتب والجمعيات المحلية والشركات الوطنية والمنظمات الجماهيرية باستثناء كل شخص أو جماعة أو شركة خاصة.<sup>2</sup>

تعد هذه الإصلاحات الثانية من نوعها بعد الإصلاح العميق الذي عرفته المدرسة الجزائرية في السبعينات، فالإصلاح الجديد أملتة ظروف مرتبطة أساساً بالتغيرات التي تعيشها البلاد في المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية، وتفرضه أيضاً تحديات عولمة الحياة في شتى المجالات المختلفة تميزه تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي بدأت في إحداث تغيير وسائل التعليم وأساليبه.<sup>3</sup>

عرفت المدرسة الأساسية في التسعينات، عدة محاولات لتحسين مستوى مختلف الأطوار ولقد توصل التفكير إلى ضرورة إدخال تعديلات على البرامج التي تبين أنها طموحة ومكثفة وغير منسجمة مع بعض الجوانب الناتجة عن التحولات السياسية والاجتماعية التي عرفتها البلاد، ومن هنا جاءت عملية تخفيف محتويات البرامج التي تمت طيلة السنة الدراسية 94/93 طبعة جديدة (إعادة صياغة 1996 والحدث البارز خلال هذه المرحلة هو إدراج اللغة الإنجليزية في الطور الثاني من التعليم الأساسي، ومحاولة تجسيد المدرسة الأساسية المندمجة في المجال البيداغوجي والتنظيمي والإداري والمالي.<sup>4</sup>

يكون التعليم الأساسي لمدة تسع سنوات قاعدة متماسكة ومتجانسة، رغم ذلك كان غياب التعليم التحضيري الموجه للأطفال 4 و 7 سنوات، فهو تعليم غير إجباري إلا أنه كان 53 في مدارس الحضانة وحدائق الأطفال والتي تفتح منصوحاً في أمرية 76 بترخيص من وزارة

<sup>1</sup> جغدالي صليحة، مرجع سبق ذكره، ص. 26.

<sup>2</sup> النشرة الرسمية للتربية الوطنية، تنظيم التربية والتكوين في الجزائر، المديرية الفرعية للتوثيق، ط. 5.

<sup>3</sup> جغدالي صليحة، مرجع سبق ذكره، ص. 26.

<sup>4</sup> وزارة التربية الوطنية، الديوان، أبريل 6778، الجزائر، ص. 67.

التربية وممولة من الجماعات المحلية والمؤسسات العمومية، وكذا غياب التعليم المتخصص للتلاميذ الذين يعانون من صعوبات مدرسية وهو منصوص في أمرية 16 أفريل غياب هذين التعليميين ينعكس على المردود البيداغوجي.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني: المؤسسات التربوية ( مكوناتها، وظائفها، خصائصها)

### المطلب الأول: مكونات المؤسسة التربوية

تركز معظم البحوث التربوية عن المكونات الأساسية للمؤسسة التربوية والتي تتمثل في :

#### • المعلم:

المعلم إنسان مرشد وموجه وهو المتخصص الذي يعمل على إيصال المعارف والخبرات التعليمية للمتعلم، وذلك باستخدام وسائل وأساليب فنية تحقق هذا الإيصال والمعلمون يؤلفون جماعة مهنية متميزة في المجتمع فهم القيمون على تراث الجماعة يحفظون هذا التراث وينقلونه إلى الأجيال الجديدة، وهم بهذا يرسخون القيم والعادات والنظم والتقاليد، ويبنون الأمة ببنائهم لأبنائها وبأيديهم يشكلون رجال المستقبل، وأصبح المعلم القناة الرسمية الثانية بعد الأسرة التي تنقل من خلالها ثقافة المجتمع للطفل، كما أنه المسؤول عن تنقية ثقافة التلميذ من كل الشوائب التي علق بها، من خلال جماعة الرفاق وغيرها من القنوات الأخرى، كما يقول "توما جورج خوري": "إن الطفل يدخل المدرسة بعد أن يكون قد أخذ جزءا كبيرا من التربية من الأسرة وجماعة اللعب والأصدقاء ومن كل ما يحيط به منذ ولادته، ولهذا لا نتصور انه سيتزكها عند دخوله المدرسة، بل يدخل المدرسة وهو مزود بكل هذا الموروث السلوكي والثقافي".<sup>2</sup>

فالمعلم هو المسؤول عن تنقية هذه الثقافة والسلوك وإعادة صياغة نماذج التفكير لدى التلميذ صياغة سليمة تتماشى وخطط التنمية الشاملة للمجتمع، ومن هذا المنطلق فإن هناك مجموعة من المهام الملقاة على عاتق المعلم تتمثل فيما يلي:

- إثارة الدافعية والرغبة عند التلميذ.

- التخطيط للدرس.

<sup>1</sup> رئاسة الجمهورية الجزائرية، جوان 1996، ص 36. Présidence de la République Algérienne

<sup>2</sup> توما جورج خوري، المناهج التربوية مرتكزاتها تطويرها و تطبيقاتها، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 1983، ص.40.

- تقديم المعرفة.
- توجيه النقاش بين التلاميذ وإدارته.
- الضبط والمحافظة على النظام.
- إرشاد التلاميذ.
- التقييم.<sup>1</sup>
- **التلميذ:**

ينظر للتلميذ في غالب الأحيان على أنه وعاء يجب ملؤه بالمعلومات فقط، وبتعبير آخر ننظر إليه نظرة غائية أو هو غاية العملية التربوية، ونلتمس استمرارية هذه الأفكار من خلال بعض الممارسات التربوية للمعلمين داخل القسم، والتي ترى في التلميذ أنه طرف مستقبل للمعلومات لا غير، دون مراعاته كطرف فاعل ومهم في سيرورة العملية التربوية التعليمية، وكل هذا يمكن إرجاعه إلى شيوع بعض الأفكار والممارسات التربوية لدى المعلم بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة حيث أن الطفل منذ ولادته متعود على تلقي الأوامر والإرشادات والتعليمات وثقافته ككل من الأكبر منه، واعتبار كل ما يصدر منهم شيء مقدس لا يناقش ويتقبل كما هو، وفي المقابل يعتبر المعلم نفسه مجسدا لسلطة الأب الغائب بالنسبة للتلميذ في المدرسة، ومن هذا المنطلق يحاول المعلم إعادة إنتاج نفس الأفكار والممارسات التربوية التي يعيشها مع أبنائه في البيت ومنها اعتبار التلميذ مخلوق عاجز عن تقرير مصيره أو حتى المشاركة في تكوينه.<sup>2</sup>

#### ● **المدير:**

يعتبر المدير المؤسسة التربوية من أهم عناصرها وأشخاصها بل أنه ركيزة العملية التعليمية وعليه يعتمد النظام التربوي في بلوغ أهدافه، فالمدير هو الرجل الإداري الأول في المؤسسة ويقف على رأس التنظيم فيها ويتحمل المسؤولية الأولى، بل كاملة أمام السلطة التعليمية والمجتمع ويرى بعض التربويين أنّ المدير المؤسسة هو الرئيس المباشر لجمع العاملين في

<sup>1</sup> أحمد أبو هلال، تحليل عملية التدريس، مكتبة النهضة الإسلامية، عمان، الأردن، 1979، ص.15.

<sup>2</sup> زعيمية منى، الأسرة المدرسة ومسارات التعلم (العلاقة مابين خطاب الوالدين والتعليمات المدرسية للأطفال)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس المدرسي، (غير منشور) جامعة منتوري قسنطينة 2012م/2013م، ص. 68.

المدرسة، هو المسؤول الأول على نجاح المؤسسة التربوية في تحقيق أهدافها وتربية تلاميذها وهو حلقة الاتصال الثابتة في العلاقات المدرسية على اختلاف أنواعها بين المدرسين ببعضهم ، وبين المدرسين والتلاميذ وبين الأولياء والمدرسين.<sup>1</sup>

● **العلاقات الاجتماعية:** وتتمثل في علاقة التلاميذ ببعضهم البعض، علاقة الدارس بالتلاميذ، علاقة الأستاذة والمعلمين ببعضهم البعض، علاقة المعلم أو الأستاذ بالمدير، علاقة التلميذ بالإدارة.... الخ.

● **الأبنية والأساليب الفنية:** وتتمثل في الأقسام والإدارة والساحة وقاعات الرياضة والمكاتب الرئيسية والمطاعم، كاتب الخدمات الاجتماعية والسيكولوجية، مكاتب الحسابات والنقل، والمكتبة... الخ ويستحسن أن تكون هذه المكاتب بعيدة عن قاعات الدراسة حتى لا تثير انتباه التلاميذ.<sup>2</sup>

● **المنهاج:**

يقصد بالمنهاج الطريق الذي يسلكه المعلم والمتعلم، بغية الوصول إلى الأهداف التربوية النابعة من التراث المتراكم، ويعرف المنهاج في التربية الحديثة بأنه: " مجموعة الخبرات والتجارب التي توضع ليتعلمها الصغار"، ويعرف كل من " سميث " و " ستانلي " و " شورز " المنهاج بأنه: " تتابع الخبرات الممكن حصولها والتي تضعها المدرسة من أجل تربية وتهذيب الأطفال والكبار بوسائل تفكير وأعمال الجماعة " ويعرفه " كازويل " و " كامبل " بأنه: " الخبرات التي يكتسبها التلاميذ بتوجيه من معلمهم " .

كما يعرف " تايلور " المنهاج بأنه: " جميع الخبرات التعليمية للتلاميذ التي يتم تخطيطها والإشراف على تنفيذها من جانب المدرسة لتحقيق أهدافها التربوية "، ويعرفه " هاس " بأنه: " جميع الخبرات التي يمر بها المتعلمون في برنامج تربوي يهدف إلى تحقيق أهداف عامة عريضة وأهداف تدريسية خاصة مرتبطة بها وتم تخطيطها. " ، ويتصل المنهاج اتصالاً وثيقاً بالأهداف التربوية، وهذا ما يجعل المنهاج يختلف باختلاف المواد والأفراد والمجتمعات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد عابدين، الإدارة المدرسية الحديثة، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2001م، ص.89.

<sup>2</sup> الحاج سعيد ابن عشار: فاعلية الاتصال الداخلي في العملية التعليمية في المؤسسات التربوية دراسة ميدانية على ثانوية قارة الطين ببريان ولاية غرداية، ( غير منشورة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات العامة، جامعة غرداية، 2018/2017، ص.50.

<sup>3</sup> إبراهيم ناصر، أسس التربية، ط5، دار عمان للنشر والتوزيع، عمان، 2000م، ص.174.

## • المراكز والأدوار:

بحيث يحتل كل فرد من أفراد المؤسسة مركزه الخاص به والدور الملتزم به، بحيث يحتل المدير مكانة عالية بالنسبة للأفراد الآخرين وعليه بالنسبة للمدرس أن يقوم بدوره على أكمل وجه، ولا يقتصر عمله على نقل المعارف والمعلومات فحسب بل يقوم بعملية التربية أيضا، وأما الدور التلاميذ فعليهم الطاعة والاحترام... الخ.

## • النظام:

ويضم كل القواعد والقوانين الضبط، وللمؤسسة نظامها الخاص بها كسائر المؤسسات الأخرى.

## • الرموز والسمات:

وتتمثل في اسم المؤسسة التربوية، العلم الوطني، المستويات الدراسية، الألبسة، الشكل الفيزيقي للمؤسسة، شعار المؤسسة... الخ.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: وظائف المؤسسة التربوية

وجب على المؤسسات التربوية أن تحمل المسؤولية الكبيرة وتغذي حاجات جميع تلاميذها وأن يكون لها برامج شاملة ومشجعة، فهي المكان الآمن والمريح والباعث على النشاط العلمي بمختلف ألوانه، وفيها الهيئة التي أعدت تربويا والمفيد والحكيمة في طرق معاملتها مع التلاميذ ليكونوا متفوقين شخصياً.

فالمدرسة لها جهازها الإداري الذي يتولى حسن تسيير المدرسة وضمان نظام سير الدراسة فيها بما يحقق الأهداف العديدة بالمدرسة وكذلك تضم المؤسسة التربوية المدرسين الذي يأخذون على عاتقهم إعداد التلاميذ إعدادا متكامل من الناحية النفسية والتربوية والاجتماعية والتعليمية، فالتلميذ يقضي شطرا كبيرا من وقته يؤثر فيه المدرسون على التلميذ من حيث:

- طريقته في تقويم الأشياء وموقفه إزاء مختلف المعايير الاجتماعية.
- معرفة الطريقة التي تحل بها المشكلات من كافة الأنواع.
- اكتساب العادات الاجتماعية والثقافية الملائمة.

<sup>1</sup> الحاج سعيد ابن عشار، مرجع سبق ذكره، ص. 51.

- مساعدة التلميذ على إظهار قدراته.
- توجيه التلاميذ إلى الطرق التي تؤدي بهم إلى المهن المختلفة.
- إعداد التلاميذ بالمهارات الخاصة الضرورية لأداء متطلبات مختلف الوظائف<sup>1</sup>.
- وتمثل الوظيفة المؤسسة التربوية فيما يلي:
- تبسيط التراث الثقافي وخبرات الكبار وتقديمها في نظام تدريجي يتفق مع قدرات التلميذ، وهكذا يتدرج التلميذ في تعليمه من التبسيط إلى المركب ومن السهل إلى الصعب ومن المحسوس إلى المجرد.
- توفير بيئة اجتماعية أكثر اتزاناً من البيئة الخارجية مما يؤثر في تنشئة التلميذ وتكوين شخصيته تكويناً يمكنه من التفاعل والتكيف مع المجتمع والعمل على تطويره<sup>2</sup>.
- وينتقل التلميذ من الأسرة إلى المؤسسة التربوية ومعه حاجات أساسية يتوقع أن تقوم المؤسسة التربوية بها، ويمكننا أن نحدد الحاجات الأساسية التي يأتي بها التلميذ إلى المؤسسة التربوية في التالي:
- النمو الجسمي: تستهدف المدرسة تحقيق النمو الجسمي للتلميذ بأن يلم بالقواعد الصحية العامة ويمارسها، وأن يعرف مبادئ التغذية ويقف على وسائل الوقاية من الأمراض المنتشرة في البيئة، وأن تكون لديه العادات الصحية الأولية في الأكل والشرب والنوم والراحة، وأن يتعود على ممارسة الرياضة، مؤمناً بتأثيرها في اكتسابه اللياقة البدنية، وبذلك يكون في المستقبل مواطناً صحيح البدن<sup>3</sup>.
- النمو الاجتماعي: تقوم في هذا المجال بما يلي:
  - تنمية المهارات والاتجاهات اللازمة للإسهام في الحياة الجماعية بصورة فعالة أي أن يصبح التلميذ يؤدي واجباته ومتحملاً لمسؤولياته ومتعاوناً مع غيره ويشعر بالولاء الاجتماعي لوطنه ولأمته.

<sup>1</sup> مراد بوقطاية، مقومات التربية الحديثة في المدرسة، مجلة العلوم الإنسانية العدد الثالث، جامعة محمد خيضر بسكرة، أكتوبر 2002، ص. 3.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص. 4.

<sup>3</sup> رياض بدوي مصطفى، مشكلات القراءة من الطفولة إلى المراهقة التشخيصي والعلاج، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005م، ص. 113.

- تعويد التلميذ على آداب السلوك الاجتماعي وحسن المعاملة وتعليمه العلاقات الاجتماعية والشعور بالمسؤولية القائمة بين مختلف الجماعات وغرس القيم الحسنة فيه وجعله ساعيا إلى التقدم الاجتماعي دائما.

- تزويده بالمعلومات والحقائق التي تجعله قادرا على إدراك بيئته إدراكا سليما، يعرف على المؤسسات الاجتماعية القائمة، وكيفية التعامل معها والاستفادة من خدماتها.  
- تدريب التلميذ على المهارات النافعة له، والتي تجعله قادرا على كسب رزقه والمساهمة في النشاط الاقتصادي.<sup>1</sup>

- النمو الوجداني: وتتمثل فيما يلي:

- أن يكون لدى التلميذ الصفات الشخصية والطبيعية والاتجاهات النفسية السليمة، كأن يثق بنفسه ويحترمها، ويتمسك بحرية الرأي ويحب الحق ويتبعه في كل المواقف والظروف وأن توجه انفعالاته توجيهها صحيحا حتى لا يتعرض للكبت والانحراف.  
- أن تنمو قدراته على الإحساس بالجمال ويتذوقه وذلك في مظاهر الطبيعة ويمارس بعض من النشاطات الفنية كالتعبير والأدب والموسيقى والغناء والتصوير والرسم.<sup>2</sup>

- النمو الروحي:

- أن يلم التلميذ بالمبادئ الدينية الأولية.  
- أن تنمي فيه كل الإتجاهات الروحية والخيرية كالأمانة وإتقان العمل وحب الخير للآخرين.<sup>3</sup>

- النمو العقلي:

تنمية مهاراته المختلفة واكتسابه الطرق والأساليب المؤثرة في هذه المعارف كطرق التفكير العقلي السليم وأساليبه وإمكانياته الإبداعية، وتشجيعه على إنتاج أفكار جديدة وابتكاره<sup>4</sup>

### المطلب الثالث: خصائص المؤسسة التربوية

للمؤسسة التربوية عدّة خصائص ومميزات تتميز بها وهي:

<sup>1</sup> صلاح الدين شروخ، علم الاجتماع التربوي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2004، ص.72.

<sup>2</sup> رياض بدوي مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص.116.

<sup>3</sup> محمد عبد الرحيم عدس، واقعا التربوي إلى أين، دار الفكر، الأردن، بدون سنة، ص. 66.

<sup>4</sup> علي راشد، مفاهيم ومبادئ تربوية، دار الفكر العربي، القاهرة، بدون سنة، ص 18.

- المؤسسة بيئة تربوية موسعة: فهي لم تعد مكانا للتعليم فقط حيث لم تعد تكتفي بنقل المعلومات إلى الأفراد وحشو عقولهم بالمعارف بقدر ما تهتم بتربية الفرد من جميع مكوناته (العقل، الجسم، النفس والروح)، وهكذا تحاول المدرسة أن تكون بيئة تربوية ينشأ فيه الفرد متزن الشخصية، مضبوط العواطف عارفا ما عليه وما له من حقوق وواجبات قادرا على خدمة نفسه ومجتمعه.<sup>1</sup>
- المؤسسة بيئة تربوية مبسطة: فهي تبسط للتلاميذ المواد المعرفية والمهارات المدرسية المتشابكة وتسهل عليهم تحصيلها وتتبع بذلك تصنيف المواد وتدرجها من السهل إلى الصعب، ومن المعلوم إلى المجهول، ومن المحسوس إلى المعلوم وأما المهارات فتشتق فيها من البسيط الذي تصله وتعمل على غرسها في الناشئة ليتمثلوها سلوكا يعيشونه، ويقومون به.<sup>2</sup>
- المؤسسة بيئة تربوية تنقيوية: فهي تحاول أن تصفي ما يعلق بالتلميذ من الفساد وتخلق له جوا مشبعا بالفضيلة والتقوى والاستقامة.
- المؤسسة بيئة تربوية صاهرة: فهي تسعى إلى توحيد ميول واتجاهات التلاميذ وصهرها في بوتقة واحدة حسب فلسفة المجتمع بما يخلق واقعا اجتماعيا مناسباً للحراك الاجتماعي، القائم على التعايش والتفاهم واحترام الآخر، وتفسح لهم مجال التواصل والتشابه الثقافي فيما بينهم.<sup>3</sup>

### المبحث الثالث: المؤسسة التربوية (أهميتها، أهدافها)

#### المطلب الأول: أهمية المؤسسة التربوية

لاشك في دور المؤسسة التربوية في ترسيخ الأمن الفكري وذلك بتوافر المعلمين والمعلمات المعتدلين سلوكيا وفكريا وعقائديا، وتوافر المناهج التي بتعد عن الغلو والتطرف والتعصب، وإتاحة مزيد من الحرية للتلاميذ في التعبير عن أنفسهم، والإجابة عن استفساراتهم في المسائل الفقهية والدينية بتوافر المعلم الذي يستطيع تقديم إجابات علمية وافية وشفافية

<sup>1</sup> مراد زعيمي، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2006م، ص. 141.

<sup>2</sup> إبراهيم ناصر، مرجع سبق ذكره، ص. 174.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص. 174.

لتوصل لفقہ النظرية الوسطية في التوفيق بين العلم والعبادة والدعوة والجهاد وبين كافة الأمور الحياتية.<sup>1</sup>

وتكمن أهمية المؤسسة التربوية كونها البداية الحقيقية لعملية التنمية الفكرية لمدارك التلاميذ واكتسابهم الوسائل الأولى لاكتساب المعرفة وتنمية المهارات، كما أنّ المرحلة الابتدائية تعتبر أولى الخطوات على طريق التلميذ الطويل الذي بات اليوم لا ينتهي عند حد معين بل يستمر في حياة الفرد ، ولعل أهمية التربية الأولية تمثل لمعظم التلاميذ كل شيء تقريبا في يكتشفون من خلالها أنفسهم وتنتفتح بالتدريج طاقاتهم ويلتمسون في إطارها نشاطاتهم الواعي بما يحيط بهم ، من خلال دروسها وفعاليتها ويطلعون على الحياة في المجتمع الكبير ليعوا قيمه ومعاييرها وعلى دروبها ينمون ويكبرون وتبدأ خبراتهم ومهاراتهم بالتراكم والتزايد وقدراتهم بالوضوح و التميز والانطلاق.<sup>2</sup>

وتكمن أهمية المؤسسة التربوية في:

- توسيع دائرة تفاعلاته في العالم الخارجي من خلال الخبرات التعليمية التي يكتسبها ويستخدمها مع أنواع من القيم والمثل التي تؤثر شعوريا ولا شعوريا في سلوكه وعاداته عندها يتعلم ويكتسب التلميذ المزيد من المعايير الاجتماعية.
- يتعرف على معاني الحقوق والواجبات والانفعالات والتوفيق بين حاجاته وحاجات الغير.
- اكتساب التلميذ مجموعة من العمليات الاجتماعية كالتعاون والتنافس مع رفاقه.
- اكتساب معايير وقيم خلقية عن طريق القدوة واشترائه في ممارسات تساعد على تعلم أنماط من السلوك السري.
- يتعلم دورا اجتماعيا كما يمكن له أن يمارسها فضلا عن اتاحتها الفرص لممارسة أدوار جديدة تتناسب مع نضجه وبذلك يتفاعل مع معلميه.
- يكتسب التلميذ دورا إيجابيا في تعلم الاتجاهات والمفاهيم المتعلقة بالنظام المدرسي والاجتماعي والعقائدي والاقتصادي فيزداد وعيا بالطريقة التي ينبغي أن تعمل بها النظم الاجتماعية المختلفة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> برکه بن زامل الحوشان، مرجع سبق ذكره، ص. 13.

<sup>2</sup> بوفلجة غيات، التربية المفتوحة، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م، ص. 17.

<sup>3</sup> الحاج سعيد ابن عشار، مرجع سبق ذكره، ص. 52.

## المطلب الثاني: أهداف المؤسسة التربوية

بما أن المدرسة التقليدية كانت تنظر إلى المعلم على أنه محور العملية التعليمية وإنّ التلميذ مجرد متلقي سلبي، فإن النظرة الحديثة اختلفت لتضع التلميذ محورا للعملية التعليمية، مما يستوجب من المدرسة توفير كل طاقاتها وإمكاناتها لخدمة التلميذ ومساعدته على التزود بالعلم والمعرفة والتشرب بالعادات والقيم التي تعكس طبيعة المجتمع الذي يعيش فيه.<sup>1</sup> والمؤسسة التربوية الواعية تهدف إلى تحسين العملية التعليمية والتربوية والارتفاع بمستوى الأداء، وذلك عن طريق توعية وتبصير العاملين في المدرسة بمسؤولياتهم وتوجيههم التوجيه التربوي السليم<sup>2</sup>، ويمكن تلخيص الأهداف الحديثة للإدارة المدرسية في:

- بناء شخصية التلميذ بناءً متكاملًا.
- تنظيم وتنسيق الأعمال الفنية والإدارية في المؤسسة بما يحقق سرعة انجاز الأعمال وتنسيقها، توافر العلاقات الإنسانية الطيبة بين العاملين في المؤسسة التربوية.<sup>3</sup>
- وضع خطط التطور والنمو المستقبلية للمؤسسة.
- الإشراف التام على تنفيذ الأساتذة للمناهج الدراسية.
- الإشراف التام على تنفيذ مشاريع المؤسسة حاضرا ومستقبلا.
- تحسين العلاقات بين المؤسسة التربوية والبيئة الخارجية عن طريق مجالس الأولياء وغيرها.
- توفير الأنشطة المؤسسة المختلفة لنمو شخصية المتعلم.<sup>4</sup>
- العمل بشكل مستمر وتعاوني مع أولياء التلاميذ في الأمور وغيرهم من المعنيين لتحقيق حاجات التعلم لجميع التلاميذ.
- العمل على التطوير والنمو المستمر للمؤسسة.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> راقدة الحريبي وآخرون، الإدارة والتخطيط التربوي، ط1، دار الفكر، عمان الأردن، 2007م، ص. 82.

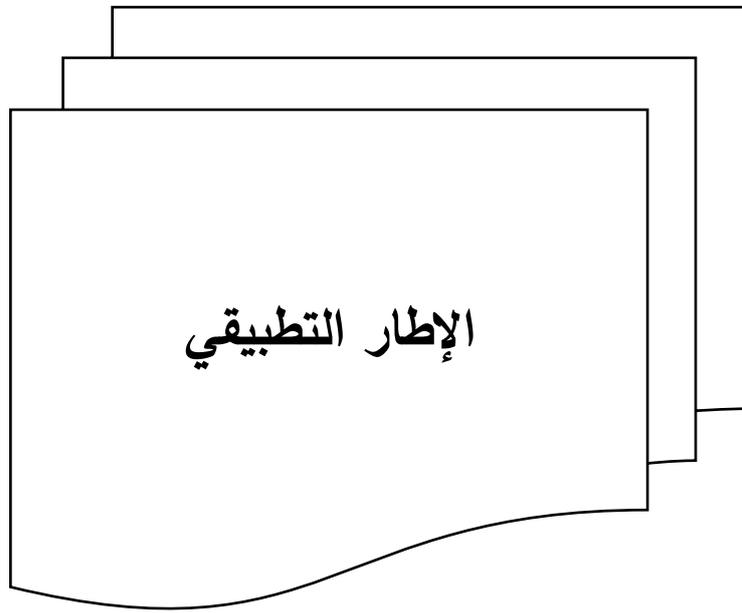
<sup>2</sup> رامي جمال أندرواس وآخرون، الإدارة التربوية الفاعلة ومدرسة المستقبل، ط 1، عالم الكتب الحديث، أريد، عمان، 2012م، ص. 98.

<sup>3</sup> سلامة عبد العظيم حسين، اتجاهات حديثة في الإدارة المدرسية الفعالة، دار الفكر العربي، عمان، 2004م، ص. 30.

<sup>4</sup> فرحان حسن بربخ، إدارة التغيير وتطبيقاتها في الإدارة المدرسية، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012م، ص. 153.

<sup>5</sup> ياسر فتحي الهنداوي، إدارة المدرسة وإدارة الفصل أصول نظرية وقضايا معاصرة، ط 1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة،

مصر، 2009م، ص. 22.



## الفصل الرابع: واقع العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية

تمهيد

المبحث الأول: نبذة تعريفية عن مؤسسة تاونزة العلمية

المبحث الثاني: تحليل معطيات دراسة ميدانية

✓المطلب الأول: تحليل بيانات الشخصية

✓المطلب الثاني: تحليل بيانات المحور الأول حول العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية

✓المطلب الثالث: تحليل بيانات المحور الثاني حول العراقيل التي تواجه العلاقات العامة في

مؤسسة تاونزة العلمية

المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة للدراسة

خاتمة

## الفصل الرابع: واقع العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية

### تمهيد:

في هذا الفصل سوف نعرض تحليل معطيات الدراسة الميدانية استناداً لمعطيات الاستبيان الموجه للمبحوثين لمؤسسة تاونزة العلمية، حيث كانت عينة الدراسة الأساتذة والإداريين، وقد أخذنا عينة 50 موظف (الأساتذة والإداريين) من بين 50 موظف تم دراسة 46 موظف. وقد قسمت الاستمارة إلى محورين، المحور الأول حول العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية ويحتوي على عشرة أسئلة، أما المحور الثاني حول العراقيل التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية ويحتوي على أربعة أسئلة، إضافة إلى البيانات الشخصية الجنس والسن والعلاقة بالمؤسسة والمستوى التعليمي والأقدمية في المؤسسة، وتم استعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والإنسانية (SPSS) من أجل الحساب التكرارات والنسب المئوية في الأجوبة كما هو موضح في الجداول الآتية:

وفي الأخير قمنا باستخلاص نتائج عامة استناداً إلى تحليل معطيات الدراسة.

## المبحث الأول: نبذة فنية عن المؤسسة تاونزة العلمية

مدرسة تاونزة العلمية مؤسسة تربوية خاصة تقع في بني يزقن تابعة لولاية غرداية. معتمدة من وزارة التربية الوطنية الجزائرية، تأسست بحمد من الله وتوفيجه يوم الإثنين 19 رمضان 1428هـ الموافق لـ 01 أكتوبر 2007 ضمن مشاريع المنظومة المعرفية الرشيدة، وتحصلت على الاعتماد سنة 2009م. ويتوفر على 65 موظف (أساتذة وإداريين).  
غايتها: ابتغاء رضوان الله تعالى.

رسالتها: إعداد طالب مؤمن، كفاء في أدائه، فعال في محيطه، يعيش عصره.

قيمها: الالتزام، الاتقان، تقبل النقد، الصدق في العمل، التضحية، الإبداع، المحبة.<sup>1</sup>

### أهم أنشطة المؤسسة:

#### الطاقم التربوي:

- أيام مغلقة.

- تكوينات متخصصة.

- لقاء ترشيد الفكر.

- لقاءات إيمانية.

- رحلات

#### الأولياء:

- لقاءات تكوينية للآباء والأمهات

- لقاءات تقييمية.

- وسام أحسن ولي.

- برنامج استقبال الأولياء.

#### التلاميذ:

- رحلات علمية.

- مخيمات اللغة الأجنبية.

- مخيمات مراجعة.

<sup>1</sup> صفحة رسمية لمؤسسة تاونزة العلمية، الرابط: <https://www.facebook.com/pg/tawenzaschool/about>

، يوم التصفح 2018/04/26م. /?ref=page\_interna

- رحلات ترفيهية و تحفيزية.
- النوادي الثقافية والعلمية.
- لقاءات لتحسيس الطلبة وتوعيتهم.
- الإذاعة المدرسة.
- مباريات رياضية.

وتسعى المؤسسة إلى الاسهام في رفع الأداء التربوي محليا ووطنيا من خلال تنظيم الدورات التدريبية المتخصصة بالشراكة مع المدارس العمرية بالأردن منها:

- الدورة التأهيلية للمدراس التربوية : جوان 2012.
- دورة أساليب التربية الحديثة : ديسمبر 2012.
- دورة قيادة المعلمين : ديسمبر 2012.
- دورة المعلمة المتميزة : ديسمبر 2012.

وقد وقعت المؤسسة بحمد الله على اتفاقيات شراكة وتعاون وطنية ودولية هي:

- اتفاقية شراكة في مجال التدريب التربوي والإداري مع المدارس العمرية / الأردن.
- اتفاقية شراكة في مجال التدريب التربوي والأسري مع شركة شارك للتدريب والتطوير والاستشارات / الأردن.
- اتفاقية شراكة في مجال تكنولوجيا التعليم مع شركة كوندور للبرمجيات / الجزائر<sup>1</sup>.

### الهيكل التنظيمي للمؤسسة تاونزة العلمية

بعض المهام المسؤولين والإداريين:

**المدير العام:** المسؤول عن تسيير الأمور العامة وكل ما يحدث داخل المدرسة و متابعة تنفيذ الخطة السنوية.

**المدير الفني:** المسؤول عن الجانب التحصيلي إضافة إلى متابعة عملية التقييم والتقويم ووضع الأهداف

التحصيلية.

<sup>1</sup> حسان حميد أوجانة مدير الموارد البشرية بمؤسسة تاونزة العلمية مطوية ( دليل مدرسة تاونزة العلمية)، يوم 2018/04/25

**مدير العلاقات العامة:** استثمار في العلاقات مع الأولياء و البحث عن علاقات جديدة في مجال عمل المؤسسة و الاستثمار في العلاقات الخارجية القديمة وربط أواصر التواصل من تهاني وتعازي إضافة إلى تقديم تعريف المؤسسة للجمهور وشرح طبيعة الخدمات التي تقدمها بلغة سهلة لإثارة اهتمام الجمهور و شرح سياسة المؤسسة وأي تعديل لها حتى يتقبلها الجمهور ويتعاون معها، التأكد من أنّ جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور سليمة وصحيحة من كافة الوجوه و تزويد المؤسسة بكافة البيانات والمعلومات وبالتطورات التي تحدث بالرأي العام إضافة إلى تنظيم زيارات لأفراد الجمهور والوفود المختلفة للتعرف عن الإنجازات داخل المؤسسة و الإشراف مدير العلاقات العامة على إعداد النشرات والكتيبات والفيديوهات التي تهدف إلى تعريف الجمهور بحقيقة ما يجري داخل المؤسسة والمشاركة في المؤتمرات والمعارض وورش العمل المحلية والخارجية و اقتراح كل ما من شأنه التحسين من أداء المؤسسة

**المدير المالي:** وهو الذي يتكفل بكل الجوانب المالية للمؤسسة منها: متابعة الجانب المالي للمدرسة،

تحصيل المستحقات المالية من الأولياء مراقبة لوحة القيادة المالية، تسديد الفواتير الخاصة بالمدرسة...

**المدير التنفيذي:** وهو المسؤول الأول على مستوى كل فرع يسهر على: الالتزام بأحكام الإسلام والتقيّد

بالأنظمة والتعليمات وقواعد السلوك والآداب، ضمان مطابقة عمل المركب للوائح العمل المعتمدة في المؤسسة،

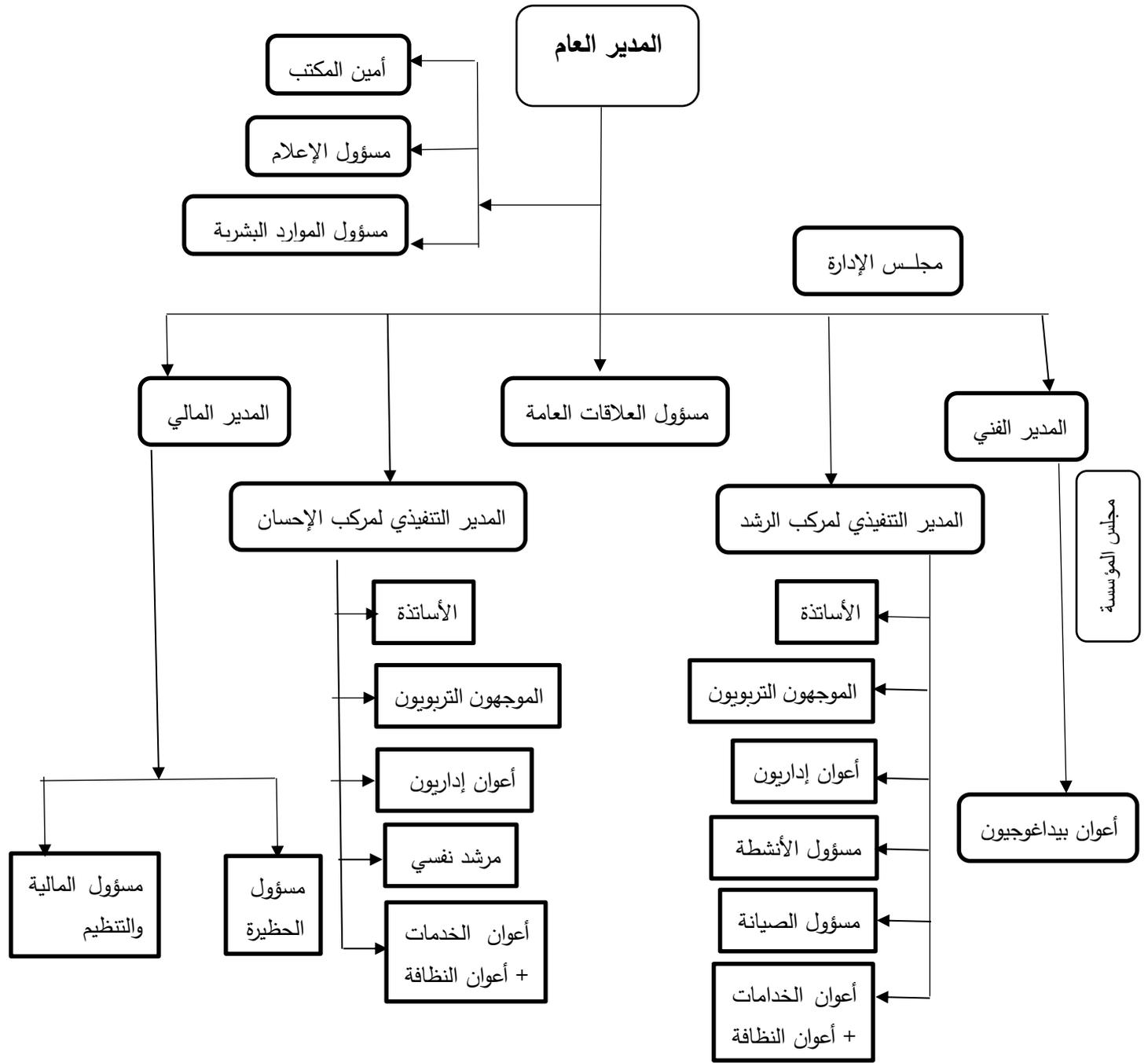
احترام جميع الموظفين التابعين له ومعاملتهم معاملة تربوية تحقق لهم الأمن والطمأنينة وتنمي شخصيتهم،....

**مسؤول الإعلام:** وهو الذي ينجز ويتابع كل ما له بأنشطة الإعلام منها: كتابة التقارير الإعلامية ونشرها،

متابعة وتطوير الموقع وصفحات التواصل الاجتماعي للمدرسة، الإشراف على إعداد وإخراج المطويات و النشرات والدلائل التعريفية للمؤسسة، إدارة شبكة الأنترنت في المؤسسة،....الخ<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مقابلة علمية مع السيد: الحاج موسى إلياس، مدير العلاقات العامة بمؤسسة تاونزة العلمية، يوم 2018/04/26م على

الساعة 8:30.



## 1- الهيكل التنظيمي لمؤسسة تاونزة العلمية -

<sup>1</sup> حميد حسان أوجانة، مسؤول الموارد البشرية بمؤسسة تاونزة العلمية، وثيقة ، يوم 24 أبريل 2018م

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية  
المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين

جدول رقم 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية%	التكرار	الجنس
84.8%	39	ذكر
15.2%	7	أنثى
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أي نسبة 84.8 % ذكور، أما نسبة الإناث بلغت 15.2%، وهذا يمكن تفسيره على أن الإدارة المؤسسة تاونزة العلمية تشجع توظيف الذكور أكثر من الإناث وهذا راجع إلى طبيعة عمل المؤسسة.

جدول رقم 02: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية%	التكرار	السن
41.3%	19	من 20 سنة إلى 30 سنة
52.2%	24	من 31 إلى 40 سنة
6.5%	3	من 41 إلى 50 سنة
0%	0	من 51 سنة فما فوق
100%	46	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 52.2% تمثل الموظفين الذين تتراوح أعمارهم بين 31 إلى 40 سنة، أما نسبة 41.3% تمثل الموظفين الذين تتراوح أعمارهم بين 20 إلى 30 سنة، أما

من 41 إلى 50 سنة فتمثلت 6.5% ، أما من 51 سنة فما فوق فهي منعدمة وهذا يمكن تفسير ذلك على أن المؤسسة تتبع سياسة التشغيل الشباب للطاقت التربوي والإداري وهذا يسمح للعمل والحيوية أكثر لصالح المؤسسة.

جدول رقم 03: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العلاقة المبحوثين

العلاقة بالمؤسسة	التكرار	النسبة المئوية
مراقب	4	8.7%
إداري	12	26.1%
مسؤول مصلحة	6	13.0%
أستاذ	24	52.2%
المجموع	46	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أي نسبة 52.2% أساتذة، وأما نسبة إداريين فتمثلت في 26.1% ومسؤول المصالح تمثلت في 13%، ونسبة المراقبين فهي 8.7%، وهذا يمكن تفسيره إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين هم أساتذة وهم محور الأساسي في عملية التعليم في المؤسسة.

جدول رقم 04: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
4.3%	2	ابتدائي
4.3%	2	متوسط
21.7%	10	ثانوي
60.9%	28	جامعي
8.7%	4	دراسات عليا
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنَّ نسبة 60.9% لديهم مستوى تعليمي جامعي، فما تمثلت نسبة 21.7% للموظفين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي، أما نسبة 8.7% تمثلت للموظفين الذين لديهم دراسات عليا، أما الموظفين الذين لديهم مستوى الابتدائي و المتوسط تكاد تنعدم، ويعد ذلك إتباع المؤسسة سياسة التشغيل الذي يُوَطر فئة الشباب ذوي المستوى التعليمي عالي قصد إعطاء روح جديدة للمؤسسة.

جدول رقم 05: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية في المؤسسة

الأقدمية في المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	7	15.2%
من سنة إلى 3 سنوات	19	41.3%
من 4 سنوات إلى 6 سنوات	15	32.6%
من 7 إلى 9 سنوات	3	6.5%
من 10 سنوات فما فوق	2	4.3%
المجموع	46	100%

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 41.3% تمثل الموظفين الذين لديهم الأقدمية في المؤسسة من سنة إلى 3 سنوات، و 32.6% تمثل الموظفين الذين لديهم الأقدمية في المؤسسة من 4 إلى 6 سنوات، وأما الموظفين الذين لديهم أقل من سنة فهم يمثلون 15.2% ، وأما نسبة 6.5% تمثل الموظفين الذين لديهم الأقدمية في المؤسسة من 7 إلى 9 سنوات، وأما الموظفين الذين لديهم الأقدمية في المؤسسة من 10 سنوات فما فوق تكاد تنعدم، ويمكن تفسيره على أنّ المؤسسة تقوم بفتح مناصب جديدة للتوظيف كل سنة لتشغيل الشباب ذوي المستوى التعليمي أعلى.

### المطلب الثاني: تحليل البيانات المحور الأول حول العلاقات العامة في مؤسسة تاويزة العلمية

#### تمهيد:

يمكن معرفة صورة المؤسسة الخارجية من خلال معرفة وضعية العلاقات العامة الداخلية ويمكن معرفة ذلك من خلال الكشف عن وجود جهاز علاقات العامة في المؤسسة كما أنه هو المسؤول الأول عن الاتصال وعن كل ما يدور في المؤسسة.

جدول رقم 06 : يوضح رأي المبحوثين حول تواصلهم مع موظفي الإدارة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
%100	46	نعم
%0	0	لا
%100	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ نسبة 100% أي أن كل الموظفين في المؤسسة لديهم تواصل مع موظفي الإدارة. ويمكن تفسيره على وجود العلاقة الحسنة بين الموظفين والمبينة على التفاهم والثقة المتبادلة بينهم في إطار العمل.

جدول رقم 07: يوضح تواصل المبحوثين مع موظفي الإدارة في حالة إجابتهم ب نعم

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
%58.7	27	دائما
%41.3	19	أحيانا
%0	0	نادرا
%0	0	أبدا
%100	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 58.7% من الموظفين المؤسسة لديهم اتصال دائم من موظفي الإدارة، وأما نسبة 41.7% لديهم اتصال مع موظفي الإدارة من حين لآخر وعليه يمكن تفسيره على أنّ الموظفين يرون أنّ الإدارة هي الجهة التي يمكنها التواصل معها وحلا لمشاكلهم وإفادتهم بكل ما يتعلق بالمؤسسة.

جدول رقم 08: يوضح الوسائل المستعملة للاتصال بالمبحوثين مع الإدارة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
19.5%	30	اتصال الشخصي
18.1%	28	إعلانات وتعليمات
1.9%	3	البريد الإلكتروني
5.1%	8	المراسلات الإدارية
18.1%	28	مواقع التواصل الاجتماعي
22%	34	الهاتف
14.9%	23	اجتماعات وندوات
100%	154	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب المبحوثين يستعملون الهاتف لتواصل مع موظفي الإدارة حيث بلغت نسبة 22% ، أما المبحوثين الذين قالوا أنّ اتصال الشخصي هي الوسيلة المستعملة للتواصل مع موظفي الإدارة بلغت 19.5% ، أما المبحوثين الذين قالوا أنّ الإعلانات والتعليمات والمواقع التواصل الاجتماعي هي الوسائل المستعملة للتواصل مع موظفي الإدارة بلغت 18.1% ، أما اجتماعات وندوات فبلغت 14.9% في حين بلغت المراسلات الإدارية 5.1% ، أما البريد الإلكتروني فتكاد تكون منعدمة، ويمكن تفسير ذلك على أنّ اتصال شخصي وإعلانات وتعليمات أكثر تعبيراً عن المستجدات المؤسسة خاصة وأنها طريقة سهلة تقوم أساساً على ملصقات في أماكن محددة، وكما يبين الجدول أنّ أغلب المبحوثين يستعملون وسائل الاتصال الحديثة لتواصل مع الإدارة كالهاتف ومواقع تواصل الاجتماعي ( فيسبوك، فايبر، سكايب...) وذلك لإفادتهم بنشاطات والمستجدات المؤسسة الطارئة.

جدول رقم 09: يوضح آراء المبحوثين حول قيام المدير بزيارات استطلاعية أثناء فترات العمل

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
13%	6	دائماً
82.6%	38	أحياناً
2.2%	1	نادراً
2.2%	1	أبداً
100%	46	المجموع

من خلال جدول نلاحظ أن 82.6% من الموظفين قالوا بأن المدير أحياناً يقوم بزيارات استطلاعية أثناء فترات العمل، أما نسبة الموظفين الذين قالوا أن المدير دائماً يقوم بزيارات استطلاعية أثناء فترات العمل بلغت 13%، في حين الموظفين الذين قالوا أن المدير نادراً أو لا يقوم بزيارات استطلاعية أثناء فترات العمل تكاد تكون منعدمة، ويرجع ذلك على مدى حرص مدير المؤسسة على جودة العمل والإنتاجية ومدى حرصه بكل ما يدور داخل المؤسسة في ظل خلق جو ملائم للعمل.

جدول رقم 10: يوضح آراء المبحوثين حول الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
18.9%	17	الاتصال بالموظفين
46.7%	42	التغطية الإعلامية لنشاطات المؤسسة
34.4%	31	مساعدة إدارة المؤسسة في تحديد استراتيجيتها
100%	90	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 46.7% تمثلت في آراء المبحوثين الذين قالوا أنّ التغطية الإعلامية لنشاطات المؤسسة هي من الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة، في حين نسبة 34.4% هي آراء المبحوثين الذين قالوا أنّ مساعدة إدارة المؤسسة في تحديد استراتيجيتها هي من الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة، أما نسبة 18.9% تمثلت في آراء المبحوثين الذين قالوا أنّ الاتصال بالموظفين هي من الوظائف إدارة العلاقات العامة، ويمكن تفسير ذلك على أنّ إدارة العلاقات العامة لها دور في تحديد استراتيجية وأهداف المؤسسة وحريصة على سمعة الحسنة للمؤسسة خارجيا وذلك من خلال تغطية الاعلامية لنشاطات المؤسسة داخليا وخارجيا.

جدول رقم 11: يوضح آراء المبحوثين حول الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة في

#### مؤسسة تاونزة العلمية

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
22.6%	40	تكوين علاقات مع مؤسسات تربوية أخرى
20.4%	36	جلب فرص وتبادلات ثقافية تربوية رياضية
21.4%	38	تكوين علاقات جيدة بين المؤسسة والأولياء
12.4%	22	إخبارك بمستجدات المؤسسة
23.2%	41	تحسين صورة المؤسسة خارجيا
100%	177	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 23.2% من آراء المبحوثين قالوا أنّ تحسين صورة المؤسسة خارجيا هي من الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة، أما نسبة 22.6% من آراء المبحوثين يرون أنّ تكوين علاقات مع مؤسسات تربوية أخرى هي من الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة، أما نسبة 21.4% من آراء المبحوثين يرون أنّ تكوين علاقات جيدة بين المؤسسة والأولياء هي من الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة، في حين

نسبة 20.4% يرون أنّ جلب فرص وتبادلات ثقافية تربوية رياضية هي من الأهداف المؤسسة، أما نسبة 12.4% فتمثلت في آراء المبحوثين الذين يرون أنّ إخبار الموظفين بالمستجدات المؤسسة هي من الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة، ويرجع ذلك على أنّ إدارة العلاقات العامة تسعى إلى تحسين صورة المؤسسة خارجياً من خلال عدة أهداف أهمها تكوين علاقات مع مؤسسات تربوية أخرى من خلال جلب فرص وتبادلات ثقافية تربوية رياضية وتكوين علاقات جيدة مع الأولياء التلاميذ من إشراكهم بتقديمهم لشكاوهم واقتراحاتهم للمؤسسة.

جدول رقم 12: يوضح قيام المبحوثين بتقديم شكوى للإدارة عند تعرضهم لمشكلة في المؤسسة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
78.3%	36	نعم
21.7%	10	لا
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة المبحوثين الذين يقدمون شكوى عند تعرضهم لمشكلة في المؤسسة تجاوزت 78% ، أما نسبة 21.7% تمثل المبحوثين الذين لا يقدمون شكوى للإدارة عند تعرضهم لمشكلة في المؤسسة ويمكن تفسير ذلك على أنّ إدارة المؤسسة تفتح مجال لتقبل رأي الآخرين وتلقي شكاوي الموظفين عند تعرضهم لمشكلة ما في المؤسسة.

جدول رقم 13: يوضح طريقة تقديم المبحوثين لشكاوهم للإدارة المؤسسة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
27.4%	17	اتصال بمدير المؤسسة
40.3%	25	اتصال بالمدير المباشر
32.3%	20	اتصال بمدير الموارد البشرية
100%	62	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 40.3% من المبحوثين يقدمون شكاوهم عن طريق اتصالهم بالمدير المباشر وهذا يعني أنّهم يراعون في تقديمهم لهذه الشكاوي السلم الإداري، كون الشكاوي تطرح أولاً على المدير المباشر، أمّا نسبة 27.4% تمثلت في المبحوثين الذين يقدمون شكاوهم عن طريق اتصالهم بمدير المؤسسة في حالة وجود هناك صعوبات في تقديم الشكاوي لوجود عائق أو أنّ الفرد يجد صعوبة الاتصال بالجهة المعنية لطرح شكاواه أو أنّ شكاواه ذات أهمية بالغة، أما نسبة 32.3% تمثلت في المبحوثين الذين يقدمون شكاوهم إلى المدير الموارد البشرية كون أنّه هو المسؤول عن شؤون الموظفين، من خلال إجابات أغلبية المبحوثين على عدم وجود صعوبات في تقديم شكاوهم يمكن تفسيره على وجود مرونة الاتصالات بين الموظفين داخل المؤسسة.

جدول رقم 14: يوضح طريقة تلقي المبحوثين الرد عن شكاوهم من الإدارة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
47.3%	27	جلسة فردية
52.7%	30	رد مكتوب
100%	57	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 52.7% من المبحوثين يتلقون الرد عن شكاوهم من الإدارة عن طريق رد مكتوب، بينما نسبة 47.3% من المبحوثين يتلقون الرد عن شكاوهم عن طريق جلسة فردية مع الإدارة، وهذا راجع إلى أنّ المؤسسة تفتح مجال لتلقي شكاوي الموظفين وتقبل رأي الآخرين والنقد البناء ويكون عن طريق جلسة فردية أو رد مكتوب وهو من شأنه تفعيل والتواصل بين الموظفين والإدارة المؤسسة وتقوية العلاقات وإضفاء الشفافية والمرونة بينهم.

جدول رقم 15: يوضح قيام المبحوثين بتقديم اقتراحاتهم للإدارة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
95.7%	44	نعم
4.3%	2	لا
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة المبحوثين الذين يقومون بتقديم اقتراحاتهم للإدارة أكثر من 95% بينما الذين لا يقدمون اقتراحاتهم للإدارة تكاد تكون منعدمة، من خلال هذا الجدول يمكننا القول بأنّ المؤسسة تعتمد في سياستها إشراك الجميع في اتخاذ القرار وفي جميع المجالات وهو ما تنص عليه العلاقات العامة في المؤسسة التي تسعى إلى تطور بالاستماع والمرونة في اتخاذ القرارات مع جعل الجمهور طرفاً في البناء المسؤولة.

جدول رقم 16: يوضح طريقة تقديم المبحوثين اقتراحاتهم للإدارة في حالة إجابة ب نعم

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
21%	17	اتصال مباشرة بالمدير
47%	38	اقتراح مكتوب
32%	26	الاجتماعات والندوات
100%	81	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 47% من المبحوثين يقدمون اقتراحاتهم مكتوبة للإدارة ويرجع ذلك إلى وجود ما يسمى ببطاقة stop card أي بمعنى فليغيره فهي متاحة لجميع الموظفين لكتابة أي ملاحظة أو مشكل أو اقتراح ومن خلالها يتم مناقشة تلك الملاحظات أو اقتراحات الوارد في البطاقة واتخاذ القرارات والتدابير بشأنها. في حين أنّ نسبة المبحوثين الذين

يقدمون اقتراحاتهم في الاجتماعات والندوات بلغت 32% يرجع ذلك إلى أنّ المؤسسة تنظم اجتماع دوري كل يوم السبت لمدة ساعتين بحضور جميع طاقم المؤسسة ويتم فيه مناقشة كل مايتعلق بالمؤسسة.

جدول رقم 17: يوضح مجالات التي تقدم فيها اقتراحات المبحوثين

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
27%	31	المجال البيداغوجي
23.4%	27	المجال الإداري
21.8%	25	المجال الشؤون الموظفين
27.8%	32	المجال التنظيم
100%	115	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 27.8% من المبحوثين يقدمون اقتراحاتهم في المجال التنظيم وهذا راجع إلى الجدية الموظفين واحترام أوقات العمل وهي من مبادئ المؤسسة، بينما نسبة 27% من المبحوثين يقدمون اقتراحاتهم في المجال البيداغوجي وذلك يعود إلى أهمية هذا المجال لأنه متعلق بطبيعة عمل المؤسسة وهو المجال التعليم والبيداغوجي، في حين 23.4% من المبحوثين يقدمون اقتراحاتهم في المجال الإداري حيث اعتبرته معيارا للمؤسسة الحديثة حيث نادت بتطوره وهذا بفتح أبواب لجميع أفراد المؤسسة للمشاركة في عملية التسيير، أما المبحوثين الذين يقدمون اقتراحاتهم في المجال الشؤون الموظفين بلغت 21.8% وهذا راجع إلى وعي الموظفين بحقوقهم وواجباتهم في المساهمة في إدارة المؤسسة من خلال توفير له الجو الملائم للعمل.

جدول رقم 18: يوضح تحفيز الإدارة للمبحوثين أثناء أدائهم للعمل

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
93.5%	43	نعم
6.5%	3	لا
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب المبحوثين قالوا أنّ الإدارة تقوم بتحفيزهم أثناء أدائهم للعمل حيث بلغت نسبتهم 93.5% بينما المبحوثين الذين قالوا أنّ الإدارة لا تقوم بتحفيزهم تكاد تكون منعدمة وهذا راجع إلى اتباع المؤسسة سياسة تحفيز الموظفين وإرضائهم وذلك من أجل مواصلة العمل والإنتاجية على أحسن وجه.

جدول رقم 19: يوضح نوع التحفيز المقدمة للمبحوثين

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
21.8%	20	رحلات ترفيهية
34.8%	32	برامج إثرائية
43.4%	40	منح وتشجيعات مادية ومعنوية
100%	92	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ 43.3% من المبحوثين يتم تحفيزهم من خلال منح وتشجيعات مادية ومعنوية، أما نسبة 34.8% من المبحوثين قالوا أنّ الإدارة تحفزهم من خلال برامج إثرائية، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين قالوا أنّ الإدارة تحفزهم من خلال رحلات ترفيهية 21.8%، وعليه فإنّ من الملاحظ أنّ الإدارة المؤسسة تسعى إلى خلق نوع من التواصل بينها وبين الجمهور الداخلي سعياً منها في الرفع من العمل والجودة في العمل والسير الحسن للعمل وهذا ما يضيف صورة حسنة للمؤسسة أمام الجمهور الخارجي.

المطلب الثالث: تحليل البيانات المحور الثاني حول العراقيل التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية

جدول رقم 20: يوضح آراء المبحوثين على أن دور مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
93.5%	43	نعم
6.5%	3	لا
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 93.5% تمثل آراء المبحوثين الذين يرون أن دور مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة وهذا راجع إلى أن المؤسسة على دراية تامة بأهمية وجود رجل العلاقات العامة في المؤسسة مما يسهل في تفعيل عملية الاتصال وتوطيد العلاقات داخل وخارج المؤسسة، كون أن المؤسسة تاونزة العلمية لديها مختصين في مجال العلاقات العامة يمتلكون مهارات الرجل العلاقات العامة الناجح كالقدرة على الإقناع والتحكم في اللغات وامتلاك مهارات الاتصال.

جدول 21 رقم : يوضح آراء المبحوثين على أنّ مدير العلاقات العامة ليس محوريا في المؤسسة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
66.7%	2	عدم القدرة على الإقناع
0%	0	عدم امتلاك مهارات الاتصال
0%	0	عدم التحكم باللغات
33.3%	1	نقص وسائل الاتصال
100%	3	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ معظم المبحوثين قالوا بأنّ مدير العلاقات العامة محوريا في المؤسسة وهذا راجع إلى تخصص رجل العلاقات العامة في مجاله وامتلاك روح المبادرة وخلق طرق جديدة وتقنيات الاتصال من خلال امتلاكه مهارات الاتصال والقدرة على الإقناع إضافة إلى التحكم باللغات.

جدول رقم 22: يوضح علاقة المبحوثين بالإدارة

النسبة المئوية%	التكرار	إجابة
80.4%	37	حسنة
9.6%	9	مقبولة
0%	0	سيئة
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 80.4% من المبحوثين علاقتهم حسنة مع الإدارة، في حين أنّ نسبة 9.6% من المبحوثين علاقتهم مع الإدارة مقبولة ويمكن تفسير ذلك إلى وجود علاقة طيبة بين الموظفين والإدارة والتواصل بينهم والتي تسودها الإحترام والتفاهم والثقة المتبادلة.

جدول رقم 23: يوضح آراء المبحوثين حول النقائص التي تعاني منها الإدارة المؤسسة

النسبة المئوية%	التكرار	الإجابة
8.8%	5	نقص وسائل الاتصال
66.7%	38	ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة
8.8%	5	عدم المساواة في التعامل مع الموظفين
15.7%	9	وجود التوترات بين موظفي المؤسسة
100%	57	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 66.7% من المبحوثين يرون أنّ ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة تعتبر من نقائص التي تعاني منها الإدارة المؤسسة، أما نسبة 15.7% من آراء المبحوثين يرون أنّ من النقائص التي تعاني منها الإدارة وجود التوترات بين موظفي المؤسسة، في حين نسبة 8.8% من المبحوثين يرون أنّ نقص وسائل الاتصال هي من النقائص التي تعاني منها الإدارة المؤسسة، أما المبحوثين الذين يرون أنّ النقائص التي تعاني منها الإدارة هو عدم المساواة في التعامل مع الموظفين بلغت 8.8%، ومن خلال الأرقام تبين أنّ المؤسسة تعاني من نقص الجانب المادي والمتمثل في نقص الوسائل الاتصال وهذا راجع إلى ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة هذا كون أنّ المؤسسة ذات طابع خاص يتم تمويلها من طرف رجال المستثمرين والمحسنين، أمّا عن وجود التوترات بين موظفي المؤسسة قد يرجع إلى غياب الاحترام بين المسؤولين والموظفين وهذا قد يعود إلى فارق السن بين الموظفين أو اختلاف ذهنيات فيما بينهم.

جدول رقم 24: يوضح صعوبة اتصال المبحوثين بالإدارة

النسبة المئوية %	التكرار	الإجابة
0%	0	نعم
100%	46	لا
100%	46	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن كل المبحوثين لا يجدون صعوبة أثناء اتصالهم بالإدارة ويمكن تفسيره على أن الإدارة على تواصل الدائم مع موظفين من خلال بناء العلاقات جيدة مع الموظفين على أساس التعاون الفعال والمستمر وتبادل الآراء ووجهات النظر الاحترام المتبادل بين الإدارة والموظفين في حدود العمل.

جدول رقم 25: يوضح تواصل المبحوثين مع موظفي الإدارة حسب متغير الجنس

لا		نعم		الإجابة الجنس
%	تكرار	%	تكرار	
0%	0	84.8%	39	الذكر
0%	0	15.2%	7	الأنثى
0%	0	100%	46	المجموع

من خلال جدول نلاحظ أن كل المبحوثين صرحوا بوجود تواصل مع موظفي الإدارة وهذا لإحتكاكهم مع موظفي الإدارة وإقامتهم المعنى الحقيقي للعلاقات العامة واطلاعهم على وظائف ومجالات وأهداف إدارة المؤسسة.

جدول رقم 26: يوضح الوسائل المستعملة للاتصال بالمبحوثين بالإدارة حسب متغير الجنس

المجموع	الأنثى	الذكر	الجنس	
			الإجابة	
30	4	26	تكرار	اتصال شخصي
%100	%13.3	%86.7	%	
28	5	23	تكرار	إعلانات وتعليمات
%100	%17.9	%82.1	%	
3	1	2	تكرار	البريد الإلكتروني
%100	%33.3	%66.7	%	
8	0	8	تكرار	المراسلات الإدارية
%100	%0	%100	%	
28	1	27	تكرار	مواقع التواصل الاجتماعي
%100	%3.6	%96.4	%	
34	3	31	تكرار	الهاتف
%100	%8.9	%91.1	%	
23	3	20	تكرار	اجتماعات وندوات
%100	%13	%87	%	

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ كل المبحوثين صرحوا بوجود اتصال بينهم وبين الإدارة وذلك من خلال عدّة وسائل الاتصال حيث أنّ معظمهم اعتمدوا على وسائل الاتصال حديثة كالهاتف ومواقع تواصل الاجتماعي ( فيسبوك، سكايب، فايبر....) وأيضا اعتمادهم على اتصال المباشر لأنّ معظم تعاملاتهم تكون بصفة مباشرة مع موظفي الإدارة وهذا دون الاستغناء عن وسائل الاتصال التقليدية التي في بعض الأحيان يتوجب استعمالها عند وقوع عطب أو مشكل في الوسائل الاتصال الحديثة.

جدول رقم 27: يوضح آراء المبحوثين حول الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة حسب متغير العلاقة بالمؤسسة

مساعدة إدارة المؤسسة في تحديد استراتيجيتها		التغطية الإعلامية لنشاطات المؤسسة		الاتصال بالموظفين		إجابات العلاقة بالمؤسسة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
12.9%	4	7.2%	3	17.7%	3	مراقب
19.4%	6	28.6%	12	17.7%	3	إداري
19.4%	6	14.2%	6	5.8%	1	مسؤول مصلحة
48.3%	15	50%	21	58.8%	10	أستاذ
100%	31	100%	42	100%	17	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ معظم المبحوثين صرحوا بأنّ من الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة هي التغطية الإعلامية لنشاطات المؤسسة سواء داخل المؤسسة أو خارج المؤسسة ، وهناك من المبحوثين من صرحوا بأنّ مساعدة إدارة المؤسسة في تحديد استراتيجيتها هي من وظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة ومنه يمكن القول بأنّ إدارة العلاقات العامة تقوم بوظائفها كما يجب وهذا لطبيعة المؤسسة كونها مؤسسة تربوية، تسعى فقط للحفاظ على سمعتها الحسنة خارجيا وداخليا من خلال مساعدة الإدارة المؤسسة في تحديد استراتيجيتها وتحقيق نتائج المؤسسة وتغطيتها إعلاميا.

جدول رقم 28: يوضح آراء المبحوثين حول الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة

حسب متغير العلاقة بالمؤسسة

العلاقة بالمؤسسة		مراقب	إداري	مسؤول مصلحة	أستاذ	المجموع
إجابة						
تكوين علاقات مع	تكرار	3	11	6	20	40
مؤسسات تربوية	%	%7.5	%27.5	%15	%50	%100
أخرى						
جلب فرص وتبادلات	تكرار	3	10	6	17	36
ثقافية تربوية رياضية	%	%8.3	%27.2	%16.7	%47.2	%100
تكوين علاقات جيدة	تكرار	2	11	6	19	38
بين المؤسسة	%	%5.2	%29	%15.8	%50	%100
والأولياء						

22	11	3	6	2	تكرار	إخبار المبحوثين بمستجدات المؤسسة
%100	%50	%13.7	%27.3	%9	%	
41	21	6	12	2	تكرار	تحسين صورة المؤسسة خارجيا
%100	%51.2	%14.6	%29.2	%5	%	

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ معظم المبحوثين على دراية تامة بالأهداف الحقيقية التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة سواء داخليا أو خارجيا وهذا من خلال التواصل الدائم للمبحوثين مع موظفي الإدارة.

جدول رقم 29: يوضح قيام المبحوثين بتقديم شكاوهم للإدارة حسب متغير المستوى التعليمي

لا		نعم		الإجابة المستوى التعليمي
%	التكرار	%	التكرار	
%0	0	%5.6	2	إبتدائي
%10	1	%2.7	1	متوسط
%10	1	%25	9	ثانوي
%60	6	%61.1	22	جامعي
%40	2	%5.6	2	دراسات عليا
%100	10	%100	36	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ علاقة طردية بين المتغير المستوى التعليمي وتقديم المبحوثين شكاوهم عند تعرضهم لمشكلة في المؤسسة، أي أنّ كلما زاد المستوى التعليمي للمبحوثين زاد تقديم شكاوهم للإدارة عند تعرضهم لمشكلة في المؤسسة.

جدول رقم 30: يوضح طريقة تلقي المبحوثين الرد عن شكاوي حسب متغير العلاقة بالمؤسسة

رد مكتوب		جلسة فردية		الإجابة
%	التكرار	%	التكرار	العلاقة بالمؤسسة
10%	3	7.4%	2	مراقب
33.3%	10	18.5%	5	إداري
20%	6	22.2%	6	مسؤول مصلحة
36.7%	11	51.9%	14	أستاذ
100%	30	100%	27	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب المبحوثين يتلقون الرد عن شكاويهم سواء عن طريق جلسة فردية لمناقشة الشكوى مع الإدارة أو رد على شكاويهم كتابيا وذلك لمعرفة الأسباب المشكلة ومحاولة الوصول إلى حل أو تعديل الوضعية.

وعليه يمكن تفسيره بأن المؤسسة تفتح أبوابها لتلقي شكاوي الموظفين داخل المؤسسة سواء عن طريق اتصال بالمدير المؤسسة أو اتصال بالمدير المباشر أو اتصال بمدير الموارد البشرية أو شكوى مكتوب " stop card " وهذا من بين أهم السياسات التي تعتمدها إدارة المؤسسة أي فتح

باب شكاوي واقتراحات مع جميع الموظفين المؤسسة وهو من شأنه تفعيل عملية الاتصال وتقوية العلاقات وإضفاء الشفافية والمرونة بين الموظفين والإدارة.

جدول رقم 31: يوضح مجال تقديم المبحوثين اقتراحاتهم حسب متغير العلاقة بالمؤسسة

التنظيم		شؤون الموظفين		الإداري		البيداغوجي		الإجابة  العلاقة بالمؤسسة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%6.2	2	%8	2	%11.1	3	%6.4	2	مراقب
%28.1	9	%28	7	%29.7	8	%19.3	6	إداري
%18.8	6	%16	4	%18.5	5	%16.2	5	مسؤول مصلحة
%46.9	15	%48	12	%40.7	11	%58.2	18	أستاذ
%100	32	%100	25	%100	27	%100	31	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن أغلب الأساتذة يقدمون اقتراحاتهم للإدارة في مختلف المجالات وهذا نظراً لأنه أكثر محورياً في المؤسسة وأنه أكثر تواملاً وفعالية في المؤسسة حيث يحتك مع الموظفين والتلاميذ والأولياء.

جدول رقم 32: يوضح وجود تحفيزات للمبحوثين حسب متغير الجنس

لا		نعم		الإجابة الجنس
%	تكرار	%	تكرار	
%33.3	1	%88.3	38	الذكر
%66.7	2	%11.7	5	الأنثى
%100	3	%100	43	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنَّ معظم المبحوثين صرحوا بوجود تحفيزات سواء رحلات ترفيهية أو برامج إثرائية أو منْح وتشجيعات مادية ومعنوية، وعليه فإنَّ إدارة المؤسسة تسعى لخلق نوع من التواصل بينها وبين موظفين داخل المؤسسة سعياً منها في تحقيق الأهداف المسطرة وسير الحسن للعمل مما يعطي صورة حسنة للمؤسسة خاصة مع الجمهور الخارجي.

جدول رقم 33: يوضح نوعية التحفيزات المقدمة للمبحوثين حسب متغير الأقدمية في المؤسسة

منْح وتشجيعات مادية ومعنوية		برامج إثرائية		رحلات ترفيهية		الإجابة الأقدمية في المؤسسة
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
%12.5	5	%15.6	5	%5	1	أقل من سنة
%37.5	15	%40.8	13	%25	5	من سنة إلى 3 سنوات
%37.5	15	%34.3	11	%50	10	من 4 إلى 6 سنوات

من 7 إلى 9 سنوات	2	10%	1	3.1%	3	7.5%
من 10 سنوات فما فوق	2	10%	2	6.2%	2	5%
المجموع	20	100%	32	100%	40	100%

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ إدارة المؤسسة لا تقدم التحفيز للمبحوثين على أساس الأقدمية في المؤسسة بل على أساس انضباط واحترام أوقات العمل وتقديم كل ما هو جديد للمؤسسة وكل هذا من أجل إرضاء وتشجيع المبحوثين لتقديم المزيد وتكون هذه التحفيز على شكل إمّا منْح وتشجيعات مادية ومعنوية أو برامج إثرائية لتكوين الذات للمبحوثين أو على شكل رحلات ترفيهية.

جدول رقم 34: يوضح علاقة المبحوثين بالإدارة حسب متغير الجنس

الإجابة		حسنة		مقبولة		سيئة	
السن		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
من 20 إلى 30 سنة		15	41.7%	4	44.4%	0	0%
من 31 إلى 40 سنة		18	50%	5	55.6%	0	0%
من 41 إلى 50 سنة		3	8.3%	0	0%	0	0%
من 51 سنة فما فوق		0	0%	0	0%	0	0%
المجموع		36	100%	9	100%	0	0%

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ كل المبحوثين بمختلف أعمارهم لهم علاقة حسنة مع إدارة المؤسسة وهذا راجع إلى تقارب المستوى التفكيرى والثقافى للموظفين والاحترام والتفاهم المتبادل والتعاون في إطار العمل وهذا ما تسعى إليه العلاقات العامة في المؤسسة مما يساعد في تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا.

جدول رقم 35 : يوضح آراء المبحوثين على أنّ مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة

حسب متغير المستوى التعليمي

لا		نعم		الإجابة المستوى التعليمي
%	تكرار	%	تكرار	
%0	0	%4.7	2	ابتدائي
%33.3	1	%2.3	1	متوسط
%0	0	%23.2	10	ثانوي
%66.7	2	%60.5	26	جامعي
%0	0	%9.3	4	دراسات عليا
%100	3	%100	43	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنّ المبحوثين الذين لهم مستوى جامعي صرحوا بأنّ مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة وبنسبة 60.5%، في حين المبحوثين لهم مستوى ثانوي صرحوا بأنّ مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة وبنسبة 23.2%، أما المبحوثين الذين لهم مستوى دراسات عليا صرحوا بأنّ مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة وبنسبة 9.3%، ويمكن تفسيره على أنّ المبحوثين على دراية تامة بمهام ووظائف مدير العلاقات العامة وأنّه لا يمكن الاستغناء عنه في المؤسسة مع العلم أنّ العلاقات العامة هو المعيار الأساسي في تفعيل الاتصال داخل المؤسسة وخارجه من خلال امتلاك رجل العلاقات العامة مهارات الاتصال والقدرة على الإقناع والتحكم في اللغات...

جدول رقم 36: يوضح آراء المبحوثين حول النقائص التي تعاني منها الإدارة حسب متغير

السن

وجود التواترات بين موظفي المؤسسة		عدم المساواة في التعامل مع الموظفين		ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة		نقص وسائل الاتصال		الإجابة السن
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
%44.4	4	%40	2	%39.4	15	%40	2	من 20 إلى 30 سنة
%44.4	4	%60	3	%52.6	20	%20	1	من 31 إلى 40 سنة
%11.2	1	%0	0	%8	3	%40	2	من 41 إلى 50 سنة
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	من 51 سنة فما فوق
%100	9	%100	5	%100	38	%100	5	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أنَّ معظم المبحوثين صرحوا بوجود ضعف في الميزانية المخصصة للأنشطة المؤسسة وهذا راجع إلى طبيعة المؤسسة كونها مؤسسة تربية خاصة يتم تمويلها من قبل المحسنين ورجال الأعمال، وفيما يخص آراء المبحوثين الذين صرحوا بوجود توترات بين موظفي المؤسسة قد يرجع إلى فارق السن الكبير واختلاف الذهنيات.

### المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة للدراسة

تسعى دراستنا إلى إجابة على إشكالية رئيسية متمثلة في واقع العلاقات العامة في المؤسسة تاويزة العلمية، ومن خلال تحليل الاستبيان الموجهة إلى الجمهور المبحوثين توصلنا إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

✓ بينت الدراسة على أنّ العلاقات العامة في المؤسسة تاويزة العلمية تحظى بأهمية هامة ولها مكانتها التي تستحقها كإدارة مستقلة ضمن الهيكل التنظيمي في المؤسسة.

✓ أوضحت الدراسة على أنّ إدارة العلاقات العامة تساهم في صناعة القرار داخل المؤسسة وذلك من خلال مساهمتها في تحديد استراتيجية وأهداف المؤسسة.

✓ كشفت الدراسة على أنّ الإدارة العلاقات العامة تستخدم جميع الوسائل الاتصال المتاحة لتواصل مع الموظفين خاصة الوسائل الاتصال الحديثة حيث يعتبر سكايب أكثر استخداما وأنها الوسيلة الرسمية لتواصل بين موظفين المؤسسة وأيضا الهاتف ومواقع تواصل الاجتماعي وهذا لا يعنى أنّ الإدارة تستغني عن الوسائل الاتصال التقليدية بل تستخدمها عند وجود مشكلة أو عطب في إحدى وسائل الاتصال الحديثة.

✓ كشفت الدراسة على أنّ الإدارة المؤسسة تفتح مجال لتلقي شكاوي واقتراحات لجميع الموظفين في مختلف المجالات وبمختلف الطرق سواء اتصال بمدير المباشر أو عن طريق شكوى أو اقتراح مكتوب أو في اجتماعات وندوات، والإدارة بدورها تقوم بالرد عن شكوى أو اقتراح عن طريق جلسات فردية أو في اجتماعات وندوات عن طريق رد مكتوب والمتمثلة في الإعلانات والتعليمات.

✓ بينت الدراسة على أنّ المؤسسة تستخدم جميع مستويات الاتصال سواء الاتصال الصاعد والمتمثل في تلقي الشكاوي و الاقتراحات من قبل الجمهور الداخلي والخارجي أو الاتصال النازل والمتمثل في ردود عن الشكاوي والاقتراحات والتعليمات التي تصدرها الإدارة للموظفين أو الاتصال الأفقي والمتمثل في التواصل المصالح فيما بينها.

✓ كشفت الدراسة إلى أنّ أغلب المبحوثين وبنسبة 93.5% تُقدم لهم تحفيزات أثناء أدائهم للعمل وهذا راجع إلى اتباع المؤسسة سياسة تحفيز الموظفين وإرضائهم وهذا من أجل مواصلة العمل والإنتاجية على أحسن وجه.

- ✓ أوضحت الدراسة إلى أنّ إدارة العلاقات العامة في المؤسسة تواجه جملة من العراقيل ولعل من أهمها ضعف ميزانية المخصصة للأنشطة المؤسسة وهذا راجع إلى طبيعة المؤسسة كونها مؤسسة تربوية خاصة يتم تمويلها من طرف المحسنين ورجال الأعمال.
- ✓ بينت الدراسة إلى أنّ 47% من المبحوثين يقدمون اقتراحاتهم مكتوبة للإدارة ويرجع ذلك إلى استعمال ما يسمى ببطاقة stop card.
- ✓ أوضحت الدراسة إلى أنّ نسبة 93.5% من آراء المبحوثين يرون أنّ مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة.
- ✓ كشفت الدراسة إلى أنّ أغلب المبحوثين وبنسبة 80.4% لهم علاقة حسنة مع الإدارة والتي تسودها الاحترام والتفاهم والثقة المتبادلة.

## خاتمة:

شهدت العلاقات العامة تطورا و انتشارا في مختلف المؤسسات كونها وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة لتكون همزة وصل بين المؤسسة و جماهيرها الداخلية والخارجية من خلال إنشاء علاقات وإيجاد قنوات اتصال ذات إتجاه المتبادل، وتعمل العلاقات العامة على إحداث التكيف بين كل الأطراف المتفاعلة من المؤسسة و الجماهير المتعامل معها، فالتكيف ضروري بين الأفراد والجماعات لخلق مجتمع متجانس، وإذا أُريدَ إيجاد المجتمع المنسجم مع أهداف الجهاز الإداري فيجب أن يتعرف الجماهير على أعمال الجهاز الإداري حتى يتلاءموا معها ولا يتأثروا تأثيرا سلبيا به.

واعتمادا على نتائج الدراسة يمكن القول بأن المؤسسة تاونزة العلمية استوعبت الدور الفعال الذي تؤديه برامج العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة وكسب ثقة وتأييد الجماهير المتعامل معها، وهذا راجع لوجود متخصصين في مجال العلاقات العامة يملكون خصائص رجل العلاقات العامة الناجح، وهذا من شأنه أن يؤثر إيجابيا على مكانة وسمعة الحسنة للمؤسسة أمام جماهيرها الداخلية والخارجية.



قائمة المراجع

## 1. الكتب:

1. أبو هلال، أحمد ، تحليل عملية التدريس، مكتبة النهضة الإسلامية، عمان، الأردن، 1979م.
2. أحمد جرادات، عبد الناصر، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.
3. أحمد، محمد مصطفى ، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999م.
4. أندرواس، رامي جمال وآخرون، الإدارة التربوية الفاعلة ومدرسة المستقبل، ط 1، عالم الكتب الحديث، أريد، عمان، 2012م.
5. الباز، علي ، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2002م.
6. بدوي مصطفى، رياض ، مشكلات القراءة من الطفولة إلى المراهقة التشخيصي والعلاج، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005م.
7. بريخ، فرحان حسن ، إدارة التغيير وتطبيقاتها في الإدارة المدرسية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012م.
8. بن زامل الحوشان، بركه ، أهمية المدرسة في تعزيز الأمن الفكري، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض، 2015م.
9. بوحوش، عمار، محمد محمود الذنبيات، منهاج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2007م.
10. الجحني علي، فايز، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
11. الجوهري، محمود، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، ط1، مكتبة الأنجلوالمصرية، القاهرة، 1971.

12. حجاب، محمد منير ، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة. 2007م.
13. حجاب، محمد منير و وهبي، سحر محمد ، المدخل الأساسي للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
14. حربي حسن، محمد ، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق، 1999م.
15. الحري، راقدة وآخرون، الإدارة والتخطيط التربوي، ط1، دار الفكر، عمان الأردن، 2007م.
16. خوري، توما جورج ، المناهج التربوية مرتكزاتها تطویرها و تطبيقاتها، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 1983.
17. الدليمي، عبد الرزاق محمد ، العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل، عمان، 2011م.
18. الدليمي، عبد الرزاق محمد، المدخل إلى العلاقات العامة، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011م.
19. زعيمي، مراد ، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2006م.
20. سالم، إسماعيل مصطفى وآخرون، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، مطبعة هشام بكفر الشيخ، 1999م.
21. شروخ، صلاح الدين ، علم الاجتماع التربوي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2004م.
22. الصحن، محمد فريد ، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2002. 2003م.
23. الصحن، محمد فريد، العلاقات العامة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 1985م.
24. صقر، محمد جمال ، اتجاهات في التربية والتعليم، دار المعارف، بدون سنة.
25. عابدين، محمد ، الإدارة المدرسية الحديثة، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2001م.

26. عبد الرحيم عدس، محمد ، واقعا التربوي إلى أين، دار الفكر، الأردن، بدون سنة.
27. عبد العظيم حسين، سلامة ، اتجاهات حديثة في الإدارة المدرسية الفعالة، دار الفكر العربي، عمان، 2004م.
28. عبد الفتاح، محمد سعيد و الصحن، محمد فريد، الإدارة العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ،الإسكندرية، 2003.
29. عبد المحبي، محمود صالح وآخرون، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005م.
30. عبيدات، محمد ، محمد أبو نصّار وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للطباعة والنشر ،عمان ،1999م.
31. عجوة، علي ، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 1999م.
32. عليان ربحي، مصطفى، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000م
33. غريب، عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة الشباب الجامعة، الإسكندرية، 2006م.
34. غيات، بوفلجة ، التربية المتفتحة، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003م.
35. محمد البادي، محمد، البنىات الاجتماعية للعلاقات العامة، مكتبة الأنجلوالمصرية، القاهرة، 1975.
36. المصري، أحمد محمد ، العلاقات العامة، مؤسسة الشباب الجامعة الإسكندرية، مصر 2002.
37. منصور، سمير حسن ، منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، اسكندرية، 2005م.
38. ناصر، إبراهيم ، أسس التربية ، ط5، دار عمان للنشر والتوزيع، عمان، 2000م.
39. نعمة الجبوري، علي عبودي، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، ط1، دار الرياحين للنشر والتوزيع، عمّان الأردن، 2016م.

40. الهنداوي، ياسر فتحي، إدارة المدرسة وإدارة الفصل أصول نظرية وقضايا معاصرة، ط 1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2009م.
41. وطفة، علي أسعد و الشهاب، علي جاسم ، علم الاجتماع المدرسي(بنوية الظاهرة المدرسية ووظيفتها الاجتماعية)، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2004.
42. وهبي فهد، إبراهيم و كنجو، عبود، العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 1999م.
43. يوسف، محمود ، مقدمة في العلاقات العامة، ط2، توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012م.

## II.المذكرات الجامعية:

1. ابن عشار، الحاج سعيد، فاعلية الاتصال الداخلي في العملية التعليمية في المؤسسات التربوية دراسة ميدانية على ثانوية قارة الطين ببيان ولاية غرداية، ( غير منشورة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات العامة، جامعة غرداية، 2018/2017.
2. أنيس صالح، آمنة عزت ، المشكلات الإدارية في المدارس الخاصة من وجهة نظر المديرين والمعلمين وأولياء الأمور والطلاب في محافظات شمال فلسطين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإدارة والتربوية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، 2004.
3. جغدالي، صليحة، دراسة سوسيولوجية للمدارس الخاصة وعلاقتها بإنتاج النخبة، (دراسة ميدانية بالمدرسة الخاصة . النخبة . بالجلفة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2017/2016م.
4. زعيمية، منى، الأسرة المدرسة ومسارات التعلم (العلاقة ما بين خطاب الوالدين والتعلم المدرسية للأطفال)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس المدرسي، (غير منشور) جامعة منتوري قسنطينة، 2013/2012م.

5. غياط، فريد، الإشراف التربوي في المؤسسة التعليمية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، (غير منشور)، جامعة باجي مختار عنابة، 2011/2010م.
6. فكرة، عبد العزيز، أساليب الضبط في المؤسسة التربوية بين القواعد القانونية والقيم الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، (غير منشورة) جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009م.

### III. المجالات العلمية:

1. بوقطاية، مراد، مقومات التربية الحديثة في المدرسة، مجلة العلوم الإنسانية العدد الثالث، جامعة محمد خيضر بسكرة، أكتوبر 2002م.
2. محمد داود، هناء عبد الكريم، المؤسسات التربوية (الوظائف الاجتماعية للمدرسة)، تقرير تربص، الجزائر، 2011م.

### IV. الجرائد:

1. صبيات، مليكة، المدارس الخاصة، جريدة الخبر الأسبوعي، العدد 87، نوفمبر 2000م.

### V. الوثائق العلمية:

1. بواب، رضوان، محاضرات في مقياس الإدارة التربوية والمدرسية، السنة الثالثة علم الاجتماع التربوية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2015/2014م.
2. نظام الجماعات التربوية، قرار 778، وزارة التربية الوطنية، ص.18.
3. عبد الدائم، عبد الله، نحو فلسفة تربوية عربية، الفلسفة التربوية ومستقبل الوطن العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت.
4. النشرة الرسمية للتربية الوطنية، تنظيم التربية والتكوين في الجزائر، المديرية الفرعية للتوثيق، ط5.



## فهرس الجداول

صفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
57	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
57	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	02
58	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العلاقة بالمؤسسة	03
59	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	04
60	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية في المؤسسة	05
61	يوضح تواصل المبحوثين مع موظفي الإدارة	06
61	يوضح تواصل المبحوثين مع موظفي الإدارة في حالة إجابتهم ب نعم	07
62	يوضح الوسائل المستعملة للاتصال المبحوثين مع الإدارة	08
63	يوضح آراء المبحوثين حول قيام المدير بزيارات استطلاعية أثناء فترات العمل	09
63	يوضح آراء المبحوثين حول الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة	10
64	يوضح آراء المبحوثين حول الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة	11
65	يوضح قيام المبحوثين بتقديم شكوى للإدارة عند تعرضهم لمشكلة في المؤسسة	12

65	يوضح طريقة تقديم المبحوثين شكاوهم للإدارة	13
66	يوضح طريقة تلقي المبحوثين الرد عن شكاوهم من الإدارة	14
67	يوضح قيام المبحوثين بتقديم اقتراحاتهم للإدارة	15
67	يوضح طريقة تقديم المبحوثين اقتراحاتهم للإدارة في حالة إجابتهم ب نعم	16
68	يوضح مجالات التي تقدم فيها اقتراحات المبحوثين	17
69	يوضح تحفيز الإدارة للمبحوثين أثناء أدائهم للعمل	18
69	يوضح نوع التحفيزات المقدمة للمبحوثين	19
70	يوضح آراء المبحوثين على أنّ مدير العلاقات العامة محوريا في المؤسسة	20
71	يوضح آراء المبحوثين على أنّ مدير العلاقات العامة ليس محوريا في المؤسسة	21
71	يوضح علاقة المبحوثين بالإدارة	22
72	يوضح آراء المبحوثين حول النقائص التي تعاني منها إدارة المؤسسة	23
73	يوضح صعوبة اتصال المبحوثين بالإدارة	24
73	يوضح تواصل المبحوثين مع موظفي الإدارة حسب متغير الجنس	25
74	يوضح الوسائل المستعملة للاتصال المبحوثين بالإدارة حسب متغير الجنس	26

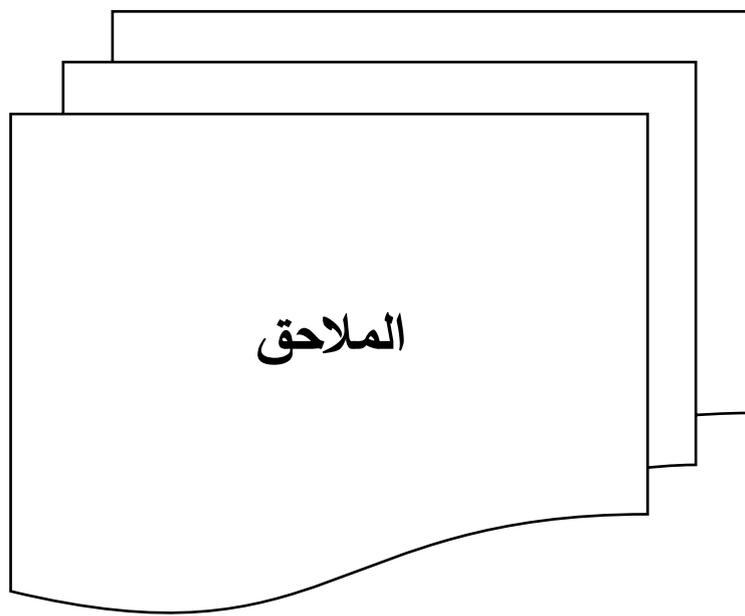
75	يوضح آراء المبحوثين حول الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة حسب متغير العلاقة بالمؤسسة	27
76	يوضح آراء المبحوثين حول الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة حسب متغير العلاقة بالمؤسسة	28
77	يوضح قيام المبحوثين بتقديم شكاوهم للإدارة حسب متغير المستوى التعليمي	29
78	يوضح طريقة تلقي المبحوثين الرد عن شكاوي حسب العلاقة بالمؤسسة	30
79	يوضح مجال تقديم المبحوثيين اقتراحاتهم حسب متغير العلاقة بالمؤسسة	31
80	يوضح تحفيزات المبحوثين حسب متغير الجنس	32
80	يوضح نوعية التحفيزات المقدمة للمبحوثين حسب متغير الأقدمية في المؤسسة	33
81	يوضح علاقة المبحوثين بالإدارة حسب متغير الجنس	34
82	يوضح آراء المبحوثين على أنّ مدير العلاقات العامة محوريا في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي	35
83	يوضح آراء المبحوثين حول النقائص التي تعاني منها الإدارة حسب متغير السن	36

## فهرس المحتويات

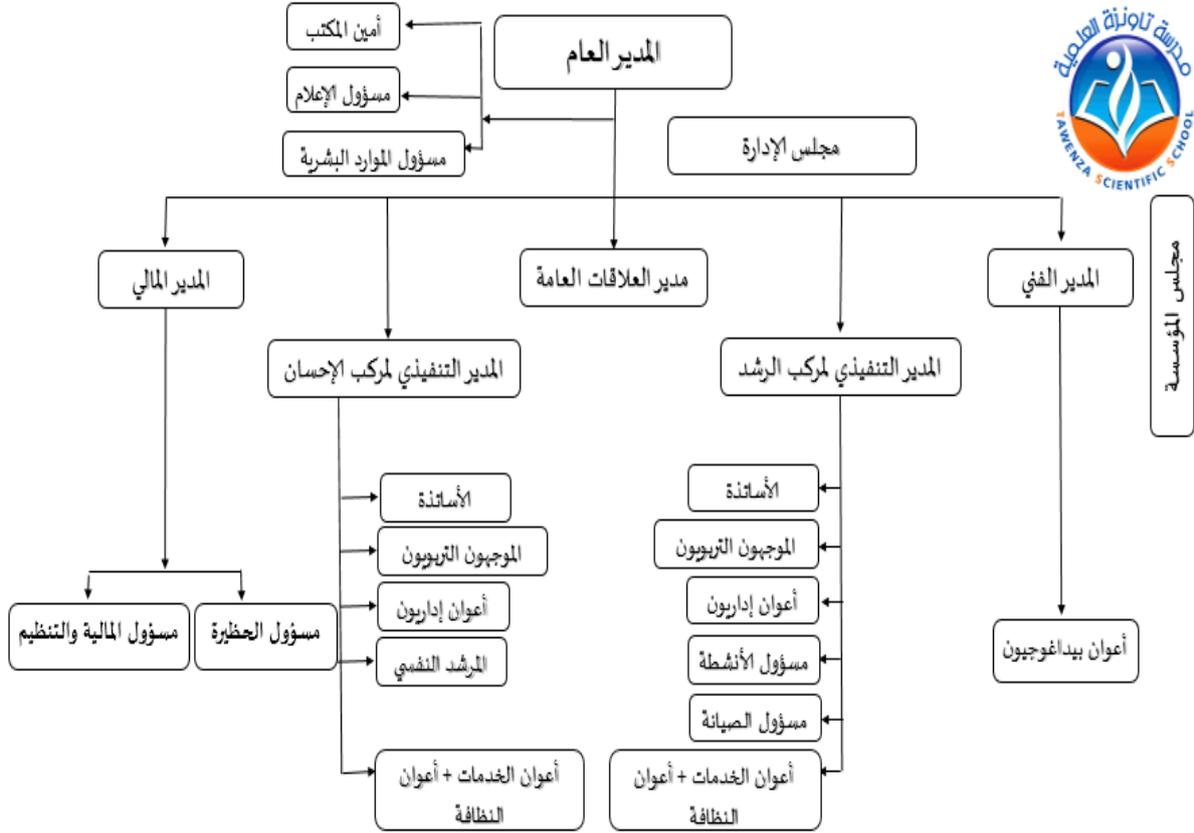
إهداء.....	أ
شكر وعرفان.....	ب
ملخص الدراسة.....	ت
خطة الدراسة.....	ث
الفصل الأول: الإطار المنهجي.....	
• مقدمة.....	1
• إشكالية الدراسة.....	3
• تساؤلات فرعية.....	3
• فرضيات الدراسة.....	3
• أهداف الدراسة.....	3
• أهمية الدراسة.....	4
• أسباب اختيار الموضوع.....	4
• المنهج الدراسة.....	5
• أدوات جمع البيانات.....	5
• مجتمع البحث.....	7
• عينة الدراسة.....	7
• حدود الدراسة.....	7
• تحديد المفاهيم والمصطلحات.....	8
• الدراسات السابقة.....	10
• حدود استفادة من الدراسات السابقة.....	15
<b>الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة.....</b>	
<b>المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة.....</b>	
المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة.....	17
المطلب الثاني: نشأت وتطور العلاقات العامة.....	18

- 22.....المطلب الثالث : خصائص العلاقات العامة
- 24.....المبحث الثاني: العلاقات العامة (وظائف، أهداف، أهمية)
- 24.....المطلب الأول : وظائف العلاقات العامة
- 26.....المطلب الثاني : أهداف العلاقات العامة
- 28.....المطلب الثالث : أهمية العلاقات العامة
- 29.....المبحث الثالث: مبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة
- 29.....المطلب الأول : مبادئ العلاقات العامة
- 30.....المطلب الثاني : الخصائص الواجبة توافرها في رجل العلاقات العامة
- 33.....المطلب الثالث : أخلاقيات العلاقات العامة
- 35.....الفصل الثالث: المؤسسات التربوية الخاصة
- 36.....المبحث الأول: مفهوم المؤسسات التربوية الخاصة
- 36.....المطلب الأول : تعريف المؤسسات التربوية
- 38.....المطلب الثاني : نشأة المؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر
- 41.....المطلب الثالث : ظروف ظهور المؤسسات التربوية الخاصة في الجزائر
- 43.....المبحث الثاني: المؤسسات التربوية ( مكوناتها، وظائفها، خصائصها)
- 43.....المطلب الأول : مكونات المؤسسة التربوية
- 46.....المطلب الثاني : وظائف المؤسسة التربوية
- 48.....المطلب الثالث : خصائص المؤسسة التربوية
- 49.....المبحث الثالث: المؤسسة التربوية ( أهميتها، أهدافها)
- 49.....المطلب الأول : أهمية المؤسسة التربوية
- 51.....المطلب الثاني : أهداف المؤسسة التربوية
- .....الفصل الرابع: دراسة ميدانية حول واقع العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية
- 53.....المبحث الأول: نبذة فنية عن المؤسسة تاونزة العلمية
- 57.....المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية
- 57.....المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين
- 60.....المطلب الثاني: تحليل البيانات المحور الأول العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية

المطلب الثالث: تحليل البيانات المحور الثاني العراقي التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية.....	70
المطلب الرابع: استنتاجات عامة للدراسة .....	84
خاتمة.....	86
قائمة المراجع.....	
فهرس الجداول.....	
فهرس المحتويات.....	
ملاحق.....	



ملحق رقم 01: الهيكل التنظيمي لمؤسسة تاونزة العلمية



- الهيكل التنظيمي لمؤسسة تاونزة العلمية -

ملحق رقم 02: استبانة الموجه لجمهور المبحوثين

جامعة غرداية

كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الإعلام والإتصال



موضوع مذكرة:

واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الخاصة

دراسة حالة مؤسسة تاونزة العلمية ببني يزقن ولاية غرداية

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال علاقات عامة

تحت إشراف الدكتور

د. بكير قشار

إعداد الطالب:

✓ مصطفى بجماني

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر حول واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الخاصة دراسة حالة مؤسسة تاونزة العلمية ببني يزقن ولاية غرداية، نضع بين أيديكم مجموعة من الأسئلة ونأمل منكم أن تكون الإجابة صادقة وواضحة، وذلك دعما لمسار البحث العلمي، كما نعلم سيادتكم المحترمة أن المعلومات الواردة ستستعمل لأغراض علمية فقط.

ضع علامة (X) في المكان المناسب.

ملاحظة: يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

السنة الجامعية:

2018/2017م

## المحور الأول : العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية

1. هل هناك تواصل بينك وبين موظفي الإدارة ؟

نعم  لا

في حالة إجابة بـ نعم:

- كيف يكون تواصلك؟

دائماً  أحياناً  نادراً  أبداً

2. ماهي الوسائل المستعملة للاتصال بينك وبين الإدارة ؟

اتصال شخصي  إعلانات وتعليمات  البريد الإلكتروني   
المراسلات الإدارية  مواقع التواصل الاجتماعي  الهاتف   
اجتماعات وندوات

أخرى أذكرها: .....

3. هل يقوم مدير المؤسسة بزيارات استطلاعية أثناء فترات العمل؟

دائماً  أحياناً  نادراً  أبداً

4. حسب رأيك: ماهي الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة؟

الاتصال بالموظفين  التغطية الإعلامية لنشاطات المؤسسة   
مساعدة إدارة المؤسسة في تحديد استراتيجيتها

أخرى أذكرها: .....

5. ماهي الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة حسب رأيك؟

تكوين علاقات مع مؤسسات تربوية أخرى

جلب فرص وتبادلات ثقافية تربوية رياضية

تكوين علاقات جيدة بين المؤسسة والأولياء

إخبارك بمستجدات المؤسسة

تحسين صورة المؤسسة خارجياً

أخرى أذكرها: .....

6. هل تقوم بتقديم شكوى للإدارة عند تعرضك لمشكلة في المؤسسة؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بـ نعم :

- بأي طريقة تقدم شكوى؟

اتصال بمدير المؤسسة  اتصال بالمدير المباشر

اتصال بمدير الموارد البشرية

أخرى أذكرها .....

7. بأي طريقة تتلقى الرد عن شكوى من الإدارة؟

جلسة فردية  رد مكتوب

أخرى أذكرها .....

8. هل تقوم بتقديم اقتراحاتك للإدارة؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بـ نعم:

- بأي طريقة تقدم اقتراحاتك؟

اتصال مباشر بالمدير  اقتراح مكتوب  الاجتماعات والندوات

أخرى أذكرها .....

9. في أي مجال تقدم اقتراحاتك؟

المجال البيداغوجي  المجال الإداري  مجال شؤون الموظفين

مجال التنظيم

أخرى أذكرها .....

10. هل تحفزك الإدارة أثناء أدائك للعمل؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بـ نعم:

- ماهي نوع هذه التحفيزات؟

رحلات ترفيهية  برامج إثرائية  منح وتشجيعات مادية ومعنوية

أخرى أذكرها: .....

**المحور الثاني: العراقل التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة تاونزة العلمية**

11. في رأيك: هل ترى أنّ دور مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة؟

نعم  لا

في حالة إجابة ب لا:

- إلى ماذا يرجع ذلك؟

عدم القدرة على الإقناع  عدم امتلاك مهارات الاتصال   
عدم التحكم باللغات  نقص وسائل الاتصال

أخرى أذكرها .....

12. كيف تصف علاقتك بالإدارة؟

حسنة  مقبولة  سيئة

إذا كانت الإجابة ب سيئة:

- إلى ماذا يرجع ذلك؟

سوء استقبالك  عدم تقبل رأي الآخرين  عدم إفادتك بمستجدات المؤسسة

أخرى أذكرها .....

13. ماهي طبيعة النقائص التي تعاني منها الإدارة حسب رأيك:

نقص وسائل الاتصال  ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة   
عدم المساواة في التعامل مع الموظفين  وجود التوترات بين موظفي المؤسسة

أخرى ذكرها .....

14. هل تجد صعوبة أثناء اتصالك بالإدارة؟

نعم  لا

في حالة الإجابة ب نعم:

- إلى ماذا يرجع ذلك؟

سوء العلاقة مع المديرين  عدم السماح لك بالاتصال   
عدم توفر وسائل الاتصال

أخرى أذكرها: .....

### البيانات الشخصية:

1. الجنس:

ذكر  أنثى

II. السن:

من 20 إلى 30 سنة  من 31 إلى 40 سنة   
من 41 إلى 50 سنة  من 51 سنة فما فوق

III. العلاقة بالمؤسسة:

مراقب  إداري  مسؤول مصلحة  أستاذ

أخرى أذكرها: .....

IV. المستوى التعليمي:

ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي  دراسات عليا

V. الأقدمية في المؤسسة:

أقل من سنة  من سنة إلى 3 سنوات  من 4 إلى 6 سنوات   
من 7 إلى 9 سنوات  من 10 سنوات فما فوق

ملحق رقم 03: مقابلة موجه لمسؤول علاقات العامة.

مقابلة علمية مع مسؤول العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية

- 1 ماهي أهم الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة؟
- 2 ماهي العوامل التي تقوم عليها استراتيجية مؤسستكم من أجل تحقيق أهدافها؟
- 3 حسب رأيك: ماهو انطباع الجمهور الخارجي عن مؤسستكم؟
- 4 هل سبق وأن قُدمت لكم اقتراحات كل ما يتعلق بالمؤسسة؟ كيف تكون هذه الاقتراحات: هل هي اقتراحات مكتوبة أو اتصال مباشر...؟ وهل تأخذونها بعين الاعتبار؟
- 5 هل تواجهون صعوبات مع موظفين المؤسسة؟ وفيما هذه الصعوبات؟