

الإستهلال

قال تعالى:

وَأَجْعَلْ لِي لِسَانَ صِدْقٍ فِي الْآخِرِينَ

صدق الله العظيم

(سورة الشعراء آية: (85) الجزء التاسع)

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك .. ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك

الله ﷻ

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور العالمين

سيدنا محمد ﷺ

إلى من كلفه الله بالهيبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون إنتظار .. إلى من أحمل
أسمة بكل افتخار .. أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطافها بعد
طول إنتظار، وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد.

(والدي العزيز/ الحاج علي محمد حسين عجاج)

إلى ينبوع الصبر والتقاؤل والأمل .. إلى معنى الحب والتفاني .. إلى بسمة الحياة وسر
سعادتي .. إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب

(أمي الحبيبة / تهاني محمد طاهر)

إلى من بوجوده أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها .. إلى من أرى التقاؤل بعينه والسعادة
في ضحكته (مازن نورالدائم عوض الله)

إلى من بهم أكبر وعليهن أعتد .. إلى من عرفت معهم معنى الحياة

(اخواتي واخي / أسراء وأسيل وعلي)

إلى الأيد التي تعانق السماء من أجل تماسكنا

(الي جميع اهلي)

إلى كل من علمني علمني حرفاً .. إلى من مهدوا الطريق أمامي للوصول إلى ذروة العلم

(أساتذتي الكرام)

الشكر والعرفان

الحمد لله والشكر لله والصلاه والسلام على أشرف خلق الله سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، الشكر أولاً وأخيراً لله سبحانه وتعالى الذي وفقني لإكمال الدراسة، وما كانت أن ترى النور لولا عون الله وتوفيقه.

والشكر لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وأسرة كلية علوم الاتصال ومكتبة الكلية.

والشكر لإدارة العلاقات العامة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وأيضاً إدارة العلاقات العامة بجامعة الخرطوم، وإدارة العلاقات العامة بجامعة أفريقيا العالمية. والشكر إلى من تفضل بالإشراف على هذه الدراسة د.النور عبدالله جادين الذي أسهم بفكره ونصحه في سبيل إنجاح هذه الدراسة، ولم يبخل بوقته وعلمه فقد كان خير دليل ومرشد، فجزاه الله كل خير وإحسان.

والشكر موصول لأناس إختصهم الله بقضاء حوائج الناس وحببهم في الخير وحبب الخير إليهم وأخص بالشكر د.معاوية مصطفى بابكر و أ.د بدرالدين أحمد أبراهيم، وإلى كل الأساتذة الفضلاء فهؤلاء لم يبخلوا بأفكارهم النيرة، وكانو سنداً وعوناً حتى إكمال هذه الدراسة.

الباحثة...

مستخلص الدراسة

يتمثل عنوان الدراسة في اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال (دراسة وصفية تحليلية على عينة من ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السودانية)، إعداد الطالبه إيمان الحاج علي محمد حسين، وهذه الدراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان.

تمثلت مشكلة الدراسة في محاولة الباحثة التعرف على مدى اهتمام ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السودانية بتوظيف تكنولوجيا الاتصال والتعامل معها، وهدفت هذه الدراسة لإبراز دور التكنولوجيا في تحقيق أهداف ووظائف العلاقات العامة (البحث، التخطيط، الاتصال، التنسيق، التقويم)، وتتمثل أهمية الدراسة من خلال التعرف على وسائل الاتصال الحديثة التي يمكن الاستفادة منها بفعالية في الجانب الاتصالي، وذلك بهدف خلق اتجاهات إيجابية نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال تماشياً مع أهداف الجامعة (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، والخرطوم، وأفريقيا العالمية)، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي، وأدوات جمع المعلومات التالية (الملاحظة والمقابلة والاستبانة)،

ومن أهم نتائج الدراسة أن التدريب والتدريب المستمر يضيف دائماً لعمل العلاقات العامة ويحسنه لرفع الكفاءة، كما أكدت الدراسة أن البيئة التي يعمل فيها موظف العلاقات العامة تنعكس على أدائه وتزيد من رضاه لذلك لا بد أن يتم تهيئة بيئة ملائمة من قبل الإدارة العليا بالجامعات وأذا كانت هذه البيئة غير ملائمة لعمل موظف العلاقات العامة تنعكس سلباً على أدائه وتزيد من عدم رضاه، من المعوقات التي تواجه عمل العلاقات العامة بالجامعات عدم توفر بعض الأجهزة المناسبة لاستخدام التكنولوجيا، وعدم إلمام بعض ممارسي العلاقات العامة بمميزاتها، وقلة الخبرة في استخدامها وضعف قناعاتهم بها، وأهم توصيات الدراسة يجب تدريب ممارسي العلاقات العامة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تدريباً حديثاً ومتطوراً وفق البرامج الجديدة لتأهيلهم في الحقل الإعلامي الإلكتروني، لتحسين بيئة العمل وتطوير السلوك المهني وزيادة السرعة في الأداء والتقويم الدائم للأداء لسد الثغرات، واستخدام شبكة تربط إدارات الجامعات المتمثلة في العلاقات العامة، عبر الموقع الإلكتروني لضم جميع المؤسسات التعليمية بحيث تعكس الأنشطة والأستفادة من تجارب الآخرين، إستشارة أصحاب الخبرات المؤهلين وذلك للتغلب على التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في الجامعات، من متابعة ومواكبة الأحداث والتقنيات الجديدة.

Abstract

The Title of the study is in attitudes of public relations Practitioners Towards Using Communication Technology (An Analytical Descriptive of a sample of Public Relations Practitioners in Sudanese Universities), Prepared by Eman Alhag Ali Muhammad Hussein, This study is offered for the masters degree in communication sciences.

The problem of the study was the to identify the importance of Public Relations Practitioners in Sudanese Universities in the use of this Communication Technology, and aimed to highlight the role of technology to achieve the objectives of public relations functions (research, planning, communication, coordination and evaluation) The importance of the study by identifying the means of modern communication that can be used effectively in the communicative aspect, in order to create positive attitudes towards the use of communication technology in line with the objectives of the university,(Sudan University of Science and Technology, Khartoum and World Africa), the used analytical descriptive method and methodology Historically, the researcher used the tools of collecting the following information (observation, interviewing and questionnaire) .

The most important results of the study that training and continuous training always add to the work of public relations and improve the efficiency. The study also confirmed that the environment working in the public relations employee reflected on his performance and his satisfaction with it An appropriate environment should be created by the senior management of the universities. If this environment is not suitable for the work of the public relations officer, it will negatively affect its performance and increase its dissatisfaction. The obstacles facing the public relations work in the universities are not providing some suitable equipment for the use of The most important recommendations of the study must be training public relations practitioners on the use of modern communication technology, newly trained and developed according to the new programs to qualify them in the field of electronic media, to improve the working environment and develop professional behavior and increase Speeding performance and performance evaluation to fill gaps, and the use of a network linking the administrations of universities in public relations, through the website to include all educational institutions to reflect activities and benefit from the experiences of others, Scharh owners experience qualified to overcome the challenges facing the management of public relations at universities, to keep abreast of the follow-up events and new technologies.

فهرست المحتويات:

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
أ	الآية	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر والعرفان	3
د	مستخلص البحث باللغة العربية	4
هـ	Abstract	5
و	فهرست المحتويات	6
ح	فهرست الجداول	7
ل	فهرست الرسوم البيانية	8
الفصل الأول الإطار المنهجي		
1	المقدمة	9
2	مشكلة الدراسة	10
3-2	تساؤلات الدراسة	11
3	أهمية الدراسة	12
4-3	أهداف الدراسة	13
4	منهج الدراسة	14
5	مجتمع الدراسة	15
5	أدوات جمع المعلومات	16
6	الإطار الزمني والمكاني	17
10-6	تعريف المصطلحات والمفاهيم الواردة في الدراسة	18
16-11	الدراسات السابقة	19

الفصل الثاني		
العلاقات العامة والاتجاهات		
34-17	المبحث الأول: العلاقات العامة أهدافها ووظائفها ومجالاتها	20
46-35	المبحث الثاني: صفات ممارسي العلاقات العامة	21
61-47	المبحث الثالث: مفهوم الاتجاهات وطرق تكوينها	22
الفصل الثالث		
تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها في العلاقات العامة		
75-62	المبحث الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانواعها	23
91-76	المبحث الثاني: تطور وسائل الاتصال وأهم التقنيات المستخدمة في العلاقات العامة	24
104-92	المبحث الثالث: العلاقات العامة على الإنترنت واستخداماتها	25
الفصل الرابع		
الدراسة الميدانية		
117-105	أولاً: نبذة تعريفية عن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الخرطوم وجامعة أفريقيا العالمية	26
131-118	ثانياً: العلاقات العامة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الخرطوم وجامعة أفريقيا العالمية	27
134-132	ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	28
198-135	رابعاً: عرض و تحليل وتفسير البيانات	29
الخاتمة		
200-199	النتائج	30
202-201	التوصيات	31
212-203	المصادر والمراجع	32
الملاحق		

فهرست الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	م
134	جدول رقم (1): نتائج اختبار ألفا كرنباخ	1
135	جدول رقم (2): يوضح العينة حسب متغير النوع	2
136	جدول رقم (3): يوضح العينة حسب متغير العمر	3
137	جدول رقم (4): يوضح العينة حسب متغير المستوى التعليمي	4
138	جدول رقم (5): يوضح العينة حسب متغير المؤسسة	5
139	جدول رقم (6): يوضح العينة حسب متغير مجال العمل	6
140	جدول رقم (7): يوضح العينة حسب متغير الدرجة الوظيفية	7
141	جدول رقم (8): يوضح العينة حسب متغير سنوات الخبرة في المؤسسة	8
142	جدول رقم (9): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " أن يعمل بالعلاقات العامة المتخصصون في المجال فقط.	9
143	جدول رقم (10): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " التدريب والتدريب المستمر يضيف دائماً لعمل العلاقات العامة ويحسنه	10
144	جدول رقم (11): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " البيئة التي يعمل فيها موظف العلاقات العامة تنعكس على أدائه وتزيد من رضاه	11
145	جدول رقم (12): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " نظرة موظف العلاقات العامة لعمله وقناعاته الشخصية تؤثر في سلوكه المهني.	12
146	جدول رقم (13): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " يتطور أداء موظف العلاقات العامة في عمله طردياً مع استخدامه لتكنولوجيا الاتصال.	13
147	جدول رقم (14): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " الاتصال المباشر أكثر فاعلية في تمييز عمل العلاقات العامة.	14
148	جدول رقم (15): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " الاتصال الجماهيري(صحف/راديو/تلفزيون) أكثر فاعلية في تحقيق أهداف العلاقات العامة.	15
149	جدول رقم (16): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " الاتصال المواجهي (ندوات/مؤتمرات) يكتسب أهمية بالغة في عمل العلاقات العامة	16
150	جدول رقم (17): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " الاتصال الاقناعي عبر تجويد الخدمات أكثر فاعلية في تعزيز عمل العلاقات العامة.	17
151	جدول رقم (18): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " الإعلام الجديد فرض أنماط مميزة في عمل العلاقات العامة وزاد من كفاءتها.	18

152	جدول رقم (19): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال مع الجمهور الداخلي	19
153	جدول رقم (20): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال مع الإدارة العليا	20
154	جدول رقم (21): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال مع الجمهور الخارجي	21
155	جدول رقم (22): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال الإداري	22
156	جدول رقم (23): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر اتصال تنسيقي (تنظيمي)	23
157	جدول رقم (24): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر تيسير الحصول على المعلومات وتوثيقها	24
158	جدول رقم (25): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر تدعيم توثيق المعلومات بالصور .	25
159	جدول رقم (26): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر معالجة الوثائق القديمة بفاعلية.	26
160	جدول رقم (27) يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر تلخيص المعلومات وتبويبها للاستفادة العلمية.	27
161	جدول رقم (28): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر الأرشفة الحديثة للمعلومات بفاعلية.	28
162	جدول رقم (29): التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: توفير قاعدة بيانات لانطلاق التخطيط منها.	29
163	جدول رقم (30): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: زادت من فعالية التخطيط ودوره.	30

164	جدول رقم (31): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: وضع وترتيب أهداف المؤسسة بفاعلية.	31
165	جدول رقم (32): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: ضبط التنسيق بين الإدارات المختلفة	32
166	جدول رقم (33): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: تصميم الموقع الإلكتروني للمؤسسة بفاعلية.	33
167	جدول رقم (34): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين يكون في: تحسين صورة المؤسسة لدى العاملين.	34
168	جدول رقم (35): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الوظيفي للعاملين يكون في: إدارة الملفات الحرجة. الرضا	35
169	جدول رقم (36): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين يكون في: نشر ثقافة المشاركة الإدارية.	36
170	جدول رقم (37): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين يكون في: تسهيل للعاملين تقديم وجهات نظرهم للمسؤولين.	37
171	جدول رقم (38): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة " انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين يكون في: دمج العاملين داخل منظومة العمل الواحد.	38
172	جدول رقم (39): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: رسم صورة للمؤسسة لدي.	39
173	جدول رقم (40): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: تحسين صورة المؤسسة عندي.	40
174	جدول رقم (41): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: المنافسة الإيجابية للمؤسسة.	41
175	جدول رقم (42): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: الإقناع بأن مؤسستي هي الأفضل	42

176	جدول رقم (43): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: تسهيل الإجراءات الإدارية بمؤسستي.	43
177	جدول رقم (44): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: استطلاع آراء الجمهور وتلقي الشكاوى	44
178	جدول رقم (45): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: تعزيز إجراء البحوث العلمية بالمؤسسة.	45
179	جدول رقم (46): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: توفير المعلومات الموثوقة للبحوث العلمية.	46
180	جدول رقم (47): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: نشر مخرجات البحوث والتوصيات.	47
181	جدول رقم (48): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: التعرف على ميادين العمل البحثي.	48
182	جدول رقم (49): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: قياس بحوث العلاقات العامة.	49
183	جدول رقم (50): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: إجراء المقارنات التقييمية بسهولة	50
184	جدول رقم (51): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: إضافة أبعادا مهمة لكتابة تقارير الأداء	51
185	جدول رقم (52): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: وضع مميزات لمؤسستي بين الأخريات.	52
186	جدول رقم (53): يوضح التوزيعات التكرارية والمئوية لإجابات العينة على العبارة "استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: الرفع من مستوى مؤسستي درجات في تقييم الأداء العالمي.	53
188	جدول رقم (54): يوضح محور مطلوبات القائم بالاتصال في العلاقات العامة.	54
189	جدول رقم (55): يوضح محور فاعلية وسائط الاتصال في أداء العلاقات العامة.	55

190	جدول رقم(56): يوضح استخدام التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال.	56
191	جدول رقم(57): يوضح استخدام التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات.	57
192	جدول رقم(58): يوضح استخدام التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط .	58
193	جدول رقم(59): يوضح انعكاس الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين.	59
194	جدول رقم(60): يوضح استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.	60
195	جدول رقم(61): يوضح استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات .	61
196	جدول رقم(62): يوضح استخدام التكنولوجيا لتقويم الأداء الفعلي بالمؤسسة.	62
197	جدول رقم(63): يوضح نتائج المتوسط العام والنسب المئوية والانحراف المعياري للجدول.	63

فهرست الرسوم البيانية:

رقم الصفحة	عنوان الشكل	م
135	الرسم البياني رقم (2): يوضح العينة حسب متغير النوع	1
136	الرسم البياني رقم (3): يوضح العينة حسب متغير العمر	2
137	الرسم البياني رقم (4): يوضح العينة حسب متغير المستوى التعليمي	3
138	الرسم البياني رقم (5): يوضح العينة حسب متغير المؤسسة	4
139	الرسم البياني رقم (6): يوضح العينة حسب متغير مجال العمل	5
140	الرسم البياني رقم (7): يوضح العينة حسب متغير الدرجة الوظيفية	6
141	الرسم البياني رقم (8): يوضح العينة حسب متغير سنوات الخبرة في المؤسسة	7
142	الرسم البياني رقم (9): أن يعمل بالعلاقات العامة المتخصصون في المجال فقط.	8
143	الرسم البياني رقم (10): التدريب والتدريب المستمر يضيف دائماً لعمل العلاقات العامة ويحسنه	9
144	الرسم البياني رقم (11): البيئة التي يعمل فيها موظف العلاقات العامة تتعكس على أدائه وتزيد من رضاه	10
145	الرسم البياني رقم (12): نظرة موظف العلاقات العامة لعمله وقناعاته الشخصية تؤثر في سلوكه المهني.	11
146	الرسم البياني رقم (13): يتطور أداء موظف العلاقات العامة في عمله طردياً مع استخدامه لتكنولوجيا الاتصال.	12
147	الرسم البياني رقم (14): الاتصال المباشر أكثر فاعلية في تميز عمل العلاقات العامة.	13
148	الرسم البياني رقم (15): الاتصال الجماهيري (صحف/راديو/تلفزيون) أكثر فاعلية في تحقيق أهداف العلاقات العامة.	14
149	الرسم البياني رقم (16): الاتصال المواجهي (ندوات/مؤتمرات) يكتسب أهمية بالغة في عمل العلاقات العامة	15
150	الرسم البياني رقم (17): الاتصال الاقناعي عبر تجويد الخدمات أكثر فاعلية في تعزيز عمل العلاقات العامة.	16
151	الرسم البياني رقم (18): الإعلام الجديد فرض أنماط مميزة في عمل العلاقات العامة وزاد من كفاءتها.	17
152	الرسم البياني رقم (19): تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال مع الجمهور الداخلي.	18
153	الرسم البياني رقم (20): تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال مع الإدارة العليا.	19

154	الرسم البياني رقم (21): تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال مع الجمهور الخارجي.	20
155	الرسم البياني رقم (22): تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر الاتصال الإداري.	21
156	الرسم البياني رقم (23): تستخدم التكنولوجيا في عمل العلاقات العامة لتحقيق وظيفة الاتصال عبر اتصال تنسيقي (تنظيمي).	22
157	الرسم البياني رقم (24): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر تيسير الحصول على المعلومات وتوثيقها.	23
158	الرسم البياني رقم (25): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر تدعيم توثيق المعلومات بالصور.	24
159	الرسم البياني رقم (26): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر معالجة الوثائق القديمة بفاعلية.	25
160	الرسم البياني رقم (27): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر تخصيص المعلومات وتبويبها للاستفادة العلمية.	26
161	الرسم البياني رقم (28): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة جمع المعلومات عبر الأرشفة الحديثة للمعلومات بفاعلية.	27
162	الرسم البياني رقم (29): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: توفير قاعدة بيانات لانطلاق التخطيط منها.	28
163	الرسم البياني رقم (30): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: زادت من فعالية التخطيط ودوره.	29
164	الرسم البياني رقم (31): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: وضع وترتيب أهداف المؤسسة بفاعلية.	30
165	الرسم البياني رقم (32): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: ضبط التنسيق بين الإدارات المختلفة	31
166	الرسم البياني رقم (33): تستخدم التكنولوجيا لتحقيق وظيفة التخطيط عبر: تصميم الموقع الإلكتروني للمؤسسة بفاعلية.	32
167	الرسم البياني رقم (34): انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين يكون في: تحسين صورة المؤسسة لدى العاملين.	33
168	الرسم البياني رقم (35): انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الوظيفي للعاملين يكون في: إدارة الملفات الحرجة.	34
169	الرسم البياني رقم (36): انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين يكون في: نشر ثقافة المشاركة الإدارية.	35
170	الرسم البياني رقم (37): انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين يكون في: تسهيل للعاملين تقديم وجهات نظرهم للمسؤولين.	36
171	الرسم البياني رقم (38): انعكاس تكنولوجيا الاتصال على الرضا الوظيفي للعاملين	37

	يكون في: دمج العاملين داخل منظومة العمل الواحد.	
172	الرسم البياني رقم (39): استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: رسم صورة للمؤسسة لدي.	38
173	الرسم البياني رقم (40): استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: تحسين صورة المؤسسة عندي.	39
174	الرسم البياني رقم (41): استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: المنافسة الإيجابية للمؤسسة.	40
175	الرسم البياني رقم (42): استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: الإقناع بأن مؤسستي هي الأفضل	41
176	الرسم البياني رقم (43): استخدام التكنولوجيا لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يكون عبر: تسهيل الإجراءات الإدارية بمؤسستي.	42
177	الرسم البياني رقم (44): استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: استطلاع آراء الجمهور وتلقي الشكاوى	43
178	الرسم البياني رقم (45): استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: تعزيز إجراء البحوث العلمية بالمؤسسة.	44
179	الرسم البياني رقم (46): استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: توفير المعلومات الموثوقة للبحوث العلمية.	45
180	الرسم البياني رقم (47): استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: نشر مخرجات البحوث والتوصيات.	46
181	الرسم البياني رقم (48): استخدام التكنولوجيا للبحوث والدراسات يكون عبر: التعرف على ميادين العمل البحثي.	47
182	الرسم البياني رقم (49): استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: قياس بحوث العلاقات العامة.	48
183	الرسم البياني رقم (50): استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: إجراء المقارنات التقييمية بسهولة	49
184	الرسم البياني رقم (51): استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: إضافة أبعادا مهمة لكتابة تقارير الأداء	50
185	الرسم البياني رقم (52): استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: وضع مميزات لمؤسستي بين الأخريات.	51
186	الرسم البياني رقم (53): استخدام التكنولوجيا لتقييم الأداء الفعلي بالمؤسسة يكون عبر: الرفع من مستوى مؤسستي درجات في تقييم الأداء العالمي.	52