



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا



بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال تخصص "العلاقات العامة والإعلان" بعنوان:

توظيف أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين

دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
في الفترة من يناير 2016م - ديسمبر 2017م

**Utilization of Public Relations Activities to Achieve Job Satisfaction
for employees**

(An analytical Descriptive Study applied on the Sudan University of Science and
Technology employees - January 2016 – December 2017)

إشراف الدكتور:

عبد الله فتحي عبد الله خوجلي

إعداد الطالب:

عبد الرحمن عبد السلام إدريس آدم

1442 هـ - 2020م



الإستهلال

قال الله سبحانه وتعالى:

﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

سورة التوبة الآية (105)

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات..

إلى اللذين سهرا من أجل راحتي ، وانفقا الغالي والنفيس من أجل غدٍ مشرق .. أمي وأبي

إلى الذين كانوا ولا يزالون يبعثون في روحي الأمل والتفاؤل .. إخوتي وأخواتي

إلى الشموع التي تحترق لتضئ لنا طريق العلم والمعرفة.. أساتذتي الأفاضل ..

إلى رفقاء الدرب الطويل.. زملائي الطلاب والأصدقاء..

إلى كل من له فضل علينا..

إليكم أهدي هذا البحث ..

الباحث

الشكر والعرفان

الحمد لله الذي وفقنا في إجراء هذه الدراسة التي نأمل في أن تكون منفعة للباحثين والطلاب وإضافة لمكتبة العلاقات العامة..

أتقدم بالشكر أجزله إلى جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بدءاً بإدارتها العليا ، وأساتذتها وجميع منسوبيها الذين آزرونا ، وكانوا خير سندٍ لنا في إنجاز هذا البحث من بعد الله تعالى.

وأخص بالشكر العالم الجليل المشرف على هذا البحث ، الدكتور عبد الله فتحي عبد الله خوجلي فقد كان خير مرشد وناصح وصديق ، وظل يستقبلنا بوقار وبشاشة في كل مكان وحين ، وله القدر المعلى في إخراج هذا البحث ونسأل المولى أن يجعله ذخراً للوطن والباحثين.

ويمتد الشكر إلى جميع أساتذة كلية علوم الاتصال وخاصة قسم العلاقات العامة والإعلان ، لما قدموه من جهد بلا حدود ، وإلى أسرة مكتبة كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، ومكتبة قسم الإعلام بجامعة الخرطوم ، ومكتبة مدرسة الإعلام بكلية شرق النيل الجامعية..

ولا أنسى أن أتقدم بعظيم امتناني لكل الذين ساهموا بفكرهم وجهدهم ووقتهم في سبيل إكمال هذه الدراسة ، وأذكر منهم على سبيل المثال لا الحصر؛ الأستاذ بجامعة الخرطوم متوكل سعيد عمر الذي قام بأعباء التحليل الإحصائي لهذه الدراسة..

والشكر أولاً وأخيراً لله رب العالمين ، ،

الباحث

مستخلص البحث:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، والكشف عن برامج وأنشطة إدارة العلاقات العامة الموجهة لتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين. وتبرز أهمية البحث في أن الرضا الوظيفي يعتبر أهم العوامل الأساسية التي تؤثر على أداء العاملين بالجامعة في ظل عدم ملائمة بيئة العمل، وغيرها من الظروف المعقدة التي تسببت في تدني الروح المعنوية للعاملين ويصعب تجاوزها دون منح العاملين المقابل المادي المجزي، وتحقيق الاستقرار الوظيفي وتحسين النمط الإداري المتبع. وتدعو هذه الدراسة للاهتمام بالعنصر البشري الذي يمثل حجر الزاوية لنهضة المؤسسات؛ خاصة مؤسسات التعليم العالي التي ينتظرها الكثير في مجالات البحث العلمي والتنمية والتطوير.

اتباع الباحث المنهج الوصفي التحليلي في إجراء الدراسة، وأدوات جمع المعلومات من الملاحظة والاستبانة والمقابلة، إضافة إلى حزمة من الوثائق والتقارير والمراجع العلمية، حيث تضمنت الدراسة أربعة فصول أساسية يحتوي كل منها عدداً من المباحث التفصيلية، حيث أحتوى الفصل الأول على الإطار المنهجي للبحث، والثاني عن العلاقات العامة، أما الفصل الثالث فتحدث عن الرضا الوظيفي، وتناول الفصل الرابع الدراسة الميدانية.

وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها: انخفاض الرضا الوظيفي لدى العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا خلال فترة الدراسة. وإن أنشطة إدارة العلاقات العامة بالجامعة لا تساعد في تحقيق الرضا الوظيفي من وجهة نظر المبحوثين. كما أن بيئة العمل غير ملائمة ويوجد عدم تناسب بين أجور العاملين وحوافزهم والمهام الوظيفية التي يؤديها.

ومن أهم التوصيات؛ ضرورة وضع خطة استراتيجية للإصلاح الإداري بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تتضمن تطوير بيئة العمل بكافة مرافق الجامعة وترقية النمط الإداري وتحسين شروط خدمة الأساتذة والموظفين والعمال وتدريبهم وتحفيزهم من الموارد الذاتية للجامعة. مع العمل على رفع مستوى الامتيازات الوظيفية المقدمة للعاملين. ووضع خطة متكاملة للعمل بإدارة العلاقات العامة بالطرق العلمية السليمة بما يزيد الروح المعنوية للعاملين ويعكس مشكلاتهم للإدارة العليا، مع أهمية تحقيق العدالة الوظيفية بين العاملين والوضع في الاعتبار أن العلاقات العامة تبدأ من الداخل.

Abstract

The study aimed identifying the level of job satisfaction among Sudan University of Science and Technology (SUST) employees, and discover public relations activities and programs which directed to achieve job satisfaction for staff members in this university.

Importance of this research waylays that job satisfaction is the most important fundamental factor which effective in staff work and production under umbrella of un opposite work environment and other complicated circumstances caused demoralizes between workers. So the university must achieve carrier stability and improve followed administrative style.

This study is an invitation to attention employees, because they are strong foundation to institution advancing, especially in higher education sector whose should play an important role in scientific research and development.

Researcher followed descriptive analytical method to conducting the study, adding to data collection tools; observation, questionnaire and subtending, beside a package of documents and scientific references and resources.

The study included four main chapters with many sections, first chapter contain methodic frame of research, and second chapter is about public relations, and third one discuss job satisfaction, and fourth chapter included field study. Researcher obtained to many results, the most important is lower of job satisfaction among (SUST) employees, during study period. And public relations activities doesn't help in achieving job satisfaction according to research community sample overview, also Work environment isn't opposite, and there is inappropriate between salaries, fillips and daily work duties.

The most important recommendation is setting-up strategic plan aimed administrative reform at Sudan University of Science and Technology, and including develop work environment in all university unites, and upgrading common administrative style, improving teachers, and employee's fees and support them from university subjective resources. Adding to setting-up special enterable plan to update work in public relations administration according to scientific proper methods. In order to increase optimism between employees, and reflect their issues to high administration, adding to achieve functional justice among workers, and remember that public relations is start inside institutions.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
أ	الاستهلال	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر والعرفان	3
د	مستخلص البحث باللغة العربية	4
هـ	مستخلص البحث باللغة الإنجليزية	5
و	فهرس الموضوعات	6
ز	فهرس الجداول	7
ح	فهرس الأشكال	8
الفصل الأول: الإطار المنهجي		
1	المقدمة	9
2	مشكلة البحث	10
3	أهمية البحث	11
3	أهداف البحث	12
4	تساؤلات البحث	13
4	المنهج المستخدم في البحث	14
5	أدوات جمع البيانات	15
6	حدود البحث	16
6	المصطلحات	17
7	الدراسات السابقة	18
الفصل الثاني: العلاقات العامة		
12	المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة	19
18	المبحث الثاني: وظائف وجمهور العلاقات العامة	20
37	المبحث الثالث: العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية	21
الفصل الثالث: الرضا الوظيفي		
44	المبحث الأول: مفهوم الرضا الوظيفي والعوامل المؤثرة فيه	22
58	المبحث الثاني: مؤشرات الرضا الوظيفي للعاملين بمؤسسات التعليم العالي	23
75	المبحث الثالث: أنشطة العلاقات العامة وتحقيق الرضا الوظيفي	24
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية		
80	أولاً: نبذة عن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	25
93	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	26
95	ثالثاً: عرض وتفسير بيانات الدراسة الميدانية	27
الخاتمة		
117	نتائج الدراسة	28
119	التوصيات	29
121	المصادر والمراجع	30
126	الملاحق	31

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
70	موازنات مؤسسات التعليم العالي للأعوام (2009م – 2016م)	1
71	موقف تمويل البحث العلمي في العام 2016م	2
85	كليات الجامعة وفروعها	3
86	برامج الدراسات العليا بالجامعة	4
86	أعداد طلاب الدراسات الجامعية	5
86	أعداد أعضاء هيئة التدريس ومساعدتي التدريس	6
87	تسرب أعضاء هيئة التدريس من جامعة السودان للعام 2016م	7
92	أعداد ودرجات القوى العاملة بإدارة العلاقات العامة	8
94	جدول يوضح الأساتذة الذين قاموا بتحكيم استمارة الاستبيان	9
95	جدول يوضح الصدق والثبات	10
96	التوزيع التكراري لمتغير النوع	11
97	التوزيع التكراري النسبي لمتغير العمر	12
98	التوزيع التكراري النسبي لمتغير الحالة الاجتماعية	13
99	التوزيع التكراري النسبي لمتغير المستوى التعليمي	14
100	التوزيع التكراري النسبي لمتغير سنوات الخبرة	15
101	التوزيع التكراري النسبي لمتغير الدرجة العلمية	16
102	التوزيع التكراري النسبي لمتغير نوع الوظيفة	17
103	التوزيع التكراري لدور أنشطة إدارة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي	18
105	التوزيع التكراري لبيئة العمل ودورها في الرضا الوظيفي	19
107	التوزيع التكراري لمتغير النمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي	20
109	التوزيع التكراري لمتغير الرضا الوظيفي للعاملين في جامعة السودان	21
112	الاختبار الإحصائي لدور أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي	22
113	الاختبار الإحصائي لبيئة العمل ودورها في الرضا الوظيفي	23
114	الاختبار الإحصائي للنمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي	24
115	الاختبار الإحصائي للرضا الوظيفي للعاملين بجامعة السودان	25

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
41	نموزج إدارة العلاقات العامة والإعلام لمنظمة سياحية	1
42	نموزج لقسم علاقات عامة بجامعة	2
42	نموزج تقسيم العلاقات العامة على أساس وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري	3
43	نموزج تقسيم العلاقات العامة على أساس فئات الجماهير	4
43	نموزج تقسيم العلاقات العامة على أساس وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري	5
93	شكل يوضح الهيكل الوظيفي لإدارة العلاقات العامة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	6
96	شكل يوضح التوزيع التكراري لمتغير النوع	7
97	شكل يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير العمر	8
98	شكل يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير الحالة الاجتماعية	9
99	شكل يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير المستوى التعليمي	10
100	شكل يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير سنوات الخبرة	11
101	شكل يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير الدرجة العلمية	12
102	شكل يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير نوع الوظيفة	13

الفصل الأول

الإطار المنهجي

❖ ويشتمل هذا الفصل على النقاط التالية:-

❖ المقدمة

❖ أسباب البحث

❖ أهمية البحث

❖ أهداف البحث

❖ مشكلة البحث

❖ تساؤلات البحث

❖ المنهج المستخدم

❖ أدوات جمع البيانات

❖ المصطلحات

❖ حدود البحث

❖ الدراسات السابقة

المقدمة:

أصبحت العلاقات العامة نشاطاً لا يمكن لأي مؤسسة تجاهله مهما كان حجم تلك المؤسسة أو طبيعة النشاط الذي تمارسه، نسبة للدور المهم الذي تؤديه أنشطتها في مجال التخطيط للمؤسسة وصناعة التفاهم المتبادل والمستمر بين المنشأة والجمهور التي تتعامل معها، سواء أكانت جماهير داخلية تمثل القطاعات التابعة للمؤسسة وموظفيها، أو جماهير خارجية تستفيد مما تقدمه المؤسسة من منتجات أو خدمات.

وتتحمل إدارة العلاقات العامة مسؤوليات عديدة أهمها رسم صورة طيبة للمؤسسة في أذهان أفراد المجتمع والجمهور، ولا يتحقق ذلك إلا بممارسة أنشطة منظمة؛ على رأسها الاتصال الدائم بالجمهور وبشقيه الداخلي والخارجي عبر وسائل الإعلام المختلفة، وتجويد المنشورات والنشرات التعريفية، وإعداد التقارير السنوية والملصقات التثقيفية، وتنظيم الاحتفالات الرسمية والمناسبات، وتبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في أنّ تلك المؤسسات تمثل الوجه الرسمي للدولة وتقع عليها مسؤولية تسيير العمل اليومي في الدولة وشتى فروعها.

ويشكل الرضا الوظيفي للعاملين القوة الدافعة لتنفيذ الخطط والبرامج التي تستهدفها المؤسسات على اختلافها، لأنّ العنصر البشري هو رأس المال الحقيقي لجميع المؤسسات والمنظمات الحكومية والخاصة، وهو المسؤول عن الإنتاج وتنفيذ الخطط. كما يعتبر الرضا الوظيفي من العوامل المهمة لقياس نجاح المؤسسات، نظراً إلى أنّ شعور الموظف بالراحة ومعالجة المشكلات التي يواجهها في مكان عمله، مع تزويده بالخدمات الضرورية يحفزه لبذل المزيد من الجهد لأداء وتجويد المهام الموكلة إليه، والتعاون مع زملاءه ومع إدارته المباشرة والعليا، والتحوّل إلى سفير خير لمؤسسته. والرضا الوظيفي وسيلة وليس غاية، وهو من العوامل المهمة لتحقيق أهداف المؤسسة.

وتعد جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا واحدة من أكبر مؤسسات التعليم العالي في السودان، وتتمتع بمكانة عالمية مرموقة، وتقع منشآتها في العاصمة السودانية الخرطوم، حيث يعود تأسيسها إلى العام 1990م بعد أن تم ترفيع معهد الكليات التكنولوجية الذي أنشئ في العام 1975م، وتضم الجامعة 24 كلية، وتميزت بتخصصات الهندسة وتقنية المعلومات، ومجموعة من العلوم الطبية والإنسانية، والاقتصادية واللغات، والعلوم الأساسية، وتقدم برامج تعليمية على مستوى البكالوريوس، والدراسات العليا "الدكتوراة والماجستير والدبلوم العالي". (الموقع الإلكتروني لجامعة السودان، 2019)، وفي هذه الدراسة توضيح علمي لتوظيف أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي في هذه الجامعة في الفترة من 2016م إلى 2017م.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في ضعف انتماء العاملين في القطاع العام لمؤسساتهم، مما يشير إلى تراجع مستوى الرضا الوظيفي، وتأثيره على تدني الإنتاج والإنتاجية، بالإضافة إلى الشكاوى المتنامية من تدهور الوظيفة العامة وعدم جدواها، خاصة الوظائف الدنيا، الأمر الذي يشير إلى قصور أنشطة العلاقات العامة وبرامجها وعدم قدرتها على إقناع الإدارة العليا لتحسين أوضاع العاملين، وضعف التواصل بين العلاقات العامة والعاملين للتعرف على المشكلات الوظيفية التي تقابلهم، فضلاً عن تأثير الظروف الاقتصادية العامة على مستوى الرضا الوظيفي للعاملين بالجامعة، في ظل شح الأجور والعوائد المادية للعاملين في القطاع العام مع تزايد متطلبات الحياة اليومية، وازدياد الفجوة بين الدخل وتكاليف المعيشة، ويسعى الباحث للإجابة على السؤال: ما مدى توظيف أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا؟

أسباب البحث:

1. افتقار المكتبة الإعلامية إلى الدراسات المرتبطة بالجودة في ممارسة مهنة العلاقات العامة.

2. العلاقة القوية بين العلاقات العامة والرضا الوظيفي حفزت الباحث على إجراء الدراسة لإثراء المجال والاسهام في ترسيخ ثقافة الاهتمام بالموارد البشري.

أهمية البحث:

تتضح الأهمية العلمية لهذه الدراسة من أهمية المورد البشري في تنمية المؤسسة وتطويرها، وفي ربط الدراسة ما بين علم الإدارة، والاجتماع، وعلم النفس، والعلاقات العامة، لأنّ الرضا الوظيفي من أهم المقاييس التي تعتمد عليها الإدارة الحديثة في التأكد من سلامة تنظيم المؤسسة وسلامة العمل فيها، ويؤثر الرضا الوظيفي ويتأثر بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية الخاصة بالعاملين، بجانب تأثيره على مستوى جودة الإنتاج أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة، وفي الوقت نفسه يرتبط الرضا الوظيفي بظروف داخلية وخارجية، ويمثل إحساس داخلي يختلف نسبياً من موظف لآخر، غير أنّ إدارة العلاقات العامة مسؤولة عن تعزيزه بحكم عملها كقناة وصل ما بين الإدارة العليا والجمهور الداخلي للمؤسسة.

ومن الجوانب المهمة في الدراسة؛ أنّ تطوير وتقوية وتحديث أنشطة العلاقات العامة التي تستهدف تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بالجامعة، من شأنه تجويد العمل والمساهمة في استقرار أعضاء هيئة التدريس والموظفين والعمال وتحسين أوضاعهم الاجتماعية وترتيبها بشكل أفضل، وتتيح الدراسة للباحث التعمق في بحوث الرضا الوظيفي والجودة في ممارسة مهنة العلاقات العامة، كما تفتح الباب للمزيد من الدراسات في هذا الجانب.

أهداف البحث:

يسعى البحث لتحقيق عدد من الأهداف هي:

1. التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، والكشف عن المشكلات الوظيفية التي تقابلهم، وما يحتاجه العاملين لتجود أدائهم وتقوية انتمائهم إلى الجامعة.
2. التعرف على مدى وعي إدارة العلاقات العامة في الجامعة بأهمية دورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين بمختلف درجاتهم.
3. الكشف عن أنشطة العلاقات العامة وخططها الموجهة لتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين وتقييمها.
4. الوقوف على الاتصالات التي تجريها إدارة العلاقات العامة مع الإدارة العليا للجامعة بهدف تنبيهها لمتطلبات الرضا الوظيفي للعاملين ونتائجها.
5. تهدف الدراسة لتقديم مقترحات تساعد في تحسين أوضاع العاملين في الجامعة بما يجعلهم أكثر إنتماءً وقدرة على ممارسة عملهم، على ضوء نتائج الدراسة.

تساؤلات البحث:

يشتمل البحث على التساؤلات التالية:

1. ما طبيعة الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا؟
2. ما الدور الذي تؤديه إدارة العلاقات العامة بجامعة السودان، في سبيل تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين؟
3. إلى أي مدى أوفت الإدارة العليا بتحسين بيئة العمل والأسلوب الإداري والحوافز بما يهيئ الجو للإبداع في العمل والانتماء للمؤسسة؟
4. هل تملك إدارة العلاقات العامة موظفين مؤهلين ومدربين وتمويل يساعدها في تنفيذ برامجها وأنشطتها المستهدفة؟

5. متى أجرت إدارة العلاقات العامة آخر دراسة لتحديد مستوى الرضا الوظيفي للعاملين؟

المنهج المستخدم:

الوصفي التحليلي:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ويعرّف منهج البحث بأنه "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة". (المشهداني، 2017، ص 159) ويرجع استخدام الباحث للمنهج الوصفي التحليلي لأنه يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعليمات مقبولة، كما أنه المنهج الأكثر شيوعاً في هذا النوع من البحوث العلمية، ويعتبر الوسيلة التي تؤدي إلى الغرض المطلوب للكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد العامة.

أدوات جمع البيانات :

1- المصادر والمراجع: المصدر هو الكتاب الذي تجد فيه المعلومات والمعارف الصحيحة من أجل الموضوع الذي تريد بحثه، أما المرجع فهو مصدر ثانوي، أو كتاب يساعد في إكمال المعلومات والتثبيت من بعض النقاط، والمعلومات التي يحويها تقبل الجدل. (العسكري، 2004، ص 47).

2- الملاحظة: يتم الاستعانة بهذه الأداة في المسائل التي لا تحتاج إلى اختبارات ميدانية، ويرصدها الباحث خلال إجراء الدراسة وبالاعتماد على الخبرة في المجال ووجود الباحث في بيئة البحث، ومن خلالها يحصل الباحث على وصف مفصل لأنشطة الجمهور، وسلوكهم، وأفعالهم، وتفاعلاتهم. (الحيزان، 2004، ص 18). واستخدم الباحث الملاحظة المباشرة من خلال الاتصال المباشر بالمبحوثين؛ بقصد ملاحظة سلوكهم ورصد البيئة التي يعملون فيها. (المشهداني، 2017، ص 119).

3- **المقابلة:** وتعني عقد لقاءات مباشرة مع التمتخصصين واستنطاقهم في مسائل مرتبطة بالبحث للحصول على المعلومات من أجل الاستعانة بها واستخدامها في البحث العلمي واستخلاص نتائجه وتوصياته، ويمكن أن تمت هذه الطريقة الباحث بأقتباسات مباشرة من أولئك الأشخاص عن تجاربهم وآرائهم وأحاسيسهم ومعرفتهم. (الحيزان، 2004، ص 18).

4- **الاستبيان:** هو أداة لجمع المعلومات بشأن رغبات ومعتقدات المستجيبين، وكذلك الحقائق التي هم على علم بها، ولهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيس في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف حقائق عن الممارسات الحالية، واستطلاعات الرأي وميول الأفراد. وهو مجموعة من الأسئلة والعبارات المكتوبة مزودة بإجاباتها الآراء المحتملة أو بفرغ للإجابة. (العسكري، 2004، ص 172).

5- **الدراسات السابقة:** وذلك بالرجوع إلى الأبحاث والدراسات السابقة في المجال، والاستفادة منها في بعض الجوانب ذات الصلة.

المصطلحات:

توظيف:

لغة: وظّف يوظف توظيفاً فهو موظف، ويقال وظّف أخاه أي أسند إليه وظيفة أو عملاً معيناً، ووظف رأس ماله: استثمره ونماه.

إصطلاحاً: توظيف تعني إسناد وظيفة أو عمل معين لفرد أو مجموعة أفراد متخصصين لأداءه، والتوظيف في المؤسسة يعني الحصول على فرصة عمل في إحدى الدوائر التابعة لها حسب اختصاصها. وفي هذه الدراسة يقصد بالتوظيف الاستخدام المنهجي الأمثل لأنشطة وفنون العلاقات العامة لتحقيق أهداف المؤسسة، وفق الطريقة العلمية المتبعة. (معجم اللغة العربية المعاصرة، 2008م، ص 2464).

أنشطة:

أنشطة لغة: مصدر الفعل الثلاثي "نَشَطَ"، ونشط إلى الشئ خف له وجدّ فيه، وعكسه تكاسل، ونشط في العمل طابت نفسه له، وتهياً له وأقبل عليه، والنشاط هو الهمة والسرعة والحماس.

ويقصد بالأنشطة في هذه الدراسة، جميع الأعمال التي تؤديها إدارة العلاقات العامة أو تشارك فيها وهي مستمدة من تعريفها العلمي ووظائفها في المؤسسة وأهدافها. (معجم اللغة العربية المعاصرة، 2008م، ص 2213).

الرضا الوظيفي:

الرضا لغة: فعل ثلاثي متعد، واصطلاحاً يعني القبول والاستحسان والتعبير عن الارتياح. أما الرضا الوظيفي فهو الشعور النفسي بالقناعة والارتياح أو السعادة لإشباع الحاجات والرغبات والتوقعات في محل العمل ومحتوى بيئة العمل، مع الثقة والولاء والاعتزاز بالانتماء للمؤسسة، ويعكسه سلوك العمال كالأداء والتغيب، ويتأثر بالأجرة والراتب ونظام المنح والمكافآت وهيكل السلطة ونظام اتخاذ القرارات وغيره من المتغيرات النفسية والاجتماعية والمادية. (القاموس المحيط، 2019م).

حدود البحث:

يقصد بها الحالات ذات العلاقة بالظاهرة المدروسة وتتضمن جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحثون. (الحيزان، 2004، ص 35)، وفي هذه الدراسة يمثل مجتمع البحث عينة من العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

الإطار المكاني للبحث:

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – الخرطوم

الإطار الزمني للبحث:

هو الفترة الزمنية للبحث، ويستهدف هذا البحث دراسة الأنشطة الخاصة بالعلاقات العامة في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا في الفترة من يناير 2016 حتى ديسمبر 2017م، لأن هذه الفترة شهدت تدهور أوضاع العاملين في العديد من المؤسسات العامة، وخاصة العاملة في مجال التعليم العالي.

نوع العينة:

العينة هي جزء ممثل لمجتمع البحث الأصلي، (المشهداني، 2017، ص 78) واختار الباحث العينة الحصصية لأنها تتيح دراسة الأساتذة والإداريين والعمال والقيادات العليا من مختلف إدارات الجامعة وكلياتها والوحدات الأخرى التابعة لها.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

بعنوان: (دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي بالسودان)، أعدّها الباحث منصور عثمان محمد زين، ونُشرت في العدد الأول لمجلة كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية عام 2016م.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وأهم أهدافها التعرف على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في السودان، وإبراز أهميتها من خلال الوقوف على برامجها وأنشطتها وتأثيرها على جمهورها وهو المجتمع الجامعي.

أهم نتائج الدراسة أنّ الهياكل التنظيمية والإدارية للعلاقات العامة بالجامعات ليست فاعلة ولا ترتبط بالمفهوم العلمي الواضح والصحيح، وتعاني من مشكلات علمية تطبيقية في مجال الممارسة؛ وخاصة في البنية الاتصالية التي تحتاج إلى قدرات خاصة لممارستها في عملية الاتصال.

وأكدت الدراسة أن معظم العاملين في العلاقات العامة بالجامعات من غير المتخصصين، ويحتاجون إلى التدريب والتأهيل، وأن أنشطة العلاقات العامة موسمية وتزداد خلال مناسبات التخرج، مع عدم تخصيص الميزانية الكافية للعلاقات العامة. (محمد زين، 2016م).

هنالك علاقة وثيقة بين الدراسة السابقة وهذه الدراسة، وتتمثل في تشابه الأهداف، كما يشكل مجتمع البحث في الدراسة قيد الإجراء جزءاً من المجتمع الذي اخضعت له الدراسة السابقة للفحص، وهو مجتمع العاملين في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بوصفها واحدة من مؤسسات التعليم العالي في السودان.

الدراسة الثانية:

بعنوان: (فاعلية العلاقات العامة في تطوير إداء المؤسسات الحكومية، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الإعلام الاتحادية في الفترة من 2013م – 2015م)، أعدها الباحث شاذلي عوض عبد الفضيل، لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وأشرف عليها الدكتور عبد الله فتحي عبد الله خوجلي.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ومن أهم أهدافها محاولة إيجاد أساس علمي ومنهج لعمل إدارات وأقسام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وتحقيق النتائج المرجوة للخطط والبرامج المطروحة لتلك الجهات وفقاً للنظرة الأكاديمية، بالإضافة إلى إبتكار وسائل علمية وعملية لربط الجهود الأكاديمية بالجامعات والكليات المتخصصة في مجال الإعلام والعلاقات العامة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن أهم المعوقات التي تواجه عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من وجهة نظر المبحوثين هو ضعف تدريب العاملين بالعلاقات

العامة، ووجد الباحث أن برامج العلاقات العامة تساهم بفعالية في كسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي بوزارة الإعلام. (عبد الفضيل، 2015م).

وتبرز العلاقة بين الدراستين في أن كلاهما تهدفان إلى التنبيه بضرورة ممارسة وظائف العلاقات العامة وأنشطتها وفقاً لأساس علمي من أجل تحقيق غايات الخطط والبرامج الموجهة إلى الجمهور.

الدراسة الثالثة:

دراسة ميدانية بعنوان: (الرضا الوظيفي بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية السودانية)، أعدها الباحث الطاهر أحمد محمد علي، من كلية الدراسات التجارية جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ونشرتها مجلة العلوم والتقانة في نوفمبر 2012م.

هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى الرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية، واختبار العلاقة بين الرضا وبعض المتغيرات الإدارية والنفسية والأجور والحوافز ومتغير التدريب لأعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية.

وأهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة، أن الإجراءات الإدارية في الجامعات الحكومية والتي لها علاقة مباشرة بالرضا الوظيفي لدى أعضاء هيئة التدريس؛ تحتاج إلى مراجعة موضوعية وواعية للكشف عن أسباب عدم تحقيق الرضا الوظيفي عند الجهاز الحكومي لدى هذه المؤسسات الأكاديمية، وأكدت النتائج أن العوامل المالية المتعلقة بالرواتب والأجور والحوافز لم تصل بعد إلى الحد الذي يعطي عضو هيئة التدريس انعكاساً داخلياً بالرضا نحو حجم العمل الذي يقوم به ومقدار الأجر. (محمد علي، 2012م).

تتمثل أوجه الشبه بين الدراستين في أنهما يتناولان قضية الرضا الوظيفي في مؤسسات التعليم العالي السودانية، من النواحي الإدارية والنفسية وغيرها، ولكن هذه الدراسة أشمل لأنها

تتضمن جميع أعضاء الأسرة الجامعية من أساتذة وموظفين وعمال بشتى مراتبهم العلمية ودرجاتهم الوظيفية، بينما اقتصرَت الدراسة السابقة على فئة أعضاء هيئة التدريس فقط.

الدراسة الرابعة:

جاءت بعنوان: (دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي، دراسة ميدانية بالمؤسسات الاقتصادية - سونلغاز - بأم البواقي - أنموذجاً)، أعدها الباحثان شرفي شهره، وجبار جهاد، لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال تخصص "اتصال وعلاقات عامة" من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم القرى - الجزائر، وأشرف عليها الأستاذ بوعنان أسماء.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وهدفت إلى استكشاف دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الاقتصادية، ومعرفة العوامل الداخلية التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي للعاملين، بجانب التعرف على أساليب عمل العلاقات العامة لتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الاقتصادية.

من أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة أن العلاقات العامة بأهدافها ومختلف أنشطتها حققت رضا وظيفي لجمهورها الداخلي في المؤسسة الاقتصادية، وأكدت الدراسة الدور الفعال الذي تؤديه العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي، وكشفت الدراسة عن وجود قسم مستقل للعلاقات العامة وأنها تؤدي مهامها بشكل دائم ومنسق. (شهره وآخرون، 2015م).

تتضح أوجه الشبه بين الدراستين في أن كلاهما يتطرق لموضوع الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي، ويبحث عن دور أنشطة العلاقات العامة في تحقيقه، ودراسة المتغيرات ذات الصلة بذلك من النمط الإداري وبيئة العمل وغيرها. أما أبرز أوجه الاختلاف بين الدراستين أن

الدراسة السابقة اتبعت المنهج الوصفي وتم تطبيقها على مؤسسة اقتصادية، أما هذه الدراسة فتستخدم المنهج الوصفي التحليلي وتركز على قطاع التعليم العالي الحكومي.

الدراسة الخامسة:

عنوانها: (دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تايمز الكويتيتين)، أعدها الباحث يوسف عويد عتيق السعيد لنيل درجة الماجستير في الإعلام من كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، وأشرف عليها الدكتور صباح ياسين المفرجي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي.

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في الصحيفتين المذكورتين، ومعرفة العوامل الداخلية التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى التعرف على الفروق الفردية بين العاملين في المؤسسات الإعلامية الكويتية المؤثرة في مستويات الرضا الوظيفي.

خرجت الدراسة بعدد من النتائج؛ من أهمها إن دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تايمز كان مهماً من وجهة نظر العاملين في المؤسسات، وأن ذلك الدور الذي تطلع به العلاقات العامة يعد مهماً في الاتصال أيضاً بمختلف اتجاهاته، وكان الفرق بين المؤسساتين ينحصر في ترتيب الأولويات من حيث أهميتها، وأثبتت الدراسة أن العوامل الداخلية تؤثر في الرضا الوظيفي للعاملين في الصحيفتين من وجهة نظر الباحثين وبمستوى موافقة مرتفع، وأفادت الدراسة أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً في التعامل مع العوامل الخارجية المؤثرة في مستوى الرضا الوظيفي للعاملين بالصحيفتين. (عتيق، 2013م).

توجد علاقة واضحة بين الدراستين حيث تناقش كلاهما مسألة الرضا الوظيفي وعلاقته بالعلاقات العامة، واستخدمت الدراسة السابقة المنهج الوصفي أما الدراسة هذه الدراسة فاتبعت المنهج الوصفي التحليلي، وتتفق الدراستان في أنهما يخضعان الأنشطة والبرامج التي تنفذها العلاقات العامة للتحليل والتقييم.

الفصل الثاني

العلاقات العامة

ويشتمل هذا الفصل على ثلاثة مباحث:-

❖ المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة

❖ المبحث الثاني: وظائف وجمهور العلاقات العامة

❖ المبحث الثالث: العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

المبحث الأول:

مفهوم العلاقات العامة

تعريف العلاقات العامة:

أصبح اصطلاح العلاقات العامة معروفاً على نطاق واسع خلال العشرينيات من القرن الماضي، إلا أن مفهوم العلاقات العامة ظل يحيط به الغموض في الولايات المتحدة الأمريكية حتى مجيء الخمسينيات، كما أنه لا يزال يُعاني من بعض التفسيرات الخاطئة في أجزاء أخرى من العالم حتى الآن.

ورغم أن تعبير الشؤون العامة قد انتشر كجزء من وظيفة العلاقات العامة، إلا أنه استعمل في بعض الأوقات كمرادف لها، ويفسر الباحثين تنوع تعريفات العلاقات العامة إلى تباين وجهات نظر المتخصصين والخلفيات الفكرية والعلمية للخبراء والممارسين. (فيكر، 2004، ص 7)

لغة:

تعني كلمة "علاقات" حصيلة الاتصالات التي تتوافر بين هيئة والجمهير المتعاملة معها.

أما كلمة "عامة" يقصد بها جماهيرية أي مجموعة من الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة. (مراد عبده، 2010م، 14).

اصطلاحاً:

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم العلاقات العامة، ووصلت إلى أعداد من التعريفات نعجز عن حصرها سواء في المعاجم المتخصصة أو المؤلفات الكثيرة للعلاقات العامة، والجمعيات المحلية والدولية، ومن جملة هذه التعريفات، نستطيع أن نعرّف العلاقات العامة بالتعريف التالي: "العلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة تعتمد على التخطيط، وتعمل بين

طرفين هما المنظمة وجماهيرها عن طريق الاستخدام الملائم للاتصال ووسائل الإعلام، بهدف تحقيق أهداف الطرفين بكفاءة وفاعلية".

ومن هذا التعريف نستطيع أن نخرج بمفهوم محدد وبسيط وواضح خلاصته أنها تعمل على محورين أساسيين، يحددان ما يجب أن تكون عليه وظائفها وأهدافها وهما:

المحور الأول: حيث تعمل العلاقات العامة على إتاحة واستمرار علاقة فعالة وإيجابية بين الإدارة العليا للمنظمة وجميع العاملين بها، وبما يحقق على الدوام رضا وقناعة بقرارات الإدارة وتوجهاتها، وينقل أفكار وآراء وتطلعات هؤلاء العاملين إلى الإدارة العليا التي يجب أن تصدر تجاوباً نحوها.

المحور الثاني: ويتمثل في خلق صورة ذهنية موجبة لدى الجماهير الخارجية عما تفعله المنظمة بالضبط، وأهمية ذلك الدور من أجل رفاهية هذه الجماهير ومدى ما يعود به هذا النشاط من نفع على المجتمع المحلي والمجتمع ككل. (شعبان، 2008م، ص 15).

عرّف "كانفيد Confied" العلاقات العامة بأنها "الفلسفة الاجتماعية للإدارة، والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه"، فبعد أن كانت فلسفة الإدارة في القرن التاسع عشر تتجه إلى تحقيق مصالح الرأسمالين وحدهم، أصبحت هذه الفلسفة تعترف بمسؤوليتها تجاه المستهلكين والعاملين والموردين والمتعهدين والمجتمع المحلي والحكومة. وبرزت هذه الفلسفة بشكل واضح بعد أن عانى العالم آثار الكساد الاقتصادي الذي بدأ في 1929م واستمر نحو خمسة سنوات. وتبقى الحقيقة بأن العلاقات العامة موضوع معقد وقابل للتكاثر من حيث الأنواع والأشكال، لأنها تعتمد على نظريات وممارسات في حقول كثيرة مثل: الإدارة، وسائل الإعلام، الاتصال، وعلوم النفس. (فيكر، 2004، ص 10).

أما التعريف الذي قدمه جريزويلد على صفحة دوريته أخبار العلاقات العامة "Public Relations News" فيقول: إن "العلاقات العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم

الاتجاهات، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا الجمهور وتفاهمه".

ويرى "بول جاريت Paul Garrett" الذي تولى مسؤولية إدارة العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز عام 1931م أن "العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه".

ويرى "ساليان Sullivan" الأستاذ بمعهد العلاقات العامة الأمريكية أنها "وظيفة الإدارة التي تقيس وتقوم وتنبأ بالأراء والاتجاهات، ورد الفعل المتوقع من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجي، وهي التي تتحكم في عملية الاتصال بين المؤسسة وجمهورها، تحقيقاً للمنفعة المتبادلة لها والمجتمع".

وقد عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها "الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة وجمهورها"، وتوصلت جمعية العلاقات العامة الدولية إلى التعريف التالي: إن "العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة التي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها، والحفاظ على التأييد وذلك من خلال: قياس اتجاه الرأي العام، واستمرار هذا التفاهم والتعاطف لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط".

وعرّف الأستاذ الدكتور علي عجوة العلاقات العامة في كتابه الأسس العلمية للعلاقات العامة بأنها: الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور

وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة، والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع. (عجوة، 2008م، ص 20).

ومن التعريفات التي اتسمت بالشمول ما ذكرته جمعية العلاقات العامة الأمريكية التي عرفت العلاقات العامة بأنها "نشاط أي صناعة أو اتحاد أو حكومة أو أي منشأة أخرى لإقامة وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين الجماهير، خاصة العملاء أو العاملين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحور سياساتها حسب الظروف المحيطة بها، وتشرح هذه السياسة للمجتمع".

أما خبير العلاقات العامة "إدوارد بيرنز Eduard Perns" فعرفها بأنها "التوصل بالمعلومات عن طريق الإقناع، والملائمة للحصول على التأييد العام لنقاط وهدف أو حركة أو مؤسسة ما". كما عرّف الدكتور إبراهيم إمام العلاقات العامة بأنها "العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات على أسس من التعاون والمحبة والوعي". (مصطفى، 2013م، ص 28).

أما جمعية العلاقات العامة الدولية فقد عرّفت العلاقات العامة بأنها: وظيفة إدارية مستمرة ومخطط لها تسعى المنشآت العامة والخاصة بممارستها إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد، وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها؛ وتحقيق مزيداً من التعاون الخلاق والأداء الفعّال للمصلحة المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط له. (فقير، 2013م، ص 21).

حاول "ركس هارلو Rex E. Harlow" فحص العديد من المفاهيم التي وضعت للعلاقات العامة ودراستها، ومن تحليله لـ (472) تعريفاً استخلص التعريف التالي: "العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تساعد في إقامة اتصال وفهم متبادل بين هيئة وجماهيرها، وهي

تدرس مشاكل الإدارة وقضاياها وتساهم في حلها، وتُبقي الإدارة على علم بالرأي العام، وتخدم كأداة تحذير مبكرة من خلال رصد الاتجاهات المتوقعة، وتراعي مصالح المنظمة في إطار الصالح العام وتستخدم البحوث والاتصال بمعايير أخلاقية" (يوسف، 2008م، ص 21).

من التعريفات المعاصرة للعلاقات العامة، ما قدمه الأستاذ الدكتور ياس خضير وآخرون، حيث عرّف العلاقات العامة بأنها: "نشاط منهجي مخطط لإدارة سلوك الجمهور والمؤسسة معاً، باستخدام العلوم والفنون والمهارات في بناء علاقة نموذجية في اتجاهين، بهدف كسب الجمهور وتأييدهم للنشاطات المختلفة باستخدام علم الإقناع في الوسائل الاتصالية التقليدية والإلكترونية، بما يتناسب مع القوانين وخصوصيات المجتمع وفلسفته وأخلاقياته، ورغبات الجمهور وحاجاته الاجتماعية والسيكولوجية، ومصالح المؤسسة وتطلعاتها". (فقير، 2013م، ص 23).

وذهب "كوتلب Cutlip" في كتابه (العلاقات العامة الفعالة) إلى تعريف العلاقات العامة أنها "المجهود المخطط للتأثير في الرأي العام من خلال الشخصية المتميزة والأداء المسؤول الذي يبنى على الاتصال التفاعلي المتبادل الذي يحقق رضا الطرفين".

أما الدكتور محمود الجوهري فقد عرفها بأنها "فن معاملة الجمهور وكسب رضائه أو الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجماهير وتحقيق المصلحة العامة".

ويرى "روبينسون Robinson" أن العلاقات العامة كعلم اجتماعي وسلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن:

1. قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة.
2. مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين بها.

3. تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها.

4. تخطيط وتنفيذ وتقديم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها. (مراد عبده، 2010م، 16)

وعلى الرغم من تعدد التعريفات وتنوعها إلا أن الباحث يلاحظ أنها تُجمع على الارتباط الوثيق بين العلاقات العامة بالإدارة العليا للمؤسسة من جهة، وارتباط العلاقات العامة والجمهور من جهة ثانية، لذلك يعرف الباحث العلاقات العامة بأنها: "الأنشطة التي تمارسها إدارة المنشأة أو المنظمة لتحقيق الاتصال بالجمهور، والتعرّف على وجهات نظرهم تجاه ما تقدمه المؤسسة من منتجات أو خدمات، والسعي الجاد لخلق تفاهم متجدد وتعاون مثمر بين الطرفين؛ عن طريق إدارة الحوار وتبادل المعلومات الصادقة".

ولا يقتصر دور العلاقات العامة وفقاً لوجهة نظر الباحث على الإدارة العليا للمؤسسة فحسب؛ بل تمارسها كل الإدارات بصورة غير مباشرة، من خلال تواصلها مع جماهير المؤسسة، إلا أنّ إدارة العلاقات العامة هي الجهة المتخصصة التي تتولى تنظيم الاتصالات وترشد بقية الإدارات بالجوانب الفنية الضرورية بما يتسق مع الهدف العام للمؤسسة.

أهداف العلاقات العامة:

تعد الأهداف هي مجموعة الغايات أو المطلوبات التي تسعى العلاقات العامة من خلال أنشطتها وبرامجها إلى تحقيقها والوصول إليها، وتختلف هذه الأهداف حسب طبيعة الأعمال والأنشطة التي تعمل فيها كل جهة؛ إلا أن أهداف العلاقات العامة متشابهة أو متفق على إطارها العام وهو تحسين الانطباع العام أو (الصورة الذهنية) للجهة أو المؤسسة لدى الجمهور، مما يكون له أثر إيجابي في العلاقة المشتركة معه. (فقير، 2013، ص 24).

وتعد عملية الاتصال بين الأفراد والمجتمعات ظاهرة اجتماعية، تهتم بها العديد من الدراسات الإنسانية المختلفة، إذ تشغل عدداً من المتخصصين والمنتهمين إلى مجالات عديدة وأنشطة علمية متباينة، كالسياسة والاجتماع والإدارة والعلاقات العامة وغيرها، وبما أن هنالك عوامل ومتغيرات كثيرة تؤثر في هذه العملية الاتصالية، فإنها تتطلب تعاملاً محدداً ومدروساً خاضعاً لطبيعة كل تخصص، فمشكلة إقناع الجمهور بوجهة نظر المنظمة كامنة في التعرف عن كذب على علاقاتها العامة بأسلوب يساعد على حلها بالطرق المناسبة.

وعند تحديد الأهداف يجب أن تراعى مجموعة من العوامل والأمر الحيوية التي تربط أهداف العلاقات العامة بأهداف المنشأة ككل، بل إن أهداف العلاقات العامة في الواقع وسيلة أساسية لتحقيق أهداف المنشأة لدى الجماهير وإيجاد الروابط القوية بين المنشأة وجماهيرها، داخلياً وخارجياً، وأن تكون الأهداف محددة مما يتيح إمكانية قياس النتائج. فضلاً عن ضرورة كونها واضحة وصريحة ومفهومة، وضرورة أن تكون الأهداف واقعية وعملية من حيث قابليتها للتحقيق وإمكانية تنفيذها.

وبصفة عامة يحقق تحديد أهداف العلاقات العامة في المنشأة الكثير من المزايا أبرزها:

1. عكس الأهداف والفلسفة التي تقوم عليها المنظمة.
2. تحديد أهداف الاتجاه العام للمجهودات الجماعية فلا يمكن تصوره جهداً جماعياً منتجاً دون هدف.
3. تزود أهداف المنظمة بالأساس الذي يقوم عليه التخطيط، وبدونها فإن العناصر داخل المنظمة قد تنحرف في الاتجاه غير الصحيح، مما يترتب عليه تشتيت الموارد.
4. تعتبر الأهداف بمثابة دافع لكل فرد في المجموعة للقيام بالعمل وذلك عن طريق ربط أهدافه بأهداف المنظمة التي يعمل بها.

5. تسهل الأهداف من التنسيق بين مجهودات الأفراد، فعندها يعرف كل شخص من المجموعة الأهداف المطلوبة والوصول إليها.

6. الأهداف مقياس للتقويم والرقابة طالما أنها تحدد المطلوب عمله، وتؤدي أيضاً إلى عمليات تعديل إستراتيجية المنظمة.

والهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله باقي أهدافها الأخرى؛ كما يقول الدكتور إبراهيم إمام، تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية والمستحدثات الجديدة، التي غيرت وجه التاريخ والعلاقات الدولية والاجتماعية. فإذا لم يتكيف الأفراد مع هذه النظم الاجتماعية الجديدة والمخترعات الحديثة فإنهم يعيشون كالأغريباء أو الضاربين في ببداء مجهولة، فالمدينة الحديثة التي خلقت التخصص وأوجدت المؤسسات والهيئات المعقدة والمسؤولة عن توثيق أوامر المجتمع حتى لا تتنافر قطاعاته المختلفة أو تتصارع من أجل الربح العاجل والاستقلال دون الاعتبار للصالح العام. وعلى أي حال فإن عملية تحديد الأهداف سواء على مستوى المنشأة ككل، وظيفة مجال تخطيط أعمال المنشأة أو الإدارات وتتبعها رسم السياسات الإدارية اللازمة لتنفيذ هذه الأهداف على اختلاف نوعياتها ومستوياتها الزمنية، كما ينبغي عليها تحديد الوظائف والأنشطة وحصر الموارد والإمكانات سواء البشرية أو الفنية أو المادية لتنفيذ الأهداف، وتزداد عملية تحديد الأهداف عموماً وتقيداً كلما كانت الوظيفة الإدارية مستحدثة نسبياً أو غير واضحة المعالم، وهو ما تعاني منه طبيعة العلاقات العامة. (محمد زين، 2016م، ص 128).

ويؤكد الدكتور هباس رجاء الحربي في كتابه العلاقات العامة والإدارة العليا، أن إدارة العلاقات العامة حينما تقوم برفع أهدافها الخاصة بها؛ فإنها بطبيعة الحال تقوم بالاستعانة بالأهداف الرئيسية للمؤسسة. بعد تحديد الأهداف وفق جدول زمني معين تقوم بعرضها على

الإدارة العليا لأخذ التوجيهات المناسبة حول تلك الأهداف. وبذلك تكون الإدارة العليا داعمة أساسية لأهداف العلاقات العامة وموجهة لها، لتتمكن من تنفيذها على الوجه المطلوب والشكل الأمثل لما فيه مصلحة الجهاز.

ويقول دورثي ستيورات في حديثه عن المهارات الإدارية: "إن قادة المنظمات المعاصرة عليهم مسؤولية نحو منظماتهم ومجتمعاتهم ، وهذه المسؤولية تفرض عليهم ألا يكونوا زعماء صامتين، بل يجب أن يصبحوا سفراء لمنظماتهم داخل المجتمعات التي تنتمي إليها من أجل تحقيق الفهم والثقة بين جماهيرهم".

إذا فأهداف العلاقات العامة لا تنشأ من فراغ أو اجتهادات مستقلة، وإنما للإدارة العليا دور ومسؤولية معتبرة في تحديدها، وربطها بإستراتيجية المنظمة، مما يجعلها في وضع أفضل، ويوافر للعلاقات العامة أرضية حقيقية تقوم على أساسها. (الحربي، 2012م ، ص 33).

ويورد الدكتور الدسوقي وجيه المرسي أهداف العلاقات العامة بالنقاط الآتية:-

1. ترقية أسباب التفاهم والانسجام الاجتماعي بين المصالح المختلفة، وذلك عن طريق التوفيق بين المصالح المتباينة للأفراد والجماعات، حيث أن برامج العلاقات العامة ترمي إلى خدمة المصالح الخاصة لجميع الطوائف التي تتعامل مع المنظمة، من موظفين وعملاء وحملة الأسهم، والذين يمدون المؤسسة بحاجاتها من المواد الخام، وجميع الهيئات التي تكون للمنظمة علاقة بها.
2. زيادة فرص نجاح المؤسسة، وهي بالتالي تؤدي إلى زيادة فرص تحسين ظروف العمل وإمكانية الاهتمام بالعاملين ككائن حي له حاجاته ومطالبه المتزايدة، من ترويح ورعاية صحية وثقافية واجتماعية داخل نطاق العمل وخارجه. فالعلاقات العامة تخدم أصحاب المنظمة ومؤسساتها وعملائها والمستفيدين من خدماتها، إلى جانب أنها تحقق هدفاً

إنسانياً مهماً؛ يتمثل في رفع معنويات العاملين وتحسين ظروف حياتهم ومستوى معيشتهم.

3. تعديل الاتجاهات السلبية في المجتمع وتحويلها إلى اتجاهات إيجابية بناءة، وتعمل العلاقات العامة في سبيل ذلك على تحرير أفكار الجماهير من الأفكار الخاطئة التي تكونت نحو المؤسسة، وتعديل هذه الأفكار باستخدام وسائل الإعلام والاتصال بصورة علمية سليمة، لدراسة وتحليل اتجاهات الرأي العام، والتعرف على أسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر.

4. تنمية الشعور بالمسؤولية والقومية لدى المواطنين وذلك ضماناً لتعاونهم الإيجابي في الأمور والمشكلات العامة.

5. توعية الجماهير بأهداف المؤسسة والعمل على إيضاح سياستها وخططها لهم، وتعليمهم بالخدمات التي تؤديها لهم وبكيفية استفادتهم منها.

6. المشاركة في السياسة العامة للمؤسسة حتى تتلائم مع اتجاهات الرأي العام ولا تتعارض معه. (رحال، 2015م، ص 40).

أهمية العلاقات العامة:

إن المجتمع الحديث الذي نعيش فيه الآن يتميز بالتخصص الدقيق في الإنتاج ومبدأ تقسيم العمل، الأمر الذي أدى إلى تقسيم العمل إلى قطاعات متباعدة، تحتاج إلى التفاهم والتعاون بين قطاعاته وعناصره المختلفة. وبخلاف المجتمع في العصور القديمة الذي يتسم بمنشآت صغيرة الحجم، وبالتالي سهولة إقامة علاقات طيبة بين تلك المنشآت وجماهيرها، ونجد اليوم أن هناك منشآت ضخمة ومشروعات متفرعة، وفي الوقت نفسه تطورت نظم الإدارة تطوراً

ملحوظاً مما تطلب إحداث تغييرات جوهرية في العملية الإدارية، وفي مسؤوليات المدير بغرض تحقيق الأهداف المتعددة. (مصطفى، 2013م، ص 24).

ومن ناحية أخرى تطور مفهوم العلاقات العاملة في العصر الحديث، ولم تعد تلك الوظيفة الهامشية، بل باتت واحدة من الوظائف الأساسية الفاعلة داخل المنظمة، والتي تسهم إسهاماً مباشراً وإيجابياً في تحقيق أهدافها، فالعلاقات العامة لم تعد تمثل عبئاً مالياً على المنظمة، بل أصبحت أحد العوامل المهمة في زيادة تسويق أو ترويج السلعة أو الخدمة التي تقدمها المنظمة للجمهور. (شعبان، 2008م، ص 21).

وشهدت العلاقات العامة اهتماماً كبيراً على مستوى الحكومات ومؤسسات القطاع الخاص نظراً إلى التطور المتسارع في شتى القطاعات، مما أدى إلى إيجاد إدارات متخصصة ومجهزة بالوسائل المادية والبشرية. (الجني، 2006، ص 23) وبناءً على ذلك تغيرت نظرة الإدارة إلى العلاقات العامة تدريجياً، من حيث المفهوم والأهداف، وبدأت المنشآت في إسناد مهمة إقامة وتوطيد علاقات متينة بينها وبين جمهورها إلى أناس متخصصين وذوي خبرة، ومن هنا نشأت فكرة جهاز يشرف على أعمال العلاقات العامة في المنشأة بصرف النظر عما إذا كان هذا الجهاز إدارة أو قسماً أو مكتباً، فهذا يختلف من منشأة إلى أخرى حسب حجم المنشأة وأهدافها، أو مدى فهم القائمين على أمرها لأهمية العلاقات العامة بالنسبة إليهم.

ومما يؤكد أهمية العلاقات العامة ما ذكره الرئيس الأمريكي الأسبق "هاري ثرمان Harry Terman" حيث قال: "إن قوة وسلطة رئيس الولايات المتحدة قوة كبيرة يعترف بها الجميع؛ ولكن على المدى الطويل أستطيع أن أقول إن هذه القوة وتلك السلطة يتوقف أثرها إلى حد بعيد على درجة النجاح في العلاقات العامة، فعلى رئيس الجمهورية أن يعرف كيف يتعامل مع الجمهور، وكيف يُقنع أفراداه ويجذبهم إلى رأيه". كما قامت جامعة الينوي الأمريكية بإجراء

تجربة على شركتين تتساويان في جميع الظروف، واحدة تضم وحدة علاقات عامة والأخرى لا تقيم للعلاقات العامة وزناً، وتمخضت الدراسة عن النتائج التالية:-

1. زيادة في مبيعات الشركة الأولى بنسبة 47,1% .
2. ارتفاع أرباح الشركة الأولى بنسبة 29,4% .
3. زادت ثقة الجمهور في الشركة الأولى بنسبة 23,5% .
4. تدنت نسبة الإضرابات واتجاهات التذمر بين العمال بنسبة 21,1% .

وتم تكرار التجربة بين العديد من المؤسسات في مناطق مختلفة، حيث وضح التأثير الإيجابي لصالح العلاقات العامة، وبرز جانب آخر وهو تجاوب الجمهور من خارج المؤسسة في عكس وجهات نظرهم، الأمر الذي عزز اتجاه أهمية العلاقات العامة. (مصطفى، 2013م، ص 29).

إن العلاقات العامة وما تحقّقه من أهداف تأخذ بالاعتبار أن المشكلات الأساسية التي تواجهها الحكومات والمؤسسات معقدة، وأن مقدرة الرأي العام العادي أبسط من تفهم هذه المشكلات بالكفاية المطلوبة، فهل يمكن إقامة خطوط اتصال أو جسر بينهما إذا كانت مشكلات الإدارة معقدة؟ ومن ذلك يتضح مدى أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسات عامة وبالنسبة للدولة بصفة خاصة، فبدون العلاقات العامة يظل نشاط الإدارة في وادٍ والرأي العام في وادٍ آخر، والدولة المعاصرة هي دولة خدمات وحتى تستطيع القيام بنشاطها فلا بد أن تسند وأن تعتمد على تعاون الشعب، فكيف سيتحقق ذلك إذا كان الشعب مفقداً أساساً إلى العلم بتلك الأنشطة؟.

وحتى تستطيع الإدارة العامة للدولة ولأي مؤسسة أن تعمل على هذا التعاون فينبغي لها أن تتعرف باستمرار على آراء الشعب بالنسبة لنشاطها، حتى يمكنها ذلك من التعديل والتطور في أساليبها لكي يستمر تأييد الرأي العام لها.

أما في العصر الحديث فقط تطور دور الدولة واتسع حتى شمل أوجه الحياة الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحة، فالدولة قدمت ولا تزال تقدم الكثير من الخدمات التي يصعب على القطاع الخاص توليها، كالأمن والدفاع المدني والقضاء والبرامج الاجتماعية.

ونتيجة لتطور الدولة بهذا الشكل فقد زادت المشكلات التي تقابلها أجهزتها التنفيذية وزاد عدد الوزارات وتضاعفت أعداد العاملين فيها، مما استدعى ضرورة الاهتمام بالعلاقات الجيدة مع الجمهور، وإنشاء وحدات متخصصة في العلاقات العامة لكي تنظم هذه العلاقات وتبني جسور الثقة بين الأجهزة الحكومية وجماهيرها.

وزاد من أهمية العلاقات العامة النمو الإنساني الذي جاوز كل التوقعات؛ فهو لا يزال يتقدم في النمو والانتساع على درجات تفاوتت من مكان إلى آخر، وكان من نتيجة ذلك النمو أن تشابكت مصالح الناس وتعقدت صلاتهم واختلفت ميولهم وتنوعت اهتماماتهم، حتى أصبح كل راغب في التأثير في الناس سواء لهدف تجاري أو لجانب ثقافي أو لواجب إنساني أو لغير ذلك أن يتوصل إلى مقصده بخطة محكمة ومدروسة من شأنها إيصال الرسالة المرجوة وتؤتيه الثمرة المنشودة.

وتبرز أهمية العلاقات العامة في ظل الأنظمة الوطنية كوسيلة لإحداث تغيير علمي مستمر في المجتمع من أجل سعادة ورفاهية الجماهير وانطلاقه في توقعاته وطموحاته نحو حياة أفضل، وهنا تصبح تلبية رغبات الجماهير وسيادة القيم والعدالة والمساواة يعطي مردوداً أساسياً، وهو شعور الفرد بالمسؤولية والتضحية في العمل انطلاقاً من الإيمان بوجود جهاز حكومي يرعى مصالحه بشكل موضوعي هادف؛ وهذا يؤدي إلى تقوية كيان الوطن كوحدة متلائمة. (محمد زين، 2016م، ص 124).

ولا تقل أهمية العلاقات العامة في المنظمات الخدمية عن نظائرها في المنظمات الصناعية أو التجارية – على الرغم من بداية نشأة العلاقات العامة في أحضان هذه النوعية

الأخيرة – فعلى سبيل المثال: فإن العلاقات العامة وظيفة مهمة وضرورية في الأجهزة الأمنية في أي مجتمع من المجتمعات، لأن هذه المنظمات وُجدت من أجل توفير خدمة مهمة وحيوية لأبناء المجتمع وهي: الأمن والسكينة، وهي – أي المنظمة الأمنية – لكي تنجح في تقديم هذه الخدمة تكون في حالة اتصال دائم بال جماهير، لمنع وقوع الجريمة بالعديد من الأنشطة الأمنية الدائمة ليلاً ونهاراً، وهي بطبيعة الحال تحتاج إلى ثقة الجماهير ودعمها حتى لا تهتز العلاقة بين الطرفين ويتعذر تقديم الخدمة الأساسية، وهي إقرار الأمن والسكينة في المجتمع. (شعبان، 2008م، ص 23).

وتزداد أهمية العلاقات العامة في المؤسسات العامة التي تعمل في ظل المجتمع الحقيقي فهي ضرورة لازمة لأي مؤسسة سواء كانت هذه المؤسسة حكومية أم تجارية أم اجتماعية، فلا يمكن لأي مؤسسة من المؤسسات أن تعمل دون ضمان التفاهم المتبادل بينها وبين الجمهور، أو بين العاملين في المؤسسة نفسها، فإن التفاهم المتبادل يعد عاملاً أساسياً من عوامل النجاح في كل هذه الحالات.

وبذلك فإن أهمية العلاقات العامة لم تعد في حاجة إلى تأكيد، كما أنها لم تعد موضوع جدل أو نقاش في عالم مترابط مع بعضه البعض بالعلاقات المتداخلة والاتصالات السريعة في الوقت نفسه إلا بعض الأزمات المتكررة والمواجهات والصراعات. (محمد زين، 2016م، ص 127).

خصائص العلاقات العامة:

للعلاقات العامة مجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من مجالات الإدارة، بل تعتبر العلاقات العامة فلسفة للإدارة لذا لا بد أن تقوم بأدوار اجتماعية إلى جانب تحقيق أهداف أخرى، ودائماً تضع العلاقات العامة من السياسات ما يعكس فلسفة خدمة الصالح العام.

فالعلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية والاستمرارية وقوة الفاعلية بين المؤسسة والجمهور، وبالرغم من أن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية؛ إلا أنها نشاط مؤقت بمعنى أن اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامجها هو أمر ضروري وحيوي لنجاح هذا البرنامج. وتمثل العلاقات العامة همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور، وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يهتم بما تفعله المنظمة، وأن العلاقات العامة نشاط قائم على التخطيط.

وترتكز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجمهورها، والعلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي؛ فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنتشر المعلومات والأفكار وتشرحها وتفسرها للجمهور، كما تتعرف على اتجاهات الجمهور عن طريق البحوث التي تجريها لجمع المعلومات؛ وذلك بغرض التوفيق بين المؤسسة ومصالح الجمهور التي تتعامل معها. (سعيد، 2013م، ص 24).

وحدد بعض العلماء المتخصصين خصائص العلاقات العامة في النقاط الآتية:-

1. إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة، وهذه الفلسفة تفترض أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف التي ينص عليها قانونها فحسب، وإنما هي ينبغي أيضاً أن تؤدي دوراً اجتماعياً، ولهذا فعليها أن تضع مصالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة.

2. إن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية الأهمية، بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المنظمات فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

3. العلاقات العامة وظيفة إدارية، وهي نشاط تمارسه كل إدارة ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله وتفعله.

4. تمتاز العلاقات العامة بأنها عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها، سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو الخارجية، وكلاهما يؤثر ويتأثر في الوقت نفسه.

5. تتصف العلاقات العامة بالشمولية، فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون آخر؛ بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وكافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها، كما تخدم أصحاب الحرف والمهن المختلفة.

6. العلاقات العامة نشاط علمي قائم على التخطيط، وهذا يعني أنها ليست نشاطاً عشوائياً، وليست وقتياً يبدأ حتى تقع المؤسسة في أزمة وينتهي بانتهاك الأمانة، وذلك لأن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر. (مراد عبده، 2010م، ص 22).

المبحث الثاني:

وظائف وجمهور العلاقات العامة

وظائف العلاقات العامة:

يرى العديد من المتخصصين في مجال العلاقات العامة، أن العلاقات العامة تواجه عديداً من الصعوبات، واجهتها فروع الإدارة الأخرى قبل أن تصل إلى مرحلة النضج؛ فليس هناك اتفاق قاطع بين ممارسيها حول وظائفها وأغراضها، وهو ما أدى إلى تداخل اختصاصات وأنشطة العلاقات العامة كوظيفة إدارية أساسية في المنظمة مع اختصاصات وأعمال غيرها من الوظائف الإدارية الأساسية الأخرى داخل المنظمة، كما أدى إلى قيام العلاقات العامة بمهام وأعمال وأنشطة لا تمت بصلتها لها وليس من اختصاصاتها وإنما هي من اختصاصات الإدارات الأخرى داخل المنظمة. (عجوة، 2008م، ص 37)

ويتطلب نجاح إدارة العلاقات العامة في أعمالها ووظائفها الإلمام بالواجبات الأساسية التي تلقى على كاهلها. وفي الواقع تختلف مسؤوليات هذه الإدارة من منظمة إلى أخرى، وذلك حسب طبيعة وحجم المنظمة، والظروف المحيطة بها. وعموما تهتم إدارة العلاقات العامة بالبيئة أو المناخ الاجتماعي، ومن ثم فإن العاملون في مجالها يجب أن يهتموا اهتماماً كبيراً بالنظريات والاكتشافات التي سيخرجها علماء الاجتماع وعلماء الإدارة.

وهناك توافق بين المتخصصين على أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة وهي:

1- البحث:

حيث تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم، حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة، فبالنسبة للجامعة مثلاً، يمكن معرفة اتجاهات الرأي بين الأساتذة والطلاب وأولياء الأمور. وفي الجيش يمكن معرفة الرأي بين الجنود والضباط وغيرهم من الفنيين. وفي الشركات والوزارات

تدرس اتجاهات الرأي العام بين الموظفين والعمال. وبالإضافة إلى ذلك تقاس اتجاهات الرأي بين الجماهير الخارجية كالمساهمين والمستهلكين والتجار.

وتدرس العلاقات العامة كذلك التطورات المستمرة التي تحدث في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتأثيرها على العاملين وهو ما يُعرف ببحوث الرضا الوظيفي، وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها. وتشمل الأبحاث أيضاً المبادئ الفنية للعلاقات العامة، وتحليل وسائل النشر كالجريدة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية التي تقدمها، وتحديد أي الوسائل الإعلامية أكثر فعالية، فضلاً عن البحوث التي تتناول التطور الذي يطرأ على العلاقات العامة، وتدرس كذلك آراء واتجاهات قادة الرأي في المناهج، كالمعلمين ورؤساء النقابات ورجال الأعمال وغيرهم.

2- التخطيط :

يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة للمؤسسة، ورسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخططها، في ضوء البحوث والدراسات التي يقوم بها الجهاز، وذلك بتحديد الأهداف والجماهير المستهدفة، وتصميم البرامج الإعلامية، من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على الخبراء وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً، مما يعاون في إدخال تعديلات على السياسة العامة للمؤسسة. بالإضافة إلى ذلك، تتولى العلاقات العامة شرح سياسات المنشأة للجمهور، أو أي تعديل أو تغيير بغية قبوله إياها، والتعاون معها. (الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2019م).

ويقسم التخطيط في العلاقات العامة إلى عدة أنواع، بناءً على عدة أسس هي:

أولاً: أنواع التخطيط للعلاقات العامة وفقاً للأساس الزمني:

وينقسم إلى:-

- أ. تخطيط قصير الأجل ويمتد من بضعة أشهر إلى أقل من سنة.
- ب. تخطيط متوسط الأجل ويمتد لأكثر من سنة إلى خمس سنوات.
- ج. تخطيط طويل الأجل وهو الذي يزيد مداه عن ذلك.

ثانياً: أنواع التخطيط وفقاً لنطاق الخطة:

وينقسم إلى:-

- أ. خطة رئيسية وتشمل مجالات العلاقات العامة ككل.
- ب. خطط فرعية وتختص كل منها بنطاق محدد - فرع أو قسم للإدارة - مثلاً خطة لإدارة البحوث بالعلاقات العامة وخطة لإدارة التدريب، وخطة للإنتاج الإعلامي.

ثالثاً: أنواع التخطيط وفقاً لطبيعة النشاط:

تنقسم الخطط وفقاً لهذا المعيار إلى خطط نوعية للتوظيف، وخطة للشراء، وخطة للصيانة، وخطة للجماهير الداخلية، وخطة للجماهير الخارجية.

رابعاً: أنواع التخطيط للعلاقات العامة وفقاً لطبيعة المشكلات المستهدفة:

وينقسم إلى:-

1- **التخطيط الوقائي:** وهو التخطيط المبني على دراسات مستفيضة وبحوث رشيدة تستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات ودية بين المنشأة وجماهيرها المختلفة، وذلك عن طريق العمل الدائم لإزالة كل ما يؤدي إلى سوء الفهم أو تعارض المصالح، وهذا النوع من التخطيط يستهدف تجنب الأخطاء قبل حدوثها، ودرء الأخطاء قبل وقوعها، ودراسة مواقف الجماهير إزاء المؤسسة باستمرار وأولاً بأول، بجانب رصد أسباب الأزمات واكتشاف أعراضها وتلافيها قبل حدوثها بزمن غير قصير؛ وبذلك يمكن تجنبها والوقاية منها، وهو طويل المدى يشبه الاستراتيجية.

ويرتكز التخطيط الوقائي على مبادئ أساسية ينبغي مراعاتها حسب نوع الجمهور، وهي بالنسبة للجمهور الداخلي:

- أ. تهيئة الظروف المناسبة للعمل من الناحيتين المادية والمعنوية.
 - ب. بحث الشكاوي الفردية من العاملين بعناية وإنصاف.
 - ج. معاملة العاملين معاملة طيبة.
 - د. رفع المستوى الفني والثقافي للعاملين بالمنظمة كافة.
 - هـ. إعطاء حرية للعاملين لإبداء ملاحظاتهم عن العمل وسياسة المنظمة، وتقديم مقترحاتهم في كل ما يتعلق بالعمل، وتطبيق ما يعرف بسياسة الباب المفتوح.
- وبالنسبة للجمهور الخارجي فإنّ مبادئ التخطيط الوقائي تتحدد على النحو التالي:

- أ. إصدار المواد الإعلامية لتعريف الجمهور بنشاط المنظمة.
- ب. تقديم خدمة اتصالية ممتازة.
- ت. المشاركة في المناسبات القومية.
- ث. تنظيم الزيارات العلمية والرحلات لفئات الجمهور الخارجي المختلفة.
- ج. إعداد برنامج للمحاضرات العامة كالأشترك في المعارض.
- ح. تقديم تبرعات للجمعيات الخيرية، وتقديم الأجهزة العلمية للجامعات والكليات.
- خ. إنشاء قسم خاص بالأبحاث المختلفة للاستفادة منها عند التطبيق. (سعيد، ب 2013م، ص 54).

2- التخطيط العلاجي أو الدفاعي: (محمد زين، 2011م، ص 67) وتهتم هذه الوظيفة بتصحيح الصورة السيئة للمؤسسة لدى جماهيرها، وهي الصورة التي قد تكونت بسبب سلوكيات غير سليمة أو معلومات خاطئة، وهنا تحرص الخطة على استعادة ثقة الجمهور بالمنظمة، كما

تشمل استجابات بناءة للقضايا المختلفة والمشكلات المهمة، فضلاً عن الرد على ما يوجه للمنظمة من انتقادات أو إشاعات مغرضة من شأنها الإساءة إلى صورة المؤسسة. (هتيمي، 2015، ص 20)، ويواجه التخطيط العلاجي أزمة قائمة أو مشكلة واقعة أو كارثة قد حلت بالمنظمة، ويتطلب نوعاً من السرعة والحزم، كما يتطلب نوعاً من الإعداد الأولي، ويختلف باختلاف طبيعة عمل المؤسسة، والخطر المحتمل حدوثه، والعمل على حسن علاج المواقف وعدم الارتباك، وهذا النوعي من التخطيط يعتمد على وضع تفصيلي لكيفية علاج الخسائر. (رحال، 2015م، ص 48)

3- **التخطيط للطوارئ والظروف المفاجئة:** ومهمته الإبقاء على الموقف حتى لا يتدهور ويتحول في نهاية الأمر إلى كارثة، ويهدف إلى عدم تقادم الأزمات والكوارث وإبقاء الأوضاع في صالح المنشأة، وهو نوع من أنواع التخطيط العلاجي الذي تضعه المنشآت في اعتبارها. ويقوم البرنامج التخطيطي في هذه الحالة على أساس دفع العدوان والقيام بحملات دعائية مضادة، وأحياناً الهجوم على الخصم، مع التبصر وتقدير الموقف على حقيقته والتأكد من أن هذا الإجراء لن ينعكس بالضد، وتستطيع المنظمة ذكر ما قامت به من خدمات عامة لرد الهجوم، وتعمل على إصلاح القصور ومعالجة الأخطاء وتحاشي العيوب القائمة في النظام أو الأداء.

3- الاتصال:

من أهم الوظائف التي تطلع بها العلاقات العامة، وظيفة الاتصال وتعني القيام بتنفيذ الخطط والاتصال بال جماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور، وتشمل عقد المؤتمرات، وإنتاج الأفلام السينمائية والصور والشرائح، والاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية وإقامة الحفلات، وتنظيم المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة، وتنظيم الندوات والمحاضرات، والأحاديث، والمناظرات.

ولجهاز العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهو يقدم الخدمات لسائر الإدارات ويتولى مساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجمهور، فهي مثلاً تساعد إدارة شؤون العاملين في اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم، وحل مشاكلهم، وإعداد ما يلزم للعناية بصحتهم ورياضتهم وثقافتهم.

وللعلاقات العامة العديد من الهياكل الإدارية شأنها شأن أي إدارة داخل المؤسسة، لكن هذا الجهاز أكثر خطورة من غيره من حيث الدور الذي يؤديه في التحكم في العمليات الاتصالية التي تتم بين المستويات الإدارية العليا والوسطى والدنيا، وكذلك تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة بالنسبة للجمهورين الداخلي والخارجي. (كنعان، 2014، ص 137).

وعلى سبيل المثال تسهل العلاقات العامة لقسم المبيعات مهمة إقامة علاقات طيبة بالموزعين والمستهلكين، من خلال تعرفها على اتجاهات الجمهور نحو السلع أو الخدمات التي تنتجها أو تقدمها المؤسسة أو الهيئة إلى عملائها، وهي تسهل مهمة الإدارة القضائية في عرض الحقائق المتصلة بالقضايا المختلفة على الرأي العام، وتشارك إدارة العلاقات العامة في إعداد التقارير السنوية عن المركز المالي للمؤسسة، وإخراجها في صورة جذابة، يفهمها المساهمون والمستهلكون وغيرهم، وكذلك تساعد إدارة المشتريات في إقامة علاقات طيبة بالمتعهدين، وغيرهم من مصادر الإنتاج.

وتعمل العلاقات العامة على تنمية العلاقات مع المؤسسات والجماعات الأخرى الموجودة في المجتمع، وذلك عن طريق النشاطات ذات الفائدة المشتركة، فإذا أريد أن يقام معرض ناجح للكتاب، فإن المعرض ينظم بحيث يتلاقى مع رغبات أمناء المكتبات وأصحابها. كما تقوم العلاقات العامة بتعريف الجمهور بالمنشأة وتشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها، بلغة سهلة بغية اهتمام الجمهور بها.

وتسعى العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة مع قادة الرأي في المجتمع بوضع الحقائق أمامهم، سواء في مكتبة المنظمة أو مكتب الإعلام، أو الدوريات السنوية. كما تعمل على إقامة علاقات طيبة مع معاهد التدريب، حتى يتسنى تدريب موظفيها وعمالها في هذه المعاهد، وكذلك مد هذه المعاهد بمساعدات التعليم، والسماح لطلاب المعاهد بزيادة المنظمة. وتساعد العلاقات العامة الجمهور على تكوين رأيه، وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنياً على أساس من الحقائق الصحيحة. كما تعمل على إحداث تغيير مقصود في اتجاهات الرأي العام وتحويله إلى صالح المؤسسة، وهي تمد المنشأة كذلك بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.

تؤدي العلاقات العامة وظائفها الاتصالية الموجهة للجمهور الداخلي للمؤسسة عبر مجموعة من الوسائل من أهمها الخطب العامة، النشرات الداخلية، عقد الاجتماعات، تنظيم المؤتمرات والمعارض والندوات والمحاضرات، الدعوات العامة، وإصدار الأدلة الإرشادية، بجانب تنفيذ الرحلات الترفيهية والمشاركة في الحياة العامة. أما عند الاتصال بالجمهور الخارجي تلجأ العلاقات العامة إلى وسائل الاتصال الجماهيرية كالصحف والإذاعة والتلفزيون والإنترنت والملتقيات الكبرى. (أوندي، 2016، ص 48).

4- التنسيق:

المقصود بها اشتراك العلاقات العامة مع الإدارات حتى لا يحدث تفكك، وبذلك يتحقق التفاهم بين الإدارات؛ بحيث لا يصدر من إدارة ما من هذه الإدارات ما يشير إلى وجود تناقض في السياسة العامة المنظمة للعمل، مما قد يؤثر على موقعها بين الجماهير المختلفة المرتبطة بها. (محمد زين، 2011، ص 49) وتكمن أهمية وظيفة التنسيق في مدى قدرة العلاقات العامة على التقريب بين مكونات شبكة العلاقات الخاصة بالمنشأة على المستويين الداخلي والخارجي،

وكذلك تفعيل العلاقة بين مكونات شبكة العلاقات لأجل خدمة أهداف المنشأة. (فقير، 2013، ص 28).

5- التقويم:

ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها. (الأكاديمية العربية البريطانية، 2019).

ويحصر الدكتور سمير محمد حسن وظائف العلاقات العامة في المحاور التالية:

1. تعريف الجمهور بالمنشأة في ما يتعلق بماضيها وحاضرها ومستقبلها، وشرح سياساتها له وأي تعديل أو تغيير فيها، بما يؤدي إلى زيادة الاهتمام بها وقبول التعاون معها.
 2. مد الجمهور بكافة المعلومات الصحيحة والبيانات الصادقة لمساعدته على تكوين رأيه على أساس من الحقائق.
 3. استطلاع الرأي العام لدى الجمهور الداخلي والخارجي لكشف كافة التطورات التي تحدث فيه، وبحث جميع القضايا التي تهم الإدارة العليا ودراستها وتحليلها واقتراح الحلول المناسبة لكل منها، حتى تستفيد من نتائج هذه الدراسات في رسم سياساتها واتخاذ قراراتها.
 4. حماية المنشأة ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة؛ مع تهيئة الجو الصالح بينها وبين الأفراد، وبين الأفراد بعضهم بعضاً سواء داخل المنشأة أو خارجها.
 5. تشجيع الاتصالات بين المستويات الإدارية المختلفة بالمنشأة، تحقيقاً للتنسيق بينهم وإيجاد التفاهم والانسجام المتبادل. (حسن وآخرون، 2013، ص 26).
- ويضيف بعض الباحثين تصنيفات أخرى لوظائف العلاقات العامة تدور في ثلاثة وظائف رئيسة هي:

1. وظائف تتصل بال جماهير النوعية وتشمل:

أ- تعريف الجماهير النوعية بالمؤسسة وإنتاجها وخدماتها بلغة سهلة وواضحة؛ لكسب تأييد الجماهير إلى جانب المؤسسة ونشاطها، والتي تتضمن شرح رسالة المنظمة وأهدافها للجماهير.

ب- تعريف الجماهير بسياسات المنظمة، وما يحدث فيها من تعديلات وتغيرات، والعمل على إقناعه بها حتى يقبلها ويتعاون معها.

ت- مساعدة الجماهير على تكوين أفكار سليمة عن المؤسسة عن طريق تزويدها بالمعلومات الصادقة الكاملة حتى يبنى رأيه على أساس هذه الحقائق.

ث- التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجماهير صحيحة وكاملة.

ج- العمل على تهيئة جو صالح في المنظمة بين جماهيرها الداخلية والخارجية؛ بحيث يتضمن ذلك تقريب وجهة النظر بين الإدارة والعاملين، وتكوين علاقات إيجابية بين العاملين بعضهم البعض.

2. وظائف تتصل بإدارة المؤسسة وتشمل:

أ. مد الإدارة العليا للمؤسسة برد فعل سياستها في فئات الجماهير المختلفة.

ب. بحث وتحليل وعرض الموضوعات المختلفة التي تهم الإدارة العليا؛ خاصة نتائج بحوث قياس الرأي العام أو ما تنشره الصحف أو ما يتردد من موضوعات حول نشاط الهيئة.

ت. مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الإدارية الأخرى، وكذا الاتصال بين المستويات الإدارية الأدنى والمستويات الإدارية العليا.

ث. تعمل العلاقات العامة على تنسيق العمل بين الإدارات المختلفة حتى يتحقق الإنسجام بين هذه الإدارات وبينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية.

ج. تقوم العلاقات العامة بتقديم المشورة العلمية لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع المسؤولين عن تخطيط السياسة العامة ورسم أهداف المؤسسة.

3. وظائف تتصل بالمؤسسة كوحدة وتشمل:

- أ. تزويد المؤسسة بكافة المعلومات والبيانات التي تعبر عن اتجاهات الرأي العام نحوها، وكذلك التطورات والتغيرات التي تحدث على الرأي العام.
- ب. حماية المؤسسة من كل هجوم تتعرض له بسبب نشر أخبار غير صحيحة عنها أو ترويج شائعات تؤثر في سمعتها.
- ت. التأكد من أن سياسة المؤسسة وأهدافها ونشاطها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهيرها المختلفة. (مراد عبده، 2010م، 40).

جمهور العلاقات العامة

الجمهور اصطلاح فني يستخدمه خبراء العلاقات العامة للدلالة على جمع من الناس تربطهم مصلحة أو اهتمامات مشتركة إزاء مسائل أو مواقف يثار حولها الجدل، وهم ليس بالضرورة تجمعهم حدود جغرافية أو طبيعية محددة، والجمهور يتصف بالوعي والإدراك لمصالحه المشتركة التي تجمع بينهم، وهو الذي يساعد على انبثاق رأي عام لها نحو القضية أو المسألة التي يشتركون فيها. وجمهور العلاقات العامة يشمل جميع المواطنين سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي أو النوعي، ويتكون الجمهور النوعي من فئات مختلفة في المجتمع مثل: الأطباء أو المهندسين وغيرهم، وهو ما يمكن تقسيمه إلى أقسام فرعية ونوعية داخل التقسيم الرئيس. ومن واجبات المسؤولين عن العلاقات العامة التعرف على جماهير المنظمة المختلفة وسماتها وخصائصها وأنواعها؛ ومن الضروري الاتصال المستمر بالجمهور لمعرفة الآراء والاتجاهات التي قد تتغير من وقت لآخر وفقاً للظروف والتغيرات المحيطة. (رحال، 2015م، ص 60).

اتفق معظم باحثي العلاقات العامة على أنها جزء من الإدارة، وأن ممارسة وإدارة هذه الوظيفة يستند إلى أسس اقتصادية وإدارية واتصالية، ويجب أن يكون هدف الإدارة تحسين أداء

العاملين والآلات، وتحسين الجودة وزيادة المخرجات وزيادة الفخرية بالمهنة لدى العاملين، ومساعدة العاملين أن يقدموا أداءً أفضل بجهد أقل.

ونظراً إلى أن العلاقات العامة مفهوماً جديداً لنسق إداري يسعى لتحقيق علاقات طيبة في التعامل مع الجمهور، عبر "بول جاريت Paul Garrett" مدير العلاقات العامة بشركة جنرال موتورز عن الأهمية القصوى لجمهور العلاقات العامة بقوله: "إن العلاقات العامة هي اتجاه جوهري للتفكير العقلي لفلسفة الإدارة، تضع عن قصد مصالح الجمهور في مقدمة اهتماماتها بقدر اهتمامها بإنجاز العمل". (بابكر، 2019م، ص 55).

ويؤكد الدكتور محمد منير حجاب في كتابه الاتصال الفعال للعلاقات العامة، أن الجمهور هو أهم متغير في عملية الاتصال، فإذا لم يكن لدى خبير العلاقات العامة فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور والعقلية العاطفية وخصائصها الأولية، فسوف يحد ذلك من مقدرته على التأثير والإقناع، مهما كانت مقدرته الاتصالية ومهما أحسن اختيار الوسيلة وإعداد الإعلامي.

والجمهور في المفهوم العام يدل على أية رابطة فضفاضة لأفراد تجمع بينهم علاقات مشتركة أو قاعدة ثقافية مشتركة ووسائل مختلفة من الاتصال، وهناك من يعرف الجمهور بأنه مجموعة من الناس يسهل السيطرة عليهم وتوجيههم، ومدهم بالمعلومات المهمة بالنسبة إليهم بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب فيه. ولكن في العلاقات العامة يقصد بالجمهور جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة؛ كما يرتبط أفرادها بروابط معينة، وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو التنظيم. وتؤثر عليه وتتأثر به، أي أن هناك تفاعلاً متبادلاً بين الطرفين، كما أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس، وأحياناً يكون هذا المحيط إقليمياً أو مدينة وأحياناً يكون العالم بأسره. (حجاب، 2007م، ص 76).

والجمهور في العلاقات العامة يختلف عن الحشد، فجمهور العاملين أو المستهلكين أو الموردين أو المساهمين أو الخريجين أو الطلاب يختلف عن جماعة المحتشدين لمشاهدة

مباراة كرة قدم أو لحضور اجتماع أو احتفال توزيع جوائز أو مسابقة ما، كما أن الجمهور هو المادة الخام الذي تتعامل معه العلاقات العامة، لذلك تحتاج العلاقات العامة إلى المزيد من المعلومات عنه، وعن أهدافه وتلمس اتجاهاته تجاه المؤسسة وسياساتها وبرامجها وتحديد خصائصه.. ولهذا فإن دراسة الجماهير والتعرف عليها وتحديدتها تحديداً دقيقاً عملية مستمرة ينبغي أن لا تتوقف.

وفي مجال دراسة الجمهور يجب أن نبدأ بجماهير المنشأة باعتبارهم قلب المنظمة أو المنشأة نفسها، حيث تتحدد هناك السمة الرئيسية لعلاقات المنشأة. فصانعو سياستها يجب أن يكونوا موضع الاهتمام الأول، ومع التحرك إلى الخارج من هذا المركز هناك المديرون الأقل في المستوى، ثم المشرفون على العاملين .. ألخ. ومن هذه الفئات يتحرك الاهتمام خلال جبهة عريضة من الفئات ذات المصلحة في اتجاه الجمهور العام النوعي، ويشمل النقابات واتحادات العمال وغيرها من التنظيمات النسائية والشبابية. (المرجع نفسه، ص 77).

أنواع الجمهور:

توجد معايير عديدة لتصنيف الجمهور في العلاقات العامة، وقسمت بعض الدراسات الجمهور، كما قسمت الجماهير وفقاً للسمات إلى عدة أنواع، أبرزها السمات الشخصية، والسمات السمات الاجتماعية والفردية التي تشمل أربعة تقسيمات أساسية هي:

أ. تقسيم وفقاً للاتجاه نحو الموضوع.

ب. تقسيم وفقاً للمعايير الثقافية.

ت. تقسيم وفقاً لدرجة الاستعداد للإقناع.

ث. تقسيم وفقاً لبعض السمات العامة.

ويقسم الجمهور وفقاً للحجم إلى الأنواع الآتية:

أ. الجمهور الداخلي.

ب. الجمهور الخارجي.

ت. الجماهير النوعية (الداخلية والخارجية).

ث. جمهور المنظمات الأخرى. (حجاب، 2007م، ص 79).

وتركز هذه الدراسة على دراسة الجمهور الداخلي الذي يمثل شتى قطاعات العاملين بإدارة وفروع جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وكلياتها ومعاهدها ومؤسساتها المختلفة (أساتذة، موظفين، وعمال)، وتخضع الدراسة أنشطة العلاقات العامة التي تستهدفهم للتقييم والتحليل، كما تراعي الدراسة المعايير الثقافية والتفاوت بين الجماهير الداخلية للجامعة، ونتناول بالتفصيل أقسام الجمهور وفقاً للحجم:-

أ. الجمهور الداخلي:

إن التعامل مع العاملين – أو ما نطلق عليه الجمهور الداخلي – لا يجب أن يترك للظروف والاجتهادات والنوايا الطيبة للأشخاص، وإنما لابد من وجود سياسة علمية ثابتة مستقرة تلتزم بها الإدارة العليا ويقوم جهاز العلاقات العامة بدوره في تنفيذها.

فعلى عاتق جهاز العلاقات العامة يقع عبء اكتشاف الرأي العام بين الجماهير النوعية العديدة وتحليله، ليس هذا فحسب بل والمساهمة في تشكيله، ومن الجماهير التي يجب أن تولى عناية خاصة الجمهور الداخلي الذي لا يمكن أن تخضع علاقة المنظمة به بالعشوائية والارتجال، وهذا يوضح أهمية الدور الذي يجب أن يقوم به جهاز العلاقات العامة في المنظمة لرعاية هذه العلاقة مع الجمهور الداخلي، التي تعد المدخل السليم للتعامل مع الجماهير الخارجية. (يوسف، 2008م، ص 89).

ويصف أليسون فيكر الجمهور الداخلي للمؤسسة بأنهم أهم المجموعات التي تتعامل معها المنظمة، والأدب التنظيمي غالباً ما يردد الحقيقة: "أفرادنا هم موردنا الأكثر أهمية"، لكن مسألة الاهتمام بهذا المورد تعتبر غير كاملة والمبادرات الجديدة مثل "Investment in

"people" أو "الاستثمار في الأشخاص" تعمل على مساعدة الشركات على التركيز على قوة العمل الخاص بها، ولا يعتبر المستخدمون فئة متجانسة من أصحاب المصالح بل إنهم يتشكلون من العمّال الذين يشتغلون في الإدارة؛ مجلس الإدارة، والذين يؤدون وظائف مختلفة داخل المنظمة. (فيكر، 2004، ص 222).

ويتكون الجمهور الداخلي من كافة العاملين في المؤسسة في المستويات الإدارية المختلفة والعاملون في الأقسام والفروع التي تضمها المؤسسة، وتسعى العلاقات العامة إلى التعامل مع الجماهير الداخلية لتحقيق الاستقرار لها وتنمية الإحساس بالولاء والانتماء نحو المؤسسة، وما يترتب على ذلك من تبني هذه الجماهير لسياسات المؤسسة وأهدافها والدفاع عنها والتحمس لها، وتتكون هذه المشاعر الإنسانية نتيجة للمعاملة الإنسانية وإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية والمادية والعمل على رفع معنوياتها وتحقيق تماسكها وكسب رضاها.

فالعاملون في أي مؤسسة هم العمود الفقري للجمهور الداخلي؛ وهم يشكلون قلب المؤسسة النابض، وعليهم يتوقف نجاح المؤسسة أو فشلها، لذلك فإن تنمية ورعاية العلاقات بينهم وبين رؤساءهم من جهة، وبين بعضهم البعض من جهة ثانية؛ يعد من أهم المقومات لنجاح أي مؤسسة، ويتوقف هذا النجاح على قوة نظام الاتصالات ومدى توافر نقاط القوة له. وهنا يبرز دور العلاقات العامة في دراسة نظام الاتصالات وإرسائه في دعائم ثابتة وقوية.

وفي وسع العلاقات العامة أن تسهم في تعميق الاتصال بهؤلاء العاملين وتأمين رضاهم وتعاونهم للبناء من أجل مصالح الطرفين، من منطلق المشاركة بين الإدارة والأفراد والشعور بأهمية العامل، وأن مصالح المنشأة ليست متعارضة مع مصالح العاملين، وأن العاملين هم أهم أصول المنشأة.

وفي مقدور مسؤول العلاقات العامة أن يسهم بدور مؤثر في تخطيط برنامج العلاقات العامة مع العاملين والإشراف على تنفيذه، ويكون دوره في هذه الحالة أشبه بدور العامل

المساعد الذي ييسر التفاعلات الكيميائية؛ وبدونه ما كان ليتم هذا التفاعل، وتكون العلاقات العامة وسيط نشط بين الإدارة والعاملين لكي يراعي مصالح الطرفين بأمانة وإنصاف. (حجاب، 2008م، ص 104).

ومن العوامل المهمة أيضاً لنجاح الاتصال بالجمهور الداخلي والذي يعد أحد مسؤوليات العلاقات العامة، الاهتمام بطبيعة علاقات العمل السائدة داخل المنشأة، فالمنشأة ليست وحدة منتجة لسلعة أو خدمة فقط، وإنما هي وحدة اجتماعية لها مسؤوليات اجتماعية، ولذلك فإن أي أسلوب أو مدخل للجمهور الداخلي يسعى لأن يأخذ في الاعتبار إشباع الحاجات الاجتماعية إلى جانب الحاجات الاقتصادية، فالأجر على أهميته ليس هو كل ما يبحث عنه العامل، فهناك احتياجات اجتماعية أخرى مثل: الحاجة إلى الانتماء، والحاجة إلى الإنجاز، وإلى تحقيق الذات، والقبول من الآخرين، والأمانة، والخلق والإبداع.

وتأسيس علاقات طيبة مع الجمهور الداخلي على أساس أعباء الوظيفة والعدالة وتكافؤ الفرص وإشباع الحاجات الاجتماعية للفرد؛ يتوقف على الجهود الاتصالية للعلاقات العامة؛ وقدرتها على توفير البيانات التي يريد العاملون الحصول عليها وإمدادهم بها، وذلك مثل: البيانات الخاصة بسياسة التوظيف وإيرادات الشركة وأرباحها وتاريخها وشخصيات المديرين والرؤساء ومنتجات الشركة والأبحاث؛ التي تقوم بها وخطتها للتوسع والتنظيم الإداري وعلاقة الأقسام ببعضها، ومعلومات عن مستقبل المنشأة وفرص النمو والتقدم.. الخ. من الأمور التي ترفع الروح المعنوية للعاملين بالمؤسسة وتزيد من تماسكهم وتحمسهم للعمل وتفانيهم من أجل الارتقاء بمؤسستهم؛ وخاصة إذا ما غرس فيهم أن نهضة مؤسستهم ورفقيها يؤدي إلى ارتفاع مستوى معيشتهم واستقرارهم.

وعلى أي حال فإن الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الإدارة من خلال برامج العلاقات العامة للجمهور الداخلي عديدة ومنها:

أ. خلق الرضا والارتياح بين العاملين والمنشأة وبين العاملين بعضهم البعض، ودعم هذا الرضا والتأييد بصورة مستمرة.

ب. الارتقاء بمعنويات العاملين بما يساعد على زيادة إنتاجهم وتنمية إحساسهم بالانتماء وتقليل معدل دوران العمل.

ت. توعية الأفراد والجماعات بالالتقيف والإرشاد والمصارحة بالحقيقة.

ث. المعاونة في اجتذاب الكفاءات الصالحة للعمل في المنشأة بإعطاء صورة طيبة عنها والحفاظ على هذه الصورة حتى يدرك الجمهور أنها أفضل مكان للعمل.

ج. دعم سبل الاتصال المزدوجة بين الإدارة العليا والمستويات الدنيا. (حجاب، 2008م، ص107).

وكلما كبر حجم الجمهور وتعددت أنواعه احتاجت الإدارة إلى جهاز علاقات عامة يستوعب هذا الجمهور الكبير وأنواعه المتعددة، فجمهور المنظمة ينقسم إلى داخلي وخارجي، وتوجد تقسيمات أخرى تمت الإشارة إليها سابقاً. (سعيد، والأمين، 2017م، ص 28).

العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

من الثوابت المتفق عليها في مجال العلاقات العامة، أن العلاقات الجيدة تبدأ من داخل المؤسسة بمعنى أنه يجب أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها، فمن غير الممكن أن تبدأ المؤسسة أو المنشأة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع الجمهور الداخلي على غير ما يرام، فيجب أولاً خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة مع اختلاف مستوياتهم الإدارية، ثم بعد ذلك نبدأ تنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي. (محمد زين، 2011م، 131) فالتفاهم مع الجمهور الداخلي بمختلف مستوياته أمر مهم للغاية، لأن تحسين العلاقة مع الجمهور الداخلي هو بداية العلاقة الناجحة مع الجمهور الخارجي، حيث أن الصورة الذهنية

التي تنطبع في أذهان الجمهور الخارجي تعد انعكاس للصورة الذهنية للجمهور الداخلي.
(شيبه، 2016م، ص 61).

ب. الجمهور الخارجي:

من أبرز الواجبات والمهام الأساسية التي تقع على عاتق إدارة العلاقات العامة تجاه الجمهور الخارجي للمؤسسة هي دراسة احتياجات جماهير المتعاملين مع المنظمة، والاهتمام بنقل الرسائل الاتصالية بوضوح وفعالية، بجانب تقديم المعلومات الصادقة واحترام عقلية جماهير المؤسسة، مع الاهتمام برفع مستوى جودة الخدمة أو المنتج الذي تقدمه المؤسسة للجمهور الخارجي كماً وكيفاً.

أما على مستوى البيئة أو المجتمع الأكبر؛ فإن من واجبات العلاقات العامة تجاه الجمهور تتمثل في تحديد التزامات المؤسسة وواجباتها نحو المجتمع، والعمل على تقديم النفع والفائدة للمجتمع، والتقليل من حجم المضار الناجمة عن نشاط المؤسسة. بجانب تقديم المعلومات الصادقة من خلال عملية تبادل المدخلات والمخرجات، وبذلك يمكن أن يتحقق التنظيم في نشاط إدارة العلاقات العامة، إذا ما التزمت بمسئوليتها نحو تلك المستويات، وذلك عن طريق إدارة الاتصالات بفعالية والتقليل من مظاهر سوء الفهم وتدعيم العلاقات الطيبة، وتقديم المشورة الصادقة. (شيبه، 2016م، ص 196).

ويشتمل الجمهور الخارجي على جميع الأفراد الذين يتعاملون مع المؤسسة من الخارج، ويرتبطون بها ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر، وينقسم الجمهور الخارجي إلى جمهور نوعي باختلاف علاقاته بالمؤسسة، ولقد كانت العلاقات العامة في ما مضى تعطي أكبر اهتمامها للجمهور الخارجي على حساب الجمهور الداخلي ورفع الروح المعنوية للعاملين، وتحسين ظروف العمل والاهتمام بدراسة وقياس آرائهم، مما ينعكس بتحقيق الرضا الذي ينتقل عن طريق الصورة الذهنية إلى الجمهور الخارجي.

ت. الجماهير النوعية (الداخلية والخارجية):

الجماهير النوعية هي عبارة عن جماعات من الأفراد لها مصلحة أو مصالح واحدة، وتميزها المهن المهارات التي تملكها؛ وأوجه النظر التي تجمع أفرادها في بعض الأمور أو القضايا الخاصة أو ألوان النشاط التي تمارسها، وتؤثر تلك الجماهير النوعية في الرأي العام فيما يختص بالموضوعات والأمور محور اهتمامها، ويرى "كارل كلارك" عالم الاجتماع الأمريكي؛ أن أهم السمات الأساسية للجماهير النوعية تتمثل في:

1. وجود مصالح مشتركة تربط بقوة بين أفرادها.
2. وجود مصالح متشعبة قد تؤدي إلى انقسام أفراد الجمهور النوعي.
3. المناقشات المتبادلة لوجهات النظر.
4. اتخاذ الاتصالات وسيلة لتحرك اجتماعي من أجل الوصول إلى قرار جماعي وتحويله إلى سلوك جماعي.

ث. جمهور المنظمات الأخرى:

ويتمثلون في الأفراد الذين يوجدون في مؤسسات أخرى ويرتبطون بعلاقات خاصة مع المؤسسة، وقد لا يكونون أعضاء في مؤسسة معينة بالذات، وإنما يقدمون خدماتهم لكل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات، ويكونون بمثابة ناقلين للصورة الذهنية الجيدة عن المؤسسة. (شبيه، 2016م، ص 252).

المبحث الثالث:

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

تعد العلاقات العامة إدارة رئيسة ومستقلة، وهي من الإدارات المهمة التي تعتمد عليها الأجهزة الحكومية بصورة مستمرة، وتؤكد دراسة قامت بها جامعة سانديكو (SANDIEGO STATE UNIVERSITY) أن معظم مديرو المنظمات التي لديها أنشطة علاقات عامة ناجحة؛ يكون لديهم فهماً إيجابياً نحو وظيفة العلاقات العامة وممارسيها، وكونها أساسية من وظائف الإدارة، وتحتاج بصورة ماسة إلى مساندة الإدارة العليا حتى تؤدي المهام الملقاة على عاتقها. (الحربي، 2012م، ص 72).

ولا توجد خلافات جوهرية لعمل العلاقات العامة في المنظمات الحكومية (القطاع العام) والمنظمات الخاصة؛ وذلك بالنظر إلى تعريفات العلاقات العامة، غير أن المؤسسات الحكومية في الغالب غير ربحية ومحتكرة وتتمتع بنظام حماية أوسع من المنظمات الخاصة التي تعمل في ظروف المنافسة الكاملة.

وتسعى إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية إلى الحصول على تأييد الرأي العام بخصوص ما يطرأ من قوانين أو تعديلات، وتعريف المواطنين بالخدمات التي تقدمها الدولة، بجانب العمل على بناء اسم المنظمة وكسب تأييد ورضا الجماهير. (سعيد، 2013م، ص 72).

وما تمتاز به العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية هو ضخامة المشروعات وعدد عمالها ومستخدميها، وكثرة المتعاملين معها، لذلك نجد المؤسسة تعنى بعدد من العمال والمستخدمين وتسهر على راحتهم وتعمل على تثقيفهم ورفع مستواهم واحترام شخصياتهم. وفتح طريق التدريب والتأهيل أمامهم، فإن العلاقات الداخلية تصبح مزعجة كثيرة الاضطرابات، ويقل الإنتاج وقد تواجه المؤسسة أخطار كبيرة، لذلك نجد أن مشكلة التفاهم والاتصال تكون عسيرة

وأشد تعقيداً، فلا يمكن لمدير المؤسسة أن يتصل بمئات المستخدمين والعمال، ويتفاهم معهم على اختلاف ثقافتهم ومشاريهم من أجل حل مشكلة معينة، بل يدخل هذا في صميم عمل العلاقات العامة بالمؤسسة، وذلك بالاستعانة بوسائل الاتصال والنشر المختلفة كالخطابات، والنشرات والملصقات، الأفلام والندوات والمؤتمرات وغيرها.

فالعلاقات العامة الغرض منها التنظيم وتجنب الإسراف ومحاولة الوصول إلى الهدف بأقصر طريق ممكن، وبأقل النفقات دون إخلال المبادئ الأساسية والقيم الأخلاقية، كما يهدف التنظيم إلى روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في ميدان العلاقات العامة في المؤسسات، ويؤكد إبراهيم إمام أن العلاقات العامة اكتسبت أهمية كبيرة في المؤسسات الحكومية خاصة بعد التطور في عملية الاتصال وانتشار الأساليب الحديثة في إدارة المؤسسات؛ التي تزداد معها أهمية العلاقات العامة، ولا سيما تحول العقلية الإدارية التقليدية إلى عقلية إدارية معاصرة كل هذا عزز من الحاجة إلى بنية اتصالية للعلاقات العامة متخصصة ومعدة إعداداً جيداً لإنجاح ومساعدة الإدارة في التعامل مع جمهورها الداخلي والخارجي بطرق أكثر فعالية. (إمام، 1968م، ص 60)

أما في العصر الحديث أصبحت ممارسة الدولة لدورها مسألة معقدة للغاية، خاصة بعد اتساع رقعة الدول وتعدد سبل الحياة، وظهور العديد من المجالات التي شملت النواحي الاجتماعية، والثقافية، والسياسية، والصحية، والتعليمية، والأمنية وغيرها من المجالات، مما جعل دور الدولة التنفيذي يزداد تعقيداً في ظل زيادة الطلب على الخدمات المتخصصة ذات الجودة العالية، مما تطلب إيجاد وسائل وأساليب تعمل على تهيئة الأجواء، وتبني جسور الثقة بين الحكومة والجمهور، وهذا الأمر جعل الحكومة تعمل جاهدة لخلق قنوات اتصالية تربط بينها وبين الجمهور، فظهرت الوحدات المتخصصة في مجال العلاقات العامة، والتي كان لها

القدح المعلى في بناء الثقة بين الدولة ومواطنيها، وبتعدد قنوات الاتصال قلت الأزمات والمشكلات، واتسعت رقعة الاتصال والحوار. (المشرف، 2015م، ص 123).

وازداد الاهتمام بالعلاقات العامة، وباننتشارها سواء في القطاع الخاص أو القطاع الحكومي؛ فالعلاقات العامة أصبحت جزءاً أساسياً من بنية المنظمة، ومن العمليات الإدارية وصناعة القرار داخلها، وهي تسهم بدرجة كبيرة في نجاح المنظمة وتطورها، ولأن المنظمة الحكومية من أهدافها الأساسية تقديم الخدمات لتحقيق المصالح العامة، عليها الاهتمام بالعلاقات الجيدة بالجمهور، وإنشاء إدارة متخصصة في العلاقات العامة، يكون هدفها الأساسي بناء جسور التواصل بينها وبين جمهورها. (سليمان، 2009م، ص 9).

وتظهر أهمية العلاقات العامة مع الجمهور في المؤسسات المعاصرة؛ من خلال ما تؤديه العلاقات العامة الناجحة من مهام في تكوين السمعة الطيبة للمنشأة والصورة الذهنية الممتازة عبرها لدى المجتمع الذي تعمل فيه، ولدى مختلف فئات المتعاملين معها على أساس الحقائق والمعلومات الصحيحة، فالواضح أن بقاء أي مؤسسة أو منشأة يعتمد على مدى قدرتها على الظهور بصورة طيبة ترضي تطلعات جماهيرها، وتلبي طموحاتهم إضافة إلى تكوين صورة ذهنية جيدة تعتمد عليها المنشأة في استمرارها وبقائها، حيث تعكس هذه الصورة الذهنية العامة سلوك المنشأة بصفة عامة، وتساعد بصفة أساسية على تسهيل قيامها بعملها في المجتمع الذي يعيش فيه. (عبد الفضيل، 2015م، ص 76).

كان دور العلاقات العامة في المنظمات الحكومية أول ظهور لها مقصوراً على تزويد وسائل الإعلام بالأخبار والإعداد للمناسبات المختلفة. ولم يكن هناك أسلوب منظم وآلية لتصوير رغبة الحكومة في تعبئة الدعم الجماهيري لجميع برامجها ونشاطاتها التي تؤثر في حياة الجماهير على جميع المستويات. ولم تكن هناك إدارة مستقلة للعلاقات العامة في المكاتب

الحكومية، والنشاطات المرتبطة بالعلاقات العامة كان يعهد بها إلى قسم يخضع للسيطرة المباشرة للمدير العام. (سليمان، 2009م، ص 10).

أهمية العلاقات العامة في المنظمات الحكومية:

بالرغم من نمو أقسام العلاقات العامة في المنظمات الحكومية في الدول المتقدمة خلال الثلاثين عاماً الأخيرة، إلا أن وضع العلاقات العامة في الدول النامية ومنها السودان، لا يجد الاهتمام اللازم، ونلاحظ عدم وجود أقسام العلاقات العامة في معظم المنظمات الحكومية، وإن وجدت فيحتلها غير أهل التخصص والدراسة، والنظرة السائدة للعلاقات العامة أنها فقط تسوق المنتجات ولا يزيد دورها عن عقد المؤتمرات والنشرات عبر وسائل الإعلام وبخاصة الصحف، وأن المديرين لا يفهمون دور العلاقات العامة الفهم الصحيح.

وفي ظل الخصخصة ومنافسة القطاع العام لا بد أن تهتم الدولة بأقسام العلاقات العامة؛ والعمل على إنشاء مكاتب لخدمة المواطنين والرد على استفساراتهم بدلاً من مكاتب الاستقبال التي لها صفة أمنية أكثر من خدمية، وهدفها المنع بدلاً من تسهيل مهمة المواطن الزائر؛ ويرجع ذلك إلى نوع العاملين بهذه المكاتب ودرجات تعليمهم. (سعيد، 2013م، ص 73).

وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة في الهيئات والمنظمات والتي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة، وأصبحت العلاقات العامة اليوم تمد يد المساعدة للعديد من المؤسسات في المجتمع المعاصر؛ كالإدارات الحكومية، والاتحادات التجارية، وجماعات أصحاب الأعمال، والجامعات والمدارس، والمؤسسات التطوعية، والمستشفيات والهيئات الدينية وغيرها.

وتمثل العلاقات العامة اليوم أهمية بالغة للمؤسسات المعاصرة، حيث تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها، وبهذا التوافق والتكيف يتوافر

للمؤسسات المعاصرة مناخ نفسي أكثر ملائمة لتطورها تطوراً سليماً ومستقراً، بينما يتوافر للجماهير المتعاملة معها حياة اجتماعية مشتركة أفضل.

وفي ظل الحياة المعقدة التي يعيشها الناس في المجتمع الحديث وخاصة المجتمعات المتقدمة، تستطيع العلاقات العامة مساعدة الأفراد والجماعات والمنظمات على التكيف مع ظروف الحياة الحديثة بدرجة أكبر، كما أنها تستطيع أن تقدر العوامل الكامنة للرأي العام بين الأفراد والجماعات، وتستطيع أن تجعل صدور القرارات العامة من أي تنظيم مدني أو حكومي مبنياً على أساس الرضا والفهم والمعرفة، فهي تقدم لذوي الشأن اتجاهات الجماهير ومواقفها إزاء أي تشريع أو قرار؛ مما يساعد على تعديلها أو تغييرها بما يتفق والمصلحة العامة. وهو ما يحتم وجود جهاز مسؤول عن رعاية علاقات هذا البناء الضخم – الذي هو المؤسسة – بجماهيره العديدة، ولا يكون الجهاز غير جهاز العلاقات العامة، ولعل هذا ما يفسر لنا انتشار إدارات وأجهزة العلاقات العامة. فاليوم لا توجد صناعة أو خدمة أو إدارة حكومية أو سفارة ليس لديها إدارة علاقات عامة، وأصبحت المنظمات المختلفة تمتلك شبكة اتصالات واسعة بجماهيرها العديدة تساعدها على بلوغ أهدافها. (يوسف، 2008م، 71).

إن نمو عمل العلاقات العامة في الحكومة تفجر في السنوات الأخيرة، وبرزت آلاف المهن المرتبطة بالعلاقات العامة لدى الحكومة الفدرالية بالولايات المتحدة الأمريكية، وآلاف من المهن في الحكومة على المستوى الرسمي والمحلي، لذلك فإن ميدان العلاقات العامة الحكومية هو ميدان خصب لخريجي العلاقات العامة. وفي العام 1970م برزت حوالي 20 وكالة منتظمة جديدة بدءاً من وكالة حماية البيئة إلى لجنة أمن المنتجات الاستهلاكية إلى وزارة الطاقة ووزارة التربية، علاوة على ذلك فإن هنالك قرابة 116 وكالة مبرمج حكومي تقوم بتنظيم الأعمال، وعليه فإن فرص العلاقات العامة في هذا الميدان من العمل الحكومي سوف تستمر

في التوسع لأن مؤسسات الحكومة مليئة بالشؤون العامة والإعلام وسكرتيري الصحافة واختصاصي الاتصالات. (سيتل، 2007، ص 196).

أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

تركز الأهداف التقليدية للإدارة على تحقيق الكفاءة الإدارية للوصول إلى الأهداف المرسومة بأقل تكاليف، وبأقل وقت، وأفضل جودة، إلا أن البحوث والدراسات الحديثة أخذت تولي تحقيق أكبر قدر ممكن من التجانس والترابط والتوحيد بين أهداف المنظمة وأهداف العاملين في إطارها اهتماماً، فضلاً عن أهداف المجتمع والبيئة اللذين يحيطان بها.

وتحظى المنظمات بالنجاح عندما تحقق أهدافها المنبثقة من أهداف الجمهور، والمنظمة التي تبرع في الاتصال ب جماهيرها، هي التي تعرف ما المتوقع من هذه الشرائح الجماهيرية، ويعرف هؤلاء ما يتوقعونه من تلك المنظمات. وعلى الرغم من أن المنظمة تقوم بإدخال أهداف الجماهير الاستراتيجية ضمن مهماتها، فإنها يجب أن تنجح إلى تغيير أهدافها بين فترة وأخرى بشكل يجعلها أكثر فاعلية وتطابقاً بالنسبة إلى احتياجات الجمهور. (سليمان، 2009م، ص 10).

مما سبق يمكن القول إن العلاقات العامة تهدف إلى تحقيق مجموعة من الأدوار في الأجهزة الحكومية تتمثل في الآتي:-

على الصعيد الداخلي:

تهدف أجهزة العلاقات العامة إلى تطوير العملية الإدارية للجهاز الحكومي من خلال تغذيته بالمعلومات الدقيقة حول اتجاهات الرأي العام، كما تساهم في اكتشاف مدى التأثير الذي تحدثه القوى الاجتماعية داخل المجتمع، ويمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بما يلي:

1. الحصول على تأييد الرأي العام ومد جسور الثقة والتواصل بينه وبين الحكومة؛ وذلك من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة، والاعتماد على الصدق والأمانة في إيصال المعلومات إليه.
2. شرح أهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد في الدولة.
3. شرح القوانين الجديدة وأي تغييرات أو تعديلات قانونية، بالإضافة إلى توضيح مبررات اتخاذ تلك القوانين أو التعديلات التي تجرى عليها.
4. تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المواطنين من خلال وسائل الاتصال المعروفة كالصحف والمجالات والتلفزيون.
5. إرشاد المواطنين بما فيه مصالحهم والمصلحة العامة.
6. تحسين العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي.
7. ضرورة تبليغ المواطنين بالخدمات والوظائف التي تزاولها الحكومة، حتى يمكن أن يسهم فيها ويفيد منها بالكامل.
8. تدعيم العلاقة مع وسائل الاتصال المعروفة من الصحف والمجلات والتلفزيون وغيرها.
9. الدفاع عن موقف الدائرة الحكومية إذا تعرضت لأي انتقاد من قبل الآخرين.
(المشرف، 2015م، ص 124).

على الصعيد الخارجي:

1. رسم صورة إيجابية حقيقية للدولة على الصعيد الدولي للإفادة منها سياسياً، واقتصادياً، وثقافياً.
2. ترويج المفاهيم التي تقوم عليها الدولة وسياساتها على الصعيد الدولي.
3. كسب التأييد لسياسات الدولة ومواقفها تجاه القضايا الإقليمية والدولية.

4. تسهيل مهمة وسائل الاتصال الخارجية، وتوفير الظروف المناسبة لها، بهدف نقل صورة حقيقية للوطن خارج حدوده.
5. رصد ما يُنتشر أو يُبث من خلال وسائل الاتصال الخارجية عن الوطن، ومتابعته وتقويمه والرد عليه إذا لزم الأمر.
6. متابعة ما يجري في مراكز اتخاذ القرار الدولي، وتقويم آثاره السياسية والاقتصادية على الوطن.

وحدد بعض المتخصصين الأهداف العامة للعلاقات العامة في المنظمات الحكومية في السعي الفعال نحو تحقيق أداء على مستوى عالٍ من الجودة، وبخاصة في إعداد البرامج والنشاطات، والتوعية بأهداف المنظمات وسياساتها؛ والعمل على إيضاح برامجها وخططها للجمهور داخل المنظمة وخارجها، وإرشادهم إلى الخدمات التي تؤديها وكيفية الحصول عليها، وتأسيس هوية، وصورة قيادية للمنظمة في المجتمع، ومتميزة من غيرها ممن ينافسها، حتى تكون لها هويتها البارزة والمنافسة، وتنمية شعور العاملين بالإنتماء إلى المنظمة، بالإضافة إلى توفير جو يسوده الاستقرار في العمر، والإسهام قدر الإمكان في حل مشكلات العاملين، والدفاع عن موقف المنظمة إذا تعرضت لأي انتقاد من الآخرين، وتدعيم العلاقة بالجمهور بوسائل الاتصال المختلفة. (سليمان، 2009م، ص 11).

وتتحقق الأهداف من خلال:

- أ. تقديم المعلومات الدقيقة بصورة مستمرة ومنتظمة عن الحكومة وسياساتها وإنجازاتها للمواطنين، وإعلامهم بالقوانين والأنظمة والإجراءات التي تمس حياتهم.
- ب. تقديم المشورة للمسؤولين الحكوميين فيما يتصل برود الفعل الحالية والمستقبلية المتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة. (المشرف، 2015م، ص 125).

وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

العلاقات العامة في المنظمات الحكومية وظائف متعددة هي:

- 1. وظيفة البحوث والدراسات:** ويقصد بها جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، سواء كانت هذه البحوث تُجرى على الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي، وسواء كانت عن سلعة أو خدمة أو فكرة. وتستفيد الإدارة العليا من تلك البحوث والدراسات في رسم السياسات والخطط العريضة، والبرامج الرامية إلى تحقيق أهداف المنظمة بفاعلية.
- 2. الوظيفة الإعلامية المعلوماتية:** وتهدف هذه الوظيفة إلى إعلام الجمهور بالقوانين، والنظم الحكومية، إلى جانب إعلام صانعي السياسات والقرارات بردود الأفعال السريعة للرأي العام.
- 3. الوظيفة الإقناعية:** وتهدف هذه الوظيفة إلى إقناع الرأي العام بضرورة اتخاذ إجراءات معينة، واعتماد سياسات محددة؛ فحين تقوم الحكومة بتبني سياسات وقرارات مصيرية، يجدر بها إقناع الجمهور بهذه السياسات أو القرارات، وتوضيح موقفها؛ فالتمهيد في اتخاذ مثل هذه القرارات يساعد على تجنب عنصر الصدمة لدى الجمهور.
- 4. الوظيفة الدفاعية والوظيفة التصحيحية:** ويقصد بها حماية المنظمة من أي هجوم إعلامي قد يقع عليها من الآخرين، أو نشر أخبار غير صحيحة حولها، وتستخدم في ذلك قنوات الاتصال الفعالة والمناسبة.
- 5. الوظيفة الاستشارية:** تلبيةً لأهداف المنظمة والتكيف وظروف التغيير في المجتمع، تعمل العلاقات العامة في المنظمات الحكومية على تقديم المشورة إلى الإدارة العليا بين فترة وأخرى، ما دامت نشاطاً منظماً ومخططاً له، وموجهاً نحو تحقيق أهداف محددة. (سليمان، 2009م، ص 13).

نماذج لأقسام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

في هذا الجزء نتناول نماذج لبعض أقسام العلاقات العامة.

نموذج (1): إدارة والعلاقات العامة للإعلام لمنظمة سياحية.

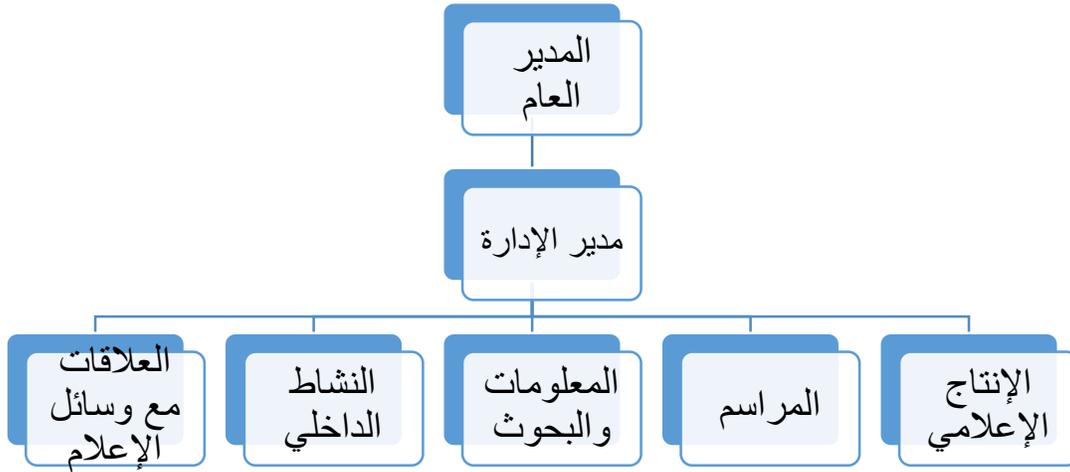
النموذج (2): يوضح تقسيم قسم العلاقات العامة على أساس وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.

النموذج (3): تقسيم العلاقات العامة على أساس فئات الجماهير التي تتعامل معها المنظمة.

النموذج (4): يوضح كيف يمكننا أن نجمع بين تقسيم قسم العلاقات العامة على أساس وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وتقسيم العلاقات العامة على أساس فئات الجماهير التي تتعامل معها المنظمة في قسم واحد.

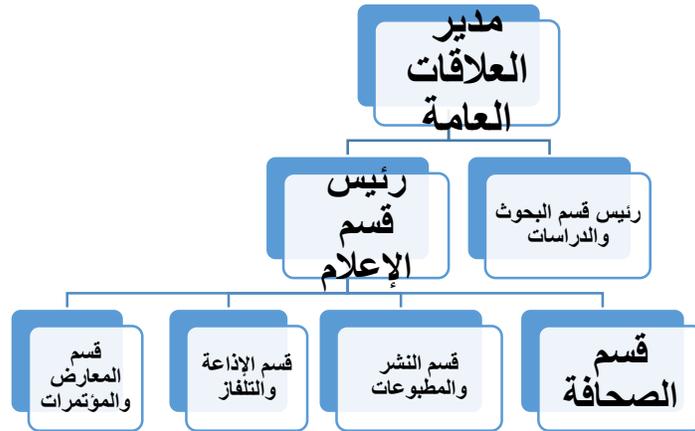
نموذج (5): نموذج لقسم علاقات عامة بجامعة. (سعيد، 2013، ص 98).

نموذج رقم (1) : إدارة العلاقات العامة لمنظمة سياحية



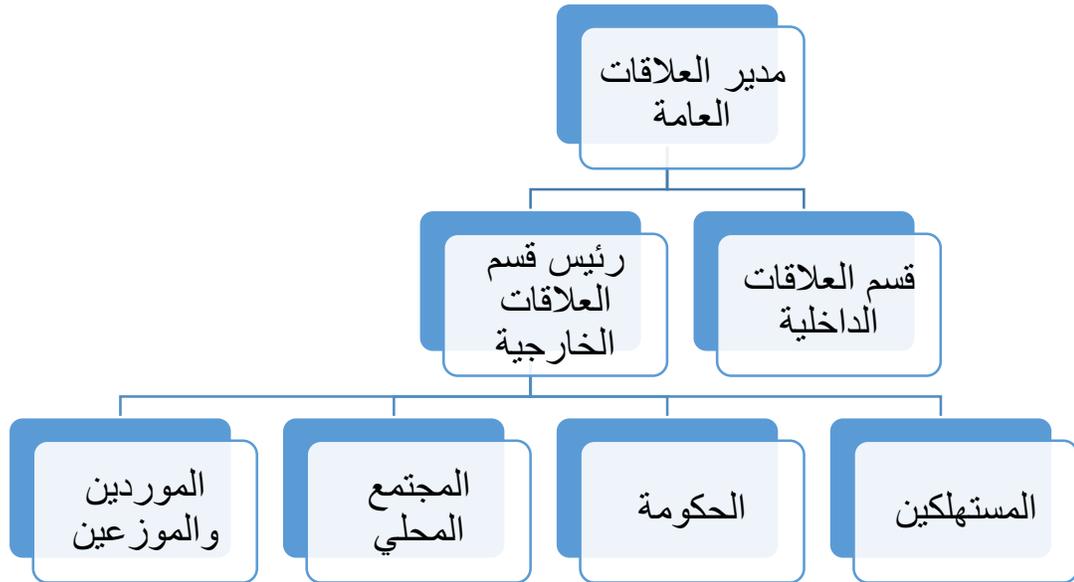
شكل رقم (2):

يوضح تقسيم قسم العلاقات العامة على أساس وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري

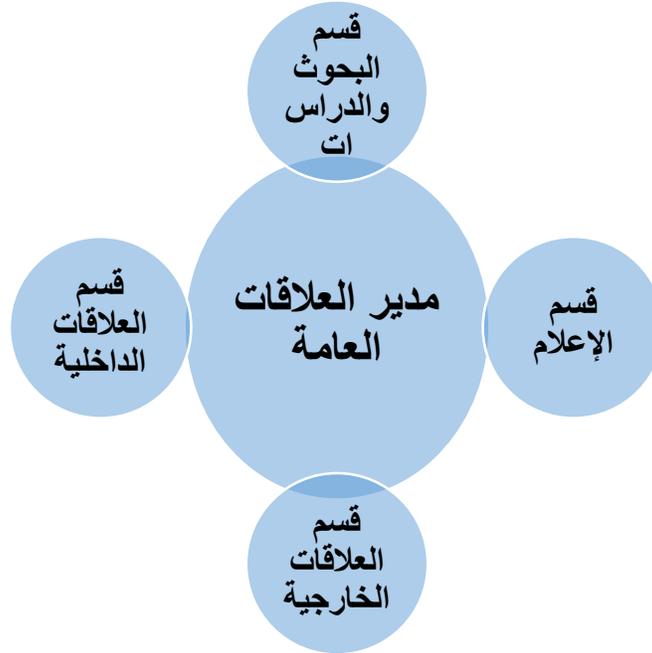


شكل رقم (3):

تقسيم قسم العلاقات العامة على أساس فئات الجماهير التي تتعامل معها المنظمة

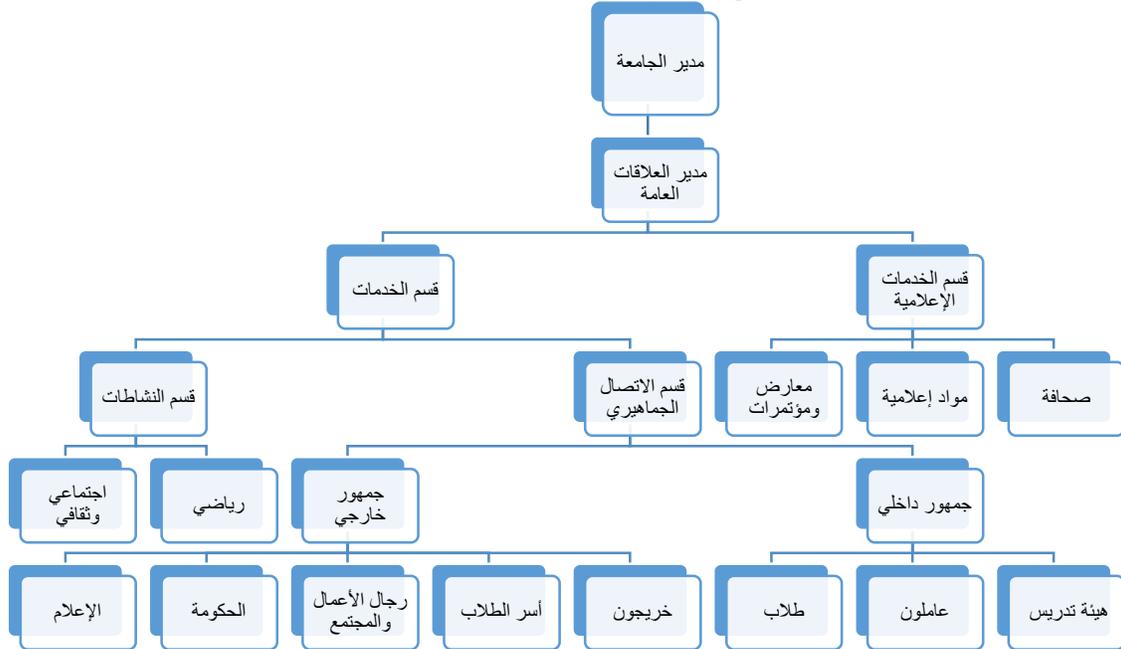


شكل رقم (4): تقسيم قسم العلاقات العامة على أساس وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري



نموذج رقم (5) :

نموذج لقسم علاقات عامة بجامعة



الفصل الثالث

الرضا الوظيفي

- ❖ ويشتمل هذا الفصل على ثلاثة مباحث:-
- ❖ المبحث الأول: مفهوم الرضا الوظيفي والعوامل المؤثرة فيه
- ❖ المبحث الثاني: مؤشرات الرضا الوظيفي للعاملين بمؤسسات التعليم العالي
- ❖ المبحث الثالث: أنشطة العلاقات العامة وتحقيق الرضا الوظيفي

المبحث الأول:

مفهوم الرضا الوظيفي والعوامل المؤثرة فيه

مفهوم الرضا الوظيفي:

يعد مفهوم الرضا الوظيفي من أكثر مفاهيم علم النفس التنظيمي غموضاً، ذلك لأنه حالة إنفعالية يصعب قياسها ودراستها، وأكتسب موضوع الرضا الوظيفي أهميته من منطلق أن السخط في محيط العمل بأبعاده المختلفة يمتد إلى السخط عن العمل نفسه مما يؤدي إلى الاغتراب وضعف الشعور بالإنتماء. (البارودي، 2015، ص 38).

والرضا الوظيفي في مصطلح علم النفس هو ما يتضح من بعض المتغيرات المتعددة التي لها علاقة بالرضا الوظيفي ومفهومه؛ وهي متغيرات متنوعة، كما أن مفهوم الرضا الوظيفي لا يدل عليه تعريف بذاته فهو متعدد المعاني، ومن المعاني ما يشير إلى مفهوم الرضا في الحياة بصيغ متعددة ومتنوعة وهي تدعونا إلى التفكير المتأني حول موضوع الرضا.

وقد بدأ الاهتمام بالرضا الوظيفي مع بداية القرن العشرين إذ يشير كثيراً من الباحثين إلى أنّ العقود الثلاثة الأولى هي البداية، بالرغم من تعدد الدراسات التي تناولت الرضا الوظيفي إلا أنه ما زال هناك اختلاف حول تحديد تعريف أو مفهوم واضح ومحدد لهذا المصطلح، والسبب يرجع إلى ارتباطه بمشاعر الفرد التي غالباً يصعب تفسيرها لأنها متغيرة بتغير مشاعر الأفراد في المواقف المختلفة، حيث إن النفس البشرية تميل للعمل فما دام هناك شخص يعمل فهو إما يكون راضياً عن عمله، وإما أن يكون غير راضٍ عن هذا العمل. (عبد اللطيف، 2015م، ص9).

تعددت تعريفات الرضا الوظيفي وذلك لاختلاف المداخل التي تناول بها العلماء المختلفون والباحثون مفهوم الرضا الوظيفي، وهناك العديد من المحاولات التي بذلت لتحديد معنى محدد للرضا الوظيفي، وعلى سبيل المثال: إن الرضا الوظيفي هو الشعور النفسي

بالقناعة والارتياح والسعادة لإشباع الحاجات والرغبات والتوقعات مع العمل نفسه وبيئة العمل، مع الثقة والولاء والانتماء للعمل ومع العوامل والمؤثرات البيئية والداخلية والخارجية ذات العلاقة. وفي تعريف آخر يشير "بلوك Blook" إلى أن الرضا الوظيفي هو اتجاه يعتبر محصلة للعديد من الخبرات المحبوبة وغير المحبوبة المرتبطة بالعمل ويكشف عن نفسه بتقدير الفرد للعمل وإدارته. (المرجع نفسه، ص12).

ويعرّف الرضا الوظيفي بأنه يمثل حصيلة لمجموعة العوامل ذات الصلة بالعمل الوظيفي والتي تقاس أساساً بقبول الفرد ذلك العمل بارتياح ورضا نفس، وفاعلية بالإنتاج نتيجة للشعور الوجداني الذي يمكن للفرد من القيام بعمله دون ملل أو ضيق.

كما يعرف الرضا الوظيفي بأنه شعور الفرد بالسعادة والارتياح أثناء أدائه لعمله، ويتحقق ذلك بالتوافق بين ما يتوقعه الفرد من عمله ومقدار ما يحصل عليه فعلاً في هذا العمل، وأن الرضا الوظيفي يتمثل في المكونات التي تدفع الفرد للعمل والإنتاج.

ويعرف الرضا الوظيفي بأنه عبارة عن مشاعر العاملين تجاه أعمالهم وأنه ينتج عن إدراكهم لما تقدمه الوظيفة لهم، ولما ينبغي أن يحصلوا عليه من وظائفهم، كما أنه محصلة للاتجاهات الخاصة نحو مختلف العناصر المتعلقة بالعمل والتمثلة في سياسة الإدارة في تنظيم العمل ومزايا العمل في المنظمة، والأمان بالعمل ومسؤوليات العمل وإنجازته والاعتراف والتقدير.

كما أن مفهوم الرضا الوظيفي عن العمل مفهوم مركب وله عدة أوجه حيث يرى بعض المتخصصين أن إشباع حاجات العاملين هو أحد المحددات الخاصة بالرضا، وآخرون يعطون الأهمية لبعض الجوانب الاجتماعية مثل: الروابط وأواصر الصداقة التي تربط العاملين بعضهم البعض، ومنهم من يرجع مستوى الرضا إلى موقف المرؤوسين من رؤسائهم ونمط الإشراف

الذي يخضعون له، وهناك من يعطي الاعتبارات الخاصة بالشخصية ومدى تكاملها في محيط العمل فضل تحقيق الرضا الوظيفي.

وعليه يمكن القول: "إن الرضا الوظيفي مفهوم متعدد الأبعاد يتمثل في الرضا الكلي الذي يستمده الفرد من وظيفته؛ ومن جماعة العمل التي يعمل معها، ومن الذين يخضع لإشرافهم، وكذلك من المنظمة والبيئة التي يعمل فيها". وباختصار فإن الرضا الوظيفي هو دلالة لسعادة الإنسان واستقراره في عمله، وما يحققه له هذا العمل من وفاء وإشباع لحاجاته، ويمكن القول بشكل عام إن الرضا الوظيفي يتكون من الرضا عن الوظيفة، والرضا عن علاقات العمل، والرضا عن زملاء العمل والرضا عن الرؤساء، والرضا عن بيئة العمل، والرضا عن سياسات الأفراد. وعليه فإن الرضا الوظيفي هو عبارة عن شعور داخلي يحس به الفرد (عامل، موظف) تجاه ما يقوم به من عمل وذلك لإشباع احتياجاته ورغباته وتوقعاته في بيئة العمل. (عبد اللطيف، 2015م، ص 7).

وللرضا الوظيفي آثار إيجابية بالغة على المنظمات بشكل عام، ويمكن تلخيص أهمها في أثره على الأداء، الولاء والصحة العضوية والعقلية للأفراد، ويقصد بالأداء "قيام الفرد بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله كماً ونوعاً"، فلقد كانت العلاقة الفعلية بين الرضا الوظيفي والأداء موضوعاً للجدل بين المنظرين على اعتبار أن هذين المتغيرين من أهم المتغيرات التنظيمية فعالية.

ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن الرضا يؤدي إلى تحقيق الأداء المرتفع وفسر ذلك بأن العامل إذا ارتفع رضاه عن عمله زاد حماسه للعمل، مما ينتج عنه إقبال وامتنان كبيران تجاه عمله، وهذا يؤدي بالضرورة إلى ارتفاع عمله وإنتاجه والعكس صحيح، أي أن الانخفاض في الرضا يشعر العامل بالقلق وعدم الاستقرار؛ مما ينعكس سلباً على مستوى أدائه، وهذا ما أوضحته تجارب عديدة أجراها متخصصون. (محمد، 2011م ص 79).

أهمية الرضا الوظيفي:

أصبح من المتعارف عليه اليوم أن الموارد البشرية هي أهم الموارد التي تستخدمها المنظمات الحديثة، فالإنسان هو العنصر المفكر والرئيس في الإنتاج والخدمات. وهو الوسيلة والغاية من عملية الإنتاج والخدمات، وهو أيضاً ضمير المنظمة وقلبها النابض وإحساسها الواعي لما يدور حولها من أحداث.

وقديماً كانت الإدارة تصب اهتمامها على العنصر التقني والأجهزة والآلات وتفترض أن العامل سيتكيف لهذه التقنيات بقليل من التدريب والتوجيه والحزم والعقاب، ولكن نتيجة لتراكم المعرفة وتطور البحوث في علم الإدارة وما ي صاحبها من أفرع المعرفة وخاصة علم النفس والاجتماع، بدأت الإدارة تتبع مناهج مختلفة لما كانت عليه في التعامل مع الموارد البشرية. (عبد الوهاب، 2013م).

يعد الرضا الوظيفي من أهم عوامل نجاح الموظف في العمل، حيث يعتبر هو الدافع الأساسي وراء حب العمل والأداء الجيد وأيضاً رغبة الموظف في الابتكار والتطوير، وأثبتت الدراسات قوة الروابط ما بين عدم الرضا والأمراض النفسية وظاهرة الإنهاك الجسدي والعقلي في العمل. (البارودي، 2015، ص 40) كما يعد الرضا الوظيفي أحد الموضوعات التي حظيت باهتمام الكثير من علماء النفس وذلك لأن معظم الأفراد يقضون جزءاً كبيراً من حياتهم في العمل.

وبالتالي من الأهمية بمكان أن يبحثوا عن الرضا الوظيفي ودوره في حياتهم الشخصية والمهنية، كما أن هنالك وجهة نظر مفادها أن الرضا الوظيفي قد يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتترتب عليه الفائدة بالنسبة للمؤسسات والعاملين؛ مما زاد من أهمية دراسة هذا الموضوع، وكشفت بعض نتائج البحوث أن الأفراد الراضين وظيفياً يعيشون حياة أطول من الأفراد غير الراضين، وهم أقل عرضة للقلق النفسي وأكثر تقديراً للذات وأكبر قدرة على التكيف الاجتماعي،

ويؤكد البعض أن هناك علاقة وثيقة بين الرضا عن الحياة والرضا الوظيفي، أي بمعنى أن الراضين وظيفياً راضين عن حياتهم والعكس صحيح.

ومن ناحية أخرى فإن عدم الرضا يسهم في التغيب عن العمل وإلى كثرة حوادث العمل والتأخر عنه، وترك العاملين المؤسسات التي يعملون بها والانتقال إلى مؤسسات أخرى، ويؤدي إلى تفاقم المشكلات العمالية وزيادة شكاوي العاملين من أوضاع العمل والتوجه لإنشاء اتحادات عمالية للدفاع عن مصالحهم، كما أنه يتولد عن عدم الرضا مناخ تنظيمي غير صحيح.

وقد ذكر "ليكرت likert" أنه يصعب تحقيق مستوى إنتاج رفيع على مدى طويل من الزمن في ظل عدم الرضا، كما أشار إلى أن الجمع بين زيادة الإنتاج وعدم الرضا في آن واحد لا بد أن يؤدي إلى تسرب العناصر الرفيعة المستوى في المنظمة، إضافة إلى تدني مستوى منتجاتها ومن ثم فإن ثمة نوعاً من الاتفاق بأن من أوضح الدلالات على تدني ظروف العمل في منظمة ما، يتمثل في انخفاض مستوى الرضا لدى العاملين. (عبد اللطيف، 2015م، ص 12).

وتتلخص دوافع الاهتمام بالرضا الوظيفي في إن:

- أ. ارتفاع درجة الرضا الوظيفي يؤدي إلى انخفاض نسبة غياب الموظفين.
- ب. ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي يؤدي إلى ارتفاع مستوى الطموح لدى الموظفين في المؤسسات المختلفة.
- ت. الأفراد ذوي درجات الرضا الوظيفي المرتفع يكونون أكثر رضا عن وقت فراغهم؛ وخاصة مع عائلاتهم وكذلك أكثر رضا عن الحياة بصفة عامة.
- ث. الموظفين الأكثر رضا عن عملهم يكونون أقل عرضة لحوادث العمل.
- ج. هناك علاقة وثيقة ما بين الرضا والإنتاج في العمل، وكلما كان هناك درجة عالية من الرضا أدى ذلك إلى زيادة الإنتاج.

وعموماً يعتبر الرضا الوظيفي للموظفين من أهم مؤشرات الصحة والعافية للدائرة، ومدى فاعليتها على افتراض أن الدائرة التي لا يشعر الموظفون فيها بالرضا سيكون حظها قليل من النجاح، مقارنة بالتي هي أكثر استعداداً للاستمرار بوظيفته وتحقيق أهداف المنظمة؛ كما أنه يكون أكثر نشاطاً وحماساً في العمل. وأهم ما يميز أهمية دراسة الرضا الوظيفي أنه يتناول مشاعر الإنسان إزاء العمل الذي يؤديه والبيئة المحيطة به. (المرجع نفسه، ص 13).

واهتم علم النفس الصناعي أو علم النفس التنظيمي الذي يعرفه "فريزر Fraser" بأنه "دراسة الإنسان في حالة العمل"، (طه، 1988، ص 9)، اهتم بدراسة محورين أساسيين أولهما المحور الإنساني بما ينتظم شخصية الفرد من سمات شخصية وذكاء وقدرات عقلية واتجاهات واستعدادات وميول تشكل شخصيته وتحدد سلوكه وأدائه، والمحور الثاني هو ما يتطلبه الفرد من مواصفات معينة لازمة لأدائه وتختلف هذه المواصفات باختلاف العمل وطبيعته وما يتطلبه من مواصفات، ولا بد أن يتطابق المحوران معاً في كل من الفرد والعمل. (الإنترنت).

ويتفق تعريف "دريفر Drever" لعلم النفس الصناعي مع الأطروحة السابقة ويقدم شيئاً من التفصيل حيث يقول إنّه: "الفرع من علم النفس التطبيقي الذي يهتم بتطبيق مناهج بحث علم النفس ونتائجه في المشكلات التي تنشأ في المجال الصناعي أو الاقتصادي؛ بما فيها اختيار العمال وتدريبهم وطرق العمل وظروفه". ويشمل المشكلات الإنسانية في الحكومة والتنظيمات الاجتماعية ويتعمق في مشكلات الموظفين والعاملين. ومنذ عهد قريب اعتنق المفاهيم المتعلقة بالجوانب الإنسانية في التنظيمات، ويهتم علم النفس التنظيمي بالمشكلات السلوكية التي تظهر في كل التنظيمات أو (المنظمات) مع التركيز على المؤسسات الصناعية، ويشمل كل سلوك ونشاط كافة التنظيمات أو المنظمات والعاملين فيها؛ سواء كانت هذه التنظيمات صناعية، أو مهنية، أو تجارية أو اجتماعية أو رياضية أو تربية أو سياسية أو

عسكرية أو مخصصة لأي خدمة سواء كانت هذه التنظيمات أو المنظمات حكومية أو خاصة.
(طه، 1988، ص 10).

ويهدف علم النفس الصناعي في الأساس إلى تحقيق عدة أهداف أبرزها:

1. زيادة الكفاءة الصناعية.
2. زيادة توافق العامل وعمله.
3. إنشاء نوع من الاستقرار الصناعي بإزالة مصادر الشكوى والمنازعات بين العمال وأصحاب العمل.

ويرى "فريزر Fraser" أن هدف علم النفس الصناعي تحسين الموقف في العمل وأن يصبح الإنسان أكثر إنتاجاً وأكثر رضاءً، وأن تكون اتجاهات العمال وروحهم المعنوية مساعدة على تحقيق أهداف العمل الرسمية، لهذا يذكر فريزر أن أخصائي علم النفس الصناعي يحاول حل المشاكل التي تقع في نطاق موضوع أو أكثر من الموضوعات التالية:

1. زيادة إنتاجية الإنسان عن طريق تحسين طرق العمل، وتطوير الآلات والمعدات وتحسين وسائل التدريب وغير ذلك مما يتعلق بالعامل وواجباته.
2. إزالة الأخطار التي يحتمل أن يتعرض لها العامل، والتخفيف من ضغط العوامل الفيزيائية في مجال العمل، وتقليل التعب والملل وغير ذلك مما يجعل العمل خطيراً وبغياً.
3. معرفة متطلبات العمل والخصائص الشخصية، وقياس مدى امتلاك الأفراد لتلك الخصائص حتى يمكن استخدام ذلك كأساس لوضع الشخص في العمل المناسب له أكثر من غيره.
4. زيادة الإشباع غير المادية في مجال العمل؛ حتى لا يصبح العمل مجرد روتين خال من المعنى يجبر الفرد على تحمله ليكسب عيشه.
5. فهم النمط الثقافي لجماعة العمل أو الاتجاهات والمعايير المقبولة بصفة عامة؛ والتي ينبغي على الفرد أن يتصالح معها حتى يصبح عضواً مقبولاً في جماعة العمل.

ويؤكد علماء النفس التنظيمي على ثلاثة أسس رئيسة تتمثل في اختيار أفضل الأشخاص للعمل، وإحاطتهم علماً بأكثر الطرق كفاية، وأكثر الحركات الاقتصادية لاستخدامها في عملهم، بجانب منح المكافآت التشجيعية في صورة أجور مرتفعة لأحسن العمال. (المرجع نفسه، ص 13).

العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي:

توجد عوامل عديدة مؤثرة على الرضا الوظيفي بينها الخبراء فيما يلي:-

1. تقييم الوظائف "Jobs Evaluation":

يعد الأجر الذي يتقاضاه العامل عن عمله ذا قيمة كبرى في تحديد مستوى معيشته وإشباع حاجاته وحاجات أسرته، ولا بد من أن يكون هذا الأجر عادلاً وموضوعياً، بحيث يتناسب وقيمة العمل الذي يؤديه العامل دون تحيز له على حساب زملائه أو إجحاف بحقه ظلماً له وعدواناً عليه.

كما أن هذا الأجر لا بد أن يتناسب مع مقتضيات البيئة التي يعيش فيها العامل، ومستوى الأسعار التي يشتري بها ما يحتاجه من سلع أو خدمات، وذلك حتى نحفظ له كرامته كإنسان، ويحق لنا عندئذ أن نطالبه بإنتاج عالٍ وأن نحاسبه عند التقصير أو التهاون.

ولكي نبقى على روح العامل المعنوية مرتفعة ونجعل اتجاهاته نحو العمل إيجابية، لا بد من جعله يحس بعدالة أجره وموضوعية تحديده، وذلك عن طريق التحقيق الفعلي لذلك، وليس عن طريق تزييف الوعي أو الدعاية الجوفاء، وتقييم الوظائف أو (تقييم العمال) على أسس علمية موضوعية هو مدخلنا المناسب لتحقيق ذلك. ويجب أن يؤدي هذا التقييم إلى وضع سياسة عادلة للأجور والمرتبات والعلاوات والترقيات. (طه، 1988، ص 225). ويقصد بتقييم الوظائف "Jobs Evaluation" تحديد قيمة مالية لكل وظيفة داخل مؤسسة العمل، على أساس من الموضوعية والعدالة.

2. ظروف العمل الطبيعية:

لا شك أن تحقيق الملائمة بين العامل وعلمه بالطرق العلمية سوف يفيد في تحقيق زيادة الإنتاج كماً وكيفاً، وأيضاً زيادة توافق العامل المهني والنفسي، إلا أننا ينبغي أن نؤكد أن هذه الملائمة وحدها ليست كافية لتحقيق مثل هذه الأهداف الجوهرية، بل أن تحقيقها يقتضي بالضرورة أن تضاف إلى ملائمة العامل ولعمله توافر ظروف عمل طبيعية مناسبة تساعد على أداء عمله وتيسره له وتجذبه إليه وترضيه عنه، وهناك ظروف تعتبر مهمة إلى حد كبير:

1. الإضاءة: الإضاءة الكافية والمناسبة عامل مهم لا بد من توافره في بيئة العمل كشرط أساسي لأماكن العمل والإنتاج.
2. الحرارة: ينبغي أن يعمل الإنسان في بيئة عمل توافر درجة حرارة معتدلة سواء كان العمل عضلياً أو ذهنياً، فإن كفاءة الفرد تقل كلما زادت درجة الحرارة أو انخفضت عن المعدل المناسب، لأن درجة الحرارة غير المناسبة سواء (ارتفاعاً أو انخفاضاً) تسبب ضيقاً لدى العامل، وتقلل كفاءته في العمل.
3. التهوية: أكدت العديد من الدراسات أن الإنتاج يتأثر بجودة التهوية، وبينت بحوث لجنة التهوية التابعة لولاية نيويورك أن الحرارة المرتفعة والهواء الراكد يخلان بالعمل البدني.
4. الضوضاء: الضوضاء عامل ذو تأثير سيئ على العامل وإنتاجه، ويرجع ذلك لسببين رئيسيين هما كون الضوضاء عاملاً مزعجاً فيسبب استياء من جانب العامل، وكونها عاملاً مشتتاً للانتباه والتركيز.
5. الموسيقى: لها تأثير في زيادة الإنتاج وارتفاع الروح المعنوية للعمال.
6. الأجر: يعتبر الأجر الذي يتقاضاه العامل عن عمله من أهم عناصر بيئة العمل، وهو إلى جانب هذا عنصر يجمع بين الجانب الطبيعي والاجتماعي والنفسي في ذات الوقت. وعادة ما يعالج موضوع الأجر منفصلاً عن بيئة العمل تحت الموضوعات الخاصة بدوافع العمل

وحوافزه، لأن الأجر الذي يحصل عليه الفرد لقاء عمله هو المصدر الأساسي لإشباع أغلب متطلباته وحاجاته الأساسية، والفسولوجية والنفسية، سواء كانت غذاء أم شراب أم كساء أو مأوى أو تكوين أسرة، أم تحقيق ذات، أم تأمين مستقبل، ومن هنا كان الأجر أهم بواعث الفرد ودوافعه إلى البحث عن العمل والاستمرار والنجاح فيه.

ولقد اعتبر "بلوم و روس Blum and Russ" أن هناك خمسة حوافز أساسية بالنسبة للعامل وهي بالترتيب:

أ. الترقية (Advancement)

ب. ساعات العمل (Hours of work)

ت. المرتب (أو الأجر) (Salary)

ث. الأمن (Security)

ج. العلاقات مع المشرف (Supervisor Relationship)

والترقية والأمن هما أكثر الحوافز أهمية، وساعات العمل أقل أهمية وجاء ترتيب الأجر في المقام الثالث بالنسبة للرجال والرابع للنساء وجاء ترتيب العلاقة مع المشرف في المقام الرابع لدى الرجال والثالث عند النساء.

7. التعب والملل: يعرّف بأنه انخفاض الإنتاجية أو الكفاءة أو القدرة على الاستمرار في العمل، وذلك بسبب بذل الطاقة السابق في إنجاز العمل، هذا من جهة العمل. أما من ناحية الفرد هو الأحاسيس والمشاعر المعقدة والصعوبة المتزايدة التي يخبرها الفرد بعد استمراره في العمل لفترة طويلة، وأن التعب يمكن أن يكون عقلياً أو عضلياً أو حسياً أو عصبياً.

● أما الملل: فهو حالة نفسية تنتج من أي نشاط ينقصه الدافع أو من الاستمرار في موقف لا يميل إليه الفرد، وتتميز هذه الحالة بضعف الاهتمام وكراهية استمرار النشاط أو الموقف.

8. عوامل طبيعية أخرى: هناك عوامل طبيعية أخرى لا بد من أخذها في الحسبان لتهيئة بيئة عمل صالحة للإنتاج، ولراحة العامل جسدياً ونفسياً وهي عوامل كثيرة وعلى سبيل المثال:
- أ. نوبات العمل.
 - ب. منحنى الإنتاج.
 - ت. جودة الآلات وكفاءتها وحسن صيانتها ووفرة عددها وقطع الغيار.
 - ث. نظافة مكان العمل وحسن المظهر وتنظيمه.
 - ج. توافر مطاعم نظيفة حسنة المظهر مع تقديم وجبات غذائية كافية ومشروبات بأسعار رمزية.
 - ح. توافر أنشطة رياضية وخدمية وترفيهية وقضاء أوقات الراحة على مستوى مناسب.
 - خ. نظافة دورات المياه وتوافرها.
 - د. موقع مؤسسة العمل وحسن مظهرها الخارجي. (طه، 1988، ص 227).

وفي كتابه "الرضا الوظيفي ومهارة ضغوط العمل" صنف الدكتور عصام عبد اللطيف استشاري تدريب وتنمية الموارد البشرية عوامل الرضا الوظيفي إلى خمس نقاط على النحو التالي:-

أولاً: عوامل داخلية أو خاصة بالفرد:

وتشمل العناصر الآتية:-

- أ. حاجات الفرد: حيث لكل فرد حاجات تختلف عن الآخرين في نوعها ودرجة إشباعها، وهذه الحاجات تشبع من خلال العمل؛ وكلما تحقق الإشباع المناسب توافر في مقابله الرضا المناسب.
- ب. اتفاق العمل مع قيم الفرد: توجد لدى الأفراد العديد من القيم والتي يمكن تحقيقها في نطاق العمل وبقدر تحقيقها يرتفع الرضا الوظيفي. ومن هذه القيم القيادة وإتقان العمل والإبداع.
- ت. الشعور باحترام الذات: فهو من الأشياء التي يسعى الإنسان إلى تحقيقها في أكثر من مجال، ومن مجالات تحقيقها المهمة مجال العمل سواء كان ذلك عن طريق المركز الذي

يشغله أو طبيعة الوظيفة ومكانتها، ومعرفة أفراد المجتمع لقيمة هذه الوظيفة ومكانتها، مما يؤدي بالإحساس بالرضا.

ث. خصائص شخصية الفرد وظروفه: وتتمثل في إدراكه وشخصيته وقدراته واستعداداته وطموحه وذكاءه، ومدى ولائه وانتمائه للدائرة وعمره الزمني وتجاربه ودخله الشهري، ومدى ما تؤديه هذه الخصائص في إنجاز الفرد للعمل والقيام بمسؤولياته الوظيفية أي انعكاسها الإيجابي على الرضا.

ثانياً: عوامل خاصة بمحتوى الوظيفة:

من العوامل التي تؤدي دوراً مهماً في تحديد الرضا الوظيفي للعاملين محتوى الوظيفة نفسها من حيث نوعها ومهامها والنسق الذي تسير عليه، فبعض الأعمال تحتاج إلى الدقة وسرعة التنفيذ، فربما يكون مستوى الرضا فيها منخفض مقارنة بالأعمال التي يمكن للعامل أن يقوم فيها بمهام متعددة ويوجد فيها إثراء وظيفي، وتمكنه من الأداء بطريقة فيها قدراته وإمكاناته وخبراته وإبداعاته، كل ذلك ينعكس في شكل رضا وظيفي عالي.

ثالثاً: عوامل خاصة بالأداء:

يتحقق الرضا عن العمل نتيجة لإدراك الفرد للعوامل التالية بالنسبة للأداء:-

- أ. ارتباط الأداء بمكافآت وحوافز العمل، وشعور الفرد بأن قدراته تساعد على تحقيق الأداء المطلوب بما يتواءم مع الأهداف المحددة.
- ب. إدراك الفرد بأن حوافز ومكافآت العمل ذات أهمية وقيمة بالنسبة له، وإدراكهم بالعدالة في التوزيع بالنسبة للحوافز ومكافآت العمل، أي أنه يتناسب مع ما يقدمه من عمل للدائرة بالنسبة للآخرين.

رابعاً: عوامل خاصة بمستوى الإنجاز الذي يحققه الفرد:

وهو مدى ما يترتب على الجهد الذي يبذله الفرد من خلال أداءه لعمله والنتائج التي يتوصل إليها، كالرضا والإنتاجية والتسيب الوظيفي ودورات العمل، فبعض الأفراد قد لا يكتفي بأداء العمل فقط ولكن قد يكون لديه رغبة في إنجاز أعمال تتفق مع أهداف معينة، فكلما كانت درجة الطموح متساوية أو قريبة من الأهداف التي تم تحقيقها كان الرضا بصورة جيدة أو أكبر.

خامساً: العوامل التنظيمية:

وتشمل الأنظمة والإجراءات والرواتب والحوافز المادية والمعنوية ونوع القيادة وأساليب اتخاذ القرار والإشراف والرقابة والعلاقات بين الزملاء، وعلاقة كل ذلك ببيئة وظروف ونوع العمل، وقد أكدت الدراسات والأبحاث أن الدخل المالي إذا كان مناسباً للفرد فإنه قد يحقق درجة عالية من الرضا، وكذلك مركز الفرد التنظيمي ذلك المركز الذي يتيح له النمو ويوجد فيه فرص للترقي بالإضافة إلى نمط الإشراف السائد ودرجة الرقابة التي تفرض على أوجه النشاط التي يمارسها الفرد.

وهناك عوامل مهمة للرضا الوظيفي وهي:

- أ. كفاية الإشراف المباشر: وله أهميته لأنه نقطة الاتصال بين التنظيم والأفراد؛ وله أثر كبير فيما يقوم به الأفراد من أنشطة يومية.
- ب. الرضا عن العمل نفسه.
- ت. الاندماج مع الزملاء في العمل.
- ث. عدالة المكافآت الاقتصادية وغيرها.
- ج. الحالة الصحية والبدنية والذهنية.

وكذلك يمكن القول إن الرضا الوظيفي يتشكل من عوامل الرضا عن:-

- أ. الوظيفة وفرص الإثراء الوظيفي المحققة للوظيفة.

- ب. الأجر وملحقاته.
- ت. علاقات العمل (زملاء العمل، الرؤساء، والمرؤوسين).
- ث. أساليب الإشراف والتوصية والقيادة.
- ج. بيئة العمل المادية.
- ح. سياسات الأفراد (تقييم الأداء، ونظام الترقي).
- خ. طرق التحفيز وأسسها ومعاييرها.
- د. الرضا عن الخدمات التي تقدم للأفراد العاملين. (عبد اللطيف، 2015م، ص 16).

المبحث الثاني:

مؤشرات الرضا الوظيفي للعاملين بمؤسسات التعليم العالي

بدأ التعليم العالي في السودان مطلع القرن التاسع عشر بغرض إعداد الكفاءات لإدارة العمل في الدولة، ويعتبر التعليم العالي بصفة عامة أحد المقومات الأساسية لصناعة عقل الأمة الذي يتربع على قمة حركة التعليم. (وزارة التعليم العالي، 2019م).

يؤدي التعليم العالي دوراً مهماً وحيوياً في حياة الشعوب، في تطورهما الاقتصادي والثقافي والاجتماعي، فهو أساس التنمية البشرية، إذ يعد الاستثمار في رأس المال البشري من أهم أنواع الاستثمار، فالتعليم العالي يوافر القدرات والمهارات اللازمة لتحقيق وتطوير الإنجازات المعرفية والتقنية التي هي شرط تقدم الأمم ونهضتها. (وزارة التعليم العالي، 2016، ص 1).

وتعود نشأة مؤسسات التعليم العالي بالسودان إلى العام 1902م عندما أنشئت كلية غردون التذكارية "جامعة الخرطوم" حالياً، وفي 1924م أفتتحت مدرسة كتشنر الطبية وهي أول مدرسة طب في شمال أفريقيا. (جامعة الخرطوم، 2019م).

وفي العام نفسه أنشئ المعهد العلمي، والمدارس العليا في الثلاثينيات، وتهدف جميعها لإعداد الأطر التي تحتاجها في مجال عملها، وعند استقلال السودان في عام 1956م أصبحت كلية الخرطوم الجامعية جامعة مستقلة عملياً وإدارياً باسم جامعة الخرطوم كأول جامعة وطنية بالبلاد، وتعتبر مرحلة السبعينيات مرحلة تحوّل كبرى في مسار التعليم العالي بالسودان فقد شهدت صدور القوانين والأجهزة المنظمة للتعليم العالي. (محمد زين، 2016م، ص 135).

توسعت مؤسسات التعليم العالي في السودان بشكل كبير في أعقاب ثورة التعليم العالي التي أطلقتها الدولة في العام 1989م وانتشرت الجامعات في الولايات المختلفة وبلغت الجامعات الحكومية 36 مؤسسة وهي موزعة بنسبة 26.5% في ولاية الخرطوم، و 73.5%

في بقية الولايات، وبلغت الجامعات والكليات الأهلية والأجنبية 88 مؤسسة غالبيتها العظمى في ولاية الخرطوم. (وزارة التعليم العالي، 2019م).

ومن أبرز التحديات التي تواجه التعليم العالي والبحث العلمي تتمثل في محدودية التمويل، والحاجة إلى تحسين أوضاع الأساتذة والباحثين والتأهيل والتدريب، وتوفير احتياجات العملية التعليمية وتهيئة البيئة الجامعية ومعينات البحث العلمي. (وزارة التعليم العالي، 2017، ص 14).

العلاقات العامة في التعليم العالي:

ويعد الاستثمار في التعليم العالي من أهم أنواع الاستثمار ويظهر ذلك بوضوح في عدد الجامعات الأهلية والخاصة التي تتفوق على الجامعات الحكومية. أما الدولة فتستثمر مبالغ ضخمة في التعليم العالي والعائد من ذلك واضح سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى الوطن، وتدل دراسة قامت بها إحدى جامعات بوسطن في أمريكا؛ أنه مقابل كل دولار يستثمر في التعليم يكون العائد 1,57 دولار. (سعيد، 2013م، ص 98).

مشاكل التعليم العالي ودور العلاقات العامة:

هنالك مشاكل متشابكة يواجهها التعليم العالي في السودان، منها ما هو متعلق بالبيئة ومنها ما هو متعلق بالسياسات، وكلها تلقي بظلالها على العاملين وغيرهم من أعضاء المجتمع الجامعي، كما أن اختلاف طبيعة مؤسسات التعليم العالي وخصوصيتها يجعل مشكلاتها ذات طبيعة خاصة تختلف عن غيرها من المؤسسات الحكومية، نتيجة لذلك يتعاظم دور العلاقات العامة وتزداد أهميتها نظراً إلى الجمهور العريض الذي تتعامل معه، من أساتذة وموظفين وعمال وطلاب وأولياء أمور ووسائل إعلام ومؤسسات مشابهة وخريجين وغيرهم.

وتأتي مسألة الحرية الأكاديمية التي تتمتع بها الجامعات في مقدمة القضايا؛ حيث تواجه خطر التدخل من جهات تحاول التحكم وسحب الاستقلالية، كما أن الميزانيات المعتمدة لا تكاد تتواكب مع تطلعات الجامعات في التطور، كما أن الأنظمة والقوانين في التعليم العالي تجعل إدارة الجامعة مكلفة وصعبة، في ظل تطلعات المجتمع العالية في دور الجامعات وهي تفوق مقدراتها وإمكاناتها، وكل هذه الأسباب تستدعي توافر جهاز علاقات عامة قوي وفعال يؤدي دوره بكل مهنية ويزيل الشك القائم بين الجامعات والمجتمع، وينقل الصورة الحقيقية عن الجامعة للمجتمع مع نقل وجهة نظر المجتمع إلى إدارات الجامعات المختلفة، والعمل كآلية مهنية للتعامل الفعال بين الجامعة ومجتمعها بجمهورها الداخلي والخارجي. (سعيد، 2013م، 89).

ويرى الباحث أن العوامل السابقة مجتمعة تسببت في تراجع الرضا الوظيفي للأساتذة والموظفين، وكذلك العمال وانعكس ذلك في التسرب وتراجع الأداء العام للجامعات وبطء تطورها، والحد من قدرتها على تحقيق أهدافها ومواكبة المعرفة المتجددة بالكفاءة المطلوبة.

اجتذاب الأساتذة:

تطرق البروفيسير منصور عثمان محمد زين في دراسة أعدها حول (دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في السودان)، إلى أن الجامعات تواجه فيما بينها منافسة شديدة لاجتذاب الأستاذ الجامعي الكفاء، وتستوي في ذلك الدول المتقدمة والدول النامية، وإن اختلفت طبيعة المشكلة في كل منهما. ففي الدول المتقدمة تسعى الجامعات لاجتذاب كبار الأساتذة وذوي التخصصات النادرة من نفس الدول والدول الأخرى، ومن بينها الدول النامية. وتبذل الجامعات في سبيل ذلك جهوداً غير عادية، وتقدم لهؤلاء العلماء إغراءات مادية وأدبية بلا حدود.

وفي الدول النامية تأخذ المشكلة بُعداً آخر، فالأستاذ الجامعي أياً كانت كفاءته أصبح عملة نادرة، وهو مع ذلك يترك وطنه الأصلي ليعمل في دول أخرى بحثاً عن حياة أفضل، أو ظروف

تهيئ له أداء رسالته العلمية على الوجه الأكمل. وهنا تختلف قدرة كل دولة على الاشتراك في هذه المنافسة التي لا يحسمها العامل المادي وحده، وإنما تتداخل معه عناصر أخرى تتعلق بأمن الأستاذ الجامعي وأسرته، والحرية العلمية التي يمكن أن يتمتع بها، ونوعية العلاقات الجامعية السائدة بين إدارة الجامعة بمستوياتها المختلفة، والأساتذة القادمين من خارج الدولة، بالإضافة إلى الظروف المناخية والمعيشية التي تحظى هي الأخرى بنسب متفاوتة من التأثير؛ وتتفاعل مع غيرها من العوامل لتحديد في النهاية قرار الأستاذ الجامعي بالعمل في هذه الجامعة أو تلك إذا كان هو نفسه مرغوباً في أكثر من جامعة. (محمد زين، 2016م، ص 142).

ويلاحظ الباحث أن الدراسة السابقة أشارت بوضوح إلى الروابط القوية ما بين استقرار العاملين في الجامعات وخاصة الأساتذة، وما بين تهيئة أوضاعهم ومنحهم المكافآت المستحقة التي تؤمن تسيير حياتهم وحياة أسرهم بشكل جيد، وهو ما يعكس الدور المهم لإدارة العلاقات العامة وأنشطتها التي ينبغي أن توجه لإقناع الإدارة العليا للدولة والجامعات بضرورة التحسين المستمر لأوضاع العاملين في الجامعات من أساتذة ومعاونين إداريين؛ حتى لا تفقد مؤسسات التعليم العالي وقودها، وبالتالي تواجه خطر الانحراف عن تحقيق أهدافها كحاضنة لإعداد القيادات الفكرية في مجالات المعرفة الإنسانية والمهنية والتقنية، وهو ما يؤكد أن ارتفاع درجة الرضا الوظيفي يؤدي إلى انخفاض نسبة غياب الموظفين والحد من تفكيرهم في اعتزال العمل بحثاً عن فرصة أفضل.

الرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس

تناولت دراسة ميدانية عن "الرضا الوظيفي بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية السودانية" أعدها الدكتور الطاهر أحمد محمد علي، تحديد مستوى الرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس واختبار العلاقة بين هذا المستوى وبعض المتغيرات الإدارية والنفسية والأجور والحوافز ومتغير التدريب لأعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية السودانية، وكشفت عدداً من المشاكل والمعوقات التي تعترض تحقيق واستدامة الرضا الوظيفي.

وتوصلت الدراسة المذكورة إلى أن الإجراءات الإدارية في الجامعات الحكومية والتي لها علاقة مباشرة بالرضا الوظيفي لدى أعضاء هيئة التدريس؛ تحتاج إلى مراجعة موضوعية وواعية للكشف عن أسباب عدم تحقيق هذا الرضا عند الجهاز الأكاديمي لهذه المؤسسات الحكومية، وخلصت إلى أن العوامل المالية المتعلقة بالرواتب والأجور والحوافز لم تصل بعد إلى الحد الذي يعطي عضو هيئة التدريس انعكاساً داخلياً بالرضا نحو حجم العمل الذي يقوم به ومقدار الأجر. بالإضافة إلى أن العوامل النفسية التي تهيئ أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية غير كافية، وليست بالمستوى المطلوب الذي يجعل من العضو مقبلاً على عمله وتمسكاً به، كما أن تأهيل عضو هيئة التدريس من النواحي التدريبية لم يعد كافياً في الجامعات الحكومية، ولعل ذلك أدى إلى عدم ثبات العضو في وظيفته.

اشتملت عينة الدراسة المعنية على 100 عضواً من هيئة تدريس العاملين بثلاث جامعات حكومية، 60 عضواً من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، و 30 من جامعة القرآن الكريم، ومثلهم من جامعة كرري، وبينت النتائج التفصيلية للدراسة أن (74 – 90%) من المبحوثين غير راضين عن السياسات المتبعة في الجوانب الإدارية، أما في مجال الأجور والحوافز لم تحصل الأوزان الإيجابية على أية علامة، وهو ما فسره الباحث الذي أجرى الدراسة بأنه دليل واضح على أن بدل العمل الإضافي والمكافآت لا يعمل بها بشكل مناسب في الجامعات الحكومية.

وبالنسبة للمجال المتعلق بالجانب النفسي وتحقيق الذات من الوظيفة، أظهرت الدراسة أن 78% من المبحوثين أشاروا إلى الخيارين "غير راض" و"غير راضي تماماً". وتؤكد الدراسة حسب النتائج التي أدلى بها أفراد العينة العشوائية أن هناك علاقة ذات دلالة سلبية وعكسية، لكن لا تدل على وجود رضا وظيفي عند العاملين في الجامعات تجاه المتغيرات الإدارية وال نفسية والأجور والحوافز والجانب التدريبي وعلى مستوى الأداة ككل، فالرضا غير متحقق ولاحظ الباحث تركيز النسب المئوية حول الأوزان "غير راض" و "لا أدري" وكان لهما نصيب الأسد من الاستجابات السلبية، وبذلك يثبت عدم صحة فرضية الإثبات، وبأن فرضية النفي هي الأصح حسب ما تم التوصل إليه من نتائج.

وعلى ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أوصى الباحث بمراجعة جميع الإجراءات الإدارية والعمل على تغييرها وتعديلها، بما يحقق أهداف العمل والرضا الوظيفي، مع الاهتمام بالنواحي النفسية وتهيئة الجو المناسب للعمل، وتحسين ظروف المعيشة للعاملين في الجامعات بما يتلاءم مع الغلاء المعيشي وزيادة رواتب الموظفين بشكل عام. (محمد، 2011م، ص 79).

ويلاحظ الباحث أن المشكلات التي يواجهها العاملون في مؤسسات التعليم العالي متوارثة وتتناقض مع مبادئ الإستراتيجية القومية الشاملة للدولة للفترة 1992م - 2002م ، والتي نصت على "العناية بتدريب القوى العاملة رفيعة المستوى، وإعداد العلماء وتدريبهم ليقودوا البحث العلمي لتكون لهم القدرة على مواكبة المعرفة المتجددة والمتطورة".

وبالعودة إلى الوراء نجد أن أوضاع هيئة التدريس بالسودان كانت أكثر استقراراً، حيث كان أساتذة جامعة الخرطوم في قمة الهرم الوظيفي في السودان وكان امتياز وضعهم مضرب الأمثال، ثم بدأت التحولات وتدهور وضعهم النسبي بدرجة أعلنوا معها الأضراب المطلبي لأول مرة في تاريخ منظماتهم، وذلك في عام 1979 - 1980م. وأصبحت الجامعة مهددة بأن

تفقد قوة جذبها للعناصر والخبرات التي تجدد فيها الدم، إذ صارت تجذبهم شروط عمل أفضل في جهات أخرى أو جامعات أخرى تسرع في بعثهم للخارج ، وهذه أم المآسي !

علينا أن ندرك أن الأستاذ الكفاء هو قلب الجامعة. لهذا ورغم ظروف السودان المقدرة والمعروفة؛ فإن إجراءات كثيرة يمكن أن تتخذ بهدف جعل الأستاذ أكثر اطمئناناً وتركيزاً على أداء واجبه، وهي ضرورية لأن الأستاذ بحكم طبيعة عمله لا يستطيع أن يتابع أموره في أجهزة الدولة بنفس المثابرة التي يسعى بها الآخرون، وإن فعل ذلك فسوف يفعله على حساب الزمن الذي يقضيه في المكتبة أو في التحضير أو المراجعة أو توجيه الطلاب – أي على حساب المستوى. (مصطفى، 1958، ص 32).

التعليم العالي الواقع والتحديات

ناقشت ورشة عقدت بالمجلس الوطني في أكتوبر 2016م، نظمتها لجنة التربية والتعليم والبحث العلمي بالمجلس، بالتنسيق مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ناقشت "قضايا التعليم العالي"، وقدمت خلالها وزيرة التعليم العالي والبحث العالمي بروفيسير سمية محمد أحمد أبو كشوة ورقة علمية بعنوان "التعليم العالي الواقع والتحديات" تضمنت أمهات القضايا ذات الصلة مع هذه الدراسة التي يعكف الباحث على إجرائها، حيث بحثت قضايا تمويل التعليم العالي، ووضع الأستاذ الجامعي، والبيئة الجامعية، بجانب تسرب أعضاء هيئة التدريس ومساعدتي التدريس وقدمت إحصاءات قيمة حول هذه المسائل، ويستعرضها الباحث مع إبداء ملاحظاته في الصفحات القادمة. (وزارة التعليم العالي، 2016م).

أولى الملاحظات التي رصدها الباحث أن الاهتمام انصب تجاه أعضاء هيئة التدريس ولم تتم الإشارة إلى الموظفين وبقية العاملين في مؤسسات التعليم العالي إلا في حالات محدودة، على الرغم من أن تنفيذ سياسات التعليم العالي وإستراتيجياته تقتضي معالجة التحديات التي تواجه جميع الأشخاص ذوي الصلة بالقطاع، لتقديم حلول جذرية لقضايا التعليم العالي، ولاحظ

الباحث أن المجلس القومي للتعليم العالي الذي يرأسه وزير التعليم العالي وتتكون عضويته من رؤساء ومديري الجامعات وممثلين للتعليم العالي الأهلي ووكلاء بعض الوزارات الاتحادية وبعض الشخصيات القومية، ويضطلع بمهمة التخطيط والتنسيق للسياسات والخطط التعليمية يخلو من تمثيل العاملين في الجامعات (الموظفين) بالتعليم العالي أو نقابة العاملين بالتعليم العالي.

ونصت السياسات العامة للوزارة على العناية بالأستاذ الجامعي والكوادر المساعدة تأهيلاً وتدريباً، وتحسين بيئة العمل وشروط الخدمة، مع توفير التجهيزات والبنى التحتية اللازمة لتمكين أعضاء هيئة التدريس والطلاب من استخدام التكنولوجيا في التعليم والتعلم، دون الإشارة إلى تمكين الكوادر المساعدة بالتكنولوجيا التي تساعد في تطوير وتحديث الإجراءات الإدارية، وتسهيل مهام الطلاب والأساتذة مع توفير الوقت والجهد والمال، مع زيادة الشعور بالراحة أثناء أداء الواجبات الوظيفية. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 7)

تسرب أعضاء هيئة التدريس:

تضم مؤسسات التعليم العالي في السودان عدد 14,672 عضو هيئة تدريس ويشمل هذا العدد كل الرتب الأكاديمية (محاضر، أستاذ مساعد، أستاذ مشارك وأستاذ)، ويبلغ عدد مساعدي التدريس 2,715 وللمؤسسات الخاصة استراتيجيتها في تعويض النقص في أعضاء هيئة التدريس، وذلك بالاستفادة من المعينين في المؤسسات الحكومية بتعاقد جزئي أو بنظام التعاون ويكون دخلاً إضافياً لهم، كما تستفيد المؤسسات الخاصة كثيراً من أعضاء هيئة التدريس المتقاعدين من المؤسسات الحكومية، أو استقطاب أعضاء هيئة تدريس من المؤسسات الحكومية، وذلك مقابل راتب أو مخصصات أعلى وهذا النمط قليل ومحصور في بعض الجامعات الخاصة وفي التخصصات النادرة أو التخصصات الأكثر إقبالاً. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 18)

وبالنسبة إلى هجرة الأساتذة للعمل بالخارج ذكرت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي أن عدد الأساتذة المتعاقدين للعمل بالخارج في الفترة ما قبل 2015م بلغ 3,763 أستاذاً، وفي العام 2015م بلغ 327 ومنذ الأول من يناير وحتى منتصف أغسطس 2016م بلغ العدد 149 متعاقد للعمل بالخارج.

أما بخصوص التدابير الخاصة بمعالجة أثر الهجرة للعمل بالخارج حصرتها الوزارة

في:

أ. السعي نحو تحسين شروط الخدمة وتقديم امتيازات تحفيزية للعاملين بمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي، مثل: امتياز ربع الرسوم الدراسية للدارسين من أبنائهم على النفقة الخاصة.

ب. زيادة دعم السكن ومكافآت وضع الامتحانات والتصحيح والمراقبة وزيادة مكافأة الأساتذة المشرفين على طلاب الدراسات العليا.

ت. مشروع تملك العربات والقطع السكنية للأساتذة الجامعيين.

ث. زيادة الأعداد المستهدفة، وتأهيلها لنيل الدرجات العليا، وحفز أعضاء هيئة التدريس على التدريب بزيادة المخصصات المالية.

ج. استقطاب منح دراسية من الدول الشقيقة والصديقة وعقد شراكات لرفع وتيرة التدريب بمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي، وعكس ذلك في الخطة الرباعية للتدريب خلال الأعوام 2017م – 2020م.

ح. منح الأساتذة إجازات سبتية وإجازات علمية لقضائها بالخارج.

خ. حفظ وظيفة الأستاذ المعار للعمل بالخارج.

د. التدريس عبر الوسائط التقنية الحديثة في بعض الجامعات، لا سيما في مجال الدراسات العليا، والاستفادة من وسائط التعليم الإلكتروني في بث المحاضرات وعقد الامتحانات والاختبارات الإلكترونية. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 31).

وكشفت إحصاءات تسرب أعضاء هيئة التدريس ومساعدتي التدريس بمؤسسات التعليم العالي للعام 2016م عن تسرب 1,807 عضواً من الجنسين خلال الفترة المذكورة من جميع الجامعات الحكومية والخاصة والكليات الأهلية، بالإضافة إلى تسرب 314 من مساعدي التدريس الذين يمثلون المدخل إلى عضوية هيئة التدريس.

وبالنسبة إلى نصيب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا من التسرب فبلغ 56 أستاذاً وأستاذة في الفترة المحددة من أصل 1,418 عضو هيئة تدريس، بجانب 7 مساعد تدريس من أصل 170 وهو ما يدل على ضعف الرضا الوظيفي لدى الأساتذة وبقية العاملين أيضاً. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 67). وهنا يشير الباحث إلى أن هذه الحقائق تثبتتها رؤية خبير علم النفس الصناعي التي أشرنا إليها سابقاً، وفحواها صعوبة تحقيق مستوى إنتاج رفيع لفترة طويلة من الزمن في ظل عدم الرضا. (الحريري، 2015م، ص 95).

تمويل مؤسسات التعليم العالي:

يعد التمويل مدخلاً مهماً لأي نظام تعليمي، ذلك لأنه من عوامل تحريك كفاءة التعليم وتقاس مدى أهمية التعليم لأي دولة بمدى إنفاقها عليه، حيث يزود قطاع التعليم العالي المجتمع بالقوى الاقتصادية والمهارات الضرورية؛ التي تمكنه من الحصول على احتياجاته من الموارد البشرية والمادية، وبدون تمويل يقف التعليم عاجزاً عن أداء مهامه الأساسية.

كانت مؤسسات التعليم العالي في السودان تمول مباشرة من وزارة المالية والتخطيط الاقتصادي، وفي العام 1975م ومع إنشاء جامعتي الجزيرة وجوبا، وترفع معهد الخرطوم الفني إلى معهد الكليات التكنولوجية، إضافة إلى التوسع الرأسي بزيادة عدد الكليات

والتخصصات. واقتضى التوسع قيام المجلس القومي للتعليم العالي والبحث العلمي؛ وتكوين لجنة تمويل التعليم العالي بموجب اللائحة المنظمة لأعمالها لتقوم بمعاونة المجلس القومي للتعليم العالي والبحث العلمي وتقديم النصح والمشورة له، فيما يتعلق باختصاصاتها المالية. وتم إنشاء إدارة التمويل كذراع تنفيذي للجنة وبذلك أصبح التمويل يتم عبر أمانة المجلس.

ومنذ بداية التسعينيات شهد التعليم العالي توسعاً كبيراً بإعلان ثورة التعليم العالي، وترتب على هذا التوسع زيادة في الانفاق على التعليم العالي وتنوع مصادره مثل: القبول على النفقة الخاصة، ليطبق تدريجياً بالقدر الذي لا يؤثر على جودة مخرجات التعليم العالي، إلى جانب تشجيع التوسع في التعليم العالي الأهلي؛ إلا أن هذه الإجراءات لم تمكن من إيجاد الحلول لقضايا تمويل التعليم العالي في ظل التوسع الكبير الذي شهده التعليم الحكومي في السودان لا توازي تكلفة التوسع الذي حدث في التعليم العالي في السودان. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 50).

بالنسبة للوضع المالي الراهن لمؤسسات التعليم العالي، فقد تسبب ضعف الموارد المالية المتاحة في إعاقة تنفيذ الخطط والبرامج التطويرية للجامعات الأمر الذي حدّ بصورة مباشرة من قدرة الجامعات على تحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية لإنتاج مخرجات من خريجين وخدمات وأبحاث نوعية عالية الجودة قادرة على المنافسة في سوق العمل المحلي والخارجي، من خلال توافق نوعية التعليم مع احتياجات سوق العمل.

وتزايدت القيود على ميزانيات التعليم العالي باستمرار؛ بسبب التزايد في عجز الموازنة العامة للدولة، وانخفضت بالتالي نسبة الإنفاق على التعليم العالي في الوقت الذي تزايدت فيه أعداد الطلاب الراغبين في الالتحاق بمؤسسات التعليم العالي، وارتفعت تكلفة مدخلات التعليم خاصة المرتبطة منها بالعملات الصعبة، الأمر الذي يتطلب المزيد من الموارد لتغطية المصاريف الجارية، وإعداد المرافق والبنى التحتية لاستيعاب الأعداد المتزايدة من الطلاب،

حيث لجأت الجامعات إلى تطوير إيراداتها الذاتية غير الكافية وغير المستقرة، في ظل عدم قدرتها على زيادة الرسوم الدراسية لإنتماء معظم الطلاب إلى أسر محدودة الدخل، بجانب عدم قدرتها على توليد موارد إضافية من الخدمات والأنشطة الإنتاجية من أبحاث واستشارات وأنشطة تجارية أخرى مع ضعف الطلب على هذه المنتجات من جانب آخر. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 51).

جدول رقم (1) يوضح الموازنات المقترحة في إطار الموازنة الشاملة (دعم حكومي + إيرادات) والمجازة لمؤسسات التعليم العالي للأعوام (2009م – 2016م) مليون جنيه

الإيرادات الذاتية	المجاز	المقترح	العام
502.32	547.19	1.303.02	2009
505.97	581.98	1.482.17	2010
507.22	585.76	1.646.82	2011
511.55	656.66	1.521.55	2012
643.72	644.10	1.709.52	2013
651.65	1.143.93	2.660.37	2014
687.73	1.459.40	3.821.05	2015
-	1.899.24	4.827.04	2016

المصدر: (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2016م، ص 52)

بالتركيز في الجدول أعلاه على مقترحات الموازنة للأعوام (2009م – 2016م) ومقارنتها مع الميزانية المجازة يتضح الفرق الشاسع بين ما هو مقترح؛ والذي يمثل الحاجة الفعلية والحد الأدنى لمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي والوحدات التابعة لها، والتي تشمل المستشفيات التعليمية والمعاهد والمراكز، مما يترتب على ذلك عجز كبير لم تتمكن مؤسسات التعليم العالي من تغطيته من الإيرادات الذاتية، مما أثر سلبياً على الأداء والاستقرار الأكاديمي. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 52).

وفي موازنة العام 2016م قدرت الاحتياجات الأساسية لمصروفات تعويضات العاملين في مؤسسات التعليم العالي بمبلغ 1,704,64 مليون جنيه، تضمنت مرتبات وأجور العاملين وفق هيكل الأجور للدولة، وإنشاء وظائف جديدة للجامعات القائمة ومقابلة تكلفة ترفيع الوظائف الأكاديمية والإدارية، مع سداد العلاوات والبدلات غير المدفوعة والمتبقي من تكلفة تحسين شروط خدمة أعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم العالي، بتعديل العلاوات والبدلات لأعضاء هيئة التدريس خلال العامين 2016م / 2017م، وبلغ المبلغ المصدق لتعويضات العاملين من الدعم الحكومي 1.262 مليون جنيه أي بنسبة 74% من الاحتياجات الفعلية. (وزارة التعليم العالي، 2016، ص 54).

تمويل البحث العلمي:

استهدفت خطة البحث العلمي للعام 2016م تمويل 500 مشروعاً بحثياً وإنشاء جوائز الدولة للباحثين المتميزين، ودعم حقوق الملكية الفكرية وتسجيل براءات الاختراع، وإنشاء الكراسي البحثية والبرامج للمراكز البحثية التي أتتبت للوزارة بتكلفة قدرها 610.42 مليون جنيه، وتم التصديق بمبلغ 50 مليون جنيه لمشروعات البحث العلمي بالجامعات أي بنسبة 8.20 %، ومبلغ 30 مليون للمراكز البحثية بنسبة 4.91 % وجاء الأداء على النحو التالي:

الجدول رقم (2) يوضح موقف تمويل البحث العلمي في العام 2016م

البيان	المصدق	الأداء الفعلي حتى سبتمبر 2016م
الجامعات	50.00	21.25
المراكز البحثية	30.00	9.75
الإجمالي	80.00	31.00

(وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 57)

وضع الأستاذ الجامعي:

ظل وضع الأستاذ الجامعي في السودان في تدهور مستمر طيلة الفترة الماضية، وكُونت عدد من اللجان وأعدت دراسات لتحسين وضع الأستاذ الجامعي، ولكن أغلب مقترحات هذه اللجان لم تجد طريقها للتنفيذ، كما ظلت مرتبات ومخصصات هيئة التدريس دون تعديل سوى التعديلات العامة التي تحدث في الهيكل الراتبى الموحد للعاملين في الدولة، والذي تشترك فيه مؤسسات التعليم العالى مع الفئات الأخرى.

وصدر قرار مجلس الوزراء رقم 282 لسنة 2013م بإجازة هيكل الأجور للعاملين بالدولة وشمل ذلك أعضاء هيئة التدريس، كما أمكن استصدار قرار رئاسة الجمهورية رقم 37 لسنة 2016م بتحسين فئات العلاوات والبدلات الخاصة بأعضاء هيئة التدريس؛ وبالرغم من أن القرار قد نص على البدء في التنفيذ ابتداءً من 2016م إلا أن وزارة المالية لم تسدد خلال العام 2016م واكتفت بسداد ما نسبته 26% من التكلفة المقدرة في العام 2013م بمبلغ 219 مليون جنيه، علماً بأن التكلفة الحقيقية الآن زادت لتصل إلى 267 مليون جنيه. (وزارة التعليم العالى، 2016، ص 58).

البيئة الجامعية:

تُشرف وزارة التعليم العالى على توزيع إعتمادات التنمية المخصصة لمؤسسات التعليم العالى وفقاً للأسبقيات والخطط المجازة في إطار خطة التنمية القومية. وتتميز المشروعات المقدمة من هذه المؤسسات والوحدات التابعة لها بارتباطها بعملية التعليم والبحث العلمى وخدمة المجتمع، وتستهدف إعداد وترقية البنيات الأساسية، متمثلة في قاعات الدراسة والمعامل والورش والأجهزة والمعدات والمواد المستهلكة، بالإضافة إلى المباني والمنشآت الإدارية.

نشأت وتطورت الجامعات الحكومية بالاعتماد على دعم الدولة وموارد المجلس القومى للتعليم العالى باعتبارها مؤسسات قومية؛ وظلت فرص التعليم العالى في الجامعات الحكومية

في السودان ولفترة طويلة تمنح بمعيار التنافس الأكاديمي وحده. وشهد العقدين الأخيرين توسعاً كبيراً في مؤسسات التعليم العالي حيث بلغت 48 جامعة حكومية تستوعب حوالي 175 ألف طالباً سنوياً.

برغم الإيجابيات التي تحققت نتيجة لزيادة موارد بعض الجامعات فإن التعليم العالي بصفة عامة يواجه عقبات تعترض مسيرته يمكن إيجازها في الآتي:

- أ. تزايد أعباء العملية التعليمية للتطور المتلاحق عالمياً في تقنيات التعليم.
- ب. ارتفاع تكلفة المنشآت الجديدة.
- ت. عدم إمكانية زيادة المصروفات الدراسية بالجامعات الحكومية.
- ث. عدم وجود دعم مركزي كبير للاستمرار في سياسة توطين التعليم العالي بولايات السودان، حيث لا يزال طلاب الجامعات الاتحادية بولاية الخرطوم يمثلون 61.77% من جملة طلاب التعليم العالي.

ومنذ العام 2001م لم توفي وزارة المالية إلا بالندر القليل من اعتماد مشروعات مؤسسات التعليم العالي، على رغم أنها كما أشرنا تعد وحدات قومية مستقلة شأنها شأن الوحدات الحكومية الأخرى، لها احتياجاتها وخططها الخاصة المضمنة في إطار خطة التنمية القومية. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 59).

وخلال السنوات الأخيرة بدأت الوزارة في عرض مقترحات موازنة الدعم لمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي والوحدات التابعة، بعد أن اعتمدت وزارة المالية منهج الرقم التأشيرى لتحديد مقدار منحة الدولة لقطاع التعليم العالي، وبالتالي لم تعكس الاحتياجات الملحة لقطاع التعليم العالي، خاصة في مجال تأهيل وتطوير البيئة الجامعية من قاعات وورش ومعدات المعامل والمواد التعليمية الأخرى، وتجاه هذا الوضع عمدت مؤسسات التعليم العالي إلى توجيه إيراداتها الذاتية لتطوير البنية التحتية.

التوصيات:

أوصت الورقة التي قدمتها وزيرة التعليم العالي بمجموعة من التوصيات أهمها:

- أ. إجازة قانون تنظيم التعليم العالي والبحث العلمي وإجازة الهيكل المقترح.
- ب. إنشاء صندوق تمويل التعليم العالي.
- ت. زيادة الدعم الحكومي وتخصيص نسبة 2% من الناتج المحلي الإجمالي.
- ث. استكمال البني التحتية لمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي.
- ج. توفير التمويل لتنفيذ مشاريع حوسبة مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي.
- ح. تحسين شروط الخدمة للأساتذة والباحثين.
- خ. توفير التمويل لبناء قدرات أعضاء هيئة التدريس والأطر المساعدة بالمؤسسات والوزارة.
- د. تنفيذ قرارات رئاسة الجمهورية بالسماح للمجلس القومي للتعليم العالي والبحث العلمي بأيلولة موارد المالية من خدماته التي يقدمها، وتوجيه تلك الموارد لمقابلة الاحتياجات.
- ذ. تنفيذ قرارات المجلس الوطني التي تهدف إلى تخصيص جزء من الدعم الولائي لتطوير البنيات التحتية للجامعات. (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 62).

المبحث الثالث:

أنشطة العلاقات العامة وتحقيق الرضا الوظيفي

تمثل العلاقات العامة مدخلاً أساسياً للاتصال وتنظيم وإدارة المؤسسات الحديثة كافة، فهي إحدى المرتكزات الأساسية للدراسة الإعلامية، إذ حدث تغيير سريع ومفاجئ ذو أهمية بالغة لا سيما في بداية القرن الماضي.

والعلاقات العامة هي مجموعة الأنشطة الاتصالية والأعمال المخططة تهدف أساساً إلى تحسين صورة المؤسسة في محيطها العام، إذ تتميز العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة بأنها نشاط متعدد الأهداف والغايات، يقع في مقدمتها بناء علاقات قوية ومتميزة بين المؤسسة وجمهورها، والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه، وإبراز الصورة المشرقة للمؤسسة كونها تعمل لخدمة هذا المجتمع وتحقيق مصلحة الطرفين. (المشهداني، 2011م، ص 108) وهنا تبرز أهمية أنشطة العلاقات العامة الموجهة إلى العاملين أو الجمهور الداخلي باعتبارهم القوى التي تحيل أهداف المؤسسة وبرامجها إلى أرض الواقع، وتتولى تنفيذها على الوجه المطلوب والكفاءة التي ترضيها الإدارة العليا، لذلك وجب التفاهم مع جمهور العاملين الذين يمثلون الجمهور الداخلي أولاً وإرضائهم قبل التفكير في غيرهم.

ويعد الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة من أهم مقومات نجاح تلك المؤسسة في تقديم خدماتها إلى المتعاملين معها، ويقودنا التفكير المنطقي إلى القول: "إنه كلما زاد رضا الفرد عن عمله زاد الدافع لديه على البقاء في هذا العمل، وقل اعتماد تركه للعمل بطريقة اختيارية"، لذلك يتوقف الرضا الوظيفي على العمل على التوازن بين مدى الإشباع أو النقص في إشباع الحاجات ومن خلال توقعات الفرد حول تحقيق أهدافه في الإشباع، ومن الثابت أن من يؤدي عملاً مشوقاً، سواء ما لصفاته وخصائصه وقدراته ومواهبه وخبراته واستعداداته لا يجد

صعوبة في أدائه، كما لا يواجه عراقيل من شأنها أن تفقده الرغبة في انجازه أو الاهتمام به أو تشعره بأنه يضيع وقته وجهده سدى فيه.

لا سيما إذا كان العمل الذي يؤديه الموظف أو العامل في المؤسسات الخدمية (الشمري، 2012م، ص 40). لأن الرضا الوظيفي لدى العامل هو تعبير صادق عن نوع العلاقة السائدة في مكان عمله، أي نوع المناخ التنظيمي السائد في المؤسسة ويتضمن العوامل والخصائص والقواعد والأساليب والسياسات التي توجه وتحكم سلوك الأفراد داخل المنظمة وتميزها عن غيرها من المنظمات، ويعد الرضا الوظيفي موضوعاً إدارياً مهماً في المنظمات الخاصة والحكومية، وذلك لارتباطه بموضوعات الأداء والإنتاجية، والولاء التنظيمي، ورغم وضوح موضوع الرضا الوظيفي من الناحية النظرية، فإن ارتباطه بكثير من المتغيرات الداخلية والخارجية للمنظمة يجعله موضوعاً متغيراً وتؤثر فيه متغيرات ترتبط بطبيعة المنظمة ونوعية نشاطها وأهدافها، وطبيعة العاملين وتركيباتهم فيها. (عتيق، 2013م، ص 43).

وتتجلى أهمية العلاقات العامة وأنشطتها المختلفة في تحقيق الرضا الوظيفي من كونها الرابط ما بين الإدارة والعاملين، ومن واجباتها الاتصال بالإدارة ونقل مشكلات العاملين وقضاياهم والشروع في حلها مع الجهات ذات الصلة، وفي الجامعات تستهدف الأساتذة والموظفين بوصفهم الجمهور الداخلي للعلاقات العامة، حيث يمثلون العمود الفقري للجامعة ويشمل الجمهور الداخلي أعضاء هيئة التدريس والموظفين الذين يمثلون مصدر رئيس من مصادر تكوين الرأي العام عن الجامعة ودورهم في المجتمع مهم وهم على ثلاث فئات:

الفئة الأولى: المؤيدين للجامعة في توجهاتها ويجب الاستفادة منهم في تحسين الصورة الذهنية للجامعة.

الفئة الثانية: التي لا يوجد لديهم أي موقف لا إيجابي ولا سلبي، وهذه فئة نستطيع كسبهم وجعلهم في صف الجامعة.

الفئة الثالثة: الذين يحملون مواقف سلبية أو بمعنى آخر عدوانية، وهذه فئة يجب أن يكون التعامل معها بصورة خاصة ومدروسة. (سعيد، 2013م، ص 92).

الانتماء التنظيمي وتأثيره على إدارة العلاقات العامة:

تناول الدكتور محمد سرور الحريري في كتابه "إدارة العلاقات العامة والعلاقات الدولية" موضوع السلوك التنظيمي في إدارة العلاقات العامة، وصنّف عوامل الرضا الوظيفي المتعلقة بإدارة العلاقات العامة إلى عوامل داخلية خاصة بالفرد، وعوامل خاصة بمحتوى الوظيفة، وعوامل خاصة بالأداء، وعوامل تنظيمية، ويركز الباحث هنا على العوامل التنظيمية بحكم صلتها المباشرة بوظائف العلاقات العامة، باعتبار أن العلاقات العامة جهة معنية بتنسيق وتنظيم العمل بين الإدارات المختلفة داخل المؤسسة، وتدعيم الانتماء التنظيمي وتحقيق التفاهم الذي يزيل المشكلات التنظيمية والعقبات المرتبطة بالعمل، وكل ما من شأنه إحداث اضطرابات بين العامل ومؤسسته، وينتهي في نهاية المطاف بالرضا الوظيفي الذي يحقق مصالح الطرفين بكفاءة عالية. (الحريري ، 2015، ص 98).

إن الانتماء أحد الأهداف الإنسانية الذي تسعى جميع المنظمات إلى تحقيقه لما له من آثار إيجابية في الفرد والمنظمة في الوقت نفسه، حيث يساعد على استقرار العمل فضلاً عن تنمية الدوافع الإيجابية لدى العاملين وزيادة رضاهم، فالعديد من الدراسات العربية والأجنبية تناولت الانتماء التنظيمي (Organizational Commitment)، وهو ما يشير إلى درجة الإخلاص والولاء التي يبديها الفرد تجاه عمله وانعكاسات ذلك على تقبل الفرد أهداف المنظمة التي يعمل بها وتفانيه ورغبته القوية وجهده المتواصل لتحقيق أهدافها.

وهنا يكون سلوك الموظف أو الموظفة يفوق السلوك المتوقع منه من جانب المنظمة، حيث يكون لدى الفرد رغبة في إعطاء جزء من وقته، وجهده من أجل الإسهام في نجاح المنظمة واستمرارها؛ والاستعداد لبذل مجهود أكبر، والقيام بأعمال تطوعية وتحمل مسؤوليات إضافية.

ومفهوم الانتماء التنظيمي أعمق من مفهوم الرضا عن العمل، وقد يكون الفرد راضياً عن عمله ولكنه يكره المنظمة التي يعمل فيها ويرغب في ممارسة العمل نفسه في منظمة أخرى والعكس صحيح. (الحريري ، 2015، ص 103).

إن إيجاد بيئة عمل مناسبة مع تقديم الحوافز المادية والمعنوية، وتطبيق مبادئ الإدارة الحديثة كل ذلك يسهم في زيادة شعور الموظف بانتمائه إلى شركته أو مؤسسته التي يعمل فيها، حيث يأتي هنا الدور الأكبر للمديرين في تقديم المحفزات مع الاعتراف بما حققوه من إنجازات، إضافة إلى استخدام السلوك الداعم للمرؤوسين، وإقامة علاقات ودية وصادقة معهم، وحسن السيطرة على المواقف المختلفة التي يمر بها كلاهما.

تعددت مفاهيم الانتماء التنظيمي وتنوعت وقد اتفق الباحثون على مفاهيم الانتماء التي يمكن أن تندرج تحت ثلاث مداخل، ويلاحظ الباحث أن هذه المفاهيم ذات علاقة وثيقة بالأهداف والأنشطة والأدوار التي تؤديها العلاقات العامة في أي مؤسسة، ومساعدتها لاستدامة التوافق والتفاهم بين المنظمة وجمهورها بشقيه الداخلي والخارجي والمداخل هي:

1. مدخل التبادل:

ويعتمد على مفهوم الانتماء التنظيمي الذي قدمه "بيكر Piker" 1960 والذي أوضح أن الانتماء التنظيمي يعكس ارتباط الفرد بالمنظمة؛ وعدم رغبته في تركها نتيجة لوجود منافع أو فوائد "Side bets" سيفقدها إذا ترك المنظمة، ولا تقتصر هذه المنافع والفوائد على الناحية

المادية فقط؛ بل تمتد لتشمل الناحية المعنوية أيضاً مثل: مركز الشخص في المنظمة أو الصداقات التي كونها.

2. المدخل النفسي:

ويعتمد هذا المدخل على مفهوم الانتماء التنظيمي الذي قدمه "بورتر porter" وزملائه ووفقاً لهذا المدخل فإن الانتماء التنظيمي يمكن وصفه من خلال ثلاثة عناصر:

أ. قبول القيم وأهداف المنظمة.

ب. رغبة الفرد من بذل جهود غير عادية لصالح المنظمة.

ت. رغبة الفرد في الحفاظ على عضوية المنظمة.

3. المدخل المشترك:

ويشمل عدة أبعاد أولها الانتماء الاستمراري الذي يعكس "ميل الفرد للاستمرار في العمل في المنظمة بسبب الخسائر التي سيتحملها إذا ترك المنظمة"، والانتماء العاطفي الذي يعكس "ارتباط الفرد وتوافقه واحتوائه مع المنظمة التي يعمل بها" ويتفق هذا المفهوم مع المدخل النفسي، بجانب الانتماء المعياري الذي يعكس "تعهد الفرد الأدبي بالبقاء في المنظمة بسبب القيم التي يعتنقها الفرد" وتتبع هذه القيم من مصدرين:

أ. أولها القيم التي يعتنقها الفرد قبل التحاقه بالمنظمة من الأسرة والثقافة الاجتماعية.

ب. وثانيها القيم التي يكتسبها الفرد بعد التحاقه بالمنظمة والناجئة عن التطبيع

التنظيمي. (الحريري، 2015، ص 106).

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

- ❖ ويشتمل هذا الفصل على النقاط التالية:
- ❖ أولاً: نبذة عن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
- ❖ ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
- ❖ ثالثاً: عرض وتفسير بيانات الدراسة الميدانية
- ❖ رابعاً: الخاتمة وتشتمل على:-
 - نتائج الدراسة
 - التوصيات
 - المصادر والمراجع

أولاً: نبذة عن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

مرّت جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا منذ تأسيسها وحتى يومنا هذا بمراحل عديدة؛ بدأت بمدرسة الخرطوم الفنية، إذ يرجع تأسيس جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا عميقاً في تاريخ السودان الحديث في محطات تطور التعليم بالسودان عبر مدرسة الخرطوم الفنية، ومدرسة التجارة 1902م مروراً بمدرسة الأشعة 1932م ومدرسة الفنون 1946م ومعهد الخرطوم الفني 1950م ومعهد شمبات الزراعي 1954م ومعهد الموسيقى والمسرح والمعهد العالي للتربية الرياضية للمعلمين والمعلم الكبير، ثم تأسيس معهد الكليات التكنولوجية عام 1975م ليكون من هذه المؤسسات الفريدة أكبر مؤسسة للتعليم التقني في السودان؛ وتم ترفيعه إلى جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا في العام 1990م؛ إيداناً بانطلاق الطاقات التي وصلت بالجامعة خلال عقد ونصف لعشرة أضعاف من حيث البرامج الدراسية وأعداد الطلاب، بالإضافة إلى علاقات ثقافية وصلات علمية بالعديد من المؤسسات خارج السودان وتشارك بفعالية في النشاطات العلمية العالمية، مما أكسبها المكانة العالمية المرموقة والاعتراف العالمي. (الموقع الإلكتروني لجامعة السودان، 2020).

تضم جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 24 كلية تقدم برامج على مستويات الدراسات العليا (الدكتوراه والماجستير والدبلوم العالي)، والدراسات على مستوى البكالوريوس والدبلوم التقني كما تقدم برامج التدريب، والدراسات المستمرة.

كما تضم الجامعة 6 عمادات وأربعة معاهد، بجانب عدد من المراكز و 4 حاضنات، ويمتد عطاء الجامعة العلمي والأكاديمي في مستويات الدراسات العليا والدراسات الجامعية والدبلوم الوسيط إلى ولايات السودان وخارج البلاد، حيث أنشأت الجامعة المعهد البيطري في الصومال، حيث المعهد البيطري وإلى السعودية والإمارات ودولة جنوب السودان. (كُتَيْب جامعة السودان، 2018م، ص 3).

يمتاز خريج جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا عبر مراحل تطورها بامتلاكه لخاصية المعرفة العلمية، بجانب امتلاكه لمهارة استخدام المعارف التطبيقية مما جعله مرغوباً ومفضلاً في سوق العمل، وقد حافظت الجامعة على هذه الميزة عبر تقاليدھا التعليمية ومكونات برامجها وبامتلاكها لأحدث المعامل والورش والأطر التقنية وتدريبها لأعضاء هيئة التدريس وتفاعلها الدائم مع المجتمع. تقدم الجامعة برامجها عبر الطرق التقليدية وعن طريق الانتساب كما تطرح بعض البرامج مستعينة بوسائط التعليم الإلكتروني، وتمتلك الجامعة أحدث الشبكات وأجهزة الحاسوب بالمنطقة.

تتنوع التخصصات بالجامعة من التخصصات الراسخة في الهندسة والتجارة والزراعة والبيطرة والتربية والعلوم واللغات. إلى التخصصية كما في الأشعة والمختبرات الطبية وتكنولوجيا المياه والنفط والغابات، كما تزدان بالتخصصات الإبداعية مثل: الفنون والموسيقى والدراما والتربية الرياضية. وتوجت الجامعة نتاجها العلمي بإضافة التخصصات الحديثة مثل: الحاسوب وعلوم الاتصال، وتضم الجامعة العديد من المعاهد والمراكز البحثية التي ترعي ارتباط الجامعة بالمجتمع مثل: مركز الحاسوب، ومركز ثقافة السلام، ومعهد تنمية المرأة والطفل، ومعهد الليزر، ومركز التعليم عن بُعد، ومركز الطيران، وإذاعة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

وتضم الجامعة الكليات التالية:-

- 1- كلية الدراسات العليا.
- 2- كلية الهندسة.
- 3- كلية هندسة وتكنولوجيا النفط.
- 4- كلية هندسة المياه والبيئة.
- 5- كلية العمارة والتخطيط.
- 6- كلية هندسة وتكنولوجيا الصناعات.

- 7- كلية العلوم.
 - 8- كلية علوم الحاسوب وتقانة المعلومات.
 - 9- كلية الدراسات الزراعية.
 - 10- كلية علوم الغابات والمراعي.
 - 11- كلية الطب البيطري.
 - 12- كلية علوم تكنولوجيا الإنتاج الحيواني.
 - 13- كلية الطب.
 - 14- كلية الصيدلة.
 - 15- كلية علوم الأشعة الطبية.
 - 16- كلية علوم المختبرات الطبية.
 - 17- كلية الدراسات التجارية.
 - 18- كلية الفنون الجميلة والتطبيقية.
 - 19- كلية الموسيقى والدراما.
 - 20- كلية التربية البدنية والرياضية.
 - 21- كلية التربية.
 - 22- كلية اللغات.
 - 23- كلية علوم الاتصال.
 - 24- كلية التكنولوجيا.
- أما العمادات التابعة للجامعة فهي:-

- 1- عمادة البحث العلمي.
- 2- عمادة شؤون المكتبات.
- 3- عمادة التعليم عن بُعد.

4- عمادة التطوير والجودة.

5- عمادة شؤون الطلاب.

6- عمادة القبول والتسجيل.

وتضم الجامعة عدة معاهد تقدم برامج الدراسات العليا والدبلوم فوق الجامعي في مجموعة من التخصصات والمعاهد هي:-

1- معهد الليزر.

2- معهد العلوم والبحوث الإسلامية.

3- معهد تنمية الأسرة والمجتمع.

4- معهد دراسات وثقافة السلام.

كما تضم الجامعة مراكز متخصصة وحاضنات تتولى القيام بالدراسات والأنشطة التدريبية والمراكز هي:-

1- مركز الحاسوب.

2- مركز دراسات وتنمية الرُّحل في السودان.

3- مركز بحوث الحشائش.

والحاضنات هي:-

1- حاضنة الصناعات الأسمنتية.

2- حاضنة الإنتاج الحيواني.

3- حاضنة الصناعات الجلدية.

4- حاضنة التصميم الصناعي (أثاث).

تمضى الجامعة في تطور مستمر تحديثاً وتوسعاً في برامجها بخطى ثابتة وراسخة نحو تحقيق أهدافها وبلوغ رسالتها في نشر المعرفة وخدمة المجتمع وإعداد

الأطر المتخصصة والمساعدة المؤهلة تأهيلاً جيداً. (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2020م)

تتلخص رؤية جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا في أن تصبح منارة للتعليم التكنولوجي وتصير من أرفع المراكز العالمية المميّزة التي تقدم تعليماً جامعياً وفوق الجامعي من الدرجة الأولى، ورائدة في مجال البحث العلمي والأساسي والتطبيقي وملتزمة بخدمة المجتمع. وتهدف الجامعة إلى تحقيق تلك الغايات من خلال تحصيل العلم وتدريبه وتطوير مناهجه ونشره على الأمة، بجانب تأكيد هوية الأمة وتأصيلها من خلال المناهج وتطبيقها، بالإضافة إلى تأهيل الطلاب ومنحهم الإجازات العلمية، وإجراء البحوث العلمية والتطبيقية المرتبطة بحاجات المجتمع، وابتكار التقنية وتوظيفها لخدمة المجتمع السوداني، والسعي لتحقيق متطلبات خطط التنمية القومية. (كُتيب جامعة السودان، 2018م، ص 4).

وفقاً لنظم ولوائح الجامعة؛ تعمل أمانة الشؤون العلمية على متابعة تطوير وتجويد الأداء الأكاديمي بكليات الجامعة ووحداتها الأكاديمية الأخرى، من حيث المحافظة على تميّز نوعية الطلاب المقبولين بها، والمساهمة في إعداد وتطبيق مناهج أكاديمية متطورة تحقق المخرجات المرجوة منها، وبالعامل على منحهم الإجازات العلمية عند تخرجهم، وباعتماد الشهادات الممنوحة لهم. وكل ذلك يتم من خلال مجالس الأقسام ومجالس الكليات ومجلس الأساتذة ولجانه المختلفة.

وتقوم أمانة الشؤون العلمية بتنفيذ خطط الجامعة لتدريب وتأهيل أعضاء هيئة التدريس أكاديمياً داخل القُطر وخارجه، وتدريب التقنيين داخلياً وخارجياً، وذلك بإشراف لجنة التدريب المركزية. وتقوم أيضاً بتدريب وتأهيل الموظفين وبقية العاملين عبر لجنة تدريب العاملين غير أعضاء هيئة التدريس. (كُتيب جامعة السودان، 2018م، ص 4).

أما عمادة البحث العلمي؛ فتضطلع بعدة مهام تشمل تشجيع أعضاء هيئة التدريس حديثي التخرج على المشاركة في مشاريع الأبحاث، وإعداد الخطة الإستراتيجية للبحث العلمي بالجامعة وتحكيمها، واعتماد تقاريرها الفنية والمالية، وتسجيل براءات الاختراع للأساتذة بالجامعة، والنشر العلمي في أكثر من 10 مجلات علمية محكمة في مختلف التخصصات تتبع للعمادة.

وتقوم عمادة شؤون المكتبات والمعلومات بمهام عديدة من أهمها؛ إرشاد المستفيدين من الأساتذة والطلاب لمجموعة الكتب الموجودة ومصادرنا بشقيها التقليدي والرقمي. (كُتيب جامعة السودان، 2018م، ص 12).

وتتمتع جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بعلاقات تعاون مشترك مع العديد من المؤسسات المحلية والجامعات المحلية والجامعات الأفريقية والعربية والآسيوية والعالمية، في كل من الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية، حيث تساهم في تبادل الطلاب والأساتذة لنقل التجارب والمعارف وإجراء البحوث المشتركة التي تدعم حركة نشر البحوث. (كُتيب جامعة السودان، 2018م، ص 15).

الجامعة في أرقام

جدول رقم (3): كليات الجامعة وفروعها

24	الكليات
6	العمادات
8	المعاهد والمراكز
4	الحاضنات

المصدر: (كُتيب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2018م، ص 17).

جدول رقم (4): برامج الدراسات العليا بالجامعة

العدد	البرنامج
2,613	الدكتوراه

8,216	الماجستير
199	الدبلوم فوق الجامعي
11,028	المجموع

المصدر: (كُتِيب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2018م، ص 18).

جدول رقم (5): أعداد طلاب الدراسات الجامعية

العدد	البرنامج
36,040	البكالوريوس
3,105	الانتساب
27,857	الدبلوم
67,002	المجموع

المصدر: (كُتِيب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2018م، ص 18).

جدول رقم (6): أعداد أعضاء هيئة التدريس ومساعدى التدريس بجامعة السودان للعلوم

والتكنولوجيا في العامين 2015م - و 2018م وفقاً للدرجة الوظيفية

2018	2015	الدرجة العلمية
98	85	أستاذ
207	210	أستاذ مشارك
426	410	أستاذ مساعد
496	543	محاضر
114	170	مساعد تدريس
1,341	1,418	المجموع

المصدر: (كُتِيب جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2018م، ص 17)

- (وزارة التعليم العالي، 2016م، ص 63)

جدول رقم (7): يوضح تسرب أعضاء هيئة التدريس من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
للعام 2016م

المجموع	مساعد تدريس		محاضر		أستاذ مساعد		أستاذ مشارك		أستاذ	
	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور
63	6	1	9	4	8	15	1	11	1	7

المصدر: (وزارة التعليم العالي، 2016، ص 67)

الهيكل الإداري لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

الهيكل الإدارية للجامعة:-

أ. مجلس الجامعة.

ب. مدير الجامعة.

ت. مجلس العمداء (مجلس استشاري للمدير).

إدارة الكليات تتكون من:-

أ. مجلس الكلية.

ب. عميد الكلية.

إدارة أقسام الكليات تتكون من:-

أ. مجلس القسم.

ب. رئيس القسم.

هيئة التدريس:-

تتألف الهيئة من:

أ. الأساتذة.

ب. الأساتذة المشاركين.

ت. الأساتذة المساعدين.

ث. المحاضرون.

يتم إختيار أعضاء هيئة التدريس بالتعيين أو الإنتداب، ويعاونهم عند الحاجة منتدبون من الجامعات المحلية وأساتذة زائرون وكبار محاضرين، ومحاضرون أوائل، وكبار مدرسين، ومساعدو مدرسين، ومساعدو تدريس وتقنيون. (وثائق إدارة العلاقات العامة جامعة السودان، 2020).

نُبذة تعريفية عن إدارة العلاقات العامة والإعلام بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

تُعرّف العلاقات العامة بأنها ما تقوم به المنشأة، من أجل خلق علاقات جيدة وطنية وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتظهر نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه والغرض الواضح للعلاقات العامة هو التأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، حتى تكوّن لديه فكره صحيحة عن المؤسسة ومنتجاتها. كما إنّها تعتبر الجهد المخطط والمقصود لإيجاد التفاهم والثقة والمحافظة على هذا التفاهم المتبادل بين المنشأة والجمهور.

خطة العلاقات العامة تتألف من أشكال مختلفة من الإعلان تعمل معاً من أجل أفضل دعاية للمنشأة. ويعتبر وضع خطة للعلاقات العامة ومراجعتها وتحديثها باستمرار عاملاً مساعداً في وضع جميع الأدوات اللازمة معاً لتحقيق الأهداف. (وثائق إدارة العلاقات العامة جامعة السودان، 2020).

نبذة تاريخية :-

أنشئ قسم العلاقات العامة في العام 1981م كمكتب صغير وبموظف واحد تابع للإدارة التنفيذية لمكتب مدير معهد الكليات التكنولوجية (وقتها). ثم تطور المكتب ليصبح قسماً بعد أن أنشئت جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا في العام 1990م ليضم عدداً من الأفراد ، وأزدادت مهامه إتساعاً فأصبح القسم يقوم بأعمال المراسم، وتوثيق أنشطة الجامعة المختلفة والرصد اليومي لمحتويات وسائل الإعلام، بجانب القيام بتغطية أنشطة الجامعة وعكسها إعلامياً، وتنظيم الرحلات الترفيهية لأسرة الجامعة، وإقامة الاحتفالات والمناسبات الدينية، بالإضافة إلى تنظيم المؤتمرات واللقاءات الصحفية، والمشاركة الفعالة في عكس أنشطة الجامعة على موقعها الإلكتروني، وإصدار نشرة اجتماعية والمشاركة في تحرير صحيفة التكنولوجيا. وتقع مكاتب إدارة العلاقات العامة برئاسة الجامعة بالمقرن (الجناح الغربي)، وتتبع إدارياً لمدير الجامعة.

ويتكون الهيكل الحالي للعلاقات العامة بالجامعة من ثلاثة أقسام هي:

1. قسم الاتصال والإعلام (Communication & Media Section).

2. قسم المراسم (Credentials Section).

3. قسم المطبوعات والإعلان (Publications & Advertising Section).

الرؤية: أن تكون من أميز إدارات العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي الإقليمية.

الرسالة: الالتزام بتحسين الصورة الذهنية للجامعة والمحافظة عليها.

الأهداف:

1. تقديم خدمات إعلامية متميزة للجامعة.

2. القيام بالأعمال المراسمية المتعلقة بانشطة الجامعة.

3. توثيق الصلة بين الجامعة والمجتمع.

القيم: الصدق ، الشفافية ، التميز والموضوعية .

الجمهور المستهدف :

إنّ مصطلح (جمهور جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا) يتكون من الشرائح الآتية:-

1. جمهور داخلي ويتكون من مجلس الجامعة، الإدارة، أساتذة الجامعة، الموظفين والعمال، بالإضافة إلى الطلاب وخريجي الجامعة.

2. جمهور خارجي ويتكون من الجهاز التشريعي في الدولة، مجلس الوزراء، وسائل الإعلام، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، المجلس القومي للتعليم العالي، الجامعات السودانية والعربية، المدارس الثانوية النموذجية والمدارس المتميزة، الجهات المخدّمة للخريجين (من القطاعين العام والخاص)، المنظمات الدولية والإقليمية الممولة لأنشطة التعليمية والبحثية.

وهي جماهير تدخل في صميم اهتمام الجامعة وفقاً لتعريف جمعية العلاقات العامة البريطانية التي تذهب إلى أن العلاقات العامة هي "الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى بناء وتعزيز التفاهم المتبادل بين منشأة وجمهورها". (وثائق إدارة العلاقات العامة جامعة السودان، 2020).

مهام مكونات الهيكل :

مهام مدير إدارة العلاقات العامة :-

1. التخطيط لأنشطة العلاقات العامة بالجامعة.

2. الإشراف على أداء أقسام الإدارة.

3. متابعة تنفيذ مهام الأقسام.

4. أية مهام تكلفه بها إدارة الجامعة.

الميزانية : ليس للإدارة ميزانية محددة.

مهام إدارة العلاقات العامة والإعلام:-

تقوم بالمهام التالية :-

1- وضع الخطط لأنشطة العلاقات العامة بالجامعة.

2- الإشراف على أداء العاملين في القسم.

3- إعداد تقرير الأداء الدوري.

مهام أقسام إدارة العلاقات العامة:-

1- قسم الاتصال والإعلام :-

1. تغطية أنشطة الجامعة ونشرها وبنها بالوسائل الإعلامية.

2. تحرير ونشر الأخبار بصفحة الجامعة .

3. إعداد وتحرير إصدارات الجامعة الإعلامية.

4. رصد اتجاهات الرأي لدى الجمهور الداخلي والخارجي للجامعة .

5. الرصد اليومي لوسائل الإعلام السودانية ومعالجة المواد السالبة المنشورة عن الجامعة.

6. توثيق أنشطة الجامعة وأحداثها وبناء إرشيف إعلامي .

7. الإشراف على إعداد الأفلام الوثائقية والتسجيلية .

8. تنسيق زيارات طلاب المدارس الثانوية والجامعات الأخرى للجامعة.

9. ربط الإعلاميين بإحداث الجامعة المختلفة .

10. أية مهام أخرى لها صلة بالإعلام بتكليف من إدارة الجامعة.

2- مهام قسم المراسم :-

1. استقبال الوفود الرسمية وضيوف الجامعة .

2. الإشراف على إعداد مؤتمرات الجامعة .

3. تنفيذ إجراءات سفر إدارة منسوبي الجامعة (استخراج الأوراق الثبوتية وغيرها).

4. القيام بإجراءات الأساتذة الأجانب المتعاقدين مع الجامعة .

5. تنظيم الرحلات الترفيهية .

6. الإشراف على الأعمال المراسمية في احتفالات الجامعة .

7. أية أعمال أخرى لها صلة بالمراسم بتكليف من إدارة الجامعة.

8. إبرام اتفاقيات مع بعض الفنادق والأماكن السياحية والترفيهية.

9. عكس الصورة الذهنية الطبية للجامعة أثناء العمل المراسمي.

10. تنسيق زيارات مدير الجامعة للمسؤولين والمؤسسات العامة.

3- مهام قسم الإعلان والمطبوعات :-

1. الإشراف على مطبوعات الجامعة الإعلامية. (المطبقات – المفكرات –

الملفات الرسمية – كروت المعايدة – كروت الدعوة – وكروت الزيارة).

2. تصميم ونشر إعلانات الجامعة المختلفة. (الصحف – الراديو – التلفزيون - اللافتات).

3. الإشراف الفني على مطبوعات الجامعة الأخرى من خلال مكتب تصميم موحد.

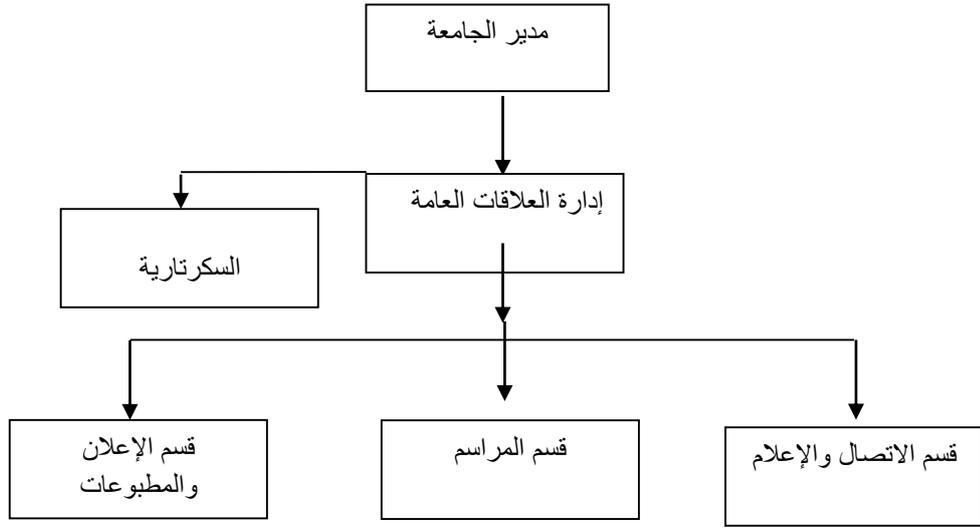
(وثائق إدارة العلاقات العامة جامعة السودان، 2020).

جدول رقم (8) يوضح أعداد ودرجات القوى العاملة بإدارة العلاقات العامة:

الدرجة الوظيفية	العدد
أستاذ مساعد	1
الدرجة الأولى	1
الخامسة	4
السابعة	1
الثامنة	1
التاسعة	1
العاشرة	1
الرابعة عشر	2
خدمة وطنية	2
عمال	4

المصدر: وثائق إدارة العلاقات العامة جامعة السودان

شكل رقم (6) يوضح الهيكل الوظيفي لإدارة العلاقات العامة :



المصدر: وثائق إدارة العلاقات العامة جامعة السودان

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

يشمل مجتمع هذا البحث على عينة تمثل فئات العاملين في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بشقيهم الأكاديمي والإداري، بدءاً بالقيادات العليا للجامعة، والأساتذة بمختلف درجاتهم العلمية، ومروراً برؤساء الإدارات والأقسام والوحدات التابعة للجامعة من كليات ومعاهد ومراكز وغيرها، بالإضافة إلى الموظفين والتقنيين الذين يعملون بتلك الوحدات والعمال الذين يقومون بأعباء وظيفية مساعدة. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في إجراء هذه الدراسة، واختار الباحث العينة الحصصية لإخضاع جزء من مجتمع البحث الأصلي للدراسة بحيث يغطي تنوع الفئات المذكورة سلفاً، وقام الباحث بتوزيع الاستبانة بنفسه على 135 من المبحوثين برئاسة الجامعة ووحداتها المختلفة، وممن شملتهم الاستبانة على سبيل المثال لا الحصر أمين الشؤون العلمية، وعميدة البحث العلمي، ومجموعة من عمداء الكليات، حيث تمت الإجابة على 93 استمارة بشكل كامل وتمثل البقية الاستثمارات غير الصالحة للتحليل (درجة عدم الاستجابة)، وتم حساب العينة باستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة والتي تسمح بإعطاء فرصة إختيار متساوي لجميع أفراد المجتمع.

وقام الباحث بتدعيم الاستبانة بمقابلة مع كبير المستشارين بالإدارة القانونية لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ومستشارة أخرى من العاملين بالإدارة القانونية، حيث تعرّف الباحث على الرؤية القانونية لحل المشكلات الإدارية بين إدارة الجامعة ومنسوبيها، كما تعرّف على المظالم التي تمت إحالتها إلى محكمة العمل للفصل فيها.

الاستبانة التي صممها الباحث أجزت بواسطة الأساتذة المتخصصين في المجال، بعد إجراء التعديلات اللازمة، وتحتوي الاستبانة على خمسة محاور أساسية تتضمن أسئلة مغلقة في مقدمتها محور البيانات الأساسية لأفراد عينة البحث، ثم محور عن أنشطة العلاقات العامة ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي، بجانب محور

خاص بدراسة بيئة العمل، ومحور مرتبط بالنمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي، ثم محور عن حالة الرضا لدى العاملين، واحتوت الاستبانة على محور أخير للأسئلة المفتوحة التي أتاحت للمبحوثين حرية الاختيار دون قيود. وراعى الباحث وضع أسئلة بسيطة واضحة الدلالات والمعاني تحقق أهداف الدراسة.

جدول رقم (9) يوضح الأساتذة الذين قاموا بتحكيم استمارة الاستبيان:

الاسم	الصفة	العنوان
د. ياسر بابكر علي	عميد كلية علوم الاتصال	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
د. الدسوقي الشيخ الأصم	رئيس قسم الصحافة	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
د. نهى حسب الرسول أحمد	عميد كلية علوم الاتصال السابق	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

ثالثاً: عرض وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

في هذا الجزء يركز الباحث على استخلاص نتائج البحث من عينة الدراسة، وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "Statistical Package for Social Sciences (SPSS)" المناسبة والتي تتمثل في (النسب المئوية، الجداول التكرارية، الرسوم البيانية، المنوال وإختبار مربع كاي) حسب طبيعة البيانات التي تم جمعها.

جدول رقم (10) : يوضح الصدق والثبات

الثبات	الصدق	المحور
0.941	0.886	المحور الثاني
0.885	0.783	المحور الثالث
0.359	0.129	المحور الرابع
0.367	0.135	المحور الخامس
0.910	0.824	الأداة الكلي

لمعرفة الإتساق الداخلي لعبارات الاستبيان، تم استخدام الإختبار الإحصائي (Alpha) وتعتبر القيمة مقبولة إحصائياً إذا كانت (0.6) ، وتتراوح قيمة الإختبار ما بين (صفر - 1) وكانت قيمة الإختبار لعبارات الاستبيان الكلي وكل محور على حده كما يلي :-

من خلال نتائج التحليل للصدق والثبات يلاحظ أن القيمة الإجمالية بلغت 0.824

يلاحظ أن هناك اتساقاً عالياً جداً لعبارات المحور كما كانت القيمة الإجمالية (0.824) وهي قيمة عالية مما يدل ذلك على اتساق عالي لعبارات الاستبيان للدراسة، خاصة بعد عملية تحكيم الاستبيان بواسطة المشرف وعرضه لأستاذ آخر

في مجال الإحصاء، وهذا ما يعرف بالصدق المحتوي (أي أن تُعرض الاستبانة على شخص متخصص في مجال البحث)، وعرضها لمتخصص الإحصاء (يسمى بالصدق الظاهري).

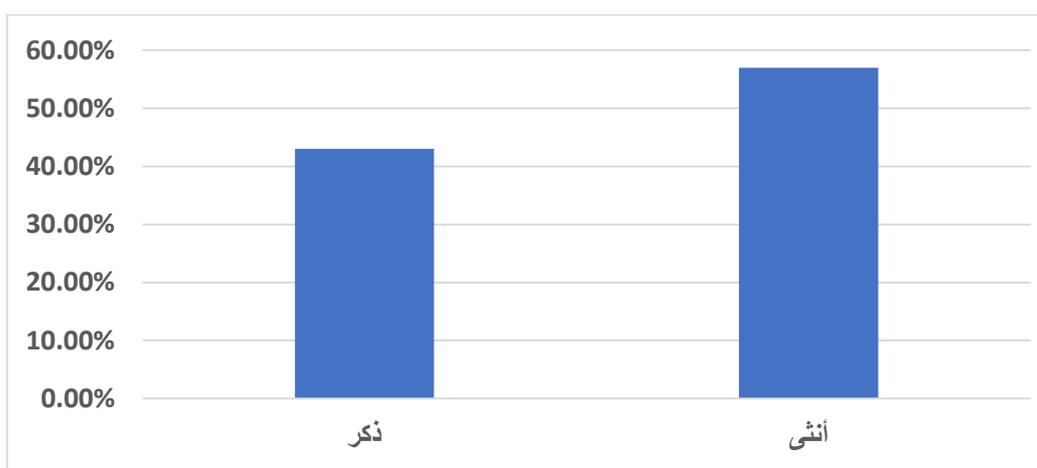
جدول رقم (11) : التوزيع التكراري لمتغير النوع

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
43.0%	40	ذكر
57.0%	53	أنثى
100.0	93	المجموع

من خلال نتائج التحليل الإحصائي بالجدول أعلاه، يظهر أن نسبة 57.0 % من أفراد العينة من الإناث و 43.0 % من أفراد العينة من الذكور، كما هو موضح بالشكل أدناه.

وهذا دليل على تفوق الإناث باعتبارهن الأكثر استقراراً في العمل بالجامعة على خلاف الذكور، كما تفيد النتائج بأن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا لا تضع نوع الجنس كعنصر أو ميزة تفضيلية لتولي المناصب الإدارية والفنية أو الالتحاق بهيئة التدريس بمؤسسات الجامعة المختلفة.

شكل رقم (7) : يوضح التوزيع التكراري لمتغير النوع



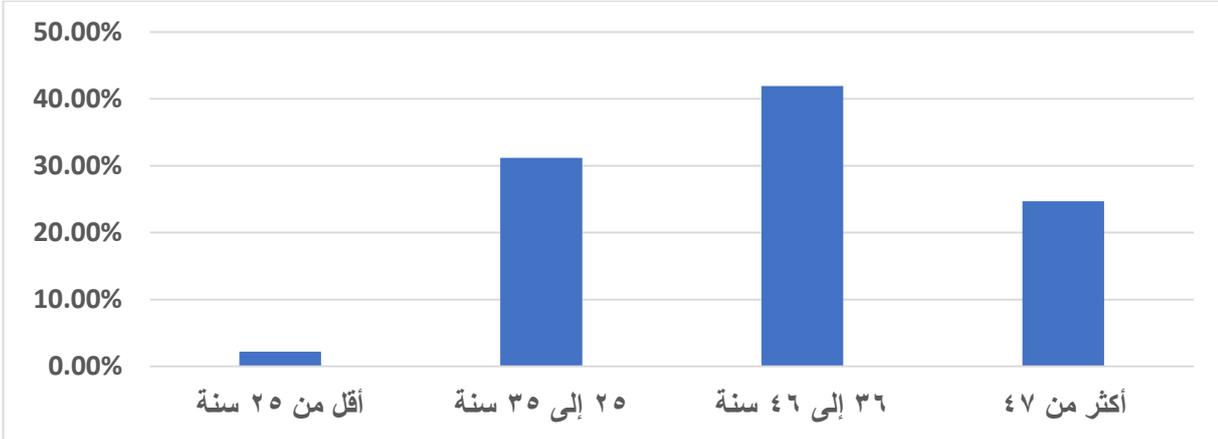
جدول رقم (12) : التوزيع التكراري النسبي لمتغير العمر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
2.2%	2	أقل من 25 سنة
31.2%	29	25 إلى 35 سنة
41.9%	39	36 إلى 46 سنة
24.7%	23	أكثر من 47
100.0	93	المجموع

من خلال النتائج أعلاه، يلاحظ أن أعلى فئة عمرية من أفراد العينة هي فئة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم ما بين 36 إلى 46 سنة، حيث بلغت نسبتهم حوالي 41.9% ، أما أقل فئة فهي فئة الأشخاص الذين تقل أعمارهم من 25 سنة حيث بلغت نسبتهم حوالي 2.2% وكما موضح بالشكل أدناه .

وهذا يشير إلى أن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تتمتع بقوى عاملة مختلطة ما بين الشباب ذوي الخبرة الجيدة في ممارسة عملهم الأكاديمي والإداري، والكبار الذين يتمتعون بالأسبقية والخبرات المتراكمة، مع استيعاب الجامعة لأفراد جدد لشغل وظائف مداخل الخدمة ومساعدتي التدريس والتقنيين ومعاونيهم.

شكل رقم (8) : يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير العمر



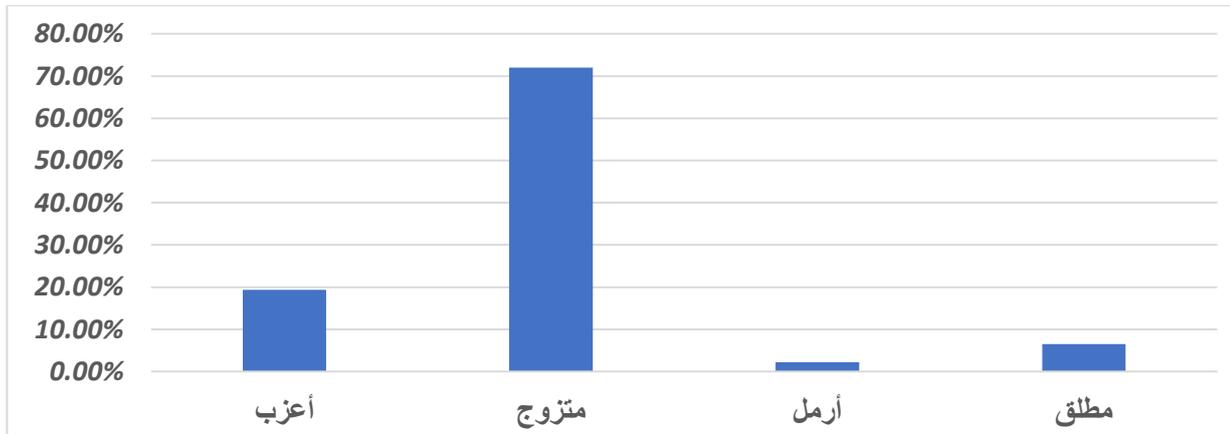
جدول رقم (13) : التوزيع التكراري النسبي لمتغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
19.4%	18	أعزب
72.0%	67	متزوج
2.2%	2	أرمل
6.5%	6	مطلق
100.0	93	المجموع

من خلال نتائج التحليل الإحصائي البارزة بالجدول أعلاه، يُلاحظ الباحث أن نسبة أفراد العينة المتزوجين يشكلون أعلى نسبة من بين المبحوثين حيث تبلغ حوالي 72.0% ، وأقل نسبة هي الأشخاص الذين هم الاجتماعية أرمل إذ بلغت حوالي 2.2% ، وكما هو موضح بالشكل أدناه.

وهذا دليل واضح على الاستقرار الاجتماعي الذي تتمتع به الغالبية العظمى من أفراد العينة، وانعكاساته الإيجابية على العمل. إضافة إلى أن النسبة التي تليها تشير إلى أفراد العينة غير المتزوجين وترمز إلى شريحة الشباب في مستقبل العمر ويشكلون أقلية مقارنة بالمتزوجين.

شكل رقم (9): يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير الحالة الاجتماعية



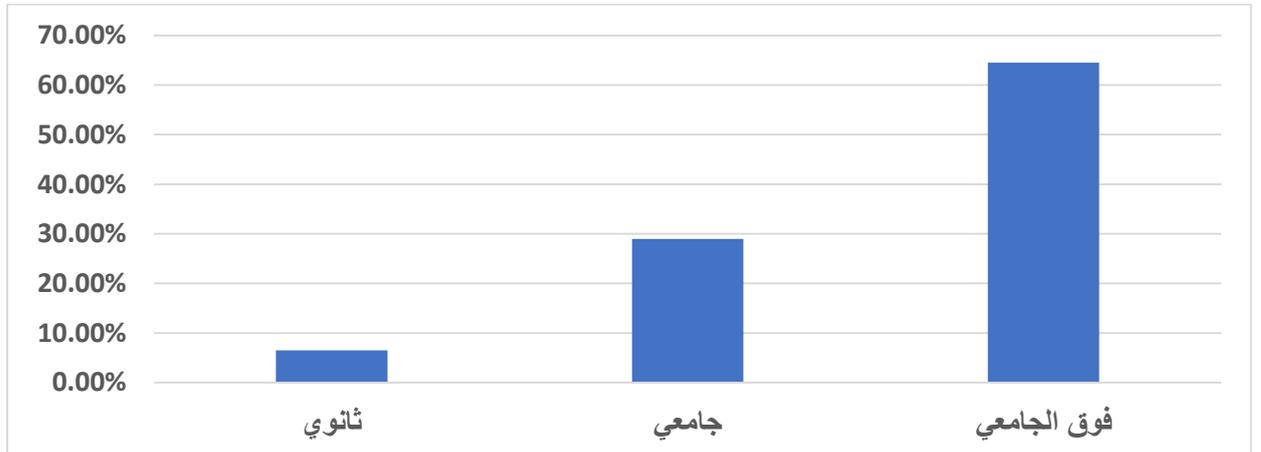
جدول رقم (14) : التوزيع التكراري النسبي لمتغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
6.5%	6	ثانوي
29.0%	27	جامعي
64.5%	60	فوق الجامعي
100.0	93	المجموع

تُظهر نتائج التحليل الإحصائي بالجدول أعلاه، أن نسبة الأشخاص الذين مستواهم التعليمي فوق الجامعي بلغت 64.5% كأعلى نسبة وسط أفراد العينة، مقارنة بنسبة 6.5% التي تمثل الأشخاص أصحاب المستوى التعليمي الثانوي، وكما موضح بالجدول فإن الحاصلين على مستوى تعليمي جامعي يمثلون نسبة 29.0% من أفراد العينة، وهو ما يفيد بأن 93.5% من أفراد العينة حصلوا على مؤهلا جامعية وفوق الجامعية مثلما هو موضح في الشكل أدناه.

تعكس بيانات المستوى التعليمي لأفراد العينة أهتمام إدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بتأهيل منسوبيها، كما تعكس في الوقت نفسه رغبة العاملين في حصد المعارف والترقي في سلم التأهيل، وتدلل هذه النتائج على ارتفاع طموحات العاملين بالجامعة وتطلعهم إلى مستويات أكاديمية وإدارية عالية جداً.

شكل رقم (10): يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير المستوى التعليمي

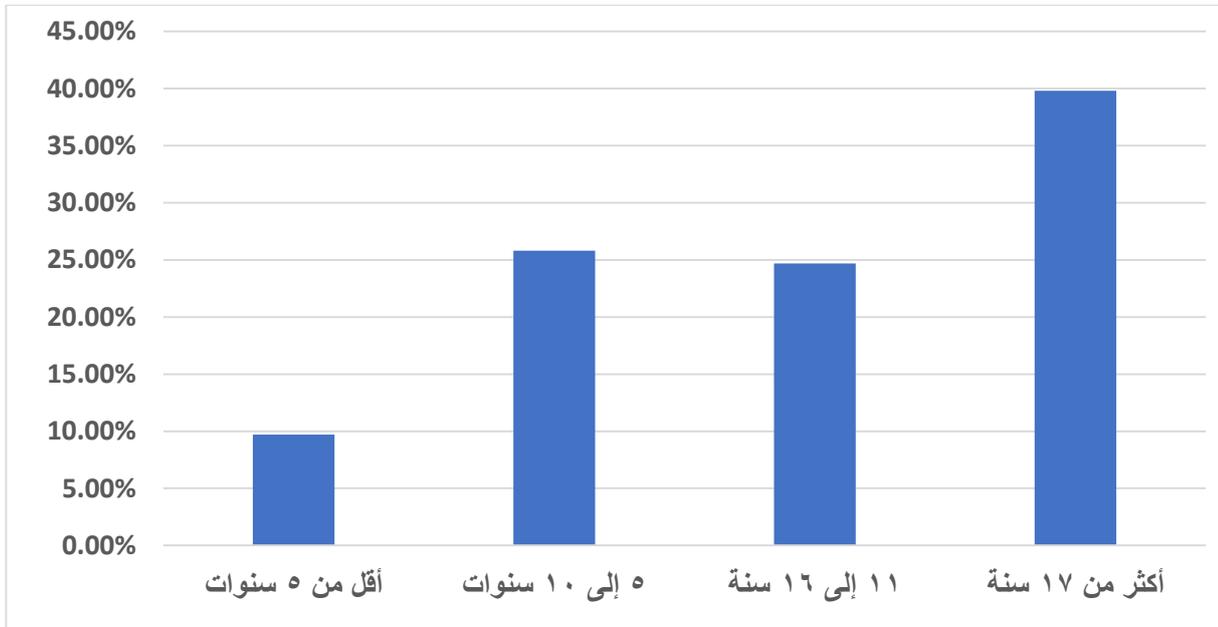


جدول رقم (15) : التوزيع التكراري النسبي لمتغير سنوات الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
9.7%	9	أقل من 5 سنوات
25.8%	24	5 إلى 10 سنوات
24.7%	23	11 إلى 16 سنة
39.8%	37	أكثر من 17 سنة
100.0	93	المجموع

يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي بالجدول أعلاه ، أن أكثر أفراد عينة البحث من الأشخاص الذين تتجاوز خبرتهم العملية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا فترة 17 سنة حيث بلغت نسبتهم حوالي 39.8% ، مقارنة بنسبة 9.7% للأشخاص الذين تقل سنوات خبرتهم من 5 سنوات ، كما هو موضح بالشكل أدناه . وتُظهر هذه النسب حقيقة مهمة للغاية، وهي أن هذه الدراسة أصابت الفئة المستهدفة من المبحوثين، حيث تؤكد النتائج أن نسبة 90.3% من أفراد العينة يتمتعون بخبرة عملية طويلة تتراوح ما بين 5 إلى أكثر من 17 سنة، وهذا يعني أنهم خبراء ومؤهلين لتقديم إجابات تعبر عن تجارب عميقة ومعرفة راسخة بالعمل والإجراءات الإدارية بالجامعة وبطبيعة الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة.

شكل رقم (11): يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير سنوات الخبرة



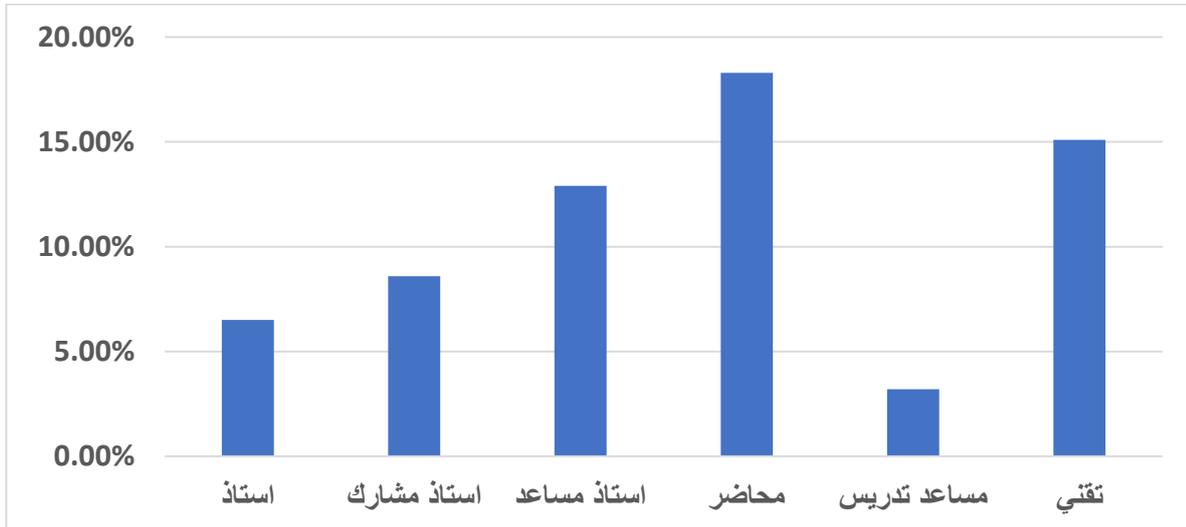
جدول رقم (16) : التوزيع التكراري النسبي لمتغير الدرجة العلمية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أستاذ	6	6.5%
أستاذ مشارك	8	8.6%
أستاذ مساعد	12	12.9%
محاضر	17	18.3%
مساعد تدريس	3	3.2%
تقني	14	15.1%
المجموع	60	64.5%

من خلال نتائج التحليل الإحصائي بالجدول أعلاه، يلاحظ أن نسبة الأشخاص الذين درجتهم العلمية محاضر تمثل أعلى نسبة من المبحوثين حيث بلغت حوالي 18.3%، أما أقل نسبة فهي 3.2% وتمثل المبحوثين الذين درجتهم العلمية "مساعد تدريس"، كما موضح بالشكل أدناه.

ويفسر ذلك بأن المحاضرون هم أكثر أعضاء هيئة التدريس عدداً من حيث الدرجة الوظيفية إذ تبلغ نسبتهم حوالي 18.3% من حصة أعضاء هيئة التدريس بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، تليهم فئة الأساتذة المساعدين بنسبة 12.9%، ثم الأساتذة المشاركون بواقع 8.6%، ثم الأساتذة بنسبة تبلغ 6.5% من مجموع أعضاء هيئة التدريس بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مقابل 3.2% لفئة مساعدي التدريس.

شكل رقم (12): يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير الدرجة العلمية



جدول رقم (17) : التوزيع التكراري النسبي لمتغير نوع الوظيفة

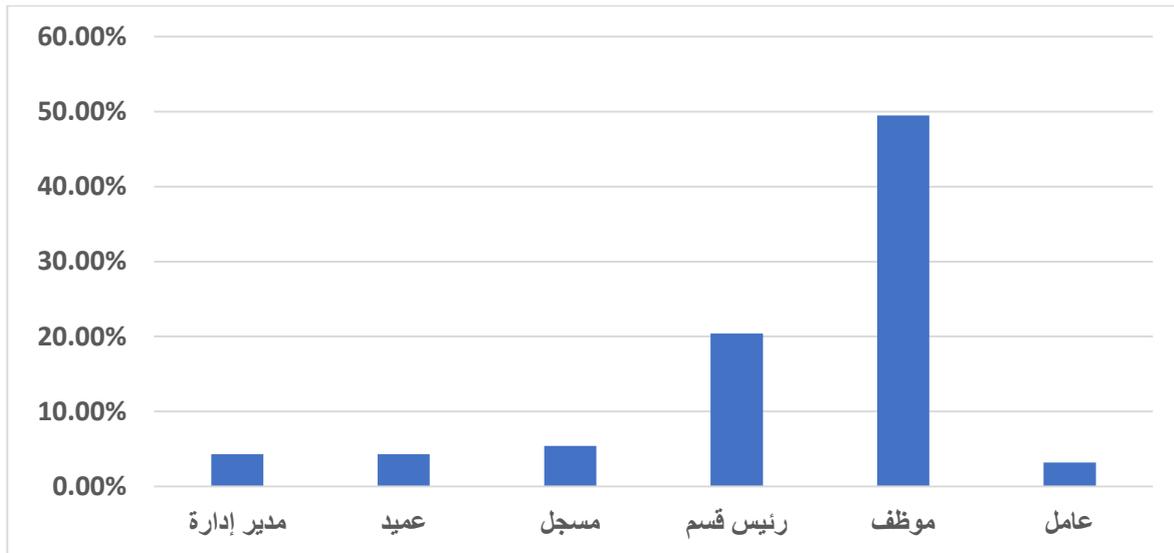
الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مدير إدارة	4	4.3%
عميد	4	4.3%
مسجل	5	5.4%
رئيس قسم	19	20.4%
موظف	46	49.5%
عامل	3	3.2%
المجموع	81	87.1%

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي بالجدول أعلاه أن نسبة الموظفين هي الأعلى وسط أفراد العينة بالنسبة لمتغير نوع الوظيفة حيث كانت حوالي 49.5% ، أما أقل نسبة فهي للذين يشغلون وظيفة عامل حيث بلغت 3.2% ، كما هو موضح بالشكل أدناه.

وهذه النتائج المتباينة تشير إلى طبيعة التنظيم الإداري بالجامعة، لأن تفوق الموظفين مقارنة بالفئات الأخرى أمر طبيعي وضروري لأنهم يتولون القيام المهام الإدارية والتنفيذية.

وتفيد نتائج تحليل الجدولين رقم (16) و (17) بأن نسبة مقدره من أعضاء هيئة التدريس بالجامعة يشغلون مهاماً إدارية ويجمعون ما بين التدريس والمناصب الإدارية، كما تعكس النتائج نفسها حصول بعض الموظفين والعاملين في إدارات الجامعة على درجات تأهيل عليا تضاهي مؤهلات أعضاء هيئة التدريس.

شكل رقم (13): يوضح التوزيع التكراري النسبي لمتغير نوع الوظيفة



جدول رقم (18) :

يوضح التوزيع التكراري لمتغير دور أنشطة إدارة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي

العبرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المنوال	اتجاه رأي الأغلبية
إدارة العلاقات العامة تعكس مطالب واحتياجات العاملين للإدارة العليا وتستمع لمشاكلهم	التكرار	5	20	16	31	21	لا أوافق
	النسبة المئوية	5.4	21.5	17.2	33.3	22.6	
أنشطة العلاقات العامة عززت الثقة والولاء والانتماء للجامعة	التكرار	6	24	16	28	19	لا أوافق
	النسبة المئوية	6.5	25.8	17.2	30.1	20.4	
يوجد تواصل مستمر بين إدارة العلاقات العامة والأساتذة والموظفين والعاملين	التكرار	6	15	23	35	14	لا أوافق
	النسبة المئوية	6.5	16.1	24.7	37.6	15.1	
تحرص إدارة العلاقات العامة على نشر السلوك الإيجابي وسط الأسرة الجامعية	التكرار	4	29	22	27	11	أوافق
	النسبة المئوية	4.3	31.2	23.7	29	11.8	
ساهمت إدارة العلاقات العامة في ربط العاملين ببعضهم عبر المناشط الاجتماعية والثقافية	التكرار	5	18	20	29	21	لا أوافق
	النسبة المئوية	5.4	19.4	21.5	31.2	22.6	
نفذت إدارة العلاقات العامة بحوث لقياس الرضا للعاملين	التكرار	5	7	24	35	22	لا أوافق
	النسبة المئوية	5.4	7.5	25.8	37.6	23.7	

من خلال نتائج التحليل الإحصائي بالجدول أعلاه، يتضح أن اتجاه رأي الأغلبية لاستجابات محور دور أنشطة إدارة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي هو "لا أوافق" لكل عبارات المحور عدا العبارة الرابعة كانت استجابتها "أوافق" ؛ وهذا إن دلّ إنما يدل على أن أنشطة إدارة العلاقات العامة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا لا تساعد في تحقيق الرضا الوظيفي.

وتشير نتائج التحليل أيضاً إلى وجود فجوة ما بين إدارة العلاقات العامة والعاملين بالجامعة، بسبب ضعف أنشطة العلاقات العامة الهادفة لتحقيق الولاء والانتماء للجامعة عبر تفعيل الأنشطة الاجتماعية والثقافية، كما أن غياب بحوث الرضا الوظيفي يشير إلى عدم اهتمام إدارة العلاقات العامة بالقيام بدورها الموجه للجمهور الداخلي وتجاهلها لقضاياهم وعدم تقديمها إلى الإدارة العليا لتعديل سياساتها تجاههم.

جدول رقم (19) :

يوضح التوزيع التكراري لمتغير بيئة العمل ودورها في الرضا الوظيفي

العبرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المنوال	اتجاه رأي الأغلبية
الأجر الذي يتقاضاه العاملون بالجامعة يتناسب مع الجهد الذي يقومون به	التكرار	1	3	1	38	50	لا أوافق بشدة
	النسبة المئوية	1.1	3.2	1.1	40.9	53.8	
بيئة العمل ملائمة للإبداع في ممارسة المهام اليومية	التكرار	2	9	18	40	24	لا أوافق
	النسبة المئوية	2.2	9.7	19.4	43	25.8	
إدارة الجامعة تهتم بمتابعة احتياجات العاملين وتبادر بمعالجتها	التكرار	6	20	16	27	24	لا أوافق
	النسبة المئوية	6.5	21.5	17.2	29	25.8	
يساعد نظام الحوافز المطبق في الجامعة على إشباع حاجات الموظفين	التكرار	2	15	11	26	39	لا أوافق بشدة
	النسبة المئوية	2.2	16.1	11.8	28	41.9	
الروح المعنوية للعاملين واتجاهاتهم نحو العمل إيجابية	التكرار	6	16	23	28	20	لا أوافق
	النسبة المئوية	6.5	17.2	24.7	30.1	21.5	
عطاء العاملين بالجامعة يرتبط بالاستقرار الوظيفي وبيئة عمل مثالية	التكرار	32	37	9	10	5	أوافق
	النسبة المئوية	34.4	39.8	9.7	10.8	5.4	

يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي بالجدول أعلاه، أن اتجاه رأي الأغلبية لاستجابات محور بيئة العمل ودورها في الرضا الوظيفي هو "لا أوفق"، وأكد 94,7% من أفراد العينة عدم موافقتهم على تناسب الأجر الذي يتقاضاه العاملون مع العمل الذي يؤديه، كما أفاد 68,8% بعدم ملائمة بيئة العمل للإبداع في ممارسة المهام اليومية، وأجمع غالبية المبحوثين أن إدارة الجامعة لا تهتم بمتابعة احتياجات العاملين، وأكدوا في الوقت نفسه أن نظام الحوافز المتبع بالجامعة لا يساعد في إشباع حاجات العاملين بالجامعة بنسبة بلغت 69,9%، ويرى 23,7% فقط من أفراد العينة أن الروح المعنوية للعاملين واتجاهاتهم نحو العمل إيجابية. في الوقت نفسه يتفق 74,2% من أفراد العينة على أن عطاء العاملين بالجامعة يرتبط بالاستقرار الوظيفي وبيئة العمل المثالية.

نستخلص من النتائج أعلاه ضرورة تهيئة بيئة العمل المناسبة بشقيها "المادي والمعنوي"، مع أهمية منح العاملين الأجر المناسب، لأن أجور العاملين هي المصدر الأساسي لإشباع أغلب متطلبات حياتهم وحاجاتهم الأساسية، والنفسية، سواء كانت غذاء أم شراب أم كساء أو مأوى أو تكوين أسرة، أو تأمين مستقبل. عوضاً عن التحفيز المقبول، من أجل الحفاظ على الروح المعنوية التي تدفع الأساتذة وغيرهم نحو المزيد من تجويد العمل. وتشير النتائج إلى ضعف بيئة العمل وعدم اهتمام إدارة الجامعة بمتابعة احتياجات العاملين، بجانب ضعف الروح المعنوية تجاه العمل بالجامعة.

ولاحظ الباحث خلال طوافه على العديد من كليات الجامعة ومراكزها ومؤسساتها المختلفة برئاسة الجامعة وفروعها، لاحظ تدهور بيئة العمل وقلة مكاتب الأساتذة والموظفين واكتظاظها، مع ضعف التهوية والإنارة وتهالك الأثاثات في بعض المكاتب، وهذا الأمر تعززه النتائج المذكورة في الجدول أعلاه.

جدول رقم (20) :

التوزيع التكراري لمتغير النمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي

العبرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المنوال	اتجاه رأي الأغلبية
العمل في الجامعة مجرد روتين يجبر على تحمله ليكسب عيشه	34	22	14	13	10	1	أوافق بشدة
	النسبة المئوية	36.6	23.7	15.1	14	10.8	
هنالك تفاهم متبادل بين إدارة الجامعة والأساتذة والموظفين والعاملين	8	23	23	31	8	4	لا أوافق
	النسبة المئوية	8.6	24.7	24.7	33.3	8.6	
الإجراءات الإدارية التي تتعلق بشؤون العاملين داخل الجامعة تسير بسهولة ويسر	6	19	14	32	22	4	لا أوافق
	النسبة المئوية	6.5	20.4	15.1	34.4	23.7	
استمرار الاسلوب الإداري المتبع يحقق رسالة الجامعة وراحة الأساتذة والموظفين والعاملين	7	8	19	37	22	4	لا أوافق
	النسبة المئوية	7.5	8.6	20.4	39.8	23.7	
توجد شكاوي ومنازعات وحالة عدم رضا عن النمط الإداري لإدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	23	32	18	10	10	2	أوافق
	النسبة المئوية	24.7	34.4	19.4	10.8	10.8	

يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي بالجدول رقم (12) أن اتجاهات أفراد العينة لمتغير النمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي سلبية، حيث وافق 60,3% من المبحوثين على أن العمل بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا مجرد روتين يجبر عليه الفرد ليكسب عيشه، ولم يوافق 24,8% منهم على ذلك، أما المحايدون فبلغت نسبتهم 15,1%. وانقسم أفراد العينة بشأن مسألة التفاهم المتبادل بين إدارة جامعة السودان والعاملين إذ رأى 33,3% من المبحوثين أن هناك تفاهم، ورفض 41,9% ذلك، وامتنع 24,7% عن الإجابة، وهذا يشير إلى أن التفاهم مسألة نسبية تختلف من فرد لآخر.

ووفقاً لنتائج التحليل فإن 58,1% من المبحوثين يعتقدون بأن الإجراءات الإدارية داخل الجامعة لا تتم بسهولة، كما أن 63,5% من المبحوثين يرون أن الأسلوب الإداري المتبع لا يحقق رسالة الجامعة ولا راحة الأساتذة وبقية العاملين. من ناحية أخرى أشار 59,1% من المبحوثين إلى وجود مشكلات إدارية وحالة عدم رضا إزاء النمط الإداري بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

وهذه النتائج برهنتها مقابلة الباحث مع إدارة الشؤون القانونية حيث كشفت مستشارة قانونية بالإدارة القانونية بجامعة السودان في مقابلة مع الباحث عن رفع 10 دعاوى قضائية للمحاكم خلال فترة الدراسة بعضها قدمها العاملين (المتعاقدين) ضد إدارة الجامعة وبعضها الآخر قدمته إدارة الجامعة ضد بعض منسوبيها، حيث ربح العاملين بعض القضايا وربحت إدارة الجامعة قضايا أخرى ولا يزال بعض تلك الدعاوى أمام محكمة العمل، ونستنتج من ذلك ضرورة تقوية الروابط بين إدارة الجامعة والعاملين وتيسير الإجراءات الإدارية، وتطوير الخارطة الإدارية بصورة عامة بما يساعد على تحقيق الرضا الوظيفي. كما أن إدارة العلاقات العامة يجب عليها القيام بمسؤوليتها في ربط العاملين بالإدارة العليا واستدامة التفاهم المشترك بين الطرفين.

وأفاد مدير إدارة الشؤون القانونية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، مولانا ربيع محمد محمد صالح في مقابلة مع الباحث أن الآلية التي تتبعها الإدارة القانونية في حل المشكلات الإدارية التي تنشأ بين الجامعة وبعض منسوبيها بأن الإدارة القانونية تقوم بصياغة فتوى قانونية (نصيحة قانونية) تبين حقوق طرفي النزاع، وإذا كان للعامل حق يكفله القانون توصي إدارة الجامعة بمنحه حقه كاملاً، وإذا لم يكن له حق تبين ذلك مقروناً بالمواد القانونية واللوائح.

جدول رقم (21) :

التوزيع التكراري لمتغير الرضا الوظيفي للعاملين في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المنوال	اتجاه رأي الأغلبية
هل تشعر بالرضا والراحة تجاه عملك في الجامعة	8	31	13	27	14	2	أوافق
	8.6	33.3	14	29	15.1		
هنالك عقبات تحول دون تحقيق الرضا التام تجاه العمل في الجامعة	29	47	3	9	5	2	أوافق
	31.2	50.5	3.2	9.7	5.4		
أفكر في اعتزال العمل والالتحاق بفرصة وظيفية أخرى أكثر راحة وفائدة	30	21	13	19	10	1	أوافق بشدة
	32.3	22.6	14	20.4	10.8		
أتمتع بالإرادة والطاقة والرغبة في الاستمرار بوظيفتي الحالية لفترة طويلة	15	20	16	28	14	4	لا أوافق
	16.1	21.5	17.2	30.1	15.1		
العدالة والإنصاف والمساواة قيم مطبقة بصورة مرضية من إدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تجاه العاملين على حدٍ سواء	3	7	20	28	35	5	لا أوافق بشدة
	3.2	7.5	21.5	30.1	37.6		

يلاحظ من خلال نتائج التحليل الإحصائي بالجدول رقم (13)، أن 33,3% من أفراد عينة البحث يشعرون بالرضا والراحة تجاه عملهم بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، بينما يشعر 8,6% من أفراد العينة بالرضا التام لأختيارهم الخيار "أوافق بشدة"، وبالمقابل فإن 29% من المبحوثين لا يشعرون بالرضا الوظيفي إزاء عملهم بالجامعة، مقارنة بنسبة 15,1% ترفض بشدة وجود الرضا الوظيفي، وبذلك تكون حصيلة الذين يوافقون على الرضا الوظيفي بـ "أوافق وبشدة وأوافق" 41,9% مقابل 44,1% للذين "لا يوافقون أو لا يوافقون بشدة"، بجانب نسبة 14% في نقطة الحياد.

وأظهرت نتائج التحليل بالجدول نفسه أن 81,7% من أفراد العينة يؤكدون وجود عقبات تحول دون تحقيق الرضا التام تجاه العمل بالجامعة، وترفض نسبة 15,1% منهم وجود تلك العقبات، كما أبرزت النتائج أن 54,9% من أفراد العينة يفكرون في اعتزال العمل بحثاً عن فرصة وظيفية أخرى أكثر فائدة، بينما لا يفكر 31,2% من المبحوثين في ذلك. وأبدى 45,2% من أفراد عينة البحث عدم رغبتهم في الاستمرار بوظائفهم الحالية لفترة طويلة، وأبدى 37,6% رغبة في ذلك.

وأبرزت النتائج أن 67,7% من أفراد العينة يجمعون على أن قيم العدالة والإنصاف والمساواة غير مطبقة بشكل مرضٍ من إدارة جامعة السودان، بينما يرى 10,7% فقط من المبحوثين أن تلك القيم مطبقة بصورة مرضية لهم.

وعلى الرغم من تقارب نسبة الاستجابة في المحور الأول للجدول، نستنتج من رأي الأغلبية أن العاملين في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا غير راضين عن عملهم، بسبب العقبات التي تواجههم، وفي مقدمتها ضعف الروح المعنوية، وغياب قيم العدالة والإنصاف والمساواة بين العاملين، وهو ما يدفع نسبة 54,9% من حصيلة المبحوثين إلى التفكير في اعتزال العمل لالتحاق بوظائف يعتقدون أنها أكثر فائدة. وعليه فإن إجراء معالجات فورية للمشكلات المذكورة يعتبر ضرورة لاستبقاء العاملين بالجامعة.

الفرضيات:

الفرضية هي عبارة عن خاصية يتم اختيارها للتحقق من مدى صحتها، فإذا تحققت الفرضية هذا يعني أن فرض الباحث صحيح، وغير ذلك فإنّ الفرضية ترجع إلى الصدفة.

هناك نوعين من الفروض:

- فرض العدم ويرمز له بالرمز (H_0) وهو عبارة عن نفي لخاصية موضوع البحث.
- وفرض من الباحث - (البديل) ويرمز له بالرمز (H_1) وهو عبارة عن الفرض المنافي للفرض الأول

وتكتب الفروض بالشكل الإحصائي كما يلي:

H_0 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات (أي أن sig قيمة المعنوية أكبر من 5%)

H_1 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات (أي أن sig أصغر من 5%) ولقبول أو رفض الفرضية، يجب تحديد الخطأ والإحصائي (ومقداره) أي أن الباحث يجب أن يكون متأكدًا بنسبة 95% (أي مقدار درجة الخطأ المسموح به إحصائياً فقط 5%). وللتأكد من تحقق الفرضية يتم استخدام الاختبار الإحصائي كاي تربيع (x^2) وهو اختبار يستخدم لاختبار الفرضيات عندما تكون البيانات من النوع الترتيبي أو التصنيفي ، ولقبول أو رفض الفرضية تقارن القيمة المحسوبة من بيانات العينة لاختبار كاي مع الخطأ (5%) وتقبل الفرضية إذا كان (sig) قيمة المعنوية أكبر من 5% ، والعكس صحيح.

وفي هذه الدراسة كانت جميع المتغيرات من النوع الترتيبي ، لذلك تم استخدام هذا الاختبار وجاءت نتائج فرضيات البحث كمايلي:-

جدول رقم (22) :

يوضح الاختبار الإحصائي لدور أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي

القرار	القيمة الاحتمالية	قيمة مربع كاي	العبرة
تحقق الفرضية قبول H1	0.001	18.989	إدارة العلاقات العامة تعكس مطالب واحتياجات العاملين للإدارة العليا وتستمتع لمشاكلهم
تحقق الفرضية قبول H1	0.004	15.226	أنشطة العلاقات العامة عززت الثقة والولاء والانتماء للجامعة
تحقق الفرضية قبول H1	0.00	25.871	يوجد تواصل مستمر بين إدارة العلاقات العامة والأساتذة والموظفين والعاملين
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	24.796	تحرص إدارة العلاقات العامة على نشر السلوك الإيجابي وسط الأسرة الجامعية
تحقق الفرضية قبول H1	0.003	16.194	ساهمت إدارة العلاقات العامة في ربط العاملين ببعضهم عبر المناشط الاجتماعية والثقافية
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	33.828	نفذت إدارة العلاقات العامة بحوث لقياس الرضا الوظيفي للعاملين

بالنظر إلى نتائج اختبار الفرضية بالجدول أعلاه التي تنص على (دور أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي) نلاحظ أن جميع القيم المعنوية لعبارات الفرضية أقل من (5%) أي قيمة الخطأ المسموح به إحصائياً، وبالتالي هذا يعني أن الفرضية قد تحققت في جميع عباراتها.

جدول رقم (23) :

يوضح الاختبار الاحصائي لبيئة العمل ودورها في الرضا الوظيفي:

القرار	القيمة الاحتمالية	قيمة مربع كاي	العبارة
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	119.634	الأجر الذي يتقاضاه العاملين بالجامعة يتناسب مع الجهد الذي يقومون به
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	45.978	بيئة العمل ملائمة للإبداع في ممارسة المهام اليومية
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	14.366	إدارة الجامعة تهتم بمتابعة احتياجات العاملين وتبادر بمعالجتها
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	43.935	يساعد نظام الحوافز المطبق في الجامعة على إشباع حاجات الموظفين
تحقق الفرضية قبول H1	0.005	14.796	الروح المعنوية للعاملين واتجاهاتهم نحو العمل إيجابية
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	46.731	عطاء العاملين بالجامعة يرتبط بالاستقرار الوظيفي وبيئة عمل مثالية

بالنظر إلى نتائج اختبار الفرضية بالجدول أعلاه التي تنص على (بيئة

العمل ودورها في الرضا الوظيفي) نلاحظ أن جميع القيم المعنوية لعبارات

الفرضية أقل من (5%) أي قيمة الخطأ المسموح به إحصائياً ، وبالتالي هذا

يعني أن الفرضية قد تحققت في جميع عباراتها.

جدول رقم (24) :

الاختبار الإحصائي إلى النمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي

القرار	القيمة الاحتمالية	قيمة مربع كاي	العبرة
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	20.172	العمل في الجامعة مجرد روتين يجبر على تحمله ليكسب عيشه
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	22.430	هنالك تفاهم متبادل بين إدارة الجامعة والأساتذة والموظفين والعاملين
تحقق الفرضية قبول H1	0.001	19.957	الإجراءات الإدارية التي تتعلق بشؤون العاملين داخل الجامعة تسير بسهولة ويسر
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	32.108	استمرار الاسلوب الإداري المتبع يحقق رسالة الجامعة وراحة الأساتذة والموظفين والعاملين
تحقق الفرضية قبول H1	0.001	18.667	توجد شكاوي ومنازعات وحالة عدم رضا عن النمط الإداري لإدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

بالنظر إلى نتائج اختبار الفرضية بالجدول أعلاه التي تنص على (النمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي) نلاحظ أن جميع القيم المعنوية لعبارات الفرضية أقل من (5%) أي قيمة الخطأ المسموح به إحصائياً ، وبالتالي هذا يعني أن الفرضية قد تحققت في جميع عباراتها.

جدول رقم (25) :

يوضح الاختبار الإحصائي الى الرضا الوظيفي للعاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

القرار	القيمة الاحتمالية	قيمة مربع كاي	العبرة
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	20.925	هل تشعر بالرضا والراحة تجاه عملك في الجامعة
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	77.161	هنالك عقبات تحول دون تحقيق الرضا التام تجاه العمل في الجامعة
تحقق الفرضية قبول H1	0.011	12.968	أفكر في اعتزال العمل والالتحاق بفرصة وظيفية أخرى أكثر راحة وفائدة
لم تحقق الفرضية قبول H1	0.133	7.054	أتمتع بالإرادة والطاقة والرغبة في الاستمرار بوظيفتي الحالية لفترة طويلة
تحقق الفرضية قبول H1	0.000	36.634	العدالة والإنصاف والمساواة قيم مطبقة بصورة مرضية من إدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تجاه العاملين على حد سواء

بالنظر إلي نتائج اختبار الفرضية بالجدول أعلاه التي تنص على

(الرضا الوظيفي للعاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا) نلاحظ أن

جميع القيم المعنوية لعبارات الفرضية أقل من (5%) أي قيمة الخطأ

المسموح به إحصائياً، وبالتالي هذا يعني أن الفرضية قد تحققت في جميع

عباراتها.

رابعاً: الخاتمة:-

استهدفت هذه الدراسة التي عنوانها (توظيف أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا في الفترة من يناير 2016 وحتى ديسمبر 2017)، استهدفت التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، والكشف عن المشكلات الوظيفية التي تقابلهم، وتقديم مقترحات لتجود أداء العاملين وتقوية انتمائهم إلى الجامعة على ضوء نتائج الدراسة، باعتبار العنصر البشري هو العمود الفقري لأي مؤسسة ولا تنهض تلك المؤسسة إلا باختيارها لأفضل العناصر وتهيئة بيئة العمل وتبني خطط للتطوير المستمر والتدريب حتى يبدع كل فرد في موقع عمله. كما سعى الباحث إلى معرفة خطط وأنشطة العلاقات العامة الرامية لتحقيق الرضا الوظيفي وتقييمها.

وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج أبرزها انخفاض مستوى الرضا الوظيفي للعاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وضعف الروح المعنوية، نتيجة لقصور أنشطة العلاقات العامة بالإضافة إلى مشكلات ذات صلة ببيئة العمل والنمط الإداري المتبع والتميز بين العاملين.

أما أبرز التوصيات فتتلخص في ضرورة تحقيق العدالة الوظيفية بين العاملين ومنحهم الأجور والحوافز التي تغطي احتياجاتهم، وإجراء إصلاحات هيكلية شاملة بإدارات الجامعة تجعل العاملين أكثر إنتماءً وحماساً وقدرة على الإبداع في ممارسة عملهم، ومن المهم أن تضع الإدارة العليا للجامعة قضية الرضا الوظيفي للعاملين ضمن أولوياتها الأساسية، وتعمل على تقوية إدارة العلاقات العامة وتفعيل دورها وسط العاملين لأن العلاقات العامة تبدأ من الداخل.

ويوصي الباحث بإجراء المزيد من الدراسات المرتبطة بجودة ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات القومية بالسودان، مع التركيز على بحوث الرضا الوظيفي بصفة خاصة.

نتائج الدراسة:

الدراسة أخضعت عينة من المبحوثين ذوي الخبرة العملية الممتدة، حيث تتراوح الخبرة التي يتمتع بها 90.3% من الخاضعين للدراسة ما بين أكثر من 17 سنة إلى أكثر من 5 سنوات، وهذا يجعل إجاباتهم تعبر عن تجارب عميقة ومعرفة واسعة بطبيعة العمل والإجراءات الإدارية بالجامعة، وطبيعة الأنشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة، وتوصلت الدراسة للنتائج الآتية:-

1. أثبتت الدراسة أن السمة العامة للرضا الوظيفي لدى العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا هي الانخفاض.
2. كشفت الدراسة أن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تعتمد مبدأ المساواة بين الجنسين في تعيين العاملين من أعضاء هيئة التدريس والإداريين ومعاونيهم.
3. أوضحت الدراسة أن جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تتمتع بقوى عاملة مختلطة ما بين الشباب والكبار، وأن أعلى فئة عمرية من المبحوثين هم الذين تتراوح أعمارهم من بين 36 إلى 46 سنة.
4. بينت الدراسة أن غالبية منسوبي جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا يتمتعون بالاستقرار الاجتماعي؛ مما ينعكس بشكل إيجابي على عملهم.
5. أتضح أن ثلثي الأساتذة والموظفين بجامعة السودان من حملة الشهادات فوق الجامعية، وأن ثلثهم من حملة الشهادات الجامعية، أما نسبة ضئيلة تحمل شهادات ثانوية من فئة العمال.
6. كشفت الدراسة عن عدم وجود ميزانية محددة لإدارة العلاقات العامة، وأن أنشطة هذه الإدارة لا تساعد في تحقيق الرضا الوظيفي من وجهة نظر المبحوثين.
7. أظهرت الدراسة عدم ملائمة بيئة العمل، وضعف الروح المعنوية للعاملين بالجامعة، بجانب عدم تناسب الأجور والحوافز مقارنة بالمهام الوظيفية.

8. أفادت الدراسة بأن غالبية المبحوثين يرون أن العمل بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا مجرد روتين يجبر عليه الفرد لكسب العيش، وترى نسبة كبيرة أن الأسلوب الإداري المتبع بالجامعة خلال فترة الدراسة تقليدي وبطيء.
9. أظهرت الدراسة وجود مشكلات إدارية بين العاملين وإدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وأفاد 60% من المبحوثين إلى وجود حالة عدم رضا إزاء النمط الإداري السائد.
10. من أهم العقبات التي تحد من تحقيق الرضا الوظيفي لدى العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا نقشي المحاباة وغياب العدالة والإنصاف بين العاملين، وهو ما يدفع أكثر من نصف المبحوثين إلى التفكير في اعتزال العمل لالتحاق بوظائف أخرى، وفقاً لنتائج الدراسة.
11. كشفت الدراسة عن ضعف أنشطة العلاقات العامة الموجهة للجمهور الداخلي. وأشارت النتائج إلى وقصور منهج عمل العلاقات العامة وتركيزها على الأهداف الفرعية وتجاهل الأهداف العامة للجامعة.
12. أثبتت الدراسة غياب بحوث الرضا الوظيفي للعاملين؛ بالإضافة إلى وقصور الأنشطة الاجتماعية والترفيهية.
13. أكدت الدراسة ارتفاع ظاهرة تسرب الأساتذة من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

التوصيات:

توصي الدراسة بالآتي:-

1. على إدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا الاهتمام بتحقيق الرضا الوظيفي للعاملين ورفع مستوى الامتيازات الوظيفية المقدمة لهم، عبر تفعيل القوانين واللوائح.
2. على إدارة الجامعة العليا وضع خطة استراتيجية متكاملة للإصلاح الإداري تتضمن تطوير بيئة العمل بكافة مرافق الجامعة، وترقية النمط الإداري، وتحسين شروط خدمة الأساتذة والموظفين والعمال، وتدريبهم.
3. يجب على إدارة الجامعة الحد من تسرب أعضاء هيئة التدريس بمنح الأساتذة والباحثين المتميزين حوافز وامتيازات إضافية لاستبقائهم بالجامعة والاستفادة منهم في تدريب الباحثين الناشئين وتدريب الطلاب.
4. ضرورة وضع خطة متكاملة لتطوير العمل بإدارة العلاقات العامة وفقاً للطرق العلمية السليمة، وإجراء دراسات مستمرة لقياس الرضا الوظيفي لدى العاملين.
5. تهيئة بيئة العمل بكافة وحدات الجامعة وتوفير مكاتب ملائمة للأساتذة والموظفين.
6. يجب على إدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تطوير الموارد الذاتية للجامعة وعقد شراكات استثمارية، وتوظيف عوائدها لتحقيق الرفاهية لأعضاء الأسرة الجامعية.
7. أهمية تحقيق العدالة الوظيفية بين العاملين وحصولهم على الترقيات ضمن نظام متكامل، ويضمن وقوف إدارة الجامعة على مسافة واحدة من جميع العاملين.
8. ضرورة معالجة المشكلات الإدارية بين إدارة الجامعة والعاملين بصورة ودية في إطار المؤسسة بعيداً عن اللجوء إلى التقاضي أمام محكمة العمل.
9. يجب على الإدارة العليا للجامعة تخصيص ميزانية منفصلة لإدارة العلاقات العامة تمكّنها من تنفيذ برامجها المستهدفة.

10. يجب على إدارة العلاقات العامة والإعلام بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا التعاون مع الباحثين وتزويدهم بالمعلومات المتكاملة التي يحتاجونها، لأن البحث العلمي يساعد في كشف أوجه القصور ومعالجتها وفقاً للمناهج العلمية.

المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر:

- أ. القرآن الكريم.
- ب. القاموس المحيط.
- ت. معجم اللغة العربية المعاصرة.

ثانياً: المراجع العربية:

1. إمام، إبراهيم، فن العلاقات العامة، المكتبة المصرية 1968، القاهرة.
2. البارودي، منال أحمد، الرضا الوظيفي وفن التعامل مع الرؤساء والمرؤوسين، ط 1، 2015م، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة.
3. الجحني، علي بن فايز، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، ط 1، 2006م الرياض، فهرسة مكتبة الملك فهد.
4. الحربي، هباس رجاء، العلاقات العامة والإدارة العليا – ط 1، 2012م، دار أسامة للنشر والتوزيع – الأردن ، عمان.
5. الحريري، محمد سرور، إدارة العلاقات العامة والعلاقات الدولية، ط 1 ، 2015، زمزم ناشرون وموزعون.
6. الحيزان، محمد بن عبد العزيز، البحوث الإعلامية أسسها أساليبها مجالاتها، ط 2، 2004م ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.
7. العسكري، عبود عبد الله، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط 2، 2004م، دار النمير – دمشق.
8. المشرف، المشرف عبد اللطيف، ط 1، 2015م، المكتبة الوطنية، السودان – الخرطوم

9. المشهداني، سعد سليمان، مناهج البحث الإعلامي، ط 1، 2017م، دار الكتاب الجامعي.
10. أوندي، فيصل محمد أحمد خالد، إنتاج مواد العلاقات العامة، 2016م، مطبعة جامعة النيلين، الخرطوم.
11. بابكر، عبد القادر النور: العلاقات العامة والأزمات، ط 1، الدار العالمية للنشر والتوزيع 2019م.
12. حجاب، محمد منير: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، 2007، دار الفجر للنشر والتوزيع.
13. حسن، سمير محمد، وخالد محمد جمال مرغلاني، ورشاد سعيد هارون، إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، ط 1، معهد الإدارة العامة.
14. رحال، منال محمد، العلاقات العامة من منطلق نظري وعملي، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن 2015م.
15. سعيد، عبد اللطيف محمد، العلاقات العامة نشأتها وتطورها في السودان، ط 2، 2013 الخرطوم، محمد إبراهيم للطباعة.
16. سعيد، عبد اللطيف محمد، ورحاب نصر الدين الأمين: العلاقات العامة وإدارة الأزمة، ط 1 2017، محمد إبراهيم لخدمات الطباعة.
17. سليمان، شريفة رحمة الله، دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، ط 1 2009م.
18. شعبان، حمدي، وظيفة العلاقات العامة الأسس والمهارات، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، القاهرة، ط 1، 2008م.

19. شيبه، شدوان علي، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، 2016م ، الإسكندرية.
20. طه، فرج عبد القادر، علم النفس الصناعي والتنظيمي، ط 1 1988 ، دار المعارف ، القاهرة.
21. عبد اللطيف، عصام عمر، الرضا الوظيفي ومهارة إدارة ضغوط العمل ، ط 1، نيولينك للنشر والتدريب ، 2015م.
22. عوجة، علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط 5 ، عالم الكتب ، القاهرة، 2008م.
23. فقير عمر، عماد الدين تاج السر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، ط 1، 2013م، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان.
24. كنعان، علي، إدارة الحملات الإعلامية، 2014م، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن.
25. محمد زين، منصور عثمان، العلاقات العامة في السودان، 2011م، مطبعة جامعة أفريقيا العالمية (كتاب).
26. محمود يوسف، مقدمة في العلاقات العامة، ط 1، 2008 ، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
27. مراد عبده، منال محمد، القائم بالاتصال في العلاقات العامة، 2010م، مطبعة أرو، الخرطوم.
28. مصطفى، عبد الحليم خليل، الصورة الذهنية وحملات العلاقات العامة، ط 1 ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2013م.
29. مصطفى، خالد المبارك، التعليم العالي بالسودان، 1985م ، دار البحار، ط 1، بيروت.

30. هتيمي، حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي،
2015م، نبلاء ناشرون وموزعون، ط 1، الأردن.

ثالثاً: المراجع المترجمة:

31. سينل، فريزر بي، مستقبل العلاقات العامة، ط 1، دار الكتاب الجامعي، غزة
– فلسطين، 2007م.

32. فيكر، أليسون، دليل العلاقات العامة، 2004م، دار الفجر للنشر والتوزيع،
القاهرة.

رابعاً: الرسائل والدوريات:

33. السعيد، يوسف عويد عتيق، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا
الوظيفي للعاملين في صحيفتي "الرأي" و"الكويت تايمز" الكويتيتين، رسالة
ماجستير غير منشورة – كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط 2013م.

34. الشمري، محمد وسمي، دور العلاقات العامة في وكالة الأنباء الكويتية
"كونا" في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين، رسالة ماجستير غير منشورة –
كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط 2012م – 2013م.

35. المشهداني، محمد جواد زين الدين: العلاقات العامة ودورها في تحقيق
أهداف المؤسسة: دراسة ميدانية لأقسام العلاقات العامة في جامعتي
المستنصرية والعراقية، مجلة الباحث الإعلامي – كلية الإعلام الجامعة
العراقية.

36. عبد الفضيل، شانلي عوض: فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء
المؤسسات الحكومية – رسالة ماجستير غير منشورة 2015 – كلية علوم
الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

37. عبد الوهاب، علي محمد: دراسة عن: "إدارة الموارد البشرية وأهميتها في تطوير الإدارة" 2013م - الأمم المتحدة: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لشرقي آسيا (أسكوا).

38. علي، الطاهر أحمد محمد: الرضا الوظيفي بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية السودانية، مجلة العلوم والتقانة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 12 (02) للعام 2011م.

39. محمد زين، منصور عثمان: دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، مجلة كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية، العدد الأول 2016م.

خامساً: المنشورات والمقالات والتقارير والوثائق:

40. بيان وزارة التعليم العالي أمام المجلس الوطني 2017م.

41. بيان وزارة التعليم العالي أمام المجلس الوطني 2016م.

42. تقرير لجنة التربية والتعليم والبحث العلمي بالمجلس الوطني عن "قضايا التعليم العالي الواقع والتحديات" 2016م.

43. تقرير أداء وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

44. وزارة التعليم العالي: ورقة عن "التعليم العالي الواقع والتحديات" أكتوبر 2016م.

سادساً: المقابلات

44. مقابلة مع مولانا ربيع محمد محمد صالح، مدير إدارة الشؤون القانونية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

سابعاً: مواقع الإنترنت

45. موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الإلكتروني www.mohe.gov.sd

46. الموقع الإلكتروني لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا www.sustech.edu

47. الموقع الإلكتروني لجامعة الخرطوم www.uofk.edu

48. الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي www.abahe.uk

الملاحق



بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا



السيد المحترم/ السيدة المحترمة،،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

أتوجه إليكم بفائق التقدير والاحترام، وأمل حسن تعاونكم وتجاوبكم في تعبئة الاستمارة المرفقة لإنجاح هذه الدراسة التي يسعى عبرها الباحث لنيل درجة الماجستير، وتهتم بالرضا الوظيفي للعاملين في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وعنوانها "توظيف أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي.. دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على العاملين بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا".

ونرجو ملء جميع التساؤلات الواردة في الاستمارة بعد قراءتها بعناية، ووضع علامة (✓) أمام الخيار المناسب حسب وجهة نظرك. علماً بأن البيانات تستخدم لأغراض البحث العلمي.

تقبلوا خالص تحياتي،،

الباحث: عبد الرحمن عبد السلام إدريس آدم

إشراف الدكتور: عبد الله فتحي عبد الله خوجلي

المحور الأول: البيانات الأساسية:-

الجنس:

ذكر أنثى

السن:

أقل من 25 سنة 25 إلى 35
36 إلى 46 أكثر من 47

الحالة الاجتماعية:

أعزب متزوج
أرمل مطلق

المستوى التعليمي:

ثانوي جامعي فوق الجامعي

سنوات الخبرة:

أقل من 5 سنوات 5 إلى 10 سنوات
11 إلى 16 سنة أكثر من 17 سنة

الدرجة العلمية:

أستاذ أستاذ مشارك أستاذ مساعد
محاضر مساعد تدريس تقني

نوع الوظيفة:

مدير إدارة عميد
رئيس قسم موظف
مسجل عامل

المحور الثاني: دور أنشطة إدارة العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي

التساؤل	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1					
إدارة العلاقات العامة تعكس مطالب واحتياجات العاملين للإدارة العليا وتستمع لمشكلاتهم					
2					
أنشطة العلاقات العامة عززت الثقة والولاء والانتماء للجامعة					
3					
يوجد تواصل مستمر بين إدارة العلاقات العامة والأساتذة والموظفين والعاملين					
4					
تحرص إدارة العلاقات العامة على نشر السلوك الإيجابي وسط الأسرة الجامعية					
5					
ساهمت إدارة العلاقات العامة في ربط العاملين ببعضهم عبر المناشط الاجتماعية والثقافية					
6					
نفذت إدارة العلاقات العامة بحوث لقياس الرضا الوظيفي للعاملين					

المحور الثالث: بيئة العمل ودورها في الرضا الوظيفي

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	التساؤل	
					الأجر الذي يتقاضاه العاملون بالجامعة يتناسب مع الجهد الذي يقومون به	1
					بيئة العمل ملائمة للإبداع في ممارسة المهام اليومية	2
					إدارة الجامعة تهتم بمتابعة احتياجات العاملين وتبادر بمعالجتها	3
					يساعد نظام الحوافز المطبق في الجامعة على إشباع حاجات الموظفين	4
					الروح المعنوية للعاملين واتجاهاتهم نحو العمل إيجابية	5
					عطاء العاملين بالجامعة يرتبط بالاستقرار الوظيفي وبيئة عمل مثالية	6

المحور الرابع: النمط الإداري بالجامعة وتأثيره على الرضا الوظيفي

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	التساؤل	
					العمل في الجامعة مجرد روتين يجبر الفرد على تحمله ليكسب عيشه	1
					هنالك تفاهم متبادل بين إدارة الجامعة والأساتذة والموظفين والعمالين	2
					الإجراءات الإدارية التي تتعلق بشؤون العاملين داخل الجامعة تسير بسهولة ويسر	3
					استمرار الأسلوب الإداري المتبع يحقق رسالة الجامعة وراحة الأساتذة والموظفين والعمالين	4
					توجد شكاوي ومنازعات وحالة عدم رضا عن النمط الإداري لإدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	5

المحور الخامس: الرضا الوظيفي للعاملين في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	التساؤل	
					هل تشعر بالرضا والراحة تجاه عملك في الجامعة؟	1
					هنالك عقبات تحول دون تحقيق الرضا التام تجاه العمل في الجامعة	2
					أفكر في إعتزال العمل والالتحاق بفرصة وظيفية أخرى أكثر راحة وفائدة	3
					أتمتع بالإرادة والطاقة والرغبة في الاستمرار بوظيفتي الحالية لفترة طويلة	4
					العدالة والإنصاف والمساواة قيم مطبقة بصورة مرضية من إدارة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تجاه العاملين على حدٍ سواء	5

المحور السادس: الأسئلة المفتوحة:

1/ ما هي العقبات التي تواجه تحقيق الرضا الوظيفي بين العاملين في الجامعة؟

.....

.....

.....

ملحق رقم (2): مقابلة

مقابلة مع مدير الشؤون القانونية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا مولانا
ربيع محمد محمد صالح:-

التاريخ: الأحد 26 يناير 2020م - الساعة 1 ظهراً

المحاور الرئيسية:

1/ ما هو نوع الشكاوي التي يقدمها العاملين للجهات القضائية أو الإدارة القانونية
للفصل فيها؟

2/ ما هي الآلية التي تتبعها الإدارة القانونية في حل النزاعات التي تنشأ بين إدارة
الجامعة ومنسوبيها؟

3/ كم عدد القضايا التي قيدها الأساتذة والموظفين والعمال ضد إدارة الجامعة لدى
مكتب العمل والمحاكم المتخصصة في الفترة من يناير 2016م وحتى ديسمبر
2017؟ وما هي نتائجها؟

ملحق رقم (3)

إحصاءات أعضاء هيئة التدريس ومساعدى التدريس بمؤسسات التعليم العالي
والبحث العلمي (مصنفة بالرتب العلمية العام 2015م)

إحصاءات أعضاء هيئة التدريس ومساعدى التدريس

بمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي (مصنفة بالرتب العلمية العام 2015م)

مساعد تدريس		المجموع		محاضر		أستاذ مساعد		أستاذ مشارك		أستاذ		الجامعة
ث	ذ	ث	ذ	ث	ذ	ث	ذ	ث	ذ	ث	ذ	
253	151	567	1029	288	252	197	311	67	297	15	169	جامعة الخرطوم
73	97	452	796	252	291	153	257	35	175	12	73	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
25	43	317	409	172	162	124	181	20	48	1	18	جامعة بحري
168	88	412	802	202	184	143	296	58	235	9	87	جامعة الجزيرة
15	7	91	357	43	105	42	153	6	78	0	21	جامعة القرآن الكريم

												والعلوم الإسلامية
11	13	54	157	38	82	10	43	6	26	0	6	جامعة القرآن الكريم وتأصيل العلوم
102	75	377	522	190	156	151	192	29	123	7	51	جامعة النيلين
24	33	270	290	137	90	102	103	28	80	3	17	جامعة الزعيم الأزهرى
18	25	65	208	39	66	24	91	2	39	0	12	جامعة الإمام المهدي
6	9	76	130	29	34	42	69	5	20	0	7	جامعة بخت الرضا
2	12	38	135	26	83	12	47	0	5	0	0	جامعة النيل الأزرق
17	24	107	265	73	116	29	117	5	25	0	7	جامعة كسلا
18	29	107	212	53	85	48	92	6	33	0	2	جامعة البحر الأحمر
11	1	75	241	15	37	17	76	0	5	43	123	جامعة القضايف
13	20	134	317	70	92	54	177	10	39	0	9	جامعة وادى النيل
42	25	74	196	30	60	32	86	11	40	1	10	جامعة دنقلا
26	22	70	168	36	59	29	70	5	35	0	4	جامعة شندى
83	74	130	298	76	145	47	107	2	28	5	18	جامعة كردفان

14	25	59	139	39	58	16	47	4	25	0	9	جامعة الدنج
16	25	54	226	30	80	18	98	6	43	0	5	جامعة غرب كردفان
2	10	11	135	4	49	7	74	0	10	0	2	جامعة السلام
13	47	117	389	74	135	41	213	1	28	1	13	جامعة الفاشر
17	54	43	204	19	92	23	84	1	23	0	5	جامعة نيالا
5	31	7	110	4	47	3	50	0	10	0	3	جامعة زالنجي
2	6	37	92	23	40	14	45	0	4	0	3	جامعة البطانة
19	42	25	176	13	82	7	47	4	40	1	7	جامعة كرري
7	10	3	38	2	24	1	5	0	7	0	2	الجنينة
6	7	5	29	4	15	1	9	0	4	0	1	عبداللطيف الحمد
0	0	19	56	9	21	5	20	5	12	0	3	جامعة السودان المفتوحة
37	22	143	444	91	139	45	150	4	90	3	65	جامعة إفريقيا العالمية
13	6	92	169	64	53	19	50	9	32	0	34	جامعة الرباط الوطني
91	53	477	376	191	136	98	57	86	69	102	114	جامعة الاحفاد

31	20	74	109	52	45	19	42	3	17	0	5	جامعة السودان العالمية
43	33	143	197	93	75	45	61	4	31	1	30	جامعة العلوم و التقنية
87	53	148	311	114	109	32	102	2	73	0	27	جامعة المغتربين
26	19	18	44	15	37	3	5	0	1	0	1	الشيخ عبد الله البدرى
7	5	10	23	7	9	3	6	0	8	0	0	وإمدنى الاهلية
18	27	22	73	0	10	7	17	2	12	13	34	المشرق
76	22	112	160	70	70	32	31	9	25	1	34	كلية الخرطوم للعلوم الطبية
0	0	0	6	0	3	0	2	0	1	0	0	كلية فارس التقنية
2	6	6	29	2	21	4	6	0	0	0	2	كلية كسلا التقنية
2	3	0	6	0	4	0	1	0	1	0	0	كلية شندي التقنية
4	5	1	7	1	4	0	2	0	1	0	0	كلية كوستي التقنية
0	0	12	28	4	1	0	4	0	3	8	20	كلية القطيفة التقنية

تسرب أعضاء هيئة التدريس للعام 2016م

تسرب أعضاء هيئة التدريس للعام 2016

مساعد تدريس	المجموع		محاضر		استاذ مساعد		استاذ مشارك		استاذ		الجامعة	
	ث	ذ	ث	ذ	ث	ذ	ث	ذ	ث	ذ		
15	14	124	234	45	29	63	103	13	79	3	23	جامعة الخرطوم
1	0	19	31	2	1	17	20	0	6	0	4	جامعة امدرمان الإسلامية
6	1	19	37	9	4	8	15	1	11	1	7	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
0	0	35	54	8	15	21	25	6	13	0	1	جامعة بحري
1	0	15	37	2	3	9	21	3	10	1	3	جامعة الجزيرة
0	0	5	22	0	1	5	8	0	11	0	2	جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية
0	0	8	20	4	3	4	11	0	6	0	0	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم
78	129	209	223	143	96	52	87	13	31	1	9	جامعة النيلين
0	0	42	66	12	11	27	26	3	27	0	2	جامعة الزعيم الأزهرى
0	0	14	26	7	5	6	17	1	4	0	0	جامعة الإمام المهدي
0	0	15	18	3	0	12	12	0	5	0	1	جامعة بخت الرضا
0	2	9	37	0	0	9	37	0	0	0	0	جامعة النيل الأزرق
0	0	12	23	2	3	10	15	0	3	0	2	جامعة وادى النيل
5	2	23	33	2	5	17	14	4	11	0	3	جامعة دنقلا
0	0	28	77	5	10	20	46	3	11	0	10	جامعة شندى
0	0	3	18	0	6	1	5	2	7	0	0	جامعة غرب كردفان
0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	جامعة السلام

0	0	4	7	0	0	4	6	0	1	0	0	جامعة الفasher
1	4	2	29	0	1	2	22	0	5	0	1	جامعة نيالا
0	0	1	3	0	1	1	1	0	1	0	0	جامعة زالنجى
0	0	9	22	4	4	5	17	0	0	0	1	جامعة البطانة
0	0	0	8	0	0	0	8	0	0	0	0	جامعة كرري
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	جامعة السودان المفتوحة
2	0	14	29	13	16	1	8	0	4	0	1	جامعة إفريقيا العالمية
0	0	24	27	18	8	5	9	1	7	0	3	جامعة الرباط الوطنى
4	4	10	12	6	9	4	3	0	0	0	0	جامعة السودان العالمية
7	7	4	13	0	5	3	4	1	4	0	0	جامعة العلوم و التقنية
0	0	1	5	0	0	0	4	1	1	0	0	جامعة المختربين
0	0	0	5	0	4	0	1	0	0	0	0	الشيخ عبد الله البدرى
0	0	2	1	1	0	1	1	0	0	0	0	وادمنى الاهلية
0	0	0	4	0	0	0	2	0	1	0	1	المشرقى
24	7	21	18	10	9	9	6	2	2	0	1	كلية الخرطوم للعلوم الطبية
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	كلية فارس التقنية
0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	كلية كسلا التقنية
0	0	0	3	0	2	0	1	0	0	0	0	كلية شندي التقنية

ورقة عن "التعليم العالي الواقع والتحديات"

بسم الله الرحمن الرحيم

جمهورية السودان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

ورقة عن



المجلس الوطني

23 أكتوبر 2016م

ورشة "قضايا التعليم العالي"

بسم الله الرحمن الرحيم

المجلس الوطني

لجنة التربية والتعليم والبحث العلمي

بالتنسيق مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

ورشة (قضايا التعليم العالي)

تحت رعاية السيد/ رئيس المجلس الوطني - البروفيسور/ إبراهيم احمد عمر

الزمان : الاحد: 2016/10/23م الساعة 11-11 ساعة

المكان : القاعة الخضراء المجلس

: برنامج الورشة

الزمن	الموضوع
	<u>الجلسة الاولى</u>
11:05 - 11:00	1/ القرآن الكريم-
11:10 - 11:05	2/ كلمة ترحيب السيد نائب رئيس اللجنة الاستاذ عصام الدين ميرغني
11:40 - 11:10	3/ ورقة قضايا التعليم العالي تقديم وزيرة التعليم العالي والبحث العلمي.
11:50-11:40	4/ مبتدر النقاش رئيس لجنة التربية والتعليم والبحث العلمي .
11:50	5/ كلمة البروفيسور/ إبراهيم احمد عمر رئيس المجلس الوطني
1:00---	5/ نقاش المؤتمرين .
2:00- 1:00	6/ مرطبات و صلاة الظهر .
	<u>الجلسة الثانية:</u>
3:00-2:00	7/ مواصلة نقاش المؤتمرين .
3:20-3:00	8/ تعقيب وزيرة التعليم العالي والبحث العلمي .
3:40-3:20	9/ تلاوة التوصيات رئيس لجنة التربية والتعليم والبحث العلمي .

بيان وزارة التعليم العالي والبحث العلمي أمام المجلس الوطني – 2016م

بسم الله الرحمن الرحيم

جمهورية السودان
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بيان وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
أمام المجلس الوطني

2016

ورقة لجنة التربية والتعليم والبحث العلمي عن "قضايا التعلم العالي الواقع والتحديات"

<p>بسم الله الرحمن الرحيم الجلس الوطني لجنة التربية و التعليم و البحث العلمي</p>	<p>قضايا التعليم العالي والتحديات الواقعية</p>
--	--

مباني رئاسة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

ملحق رقم (9)



كلية الدراسات العليا

ملحق رقم (10)

