

دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة بالجامعات المصرية
وعلاقته بتحسين صورتها الذهنية لدى الطلاب الوافدين

باسر علي محمد
أ.د. إيناس محمود حامد
عميد معهد الجزيرة وأستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
د. حسن على قاسم
مدرس الإذاعة بالمعهد الدولي العالي للإعلام

ملخص

تظهر مشكلة الدراسة في أن الأداء العام لبعض الجامعات والمؤسسات الأكاديمية لا تظهر فيه جهود العلاقات العامة وأنشطتها المختلفة، وأن العلاقات العامة أيضا لا توجه للطلاب والدارسين سواء المواطنين أو الوافدين، ولا تولي اهتماما كافيا بالأنشطة الاتصالية المختلفة وعلى سبيل المثال (احتفالات استقبال الطلاب الجدد في معظم الجامعات المصرية)، وبما أن إدارة الإعلام والعلاقات العامة هي الجهة الاستشارية المنوطة بذلك، فإنه يقع على عاتقها ممثلة في أخصائي العلاقات العامة عبء التعريف بالجامعة أكاديميا وفنيا، فما الأنشطة والجهود التي يقوم بها أخصائيو العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية للجامعة لدى الطلاب الوافدين العرب، وترقية الأداء والجودة في الخدمات، والاعتماد والالتقان والفاعلية والكفاءة؟

بلغ حجم عينة الدراسة ٣٢٥ مفردة من الطلاب الوافدين الدارسي بالجامعات المصرية ومن أهم نتائج الدراسة من أهم أسباب اختيار الطلاب الوافدين للدراسة في الجامعات المصرية، أنها "منحة من بلدي" وجاءت في المرتبة الأولى، حيث يصل تكراره إلى ما يقرب من نصف العينة الإحصائية أي بنسبة ٤٩,٥%. وجاء في المرتبة الثانية، عنصر "توافر نوع الدراسة التي أرغبها في مصر" بنسبة ٤١,٨%، وأهم المصادر التي تعتمد عليها الطلاب الوافدون في الحصول على معلومات كافية بغرض الدراسة في الجامعات المصرية، وجاء عنصر "مواقع الإنترنت" في المرتبة الأولى، بنسبة ٤١,٥%، وعنصر "أقارب درسوا في مصر" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩,٧%، وعنصر "القنوات الفضائية" في المرتبة الثالثة، بنسبة ٣٤,٥%، و"الصحف والمجلات" في المرتبة الرابعة، بنسبة ٢٣,٥%.

المصطلحات: الأنشطة الاتصالية- أخصائي العلاقات العامة- الطلاب الوافدين- الصورة الذهنية.

**The Role of The Communicative Activities of Public Relations practisers in Egyptian Universities
and Its Relation to Improving Their Mental Image Among International Students**

The problem of the study appear in the general performance of some universities and academic institutions do not appear on the public relations efforts to various activities, and also public relations are not directed to students and scholastic, whether citizens or expatriates, and does not give sufficient attention to the various communications activities for example (the celebrations of new students in most of the Egyptian universities), and that the Department of media and public relations is the Advisory Committee assigned to that, it is the responsibility of the public relations professionals represented in the burden of the visibility of the university, academic and artistic activities and efforts by public relations specialists to improve the mental picture of the League of Arab students, and the promotion of performance and quality of services, and proficiency and effectiveness and efficiency?. The sample size of the study was 400 respondents from international students studying in Egyptian universities.

The most important results of the study, Reasons for incoming students choosing to study in Egyptian universities, and my scholarship item came in the first place, with its frequency reaching nearly half of the Watchtower with 49.5%. Ranking in second place, the item "Ranking the type of study I desire in Egypt" by 41.8%. The most important sources that international students rely on to obtain sufficient information to study in Egyptian universities, the Internet component ranked first, with 41.5%, and "relatives who studied in Egypt" ranked second with 39.7%, and "satellite channels ranked" third, at 34.5%, newspapers and magazines ranked fourth, with 23.5%.

Keywords: Communicative activities- Public relations specialist- International students.

٣. التعرف على مدى رضا الوافدين عن الجامعات المصرية.
٤. الكشف عن مدى رضا الوافدين عن وحدة العلاقات العامة بالجامعة.
٥. تحديد ملامح الصورة المتكونة عن الجامعة المصرية لدى الوافدين الدارسين بها.

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها؛ بما يساهم في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من موضوع الدراسة الحالية ومنها:

١. سعت دراسة (رامى فايد، ٢٠٢١)^(٣) إلى رصد وتقييم دور الإعلام الجديد في تنمية ممارسات العلاقات العامة بالجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، من خلال تحليل محتوى المواقع الإلكترونية للجامعات الفلسطينية وصفحاتها عبر موقع الفيسبوك لتقييم قدراتها وإمكانياتها التفاعلية والحوارية، واستخدمت منهج تحليل المضمون والمسح، وتمثل مجتمع الدراسة في كافة الجامعة الفلسطينية بقطاع غزة، وأجرى الباحث الدراسة على ست جامعات فلسطينية تم اختيارها بطريقة عمدية، وعلى عينة قوامها ٤٢٠ مفردة من طلاب تلك الجامعات، وتم جمع البيانات باستخدام استمارة تحليل مضمون، واستمارة استقصاء، ودليل مقابلة متعمقة. وأكدت الدراسة أن توفر مبدأ توفير معلومات مفيدة ومبدأ سهولة الاستخدام والتصفح بدرجة مرتفعة في المواقع الإلكترونية للجامعات الفلسطينية، بينما يظهر مبدأ الاحتفاظ بالزوار بدرجة متوسطة، مقابل ظهور مبدأ تشجيع معاودة الزيارة وتوفر فرص الحوار التفاعلي بدرجة منخفضة، وجاء معدل استخدام الطلاب للمواقع الإلكترونية وصفحات الفيسبوك في متابعة أخبار الجامعات مرتفعاً، كما جاء تقييمهم لتوفر مبادئ الاتصال الحواري في مواقع وصفحات الجامعات في المستوى المتوسط.

٢. واستهدفت دراسة (كريم طلعت حسن المعداوى، ٢٠٢٠)^(١) التعرف على "استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمصداقية المؤسسة لدى الجمهور دراسة ميدانية على الجامعات المصرية"، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method بالعينة الميدانية، حيث قام الباحث بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من طلاب الجامعات ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجامعة، بالإضافة إلى عينة قوامها ٨٦ مفردة من ممارسي العلاقات العامة بالجامعات ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بطريقة العينة العمدية، واعتمدت الدراسة الحالية على استمارة الاستقصاء (الاستبيان) كأداة لجمع البيانات حيث استخدمت الدراسة الحالية استبيان موجه لطلاب الجامعة، وأخر موجه لممارسي العلاقات العامة، كما اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة. وقد توصلت الدراسة إلى تحقق صحة الفرض الأول الذي ينص على توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للجامعة حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع- العمر- نوع الجامعة- نوع الكلية- المستوى الدراسي)، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات المبحوثين على مقياس المصداقية (الدرجة الكلية والأبعاد) حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع- العمر- نوع الجامعة- نوع الكلية- المستوى الدراسي). كما توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل ممارسي العلاقات العامة في الجامعة ورؤيتهم في تحقيق ومصداقية الجامعة، وجاء الفيسبوك Facebook في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلاب الجامعات المصرية في تواصلهم مع الجامعة، وأيضاً بالنسبة لممارسي العلاقات العامة داخل الجامعة.

٣. بينما هدفت دراسة (أمنة محمد مصطفى عائلة، ٢٠١٨)^(١) التعرف على تأثير تكنولوجيا الإتصال على أنشطة العلاقات العامة بالجامعات الليبية، واعتمدت هذه

تجدر الإشارة إلى أن للعلاقات العامة وأشطتها المختلفة أهمية كبرى لأي مؤسسة بحكم وجودها في بيئة اجتماعية، وتزداد تلك الأهمية خاصة في المنشآت التي تمارس نشاطات خدمية لها ارتباط بالجمهور، فإن العلاقات العامة هي العمود الفقري لأي مؤسسة مهما كان وضعها، حيث أصبحت وظيفة مهمة من وظائف الإدارة الحديثة إلى جانب مسؤوليتها الرئيسية في تطوير وتنمية علاقات العمل والإسهام في خدمة أهداف المؤسسة.

كما وتعتبر العلاقات العامة مدخلا رئيسا لإدارة وتنظيم المؤسسات الحديثة الحكومية والخاصة على اختلاف تخصصاتها، وقد شهدت دراسات العلاقات العامة تطورات كبيرة نظرا للعديد من النظريات والممارسات المهنية والأخلاقية، وقد ارتبط تقدمها بتقدم أساليب الاتصال بالجمهور، مما أدى إلى إنجاح برامجها بأسلوب مدرّوس وعلمي، وأدى إلى تفعيل المشاركة الجماهيرية في أعمال تلك المنظمات والمؤسسات كأساس تستند إليه في استمرارها ونجاحها، وتعتمد الجامعات الكبرى على العلاقات العامة للاتصال بجمهورها على الصعيدين الداخلي والخارجي.

مشكلة الدراسة:

إن الإحساس بالمشكلة يمثل نقطة البداية في البحث العلمي فبدون مشكلة تتطلب الدراسة لا يوجد بحث علمي، لأن البحث العلمي لا ينشأ من فراغ، وعلى هذا فإن السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية هي أن تكون ذات مشكلة محدودة في حاجة أن تخضع إلى الدراسة، وقد نبع إحساس الباحث بالمشكلة البحثية التي هو بصدد دراستها من كونه يعمل بجامعة القاهرة، ومن المعروف أن جامعة القاهرة تستقبل الكثير من الطلاب الوافدين والأفارقة منذ نشأتها، ونتيجة لملاحظته ومعايشته لما يحدث وما يدور برواق تلك الجامعة العريقة وما يتردد على سمعه من حديث بعض الوافدين ويراه عن صور الجامعة لديهم أثناء عمله وتحواله بالجامعة من مردود يعبر عن تشكيل صورة ذهنية غير مستحسنة لدى الكثير من الوافدين حول الجامعة وهذا ما أثار ذهن الباحث للتطرق إلى إجراء تلك الدراسة، وتسأله عن دور الأنشطة الاتصالية لمسئولي العلاقات العامة في تحسين تلك الصورة، إلى أين ذهب؟ وما هو ذلك الدور؟ وكيف سيقوم به؟، ومن ثم يمكننا بلورة مشكلة الدراسة في السؤال التالي "ما دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة بالجامعات المصرية في تحسين الصورة الذهنية عن الجامعة لدى الطلاب الوافدين؟".

أهمية الدراسة:

١. تقدم دراسة دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية عن الجامعة لدى الدارسين الوافدين إطارا معرفيا يضيف إلى المكتبة الإعلامية.
٢. تكمل هذه الدراسة جانبا علميا وهو دراسة وظائف الاتصال في العلاقات العامة، حيث أن معظم الدراسات والبحوث قد ركزت على الجوانب التنظيمية والإدارية لأجهزة العلاقات العامة، وبالتالي فإن الدراسة الحالية تحقق فهما أفضل لطبيعة أنشطة العلاقات العامة وتبلور دور أخصائيو العلاقات العام وتكمل خطى بحثية إضافية تحتاج إليها المكتبة الإعلامية، وبحوث العلاقات العامة في مصر والوطن العربي.
٣. تسهم الدراسة في تحديد موقف الطلاب الوافدين مما تقدمه وحدات العلاقات العامة بالجامعات المصرية مما يفيد باحثي العلاقات العامة بإطر معرفية هم في حاجة إليها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة بالجامعات المصرية في تحسين الصورة الذهنية عن الجامعة لدى الطلاب الوافدين، وذلك من خلال ما يلي:

١. رصد أسباب اختيار الوافدين الدراسة في الجامعات المصرية.
٢. تحديد المشكلات التي تواجه الوافدين عند إتحاقهم بالدراسة في الجامعة

- التعامل دورا بالغ الأهمية في تحفيز العاملين في العمل.
٦. وهدفت دراسة (عاصم صاحب عبدمرزوك الجنابي، ٢٠١٦) (١٧) إلى التعرف على دور العلاقات العامة بابعادها المتمثلة بكل من (البعد المهني، البعد التخصصي، البعد المجتمعي)، في إستقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتي الشرق الأوسط والبترا أنموذجاً. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي حيث قام الباحث بمسح ميداني من خلال تصميم إستبانات وتحكيمها وتوزيعها على عينة مكونة من ٥٤٦ مفردة من كل من الأساتذة والطلبة الجامعيين، في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: التفاوت في طبيعة عمل كل من دائرتي العلاقات العامة في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا بقيامهما بوظيفتيهما في استقطاب الأساتذة والطلبة تبعاً لأبعادهما الوظيفية من وجهة نظر كل من الأساتذة والطلبة، ووجود فروق دالة إحصائية في كيفية تحقيق العلاقات العامة للسياسات التسويقية الناجحة تساهم في استقطاب الطلبة في جامعتي الشرق الأوسط والبترا تبعاً لكل من (النوع، العمر، البرنامج الأكاديمي)، وفي متابعة قسم العلاقات العامة للقضايا الاجتماعية للطلاب وزرع روح الوفاء والانتفاء في كل من جامعتي الشرق الأوسط والبترا تبعاً لكل من (النوع، العمر، البرنامج الأكاديمي) للطلاب عينة الدراسة.
٧. وتمثلت مشكلة دراسة (سوزان يوسف أحمد القليبي وعبد الرحمن عبدالرحيم السيد، ٢٠١٦) (١٨) في الدور الذي تقوم به العلاقات العامة داخل المؤسسات الجامعية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات؛ إذ تحاول هذه الدراسة أن تلقي الضوء على موضوع لم تنطرق إليه الدراسات السابقة وهو دور العلاقات العامة في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات، بالإضافة إلى نشاط العلاقات العامة كوسيلة إعلامية تخاطب جمهور متجانس داخل المؤسسات الجامعية. واعتمد البحث على منهج المسح وسيتم استخدام المنهج من خلال مسح مضمون أنشطة إدارة العلاقات العامة للجامعات الحكومية والخاصة، مسح ميداني لشرائح الشباب الجامعية الحكومية والخاصة لمعرفة دور إدارة العلاقات العامة في إمدادهم بالمعلومات المختلفة. وكانت الأدوات استبانة للشباب الجامعي ببعض الجامعات المصرية. وتمثلت عينة الدراسة في عينة من الشباب الجامعي قوامها ٤٠٠ مفردة بالإضافة إلى القائمين بالاتصال بالجامعتين وقوامها ٥٣ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجئ أسباب متابعة الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة والاعلام وفقاً لما أحرزته من تكرارات جاءت في المرتبة الأولى: تقدم معلومات أكثر حداثة بنسبة ٧٠,٢% يليها تقدم معلومات عن الجامعة مع دعمها ببعض الأخبار والإحصائيات بنسبة ٤٩,٢% ثم تقدم معلومات متنوعة بنسبة ٤١,٥% بينما في المرتبة الرابعة، أستفيد من متابعة أنشطة الجامعة بنسبة ١٦%، يليها تخبرني عن كل ما هو جديد في كليتي والكليات الأخرى بنسبة ٩,٨%، ثم سهولة فهم المعلومة بنسبة ٨,٨% وأخيراً أثق فيما تقدمه من معلومات بنسبة ٣,٥%. وأكدت الدراسة عدم وجود فروق معنوية بين فئات المستوى الاجتماعي الاقتصادي حول مدى معرفه الشباب الجامعي بأنشطة العلاقات العامة بالجامعات المصرية لدى المبحوثين. ووجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مدى الاعتماد على أنشطة العلاقات العامة محل الدراسة أنواع المعلومات التي يحصل عليها المبحوثين المطروحة داخل الإدارة العاملة للعلاقات العامة والإعلام وعينة الدراسة.
٨. وتبلورت مشكلة دراسة (عبدالقادر الزرقاني مسعود الديب، ٢٠١٥) (١٩) في التساؤل ما هو دور العلاقات العامة في الجامعات الليبية الخاصة؟ وما هو تقييم الجمهور للجامعات الليبية الخاصة محل الدراسة لهذا الدور؟ تنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح والمنهج الكيفي، بالاستعانة بأداة الاستبيان وأداة المقابلة المتعمقة لجمع البيانات من المبحوثين. وكانت عينة الدراسة المسحية ٣٥٣ مفردة من طلاب ثلاث جامعات ليبية خاصة (جامعة

- الدراسة على منهج المسح، حيث قامت الباحثة بمسح وسائل تكنولوجيا الإتصال الحديثة وعلاقتها بإنشطة العلاقات العامة في الجامعات الليبية، وتمثلت عينة الدراسة في ٨ موظفين علاقات عامة من جامعة بنغازي، ٩ موظفين علاقات عامة من جامعة عمر المختار، ٥ موظفين علاقات عامة من جامعة طبرق، وجاءت عينة الدراسة المتعلقة بطلاب الجامعات الليبية محل الدراسة مقسمة بالتساوي على الثلاث جامعات (١٣٥ طالباً وطالبة من جامعة بنغازي، ١٣٥ طالباً وطالبة من جامعة عمر المختار، ١٣٥ طالباً وطالبة من جامعة طبرق). وأظهرت نتائج الدراسة الدور الفعال للعلاقات العامة مع طلابها في الجامعة التي التحقوا بها حيث تعدد النشاطات الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالجامعة مع طلابها، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التكنولوجيا الحديثة بالعلاقات العامة سهلت عملية الإتصال الرأسي بين الإدارة بالجامعة وطلابها، وساعدت المتابعة المستمرة لتعليقات وتغريدات الطلاب مما يعمل ذلك على تحسين الأداء الاتصالي للجامعة بطلابها.
٤. وسعت دراسة (منصور عثمان محمد، ٢٠١٦) (٢٠) إلى 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، وواقعها والمشكلات التي تواجهها حتى يمكن معالجتها ووضع الحلول لها، واتبع الباحث المنهج الوصفي والمسحي، وتم تطبيق الدراسة على عدد من اجهزة العلاقات العامة بالجامعات السودانية. وقد أظهرت الدراسة أن الهياكل التنظيمية والإدارية للعلاقات العامة بالجامعات ليست فاعلة ولا ترتبط بالمفهوم العلمي الواضح والصحيح، وتعاني من مشكلات في مجال الممارسة وخاصة في البنية الاتصالية التي تحتاج إلى قدرات خاصة، كما أكدت النتائج أن معظم العاملين في العلاقات العامة بالجامعات من غير المتخصصين، ويحتاجون إلى التدريب والتأهيل. كما أثبتت النتائج أن أنشطة العلاقات العامة موسمية تزداد خلال مناسبات التخرج فقط، وكان توظيف الأساليب الإقناعية في الحملات الإعلامية يعتمد إلى حد ما عن المضمون أكثر من الشكل، لكن هذا يبقى مرهونا عن طبيعة الأفكار التي تروج لها الحملة، وهو ما سعت الباحثة إلى إبرازه من خلال الدراسة الحالية.
٥. وأجريت دراسة (محمد سعيد محمد سلامة، ٢٠١٦) (٢١) بغرض التعرف على مدى التنوع والاختلاف الثقافي وتأثيره على أداء العمل تطبيقاً على عينة قوامها ١٠٧ فرداً من ممارسي العلاقات العامة بإدارات العلاقات العامة بعدد عشرة من الجامعات الخاصة المصرية والأجنبية العاملة في مصر والتي تم اختيارها طبقاً لبيد جغرافي أو تمثيلاً لثقافات مختلفة. وتركزت مشكلة الدراسة في معرفة مدى تأثير الثقافة عموماً والثقافة التنظيمية خصوصاً على دور العلاقات العامة في الجامعات الخاصة المصرية والأجنبية وإندرج هذا البحث تحت أنواع البحوث الوصفية واعتمد على استخدام منهجين بحثيين هما منهج المسح الاعلامي ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وتم استخدام صحيفة الاستقصاء في جمع البيانات. وقد توصلت الدراسة إلى أن طبيعة التنظيم السائد في معظم الجامعات الخاصة المصرية تنقصه المرونة البناءة من طرف المسؤولين الخالية من التمييز في المعاملة بين العاملين والخالية من الاحتكار وغير المشجعة على الاستمرارية، وهناك نوعان من المسؤولين (القادة) داخل الجامعات الخاصة، الأول يقوم بالمدح والثناء وتهم المشاكل الخاصة بالعلاقات العامة بفتح قنوات الإتصال أمام مرؤوسيه ويسهل عملية تبادل المعلومات معهم ويحترم حاجاتهم والثاني لا يبالي بما تقدمه الإدارة ويكتفى بالأوامر والتوجيهات وعدم التفهم للمشاكل الخاصة. كما كانت العلاقات الإنسانية بين المسؤولين والعاملين مبنية غالباً على التمييز والتفضيل سواء التفضيل المبنى على أساس المنصب أو على أساس العلاقات القرابية والجهوية والأنتوية الأمر الذي يزداد في الجامعات المصرية ويقف في الجامعات الأجنبية. ولعبت الخلفية الثقافية وطبيعة شخصية المسؤول وطريقته في

وعندما يكون الهدف الرئيسى لأشطة العلاقات العامة دعم العلاقات بين المؤسسة وجمهورها تكون قادرة على تحقيق أهدافها طويلة المدى وخلق علاقة صحية قائمة على الثقة بين المؤسسة وجمهورها.^(١٢)

ولذلك تعد الأنشطة الاتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية هي ما يبذله من جهود تهدف إلى التأثير على الطلبة الوافدين مستخدما شتى وسائل الاتصال المختلفة حتى يتكون لدى هؤلاء الطلبة فكرة صحيحة عن الجامعات المصرية.^(١٣)

ويرى الباحث أن أخصائى العلاقات العامة لا بد أن يمتلك مهارات الاتصال غير اللفظية ويكون على دراية بأهمية دورها فى إنجاح ما يقدمه، كما يمتلك وسائل الاتصال اللفظية، وعليه أن يلجأ لكل وسائل الاتصال لتوصيل رسالته وتحقيق غاياته الإقناعية.

الآثار النظرية للدراسة:

نظرية الاتصال الحوارى فى العلاقات العامة: اعتمدت الدراسة على نظرية الاتصال الحوارى والتي ترجع إلى الباحثين Taylor و Kent حيث قدما النظرية فى العام ١٩٩٨ عبر دورية Public Relations Review وأشار الباحثان إلى أن الهدف من هذه النظرية هو بناء العلاقات بين المنظمات وجمهورها من خلال شبكة الإنترنت.^(١٤)

ويعتبر الحوار النموذج الأفضل فى ممارسات العلاقات العامة ويقدم أفضل طريقة عملية لبناء العلاقات بين المنظمات وجمهورها وأشار الباحثان عند تقديم مصطلح "العلاقات الحوارية" إلى ظهور نموذج جديد من الاتصال التفاعلى بين المنظمة وجمهورها، وأن العلاقات الحوارية توجد عندما تتساوى كل أطراف عملية الاتصال فى المشاركة، وتشارك فى الحوار الذى يوجد نحو بناء العلاقات.^(١٥)

ويعرف الحوار وفقا لكاموس Merriam- Webster بأنه المحادثة بين شخصين، وكلمة حوار أتت من الكلمة اللاتينية Dialogues فى القرن الثالث عشر وتعود أول الاستخدامات الفلسفية للحوار إلى الفيلسوف أرسطو، وحديثا برزت هذه الكلمة فى العام ١٩٥٧ وعرف الحوار بأنه وجود سمات المعاملة بالمثل، والتبادلية والمشاركة والانفتاح.^(١٦)

وتقوم النظرية على مفهوم الحوار وهو فى مضمونه يعنى الاتصال فى اتجاهين وفى هذا دعم رؤية أن العلاقات العامة الحقيقية لا تتحقق إلا إذا وصلت المنظمة إلى مستوى الاتصال المتمائل والمفتوح فى اتجاهين وتمكنت من تحقيق نوع من التكيف مع بيئتها الخارجية وهى نظرية تدعم استثمار العلاقات العامة للمواقع الإلكترونية ومنها انطلقت لتدعم المستحدثات الأخرى والتي تمتاز بالتفاعلية وتتيح للمنظمة وجمهورها على حد سواء أن يتبادلان الآراء والمقترحات والرؤى فهى تقوم على مصلحة الطرفين.^(١٧)

تساؤلات الدراسة:

تشمل الدراسة الحالية مجموعة من التساؤلات هي:

١. ما دور الأنشطة الاتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية فى تحسين الصورة الذهنية عن الجامعة لدى الطلاب الوافدين؟
٢. ما أسباب اختيار الوافدين الدراسة فى مصر؟
٣. ما المصادر التى يعتمد الوافدون عليها للحصول على معلومات عن الجامعات المصرية؟
٤. ما الصعوبات التى واجهت الوافدين عند الإلتحاق بالجامعة المصرية للدراسة؟
٥. ما مدى رضا الوافدين عن الكلية التى التحقوا بها للدراسة؟

فروض الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التأكد من صحة فرضين أساسيين هما:

- الفرض الأول: توجد ارتباطات دالة احصائيا بين الأنشطة الاتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية الإيجابية لدى الوافدين عن تلك الجامعات.

الرفاق للعلوم التطبيقية والإنسانية فى طرابلس، جامعة طرابلس الأهلية فى طرابلس، جامعة أفريقيا المتحدة الأهلية فى الزاوية)، أما عينة الدراسة الكيفية فقد قام الباحث بإجراء مقابلات معمقة مع ٩ من ممارسى العلاقات بالجامعات الليبية الثلاث محل الدراسة. وأظهرت الدراسة أن تقييم دور العلاقات العامة فى الجامعات محل الدراسة فى التواصل مع طلبة الثانوية العامة مرتفع بنسبة ٨١,٣%، ثم متوسط بنسبة ١٨,٧%، من وجهة نظر طلبة الجامعات الثلاث محل الدراسة. وكانت نتيجة مقياس الحفاظ على الصورة الإيجابية مرتفعة فى الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر طلبة الجامعات محل الدراسة، واتفق ممارسى العلاقات العامة على مشاركتهم الدائمة فى عملية صنع القرار على مستوى العلاقات العامة وذلك فى الثلاث جامعات محل الدراسة، وتفاوت التزام الجامعات محل الدراسة بأشطة المسؤولية الاجتماعية، واتفقت جامعتى الرفاق وطرابلس على تنظيم احتفالات سنوية لتكريم المتفوقين من أبناء المجتمع.

٩. وتعد دراسة (مازن محمد محمد عبدالعزيز، ٢٠١٥)^(١٨) دراسة تحليلية تهدف إلى التعرف على أساليب ممارسة العلاقات العامة الإلكترونية فى مواقع الجامعات المصرية والأمريكية، وقد أجريت الدراسة التحليلية على عينة من مواقع الجامعات المصرية والأمريكية وتحليل عدد ٨٩ موقعا من مواقع الكليات المختلفة التابعة لجامعات مصرية شملت (جامعة القاهرة- جامعة الإسكندرية- جامعة المنصورة) وجامعات أمريكية شملت (جامعة هارفرد- جامعة سنترفورد- جامعة متشيجان). وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الجامعات الأمريكية بتقديم طلب الخدمات عن طريق موقعها فيما لم تهتم الجامعات المصرية بتقديم تلك الخدمات، ووجد الباحث تحديد الهدف من انشاء الموقع الإلكتروني فى غالبية مواقع الجامعات الأمريكية على النقيض من الجامعات المصرية التى لم تحدد الهدف من انشائها للموقع. كما استخدمت المواقع المصرية الفيديو والنص معا من عناصر الوسائط المتعددة فى تصميم موقعها وهذا ما يعطى سرعة فى تحميل الموقع ويقلل زمن دخوله، واستخدمت المواقع المصرية والأمريكية عناصر الوسائط المتعددة بكثافة المتمثلة فى النص فقط والنص والصورة معا والفيديو والصوت معا والصور والرسوم المتحركة والخرائط الإلكترونية، بينما قل استخدام العناصر التالية للنص والصوت معا والفيديو.

الآثار المعرفية للدراسة:

مفهوم الأنشطة الاتصالية، إن العلاقات العامة ليست نشاطا ثانوى الأهمية بل عنصر أساسى فى أنشطة الجامعات المصرية وضرورة بفرصها المجتمع الحديث ونشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب فى وقت محدد وبأسلوب معين؛ مختار وهمة وصل بين الجامعات والطلبة الوافدين حتى تحقق رضاهم وتجذبهم إلى الدراسة فى جامعات مصر، مستخدمة لهذا تخطيط قائم على الملاحظة العملية وطرق البحث العلمى التى تساعد على تلمس احتياجات هؤلاء الوافدين ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها ونقل هذا بأمانة وصدق إلى المستويات الإدارية العليا. لذا يمكن تعريف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بأنها كل ما يقوم به قسم العلاقات العامة بالجامعات المصرية من وظائف وفعاليات مستخدما وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة بهدف التأثير الإيجابى وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الطلبة المصريين والوافدين.^(١٩)

لذا ترتكز وظيفة العلاقات العامة بالجامعات المصرية على نشر معلومات، وأفكار تعليمية وتنقيفية، وحقائق مشروحة ومفسرة للطلبة المقيدين وغير المقيدين، المصريين والوافدين؛ بغية الوصول إلى إنسجام وتكيف اجتماعى بين الجامعة وهؤلاء الطلبة، وذلك من خلال وحدات العلاقات العامة بالكليات المختلفة بالجامعة.^(٢٠)

وترى دائرة المعارف البريطانية أنشطة العلاقات العامة أنها: كل ما هو متصل بتفسير وتحسين الصلة أو العلاقة بين هيئة ما (ونقصد بها فى دراستنا الحالية الجامعات المصرية) وبين جمهور (الطلبة الوافدين عينة الدراسة الحالية) له ارتباط أو اتصال بهذه الهيئة.^(٢١)

٢٢ الفرض الثاني: توجد ارتباطات دالة إحصائية بين التقييم السلبي لبعض الأنشطة الإتصالية لأخصائي العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية السلبية لدى الوافدين عن أداء بعض الجامعات.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث أنها تركز على وصف طبيعة سمات وخصائص مجتمع أو موقف معين، وهذه البحوث لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم جمعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملاً، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها، وبناء أساس للحقائق التي يمكن أن تتبنى عليها فروض إيضاحية أو تفسيرية للموقف أو الظاهرة بما يسهم في تقديم المعرفة.^(١٨)

منهج الدراسة:

في إطار السعي إلى تحقيق التكامل المنهجي للدراسة، ونظراً لتعدد المناهج فإن حقيقة الهدف من الدراسة هي التي تحدد طبيعة المنهج الذي ينبغي اتباعه، وعلى ذلك يستخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح وهو أكثر المناهج استخداماً في مجال البحوث الإعلامية، ويهدف الباحث من وراء استخدام هذا المنهج إلى تكوين قاعدة من البيانات، والمعلومات من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من الطلاب الوافدين للدراسة بجامعة القاهرة بمختلف كلياتها ومراحلها التعليمية (المرحلة الجامعية الأولى)، بهدف التوصل إلى بيانات محددة تساعد في معرفة دور الأنشطة الاتصالية لأخصائيو العلاقات العامة بالجامعات المصرية في تحسين الصورة الذهنية عن الجامعة لدى الطلاب الوافدين، والذي تسعى الدراسة للوقوف عليه.

عينة الدراسة:

بلغ حجم عينة الدراسة ٣٢٥ مفردة من الطلاب الوافدين الدارسين بالجامعات المصرية وتم الاعتماد على أسلوب العينة المتاحة حيث لم يكن من السهل الوصول إلى الطلاب الوافدين بالجامعات المصرية خاصة مع ظروف انتشار وباء كورونا وتوقف المحاضرات بالجامعات والاعتماد فقط على المحاضرات الإلكترونية وحضور الطلاب إلكترونياً فقط.

أدوات الدراسة:

سوف يستخدم الباحث في دراسته لموضوع دور الأنشطة الاتصالية لأخصائي العلاقات العامة بالجامعات المصرية في تحسين الصورة الذهنية للجامعة لدى الطلاب الوافدين استمارة الاستبيان وسيتم تطبيقها على عينة من الطلاب الوافدين والدارسين بجامعة القاهرة.

مظاهر الدراسة:

يقوم الباحث بتقديم التعريف الإجرائي الذي سنتبعه هذه الدراسة، وذلك لأنه سوف يتم عرض هذه المصطلحات علمياً وربطها بالتراث النظري المتوفر حولها كل في موضعه من هذه الدراسة، وفيما يلي تعريف للمصطلحات المستخدمة في الدراسة:

٢٢ الأنشطة الاتصالية: هي تلك البرامج والفاعليات والأعمال التي ينظمها أخصائي العلاقات العامة بالجامعة في مصر، من أجل توضيح وتحسين الصورة الذهنية للجامعة وتحقيق أهدافها، والغاية من وجودها تجاه جمهور الدارسين.

٢٣ أخصائيو العلاقات العامة: هم الأشخاص الذين يعملون في قسم أو إدارة العلاقات العامة بالجامعة، والذين توكل لهم مجموعة من الواجبات والمهام مثل إقامة علاقات طيبة مع مجتمع الجامعة والتواصل معهم، وكذلك تزويد المجتمع (الدارسين، العام) بالمعلومات التي يحتاجونها والتي ترتبط بالجامعة وصورتها وأهدافها، وذلك بالإضافة إلى وظائف العلاقات العامة الأخرى مثل التخطيط والبحث والتنسيق والتقييم وغيرها من تلك المهام.

٢٤ الطلاب الوافدين: ويقصد بهم الطلاب غير المصريين والذين ينتمون للجنسيات العربية المختلفة، وأتوا إلى مصر بهدف الدراسة بالجامعات المصرية (خاصة جامعة القاهرة) سواء للدراسة بالمرحلة الجامعية الأولى أو مرحلتى الماجستير

والدكتوراه.

النتائج العامة للدراسة:

٢٥ أهم أسباب اختيار الطلبة الوافدين للدراسة في مصر:
جدول (١) أهم أسباب اختيار الطلبة الوافدين للدراسة في مصر

أهم الأسباب	التكرار والنسبة	ك	%
منحة من بلدي	١٦١	٤٩,٥	
توافر نوع الدراسة التي أريتها في مصر	١٣٦	٤١,٨	
جودة العملية التعليمية	١٢٢	٣٧,٥	
رغبة أسرتي	٩٣	٢٨,٦	
ما ينشر عن الجامعات المصرية عبر الإنترنت	٤٧	١٤,٥	
يسر التواصل مع الجامعات المصرية	٢٦	٨,٠	
مرونة القبول بالشهادات الثانوية القديمة	١	٠,٣	
القرب الجغرافي لبلدي	١	٠,٣	
جملة من سئلا		٣٢٥	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب اختيار الطلاب الوافدين للدراسة في الجامعات المصرية، وجاء عنصر "منحة من بلدي" في المرتبة الأولى، حيث يصل تكراره إلى ما يقرب من نصف العينة الإحصائية أي بنسبة ٤٩,٥%. وجاء في المرتبة الثانية، عنصر "توافر نوع الدراسة التي أريتها في مصر" بنسبة ٤١,٨%. وفي المرتبة الثالثة، عنصر "جودة العملية التعليمية" بنسبة ٣٧,٥%. وجاء عنصر "رغبة أسرتي" في المرتبة الرابعة بنسبة ٢٨,٦%. وعنصر "ما ينشر عن الجامعات المصرية عبر الإنترنت" بنسبة ١٤,٥%. وعنصر "يسر التواصل مع الجامعات المصرية" بنسبة ٨,٠%. وعنصر "مرونة القبول بالشهادات الثانوية القديمة" بنسبة ٠,٣%. و"القرب الجغرافي لبلدي" في المرتبة الأخيرة، بنسب متساوية ضئيلة ٠,٣%. وتحليل هذه الإحصاءات، يتضح اهتمام حكومات الدول بإيفاد الطلاب للدراسة في مصر حيث جاء عنصر "منحة من بلدي" في المرتبة الأولى، وكذلك يعكس دور مصر وسعيها لجذب الطلاب الوافدين وتحسن ترتيب الجامعات المصرية دولياً.

٢٦ أهم المصادر التي تعتمد عليها الطلبة الوافدين للدراسة في مصر في الحصول على معلومات عن الجامعات المصرية:

جدول (٢) أهم المصادر التي يعتمد عليها الطلبة الوافدين للدراسة في مصر في الحصول على معلومات عن الجامعات المصرية

أهم المصادر	التكرار والنسبة	ك	%
مواقع الإنترنت	١٣٥	٤١,٥	
أقارب درسوا في مصر	١٢٩	٣٩,٧	
القنوات الفضائية	١١٢	٣٤,٥	
الصحف والمجلات	٧٥	٢٣,١	
الأصدقاء	٤٨	١٤,٨	
مواقع الجامعات المصرية الإلكترونية	٤٤	١٣,٥	
الراديو	٤٣	١٣,٢	
الإعلانات الإلكترونية	٢٨	٨,٦	
عن طريق وزارة التعليم العالي	٤	١,٣	
يوتيوب	٢	٠,٧	
جملة من سئلا		٣٢٥	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المصادر التي تعتمد عليها الطلاب الوافدين في الحصول على معلومات كافية بغرض الدراسة في الجامعات المصرية، وجاء عنصر "مواقع الإنترنت" في المرتبة الأولى، بنسبة ٤١,٥%. وعنصر "أقارب درسوا في مصر" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩,٧%. وعنصر "القنوات الفضائية" في المرتبة الثالثة، بنسبة ٣٤,٥%. و"الصحف والمجلات" في المرتبة الرابعة، بنسبة ٢٣,٥%. ويأتي بعد ذلك باقي العناصر وهي "الأصدقاء، ومواقع الجامعات المصرية الإلكترونية، والراديو" بنسبة متقاربة في نفس مستوى المشاهدة تقريباً، ويحظى عنصر "الإعلانات الإلكترونية" على نسبة ضئيلة بواقع ٨,٦% ويأتي

لم يتم تفعيل نظام الإرشاد الأكاديمي و"عدم فهم اللهجة المصرية" في المرتبة الخامسة والسادسة، بنسب ١٥,٧% و ١١% على التوالي، ويدل ذلك على أن الإرشاد الأكاديمي للطلاب الوافدين قد تحسن وانتعش، والذي كان يفتقر إليه في السنوات السابقة بسبب أن اللائحة الجامعية توضح أن اجتماع مجلس القسم داخل الكليات يكون كل شهر ويجب وضع متطلبات الوافدين في جدول أعمال المجلس قبلها بفترة كافية، وكل ذلك كان يعقد الأمور ويؤخر الطلاب الوافدين دراستهم بداية من الالتحاق إلى اختيار التخصص المطلوب. ثم جاءت عناصر "لا توجد صعوبات" و"ارتفاع معدلات قبول المنح" بنسب ضئيلة وهي ١,٣% و ١% على التوالي مما يشير إلى الاعتراف بعناصر الصعوبات المتقدمة في هذا الجدول في المراتب الأولى والثالثة واستحواذاها على الاهتمام الأكبر من قبل إدارة المجلس الأعلى للجامعات في مصر، يليها في الاهتمام رفع الدرجة القصوى للتدريب لإدارة العلاقات العامة المنوطة بالتواصل مع الطلاب الوافدين. وكذلك جاءت عناصر "التكاليف الباهظة" و"اختلاف المنهج في بلدى مع المنهج في مصر"، وأيضاً عنصر "الرسوم" بنسب متقاربة مما يعكس التطور النوعى الذى حدث فى السنوات السابقة نحو تقنين وإعادة تقييم وتوازن الرسوم والتكاليف التى يتحملها الطالب الوافد للدراسة فى مصر، وكذلك يبين بطريق غير مباشر تدهور العملة المحلية أمام العملة الأجنبية.

مدى وجود مشكلات لدى الطلبة الوافدين تواجههم عند التقديم للالتحاق بالجامعات المصرية:

جدول (٥) مدى وجود مشكلات لدى الطلبة الوافدين تواجههم عند التقديم للالتحاق بالجامعات المصرية

التردد والنسبة	ك	%
نعم	١٤٨	٤٥,٥
أحياناً	١١٢	٣٤,٥
لا	٦٥	٢٠
الإجمالي	٣٢٥	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المشكلات التى واجهت الطلاب الوافدين أثناء التقدم للالتحاق بالجامعات المصرية للدراسة فيها، ويتضح من تحليل البيانات أن أكثر ما يقرب من نصف الطلاب بواقع ٤٥,٥% يواجهون مشاكل أثناء التقديم لذلك حصل عنصر "نعم" على المرتبة الأولى، ثم جاء عنصر "أحياناً" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٤,٥%، وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة عنصر "لا" بنسبة صغيرة وهي ٢٠% وتحليل هذه النتائج نجد اتفاق بين نتائج الجدول الحالى مع نتائج الجدول (٣) الخاص بمدى وجود صعوبات تواجه الطلاب الوافدين عند الالتحاق للدراسة بالجامعات المصرية؛ مما يشير إلى الصعوبات والمشاكل التى تواجه الطلاب الوافدين مع إدارة الجامعات المصرية بدءاً من مرحلة الترشح إلى التقدم ثم أثناء وبعد الالتحاق بالجامعات المصرية.

مدى أهم المشكلات التى واجهت الطلاب الوافدين عند الالتحاق بالجامعات المصرية:

جدول (٦) أهم المشكلات التى واجهت الطلاب الوافدين عند الالتحاق بالجامعات المصرية

التردد والنسبة	ك	%
أهم المشكلات		
مقارنة المواد التى درستها بالمواد المصرية- المقاصة	١٢٩	٤٩,٦
كثرة الأوراق المطلوبة	١٠٢	٣٩,٢
تعقد إجراءات الالتحاق	٩٩	٣٨,١
التكاليف الباهظة	٩٦	٣٦,٩
غياب التوضيح للإجراءات	٤٣	١٦,٥
الاستفسارات الأمنية الطويلة	١٢	٤,٦
قانون الإقامة السابق لطلبة الدراسات العليا الوافدين	١	٠,٤
المفروض أن تأتى أوراق التقديم لكن السفارة تأخرت بجلبها فضيحت لنا فرص النزول بالجامعة التى نرغب بها وذلك لامتلاء المقاعد الشاغرة فى الكلية	١	٠,٤
جملة من سئلا		٢٦٠

عنصر "عن طريق وزارة التعليم العالى" فى المراتب الأخيرة، ويليه عنصر "يوتيوب". وتحليل البيانات يتضح أن عنصر مواقع الإنترنت فى المركز الأول وهذا طبيعى لأنها لغة العصر فى الحصول على المعلومات بشكل سريع وهناك الكثير من المواقع الموثوق بها والموثقة للمعلومات التى تحتويها، يليه فى المركز الثانى، عنصر وجود أقارب درسوا فى مصر، والذي يعطى الثقة والمصداقية فى الدراسة وجودة الدراسة فى مصر ومواكبتها للمناهج بشكل كبير فى الدول المحيطة.

مدى وجود صعوبات تواجه الطلاب الوافدين عند الالتحاق بالدراسة فى الجامعات المصرية:

جدول (٣) مدى وجود صعوبات تواجه الطلاب الوافدين عند الالتحاق بالدراسة فى الجامعات المصرية

التردد والنسبة	ك	%
تقييم الصعوبات		
نعم	١٨٩	٥٨,٢
أحياناً	١١٠	٣٣,٨
لا	٢٦	٨
الإجمالي	٣٢٥	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم الصعوبات التى واجهت الطلاب الوافدين أثناء الالتحاق بالجامعات المصرية للدراسة فيها، ويتضح من تحليل البيانات أن أكثر من نصف الطلاب بواقع ٥٨,٢% يواجهون صعوبات مما يعطى الدليل الإحصائى تغيير نوعى نحو زيادة معدل الصعوبات بناء على العينة الإحصائية لذلك حصل عنصر "نعم" المرتبة الأولى، ثم جاء عنصر "أحياناً" فى المرتبة الثانية بنسبة ٣٣,٨%، وجاء فى المرتبة الثالثة والأخيرة عنصر "لا" بنسبة ضئيلة جدا وهي ٨%. وتحليل هذه النتائج، نجد أن النسبة الأكبر تواجه صعوبات مما يؤثر على معدل جذب الطلاب الوافدين إلى الجامعات المصرية فيما بعد والذي يؤثر بدوره على التقييم الدولى للجامعات المصرية.

مدى أهم الصعوبات التى واجهت الطلاب الوافدين عند الالتحاق بالجامعات المصرية:

جدول (٤) أهم الصعوبات التى واجهت الطلاب الوافدين عند الالتحاق بالجامعات المصرية

التردد والنسبة	ك	%
أهم الصعوبات		
اختلاف مسمى التخصص المطلوب	١٤٧	٤٩,٢
صعوبة التواصل مع العلاقات العامة بالجامعة	١١٣	٣٧,٨
عدم اتفاق لوائح التخصصات المصرية مع تخصصات بلدى	١٠٠	٣٣,٤
غموض كثير من التخصصات المصرية	٩٠	٣٠,١
لم يتم تفعيل نظام الإرشاد الأكاديمي	٤٧	١٥,٧
عدم فهم اللهجة المصرية	٣٣	١١,٠
لا توجد صعوبات	٤	١,٣
ارتفاع معدلات قبول المنح	٣	١,٠
التكاليف الباهظة	٢	٠,٧
اختلاف المنهج فى بلدى مع المنهج فى مصر	١	٠,٣
الرسوم	١	٠,٣
جملة من سئلا		٢٩٩

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أهم العناصر المتمثلة فى الصعوبات التى تواجه الطلاب الوافدين الملتحقين بالجامعات المصرية مرتبة كالاتى: جاء عنصر "اختلاف مسمى التخصص المطلوب" فى المرتبة الأولى فى الصعوبات التى تواجه الطلاب الوافدين بنسبة ٤٩,٢% أى ما يقرب من نصف العينة الإحصائية مما يركز الضوء على اهتمام إدارة المجلس الأعلى للجامعات بتوحيد مسميات التخصصات المشتركة بين الجامعات المصرية والعالمية باللوائح بقدر المستطاع. وجاء عنصر "صعوبة التواصل مع العلاقات العامة بالجامعة" فى المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٨%. وجاء عنصر "عدم اتفاق لوائح التخصصات المصرية مع تخصصات بلدى" فى المرتبة الثالثة، بنسبة ٣٣,٤%. وجاء عنصر "غموض كثير من التخصصات المصرية" فى المرتبة الرابعة، بنسبة ٣٠,١%. وجاء عنصرى

٢٤ تقييم الطلبة الوافدين لمدى رضاهم عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية:

جدول (٨) تقييم الطلبة الوافدين لمدى رضاهم عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية

التقييم	التكرار والنسبة	ك	%
راض تماما		١٦٩	٥٢
راض إلى حد ما		١٣٦	٤١,٨
غير راض		٢٠	٦,٢
الإجمالي		٣٢٥	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى انقسام الطلاب الوافدين إلى ثلاثة أقسام، قسم "راض تماما" وجاء في المرتبة الأولى بنسبة ٥٢%. وقسم "راض إلى حد ما" وجاء في المرتبة الثانية بنسبة ٤١,٨%. وقسم أخير "غير راض" وهو في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ضئيلة جدا وهي ٦,٢%. ويتضح أن هناك أكثر من نصف العينة الإحصائية ترضى عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية والسبب هو الرضا عن التخصص المطلوب، وهي نتيجة إيجابية تكشف ارتفاع مستوى رضا الطلاب الوافدين عن الجامعات المصرية ويوضح الجدول التالي أهم أسباب هذا الرضا.

٢٥ أهم أسباب رضا الطلبة الوافدين عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية:

جدول (٩) أهم أسباب رضا الطلبة الوافدين عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية

أهم الأسباب	التكرار والنسبة	ك	%
الاتحاق بالتخصص المطلوب		١٩١	٦٢,٦
كفاءة الأساتذة		١٥٩	٥٢,١
تطور التخصصات باستمرار		١١٥	٣٧,٧
فاعلية الإرشاد الأكاديمي الطلابي		٨٨	٢٨,٩
التواصل مع أعضاء الجامعة		٨٠	٢٦,٢
مسارعة الجامعة لحل المشكلات التي تواجهني		٢٩	٩,٥
توافر مناخ من التفاهم مع كل أعضاء الجامعة		٢١	٦,٩
جملة من سئلو			٣٠,٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب رضا الطلاب الوافدين عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية، حيث حاز العنصر "الاتحاق بالتخصص المطلوب" المرتبة الأولى، بنسبة ٦٢,٦%. وجاء عنصر "كفاءة الأساتذة" في المرتبة الثانية، بنسبة ٥٢,١%، يليه العنصر "تطور التخصصات باستمرار" في المرتبة الثالثة، بنسبة ٣٧,٧%. وجاء عنصر "فاعلية الإرشاد الأكاديمي الطلابي" في المرتبة الرابعة، بنسبة ٢٨,٩%. يليه عنصر "التواصل مع أعضاء الجامعة" في المرتبة الخامسة، بنسبة ٢٦,٢%، وجاء العنصرين "مسارعة الجامعة لحل المشكلات التي تواجهني" و"توافر مناخ من التفاهم مع كل أعضاء الجامعة" في المرتبتين السادسة والسابعة، بنسب ٩,٥% و ٦,٩% على التوالي.

ويتضح من البيانات، أن توفر التخصصات المتنوعة والمطلوبة في سوق العمل كانت من أهم أسباب رضا الطلاب الوافدين عن الجامعات المصرية التي التحقوا بها وكان لكفاءة الأساتذة وتواصلهم مع الطلاب الوافدين تأثيرا كبيرا في رفع مستوى رضا الطلاب الوافدين عن الجامعات المصرية التي التحقوا بها وتراجعت بعض الأسباب كسارعة الجامعة في حل المشكلات وتوفير مناخ من التفاهم وهي نقاط يجب أن توضع تحت أنظار العاملين بالعلاقات العامة بالجامعات المصرية بغرض تحسينها والعمل على تلافى المشكلات وتوفير مناخ أكاديمي صحي يلبي متطلبات الطلاب الوافدين.

٢٦ أهم أسباب عدم رضا الطلبة الوافدين عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية:

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المشكلات التي واجهت الطلاب الوافدين عند الالتحاق بالجامعات المصرية للدراسة فيها، ويأتي عنصر "مقارنة المواد التي درستها بالمواد المصرية- المقاسة" في المرتبة الأولى بنسبة ٤٩,٦% أي ما يقرب من نصف العينة الإحصائية، أما الثلاثة عناصر التي تليه وهي كثرة الأوراق المطلوبة" وتعدد إجراءات الالتحاق" والتكاليف الباهظة" فقد حازت المراتب الثانية والثالثة والرابعة بنسبة ٣٩,٢% و ٣٨,١% و ٣٦,٩% على التوالي. وجاء في المرتبة الخامسة عنصر "غياب التوضيح للإجراءات" بنسبة ١٦,٥%، وعنصر "الاستفسارات الأمنية الطويلة" في المرتبة السادسة بنسبة ٤,٦%. ثم جاء عنصرى "قانون الإقامة السابق لطلبة الدراسات العليا الوافدين" وعنصر "المفروض أن تأتي أوراق التقديم لكن السفارة تأخرت بجلبها فضيحت لنا فرص النزول بالجامعة التي نرغب بها وذلك لامتلاء المقاعد الشاغرة في الكلية" في المراتب الأخيرة متساويين بنسبة ضئيلة جدا.

ويتضح من هذا الجدول مشاركة العنصر الأول الخاصة بمقارنة المواد التي درستها بالمواد المصرية- المقاسة" به مع العنصر الأول بالجدول (٤) الخاص بـ"اختلاف مسمى التخصص المطلوب" والعنصر الثالث الخاص بـ"عدم اتفاق لوائح التخصصات المصرية مع تخصصات بلدي" حيث كانت من أكثر المشكلات التي تواجه الطلاب الوافدين، والذي يشير إلى قوة النتائج الإحصائية الدقيقة. كذلك العناصر الأول والثاني والسادس في هذا الجدول تشير إلى التعقيد الإداري للجامعات، وعدم وجود آلية واضحة لتسهيل إجراءات الالتحاق للطلاب الوافدين بالجامعات المصرية وهو ما يعرف بـ(بيروبياتولوجية الإدارة) Bureaupathology.

٢٧ تقييم الطلبة الوافدين للحلول والمشكلات التي واجهتهم عند الالتحاق بالجامعات المصرية:

جدول (٧) تقييم الطلبة الوافدين للحلول والمشكلات التي واجهتهم عند الالتحاق بالجامعات المصرية

تقييم الحلول	التكرار والنسبة	ك	%
من خلال وحدة شؤون الطلاب بالكلية.		١٣١	٥٠,٤
من خلال المعارف والأصدقاء المصريين.		١٢٨	٤٩,٢
من خلال وحدة العلاقات العامة بالجامعة.		٨٨	٣٣,٨
من خلال سفارة بلدي.		٧٤	٢٨,٥
من خلال الطلبة الوافدين.		١	٠,٤
قاموا بحجز مقاعد الطلاب بأكثر من جامعة، ولكنها لم تقصر على رغبة جميع الطلاب.		١	٠,٤
لم تحل مشكلة المصاريف الباهظة.		١	٠,٤
جملة من سئلو			٢٦,٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم الطلاب الوافدين لحلول المشكلات التي تواجههم لدى الالتحاق بالجامعات المصرية، فقد جاء عنصر "من خلال وحدة شؤون الطلاب" في المرتبة الأولى بنسبة ٥٠,٤%، يليه في المرتبة الثانية، عنصر "من خلال المعارف والأصدقاء المصريين"، بنسبة ٤٩,٢%، وكذلك جاء عنصر "من خلال وحدة العلاقات العامة بالجامعة" في المرتبة الثالثة، بنسبة ٣٣,٨%، ثم "من خلال سفارة بلدي" في المرتبة الرابعة، بنسبة ٢٨,٥%، وتبعهم باقي العناصر بنفس أعداد المشاهدة وبالتالي بنفس النسبة وهي ٠,٤%. ويتضح من التحليل للبيانات المشار إليها بالجدول أن دائما حلول مشكلات الطلاب الوافدين تأتي بالطريق الطبيعي المباشر، وتحتل "وحدة شؤون الطلاب بالكلية" المركز الأول في حل المشكلات، ويعتبر ذلك أداء جيد وإن لم يكن ممتاز.

وكذلك يتضح ارتباط العنصر "لم تحل مشكلة المصاريف الباهظة" بالعنصر رقم (٩) الخاص بـ"التكاليف الباهظة" بالجدول (٤) مما يوضح حصول هذه المشكلة على مستوى معظم الطلاب الوافدين.

ثقة ٩٩%. وبرزت بعض أبعاد المقياس لدلالاتها الإحصائية؛ إذ يرى الطلاب الوافدين "أن الجامعات المصرية تحقق التميز العلمي للوافدين" حيث بلغ قيمة معامل بيرسون ٠,٤٤٦، عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩% كما ارتفعت قيمة بعض أبعاد المقياس الأخرى لدلالاتها الإحصائية ومنها "تقديم الجامعات المصرية لخدمات تعليمية متميزة" حيث بلغ قيمة معامل بيرسون ٠,٤٢٤، عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩% وكذلك "الأداء المتميز في التعامل مع الطلاب الوافدين" حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٤١٩، عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩%. وتدل تلك النتائج على إيجابية الصورة الذهنية لدى الطلاب الوافدين عن الجامعات المصرية نتيجة لجهود الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية.

ويتضح مما سبق، ثبوت صحة الفرض القائل بـ"توجد ارتباطات دالة إحصائية بين الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية الإيجابية لدى الوافدين عن تلك الجامعات.

٣ الفرض الثانى: توجد ارتباطات دالة إحصائية بين التقييم السلبى لبعض الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية السلبية لدى الوافدين عن أداء بعض الجامعات.

جدول (١٢) الارتباط الخطى بين التقييم السلبى لبعض الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية السلبية لدى الوافدين عن أداء بعض الجامعات

التقييم السلبى	التقييم السلبى لبعض الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية
الصورة الذهنية السلبية لدى الوافدين عن الجامعات المصرية	قيمة بيرسون
عدم الالتزام بقرارات الجامعة	**٠,٣١٢
عدم الثقة والمصادقية فى قياداتها	**٠,٤١٩
عدم التزام الجامعة بمشكلات الوافدين	**٠,٤٢٥
القيمة التجميعية للصورة الذهنية السلبية لدى الوافدين عن الجامعات المصرية	**٠,٤٥٦

**دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩%.

تشير بيانات الجدول السابق إلى: وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين التقييم السلبى لبعض الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية السلبية لدى الوافدين عن أداء بعض الجامعات، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٤٥٦، وهو ارتباط متوسط ودال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩%. وبرزت بعض أبعاد المقياس لدلالاتها الإحصائية؛ ومنها البعد الخاص بـ"عدم التزام الجامعة بمشكلات الوافدين" حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون له ٠,٤٢٥، عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩%. وهو ما يشير إلى وجود بعض القصور الواجب تلافياها فى المستقبل فى علاج مشكلات الطلاب الوافدين بالجامعات المصرية والتي يلاقتها أثناء الالتحاق بالجامعة أو أثناء الدراسة الفعلية بالكلية التي التحقوا بها.

كما برز البعد الخاص بـ"عدم الثقة والمصادقية فى قياداتها" حيث بلغ معامل بيرسون لها ٠,٤١٩، وهو ارتباط متوسط ودال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة ثقة ٩٩%. ويكشف ذلك عن وجود فجوة بين الطلاب الوافدين وقيادات الجامعة فى الوقت الذى تسعى فيه إدارات العلاقات العامة بالجامعات المصرية لتحسين صورة الجامعة فى أذهان الطلاب الوافدين مازالت تصرفات بعض القيادات الجامعية تؤثر سلبا على تكوين تلك الصورة الذهنية وهو ما يجب تلافية وبناء جسور للتواصل بين القيادات الجامعية والطلاب الوافدين وهو جزء أصيل من أدوار أجهزة العلاقات العامة بالجامعات المصرية.

ويتضح مما سبق، ثبوت صحة الفرض القائل بـ"توجد ارتباطات دالة إحصائية بين التقييم السلبى لبعض الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية السلبية لدى الوافدين عن أداء بعض الجامعات".

مقترحات الدراسة وتوصياتها:

بناء على أهداف الدراسة يقدم الباحث مجموعة من المقترحات والتوصيات سعيا

جدول (١٠) أهم أسباب عدم رضا الطلبة الوافدين عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية

أهم أسباب عدم الرضا	التكرار والنسبة	ك	%
غياب تعاون العلاقات العامة	١٨	١٨	٩٠,٠
عدم التواصل مع الأساتذة	١٤	١٤	٧٠,٠
عدم وجود تفاهم مع الزملاء المصريين	٩	٩	٤٥,٠
تعقيد الموظفين للإجراءات	١١	١١	٥٥,٠
الرسوم	٣	٣	١٥,٠
عنصرية التعامل وخاصة مع الوافدين	٤	٤	٢٠,٠
لن ترى وحدة العلاقات العامة	٢	٢	١٠,٠
جملة من سئوا			٢٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أهم أسباب عدم رضا الطلاب الوافدين عن الكلية التي التحقوا بها بالجامعات المصرية، حيث جاء عنصر "غياب تعاون العلاقات العامة" فى المرتبة الأولى، بنسبة عالية جدا وهى ٩٠%، وجاء عنصر "عدم التواصل مع الأساتذة" فى المرتبة الثانية، بنسبة ٧٠%، وعنصر "تعقيد الموظفين للإجراءات" فى المرتبة الثالثة، بنسبة ٥٥%، يليه عنصر "عدم وجود تفاهم مع الزملاء المصريين" فى المرتبة الرابعة، بنسبة ٤٥%. ثم جاءت عناصر "عنصرية التعامل وخاصة مع الوافدين" و"الرسوم" و"لن ترى وحدة العلاقات العامة" فى المراتب الخامسة والسادسة والسابعة، بنسبة ٢٠%، ١٥%، و ١٠% على التوالي.

وبتفسير هذه البيانات، يتبين التشديد على دور العلاقات العامة فى الجامعات المصرية، وكذلك إيجاد قنوات للتواصل المباشر وغير المباشر مع الأساتذة فى الجامعات، وتكون خاصة بالطلاب الوافدين وحل مشكلاتهم وبديهي أن يأتى تعقيد الموظفين للإجراءات التي تعطل سير العمل للطالب الوافد بداية من إجراءات الالتحاق واختيار التخصص المطلوب إلى التخرج، فإذا كان هناك عدم تواصل مع الأساتذة فما هو الأداء الجيد المتوقع من الموظفين.

أما عنصرية التعامل مع الوافدين وإن كانت نسبته قليلة إلا أنه أمر لا يتفق مع الأخلاق والدين فى مجتمعنا الحبيب ويجب رفع الوعى الأخلاقى قبل الوظيفة لكل من يتعامل بطريق مباشر أو غير مباشر مع الوافدين. وجاءت الرسوم فى المراتب الأخيرة وهو ما يوضح تيسير التكاليف بالنسبة للوافدين سواء كان على منحة أو على نفقته الخاصة.

اختبار فروض الدراسة الميدانية:

٣ الفرض الأول: توجد ارتباطات دالة إحصائية بين الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية الإيجابية لدى الوافدين عن تلك الجامعات.

جدول (١١) الارتباط الخطى بين الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية الإيجابية لدى الوافدين عن تلك الجامعات

الأنشطة الإتصالية	الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية
الصورة الذهنية الإيجابية لدى الوافدين عن الجامعات المصرية	قيمة بيرسون
الأداء المتميز عن نحو الوافدين	**٠,٤١٩
حل مشكلات الوافدين	**٠,٣٩٣
التواصل مع الوافدين	**٠,٤١٣
الموازنة بين مصالح الجامعة والوافدين	**٠,٣٢٦
تحقيق التميز العلمى للوافدين	**٠,٤٤٦
تقديم خدمات تعليمية متميزة	**٠,٤٢٤
تطرح مقررات توكب العصر الحديث	**٠,٣١
القيمة التجميعية للصورة الذهنية الإيجابية لدى الوافدين عن الجامعات المصرية	**٠,٤٦٥

**دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١ ودرجة ثقة ٩٩%.

يتضح من الجدول السابق ما يلي: وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين الأنشطة الإتصالية لأخصائى العلاقات العامة بالجامعات المصرية؛ والصورة الذهنية الإيجابية لدى الوافدين عن تلك الجامعات، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٤٦٥، وهو ارتباط متوسط ودال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١، ودرجة

- الخاصة المصرية والأجنبية: دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (المنصورة: جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٦).
١٣. منصور عثمان محمد زين، "دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في السودان"، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، العدد ١، يونيو ٢٠١٦.
١٤. نجم عيسوي، "نظرية الحوار في العلاقات العامة"، متاح عبر الرابط: <https://najmaleessawi.blogspot.com/2019/05/blog-post.html>.
15. Cabot, Mathew. (2012). **Introduction to Public Relations**. San Jose State University, P3.
16. Kent, M. L. & Taylor, M. (1998), "Building dialogic relationships through the World Wide Web". **Public Relations Review**, vol. 24, p.p.321- 334.
17. Taylor, M. Kent, M. & White, W. (2001), "How activist organizations are using the Internet to build relationships", **Public Relations Review**, Vol. 27, p.p. 263- 284.

- لتعزيز الالتزام التنظيمي للعاملين داخل الجامعة والاستفادة من الاتصالات المؤسسية الداخلية وانعكاس ذلك على الصورة الذهنية للطلاب الوافدين مما يساعد على الاستمرار وتحقيق ميزة تنافسية دائمة على المستوى العلمي الأكاديمي والمستوى العملي التطبيقي من خلال الوسائل الاتصالية والقائم بالاتصال بالطلاب الوافدين:
١. تفعيل دور العلاقات العامة في إقامة الأنشطة الثقافية والاجتماعية كالمعارض والاحتفالات للطلاب الوافدين.
 ٢. ضرورة عقد ندوات وورش عمل دورية للطلبة الوافدين حتى تكون على اتصال دائم معهم.
 ٣. تخطيط وتنظيم وتنسيق برامج وأنشطة العلاقات العامة مسبقا بحيث يطلع عليها الطلاب الوافدين لتساعد في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة.
 ٤. ضرورة عقد بحوث دورية بإدارات العلاقات العامة واستطلاعات للرأى لمتابعة مستوى الصورة الذهنية للجامعات المصرية في أذهان الطلاب الوافدين والسعي لتلافي أى مشكلات تعرقل بناء صورة إيجابية.

المراجع:

١. أمينة محمد مصطفى عائلة، "تكنولوجيا الإتصال وعلاقتها بأنشطة العلاقات العامة في الجامعات الليبية: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (المنصورة: جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٨).
٢. حاتم على حيدر الصالحي، "دور الفيسبوك في تدعيم الحوار بين المنظمة والجمهور: دراسة في إطار نظرية الاتصال الحواري"، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ٦، العدد ١، صص ٢٢١ - ٢٤١.
٣. رامى فايد دياب حرارة، "دور الإعلام الجديد في تنمية ممارسات العلاقات العامة بالجامعات الفلسطينية بقطاع غزة: دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢١).
٤. سمير محمد حسين، "بحوث الإعلام دراسات في مناهج البحث العلمي"، ط٢، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٥، ص ١٣٢.
٥. سمير محمد محسن، "العلاقات العامة الأسس العلمية والتطبيقات النظرية"، ط٣، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٥)، ص ٥٥.
٦. سوزان يوسف أحمد القليني وعبدالرحمن عبدالرحيم السيد، "دور أنشطة العلاقات العامة بالجامعات المصرية في إمداد المراهقين بالمعلومات"، مجلة دراسات الطفولة، مجلد ١٩، عدد ٧٢، ٢٠١٦، صص ٢٣ - ٣٢.
٧. عاصم صاحب عديمرزوك الجناي، "دور العلاقات العامة في استقطاب الأساتذة والطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة: جامعتى الشرق الأوسط والبنرا أنموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٦).
٨. عبدالقادر الزرقانى مسعود الديب، "تقييم دور العلاقات العامة في الجامعات الليبية الخاصة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (المنصورة: جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).
٩. على بن فايز الجحني، "مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية"، (الرياض: مركز البحوث والدراسات بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠٦)، ص ١٩.
١٠. كريم طلعت حسن المعداوى، "استخدام ممارسى العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بمصادقية المؤسسة لدى الجمهور: دراسة ميدانية على الجامعات المصرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (المنصورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠٢٠).
١١. مازن محمد محمد عبدالعزيز، "أساليب ممارسة العلاقات العامة الإلكترونية في مواقع الجامعات ودورها في إمداد الجمهور بالمعلومات: دراسة مقارنة بين الجامعات المصرية والأمريكية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (المنصورة: جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٥).
١٢. محمد سعيد محمد سلامة، "التأثير الثقافى على دور العلاقات العامة في الجامعات