

مجلة

# مجلة العلاقات العامة

Journal of PR research  
Middle East

الشرق الأوسط



معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ = ١,٥٦٩

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٤ = Q1 ١.٧٥

ثورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثانية عشرة - العدد الرابع والخمسون - الجزء الأول - أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٢٤م

## بحوث باللغة العربية:

- التأهيل الأكاديمي في مجال العلاقات العامة بالجامعات العربية:  
دراسة تطبيقية على عينة من الخطط الدراسية لبرامج بكالوريوس العلاقات العامة  
أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (كلية ليوا - أبوظبي)  
د. خالد عبد الله أحمد درار (كلية ليوا - أبوظبي)  
د. عمر بن عمر (كلية ليوا - أبوظبي) ... ص ٩
- اتجاه الجمهور المصري نحو استخدام التسويق بالفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على السلوك الشرائي: دراسة في إطار نظرية ثراء الوسيلة  
أ.م.د. رشا عبد الرحمن حجازي إبراهيم (المعهد الدولي العالي للإعلام - أكاديمية الشروق) ... ص ٤٥
- أترتعرض أطفال ما قبل المدرسة للعبة عالم الإنترنت في تنمية بعض مفاهيم الأمن الرقمي لديهم:  
دراسة في إطار استخدام والديهم لمنصة صنف  
أ.م.د. سلوى علي إبراهيم الجيار (جامعة بورسعيد) ... ص ١٢٧
- اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج البرامج التليفزيونية  
أ.م.د. أميرة صابر محمود أحمد محمدين (جامعة طنطا) ... ص ٢٣٧
- تعرض الشباب السعودي للإعلانات الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:  
دراسة ميدانية مطبقة على طلبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية  
د. عبد الرحمن بن إبراهيم الجاهلي (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٢٧٩
- العوامل المؤثرة على اتجاهات المستهلكين نحو الإعلان عبر تقنية البودكاست وعلاقتها باستجاباتهم السلوكية:  
دراسة ميدانية على جيل Millennial في مصر  
د. إيمان سيد أحمد السيد موسى (جامعة عين شمس) ... ص ٣١٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة EPRA

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٤ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg



مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام

جامعة السويس

مدقق اللغة الإنجليزية

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزعبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

## الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والمتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام والمتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة ووكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنبات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة  
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر  
رقم الإيداع: ٢٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

**APRA Publications**

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom  
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.  
Postal code: 32111 Post Box: 66  
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,  
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [jpr@epa.org.eg](mailto:jpr@epa.org.eg) - [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency)

موقع ويب: [www.jpr@epa.org.eg](http://www.jpr@epa.org.eg) - [www.apr.agency](http://www.apr.agency)

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -157 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

### التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
- والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.
- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
  - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
  - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
  - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
  - تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
  - تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

### قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية . الإنجليزية . الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢،٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنهماً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٨٠ \$ على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريون ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة [jpr@epa.org.eg](mailto:jpr@epa.org.eg) أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency) بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

## الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثلاثة وخمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٤م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير = ١,٧٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١,٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - إثراء للعلوم والثقافة - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الرابع والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم جزأين منشورًا بهما بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والباحثين والمساعدين. ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بالجزء الأول بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا من كلية ليوا بأبوظبي مقدّم من: أ.د. عبد الملك ردمان الدناني، من اليمن، د. خالد عبد الله أحمد درار، من السودان، د. عمر بن عمر من تونس، تحت عنوان: "التأهيل الأكاديمي في مجال العلاقات العامة بالجامعات العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الخطط الدراسية لبرامج بكالوريوس العلاقات العامة". ومن المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق قدّمت: أ.م.د. رشا عبد الرحمن حجازي إبراهيم، من مصر، دراسة بعنوان: "اتجاه الجمهور المصري نحو استخدام التسويق بالفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على السلوك الشرائي: دراسة في إطار نظرية ثراء الوسيلة".

ومن جامعة بورسعيد قدّمت: أ.م.د. سلوى علي إبراهيم الجيار، من مصر، بحثًا بعنوان: "أثر تعرض أطفال ما قبل المدرسة للعبة عالم الإنترنت في تنمية بعض مفاهيم الأمن الرقمي لديهم: دراسة في إطار استخدام والدتهم لمنصة صنف".

ومن جامعة طنطا قدّمت أ.م.د. أميرة صابر محمود أحمد محمدين، من مصر، دراسة بعنوان: "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج البرامج التليفزيونية".

وقدّم د. عبد الرحمن بن إبراهيم الجاهلي من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من السعودية، دراسة ميدانية بعنوان: "تعرض الشباب السعودي للإعلانات الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية مطبقة على طلبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية". وأخيرًا بالجزء الأول من المجلة قدّمت: د. إيمان سيد أحمد السيد موسى، من جامعة عين شمس، من مصر، دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة على اتجاهات المستهلكين نحو الإعلان عبر تقنية البودكاست وعلاقتها باستجابتهم السلوكية: دراسة ميدانية على جيل Millennial في مصر". أما البحوث الواردة بالجزء الثاني بهذا العدد من المجلة فنجد بحثًا مشتركًا من جامعة الأزهر، قدّمته كل من: د. ساره عبدالفتاح السيد، من مصر، د. هيام سعد أبو الفتوح طلخان، من مصر، بعنوان: "توظيف الشركات لاستراتيجية الخوف من فوات الفرص الشرائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لمنتجاتها: دراسة تحليلية مقارنة لشركات السيراميك المصرية والمتعددة الجنسيات". ومن جامعة كفر الشيخ قدّمت: د. هناء محمد عبد المقصود عون، من مصر، دراسة تطبيقية بعنوان: "واقع صحافة الفيديو الرقمية بمواقع الصحف الإلكترونية واتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحوها".

وقدّم د. عهد ماهر موسى أبودراز، من فلسطين، من جامعة أم القيوين، بحثًا بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩: دراسة ميدانية على مجتمع جامعة أم القيوين". أما د. حسن فراج حسن فراج، من مصر، من جامعة عين شمس، قدّم بحثًا بعنوان: "استخدام تطبيقات التسويق الرقمي لتحليلات البيانات الضخمة وعلاقته ببناء الثقة في المنتجات لدى المستخدمين".

وأخيرًا بالجزء الثاني من المجلة قدّمت: صافية سعد سعد آل جماح الشمراي، من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، دراسة بعنوان: "تقديم الهوية الذاتية لذوي الإعاقة البصرية عبر المنصات الرقمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

**رئيس تحرير المجلة**

أ.د. علي عجوة



**التأهيل الأكاديمي في مجال العلاقات العامة بالجامعات العربية:  
دراسة تطبيقية على عينة من الخطط الدراسية لبرامج  
بكالوريوس العلاقات العامة (\*)**

إعداد

أ.د. عبد الملك الدنانى (\*\*). د. خالد عبد الله أحمد درار (\*\*\*) د. عمر بن عمر (\*\*\*\*)

---

(\*) تم استلام البحث بتاريخ ٠٤ نوفمبر ٢٠٢٤م، وقيل للنشر في ٢٥ ديسمبر ٢٠٢٤م.

(\*\*) أستاذ العلاقات العامة بكلية ليوا - أبوظبي.

(\*\*\*) الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة بكلية ليوا - أبوظبي.

(\*\*\*\*) الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة بكلية ليوا - أبوظبي.



# التأهيل الأكاديمي في مجال العلاقات العامة بالجامعات العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الخطط الدراسية لبرامج بكالوريوس العلاقات العامة

د. عمر بن عمر  
amor.benamor@lc.ac.ae  
كلية ليوا - أبوظبي

د. خالد عبد الله أحمد درار  
khalid.dirar@lc.ac.ae  
كلية ليوا - أبوظبي

أ.د. عبد الملك الدناني  
malek.aldanani@lc.ac.ae  
كلية ليوا - أبوظبي

## ملخص:

تناولت هذه الدراسة موضوع "التأهيل الأكاديمي في مجال العلاقات العامة بالجامعات العربية، بالتطبيق على الخطط الدراسية لبرامج بكالوريوس العلاقات العامة في عينة من الجامعات العربية، وذلك من خلال تحليل الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة في عينة الدراسة. وهدفت إلى: التعرف على الخطط الدراسية المقررة لبرامج العلاقات العامة في أقسام وكليات الإعلام في الجامعات العربية، ورصد العوامل المؤثرة في جودة تعليم برامج العلاقات العامة في أقسام وكليات الإعلام في الجامعات العربية محل الدراسة، ومعرفة عدد ساعات المساقات النظرية مقابل المساقات التطبيقية في برامج العلاقات العامة، إضافةً إلى التعرف على مدى مواءمة المساقات الدراسية التي تتسجم مع متطلبات سوق العمل وتطبيقات الرقمنة في المنظمات. وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية، وذلك اعتمادًا على منهج المسح. وللحصول على البيانات الأولية للدراسة تم استخدام تحليل المضمون بهدف تحليل محتوى الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة حسب وحدات التحليل وفئاتها. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: هناك تباين في توزيع الساعات التدريسية لبرامج العلاقات العامة في الجامعات العربية وفي تسميتها، هناك صعوبة في التمييز بين الساعات النظرية والمساقات التطبيقية لبرامج العلاقات العامة بعينة الدراسة بالجامعات العربية، وذلك نظرًا لعدم وجود توصيفات المساقات بالمواقع الإلكترونية للجامعات محل الدراسة. تشير الدراسة إلى انخفاض عدد المساقات ذات الصبغة الرقمية، وهو مؤشر لضعف مستوى التطوير الخاص ببرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية، وغالبية البرامج محل الدراسة ليست بالحديثة، وظلت على حالها منذ فترة ليست بالقصيرة على الرغم من المستجدات التي أفرزتها ثورة الاتصالات والمعلومات خاصةً في مجال تقنيات الاتصال ومتطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار. تشير الدراسة إلى أن برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية تتضمن كل منها مساقًا للتدريب العملي الخارجي (الميداني)، مع عدم تضمينها مساقات منفصلة قائمة بذاتها للتدريب الداخلي، وفي هذا السياق تفرد بعض الجامعات أكثر من مساق دراسي للتدريب مثل تدريب أول وتدريب ثاني، بينما بعض

الجامعات تخصص مساقًا واحدًا للتدريب، ولكنه ممتد على فصلين دراسيين. وأوضحت الدراسة أن غالبية برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية - عينة الدراسة - تستخدم مشاريع التخرج أكثر من استخدامها لبحوث التخرج التي سادت بتلك البرامج لفترة من الزمن.

**الكلمات المفتاحية:** التأهيل، التأهيل الأكاديمي، العلاقات العامة، الجامعات العربية، الإعلام، الاتصال.

### مقدمة:

يؤدي العلم دورًا مهمًا في تنمية وتطور المجتمعات بمختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإنسانية والقانونية والتقنية وغيرها من المجالات. وفي العصور القديمة كان التطور العلمي يعتمد على المواهب والجهود الفردية للعلماء، ولذا كانت الإضافات العلمية محدودة والتطور بطيئًا، ولكن مع ظهور التعليم في الجامعات أدى إلى تطورات علمية سريعة في كافة المجالات، ولذا فإن البعض يعرف الجامعة بأنها: كيان اجتماعي يقوم بدور مهم ومحوري في إنتاج وتشجيع التنمية والمعرفة الشاملة في المجتمع.

وتعد الجامعات الجهات الرئيسة المنوط بها إنتاج العلم والمعرفة من خلال الوظيفتين التقليديتين: التعليم والبحث العلمي، حيث أن العلم يأتي في صورة معرفة، ولكن هذه المعرفة لا تتحول إلى اختراعات وابتكارات وسلع وخدمات مفيدة وأساليب ممارسة راشدة لمختلف المهن إلا من خلال تطبيقها في واقع المنظمات بمختلف أشكالها وفي الأنشطة والقطاعات كافة، ولذا فقد أضيفت وظيفة ثالثة للجامعات تكمن في خدمة المجتمع، والتي تعد من أهم أبعادها التعاون بين الجامعات ومنظمات المجتمع، وبالتالي فإن هذا التعاون لا غنى عنه في ظل التطور المتسارع في تدفق العلوم والمعارف.

والخطط الدراسية المرتكز الأساس، والأداة الأساسية التي من خلالها تقدم الجامعات برامجها التعليمية، ومن ثم القيام بأدوارها الثلاثة: التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع، والجامعات مثل بقية المنظمات؛ حتى تقوم بدورها بنجاح فإنها تركز جهودها لتقديم خطط واضحة المعالم، من خلال تخطيط استراتيجي يبدأ بتحديد رؤيتها، والتي تحدد هويتها وتصيغ على ضوءها رسالتها وتحدد أهدافها الرئيسة والتشغيلية. وكجزء أساس من هذا التخطيط الاستراتيجي تقوم الجامعات بتصميم الخطط الدراسية التي تقدمها سواء على المستوى الأول للبكالوريوس والليسانس والتي يطلق عليها Undergraduate Programs، أو على مستوى أعلى للدبلومات والماجستير والدكتوراه، والتي يطلق عليها الدراسات العليا Postgraduate Programs.

وتتمثل فكرة هذه الدراسة للوقوف على الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة في الجامعات العربية التي يُرجى منها تأهيل دارسيها بالقدر الذي يمكنهم من الممارسة المهنية على النحو المطلوب، وتتاول الدراسة تلك البرامج من حيث تصميمها والمساقات النظرية والتطبيقية التي تتضمنها، والساعات المحددة لكليهما، ومدى وفاء ذلك بمتطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار.

## إشكالية الدراسة:

حظي تخصص العلاقات العامة منذ نهايات القرن العشرين باهتمام كبير في العديد من الجامعات العربية - الحكومية منها والخاصة - بعدها نشاطًا اتصاليًا لازمًا بمختلف المنظمات، ونظرًا للتطور المتسارع في البيئة الاتصالية والإعلامية بصورة عامة، وحاجة المنظمات للاستخدام الاحترافي لمتطلبات تلك البيئة، كان لا بد من دراسة الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة، من حيث أهدافها ومخرجاتها، ومساقاتها النظرية منها والتطبيقية للتعرف على مدى فاعليتها وقدرتها على إكساب دارسيها المهارات اللازمة التي يحتاجها سوق العمل.

## أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع نفسه في إعداد دارسي العلاقات العامة، والنشاط الذي تقوم به العلاقات العامة في المنظمات، والمراحل التي تمر بها مهنة العلاقات العامة؛ وتتطلب المزيد من إتقان المهارات المختلفة التي يطلبها سوق العمل، والذي يجب أن تتوافق معه المناهج الدراسية لبرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية. وأهميتها من أهمية إعداد الطلاب الدارسين في برامج العلاقات العامة، بصفتهم الجمهور المستهدف من تحسين الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة في الجامعات العربية، وإمكانية استعادة القائمين بالتدريس في برامج العلاقات العامة من نتائج الدراسة في تطوير الأهداف والمخرجات والخطط الدراسية لتلك البرامج؛ باعتبارها إحدى نظم متطلبات الجودة الشاملة في هيئات - أو لجان أو إدارات - ضمان الجودة في الدول العربية.

## أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- ١) التعرف على الخطط الدراسية المقررة لبرامج العلاقات العامة في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية.
- ٢) رصد للعوامل المؤثرة في جودة تعليم برامج العلاقات العامة في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية محل الدراسة.
- ٣) معرفة عدد ساعات المساقات النظرية مقابل المساقات التطبيقية في برامج العلاقات العامة بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية.
- ٤) التعرف على مدى مواءمة المساقات الدراسية التي تنسجم مع متطلبات سوق العمل وتطبيقات الرقمنة في المنظمات.

## تساؤلات الدراسة:

١. ما مستوى توزيع الساعات التدريسية الكلية لبرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية؟

٢. ما مستوى عدد الساعات النظرية والمساقات التطبيقية لبرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية؟
٣. ما نسبة المساقات ذات الصبغة الرقمية ببرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية؟
٤. ما واقع مساقات التدريب الداخلي والخارجي ببرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية عينة الدراسة؟
٥. ما وضعية مشاريع وبحوث التخرج في برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية عينة الدراسة؟

### مصطلحات الدراسة:

**الرقمنة:** الرقمنة في مجال العلاقات العامة هو تحويل الاتصال الكتابي والشفوي إلى رسائل إلكترونية يفهمها الجميع، وبرز هذا المفهوم في العلاقات العامة مع تطور وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات، من خلال دمج العلاقات العامة التقليدية بالمحتوى التسويقي والإعلام الرقمي لتحسين صورة المنظمة.

**البرنامج الأكاديمي:** يُقصد به مجالاً أو تخصصاً أكاديمياً يحدد ما يدرسه الطالب من المقررات الدراسية والأنشطة المرتبطة بذلك المجال أو التخصص، والنجاح في إتمامها يؤهلهم للحصول على درجة أكاديمية في ذلك المجال أو التخصص. أما في هذه الدراسة فيقصد به برامج بكالوريوس العلاقات العامة.

**الخطة الدراسية:** يُقصد بها مجموعة متكاملة من المقررات الدراسية والأنشطة التي تشكل من مجموع وحداتها متطلبات التخرج التي يجب أن يجتازها الطالب بنجاح، بُغية الحصول على الدرجة العلمية في التخصص المحدد. وفي هذه الدراسة مجموعة يُقصد بها المساقات أو المقررات التي تتضمنها الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية محل الدراسة.

### نوع الدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية؛ وتتجه البحوث الوصفية إلى وصف الظاهرة التي ندرسها كما هي، أي في ظل الظروف التي توجد فيها، والتعرف على وجهات نظر الأفراد وعما يعتقدونه، ويفكرون فيه، والتي يمكن من خلالها الحصول على معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع واسع يمكن أن يكون من الصعب إجراء الملاحظات المباشرة عليه.

### منهج الدراسة:

تم استخدام منهج المسح في إنجاز هذه الدراسة، حيث يُعد المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، كما أنه يهتم بتجميع البيانات والحقائق الجارية، عن موقف محدد وذلك من عدد كبير نسبياً من الحالات في وقت محدد، ولعل أهم ما يميز هذا أنه يمثل الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها في الإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فروضها. كما سيتم إجراء مسح على الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة في بعض الجامعات العربية محل الدراسة.

**المنهج المقارن:** يُعد المنهج المقارن من المناهج المهمة في علوم الاتصال؛ حيث يفيد في المقارنة بين المتغيرات المختلفة للدراسة، ويتطلب البعد عن التحيز في إجراء تحليل المضمون على وجه التحديد، وتم توظيف هذا المنهج للمقارنة بين الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة من مجالات متعددة.

### مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموع المصادر التي نشر أو أذيع أو عرض فيها المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للدراسة، وذلك بالنسبة لمحتوى وسائل الاتصال والإعلام، أما بالنسبة لدراسات الجمهور، يمثل الجمهور المستهدف الذي يهدف البحث لدراسته، وتعميم نتائج الدراسة على مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه بصورة شاملة في بعض الأحيان، ولهذا يتم استخدام العينات على أن تمثل المجتمع تمثيلاً سليماً. ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية، والتي أتاحت تفاصيلها من خلال المواقع الإلكترونية، بُغية تحليلها ومقارنتها في مجالات متعددة ذات صلة بمتطلبات سوق العمل. وتكونت عينة الدراسة من الجامعات الموضحة في الجدول الآتي\*:

الجدول (١)

يوضح عينة الدراسة من الجامعات العربية

تسلسل	الجامعة	تسلسل	الجامعة
١	الشارقة	٩	الليبية
٢	قابوس	١٠	القاهرة - كلية الإعلام
٣	إفريقيا العالمية	١١	دمشق
٤	صنعاء	١٢	سرت الليبية
٥	البحرين	١٣	الإسلامية غزة
٦	بغداد - كلية الإعلام	١٤	الامام محمد
٧	اليرموك	١٥	أم القرى
٨	قطر		

### أدوات جمع البيانات:

للحصول على البيانات الأولية الخاصة بالدراسة تم استخدام تحليل المضمون كأداة رئيسية، وذلك لتحليل محتوى الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة حسب وحدات التحليل وفئاتها التي ستحدد فيما بعد. فضلاً عن الملاحظة البسيطة المرتكزة على الخبرة العملية لمعدي الدراسة كأداة مساعدة في عملية التحليل بُغية تكامل المعطيات الكمية والكيفية.

### الدراسات السابقة:

- دراسة عدنان نوري الحربي، ٢٠٢٤م: "التأهيل الأكاديمي في تخصصي الصحافة والعلاقات العامة بالجامعات السعودية في ظل التغيرات التقنية ومتغيرات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على قسم الإعلام بجامعة أم القرى". سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى التأهيل الأكاديمي في الخطط

المستحدثة في تخصصي الصحافة والعلاقات العامة بقسم الإعلام بجامعة أم القرى واستجابتها للتطورات التقنية ومتغيرات الذكاء الاصطناعي ومتطلبات سوق العمل من خلال وصف وتحليل الخطط المستحدثة لبرنامجي "الصحافة الإلكترونية" و"العلاقات العامة والاتصال المؤسسي" مقارنة بالخطط السابقة باستخدام منهج تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي. وخلصت الدراسة إلى مجموعة النتائج من أهمها:

- شهدت الخطط المستحدثة تغييرا كبيرا في تكوينها الأكاديمي يكمن في عدد المقررات وحدائتها شملت متطلبات الجامعة والكلية ومتطلبات التخصص.

- الاهتمام بتنمية المهارات العامة لمخرجات القسم باستحداث عدد من المهارات تكمن في مهارات التواصل الشفهي والكتابي والتفكير الناقد والإقناع والتقديم والعرض، وغيرها من مهارات التواصل.
- استحداث (٢٥) ساعة معتمدة مرتبطة بتوظيف التقنيات في مجال العلاقات العامة بنسبة (١٢.٨٢٪) من إجمالي ساعات مسار "العلاقات العامة والاتصال المؤسسي"، غير متوافرة في الخطط السابقة.

- تقسيم التدريب إلى قسمين أولهما تدريب ميداني (١ و ٢) بواقع (٦) ساعات لكل منهما، والآخر التدريب التعاوني في الخطط المستحدثة بواقع (٨) ساعات معتمدة وخصص له فصل دراسي كامل.

- زيادة عدد المقررات المخصصة للبحث العملي إلى (٤) مقررات بواقع (١٨) ساعة معتمدة بنسبة (٩.٢٣٪) من إجمالي ساعات الخطة الدراسية لكل مسار؛ منها مادتان مناهج بحث كمي وكيفي، والأخرى مشروع بحث (١ و ٢) بواقع (٦) ساعات لكل منهما.

- ضعف الاهتمام بالمهارات اللغوية (اللغة العربية واللغة الإنجليزية) في الخطط المستحدثة.

- دراسة "حردان هادي صايل الجنابي"، ٢٠٢٤م: "واقع التأهيل الأكاديمي لدى طلبة أقسام العلاقات العامة بالجامعات الحكومية العراقية واتجاهاتهم نحوه: دراسة ميدانية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع التأهيل الأكاديمي لدى طلبة أقسام العلاقات العامة في الجامعات الحكومية العراقية، واتجاهاتهم نحو هذا الواقع عبر ثلاثة محاور هي: المقررات الدراسية، والتدريس، والتدريب الإعلامي. وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي وظفت المنهج المسحي.

وتمثل مجتمع الدراسة بجميع طلبة أقسام العلاقات العامة بكليات الإعلام في الجامعات الحكومية العراقية الواقعة في العاصمة بغداد حصراً، وهما جامعتي بغداد والعراقية، باعتبارهما الجامعتين الوحيدتين اللتين تضمان أقسام علاقات عامة في كليات الإعلام فيها من بين خمس جامعات حكومية عراقية داخل العاصمة بغداد، أما عينة الدراسة فقد بلغت (٢٠٠) مفردة من طلبة أقسام العلاقات العامة بكليات الإعلام في الجامعتين المذكورتين، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة كمية لجمع بيانات الدراسة التي طبقت في المدة من ١-١٥ كانون الثاني / يناير ٢٠٢٣م، وقد توصلت لمجموعة من النتائج أهمها:



- إن رغبة المبحوثين بدراسة تخصص العلاقات العامة هو أهم دوافع التحاقهم بأقسام العلاقات العامة في كليات الإعلام بالجامعات الحكومية العراقية محل الدراسة، حيث جاء هذا الدافع بالترتيب الأول.
  - يرى المبحوثون أن "عدم اكتسابهم للمهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي" هو أهم جوانب القصور في محور المقررات الدراسية، وأن "اعتماد التدريسي على الإلقاء والتلقين في محاضراته" يعتبر أهم جوانب القصور في محور التدريس، وأن "عدم وجود مختبرات للتدريب العملي في قسم العلاقات العامة" يُعد أهم جوانب القصور في محور التدريب الإعلامي.
  - أشارت النتائج إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو محاور التأهيل الأكاديمي بأقسام العلاقات العامة في الجامعات الحكومية العراقية محل الدراسة كان محايداً نحو محوري المقررات الدراسية والتدريس وسلبياً نحو محور التدريب الإعلامي.
  - أظهرت النتائج أن المبحوثين "راضون إلى حد ما" عن محور المقررات الدراسية، و"راضون بدرجة كبيرة" عن محور التدريس، و"غير راضين على الإطلاق" عن محور التدريب الإعلامي؛ باعتبارها محاور تعبر عن واقع التأهيل الأكاديمي بأقسام العلاقات العامة في الجامعات الحكومية العراقية محل الدراسة.
  - دراسة "إيمان سامي عشري"، ٢٠٢٤م "التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات العربية في ضوء التحولات الرقمية: دراسة في جامعتي الملك سعود بالمملكة العربية السعودية، والشارقة بالإمارات العربية المتحدة". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات العربية في ضوء التحولات المهنية. وتُعد الدراسة من الدراسات الوصفية تستهدف وصف التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات العربية في ضوء التحولات المهنية. واستخدمت منهج المسح الإعلامي. قامت الباحثة باستخدام الاستبانة الإلكترونية ونشرها على مواقع إلكترونية. وتم التطبيق على عينة قوامها (٣٥٠) مفردة عن طريق المواقع الإلكترونية لمواقع خريجي العلاقات العامة في الإمارات والسعودية.
- وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أهمية المناهج الدراسية في التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة، حيث تستند المناهج إلى فلسفة وأهداف تتفق ومتطلبات سوق العمل، تساعد المناهج على الربط بين الدارسين والحياة بكل مستجداتها، أهمية التدريب في التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة واكتساب مهارات جديدة. تعدد معايير جودة التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة، تعدد أدوات التكنولوجيا المستخدمة في التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة. تعدد صور وتأثيرات المشاركة على التأهيل الأكاديمي. أهمية مشروعات التخرج في التأهيل الأكاديمي. تعددت محددات الاختيار للعمل في مجال العلاقات العامة وتمثلت في القدرة على الاتصال الفعال، والقدرة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل.

قدمت هذه الدراسة عدة توصيات تتمثل في: وجود خطط تدريبية للطلاب والخريجين بما يتناسب مع احتياجات سوق العمل بالاشتراك مع المؤسسات المهنية، التواصل بين الجامعة والخريجين الذين تلقوا التدريب، الاهتمام بالخريجين من قسم العلاقات العامة وإنشاء رابطة أو هيئة يتم من خلالها التواصل معهم والاستفادة من خبراتهم العملية.

- دراسة عبد الصادق حسن، ٢٠٢١م "المحتوى التدريسي لبرامج العلاقات العامة والإعلان بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات المصرية والخليجية وعلاقته بتقويم الطلاب لجودة العملية التعليمية": هدفت الدراسة إلى التعرف على المقررات الدراسية المتعلقة ببرامج العلاقات العامة والإعلان في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الخليجية والمصرية واتجاهات الطالب نحوها، والكشف عن أهم معايير القبول بتلك البرامج من وجهة نظر الطلاب، فضلاً عن رصد العوامل المختلفة التي تؤثر في جودة العملية التعليمية ببرامج العلاقات العامة والإعلان في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات الخليجية والمصرية والمتضمنة مصادر التعلم، مواصفات تخصص العلاقات العامة والإعلان، المواصفات التدريسية لأعضاء هيئة التدريس، أساليب الإرشاد الأكاديمي للطلاب، الجوانب العملية التي تركز عليها مقررات العلاقات العامة والإعلان. اعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج المقارن. وفيما يتصل بجمع البيانات الأولية تم استخدام أداة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها:

١- اهتمت أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الخليجية بتدريس المقررات العملية والتي تصقل مهارات وخبرات الطلاب بما يؤهله لسوق العمل، وذلك على الرغم من قلة هذه المقررات مقارنة بالمقررات النظرية.

٢- كشفت الدراسة أن برامج العلاقات العامة والإعلان في الجامعات الخليجية والمصرية تهتم بتطوير المهارات الشخصية والمهنية لدى الطلاب، وتطوير أدوات التدريب الاحترافي في استوديوهات ومعامل القسم، وتوجيه الطالب بضرورة التواصل والعمل مع المؤسسات المختلفة باستخدام التقنيات الاتصالية الحديثة.

٣- كشفت الدراسة أن تدريس مقررات برامج العلاقات العامة في الجامعات الخليجية والمصرية يركز على عدة مرتكزات تتمثل في: تعزيز أستاذ مقرر المساق طلابه للتعاون وتشجيع التفاعل بين الطلبة أنفسهم، مثل إجراء مشاريع جماعية، وتدعيم المحتوى بالعديد من المواد الإثرائية التي ترسخ المعلومات وتثبت المهارات المكتسبة، والتشجيع على استخدام المصادر الورقية والإلكترونية التي تحتويها المكتبة، كما يقدم أستاذ المقرر أساليب مختلفة لتقييم الطلاب خلال المحاضرة.

٤- أظهرت النتائج التفصيلية فروق دالة إحصائياً بين الطلاب في الجامعات الخليجية والمصرية طبقاً لأساليب التدريس المستخدمة في برامج العلاقات العامة والإعلان، لصالح الجامعات الخليجية في:

مجموعات المناقشة، المجموعات ذات الطابع الجماعي بين الطلاب، التدريب العملي على برامج الجرافيك واستوديوهات الجامعة، العروض التقديمية للطلاب.

- دراسة "ريم أبو الفتوح محمود علي"، ٢٠١٦م، "البرامج الدراسية للعلاقات العامة بالجامعات المصرية وانعكاسها على واقع الممارسة المهنية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على البرامج الدراسية داخل أقسام العلاقات العامة بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، والتعرف على رأي الممارسين فيما درسوا بأقسام العلاقات العامة، وما تلقوه من تدريب، وانعكاسه على واقع الممارسة المهنية لديهم بعد التخرج. فضلاً عن التعرف على تأثير تطبيق نظام الجودة بالكليات على أقسام العلاقات العامة من وجهة نظر الباحثين. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: جاء الاعتماد على الكتب الجامعية فقط في المحاضرات، دون استخدام الوسائل الحديثة، حيث كانت الإجابة ب(نعم) بنسبة متوسطة ٠.٨٠ من إجمالي العينة الكلية. وكانت الكتابة أكثر المهارات المكتسبة بنسبة متوسط استجابة قدرها ٠.٣٨ في الجامعات الخاصة، و٠.٣٤ في الجامعات الحكومية، تلتها مهارة تصميم المطبوعات في الجامعات الخاصة بنسبة متوسط استجابة ٠.٦٥ وفي الجامعات الحكومية بنسبة متوسط استجابة ٠.٥٧، أما المعوقات الأساسية التي تحول دون وجود مقررات وبرامج تدريسية حديثة تتماشى مع تطور المجتمع من وجهة نظر أساتذة العلاقات العامة، فقد تمثلت في: سياسة القسم إزاء وضع المقررات والبرامج الدراسية، ثم قلة المؤلفات والكتب والدراسات العربية الحديثة في مجال العلاقات العامة، فضلاً عن عدم توفر الوسائل الاتصالية الحديثة بأقسام العلاقات العامة.

- دراسة **2019 Michele E. Ewing & et al**: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ممارسة القيادة في مقررات العلاقات العامة بالتطبيق على برامج العلاقات العامة لمرحلة البكالوريوس، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها ١١٠ مفردة، كما استخدم الباحثون أداة المقابلة المقننة مع ١٩ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن البرامج تركز على المقررات الدراسية التي تهتم بإظهار مهارات القيادة لدى الطالب مثل حملات العلاقات العامة، كما كشفت نتائج الدراسة أن أعضاء هيئة التدريس يشجعون الطلاب على العمل الجماعي داخل وخارج الفصول الدراسية، مع ضرورة تعيين قائد لكل مجموعة من الطلاب، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن المقررات تحفز الطلاب على الإبداع والتفكير الابتكاري وأهمية إدارة الوقت والعمل كفائد للمجموعة وتحمل المسؤولية.

- دراسة **2018, Abdul Rauf bin Ridzuan & et al**: التي استهدفت التعرف على تصورات الطلاب تجاه مقررات العلاقات العامة وتأثيرها على أدائهم الأكاديمي، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها ٩٥ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أن الطلاب اختاروا تخصص العلاقات العامة بسبب آفاق الصناعة الجيدة التي يعتقدون أنها تتمتع بمستقبل مشرق مما يجعلهم يؤدون أداءً جيداً

في تخصص العلاقات العامة، وكشفت نتائج الدراسة أيضًا أن تنمية المهارات الفردية بناءً على عملية التعلم الخاصة بالطلاب يؤثر بشكل مباشر على اهتمامهم بمقررات العلاقات العامة ويؤثر إيجابًا على الأداء الأكاديمي الخاص بهم، كما كشفت نتائج الدراسة أن محتوى المقررات وطرائق التقييم يؤثران على الأداء الأكاديمي الخاص بالطلاب.

### التعليق على الدراسات السابقة:

استهدفت الدراسات السابقة التعرف على المقررات الدراسية لبرامج العلاقات العامة بشكل عام، والتعرف على اتجاهات الطلاب نحوها، وممارسة القيادة من خلالها، فضلاً عن التعرف على رأي الممارسين لمهنة العلاقات العامة نحو الجانب التدريبي أثناء الدراسة وانعكاسات ذلك على واقع الممارسة المهنية لديهم. أما الدراسة الحالية فتستهدف بدرجة أساسية تحليل الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة والوقوف على مدى استجابتها للتحويلات الرقمية في مختلف المنظمات. وتمت الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة وبلورتها، والتعرف على الإطار النظري للدراسة، وعلى منهج الدراسة، وكيفية صياغة تساؤلات الدراسة، وكيفية تحديد الإطار العام للدراسة، وقد ناقشت العديد من الدراسات السابقة أهم المهارات والمعارف والكفايات الواجب توافرها في مخرجات الكليات والأقسام في ظل التطورات التقنية المتسارعة.

اهتمت الدراسات السابقة بدراسة تقييم الممارسين لمخرجات تعليم العلاقات العامة وفقاً لاحتياجات سوق العمل، دور التدريب في تطوير مهارات العاملين في دوائر العلاقات العامة، واقع التدريس والتدريب في أقسام العلاقات العامة، توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة الأدوار المهنية، استخدام الإنترنت في تدريس مقررات الإعلام والعلاقات العامة، أثر استخدام التقنيات الحديثة في تطوير أجهزة العلاقات العامة.

وتتميز الدراسة الحالية في دراسة تأثير تطور المناهج والأنشطة الأكاديمية مثل التدريب ومشروعات التخرج في التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة، كما اهتمت بمعايير الجودة الشاملة، إضافة إلى دراسة مدى تأثير التأهيل الأكاديمي على دارسي العلاقات العامة خاصة فيما يتعلق بقدرتهم ومهاراتهم التي تساعدهم للالتحاق بسوق العمل في ظل التحويلات المهنية. وفيما يتصل بجمع البيانات الأولية استخدمت الدراسات السابقة الاستبانة، وتحليل المضمون، فضلاً عن المقابلة بينما تستخدم هذه الدراسة تحليل المضمون كأداة رئيسة لتحليل الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة في الجامعات العربية محل الدراسة، فضلاً عن استخدام المقابلة كأداة مساعدة في عملية التحليل.

### صعوبات واجهت الدراسة:

(١) مشكلة مفاهيمية تتصل بالمصطلحات المستخدمة من جانب المؤسسات الأكاديمية نظراً لتباين خلفياتها ومنطلقاتها.

- (٢) التباين في عدد الساعات المعتمدة لبرامج بكالوريوس العلاقات العامة.
- (٣) مشكلة توزيع الساعات على مساقات الخطط الدراسية، فغالبيتها المساقات بثلاث ساعات، ولكن هناك مساقات بساعتين، ومساقات مجزأة إلى ثلاث وحدات أو أربع بواقع ساعة لكل وحدة.
- (٤) هناك تباين في مدة الدراسة فبعض الجامعات بها فصلان دراسيان في العام الدراسي، فيما البعض الآخر فيها أربعة فصول دراسية (فصلان عاديان، وفصل أو فصلان مكثقان)، وهذا التباين ينعكس على المدة الزمنية التي يقضيها الطالب في الوفاء بالمتطلبات الأكاديمية.
- (٥) هناك تباين في تصنيف مساقات برامج العلاقات العامة. فغالبيتها الجامعات العربية تصنف المساقات إلى إجبارية واختيارية، وبعض آخر من الجامعات تصنفها إلى إجبارية واختيارية ومساندة ومساقات حرة، مما ينعكس سلباً على نسبة المساقات المعنية بالتخصص.
- (٦) عدم التوازن بين متطلبات الجامعة ومتطلبات الكلية ومتطلبات التخصص في برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية، مما يصعب عملية انتقال الطلاب بين الجامعات داخل الدولة الواحدة، أو بين الجامعات العربية بشكل عام.
- (٧) مشكلة تباين في تصميم البرامج حتى بين جامعات داخل الدولة الواحدة، الأمر الذي يعقد عمل المقارنات (فئات التحليل/وحدات التحليل).
- (٨) الاختلاف البارز بين نسبة المواد التطبيقية مقارنة بالنظرية.
- (٩) عدم إظهار طبيعة المساق بشكل واضح في بعض الخطط الدراسية (تطبيقي أم نظري).
- (١٠) عدم وجود حد أدنى معتمد من المساقات التطبيقية في البرامج (التركيز على هذه النقطة في التوصيات وفي البرنامج النموذجي المقترح)
- (١١) من خلال متابعة المواقع الإلكترونية هنالك ملاحظتان: الأولى غياب المعلومات التفصيلية عن البرامج والمساقات الدراسية، ثانياً عدم تحديث المعلومات عن الخطط الدراسية. واعتبار هذا النوع من المعلومات من قبيل الأسرار المهنية لدى بعض الجامعات، حيث لاقت طلباتنا لبعض المعلومات التي تخص البرامج التردد أو الرفض التام.
- (١٢) اختلاف النظم التعليمية المعتمدة لوضع الخطط الدراسية مما يؤدي إلى التباين الواضح بينها، مما يؤثر سلباً على انتقال الطلاب بين الجامعات العربية لمواصلة دراستهم في حال تعرضهم لظروف تحول دون الاستمرار في الدراسة بجامعاتهم وكياناتهم التي بدأوا في الدراسة بها.

## الإطار النظري والمعرفي للدراسة:

### أهداف التعليم العالي:

يشهد العالم اليوم تطورًا متسارعًا في مجالات الحياة كافة نتيجة للمتغيرات التي أفرزتها تطور وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات، وقد فرض ذلك من مختلف المؤسسات الربحية وغيرها أن تطور من أساليب عملها وجودة منتجاتها حتى تواكب مستجدات العصر، وفي هذا السياق كان على مؤسسات التعليم العالي أن تطوّر كافة منظومتها بدءًا ومنتهاى لتكون مخرجاتها بمستوى الجودة المطلوبة محليًا وعالميًا في ظل هذا التنافس المحموم المتداخل. ولتحقيق ذلك وجد مفهوم الجودة والجودة الشاملة من المفاهيم اهتماماً متعاظماً من جانب مؤسسات التعلم العالي رغم الاختلافات الواضحة في مستوى وأساليب الممارسة الفعلية على أرض الواقع نظرًا لجملة من الأسباب المتداخلة.

وتُعد الخطة الدراسية بمثابة ترجمة عملية لرؤية ورسالة الجامعة وأهدافها، ثم أهداف ومخرجات البرامج. والتي ترتبط بخطة التعليم العالي في الدولة المعنية إزاء أي تخصص من التخصصات، وتُقاس قوة الدول وتقدمها بمدى ما تملكه من معرفة وثقافة متقدمة وثروة بشرية منتجة وفعّالة على المستوى الداخلي والخارجي، لذلك يأتي الاهتمام برسم سياسة التعليم العالي، وتحديد أهدافها المستقبلية، ورسم مساراته لوفاء بمتطلبات التنمية بمختلف محاورها ومستوياتها. وبصورة عامة يمكن تصنيف أهداف التعليم العالي إلى الآتي:

(١) **أهداف متعلقة بالمتعلم:** يُعد المتعلم من أهم مرتكزات العملية التعليمية؛ لذا كان إنشاء التعليم العالي ومؤسساته والاهتمام بجودة التعليم وصولاً إلى مستويات تعليمية محددة وقابلة للقياس والتقويم موضوعياً. وتتضمن تلك الأهداف أبعاداً متعددة تتمثل في الآتي (جاسم محمد الحمدان، ٢٠١٨م، ص ٢٣):

#### أ) البُعد المعرفي والمهاري/ ويشمل:

١. استحداث وتنويع التخصصات العلمية والإنسانية لتتنجم مع متطلبات التنمية كمًّا وكيفًا.
٢. تمكين المتعلم من استخدام وسائل تحصيل المعارف التقليدية منها والحديثة.
٣. تطوير قدرة المتعلم على التحليل والنقد والإبداع.
٤. تشجيع المتعلم على التعلم المستمر من خلال الجهد الذاتي.

#### ب) البُعد الأخلاقي والسلوكي/ ويتضمن:

- (١) حث المتعلم على التمسك بالقيم الإيجابية والأخلاق القائمة على المساواة، والعدالة الاجتماعية.
- (٢) تعويد المتعلم على تقدير قيم الحرية والديموقراطية من خلال احترام الآخرين.
- (٣) دفع المتعلم إلى تبني ثقافة الحوار البناء.
- (٤) إدراج أخلاقيات المهنة وتقدير بيئة العمل في المناهج والحث على التحلي به.



### ج) البُعد المعيشي/ ويتضمن:

- ١- تزويد المتعلم بالمعارف والمهارات التي تؤهله لسوق العمل ومجابهة متغيراته.
- ٢- توجيه المتعلم على التكيّف مع مستقبله المهني والوظيفي بما يحقق له التوافق مع الأسرة والمجتمع.
- ٣- تمكين المتعلم من القدرة على التنافس والإنجاز في العمل سواء على المستوى الوطني أو الدولي.
- ٤- دعم جودة القوى العاملة من خلال التعليم والتدريب المستمرين، وجذب الموهوبين والمبدعين.

### ٢) الأهداف المتصلة بالمعرفة/ وتشمل:

- أ. تطوير المناهج وطرائق التدريس ومواكبة المستجدات في العلوم والمعارف.
- ب. تعميق دور البحوث العلمية في تعزيز التنمية في المجتمعات.
- ت. التبادل المعرفي بين مؤسسات التعليم العالي، بُغية الاستفادة من التجارب والإنجازات العلمية والخبرات الوطنية منها والعالمية.
- ث. توظيف التقنيات الحديثة عامة، وتقنيات الاتصال (استخدامًا وصناعةً) للتغلب على معوقات الفاعلية والكفاءة.
- ج. تشجيع ودعم وتبني أنظمة الاعتماد والتقييم والعمل على تأكيد وإشاعة مفاهيم الجودة الشاملة.

### ٣) أهداف متصلة بالمجتمع، ومنها:

- أ. الإسهام في التنمية الاقتصادية في المجتمع من خلال الوفاء بمتطلبات سوق العمل.
- ب. تقوية العلاقات بين مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات التي تقدم خدمات لأفراد المجتمع.
- ت. الاستجابة للتحديات التنموية وتنويع مقومات الاقتصاد الوطني والإسهام في التحوّل إلى الاقتصاد المعرفي ونشر ثقافة التنمية المستدامة.
- ث. تلبية احتياجات المجتمع من الكفاءات البشرية المدربة والمؤهلة القادرة على التصدي لمشكلات المجتمع وإيجاد الحلول لها.

### وظائف التعليم العالي:

تُشكل مؤسسات التعليم العالي منظومة متكاملة تقوم على خدمة وتنمية المجتمع من خلال وظائف متعددة تتمثل في الآتي (أحمد علي كنعان، ٢٠٠٥م).

- (١) التعليم: يعتمد الارتقاء بأداء التعليم العالي إلى حدٍ كبير على مدى قدرة عضو هيئة التدريس على القيام بالأدوار المتوقعة منه بأقل تكلفة في مدخلاته وعملياته ومخرجاته، فضلاً عن مؤسسات التعليم العالي، تُعد التنمية المهنية لأعضاء هيئة التدريس استثماراً أكاديمياً يساعد على تحسين أدائه ويدفعه إلى الارتقاء بالمجال المهاري والمهني له؛ مما يُسهم في رفع الكفاءة الخارجية والداخلية للنظام التعليمي فيزيد من الإنتاجية ويُحسّن من نوع المخرجات التعليمية والتربوية، وللوقوف عند مدى تحقيقه لأهدافه لا بد من تقويم مجال عمل مؤسسات التعليم العالي، ذلك لأن

أي عملية تقييمية لا بد لها أن تستند إلى معايير محددة لمعرفة مدى مناسبة الإجراءات والطرائق وكفاءتها وفعاليتها ودرجة تحقيقها للأهداف المراد تحقيقها.

(٢) **البحث العلمي:** يستند التعليم العالي في مفهومه المعاصر على ترسيخ التفكير العلمي في سلوك

المتعلم من خلال ما يأتي (أحمد عبد الله اللوح، مصطفى محمود أبو بكر، ٢٠٠٢م، ص ٣٢):

- أ. فهم قوانين الطبيعة والسيطرة عليها، وتوجيهها لخدمة الإنسان.
  - ب. دراسة الظواهر المختلفة، واستنباط قوانين عامة أو نظريات تفسر تلك الظواهر والعلاقات التي تحكمها، ومن ثم إمكانية التنبؤ بها والتحكم فيها.
  - ت. تطوير المعرفة الإنسانية بالبيئة المحيطة بكافة أبعادها ومجالاتها، الطبيعية منها والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتقنية والإدارية والإعلامية وغيرها من جوانب الحياة.
- وتشترك العلوم على اختلاف تصنيفاتها ومجالاتها في افتراض أن هناك علاقات منظمة بين الظواهر المختلفة في إطار كل علم أو فرع من فروع المعرفة. والبحث العلمي أيًا كان مجاله يهدف إلى تفسير الظواهر وضبط العوامل المؤدية إليها والتنبؤ بمستقبلها إذا ما سارت الظروف سيرًا محددًا. ومما سبق ذكره في شأن البحث العلمي من حيث المفهوم والخصائص والأهداف يمكن القول بشكل عام أنه لولا البحث العلمي ومناهجه التي تقوم على قواعد التفكير العلمي السليم، لما أمكن للبشرية الاستفادة من كم المعارف والمعلومات الذي يزداد لحظة بعد لحظة في مجالات العلم وفي شتى مناحي الحياة.

### (٣) **خدمة المجتمع:**

للمؤسسات التعليمية دور مقدّر في عمليات التنمية الوطنية، وذلك من خلال تقديم المعرفة ونشر العلم والثقافة وإرساء القيم الأخلاقية، بُغية الحفاظ على هوية المجتمع والنهوض به وإعداده لمواجهة تحديات المستقبل في شتى المجالات (جاسم محمد الحمدان، ٢٠١٨م، مرجع سابق، ص ٢٦).

### **الخطة الدراسية:**

تُعرف الخطة الدراسية بأنها مجموعة المقررات الدراسية الإلزامية، والاختيارية، والحرّة، والتي تشكل من مجموع وحداتها متطلبات التخرج التي يجب على الطالب اجتيازها بنجاح للحصول على الدرجة العلمية. فالخطط الدراسية يجب أن تركز على بناء قدرات التحليل والتركيب والاستنتاج والتطبيق وتدريب الطالب على توظيف المعلومات والمعارف التي يتلقاها وفق نظام علمي عقلي ومنطقي متناسق مرتبط ببعضه البعض، ويمزج العلوم المختلفة ببعضها البعض. وتتصل الخطة الدراسية بالمجالات الآتية: (نمور، ٢٠١٢م، ص ١٠٣):

- ✓ آلية تقسيم الساعات المعتمدة.
- ✓ مدى مرونة الخطة والخيارات المتاحة أمام الطلبة.
- ✓ عدد ساعات التدريب العملي.



- ✓ المتطلبات السابقة ومدى مواءمتها.
- ✓ المهارات الإدراكية والكفايات التي تزودها الخطة.
- ✓ الوصف التفصيلي لخطط المواد والوصف المختصر للمواد.
- ✓ توفر كتيب يبين تفاصيل الخطة الكاملة ويشكل مرجعاً للطلبة.
- ✓ مدى ملاءمة الخطة لاحتياجات المجتمع المحلي وسوق العمل.
- ✓ تطوير الخطط الدراسية واعتماد مناهج أو مقررات تتسق مع احتياجات المجتمع وخطط التنمية مع مطابقتها لمعايير الجودة.

كما تُعد الخطط الدراسية Curricula الأداة الأساسية التي من خلالها تقدم الجامعات برامجها التعليمية Educational Programs ومن ثم القيام بأدوارها الثلاثة: التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع، وذلك وفق خطة استراتيجية بعيدة المدى تتضمن الرؤية والرسالة والأهداف المبتغاة من المؤسسة الأكاديمية. وفي هذا السياق تقوم الجامعات بتصميم الخطط الدراسية سواء على المستوى الأول للبيكالوريوس أو على مستوى أعلى للدبلومات والماجستير والدكتوراه، والتي تُعد في نهايتها ترجمة للرؤية والرسالة والأهداف. وهناك أسباب متعددة تدفع مؤسسات التعليم العالي للاهتمام بالخطط الدراسية وتقييمها وتطويرها باستمرار منها ما يأتي:

- (١) مرور ثلاث سنوات أو أكثر على تطبيق الخطة الحالية وفقاً للبرنامج الزمني المعتمد للتخصص العلمي.
- (٢) التغييرات المتلاحقة في المجالات العلمية.
- (٣) متطلبات سوق العمل المتغيرة باستمرار.
- (٤) متطلبات الاعتماد الأكاديمي سواء كان ذلك من قِبَل وزارة التعليم العالي بالدولة أو هيئات مستقلة.
- (٥) الاحتياجات المجتمعية الأخرى.

#### مكونات الخطة الدراسية:

بصورة عامة تختلف مكونات الخطط الدراسية من قسم لآخر ومن كلية لأخرى وذلك حسب التخصص وطبيعة المقررات الدراسية والمدة الزمنية ونظام التدريس، وفي جميع الأحوال يكون مجموع الوحدات التدريسية في الخطة الدراسية بالقسم بما فيها متطلبات الجامعة ومتطلبات الكلية لا يتجاوز عدد الوحدات المحددة باللائحة المعتمدة الصادرة من وزارة التعليم أو التعليم العالي، على أن تشمل الخطة الدراسية لأي قسم علمي بالجامعة بصورة عامة مكونات أساسية ثلاثة، هي:

(أ) متطلبات الجامعة/ وتتضمن:

- (١) متطلبات إجبارية: عبارة عن مقررات يجب على الطالب دراستها في الجامعة بغض النظر عن الكلية والتخصص.

(٢) متطلبات اختيارية: عبارة عن مقررات يختارها الطالب لاستكمال وحدات التخرج من الجامعة في كافة التخصصات.

(ب) متطلبات الكلية: مقررات إجبارية يدرسها الطالب في كليته بغض النظر عن الأقسام المكونة للكلية، والحد الأدنى لمتطلبات الكلية حسب الخطة الدراسية، وطبيعة الدراسة في الكلية، وفي بعض الجامعات تنقسم متطلبات الكلية إلى إجبارية واختيارية.

(ج) متطلبات القسم والتخصص: وهي عبارة عن مقررات يدرسها الطالب في القسم والتخصص وتكون موزعة إلى:

(١) مقررات إجبارية يدرسها الطالب في القسم والتخصص.

(٢) مقررات اختيارية يدرسها الطالب في القسم والتخصص، ويكون في العادة خيارات يختار الطالب من بينها.

(٣) مقررات مساندة يدرسها الطالب في أي قسم داخل الكلية أو خارجها.

### متطلبات بناء الخطط الدراسية للمرحلة الجامعية:

هناك متطلبات أساسية تتصل ببناء الخطط الدراسية الخاصة بالمرحلة الجامعية نوجزها في الآتي:

١- مراعاة مبدأ الأولويات: من حيث عناصر البيئة المجتمعية وصولاً إلى الطالب بعده المستفيد الأول من هذه الخطط، مع مراعاة الإمكانيات الخاصة بالطالب والكلية من حيث الواقع والإمكانات المتاحة.

٢- مرونة الخطة الدراسية لتستجيب للتغيرات والمستجدات التي تطرأ على النظام التعليمي بغية الوفاء بمتطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار.

٣- إنسجام الخطة الدراسية مع رؤية ورسالة وأهداف الجامعة، وأهداف البرامج ومخرجاتها في ضوء السياسة التعليمية بالدولة.

٤- شمول الخطة الدراسية للأبعاد الثلاثة المتمثلة في البعد المعرفي والمهاري والوجداني، مع مراعاة الخطة الدراسية للحد الأدنى والأقصى من الوحدات التدريسية بالجامعة، على أن توزع المقررات الدراسية للخطة على مستويات لا يقل عددها عن ستة أو ثمانية مستويات - حسب النظام المتبع في الدولة.

٥- أن تتضمن الخطة الدراسية الاحتياطات الإضافية للكلية (معامل، أعضاء هيئة تدريس، تجهيزات، فنيين وغير ذلك من المتطلبات)، ومراعاة أن تضم الخطة التدريب الصيفي في برنامج أي قسم من الأقسام، فضلاً عن التدريب الميداني.

### معايير إعداد الخطط الدراسية:

توجد معايير متعددة لإعداد الخطط الدراسية تختلف الجامعات في بعضها، وهي: (جامعة الملك

سعود، وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية)

١. التزام الخطة الدراسية بالحد الأدنى والأقصى من الوحدات الدراسية بالجامعة (لا يقل عن ١٢٠ ساعة).
٢. ترقيم المقررات وفقاً لنظام موحد داخل القسم والكلية.
٣. لا يزيد عدد الوحدات الدراسية للمقرر النظري عن ثلاث وحدات دراسية، وعن وحدتين دراسيتين للمقرر العملي، وعلى الكليات التي تتجاوز ذلك تقديم ما يبرر أسباب التجاوز.
٤. يتم توزيع المقررات الدراسية على مستويات لا يقل عددها عن ثمانية مستويات، ولا يقل العبء الدراسي بأي منها عن الحد الأدنى (١٢) وحدة دراسية لكل مستوى.
٥. التأكد من انعدام الازدواجية في المقررات داخل الكلية.
٦. التأكيد على وحدة الأقسام العلمية بالجامعة، وذلك بالتنسيق بين الأقسام العلمية المختلفة ذات العلاقة داخل الجامعة.
٧. يراعى أن تتضمن الخطة الدراسية برنامجاً للتدريب التعاوني أو الصيفي في برنامج كل قسم إضافة إلى التدريب الميداني.
٨. أن يتضمن إعداد الخطة الدراسية العناية بالجانب العملي التطبيقي وتطوير المهارات.
٩. تضمين مقررات بحسب الإمكان يتم التدريس فيها باللغة الإنجليزية في كل مستوى دراسي أو يكون من متطلبات المقرر استخدام اللغة الإنجليزية.
١٠. التأكد من تسلسل المقررات وتحديد حاجة أي مقرر لمتطلب أو متطلبات سابقة، ويفضل التقليل من المتطلبات السابقة قدر الإمكان.

#### إجراءات إعداد الخطة الدراسية:

- هناك العديد من الإجراءات المتتابة في إعداد وتصميم الخطط الدراسية، نوجزها بشكل إجمالي في الآتي:
- تحديد الرؤية والرسالة الخاصة بالخطة الدراسية في حالة البرامج الجديدة، ومراجعة تلك الأمور في التجديد لضمان المواءمة مع المستجدات.
  - تحديد أهداف ومخرجات البرامج بصورة واضحة الملامح ورؤية مستقبلية ثابتة تتماشى مع تغيرات الحياة المعاصرة، وذلك وفقاً لمعايير الاعتماد الأكاديمي على المستوى الوطني والدولي الخاصة بهذه الخطة.
  - آلية اختيار المقررات: ويتم ذلك باختيار عناصر ووحدات المقرر اللازمة والتي يجب أن يدرسها الطالب، ومن ثم تجميع هذه الموضوعات حسب تقاربها وترابطها وانتمائها إلى بعضها بعضاً، ومن ثم الوصول إلى العنوان المناسب للمقرر، وإعطاء هذه الموضوعات الوزن الملائم من حيث عدد

الساعات المعتمدة، ومدى الحاجة إلى ساعات العملي والموضوعات المعرفية التي يجب أن يعرفها الطالب بعد تخرجه وتحديد المراجع العلمية الحديثة التي تضم الموضوعات التي تم تحديدها.

### الساعات التدريسية لبرامج الإعلام في الجامعات الإماراتية:

بالنظر إلى التجربة الإماراتية من واقع تجربتنا العملية، يُلاحظ أن هناك تقاربًا بين الجامعات فيما يتصل بالساعات التدريسية لبرامج الإعلام بتخصصاتها المتعددة، مما يُسهل عملية انتقال الطلاب بين الجامعات لاستكمال المسيرة التعليمية. وهناك تأتي مسؤولية وزارات التعليم العالي للوقوف ملياً في هذا الجانب.. والجدول رقم (٢) يشير إلى مستوى التقارب بين الجامعات الإماراتية في الساعات التدريسية المعتمدة.

#### الجدول (٢)

يوضح عدد الساعات التدريسية لبرامج الإعلام بالجامعات الإماراتية

البرنامج	القسم أو الكلية والجامعة	الساعات الدراسية
العلاقات العامة	كلية الاتصال جامعة الشارقة	129
الاتصال الجماهيري	الاتصال الجماهيري - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الإمارات	120
الاتصال التسويقي المتكامل	الاتصال الجماهيري - الجامعة الأمريكية بالشارقة	120
الاتصال الاستراتيجي المتكامل	الاتصال وعلوم الإعلام - جامعة زايد	120
العلاقات العامة	الاتصال - جامعة الفجيرة	126
العلاقات العامة	الاتصال والإعلام - جامعة العين	123
الإعلان	الاتصال والإعلام - جامعة العين	123
العلاقات العامة	الاتصال الجماهيري - جامعة ام القيوين	120
الإعلام الجديد	الاتصال الجماهيري - جامعة ام القيوين	120
الاتصال التسويقي المتكامل	الإعلام - جامعة عجمان	126
الاتصال التسويقي المتكامل	الإعلام والاتصال الجماهيري - الجامعة الأمريكية بالإمارات	126
Public Relations (Arabic) العلاقات العامة عربي.	الإعلام والاتصال الجماهيري - الجامعة الأمريكية بالإمارات	126
الاتصال والإعلام - العلاقات العامة	الاتصال والآداب والعلوم - الجامعة الكندية بدبي	123
الاتصال والإعلام - الإعلان	الاتصال والآداب والعلوم - الجامعة الكندية بدبي	123

يشير الجدول رقم (٢) إلى تقارب في عدد الساعات المعتمدة للخطط الدراسية للإعلام في الجامعات الإماراتية، مقارنة مع عدد الساعات الدراسية في تخصص الإعلام في بعض الجامعات العربية، حيث إن الساعات المعتمدة لبرنامج الإعلام والاتصال في الجامعات الإماراتية ما بين ١٢٣-١٢٦ ساعة.

## تحدي اختلاف النظم بين الجامعات العربية:

اعتمدت بعض الدول العربية النظام الدراسي الذي يعتمد على اختيار الطالب للمواد التي سيقوم بدراستها وفق ضوابط وقواعد حسب خريطة دراسية تحدد المساقات الرئيسية والثانوية، الإلزامية منها والاختيارية. ولعل من أهم مميزات هذا النظام أن الطالب غير مضطر لأن يكمل الدراسة بأربعة أعوام دراسية، بل يمكنه إكمالها بأقل أو أكثر من ذلك حسب عدد المقررات التي يختارها في كل فصل، كما أنه يجعل الطالب الجزء الأهم في تصميم عملية التعليم. ورغم المميزات الكثيرة هناك نقاط ضعف للنظام تتمثل في أن نظام المقررات يحتاج قاعات دراسية كافية بعدد الأساتذة، ويحتاج مرونة كبيرة بنظام ساعات الدوام. ومن ثم فإن تعميم هذا النظام على كل الدول العربية يحتاج دراسة البيئة والإمكانات المتاحة للجامعات - الحكومية منها والخاصة- بُغية تجاوز المشكلات التي قد تظهر.

في المقابل نجد أن غالبية الدول العربية تستخدم النظام الذي يقوم على جعل كل المقررات إجبارية موزعة على أربعة أعوام، بحيث يدرس الطالب مساقات محددة في كل عام، أو مساقات محددة سلفاً لكل فصل دراسي - في حالة اعتماد نظام الفصلين الدراسييين في العام الواحد. هذا فضلاً عن عدم وجود إطار موحد للمؤهلات الوطنية التي تشكل القاسم المشترك بين البرامج والتخصصات في الجامعات داخل الدولة الواحدة.

وبين هذا وذاك يصعب على الطلاب الانتقال من جامعة إلى أخرى داخل الدولة الواحدة، أو انتقال الطلاب من جامعة إلى أخرى خارج الدولة. مما يتطلب السعي للوصول إلى نظام عربي موحد حاكم لمؤسسات التعليم العالي، لتسهيل عملية انتقال الطلاب وأعضاء هيئات التدريس بين الجامعات العربية، فضلاً عن تعزيز التعاون والتنسيق من أجل تحديث أنظمة التعليم العالي العربية على غرار (إعلان بولونيا) الذي وُقِع من جانب وزراء التعليم في ٢٩ دولة أوروبية بهدف ضمان تمكين مؤسسات التعليم العالي الأوروبية لتعزيز التعاون من خلال تبادل الطلاب والموظفين وتطوير البرامج المشتركة بثقة، وذلك بفضل زيادة الشفافية وإطار مرجعي مشترك. هذا مع ملاءمة ذلك الإعلان مع البيئة المجتمعية للدول العربية من جوانبها المختلفة.

### وقفة مع (إعلان بولونيا):

كان الهدف الأساس من إعلان (بولونيا) Bologna Process أو اتفاق بولونيا Bologna Accord، هو إيجاد فضاء أو منطقة أوروبية في التعليم العالي، بحيث تجعل معايير الدرجات الأكاديمية ومعايير الجودة أكثر قابلية للمقارنة وأقرب للتطبيق في دول الاتحاد الأوروبي. واسم بولونيا للاتفاقية جاء من المكان الذي تم فيه إعلان بولونيا، الذي أصبح يُشار إليه فيما بعد باتفاقية بولونيا، أما عملية بولونيا Bologna Process، قد تشير إلى مجموعة الأنشطة والبرامج الناتجة أو المرافقة لإعلان بولونيا أو

التالية له والموجهة لتعزيز مفهوم المنطقة الأوروبية للتعليم العالي. وتجدر الإشارة إلى أن جامعة بولونيا تقع في مدينة بولونيا في إيطاليا وهي من أقدم الجامعات في العالم من حيث تاريخ نشأتها الذي يعود إلى عام ١٩٨٨م. وقد وقع على هذه الاتفاقية في البداية من تسعة وعشرين وزير تعليم أو وزير مختص من أوروبا وذلك عام ١٩٩٩م. وكانت تحت عنوان إعلان بولونيا Bologna Declaration ، من الواضح من قراءة إعلان بولونيا أن الدول الموقعة أكدت على دور التعليم العالي محركاً للتنمية والثقافة والتقنية، وأن دورها الحضاري في المستقبل ينبع من أثرها على غيرها من دول العالم، وأن المواطنة الأوروبية والجهود السياسية تحتاج إلى رافد قوي وهو التعليم لتحقيق الطموحات لمجموعة دول الاتحاد الأوروبي. ومن أهم الأهداف الرئيسية للإعلان: (عبد الرحمن بن محمد أبو عمه، ٢٠١٠م، ص ٤٩-٥٢).

١. تبني تعليم يتكون من مرحلتين أساسيتين، الأولى: مرحلة الدراسات الجامعية، والثانية: مرحلة الدراسات العليا، وأن الالتحاق بالمرحلة الثانية يتطلب اجتياز المرحلة الأولى بعد دراسة ما لا يقل عن ثلاث سنوات.
  ٢. إنشاء نظام للوحدات الدراسية، مثل النظام الأوروبي لنقل الوحدات الدراسية ECTS، وسيلة مناسبة لدعم الحراك الطلابي الواسع.
  ٣. تمكين حساب الوحدات الدراسية، حتى في غير سياق التعليم العالي، مثل التعليم مدى الحياة بشرط قبولها من الجامعة المستقبلية للطالب.
  ٤. تشجيع منظومة المجال التعليمي من خلال العمل على تجاوز التحديات، ونهج ممارسة فعالة في حرية الحركة مع إعطاء عناية للمجالات الآتية:
    - الطلبة: قبول للتدريب وفرص للتدريب وللخدمات ذات العلاقة.
    - المدرسون والباحثون والإداريون: الاعتراف واحتساب الفترات التي قضوها في التعليم أو البحث أو التدريب في السياق الأوروبي من دون تحيز أو تمييز في حقوقهم النظامية.
    - تعزيز التعاون الأوروبي في ضمان الجودة، من خلال تطوير معايير وأساليب متماثلة أو قابلة للمقارنة.
    - تعزيز البعد الأوروبي في التعليم العالي وعلى الأخص في تطوير المناهج والتعاون الدولي، وتنظيم الحراك التعليمي، وبناء البرامج المتكاملة في التعليم والتدريب والبحث.
- وعند مراجعة إعلان بولونيا والكتابات النقدية والتحليلية واجتماعات وزراء التعليم أو المعنيين عن تطبيق هذه العملية، يمكن ملاحظة أنها تتكون من عدة أجزاء رئيسية، هي:

(١) تسلسل الدرجات الأكاديمية LMD

(٢) نظام الوحدات الأكاديمية الأوروبية المعتمدة.

(٣) ملحق الشهادات.

(٤) الإطار الوطني للمؤهلات.

يُشار إلى أن (إعلان بولونيا) قد مكّن الطلاب والخريجين في أوروبا بقدر أكبر من الحركة والتنقل بحريه، فضلاً عن تمتعهم بالاعتراف الكامل بمؤهلاتهم وشهاداتهم الدراسية، وتمتعهم بإمكانية أكبر للوصول إلى سوق العمل الأوروبي الأوسع. ونتيجة لذلك زادت مؤسسات التعليم العالي في المنطقة الأوروبية من قدرتها التنافسية الدولية واصبحت أكثر جاذبية لمناطق العالم الأخرى. وقد عززت هذه القدرة التنافسية الفرص لمزيد من التعاون مع أنظمة التعليم العالي في مناطق العالم الأخرى.

لقد أدى (إعلان بولونيا) إلى إنشاء عدد من الأدوات الفاعلة لتلبية الأهداف المنشودة منه، متمثلة في إنجاز إطار مؤهلات مشترك؛ والنظام الأوروبي لنقل وتحويل الساعات الدراسية (أي سي تي إس)؛ ومبادئ مشتركة لتطوير التعلم المتمحورة حول الطالب؛ والمعايير والمبادئ التوجيهية المشتركة لضمان الجودة؛ وسجل مشترك لوكالات ضمان الجودة؛ ونهج مشترك للاعتراف. وجزء النتائج الإيجابية الملموسة، توسع عدد الدول التي انضمت إلى إعلان بولونيا من ٢٩ إلى ٤٨. ودفع الإعلان مناطق أخرى في العالم لاستكشاف كيف يمكن إدخال نماذج مماثلة من التقارب في نظم التعليم العالي الخاصة بها. وما أوحى الدول العربية إلى إنتاج نموذج مماثل لبولونيا مع التأمين على الإيجابيات ودراسة التحديات تعزيزاً لقيم التعاون والتنسيق خدمةً لشعوبها في مختلف المجالات.

### تحليل للخطط الدراسية لعينة من برامج العلاقات العامة في الجامعات العربية:

كيف يتم تأهيل طلاب العلاقات العامة في أقسام وكليات الإعلام؟ وما طبيعة المساقات الدراسية التي يدرسونها خلال مدة الدراسة، سوف يتم التعرف على ذلك من خلال تحليل أنموذج لخطة دراسية حديثة لتدريس تخصص العلاقات العامة والإعلان.

#### أولاً/ أقسام وكليات الجامعات عينة الدراسة:

الجدول (٣)

يوضح عينة الدراسة في أقسام وكليات الجامعات العربية

الجامعة	تسلسل	الجامعة	تسلسل
اللبنانية - كلية الإعلام	٩	الشارقة - كلية الاتصال - علاقات عامة	١
القاهرة - كلية الإعلام	١٠	قابوس - كلية الآداب والعلوم الاجتماعية - قسم الإعلام	٢
دمشق - كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة والإعلان	١١	إفريقيا العالمية - كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة	٣
سرت الليبية - كلية الآداب - قسم الإعلام.	١٢	صنعاء - كلية الإعلام	٤
الإسلامية بغزة - كلية الآداب - قسم الصحافة والإعلام.	١٣	البحرين - كلية الآداب - برنامج الإعلام	٥
الإمام محمد بن سعود - كلية الإعلام والاتصال - قسم العلاقات العامة	١٤	بغداد - كلية الإعلام	٦

٧	اليرموك - كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة والإعلان	١٥	أم القرى - كلية العلوم الاجتماعية - قسم الإعلام
٨	قطر - كلية الآداب - قسم الإعلام - تخصص اتصال استراتيجي		

الجدول رقم ٣: يوضح عينة من الجامعات التي تقدم برامج بكالوريوس علاقات العامة، وتم دراستها

### ثانياً/ الساعات التدريسية لبرامج العلاقات العامة:

الجدول (٤)

يوضح الساعات التدريسية الكلية لبرامج العلاقات العامة بعينة الدراسة

الجامعة	الساعات المعتمدة
الشارقة	١٢٩
قابوس	١٢٠
إفريقيا العالمية	١٤٥
صنعاء	١٣٧
البحرين	١٢٨
بغداد	٩٣
اليرموك	١٣٢
قطر	١٢٦
اللبنانية	٩٥
القاهرة	١٣٥
دمشق	٢٠٨
سرت الليبية	١٢٨
الإسلامية بغزة	١٣٠
الإمام محمد بن سعود	١٢٦
أم القرى	١٣٣

بالنظر إلى بيانات الجدول (٤) نلاحظ أن هناك تفاوتاً كبيراً بين الجامعات العربية فيما يتصل بالساعات التدريسية الكلية لبرامج العلاقات العامة، وقد كانت البداية بـ ٩٣ ساعة بجامعة بغداد، و١٢٨، و١٢٩، وصولاً إلى ٢٠٨ ساعة تدريسية موزعة بين متطلبات عامة ومتطلبات كلية ومتطلبات تخصص، مع شمول متطلبات الكلية والتخصص لمساقات إجبارية وأخرى اختيارية. كذلك فإن الساعات المعتمدة للمساق ساعتان في بعض الجامعات وثلاث ساعات في أخرى، لذلك نرى تفاوتاً في عدد المساقات المكوّنة لبرامج العلاقات العامة. هذا فضلاً عن التفاوت الكبير في عدد الساعات الدراسية المعتمدة لبرامج العلاقات العامة في كل دولة من الدول عينة الدراسة، ولعل ذلك يُصعب على الطلاب الانتقال من جامعة إلى أخرى.



## ثالثاً/ توزيع الساعات التدريسية لبرامج العلاقات العامة:

الجدول (٥)

يوضح توزيع الساعات التدريسية الكلية لبرامج العلاقات العامة بعينة الدراسة

الجامعة	متطلبات الجامعة أو المتطلبات العامة	متطلبات الكلية	متطلبات القسم والتخصص (رئيسية وثانوية)	المتطلبات المساندة أو البديلة	المتطلبات الحرة
الشارقة	٢٤	١٩	٣٨	٤٢	٦
قابوس	١٢	١٤	٩٤		
إفريقيا العالمية	٣٤	٣٨	٧٣		
صنعا	١٧	٥٤	٦٦	-	-
البحرين	٢٩	١٨	٣٣ + ٤٨		
بغداد	٩	١٠	٢١		
اليرموك	٢٧	٢٤	٨١	-	-
قطر	٣٣	٣٣	٢٤	٢٤	١٢
الليبية*	١٢	٢٩	٤٢	١٢	-
القاهرة	٣٢	٣٦	٦٤	٣	
دمشق	٥٦	٩٢	٦٠	-	-
سرت الليبية	١٦	-	١١٢	-	-
الإسلامية بغزة	٢٥	١٨	٨٧	-	-
الامام محمد بن سعود	١٨	١٧	٩١	-	-
أم القرى	٢٥	١٥	١١٧	-	-

يعكس الجدول (٥) حجم التباين في توزيع الساعات التدريسية لبرامج العلاقات العامة في الجامعات العربية، فبعض الجامعات خصصت ساعات تحت مسمى متطلبات الجامعة وأخرى تحت مسمى متطلبات عامة، وجامعات أخرى سمّتها بمتطلبات الجامعة فقط، وجامعات سمّتها بالمتطلبات العامة. كذلك خصصت بعض الجامعات في برامجها ساعات تحت مسمى مساقات مساندة، وجامعات أخرى لم تخصص لها تسمية على الرغم من أنها موجودة في مساقات البرنامج بشكل عام. كما أن بعض البرامج فيها ساعات لمساقات حرة مع عدم وجودها في برامج أخرى بالجامعات.

وبالنظر إلى برامج العلاقات العامة في الجامعات العربية عينة الدراسة، يصعب علينا القيام بالمقارنة بينها بسبب تنوع التسميات واختلاف تقسيم الساعات التدريسية بين تلك التسميات. ونشير هنا إلى الاختلاف البين على المستوى المفاهيمي بين الجامعات العربية مما يصعب عملية التحليل والمقارنة،

فعلى سبيل المثال جامعة الجزائر ٣ تعتمد النظام الأوروبي (بولونيا) لذلك تختلف كثيرًا عن الجامعات العربية الأخرى.

#### رابعًا/ الساعات النظرية والتطبيقية في برامج العلاقات العامة:

الجدول (٦)

يوضح الساعات النظرية والمساقات التطبيقية لبرامج العلاقات العامة بعينة الدراسة بالجامعات العربية

الجامعة	الساعات في المساقات النظرية	الساعات في المساقات التطبيقية
الشارقة	٤٤	٨٥
قابوس	-	-
إفريقيا العالمية	-	-
صنعا	٤٨	١٨
البحرين	٨٩	٣٩
بغداد	٥٥	٣٨
اليرموك	-	-
قطر	٩٨	٢٨
الليبية	٦٩	٢٦
القاهرة	-	-
دمشق	٩٢	١١٦
سرت الليبية	١١٢	١٦
الإسلامية غزة	٢٠	١٨
الإمام محمد بن سعود	٥٢	٧٤
أم القرى	١٣٢	٦٣

بالنظر إلى الجدول رقم (٦) والخاص بتوزيع الساعات النظرية والمساقات التطبيقية لبرامج العلاقات العامة بعينة الدراسة بالجامعات العربية، يتضح أن هناك صعوبات تحول دون التعرف على تمييز المساقات النظرية من التطبيقية نظرًا لعدم وجود توصيفات المساقات بالمواقع الإلكترونية للجامعات محل الدراسة. فضلاً عن عدم توضيح تلك الأمور في وصف البرامج كأن يُكتب (٢ نظري + ٢ عملي - ساعة معتمدة. أي ما يساوي في مجملها ثلاث ساعات معتمدة). وهذا يشير إلى التباين الكبير في وصف البرامج، وعدم استخدام معايير ومفاهيم محددة يقود إلى توحيد الإطار الدلالي بينها. مما يؤكد على ضرورة وأهمية الاتفاق بين الجامعات العربية التي تقدم برامج للعلاقات العامة على أساليب ومصطلحات محددة ومتفق عليها.

## خامساً/ المسابقات ذات الصبغة الرقمية في عينة الدراسة:

الجدول (٧)

يوضح المسابقات ذات الصبغة الرقمية في الجامعات عينة الدراسة.

الجامعة	عدد المسابقات ذات الصبغة الرقمية
الشارقة	٥
قابوس	٣
إفريقيا العالمية	٢
صنعاء	٣
البحرين	٦
بغداد	٨
اليرموك	٥
قطر	٦
اللبنانية	٢
القاهرة	٥
دمشق	٣
سرت الليبية*	٣
الإسلامية بغزة	١٢
الإمام محمد بن سعود	٤
أم القرى	٨

يُقصد بالمسابقات ذات الصبغة الرقمية المسابقات التي يوجي مسماها بأنها تختص فقط وكلّيًا بالجوانب الرقمية، مع الأخذ في الاعتبار أن هناك مسابقات متعددة توجد بين موضوعاتها محتويات رقمية. وبالنظر إلى الجدول (٧) نلاحظ انخفاض عدد المسابقات ذات الصبغة الرقمية، وهو مؤشر لضعف مستوى التطوير الخاص ببرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية، وغالبية البرامج محل الدراسة ليست بالحديثة، وظلت على حالها منذ فترة ليست بالقصيرة على الرغم من المستجدات التي أفرزتها ثورة الاتصالات والمعلومات خاصةً في مجال تقنيات الاتصال ومتطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار. ومع ذلك نشير إلى أن العديد من المسابقات التقليدية تتضمن موضوعات تتصل بالجوانب الرقمية. ومن واقع الملاحظة فإن التطوير الدوري للمسابقات يقود إلى إدخال العديد من المستجدات في توصيف المساق دون المساس بمسمى المساق، ذلك أن تغيير مسمى المساق يتطلب إجراءات مؤسسية متعددة المراحل.

وعلى العكس من النتيجة أعلاه، تشير دراسة (عدنان نوري الحربي، ٢٠٢٤م) إلى استحداث (٢٥) ساعة معتمدة مرتبطة بتوظيف التقنيات في مجال العلاقات العامة بنسبة (١٢.٨٢%) من إجمالي

ساعات مسار "العلاقات العامة والاتصال المؤسسي"، بقسم الإعلام بجامعة أم القرى وذلك في سياق الاستجابة للتطورات التقنية ومتغيرات الذكاء الاصطناعي ومتطلبات سوق العمل.

وفي هذا الإطار نشير إلى أن وزارات التعليم العالي ببعض الدول العربية - الإمارات نموذجًا - تهتم كثيرًا بمسألة الاعتماد وإعادة الاعتماد الأكاديمي والتي تهدف في نهايتها إلى المراجعات الدورية للبرامج ونقدها بغية تحسينها وتطويرها لتواكب المستجدات العلمية والعملية، بحيث تتم إعادة اعتماد البرامج كل أربع سنوات أو خمس، فضلاً عن المراجعات الداخلية التي تتم داخل الجامعات والكليات بدءًا بمراجعة المساقات واقتراح التطويرات والتحسينات اللازمة من جهة مدرسي المساقات، بحيث تتم مناقشتها واعتمادها على مستوى الأقسام ثم الكليات ورفعها للإدارات الأكاديمية لمناقشتها واعتمادها، ليتم تطبيق التغييرات الطفيفة فور اعتمادها من جهة الإدارات الأكاديمية، ورفع التغييرات الجوهرية لإدارة الجودة والاعتماد الأكاديمي بوزارة التعليم العالي لدراستها واتخاذ قرارات بشأنها، ولهذا تصبح البرامج الأكاديمية في حالة تحسين وتطوير مستمرين.

#### سادسًا/ واقع مساقات التدريب الداخلي والخارجي:

الجدول (٨)

يوضح واقع مساقات التدريب الداخلي والخارجي في برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية.

الجامعة	تدريب داخلي	تدريب خارجي
الشارقة		✓
قابوس		✓
إفريقيا العالمية	✓	
صنعا	✓	✓
البحرين		✓
بغداد	✓	✓
اليرموك	✓	✓
قطر	✓	✓
اللبنانية		✓
القاهرة	✓	✓
دمشق	✓	
ليبيا	✓	
الإسلامية غزة	✓	✓
الإمام محمد بن سعود		✓
أم القرى	✓	✓

هناك بعض الجامعات تخصص أكثر من مساق للتدريب العملي، مثل تدريب أول وتدريب ثاني. أو تدريب على فصلين دراسيين. مع الأخذ في الاعتبار أن العديد من المساقات تتضمن مجالاً تدريبيًا. وفي

هذا السياق يشير الجدول (٨) أن برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية تضمن كل منها مساقاً للتدريب العملي الخارجي (الميداني)، مع عدم تضمينها مساقات منفصلة قائمة بذاتها للتدريب الداخلي، وهذا لا يعني عدم وجود جوانب عملية وتدريبية بالعديد من المساقات داخل البرامج للربط بين النظري والتطبيقي. ومن المهم، هناك زيادة الجرعة التدريبية بإفراد مساق بكل برنامج للتدريب الداخلي بشكل مكثف كمتطلب سابق للتدريب الخارجي ومشاريع التخرج. فمع التحولات التي أفرزتها ثورة الاتصال والمعلومات في شتى المجالات، نلاحظ ثبات الخطط الدراسية من حيث المساقات المكونة لها النظرية منها والتطبيقية. وقد أحدثت تلك المشكلة فجوة بين مخرجات البرامج الأكاديمية ومتطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار. وقد أشارت دراسة (حردان الجنابي، ٢٠٢٤م) والتي بحثت: "واقع التأهيل الأكاديمي لدى طلبة أقسام العلاقات العامة بالجامعات الحكومية العراقية واتجاهاتهم نحوه، إلى أن اتجاهات الباحثين نحو محاور التأهيل الأكاديمي بأقسام العلاقات العامة في الجامعات الحكومية العراقية محل الدراسة كان محايداً نحو محوري المقررات الدراسية والتدريس وسلبياً نحو محور التدريب الإعلامي. وأن "عدم وجود مختبرات للتدريب العملي في قسم العلاقات العامة" يُعد أهم جوانب القصور في محور التدريب الإعلامي.

ومن هنا أصبحت الحاجة ملحة إلى مراجعة الخطط الدراسية بين الحين والآخر بُغية تحسينها وتطويرها لتحقيق الأهداف المنشودة خاصةً فيما يتصل بالتدريب على استخدام ما تستجد من تقنيات رقمية وغيرها. وفي هذا السياق تشير دراسة (عدنان نوري الحربي، ٢٠٢٤م) التي أجريت بقسم الإعلام بجامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية إلى تقسيم التدريب إلى قسمين أولهما تدريب ميداني (١ و ٢) بواقع (٦) ساعات لكل منهما، والآخر التدريب التعاوني في الخطط المستحدثة بواقع (٨) ساعات معتمدة وخصص له فصل دراسي كامل.

### سابعاً/ وضعية المشاريع في برامج العلاقات العامة:

الجدول (٩)

يوضح وضعية المشاريع في برامج العلاقات العامة بالجامعات محل الدراسة

المشاريع	الجامعة	
	مشروع تخرج	بحث تخرج
	✓	
	✓	
✓		
✓	✓	
-	-	
✓	✓	
	✓	
	✓	

	✓	اللبنانية
	✓	القاهرة
	✓	دمشق
✓	✓	ليبيا
✓	✓	الإسلامية بغزة
	✓	الإمام محمد بن سعود
	✓	أم القرى

يشير الجدول (٨) إلى اتجاه برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية إلى مشاريع التخرج لتحل محل بحوث التخرج التي سادت بتلك البرامج لفترة من الزمن. وهذا لا يعني إهمال البحوث ذلك أنها موجودة في كثيرٍ من المساقات، ولكن كان الاتجاه إلى المشاريع لإحداث ترجمة عملية لما تلقاه الطالب خلال سنوات الدراسة وربط الطالب أكثر بمتطلبات سوق العمل. ولا شك أن ذلك يتضمن في داخله القيام بالعمليات البحثية المختلفة حسب طبيعة ومجال المشروع. وبالنظر إلى الخطة الدراسية لبرنامج الاتصال الاستراتيجي بجامعة البحرين نلاحظ عدم وجود للمساكين سواء مشروع التخرج أو بحث التخرج.

وفي هذا الجانب أشارت دراسة (إيمان عشري، ٢٠٢٤م) والتي تناولت "التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات العربية في ضوء التحولات الرقمية: دراسة في جامعتي الملك سعود بالمملكة العربية السعودية، والشارقة بالإمارات العربية المتحدة"، إلى أن مشروعات التخرج لدارسي العلاقات العامة تراعى المجال التطبيقي، ويتم تنفيذ مشروعات التخرج في الشركات والمؤسسات الإعلامية، وذلك وفقاً لأحدث نظريات العلاقات العامة، وتمشيًا مع متطلبات سوق العمل وتطوره.

#### مواءمة مخرجات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل:

كيف يتم تأهيل طلاب العلاقات العامة في أقسام وكليات الإعلام؟ وما طبيعة المساقات الدراسية التي يدرسونها خلال مدة الدراسة، سوف يتم التعرف على ذلك من خلال تحليل نموذج لخطة دراسية حديثة لتدريس تخصص العلاقات العامة. وكما هو معروف بأن طلاب العلاقات العامة يدرسون في أقسام وكليات الإعلام خلال أربعة أعوام دراسية ما بين ٤٢ - ٤٤ مساقاً دراسياً، أي بحدود ١٣٦ ساعة دراسية، وتتوزع طبيعة المساقات الدراسية ما بين مساقات عامة ومساقات تخصص، ومنها مساقات إجبارية وأخرى اختيارية، ومن الطبيعي أن تتضمن المساقات الدراسية مساقات نظرية وأخرى فيها مجال تطبيقي.

ويعبر مصطلح مواءمة مخرجات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل عن مدى انسجام مخرجات التعليم العالي مع متطلبات سوق العمل المتغير، بشكل يعزز رسالة التعليم العالي ويعظم من قدرته على مواجهة التغير الحاصل في السوق والتنبؤ به قبل حدوثه، وتوفير التسهيلات - من كفاءات وخبرات وقدرات - الملائمة لمتطلباته، وتنمية الوعي لدى قطاع الأعمال ومؤسساته حول أهمية أن الخريج

المؤهل لخدمة المجتمع محور لنشاطه الاقتصادي، وليس مجرد الكسب المادي (حسين سالم كيطان وإيمان قاسم الصفار وسهير غازي حسين، ٢٠١٤م، ص ٧٩٥).

ويظهر من ذلك أن قضية الموازنة بين مخرجات التعليم العالي ومتطلبات سوق العمل أصبحت أساسية وليست ثانوية كما كانت في السابق، وتزيد أهمية هذه القضية في ظل المتغيرات والتحول المتسارعة والمتجددة باستمرار في سوق العمل - الداخلية منها والخارجية - وترجع الدراسات والأبحاث ضعف الموازنة ما بين مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل إلى الأسباب الآتية: (إيهاب عبد الرزاق الحياي، ٢٠١٣م، ص ٥٧٥)

١- انخفاض الكفاءة النوعية لمؤسسات التعليم العالي التي من مؤشرات (تدني التحصيل المعرفي والتأهيل التخصصي، وضعف القدرات التحليلية والابتكارية، والتطبيقية، والقصور في تعزيز القيم والاتجاهات الإنتاجية).

٢- انخفاض الكفاءة الخارجية الكمية والنوعية، ويتمثل ذلك في تأهيل أعداد من الخريجين في تخصصات لا يحتاجها سوق العمل مع وجود عجز وطلب في تخصصات أخرى. فضلاً عن ما سبق ذكره هناك العديد من الأسباب الرئيسة التي تسهم في نقص المهارات، منها: (حسين سالم كيطان، إيمان قاسم الصفار، سهير غازي حسين، مرجع سابق، ص ٧٩٣).

- زيادة أهمية وتأثير المعلومات والمعرفة والثقافة والوعي والقدرات التنافسية في الأسواق مقابل توسع الفجوة المعرفية والمعلوماتية والتقنية في المجتمع.
- ضعف قدرة النظام التعليمي في الاستجابة السريعة والمواكبة للمتغيرات المحلية والإقليمية والدولية المؤثرة سلباً وإيجاباً على سوق العمل.
- إغفال البعد الاقتصادي والتنموي في تخطيط التعليم وفق طبيعة واحتياجات سوق العمل.
- اختلال بنية ونظم التعليم بشكل يؤدي إلى إضعاف أهمية مخرجات التعليم في تطوير سوق العمل.
- ضعف كفاءة المناهج التعليمية من حيث مواكبة التطورات المستمرة والتركيز على التخصص والتمكين العلمي السليم للطالب والاهتمام بالبعد التطبيقي والبحثي.
- محدودية الربط مع جامعات عالمية وإقليمية متقدمة تعمل على إثراء تجاربها والارتقاء بقدراتها العلمية والأكاديمية وتحسين مستوى المخرجات. (جامعة الملك سعود، وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية).

### مناقشة النتائج:

(١) هناك تباين في توزيع الساعات التدريسية لبرامج العلاقات العامة في الجامعات العربية وفي تسميتها، ذلك أن بعض الجامعات خصّصت ساعات تحت مسمى متطلبات الجامعة وأخرى تحت مسمى

متطلبات عامة، كما خصصت بعض آخر من الجامعات في برامجها ساعات تحت مسمى مساقات مساندة، كما أن بعض البرامج فيها ساعات لمساقات حرة مع عدم وجودها في برامج أخرى بالجامعات. ويعكس هذا التباين الاختلافات البيئية بين الجامعات محل الدراسة من الناحية المفاهيمية، مما أعاق عملية التحليل والمقارنة.

(٢) هناك صعوبة في التمييز بين الساعات النظرية والمساقات التطبيقية لبرامج العلاقات العامة بعينة الدراسة بالجامعات العربية، وذلك نظرًا لعدم وجود توصيفات المساقات بالمواقع الإلكترونية للجامعات محل الدراسة. فضلاً عن عدم توضيح تلك الأمور في وصف البرامج كأن يُكتب (٢ نظري+٢ عملي -ساعة معتمدة. أي ما يساوي في مجملها ثلاث ساعات معتمدة). وهذا يشير إلى التباين الكبير في وصف البرامج، وعدم استخدام معايير ومفاهيم محددة يقود إلى توحيد الأطر الدلالية بينها. مما يؤكد على ضرورة وأهمية الاتفاق بين الجامعات العربية التي تقدم برامج للعلاقات العامة على أساليب ومصطلحات محددة ومتفق عليها.

(٣) تشير الدراسة إلى انخفاض عدد المساقات ذات الصبغة الرقمية، وهو مؤشر لضعف مستوى التطوير الخاص ببرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية، وغالبية البرامج محل الدراسة ليست بالحديثة، وظلت على حالها منذ فترة ليست بالقصيرة على الرغم من المستجدات التي أفرزتها ثورة الاتصالات والمعلومات خاصة في مجال تقنيات الاتصال ومتطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار. وعلى العكس من نتيجة الدراسة، وكمعالجة لانخفاض عدد المساقات ذات الصبغة الرقمية، تشير دراسة (عدنان نوري الحربي، ٢٠٢٤م) إلى استحداث (٢٥) ساعة معتمدة مرتبطة بتوظيف التقنيات في مجال العلاقات العامة بنسبة (١٢.٨٢٪) من إجمالي ساعات مسار "العلاقات العامة والاتصال المؤسسي"، بقسم الإعلام بجامعة أم القرى وذلك في سياق الاستجابة للتطورات التقنية ومتغيرات الذكاء الاصطناعي ومتطلبات سوق العمل.

(٤) تشير الدراسة إلى أن برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية تتضمن كل منها مساقاً للتدريب العملي الخارجي (الميداني)، مع عدم تضمينها مساقات منفصلة قائمة بذاتها للتدريب الداخلي، وفي هذا السياق تفرد بعض الجامعات أكثر من مساق للتدريب مثل تدريب أول وتدريب ثاني، وبعض آخر تجعل مساق التدريب واحداً، ولكنه ممتد على فصلين دراسيين. ولكن متغيرات سوق العمل يتطلب مزيداً من الاهتمام بالتدريب العملي (الميداني) لربط المجال النظري بالتطبيقي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حردان الجنابي، ٢٠٢٤م)، التي بحثت "واقع التأهيل الأكاديمي لدى طلبة أقسام العلاقات العامة بالجامعات الحكومية العراقية واتجاهاتهم نحوه، والتي اشارت إلى أن اتجاهات الباحثين نحو محاور التأهيل الأكاديمي بأقسام العلاقات العامة في الجامعات الحكومية العراقية محل الدراسة كان محايداً نحو محوري المقررات الدراسية والتدريس، وسلبياً نحو محور التدريب



الإعلامي. وأن "عدم وجود مختبرات للتدريب العملي في قسم العلاقات العامة" يُعد أهم جوانب القصور في محور التدريب الإعلامي.

(٥) أشارت الدراسة إلى أن غالبية برامج العلاقات العامة بالجامعات العربية - عينة الدراسة - تستخدم مشاريع التخرج أكثر من استخدامها لبحوث التخرج التي سادت بتلك البرامج لفترة من الزمن. وهذا لا يعني إهمال البحوث ذلك أنها موجودة في كثيرٍ من المساقات، ولكن كان الاتجاه إلى المشاريع لإحداث ترجمة عملية لما تلقاه الطالب خلال سنوات الدراسة وربط الطالب أكثر بمتطلبات سوق العمل. ولا شك أن ذلك يتضمن في داخله القيام بالعمليات البحثية المختلفة حسب طبيعة ومجال المشروع. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إيمان عشري، ٢٠٢٤م) والتي تناولت "التأهيل الأكاديمي لدارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات العربية في ضوء التحولات الرقمية: دراسة في جامعتي الملك سعود بالمملكة العربية السعودية، والشارقة بالإمارات العربية المتحدة"، وقد أوضحت الدراسة في نتائجها أن مشروعات التخرج لدارسي العلاقات العامة تراعي الجانب التطبيقي، حيث يتم تنفيذ الجانب التطبيقي لمشروعات التخرج في الشركات والمؤسسات الإعلامية، وذلك وفقاً لأحدث نظريات العلاقات العامة، وتماشياً مع متطلبات المجتمع وتطوره.

(٦) تؤدي تلك التباينات في تصميم الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة بالجامعات العربية (عينة الدراسة) إلى صعوبة انتقال الطلاب بين الكليات والجامعات في الدول العربية لمواصلة الدراسة الأكاديمية، استجابة لبعض الظروف التي يمكن أن تطرأ، مما يحتم ضرورة التفكير بين الجامعات العربية حول تصميم البرامج الأكاديمية بمفاهيم موحدة تُسهل عملية انتقال الطلاب بين الكليات التي تقدم برامج للعلاقات العامة.

## التوصيات:

توصي الدراسة بالآتي:

- (١) ضرورة تطوير الخطط الدراسية لبرامج العلاقات العامة وتحديثها باستمرار لمواكبة متطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار، في ظل التحولات الرقمية المعاصرة.
- (٢) زيادة نسبة المساقات التطبيقية العملية والحرص على التدريب العملي في عملية التطبيق.
- (٣) إضافة مساقات نظرية وتطبيقية حديثة لمواكبة سوق العمل، تتضمن الإعلام الرقمي وربطه بالعلاقات العامة كتخصص مثل العلاقات العامة الإلكترونية، الاتصال الاستراتيجي، التسويق والإعلان الإلكتروني، إدارة السمعة للمنظمات، الإدارة التفاوضية للمواقع الإلكترونية للمنظمات.
- (٤) ربط طلاب العلاقات العامة بالمجتمعات الخارجية من منظمات أعمال ومؤسسات، من خلال تأسيس شراكات مثمرة تخدم عملية التدريب وتطبيق المشاريع.

- ٥) زيادة الجرعة التدريبية بإفراد مساق بكل برنامج للتدريب الداخلي بشكل مكثف كمتطلب سابق للتدريب الخارجي ومشاريع التخرج. فمع التحولات التي أفرزتها ثورة الاتصال والمعلومات في شتى المجالات، نلاحظ ثبات الخطط الدراسية من حيث المساقات المكوّنة لها النظرية منها والتطبيقية. وقد أحدثت تلك المشكلة فجوة بين مخرجات البرامج الأكاديمية ومتطلبات سوق العمل المتجددة باستمرار.
- ٦) الاهتمام أكثر بمسألة الاعتماد وإعادة الاعتماد الأكاديمي؛ والتي تهدف في نهايتها إلى المراجعات الدورية للبرامج ونقدها بغية تحسينها وتطويرها لتواكب المستجدات العلمية والعملية، بحيث تتم إعادة اعتماد البرامج كل أربع سنوات أو خمس، فضلاً عن المراجعات الداخلية التي تتم داخل الجامعات والكليات بدءاً بمراجعة المساقات واقتراح التطويرات والتحسينات اللازمة من جهة مدرسي المساقات، بحيث تتم مناقشتها واعتمادها على مستوى الأقسام ثم الكليات ورفعها للإدارات الأكاديمية لمناقشتها واعتمادها، ليتم تطبيق التغييرات الطفيفة فور اعتمادها من جهة الإدارات الأكاديمية، ورفع التغييرات الجوهرية لإدارة الجودة والاعتماد الأكاديمي بوزارة التعليم العالي لدراستها واتخاذ قرارات بشأنها، ولهذا تصبح البرامج الأكاديمية في حالة تحسين وتطوير مستمرين.
- ٧) السعي لتأسيس آلية تسهم في وضع قوانين أو نُظم تقود إلى تيسير انتقال الطلاب بين الكليات التي تقدم برامج العلاقات العامة وغيرها من البرامج على غرار (بولونيا).

## المصادر والمراجع:

- \* واجهتنا إشكالية أو تحدى في الحصول على الخطط والبرامج الدراسية من جهة بعض أقسام وكليات الإعلام في الجامعة العربية، من حيث تزويدنا بالخطط والبرامج والمساقات الدراسية التي تدرس في جامعاتهم، وكأن هذه المواد العلمية تدخل ضمن الاسرار العسكرية، والتي من المفترض أن تكون متاحة على مواقع الجامعات.
١. عبد الصادق حسن ٢٠٢١م "المحتوى التدريسي لبرامج العلاقات العامة والإعلان بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات المصرية والخليجية وعلاقته بتقويم الطلاب لجودة العملية التعليمية: دراسة تطبيقية مقارنة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد ٢٠٢١، العدد ٧٤، مارس ٢٠٢١م.
٢. ريم أبو الفتوح محمود علي، (٢٠١٦م)، البرامج الدراسية للعلاقات العامة بالجامعات المصرية وانعكاسها على واقع الممارسة المهنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم الإعلام.
3. Ewing, Michele E; Remund, David L; Dargay, Lauren. (2019). Developing a New Generation of Public Relations Leaders: Best Practices of Public Relations Undergraduate Programs, Journal of Public Relations Education, Vol. 5, No. 1, 31-69.
4. bin Ridzuan, Abdul Rauf; Ishak, Siti Nirmala Binti Mohamad; Mohideen, Rosilawati Sultan; Ilyas, Ilya Yasnorizar; Zainodin, Wan Hartini Wan; Yunus Mohd Khairornizam Mohd. (2018). Students Perceptions towards Public Relations Course and the Implication towards their Academic Performance, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. Vol 8, No. 10, Oct, pp 883- 889.
٥. جاسم محمد الحمدان، (٢٠١٨م) إدارة التعليم العالي، الطبعة الأولى، الكويت، دار المسيلة للنشر والتوزيع، ص ٢٣.
٦. أحمد علي كنعان، (٢٠٠٥م) الاعتماد الأكاديمي لمؤسسات التعليم العالي في الجمهورية العربية السورية بين الواقع والمأمول: دراسة ميدانية في كلية التربية في جامعة دمشق، برنامج إعداد المعلم أنموذجاً، المؤتمر التربوي الخامس- جودة التعليم الجامعية، مملكة البحرين.
٧. أحمد عبد الله اللوح، مصطفى محمود أبو بكر، (٢٠٠٢م)، البحث العلمي: تعريفه - مناهجه - خطواته - المفاهيم الإحصائية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، الدار الجامعية، ص ٣٢.
٨. جاسم محمد الحمدان، مرجع سابق، ص ٢٦.

<sup>٩</sup> .نمور، نوال (٢٠١٢م) كفاءة أعضاء هيئة التدريس وأثرها على جودة التعليم العالي دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة - الجزائر.

<sup>١٠</sup> .جامعة الملك سعود، وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية، الرابط: <https://vrea.ksu.edu.sa/ar/node/131>  
<sup>١١</sup> .عبد الرحمن بن محمد أبو عمه، (٢٠١٠م)، النظام الأوربي في التعليم العالي ومشروع بولونيا، المملكة العربية السعودية، وزارة التعليم العالي، ط١، ص٤٩-٥٢.

\* لا تعتمد الجامعة اللبنانية نظاماً مركزياً للتدريس في مختلف كلياتها. فكل كلية لها نظامها الخاص إذ تلتقي مع باقي الكليات في جزء منه وتختلف معها في أجزاء. وبناءً عليه ليس هنالك ما يسمى مقررات جامعة ومقررات كلية ومقررات اختصاص. وتعتمد كلية الإعلام بما فيها قسم العلاقات العامة لنيل إجازة في مختلف اختصاصاتها على توزيع مقررات التدريس على ٦ فصول ممتدة على ثلاث سنوات بمعدل فصلين في السنة الواحدة. وذلك تطبيقاً لنظام LMD المعتمد عالمياً في أكثر من دولة.

\* بالنسبة لجامعة سرت الليبية، وجامعة الإمام محمد لم تتوفر المعلومة التي تخص المساقات ذات الصبغة الرقمية حسب الوثائق التي تم الإطلاع عليها.

<sup>١٢</sup> .حسين سالم كييطان وإيمان قاسم الصفار وسهير غازي حسين، (٢٠١٤م)، دراسة تجريبية لتقييم تأثير مخرجات التعليم العالي في متطلبات سوق العمل، المؤتمر الدولي الرابع لضمان جودة التعليم العالي، جامعة الزرقاء الأردن، ص٧٩٥.

<sup>١٣</sup> .إيهاب عبد الرزاق الحياي، (٢٠١٣م)، ضمان جودة مخرجات التعليم العالي من أجل تلبية احتياجات المجتمع وسوق العمل، المؤتمر العربي الثالث لضمان جودة التعليم العالي، جامعة الزيتونة، الأردن، ص: ٥٧٥.

<sup>١٤</sup> .حسين سالم كييطان، إيمان قاسم الصفار، سهير غازي حسين، مرجع سابق، ص٧٩٣.

<sup>١٥</sup> .جامعة الملك سعود، وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية، الرابط: <https://vrea.ksu.edu.sa/ar/node/131>



universities each include a course for external practical training (field), without including separate courses for internal training. In this context, some universities allocate more than one course for training, such as first training and second training, while some universities allocate one course for training, but it extends over two semesters. The study shows that the majority of public relations programs in Arab universities - the study sample - use graduation projects more than graduation research, which has been prevalent in these programs for a period of time.

**Keywords:** Qualification, Academic Qualification, Public Relations, Arab Universities, Media, Communication.

# Academic Qualification in the Field of Public Relations in Arab Universities: An Applied Study on a Sample of Study Plans for Public Relations Bachelor's Programs (\*)

**Prof. Dr. Abdulmalek Aldanani**  
[malek.aldanani@lc.ac.ae](mailto:malek.aldanani@lc.ac.ae)

*Professor of Public Relations & Advertising,  
Liwa College - Abu Dhabi*

**Dr. Khalid Abd Allah Ahmed Dirar**  
[khalid.dirar@lc.ac.ae](mailto:khalid.dirar@lc.ac.ae)

*Assistant Professor of Public Relations & Advertising,  
Liwa College - Abu Dhabi*

**Dr. Amor Ben Amor**  
[amor.benamor@lc.ac.ae](mailto:amor.benamor@lc.ac.ae)

*Assistant Professor of Public Relations & Advertising,  
Liwa College - Abu Dhabi*

## Abstract

This study addressed the topic of "Academic qualification in the field of public relations in Arab universities, applied to the study plans for Bachelor's programs in public relations in a sample of Arab universities", through analyzing the study plans for public relations programs in the study sample.

It aimed to: identify the study plans prescribed for public relations programs in the departments and faculties of media in Arab universities, monitor the factors affecting the quality of teaching public relations programs in the departments and faculties of media in the Arab universities under study, and know the number of hours of theoretical courses versus applied courses in public relations programs in the departments and faculties of media in Arab universities, in addition to identifying the extent to which the study courses are compatible with the requirements of the labor market and digitalization applications in organizations.

The study is considered a descriptive study, based on the survey method. To obtain the primary data for the study, content analysis was used with the aim of analyzing the content of the study plans for public relations programs according to the units of analysis and their categories that will be determined later.

The study reached a set of results, including: There is a variation in the distribution of teaching hours for public relations programs in Arab universities and in their naming. There is difficulty in distinguishing between theoretical hours and practical courses for public relations programs in the study sample in Arab universities, due to the lack of course descriptions on the websites of the universities under study. The study indicates a decrease in the number of courses with a digital nature, which is an indicator of the weak level of development of public relations programs in Arab universities. The majority of the programs under study are not modern, and have remained the same for a period that is not short, despite the developments brought about by the communications and information revolution, especially in the field of communication technologies and the constantly renewed requirements of the labor market. The study indicates that public relations programs in Arab

---

(\*) The Paper was received on November 04, 2024, and accepted for publication on December 25, 2024.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association  
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network  
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt  
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

#### APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency)

Web: [www.apr.agency](http://www.apr.agency) - [www.jpr.epra.org.eg](http://www.jpr.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), or [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.



# Journal of Public Relations Research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2024 = 1.75 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2024 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

**Founder & Chairman**  
**Dr. Hatem Moh'd Atef**

EPRM Chairman

**Editor in Chief**

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty  
of Mass Communication - Cairo University  
Head of the Scientific Committee of EPRM

**Editorial Manager**

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of  
Faculty of Mass Communication - Sinai University  
Head of the Consulting Committee of EPRM

**Editorial Assistants**

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Prof. Dr. Mohamed Alamry** (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.  
Mass Communication Faculty  
Baghdad University

**Dr. Thouraya Snoussi** (Tunisia)

Associate Professor of Mass Communication &  
Coordinator College of Communication  
University of Sharjah (UAE)

**Dr. Fouad Ali Saddam** (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations  
Faculty of Mass Communication  
Yarmouk University (Jordan)

**Dr. El-Sayed Abdel-Rahman**

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations  
Mass Communication Faculty - Suez University

**Dr. Nasr Elden Othman** (Sudan)

Associate Professor of Public Relations  
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences  
Ajman University (UAE)

**Public Relations Manager**  
**Alsaeid Salm**

Arabic Reviewers

**Ali Elmehy**

**Dr. Said Ghanem**

**Address**

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

**Publications: Al Arabia Public Relations Agency**

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

## Advisory Board \*\*

**IPRR.ME**

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer** (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information  
and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –  
Sinai University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud  
Islamic University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar** (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –  
King Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharef** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,  
Yarmouk University

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya**, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,  
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani**, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.



Journal



of  
**P** **R** **esearch**

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Twelfth Year - Fifty-fourth Issue - Part 1 - October/December 2024

IF of the Supreme Council of Universities 2024 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2024 = 1.75

**Abstracts of Arabic Researches:**

- *Prof. Dr. Abdulmalek Aldanani - Liwa College - Abu Dhabi*  
*Dr. Khalid Abd Allah Ahmed Dirar - Liwa College - Abu Dhabi*  
*Dr. Amor Ben Amor - Liwa College - Abu Dhabi*  
**Academic Qualification in the Field of Public Relations in Arab Universities:  
An Applied Study on a Sample of Study Plans for Public Relations Bachelor's  
Programs** 7
- *Associate Prof. Dr. Rasha Abdel Rahman Hegazy Ibrahim - Higher International Institute of Media*  
**Egyptian Audience's Attitude toward Using of Video Marketing on Social Media  
and its Impact on Purchasing Behavior: A Study within the Framework of Media  
Richness Theory** 9
- *Associate Prof. Dr. Salwa Ali Ibrahim Al-Gayyar - Port Said University*  
**The Effect of Pre-school Children's Exposure to the Internet World Game on  
Developing some of their Digital Security Concepts: A Study in the Frame of their  
Parents' Usage of the Sannif Platform** 10
- *Associate Prof. Dr. Amira Saber Mahmoud Ahmed Mohameden - Tanta University*  
**Communicators' Attitudes towards Employing Artificial Intelligence Applications in  
Television Programs Production** 12
- *Dr. Abdul Rahman Ibrahim Al-Jahili - Imam Muhammad Bin Saud Islamic University*  
**Saudi Youth's Exposure to Electronic Advertisements via Social Media: A Field  
Study Applied to Students of Imam Muhammad ibn Saud Islamic University** 13
- *Dr. Eman Sayed Ahmed Elsayed Mousa - Ain Shams University*  
**Factors Affecting Consumers' Attitudes towards Advertising via Podcast  
Technology and their Relationship to Consumers' Behavioral Response:  
A Field Study on the Millennial Generation in Egypt** 14


(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network  
(ENSTINET)

Egyptian Public Relations Association  
(EPRA)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2024@APRA 

www.jprr.epra.org.eg