

جامعة غرداية
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية



شعبة: علوم الإعلام والاتصال

ممارسة وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية
- دراسة حالة جامعة غرداية -

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:
د/ جمال كانون

إعداد الطالب:
بومدين لعناق

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2018/06/09.

أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

مناقشا	جامعة غرداية	أستاذ	أ/ أبي اسماعيل قاسم
رئيسا	جامعة غرداية	أستاذة	أ/ سليمان ليلى
مشرفا	جامعة غرداية	أستاذ	د/ جمال كانون

الموسم الجامعي: 1438-1439هـ / 2017-2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

إهداء

إلى أعز و أغلى ما املك في الوجود و المنبع الطاهر،
إلى من علمتني أن أكافح في سبيل البقاء و غرست في قلبي صدق الإحياء،
إلى أطيّب امرأة في الوجود حبيبتي
أمي الغالية

و كنت نعم الأم و الأخت و الصديقة و كنز العطف و الأمان.

إلى من فتح الطريق أمامي ، إلى من غرس في نفسي روح الوفاء، إلى من وهب حياته من أجل إعطاء و شقى
و لم يبخل و كان العون في تحقيق النجاح، إلى من كان في مشواري حياتي
أحن و أطيّب "أب" في الوجود.

أقدم لكم ثمرة نجاحي الذي لطالما تمنيتماه و سعيتما جاهدان لأجل هذا اليوم و كنتم نعم الوالدين حفظكم
الله و أطال في عمركما و أتمنى لكم دوام الصحة و العافية و أدامكم الله تاجا فوق رأسي.
إلى إخوتي الأعمام : مختار ، رضا، المداني ، يوسف، عبد الحق .

إلى من دعمني و عزز ثقفتي بنفسي و لم يبخل علي بنصيحته حبيب قلبي و مصباح حياتي أخي و صديقي
"وليد بن عمار" رمز النضال و إلى رمز الحنان و المساندة "محمد بن لغويني، صفية، لحسن الطواهر، سليم
اليعقوبي" رعاهم الله لي.

إلى كل موظفي جامعة غرداية

إلى جميع عائلة لعناق و خاصة الوالدين أطال الله في عمرهما.

أهدي هذا العمل إلى أحبائي وأصدقائي في كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض هذا العمل المتواضع
"عميد الكلية خن بشير" و جميع زملائي الموظفين والأساتذة
إلى صدقائي في الدراسة : الدين، خالد، ...

إلى جميع زملائي "السنة 2 ماستر" اتصال و علاقات عامة و إلى كل طلبة علوم الإعلام و الاتصال .

و أهدي عملي إلى كل من وسعتم ذاكرتي

و لم تسعهم مذكرتي.

بمطابق



كلمة شكر وعرفان

الشكر و الحمد لله الرحيم الغفار، الكريم ، عالم الجهر

و الأسرار الذي أعاننا و قدرنا على انجاز هذا العمل

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى مدير جامعة غرداية البروفيسور دادة موسى

بلخير وإلى نواب مدير جامعة غرداية لتعاونهم معي في إنجاز مذكرتي وإلى

الأستاذ المشرف "كانون جمال" الذي لم يبخل علي بنصائحه و توجيهاته.

و نتوجه بالشكر إلى كل عمال وموظفي جامعة غرداية على مساعدتهم لي

وأخص بالذكر الزملاء بلعور نعيمة، وليد بن عمار، محمد بلغويني، طرباقو

محمد وغيرهم.

الملخص:

يشهد العصر الحالي تقدما كبيرا في ممارسة العلاقات العامة ، الذي استفادت منه العديد من القطاعات، وأهمها القطاع الجامعي الذي استثمر هذا التقدم بطريقة فعالة سواء من خلال خلق ثقة وصناعة صورة ذهنية جيدة مع جماهيرها المختلفة، تعتمد أساسا العلاقات العامة الجامعية على توفر برامج اتصالية عالية الجودة والكفاءة.

وقد اعتمدت العديد من الإدارات في المؤسسات العمومية على غرارها الجامعة إلى تبني العلاقات العامة من أجل دعم ثقة الجمهور بالمنظمة وبناء سمعة طيبة لها.

وتعد جامعة غرداية في قلب دراستنا من خلال قراءة واقع ممارسة هذا التخصص على أرض الواقع، ومحاولة رصد ما هو كائن إلى ما سيكون، لأنه واجب الاعتراف بشيء لا مفر منه .

إذ لا توجد مصالح فعالة للعلاقات العامة على مستوى جامعة غرداية حسب المعايير العلمية التي وجدت من أجلها، لكنها كبناء اتصالي لها حضور ولكنه حضور نسبي لا غير، ومن هنا جاءت هذه المحاولة لتضع النقاط على الحروف وتصحيح المفاهيم الخاطئة حول موضوع العلاقات العامة و الصور المشوهة التي تشكلت حولها في أذهان بعض موظفيها وليس كلهم ، لأن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة وليس من خارجها وهذا ما أردنا أن نبرزه من خلال دراستنا .

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة، المؤسسة العمومية، أساليب ووسائل الاتصال، ممارسة، الجامعة، تحسين الصورة الذهنية.

خطة الدراسة

مقدمة:

الإطار المنهجي

- إشكالية الدراسة.
- التساؤل الرئيسي
- أسباب اختيار الموضوع.
- أهمية الدراسة وأهدافها.
- نوع الدراسة و منهجها.
- أدوات البحث.
- مجتمع الدراسة.
- حدود الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- المفاهيم الأساسية للدراسة.
- عينة الدراسة.
- صعوبات الدراسة.

الاطار النظري:

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة و طبيعتها.

تمهيد.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة.

المطلب الاول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الثاني: مبادئ العلاقات العامة.

المطلب الثالث: وظائف وأهداف العلاقات العامة.

المبحث الثاني: الاتصال والعلاقات العامة.

المطلب الاول: مفهوم الاتصال .

المطلب الثاني: استراتيجية الاتصال في العلاقات العامة.

المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة.

الفصل الثاني: تنظيم وإدارة العلاقات العامة

تمهيد

المبحث الأول: المؤسسة العمومية وأساليب تنظيمها.

المطلب الأول: ماهية المؤسسة العمومية.

المطلب الثاني: تنظيم وإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة.

المطلب الثالث: موقع العلاقات في الخارطة التنظيمية للمؤسسة.

المبحث الثاني: العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية.

المطلب الأول: الشبكة المفاهيمية للمؤسسة الجامعية.

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة في الجامعة.

الإطار التطبيقي:

أولاً: نبذة عن جامعة غرداية.

ثانياً: الكشف عن جهاز العلاقات العامة بكلية علوم الطبيعة والحياة جامعة غرداية

ثالثاً: نتائج تحليل المقابلة.

رابعاً: عرض و تحليل نتائج الاستبيان.

خامساً: نتائج تحليل الدراسة الميدانية.

سادساً: الاستنتاجات العامة للدراسة.

- خاتمة

- قائمة المراجع

- الملاحق

- الفهرس

مقدمة

مقدمة:

ترتبط الحياة بمجموعة من المتغيرات وجدت مع وجود الانسان، هذا الكائن الذي منذ أن خلقه الله وهو يسعى وعبر السياقات الحياتية إلى إيجاد أنماط يمكنه من خلالها بناء جسور للاتصال والتواصل مع الآخرين، وعبر آليات يحددها وفقا للتطورات والتصورات المتسارعة عبر الفكر البشري قديما وحديثا، وعبر تطور السيورة الاتصالية للبشرية جمعاء، ولما كان الاتصال بهذه الاهمية الكبيرة شهدت المنظومة العالمية في هذا المجال بروز فلسفات جديدة في ادارة الشؤون العامة لإنسان اليوم، وعلى اختلاف مشاربها ومكوناتها مكنته من الولوج إلى علم تحكمه الافكار والارادة في تحسين الادارة مدخلاتها ومخرجاتها المتنوعة، فظهرت وبرزت مع كل هذا الكم الهائل من الابتكارات الانسانية مفهوم العلاقات العامة كجزء من العلاقات الانسانية ، حيث أصبح لها شأن وأي شأن في رسم معالم التسيير الحداثي لمؤسسات اليوم وصولا إلى مسميات إدارة الجودة الشاملة وإدارة المعرفة وغيرها كثير من المصطلحات والرؤى التي تصب في معين واحد.

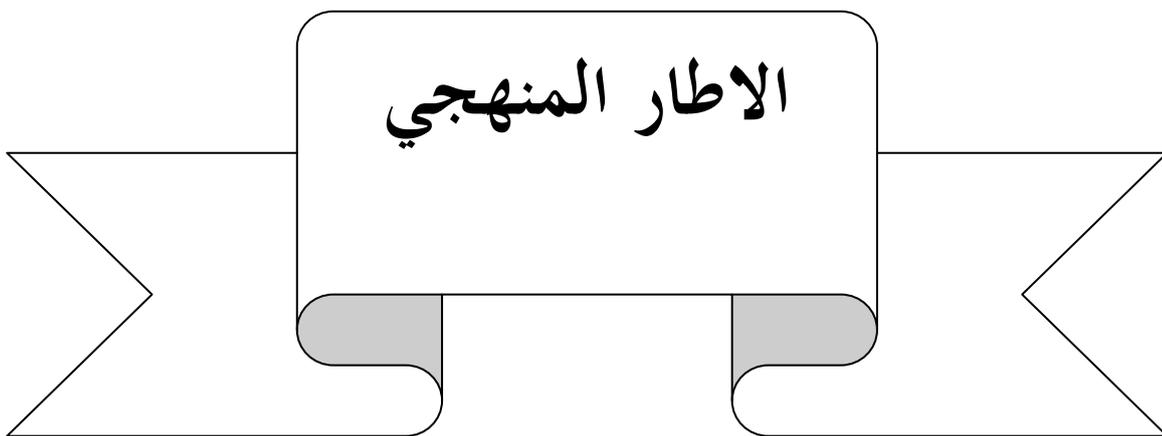
فالعلاقات العامة قديمة قدم الانسان نفسه وظهرت مع ظهوره، إلا أنها شهدت قفزة نوعية مند منتصف (القرن 19) كمفهوم إنساني، فمؤسسات التعليم العالي المتمثلة في الجامعة إذ أصبحت تسعى إلى تطبيق بعض مبادئها تماشيا مع التطور الذي تشهده المؤسسات العمومية ، وفي بحثنا هذا سعينا جاهدين إلى تسليط الضوء على ممارسة وظائف العلاقات العامة بالمؤسسة العمومية لعنا نصل إلى مقاربات نحصل من خلالها على اجابات عن تساؤلات طرحنا و لاتزال تطرح حول ماهية ممارسة وظائف العلاقات في جامعاتنا ومدى وجودها من عدمها إذ تعتبر نشاطا عالميا تمارسه عديد المؤسسات على اختلاف أنماطها، ولم تعد العلاقات العامة ذلك المسمى الذي لا معنى له عند الكثير من المتسائلين حول جدوى منها بل صار لها وجود وكيان عالمي لا يمكن إنكاره على كل المستويات.

وفي موضوعنا هذا حاولنا بما تيسر لنا، إبراز ضرورة الامام والاهتمام بالتخصص والرفع من مستوى استخدامه في المؤسسات العمومية بالخصوص الجامعة لما له من مكانة مرموقة تنعكس بالإيجاب على مردوديتها وأداء موظفيها.

وقد احتوى بحثنا هذا على ثلاثة فصول كاملة، اشتمل الفصل الأول على الاطار المفاهيمي للعلاقات العامة حيث اندرج تحته مبحثين وكل مبحث به ثلاثة مطالب، لنتقل إلى الفصل الثاني وهو يأتي في سياق عنوان البحث وجاء وهو الآخر بمبحثين وكل مبحث بثلاثة مطالب عاجلنا فيه مفاهيمية ما هو كائن وما يجب أن يكون في الجامعة بصفة عامة وجامعة غرداية بصفة خاصة لنحط الرحال في الفصل التطبيقي من خلال دراسة ميدانية أجريت على مستوى جامعة غرداية.



الاطار المنهجي



الإطار المنهجي للدراسة.

1- إشكالية الدراسة.

2- الفرضية الرئيسة.

3- الفرضيات الجزئية.

4- دواعي اختيار الموضوع.

5- أهمية الدراسة وأهدافها.

6- المفاهيم الأساسية للدراسة.

7- الدراسات السابقة.

8- نوع الدراسة.

9- منهج الدراسة.

10- أدوات تجميع البيانات.

11- مجتمع الدراسة.

12- عينة الدراسة.

13- الإطار الزمني والمكاني للدراسة.

14- صعوبات الدراسة.

1- إشكالية الدراسة

تعد العلاقات العامة في المنظمات الدولية والإقليمية والوطنية المحلية، بمختلف توصيفاتها وما تقدمه من نتاج علمي وصناعي وتجاري وفكري كما تبوأَت العلاقات العامة مكانة متميزة في الفكر الإداري الحديث وأصبحت إحدى أهم وظائف الإدارة ولقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة في المنظمات والهيئات والشركات والمؤسسات التي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة ووظائفها ودخلت العلاقات العامة بمجالات تطبيقية عديدة في المجتمع المعاصر : في الوزارات، المؤسسات الاجتماعية المنظمات الدولية ووسائل الإعلام مما مكن من تطوير وتحسين الأساليب الفنية الحديثة وبالتالي تزايد فعالية برامج العلاقات العامة في تسيير عمل المؤسسة سواء مع جمهورها الداخلي أو الخارجي للوصول إلى تحقيق أهدافها.

والجامعة من بين المؤسسات التي تقدم خدمات معرفية سواء للطلاب أو المجتمع، ولا تقتصر دور العلاقات العامة في الجامعة على إمداد جمهورها الداخلي والخارجي بما يحتاجونه من معارف وغيرها، ولكنها تذهب أبعد من ذلك وهو الانخراط والانصهار في المجتمع وتلبية احتياجاته وتعريفه بنشاطات الجامعة وتقديمه كمؤسسة خدمتية وهذا في حد ذاته من النشاطات الاتصالية الفعالة للعلاقات العامة ، فوجود العلاقات العامة في المنظومة الجامعية يساهم في سلاسة العملية الاتصالية بين الإداريين والأساتذة والطلبة وكل من له علاقة بمحيط المؤسسة لما تتوفر عليه من امكانيات خلاقية إذا ما طبقت كان ذلك مؤثر على النمو المعرفي والعلمي لتلك المؤسسة.

و إنطلاقا مما سبق ذكره و إيراد حول العلاقات العامة التي اصبحت واقعا لا يمكن تجاوزه بأي

شكل من الأشكال خاصة في المؤسسة العمومية الجامعية وعليه نطرح الإشكال العام لدراستنا: ما هو

واقع ممارسة وظائف العلاقات العامة في مديرية جامعة غرداية ؟

2- تساؤلات الدراسة:

وتندرج تحت هذه الإشكالية عدة تساؤلات نذكر منها :

- ماهية استراتيجية الاتصال المنتهجة أو المطبقة في مديرية جامعة غرداية ؟
 - ماهي وسائل الاتصال المستخدمة في مديرية جامعة غرداية؟
 - ماهي اساليب التنظيم وإدارة العلاقات العامة المطبقة في مديرية جامعة غرداية؟
 - ماهي أهم وظائف العلاقات العامة الممارسة في جامعة غرداية ؟
 - هل تعمل جامعة على تحسين صورتها مع جمهورها الداخلي والخارجي ؟
- تقوم هذه الدراسة على فرضية رئيسية وأربعة فرضيات فرعية وهي كالتالي:

3- الفرضية الرئيسية

ممارسة وظائف العلاقات العامة ترفع من مستوى الأداء المهني والوظيفي في مديرية جامعة غرداية.

4- الفرضيات الجزئية:

- تعتمد مديرية جامعة غرداية على استراتيجية اتصالية فعالة.
- العلاقات العامة زيادة على مهارات الاتصال والتواصل تساهم في بناء مؤسستي قوامه التفاعل الإيجابي بين مكونات المؤسسة الجامعية.
- نجحت جامعة غرداية في تحسين صورتها مع جمهورها الداخلي والخارجي.
- ممارسة وظائف العلاقات العامة عززت ثقة الجمهور بمديرية جامعة غرداية.

5- دواعي اختيار الموضوع :

إن دواعي اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن صدفة أو أمر اعتباطيا فراعينا تجليات وآفاق العلاقات العامة وبنيتها واستخدامها عبر الإدارات العملية وتطبيقها على المؤسسات ذات البعد الأكاديمي كالمؤسسة الجامعية التي تعتبر بناء معرفيا واجتماعيا له صلة وثيقة بالسياقات الاجتماعية المتشعبة والمتعددة، إضافة إلى أمر لا بد من ذكره، وهو أن الموضوع يقف على حجم وجود أو عدم وجود مسمى

العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية وعلى اعتبار آخر يتمثل في كون المؤسسة الجامعية تستخدم آليات اتصال حديثة فرضتها جملة من الأسباب والمتغيرات في الفكر الانساني الحديث، وجاء هذا الموضوع من أجل تسليط الضوء على مدى مساهمة العلاقات العامة في توطيد ورفع من اداء المؤسسة الجامعية ، ويمكن أن نلخص دواعي وأسباب اختيارنا لهذا الموضوع فيما يلي:

- ارتباط الموضوع بشكل مباشر مع مجال تخصصنا، ومع وجود المتغير الاتصالي كون العلاقات العامة نشاط من أنشطة الاتصال.

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.

- الاهتمام المتزايد التي تعرفها العلاقات العامة على صعيد كل المستويات والمجالات كانت حافزا أكثر لسير أحسن هذه الوظيفة الحيوية من خلال إسقاطها على إدارة جامعة غرداية نموذجاً .

- أهمية العلاقات العامة في الجامعة.

- الكشف عن ممارسة وظائف العلاقات العامة بالمديرية جامعة غرداية.

- دوافع شخصية إمكانيات البحث والاطلاع على هذه المواضيع.

- دراسة الواقع العام للعلاقات العامة في الجامعة.

6- أهمية الدراسة وأهدافها:

تتمثل أهمية الدراسة وأهدافها انطلاقاً من الاشكال العام للدراسة بحد ذاتها، إذ من الممكن أن تجد أن الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الجامعة، وموضوعنا الذي جاء تحت هذا المسمى " ممارسة وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية دراسة حالة جامعة غرداية" وهو محاولة جادة ومباشرة لدراسة الممارسة الحقيقية لهذا اللون الاتصالي والعلمي الذي تولى له عديد الدول أهمية كبيرة لا تقل عن أهميتها بالمجالات العلمية الأخرى ومن هذه الأهمية كان الهدف منصبا منا كدارسين للعلاقات العامة أن تكون لنا اسقاطات ممنهجة تحاكي ما تم تقديمه لنا على مستوى البرامج والمحاضرات وغيرها دون أن نهمل أن الجامعة هي مؤسسة عمومية خدمية لها جمهورها الداخلي والخارجي، وهي ملزمة أخلاقيا ووظيفيا أن تكون مرآة عاكسة للأداء العلمي والمجتمعي معا.

والهدف الرئيسي في هذه الدراسة هو تقديم رؤية علمية مؤسسة على مقترحات نظرية وفكرية أو بصورة أخرى تمحيص الظاهرة محل البحث حتى يتسنى لنا الوصول إلى الهدف المنشود، حول الممارسة الحقيقية للوظائف العلاقات العامة بمديرية جامعة غرداية الذي نلخصه في النقاط التالية:

- التعرف عن كذب عن ممارسة وظائف العلاقات العامة في جامعة غرداية وذلك بالوقوف عند حدود التطبيقات والتحديات والنظم التي من شأنها إبراز قيمة الجهاز الإداري و الإتصالي.

- محاولة تقديم تفسير علمي أكاديمي لإدارة العلاقات العامة في جامعة غرداية وتقديم معالجة مفصلة للموضوع

- محاولة الكشف عن مكانة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية و بالخصوص جامعة غرداية.

- معرفة مدى اهتمام جامعة غرداية بتطوير ممارسة وظائف العلاقات العامة ؟

- الوصول إلى نتائج واقتراحات تفيد جامعة غرداية ومحاولة إبراز الكفاءات المهنية القادرة على مواجهة التعقيدات التي تتعرض لها العلاقات العامة داخل الجامعة.

- الكشف عن واقع العلاقات العامة في جامعة غرداية ومكانتها في التنظيم الهيكلي.

- الكشف عن طبيعة العلاقات الموجودة بين جامعة غرداية وجمهورها الداخلي وجمهورها الخارجي.

- الكشف عن طبيعة الجهود التي تبذلها الإدارة في سبيل تحسين صورتها من خلال ترقية الاتصال بواسطة العلاقات العامة.

- محاولة إثارة اهتمام مسؤولي إدارة الجامعة لأهمية العلاقات العامة ودورها في إنجاح العمل الإداري والعلمي داخل الإدارة.

- محاولة معرفة المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة في إدارة الجامعة.

7- المفاهيم الأساسية للدراسة:

إن التصور النظري وتحديد الاشكالية هما مرحلتان متكاملتان وأحياناً متداخلتان غير أننا مع هذا لا بد أن نقف عند حدود مفاهيم الدراسة لتوضيح المعاني لإعطاء المادة العلمية قيمتها المعرفية والأكاديمية وهنا يجب أن نشير إلى شرح المفهوم والذي يشكل عنصر الانطلاق في تحديد إشكالية البحث.

تحديد المفاهيم العامة:

- الممارسة: والمراس، بالكسر: الممارسة، وقد مرّسَ مرساً، كفَرِحَ. ويُقال: إنّه لمرّسٌ حذرٌ. أي شديدٌ مجرّب الحروب. ويُقال: هم على مرّسٍ واحدٍ، ككتفٍ، وذلك إذا استوت أخلاقهم. وجمع المرّس: أمرّس، وهم الأشداء الذين جرّبوا الأمور ومارسوها، ومنها الحديث: أما بنو فلانٍ فحسبك أمرّس. والمرّس، بالفتح: الدلك والإدافة¹.

المرّس: الممارسة والمعالجة. ورجلٌ مرّسٌ: شديد العلاج بين المرّس. ومرّست التمر وغيره في الماء، إذا أنقعته ومرّثته بيده. ومرّس الصبيّ إصبعة يمرّسه: لغة في مرثه أو لثغة².

- الوظائف: جمع الوظيفة، والوظيفة في كل شيء: ما يقدم كلّ يوم من رزقٍ أو طعامٍ أو علفٍ أو شراب. والوظيفة لكل ذي أربع فوق الرُسنغ إلى الساق، والعدد أوظفة، [والجمع: ووظائف]، قال: أبقت لنا وقعات الدهر مكزّمة ما هبّت الريح والدنيا لها وظف

- العلاقات العامة:

لغة: العلاقة، بالفتح: علاقة الخصومة، وعلاقة الحب. وأنشد للمرّار الأسديّ ما أسلفنا ذكره، ولا يظهر من كلامه وجه الضديّة، فتأمل. والعلاقة: ما تعلق به الرجل من صناعةٍ وغيرها. والعلاقة: ما يتبلّغ به من عيش كالعلقة، بالضمّ، وقد تقدّم. والعلاقة من المهر: ما يتعلّقون به على المتزوج قاله شمر ج: علائق ومنه الحديث: أدوا العلائق، قالوا: وما العلائق يا رسول الله قال: ما تراضى عليه أهلوه. ومعناها التي تعلق كلّ واحدٍ بصاحبه، كما يعلق الشيء بالشيء يتصل به³.

¹ محمد الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، ج16، دار الهداية، ب ت، ص501.

² أبو نصر اسماعيل، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، ج3، ط4، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1987، ص977.

³ المرجع نفسه، ص162.

التعريف الاصطلاحي: تعرف الجمعية الأمريكية بأنه نشاط لبناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بين المؤسسة وجمهورها كالعملاء والموظفين والمساهمين أو الجمهور بوجه عام بهدف تسهيل عملية صياغة سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع .
بينما عرفه معهد العلاقات العامة البريطاني على أنها : جهود إدارية مرسومة ومستمرة تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين المؤسسة وجمهورها ¹.

- المؤسسة العمومية: يعرفها "فريديمان" أنها مؤسسة ذات شخصية مستقلة تنشأها الدولة، وتمتلكها من غير مساهمين تكون مسؤولة أمام السلطة التشريعية ممثلة في الوزير المختص، أو بمجلس إدارة تعنيه السلطة التنفيذية ويكون لها حساباتها المستقلة، وتدار وفقا لأساليب المشروعة الخاصة وتخضع للمحاسبة العامة ².

-تعريف الجامعة:

أ. لغة:

وتشير إلى "Colegio" الجامعة تعني التجميع والتجمع، أما كلمة كلية مصدرها الكلمة اللاتينية التجمع والقراءة معا، وقد استخدمت في القرن الثالث عشر من قبل الرومان لتدل على مجموعة حرفيين، تجار، ثم استخدمت في القرن الثامن عشر بمعنى كلية في "أكسفورد" لتدل على مكان تجمع المجتمع المحلل لطلاب متضمنا مكان الإقامة المعينة، والتعليم ³.

ب. اصطلاحا:

يرى علماء التنظيم التربوي أنه لا يوجد تعريف قائم بذاته أو تحديد شخصي وعالمي لمفهوم الجامعة. ويرى محمد العربي ولد خليفة بأن الجامعة هي "المصدر الأساسي للخبرة، والمحور الذي يدور حوله النشاط الثقافي في الآداب والعلوم والفنون، فمهما كانت أساليب التكوين وأدواته، فإن المهمة الأولى

¹ محمد صاحب سلطان ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، 2011 ، ص 34.

² أحمد لين بقار و البشير نويجم، العلاقات العامة وإشكالية الاتصال في المؤسسة العمومية، مذكرة ماستر منشورة، قسم العلوم سياسية، جامعة الجلفة، 2017، ص7.

³ محمد منير مرسي، التعليم الجامعي المعاصر، قضاياها واتجاهاتها، دار النهضة العربية، القاهرة، 1977 ص 10

للجامعة ينبغي أن تكون دائما هي التوصيل الخلاق للمعرفة الإنسانية في مجالاتها النظرية والتطبيقية، وتهيئة الظروف الموضوعية لتنمية الخبرة الوطنية التي لا يمكن بدونها أن يحقق المجتمع أية تنمية حقيقية في الميادين الأخرى.

التعريف الإجرائي للجامعة:

"الجامعة مؤسسة تعليمية، تربوية، وثقافية، تضم مجموعة من الطلبة و الإطارات الكفؤة، والأجهزة العلمية الراقية تعمل على بنشر العلم والمعرفة من خلال القيام بالبحوث النظرية التطبيقية¹

8- الدراسات السابقة:

شهدت الدراسات الخاصة بميدان العلاقات العامة تطورا في المفاهيم والمرجعيات الفكرية وهذا راجع إلى كونها تحظى بمزيد من الاهتمام من طرف الباحثين والمختصين وطلبة المعاهد و الجامعات لما لها من إسقاطات وظيفية لا يستهان بها، ونحن بطبيعة الحال إذ نستعين ببعض الدراسات في مجال موضوعنا فهذا لنواصل ما بدأنا به من سبقنا في هذا المجال.

1) الدراسة الأولى:

دراسة (أحمد رافع أبو الزيت دراغمة) وهي دراسة وصفية تحليلية تحت عنوان (دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة) قدمها الباحث استكملا لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة سنة 2011 وتحت إشراف (نشأت الأقطش) في جامعة لاهاي، مملكة هولندا كلية الدراسات العليا قسم العلاقات العامة، ولقد قسم مباحث الدراسة إلى:

أ) مشكلة الدراسة وأهميتها:

تهدف الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تجاه جمهور الطلبة ومقارنته بين تلك الجامعات وتسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

¹ منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص277.

1- هل تقوم دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث (النجاح، بير زيت والجامعة

الإسلامية في غزة) بدورها المطلوب في استقطاب الطلبة الجدد وتشجيعهم للالتحاق بها ؟

2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية

الثلاث في استقطاب طلبة الثانوية العامة.

وتمثلت أهمية الدراسة في تحليلها لدور العلاقات العامة في عملية الاتصال الداخلي والخارجي في

تلك الجامعات مع إبراز أوجه الاختلال الذي يمكن أن يحدث عندما يتم إهمال دور دوائر العلاقات

العامة والقائمين عليها.

ب) نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية و اعتمد فيه الباحث على المنهج المسحي الميداني،

حيث استخدم المقاربات الإحصائية التي تكتسي معطياته دقة أكثر.

التوصيات:

يعتقد الباحث أن هذه الدراسة ستكون مصدرًا مهمًا للمعلومات يستفيد منها الباحثون

والمهتمون في مجالات بحثهم في الموضوع، إذ يشير الباحث وحسب حدود معرفته ان هذه الدراسة هي

الوحيدة من نوعها التي تعالج هذا النوع من المواضيع، بالإضافة إلى قلة الدراسات التي تتحدث في مجال

العلاقات العامة ودورها في مع جمهور طلبة الجامعات ونم التوصيات العامة في هذا البحث ضرورة

الاهتمام بالعلاقات العامة وتطويرها في مجال التعليم العالي سواء في الجامعات الفلسطينية او حتى في

الجامعات العربية الأخرى.

التقييم :

تميزت هذه الدراسة التي قام نبها الباحث الفلسطيني بالكثير من المصداقية والتحليل الموضوعي، حي

استحوذ وعبر كل مجريات الدراسة عليها الجانب الوصفي وبعيدًا عن الذاتية، وهذا ما جعلنا نتخذها

كمراجع أولي لما وجدنا فيها من المعلومات والمعطيات التي خدمت موضوعنا كثيرًا.

2) الدراسة الثانية:

دراسة (نابتي خليدة) وهي دراسة وصفية أيضاً تحت عنوان (ولقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية) دراسة حالة جامعة محمد خيضر ببسكرة قدمتها الباحثة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاجتماع تخصص تنمية (2008) إشراف عبد الرحمان برقوق، جامعة محمد خيضر ببسكرة.

أ) مشكلة الدراسة وأهميتها:

في هذه الدراسة تطرقت الباحثة لواقع العلاقات العامة على مستوى الجامعة المذكورة ودورها في تزويد رئاسة الجامعة بالبيانات والمعلومات التي تهتم الجامعة والطلبة وجمهور العاملين فيها، وتشير الباحثة وانطلاقاً مما سبق أن العلاقات العامة لم تكن يوماً ما نشاطاً ثانوياً بل أن نجاح أي مؤسسة يتوقف على المكانة والأهمية التي توليها لهذه الوظيفة الحساسة والحيوية، ومن هذا المنطلق جاءت الإشكالية التي طرحتها الباحثة موازية لما ذهبنا إليه وكانت كالنحو التالي:

- ما هو واقع العلاقات العامة في الجامعة؟ أو بتصور آخر في المؤسسة الخدمية كون المؤسسة الجامعية تقوم بوظائف ومهام ذات صلة مباشرة بدراسة الرأي العام، الذي هو جمهور الجامعة بصفة عامة، وهذا البحث هو محاولة من الباحثة لفهم واقع العلاقات العامة في الجامعة العربية التي تعتبر مرآة المجتمع.
- كما أن الأهداف هي القيمة الحقيقية للبحث العلمي، وهدف أي دراسة هو محاولة الكشف أو التمحيص أو علاج أي ظاهرة.

ب) نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة التي اجرتها الباحثة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية التي تستخدم منهج للمسح الميداني للحصول على الوصف الكامل والدقيق بموضوعاتها.

التوصيات التي خرجت بها الباحثة:

وفيما يلي مجموعة من التوصيات العامة حول الموضوع وهي:

1. ضرورة تطبيق الأسلوب العلمي في تخطيط أنشطة العلاقات العامة وتقوم برامجها ليكون هو أساس العمل في إدارة العلاقات العامة.
2. ضرورة تعاون الإدارات المختلفة في الجامعة مع إدارة العلاقات العامة، حتى يتسنى لها أن تقوم بأداء وظيفتها على أكمل وجه.
3. ينبغي تدريب جميع الموظفين في المؤسسة على فن العلاقات العامة أو التعامل الإنساني وخاصة أولئك الذين يتصلون بالجمهور بحكم عملهم، على أن يشمل التدريب التخصصي على النواحي الإنسانية والنفسية والإدارية علاوة على الجوانب الفنية المتعلقة بطبيعة العمل لا يسما التدريب على الأساليب والأدوات الحديثة للعمل.

التقييم:

سلطت الباحثة من خلال هذه المذكرة أو الدراسة الضوء على واقع الممارسة العلمية الذي من المفروض أن يكون لسان حال العمل التسيير للإدارة الحديثة، ووفقت إلى حد كبير رغم ورود عبارة أثارت انتباهنا وهي أن الباحثة فرقت بين إدارة الجامعة، وإدارة العلاقات العامة دون أن تعطي تفسيراً لذلك، وما عدا ذلك فالمذكرة قيمة من نواحي عديدة وأخذنا منها الشيء الكثير معرفياً وأكاديمياً.

9- نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، التي تعتمد على الشرح والوصف الدقيق والتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية.

10- منهج الدراسة:

اعتمدنا في إخراج هذا الموضوع على المنهج دراسة حالة والذي يمكننا من جمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات ووصفها بما يتلاءم مع متطلبات الدراسة وحدودها، أو قد يكون هدفه هذا المنهج إما إلى رصد ظاهرة أو موضوع محدد بهدف فهم مضمونها، أو قد يكون هدفه الأساسي تقويم وضع

معين لأغراض علمية، وعلى سبيل المثال لا الحصر تعرف أعداد العاطلين عن العمل من خريجي الجامعات من الأمثلة الحية على هذا المنهج.

11- أدوات الدراسة:

المقاربة المنهجية:

إن اقتضاء وجود المنهج الوصفي التحليلي بكل مكوناته يحتم وجود آليات وأدوات تحتاجها الدراسة حتى تكون معالمها مكتملة ولو نسبيا، وهذا يقتضي الأدوات التالية: "الملاحظة"، "المقابلة"، "الاستبيان". - الملاحظة:

تعتبر الملاحظة واحدة من أقدم وسائل جمع البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة ما، حيث استخدمت استخدمتها طيلة فترة اعداد المذكرة ونظرتي للمصالح وكيفية توظيف العلاقات العامة من قبل الموظفين في جامعة غرداية.

والملاحظة بهذا المفهوم تمثل جزءا جوهريا من المنهج العلمي الامبيريقى يجمع بين استخدام العقل والحواس، لأنها لا تقتصر على مجرد التسجيل السلبي للوقائع أو المتغيرات وإنما تتعدى هذه الخطوة الى خطوة التدخل الايجابي من جانب العقل الذي يقوم بدور رئيسي في ادراك العلاقات المختلفة بين الظواهر التي تتم ملاحظتها¹.

- المقابلة :

تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسة لجمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الانسانية كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعا وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث. والمقابلة ليست بسيطة بل هي مسألة فنية.

فالمقابلة استخدمت في دراستي مع مسؤولي وإطارات الجامعة للكشف عن أجهزة العلاقات العامة ومدى فعاليتها في المؤسسة الجامعية.

¹ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، دار عالم الكتب لنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2006، ص182.

وقد عرف "الجلس" المقابلة "بأنها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد، بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي أو للاستعانة بها في عمليات توجيه والتشخيص والعلاج"¹.

- الاستبيان:

ويسمى بالاستقصاء وهو من الأدوات الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين. الاستبانة عبارة عن مجموعة من الاسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين. وتعد الاستبانة من أكثر الادوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الافراد. ومن أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث².

حيث وزعت الاستبيان على مختلف الكليات المصالح في جامعة غرداية في اقل من 40 ساعة وزعت واسترجعت و تم تحكيم الاستبيان من قبل الاساتذة: فوزي شرايطي، جمال كانون،

12- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع دراستنا من جميع موظفي جامعة غرداية وهم اطارات في مختلف المصالح داخل الجامعة وبلغت عينة الدراسة 61مبحوثا من مجموع 263 موظف اداري على مستوى جامعة غرداية.

عينة الدراسة

العينة: هو ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفقا لقواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.

¹ محمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2009، ص ص75.76.

² محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للنشر والطباعة، عمان، الأردن، 1999، ص ص63.

العينة كما هو معروف ينصب على عملية اختيار جزء من مجموعة الظواهر بحيث يمثل الجزء المجموعة كلها لذلك كانت العينة العشوائية هي الانسب بنسبة لمواضيع دراسة حالة وتعطي معلومات واضحة وصريحة حول الممارسة الحقيقية لوظائف العلاقات العامة بجامعة غرداية. وقد قمنا باختيار هذه العينة لقياس مدى ممارسة الاداري للعلاقات العامة في مديرية الجامعة.

13-الإطار الزمني والمكاني للدراسة:

أ- الإطار الزمني: بدأت دراستنا الميدانية على مستوى جامعة غرداية من تاريخ 8جانفي 2018 إلى غاية 23ماي 2018 ، تخللها إجراء بعض المقابلات وتوزيع استمارات على موظفي جامعة غرداية.
ب- الاطار المكاني: جامعة غرداية مدينة النوميترات بجوار طريق المطار ولاية غرداية .

14- صعوبات الدراسة:

- 1) عدم فهم التخصص وعدم الإلمام بمصطلحاته من بعض الاداريين.
- 2) قلة المراجع المتعلقة بالمؤسسة الجامعية.
- 3) قلة المراجع المتعلقة بتخصص العلاقات العامة بمكتبة الكلية.

الفصل الأول

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة و طبيعتها.

تمهيد.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة.

المطلب الاول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الثاني: مبادئ العلاقات العامة.

المطلب الثالث: وظائف وأهداف العلاقات العامة.

المبحث الثاني: الاتصال والعلاقات العامة.

المطلب الاول: مفهوم الاتصال .

المطلب الثاني: استراتيجية الاتصال في العلاقات العامة.

المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة.

تمهيد:

منذ ظهور العلاقات العامة على الساحة الدولية وفي إطار ممارستها كأحد الفروع الإدارية والاتصالية الحديثة وجل المؤسسات تسعى للاستفادة منها نظرا لما تقدمه من فوائد تعود عليها وعلى فاعليتها الشيء الكثير وأصبح الاهتمام بهذا التخصص ضرورة لا بد منها خاصة في مجال تقديم الخدمات النوعية عبر وسائل اتصالية ووظيفية تكون أساس نشاطاتها.

المبحث الأول: الاطار المفاهيمي للعلاقات العامة

المطلب الاول: ماهية العلاقات العامة:

تمثل العلاقات العامة أداة معرفية ووظيفية اتصالية ذات طابع مهم في مختلف مدركات حياتنا اليومية فهي المرآة العاكسة لأشكال التعامل الإنساني الصحيح مثلما هي العين الثاقبة النافذة للوصول إلى مرتكزات الحقيقة وإيضاح مراميها وما تهدف إليه الجهات الراعية والداعمة لتلك الوظيفة التي تعد الاتصال وقنواته جوهر عملها مثلما تشكل الجسور التفسيرية الصائبة لكل منظمة من المنظمات¹.

بالرغم من وجود العلاقات العامة من آلاف السنين إلا أن وجودها كعلم له قواعده وأصوله لم يتحقق إلا في الآونة الأخيرة، ومع ذلك فإن الاختلاف في تحديد مفهوم العلاقات العامة لا يزال قائماً فتختلف النظرة إلى هذا الدور باختلاف المسؤولين عن قيادة العمل، ولا شك أن عدم وضوح هذا الدور سيؤدي تبعاً إلى سلبيات عديدة لعل من أهمها تضارب الاختصاصات وعرقلة سير العمل ولا يساعد على التنظيم السليم لإدارة العلاقات العامة وتكون المحصلة النهائية والحتمية سوء أداء تلك الإدارة وعدم استطاعتها الوفاء بواجباتها الأساسية².

حيث تستهدف العلاقات العامة تحقيق التوافق والتكليف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها، وبهذا التوافق والتكيف يتوافر للمؤسسات المعاصرة مناخ نفسي أكثر ملاءمة لتطورها تطوراً سليماً ومستقراً، بينما يتوافر للجماهير المتعاملة معها حياة اجتماعية مشتركة أفضل³.

فلقد حاول "ركس هارلو" فحص عديد من المفاهيم التي وضعت للعلاقات العامة ودراستها. ومن تحليله لـ 472 تعريفاً استخلص تعريفاً للعلاقات العامة مراده: "أن العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تساعد في إقامة اتصال وفهم متبادل بين هيئة وجماهيرها. وهي هيئة تدرس مشاكل الإدارة وقضاياها وتساهم في حلها. وتبقى الإدارة على علم بالرأي العام، وتخدم كأداة تقدير مبكرة من خلال رصد

¹ محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة في المنظمات الدولية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص21.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان، الاردن، 2011، ص35.

³ يوسف محمود، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، ط2، دار العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2012، ص15.

الاتجاهات المتوقعة، وتراعي مصالح المنظمة في إطار الصالح العام. وتستخدم البحوث والاتصال بمعايير أخلاقية"¹.

هنالك عدة تعاريف للعلاقات العامة تختلف باختلاف خلفية الخبراء الذين وضعوها. ونظرا لكون العلاقات العامة ظاهرة حديثة أيضا فقد بدت الاختلافات واضحة في ظهور عدة تعاريف، منها ما يركز على الناحية المهنية، ومنها ما يركز على النواحي الاجتماعية. وسنورد فيما يلي أهم التعريفات. * تعرف العلاقات العامة بأنها ((ذلك النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية))².

أما المعهد البريطاني فقد أوضح بأن العلاقات العامة هي " الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها".

أما مجلة العلاقات الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة من خلال بحث ميداني قامت به بأنها: " وظيفة الإدارة التي تعمل على تحليل وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور وربط سياسات وإجراءات المؤسسة مع الصالح العام وبتنفيذ برنامج للعمل والإعلام بهدف إلى كسب تفهم الجمهور للمؤسسة وتأييده لها.

وفي نظر الدكتور محمود محمد الجوهري رئيس جمعية العلاقات العامة العربية بأنها مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة، سياسية واقتصادية واجتماعية وعسكرية للحصول على ثقة وتأثير جمهورها الداخلي والخارجي وذلك بالأخبار الصادقة والأداء الناجح في جميع مجالات العمل وفقا للتخطيط العلمي السليم حتى عملها مرشدا ومميزا في بناء الوطن ورسم سياسة في إطار ميثاقها الوطني.

ويعرفها الدكتور إبراهيم إمام بأنها " فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم ومعنى ذلك هو كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن الصدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع"³.

* العلاقات العامة هي: "الاتصال المخطط المقنع، المقصود به التأثير في الجمهور المهم".

¹ يوسف محمود، مقدمة في العلاقات العامة، ب ط، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2004، ص 47 .

² بشير العلاق، العلاقات العامة الدولية، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان الأردن، 2010، ص 37 .

³ كريمة حاج أحمد، العلاقات العامة داخل المؤسسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير منشورة، جامعة وهران، الجزائر، 2009، ص ص 24-25.

* العلاقات العامة هي: "أي جهد تبذله المؤسسة وأي قرار تتخذه، وأي سياسة تتبناها، وأي رسالة تصدرها أو تستقبلها مادامت تهدف إلى تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها".

وفي تعريف آخر عرفت **جمعية العلاقات الدولية (IPRA)** بأنها: "فن وعلم تحليل الظواهر والتنبؤ بنتائجها لإرشاد قادة ومديري المؤسسات إلى ما يجب عمله طبقاً لبرامج وأعمال مخططة تساعد على تحقيق مصلحة المؤسسة والجمهور معاً".

وقد عرفها **ميلتون** بأنها: "أداء الصادق والإعلام عنه".

والناظر في هذه التعاريف يجد أنها لم تستقر بعد وأنه لا يوجد إجماع بين الباحثين على تعريف محدد، وهذا يدل على أنه لا زال يكتنف مفهوم العلاقات العامة الغموض العلمي، حيث ينظر إليه البعض من وجهة نظر إدارية بحثية، بينما ينظر إليه البعض من وجهة نظر اجتماعية أو إعلامية، وآخرون يهتمون بتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور وتلميعها، وبعضهم يهتم بالتغذية الراجعة وقياس الرأي العام.

ويميل الباحث إلى تعريف الذي يرى أن العلاقات العامة ماهي إلا ((أي جهد تبذله المؤسسة، وأي قرار تتخذه، وأي سياسة تتبناها، وأي رسالة تصدرها أو تستقبلها مادامت تهدف إلى تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها))¹.

أما **جون مارستون** و**محمد محمد البادي** فقد قدما تعريفات للعلاقات العامة:

1- يعتبر **جون مارستون** العلاقات العامة: "وظيفة هامة من وظائف الإدارة معينة بتحليل سلوك الجمهور لمعرفة اتجاهاته والعمل على وضع البرامج التي تتفق مع الصالح العام في مقابلة هذه الاحتياجات".

2- العلاقات العامة حسب **محمد محمد البادي** هي وظيفة الإدارة التي تستهدف تقييم اتجاهات الجماهير وتحديد السياسات والإجراءات التي تسير عليها المؤسسة، وتكون متفقة مع مصالح هذه الجماهير مع وضع وتنفيذ برامج اتصال تحقق بها الفهم والقبول للمؤسسة وسياساتها وإجراءاتها"¹.

¹ علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، ط 1، مراكز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2006، ص ص 20-21.

المطلب الثاني: مبادئ العلاقات العامة:

يستعرض جرادات والشامي (2009:75) في كتابهما " أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق " مبادئ العلاقات العامة، بالقول: إنها وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط، والبحث العلمي، والتنظيم، والتنسيق، والتقييم. وهي تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه، لما تتمتع به من ديناميكية وحيوية وقوة فاعلة، والعلاقات العامة تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة، وهناك أهمية للعنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة، والمعرفة بالأساليب النظرية والعملية لتشكيل الاتجاهات من خلال فهم السلوك البشري، وكذلك ضرورة أن تكون العلاقات العامة من أوليات الإدارة العليا، إذ يجب أن تتطابق نشاطاتها مع سياسات المؤسسة التي يجب أن تلتقي مع مصالح الجماهير، وأخيرا يجب أن يرتبط نشاط العلاقات العامة، بشكل رئيس، مع الرأي العام إذ لا نشاط دون جمهور .

ويبين البدر (1992:103) أن من الخطأ أن تعتقد المؤسسة أن العلاقات العامة تمتلك وحدها عصا سحرية تستطيع من خلالها خلق سمعة طيبة لها، فسمعة المؤسسة لا تعتمد مسؤولية العلاقات العامة وحدها، بل هي من مسؤوليات جميع العاملين في المؤسسة، فكل فرد في المؤسسة يتحمل مسؤولية أقواله وأعماله، ولا يجوز للموظف أن يسيئ التصرف بحجة وجود من سيقوم بالإصلاح وهم العلاقات العامة، فكل موظف في الشركة هو رجل علاقات العامة، حتى وإن لم يكن عنصرا في جهاز العلاقات العامة فيها، إذ يمكن للجمهور أن يحكم على المؤسسة بأكملها من خلال التصرف أحد العاملين فيها².

وتستند العلاقات العامة كفلسفة وممارسة أعمال فضلى وأداة اتصال فعالة إلى جملة من المبادئ، وهي مبادئ تحكم العلاقات العامة وتحدد آفاقها ومدياتها ومجالات تحركاتها. وهذه المبادئ هي :

¹ رضوان بلخير و سارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1، جسور للنشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر، 2013، ص171.

² رافع أحمد ابو الزيت دراغمة، دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع المجتمع الطلبة، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الصحافة والإعلام جامعة لاهاي، هولندا، 2011، ص51.

- 1 - تعتمد العلاقات العامة على تطبيق الأساليب العلمية والنظرية في تكوين الانطباعات وتشكيل الاتجاهات. ومن هذا المنطلق، يعد نشاط العلاقات العامة بمثابة ممارسة تطبيقية للكثير من المبادئ والقواعد. إن فهم السلوك البشري يمثل ركيزة مهمة لنجاح أي برنامج للعلاقات العامة.
- 2- إن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة، تعتمد على التخطيط والتنظيم والتنسيق، والرقابة. كما أن العلاقات العامة كممارسة أعمال فضلى تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط، والبحث العلمي، شأنها شأن أية وظيفة من وظائف المنظمة، ومن الواضح أن نجاح جهد العلاقات العامة يعتمد على مدى انتهاجه للأساليب الإدارية السليمة والناجعة.
- 3- تقوم العلاقات العامة على ركنين أساسيين هما: الركن المؤثر والركن المتأثر وكلاهما يؤثران ويتأثران بعضهما البعض الآخر. فالعلاقات العامة نشاط يتسم بالقدرة على عال من الديناميكية والحيوية والتفاعلية العالية. كما أن العلاقات العامة نشاط يقوم أساسا على العطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والإيجابية من جانب كل طرفين، وهي سياسات واعمال ثم اتصال وإعلام فهي تعكس وجهة نظر فئات جمهور المنظمة، وتعكس وجهة نظر المنظمة لفئات الجمهور. كما ذكرنا أعلاه، فإن الاتصال يكون باتجاهين، لدرجة ان العلاقات العامة باتت تعد بمثابة اتصال تفاعلي فعال مقارنة بالإعلان¹.
- 4- الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة: تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة كالنزاهة، والصدق، والعدالة، وهكذا فهي لا تخدع الجمهور ولا تشغله بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة، وليست بالأقوال فقط، فالعلاقات العامة هي إعلام وسلوك، فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق السامية، والجانب الاعلامي هو استخدام كافة وسائل الاعلام لتفسير نشاط المنظمة، وتحليل رد فعل الجمهور نحوها².
- 5- مبدأ الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية: تعني تحقيق المصالح المشتركة بين الفرد والمكتبة بينما المصالح المشتركة تعني تحقيق أكبر قدر ممكن من المصالح الخاصة لكلا الطرفين وهنا يأتي دور العلاقات العامة

¹ بشير العلق، مرجع سبق ذكره، ص ص 48-49.

² وليد خلف الله دياب، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن 2014، ص 46.

بأنها تحدد الأسلوب والمنهج الذي يحقق تلك المصالح المشتركة وبشكل متوازن بحيث توفر قناعة كافية للطرفين بما تم تحقيقه وبما لم يتم تحقيقه.

6 - الاهتمام برأي الفرد : إن العلاقات العامة تستند على مبدأ احترام قيمة الفرد ودوره في المجتمع فهي لا بد أن تركز على ترجمة إظهار تلك القيمة بشكل متميز وعملي ضمن أنشطتها فهي لا بد أن تحترم حقوق الأساسية وتجعلها جوهر أنشطتها وأن تهتم بواجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع لتعزيز حلقة الوصل بين الطرفين فإن ذلك يعتمد على مدى قدرة العلاقات العامة في ترجمة أغراضها لرأي الفرد وحقوقه على أرض الواقع.

7 - سياسة كشف المعلومات: إن المجتمع يهتم بسياسة الإفصاح التي تسعى من خلالها للوصول إلى معلومات كاملة عن أنشطة المكتبة لا تبعت عن ارتياح بل تثير الشك وعدم الطمأنينة لدى الجماهير بما يتعلق سلبا على علاقة المنظمة بجمهورها فالتكتم يعمل على إعاقة بناء جسور التفاهم بين الطرفين واهتزاز الثقة وهذا يعني فشل العلاقات العامة في أخذ دورها لكن ذلك لا يعني إفشاء أسرار المكتبة وذلك بهدف كسب ثقة الآخرين وإنما يعني عدم حجب أية معلومات ضرورية عن الجماهير¹.

8 - التعاون المتبادل بين المنظمات: إن ممارسة أي منظمة لنشاطها وتوطيد علاقاتها مع جماهيرها الداخلية والخارجية لا يكفي في غالب الأحيان لنجاحها في تأدية رسالتها وخاصة إذا كانت قد أغلقت تعاونها وتضافرها مع المنظمات الأخرى لذلك أصبح هذا التعاون أحد مرتكزات وأسس العلاقات العامة نظرا لأهميته وضرورته.

9 - شمولية العلاقات العامة: إن نشاط العلاقات العامة يجب أن يشمل جميع المجالات وألا يقصر على مجالات معينة أو محددة، لأن العلاقات العامة ضرورية ولا بد منها في كافة الميادين التجارية والصناعية

¹ محمد الدبس السردى ، الاتصال والعلاقات العامة في ادارة المكتبات ومراكز المعلومات ، ط1، دارنراء للنشر ،عمان ،الاردن 2011، صص 272-273 .

والإدارية والتعليمية والصحية وحتى على المستوى العام والخاص وبكل الفروع التابعة لهما وعلى الصعيد الداخلي والخارجي¹.

المطلب الثالث: وظائف وأهداف العلاقات العامة :

لقد اهتمت الأبحاث والدراسات في السنوات الماضية بتحديد الوظائف والاختصاصات الدقيقة للعلاقات العامة، وذلك ضمانا لتحقيق الفعالية في أنشطتها، ومن أجل رسم الاستراتيجيات التي تحدد العلاقة بين المصالح والاهتمامات والدوافع الخاصة بالجمهور داخل وخارج النسق التنظيمي، ويؤكد "الاتحاد الدولي للعلاقات العامة" على ضرورة تحديد وظائف العلاقات العامة وما تتصف به تلك الوظائف من صفات أهمها، مراعات القواعد الأخلاقية، والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، تنظيم وإدارة الاتصال وبناء وتغيير العلاقات، فضلا عن التأثير المعرفي والإدراكي، والإقناع والإعلام وإجراء البحوث والتحليلات العلمية، وتحديد وتعريف الجمهور وتخطيط وتنفيذ الاستراتيجيات، تصميم الوسائل الإتصالية و انتخاب أفضل القنوات، أيضا دراسة احتياجات الجماهير ومراعات مصالحها في ضوء أسس الاتصال ثنائي الاتجاه، وتدعيم شبكة العلاقات، بما يتيح لإدارة العلاقات العامة الفرصة في مشاركة في صنع القرار ووضع السياسة العامة للمؤسسة²

وجرت هنالك عدة محاولات لتحديد وظائف واقع التطبيق العلمي لأنشطة العلاقات العامة وأبرزها:

تقسيم فيرن بيرن v.Burnett لوظائف العلاقات العامة وهي:

- تفسير سياسات المؤسسة وأعمالها إلى جماهيرها .

- تفسير الأفعال الحالية المستقبلية لهذه الجماهير إلى المؤسسة ذاتها³ .

أما فيلب ليزلي Plesly فحدد هذه الوظائف في أربع وظائف رئيسية هي:

¹ نسرين قصيبي وآخرون، دور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين في المؤسسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8ماي 1945 قلمة، الجزائر، 2016، ص 54 .

² علي شيبه شدونان، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر 2014 ص ص 47-48.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن 2011، ص 201.

1. تقدم النصح والشورى إلى الإدارة العليا، والإدارات الفرعية الأخرى بالمنظمة. فالعلاقات العامة تتحمل مسؤولية مباشرة تجاه التوصية بالقرارات والسياسات المناسبة التي تؤدي إلى الاحتفاظ بعلاقات عامة سليمة كقاعدة لعمل الهيئة أو المنظمة.

2. الإعلام، وهي تشمل الإعلام عن المنظمة بين كل الجماهير النوعية ذات المصلحة المشتركة مع المنظمة و استخدام وسائل الاتصال المناسبة والمؤثرة طبقا لطبيعة الرسالة وطبيعة الجمهور وحجم الامكانيات المادية والفنية والظروف الاجتماعية المحيطة.

3. الأبحاث و الدراسات، لأن الإدارة العليا وهي في خضم عملياتها اليومية، لا تملك فرصة التعرف على ما يحدث في اهتمامات جماهيرها من تطورات وتغيرات، ومن ثم فإن العلاقات العامة من خلال قياسها لاتجاهات الجماهير باستخدام إستقصاءات الرأي تستطيع تتنبأ بالاتجاهات الجديدة أو الأحداث المستقبلية ذات التأثير على عملية المنظمة¹.

4. بناء الثقة الشاملة ودعمها، ومقصود بها هذا التنوع الواسع في برامج العلاقات العامة التي يقصد بها بناء الثقة الشاملة مختلف الجماهير النوعية تجاه المنظمة التي يرتبطون بها بمصلحة أو مصالح مشتركة، وبينما يكون المقصود بمعظم هذه البرامج بناء الثقة وحسن النية تجاه المنظمة بدرجة أو بأخرى، فإن بعضها يكون ذات طبيعة دفاعية بمعنى أن الهدف منه الاحتفاظ بحسن النية حمايتها من الهجوم عليها .

أما على عجوة والذي حدد وظائف العلاقات العامة على النحو التالي:

1- الوظائف الإعلامية:

- توعية جمهور المنظمة بالسلع والخدمات وكيفية الاستفادة منها.
- تطوير تقنيات الأنشطة الاعلامية لإحداث التفاعل الإيجابي مع جماهير المنظمة.
- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة .

2- وظائف الاستعلام:

- إجراء البحوث المسحية لجماهير المنظمة أو الرأي العام.
- تحليل مواقف الجماهير والرأي العام لدعم الجوانب الايجابية ومعالجة الجوانب السلبية .

¹ يوسف محمود ، مقدمة في العلاقات العامة ، ط2، دار العربية للنشر ، القاهرة ، مصر 2012، ص47.

- تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور.

3-وظائف التنسيق:

- ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى.

- برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى لمنع التدخل والازدواجية والتعارض.

- تنسيق فعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج العلاقات العامة في إطار مراقبة البرامج الأخرى¹.

ويقسم كإفيلد هذه الوظائف إلى سبعة وظائف رئيسية وهي:

- البحث

-التخطيط

- الانتاج

-التنسيق

- الخدمة الإدارية

-خدمة المجتمع المحلي

- التوجيه الإداري².

ومن المبادئ الأساسية لتحقيق النجاح على مستوى أي عمل هو تحديد الأهداف ، ليس فقط وإنما أولويات تلك الأهداف، وسبل تحقيقها في أقل وقت ممكن وبتكلفة معقولة، وذلك بهدف الوصول إلى المستوى المطلوب من الفعالية وهو ما تفتقر إليه إدارات العلاقات العامة في المجتمعات النامية عموماً والمجتمع المصري خصوصاً ويتم تحديد تلك الأهداف في الخطة أو الاستراتيجية التي ترسمها الإدارة عن طريق متخصصيها قبل بدء أي برنامج أو نشاط تقوم به تلك الإدارة.

وتعاني العلاقات العامة كمفهوم وكوظيفة من عدم الوضوح، حيث ينظر إليها في أغلب الأحيان كما لو كانت مجرد فن التعامل الجيد مع الجمهور. إن الهدف الأهم للعلاقات العامة هو مساعدة المؤسسة على تنمية وتهيئة المناخ الاجتماعي الملائم، الذي تتمكن من خلاله المؤسسة من تحقيق

¹ يوسف محمود ، مرجع سبق ذكره، ص ص 30-31.

² محمد الدبس السردى ، مرجع سبق ذكره ،ص 268.

اهدافها، فالعلاقات العامة الفعالة تقوم على العمل المتقن والتصرف الاخلاقي باعتبارها نظاما يتعامل مع العناصر الايجابية السلبية في ضوء الالتزامات والواجبات الأخلاقية، وتحدد أهداف العلاقات العامة من خلال المكانة التي تحتلها المؤسسة في المجتمع وتأثيرها فيه، ودينامية الجماعات، والتطوير التنظيمي، وعلم الإدارة، ونظرياته، حتى يتحقق للمؤسسة هدفها الأساسي¹.

أهداف العلاقات العامة:

فإن قواعد وأصول العلاقات العامة تنص على وحدة هذه الاهداف على النحو الآتي:

1. تحقيق السمعة الحسنة ودعم الانطباعات الجيدة عنها ويعني أن تصب اهتمامات العلاقات العامة في كافة المؤسسات إلى توجيه الانطباعات الشعورية واللاشعورية عند الجماهير تجاه هذه المؤسسة لتكوين صورة حسنة و اطباع جيد عن شخصياتها وسمعتها وذلك في ضوء ما ترغب أن يكون عليه لدى جمهورها وفي ضوء ما خططت له ارسم صورتها في أدهان الجمهور.

2. الترويج للمنتجات المؤسسة أو خدماتها لتنشيط المبيعات وهي عملية تقوم بها العلاقات العامة خاصة لمنتجات المؤسسة سيما تلك التي تكون عملية الإعلان عنها ذات تكاليف عالية جدا فتعلم العلاقات العامة على الترويج لمثل هذه المنتجات عن طريق الإعلان غير مدفوع الثمن عنها عبر تنظيم المعارض والمساهمة في الانشطة الجماهيرية التي تساعد على التعريف بالمؤسسة والإقبال على شراء منتجاتها. بالإضافة على قيام العلاقات العامة بتسريب أنباء عن منتجات المؤسسة إلى وسائل الاعلام التي تتلقفها فتنشرها وبذلك يروج للمنتوج .

3. تنمية شعور العاملين بالانتماء إلى المؤسسة وكسب تأييده وولائهم لها.

وهو من أبرز واجبات العلاقات العامة حيث إن العلاقات الطيبة يجب أولاً أن تبدأ من داخل المؤسسة ويتم ذلك من خلال:

- إيجاد التفاهم التبادل الداخلي وتقديم عمل الافراد والعاملين وتحقيق الذات لهم ، واستخدام وسائل الاتصال لإبلاغ العاملين بكافة المعلومات التي يحتاجونها.

¹ علي شبيه شدوان، مرجع سبق ذكره، ص 55-56.

- توسيع الأنشطة الثقافية وحل المشكلات الخاصة بالعاملين وتوفير ظروف عمل تناسب صحتهم وتقديم أجور عمل عادلة من خلال ذلك يظهر العامل حبه واعتزازه بالانتماء للمؤسسة وخلصا ووفيا ومتفانيا في العمل فيها.

4. كسب ثقة وتأييد الجمهور الخارجي المتعامل مع المؤسسة وهو من أهداف العلاقات العامة¹.

ويرسم "ابوصبع" الأهداف العامة للعلاقات العامة لأخصائي العلاقات العامة بما يأتي: دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها، وتنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور، وتعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة، وتقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها، والعمل كنظام تحدير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات، وتوسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور واسع. أما فيما يخص وظائف جهاز العلاقات العامة، فيسترشد أبو إصبع برأي (ادوارد بيرنز) في تحديد لمهام العلاقات العامة بثلاث وظائف تاريخية، هي إعلام الناس، وإقناعهم، وإدماج بعضهم ببعض².

المبحث الثاني: الاتصال و العلاقات العامة

تعتبر العلاقات العامة من الأنشطة الاتصالية التي أصبحت تعتمد بدرجة كبيرة في اتصالات المؤسسة مع جماهيرها، ونظرا لخصوصية عملية الاتصال في العلاقات العامة سوف نحاول الإحاطة بطبيعة العملية الاتصالية في العلاقات العامة من خلال الطرق إلى مفهوم الاتصال، عناصر الاتصال، ووسائل الاتصال في العلاقات العامة.

المطلب الأول : مفهوم الاتصال

يمثل الاتصال عامل من العوامل التي تقوم عليها حياة الأفراد والمؤسسات، فكل من الأفراد أو المؤسسات يمارسون الاتصال بطريقة أو بطريقة أخرى ويدخلون مع من حولهم من جماهير في عمليات اتصالية يستحيل عليه بدونها تسيير حياته وقضاء حاجاته. والاتصال ضرورة حتمية لا يستغني

¹ عبدالرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 203-204.

² رافع أحمد ابو الزيت دراغمة، مرجع سبق ذكره، ص 63.

عنها مجتمع من مجتمعات البشرية. ولو فقد الاتصال بين الناس لتعذر ظهور الحضارات الإنسانية، ولما تحققت السمات الثقافية المتميزة لأي مجتمع. ومما سبق الإشارة إليه سوف نحاول التطرق إلى ما يلي:

أولاً: تعريف الاتصال:

من المعلوم أن المعنى القديم الذي كانت تحمله كلمة الاتصال هو الوصل والبلوغ وأما معناه العصري فهو مأخوذ من الإنجليزية أو الفرنسية وهما لغتان تستعملان لفظاً واحداً للدلالة عليه¹، وهي كلمة اتصال مشتقة من الأصل اللاتيني Communies بمعنى عام شائع، وفي الحقيقة لا يوجد مفهوم متفق عليه بين الباحثين والدراسين في هذا الميدان وإنما كل باحث له وجهة نظر خاصة فيما يلي نذكر بعض التعريفات بغية الوصول إلى مفهوم جامع وشامل.

لقد عرف "تشارلزكولي" (عالم اجتماع) الاتصال بأنه " ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الانسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان وهي تتضمن تعبيرات الوجه والايماءات والاشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة والبرق والتلفون وكل تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان".

وعرفه جين مارك ديكندا " وسيلة تقنية للرابطين الأشخاص عن طريق رسائل منقولة"².

ويعرفه الدكتور اسماعيل سعد بقوله : الاتصال بمعناه أو العام البسيط يقوم على نقل أو إستقاء أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة- مصادر و متلقين على تخصيص أو تعميم- على نحو يقصد به ويترتب عليه تغيير في المواقف أو السلوك.

ويعرفه ستيفنس بأنه: استجابة الكائن الحي المميزة إزاء محرض.

ويميل الباحث إلى تعريف الذي وضعه الدكتور سمير حسين حيث يعرفه بأنه:

¹ زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2002، ص9.

² جمال بلبراهيم، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية دراسة حالة لمؤسسة إتصالات الجزائر

بالشلف، جامعة الشلف، الجزائر، 2009، ص21.

((النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشيوع أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين)).

هذا من حيث الاتصال بشكل عام ، ولكن للاتصال مفهوم خاص في العلاقات العامة حيث هو " لا يعني إعلام الناس أو نقل المعلومات والأخبار لهم ، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الاتصال المؤثر الذي يترك أثر طيبا في نفس المستقبلين والمشاهدين له"، فالنشاط الاتصالي هو لب العلاقات العامة بل "ان الخطوات الأخرى التي تضمنها عملية العلاقات العامة تصمم لجعل هذه الخطوة فعالة ومؤثرة"¹

إذا كان الاتصال عبارة عن نوع من التفاعل الاجتماعي من خلال الرسائل المرسلة ومجموعة من العمليات تؤدي إلى زيادة الشيوع والمشاركة والعمومية، فهو الشيء المشترك بين المشتركين في العملية، لأن الاتصال نشاط يستهدف العمومية أو الشيوع والانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقاء المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو مجموعات باستخدام الرموز ذات المعاني المحددة والمفهومة لنفس الدرجة لدى كل من الطرفين².

ثانيا: خصائص الاتصال

قد تبدو أسباب اختلاف معاني كلمة "اتصال" محيرة في أول الأمر، ولكن المعاني المختلفة لهذه الكلمة قد نشأت وتطورت عبر التاريخ الطويل لدراسة علم الاتصال ويكفينا الآن أن ندرك المدى البعيد للأنشطة والأفعال التي تشير إليها كلمة "الاتصال" ومأن نتعرف على بعض العوامل التي ساهمت في اكتسابها كل هذه المعاني المختلفة³. تمن خلال التعاريف السابقة، يمكن أن نستخلص بعضا من مميزات الأساسية للاتصال، والتي من شأنها أن تساعد في تدقيق فهمه وتكوين تصور شامل له قدر الإمكان.

¹ عبد الرحمن الماجد، أساليب الاتصال ووسائله في العلاقات العامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الصحافة، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، السعودية، 1988، ص ص 90-90.

² أمال عميرات، الاتصال الاجتماعي العمومي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 10 .

³ منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، الاسكندرية، مصر، 2001، ص 12 .

- 1- للاتصال أطراف، قد يكونون أفرادا، أو مجموعات أو حتى آلات أو أماكن، وتتنوع كما قد تتمايز خصائصهم واستعداداتهم الشخصية أو الفيزيائية، المعنوية أو المادية .
- 2- للاتصال مادة، تكون محل تفاعل بين تلك الأطراف وتتنوع بين: منبه ما أو رمز لغوي، فكرة، رأي، إشارة أو إيجاءات علاقة أو عادة أو ممارسة اجتماعية، معلومات، اتجاهات أو مواقف.
- 3- الاتصال عملية تفاعل يحدث عندما يجتمع كل من الأطراف والمادة ليتراكبوا أو يتفاعلوا فيما بينهم، بطريقة ما، قد تجمع بين خصائص كل منهم أو بعض منها، ليعطي نتيجة ما، قد تكون مادة جديدة أو مجردة مثل عملية اتخاذ القرار في المنظمة ونشره للتنفيذ، كما سيتم توضيحه لاحقا في النقطة المتعلقة بطبيعة الاتصال في المنطقة.
- 4- للاتصال، إذن، نتيجة لا محالة، تجعل كل حالة اتصال تختلف عن غيرها، ورغم التنوع الشديد، إلا أن التصنيف يبقى ممكنا¹.

ثالثا: عناصر الاتصال

تتطلب عملية الاتصال ، لكي تكتمل عددا من العناصر أو المكونات الأساسية المرتبطة و المكملة لبعضها البعض، وبدون هذه العناصر لا يمكن لعملية الاتصال أن تتم بشكل فعال ومؤثر. ويتفق جميع الباحثين والمتخصصين في مجال الاتصال على أربعة عناصر أساسية هي: المرسل، الرسالة ، الوسيلة أو القناة ، والمستقبل. تعطي هذه العناصر وغيرها تسميات مختلفة من باحث لآخر. فالمرسل هو المصدر والوسيلة هي القناة، والمستقبل هو المستلم، وهكذا. إلا أن عناصر عملية الاتصال، وإن اختلفت تسميتها، تعني الشيء نفسه عن الجميع².

أما العناصر والمكونات الأساسية لعملية الاتصال من وجهة نظرنا فهي على النحو التالي:

1. المرسل أو المصدر Sender or Source

2. الرسالة Message

¹فاطمة الزهراء أمير علي، الاتصال بين الإدارة المحلية والمواطن دراسة حالة دائرة درارية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2010، ص 13 .

²محمد الدبس السردى، مرجع سبق ذكره، ص 72.

3. قناة الاتصال أو الوسيلة channel

4. المستقبل Receiver

5. التغذية الراجعة أو ردة الفعل Feed Back

6. التشويش Noise.

7. الخبرة المشتركة.

8. الوسائل.

9. السياق الاجتماعي والثقافي¹.

رابعاً: أنواع الاتصال

يمكن تحديد أنواع الاتصال بما يلي:

1 -الاتصال في اتجاه واحد: يعتبر هذا النوع من الاتصال غير متكامل لأنه لا يأخذ بنظر الاعتبار

المتصل به، إذ يقوم على مخاطبة شخص لغيره لهذا فإن أثر الاتصال هذا يكون محدوداً.

2 - الاتصال في اتجاهين متقابلين: وهو اتصال مزدوج فالطرف الأول يأمر أو يعطي المعلومة والثاني

يستجيب

3- الاتصال الرسمي: يتم من خلال السلطة الرسمية وقنواتها واضحة ويعرفها جميع أعضاء التنظيم ويقوم

بالاتصال الشخصي المختص وحسب تسلسل المراجع.

وللاتصال الرسمي أربعة اتجاهات هي:

أ- الاتجاهات الهابطة: الاتصال بشكل رأسي من أعلى إلى أسفل.

ب-الاتجاهات الصاعدة: الاتصال بشكل تصاعدي، ومن أهم وسائله التقارير وهي عبارة عن

معلومات قائمة على أساس الحقائق.

ج - الاتجاهات الأفقية: ويكون الاتصال بين أقسام المشروع المختلفة ، وتكون بنفس المستوى حيث

يركز التنسيق بين الأقسام والادارات وتطوير خطط العمل لتحقيق الأهداف.

¹عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن،

د- الاتجاهات القطرية: يطبق هذا النوع من الاتصال بطرق عديدة ومختلفة بين العاملين والأفراد التي نضع مراكزهم في مستويات إدارية مختلفة¹.

4- الاتصال غير الرسمي: هو الاتصال الذي يحدث داخل جماعات تتميز بالتفاعل التلقائي الذي يحدث لفترة طويلة نسبياً بين مجموعة صغيرة من الأشخاص، تنشأ بصفة تلقائية بكافة المستويات، ويقوم أعضائها بأداء أدوار محددة بغرض تحقيق أغراض معينة. وغالبا ما يتخذ مسارات توازي مثليه الرسمي، كما أن يتعارض معه وهو عملية تتميز بتشعب اتجاهاته وسلاسة انسيابه وخضوعه إلى متغيرات الأفراد النفسية والاجتماعية².

المطلب الثاني: استراتيجية الاتصال في العلاقات العامة

بالنظر للدور الحيوي الذي يلعبه الاتصال في حياتنا، وبغية التغلب على مشاكل الاتصال ومعوقاته، أو تذليلها وبالتالي تحسين عملية الاتصالية بما يعود بالنفع على الأفراد أو المنظمات، جاء خبراء الاتصال بأفكار وطروحات جسدها في عدد من الاستراتيجيات التي تستهدف من خلال تنفيذها على أرض الواقع³.

ولم يعد السؤال عن أهمية الاتصال وضرورته للعلاقات العامة موضع جدل أو نقاش بين الممارسين للمهنة أو باحثي الاتصال. فالمنظمات بمختلف توجهاتها ومخرجاتها سواء كانت خدمية أم إنتاجية أصبحت تعمل في بيئة وعناصرها المختلفة من جماهيرها والمنظمات أو فشلها على إمكانية التكيف مع هذه البيئة وعناصرها المختلفة مع جماهيرها ومنظمات وجماعات متباينة الاتجاهات والحاجات والتطلعات، وكذلك مع هيئات حكومية ومنظمات أعمال وتشريعات وقيود قانونية وأخلاقية. وهذا التكيف يتطلب رصد هذه التغيرات ودراساتها ووضع البرامج الاتصالية الفعالة للاستجابة لها بما يحقق مصالح مشتركة بين المنظمة وبيئتها.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 313-314.

² حمزة بن طاهر و مختار رحاب، المنظومة القيمية والظواهر التنظيمية غيلا الرسمية (الاتصال غير الرسمي أو المباشر)، جامعة المسيلة، العدد 24، جوان 2016، ص 209-210.

³ حميد الطائي و بشير العلاق، أساسيات الاتصال نماذج ومهارات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 91.

وعلى ذلك، أصبح السؤال هو : كيف تدار العملية الاتصالية بما يحقق أهداف المنظمة؟ فقد أرجعت دراسات عديدة أسباب فشل المنظمات وبرامجها الاتصالية إلى التعامل مع البرنامج الاتصالي كما لو كانت رسالة تبث عبر وسائل الاتصال المتاحة فقط، أي أن تبدأ العملية وتنتهي بنشر الرسالة ، لذلك فالاتصال الفعال لا يتوقف على مجرد نشر رسالة معينة، وإنما يمثل عملية متكاملة تبدأ برسالة يجب استقبالها من قبل الجماهير المستهدفة، وهذه الرسالة يجب أن تجذب انتباه هذه الجماهير فيفهمونها ويصدقونها ويستجيبون لها بالطريقة التي يريدها القائم بالبرنامج الاتصالي، ويعد الفشل في أي هدف من هذه الأهداف فشلا للرسالة ذاتها .

إن إدارة البرامج الاتصالية في العلاقات العامة يجب أن ترتبط ارتباطا مباشرا بالخطط الاستراتيجية الموضوعة سلفا، فهذه الخطط التي تبني على صياغة مشكلات وضرورة تحقيق أهداف لحل هذه المشكلات، تسعى في النهاية إلى التأثير في وعي الجماهير المستهدفة بما يتضمنه من إدراك ومعرفة واتجاهات وسلوكيات، وبما يحقق هذه الأهداف ويؤسس سمعة المنظمة ويجعلها متسقة مع عناصر البيئة الخارجية التي تتبادل معها المصالح والاحتياجات.

ولعل ذلك ما يجعل الاتصال نقطة مركزية لإدارة العلاقات العامة: لذلك، فالاتصال يمثل استراتيجية التنفيذ للخطط المحددة سلفا، و أوضح كثير من الباحثين أن فشل الكثير من البرامج الاتصالية في العلاقات العامة يعزى إلى وجود فجوة لدى المديرين في معرفة كيفية التحول من استراتيجية التخطيط إلى استراتيجية التنفيذ.

ولعل هذا التحليل يبدو منطقيا في وضع البرنامج الاتصالي كمكمل لإستراتيجية التخطيط و منفذ لها، فالجماهير المستهدفة لا تشارك فعليا في عملية التخطيط لبرامج العلاقات العامة ولا تكون على وعي بالأهداف المطلوب تحقيقها، وهذه الجماهير تتعرض للبرنامج الاتصالي عبر وسائل الإعلام والوسائل الخاصة بالعلاقات العامة. لذلك ، فالاستجابة الجماهير لهذا البرنامج معرفيا ووجدانيا وسلوكيا يكون منطقيا إذا كان في اتجاه تحقيق أهداف الخطة ومن ثم أهداف المؤسسة.

في هذا السياق قدم " أرجنتي وفورمان" (Argenti& Forman) نموذجا يمثل إطار للعلاقات الحتمية بين إستراتيجية التخطيط و إستراتيجية التنفيذ أو الاتصال(الشكل 1)، ويركز هذا

الاطار على التكامل بين أهداف الخطة من جانب وأهداف البرنامج الاتصالي من جانب آخر، ويعتبر أن الجمهور هو محور البرنامج الاتصالي.

فالمنظمة يجب أن تحدد أهداف كل برنامج اتصالي. وتتضمن تلك الأهداف تحديد الجمهور المقصود وتحدد ما تريده المنظمة مع هذا الجمهور (وقد سبق توضيح ذلك في الفصل الخامس)، وتقوم المنظمة بتقييم الموارد المتاحة سواء موارد مالية أم بشرية، وعامل الوقت اللازم لتحقيق الأهداف، وبعد ذلك تقييم المنظمة سمعتها وصورتها الذهنية لدى جماهيرها¹.

وبالتالي يمكن اعتبار أن المؤسسة بحكم تفاعلها الداخلي والخارجي تتحرك ضمن أبعاد متعددة (اقتصادية ثقافية، تكنولوجيا..)، وعلى ذكر الأفراد وأهميتهم داخل المؤسسة، فالمعروف أن كفاءة القائم بالاتصال أو العلاقات العامة عامل أساسي يتوقف عليه نجاح أو فشل أية مؤسسة².

فيما يتعلق بالرسائل يوضح الإطار أهمية بناء الرسالة الاتصالية، ويحملها في مدخل مباشر يركز على بدء الرسالة بالأفكار الأساسية، ومدخل غير مباشر يوضح الأفكار الأساسية في نهاية الرسالة، ويتميز المدخل المباشر بقدرته على زيادة فهم الجمهور للرسالة، وتركيزه على بناء الرسالة من جهة نظر الجمهور، وكذلك توفيره للوقت.

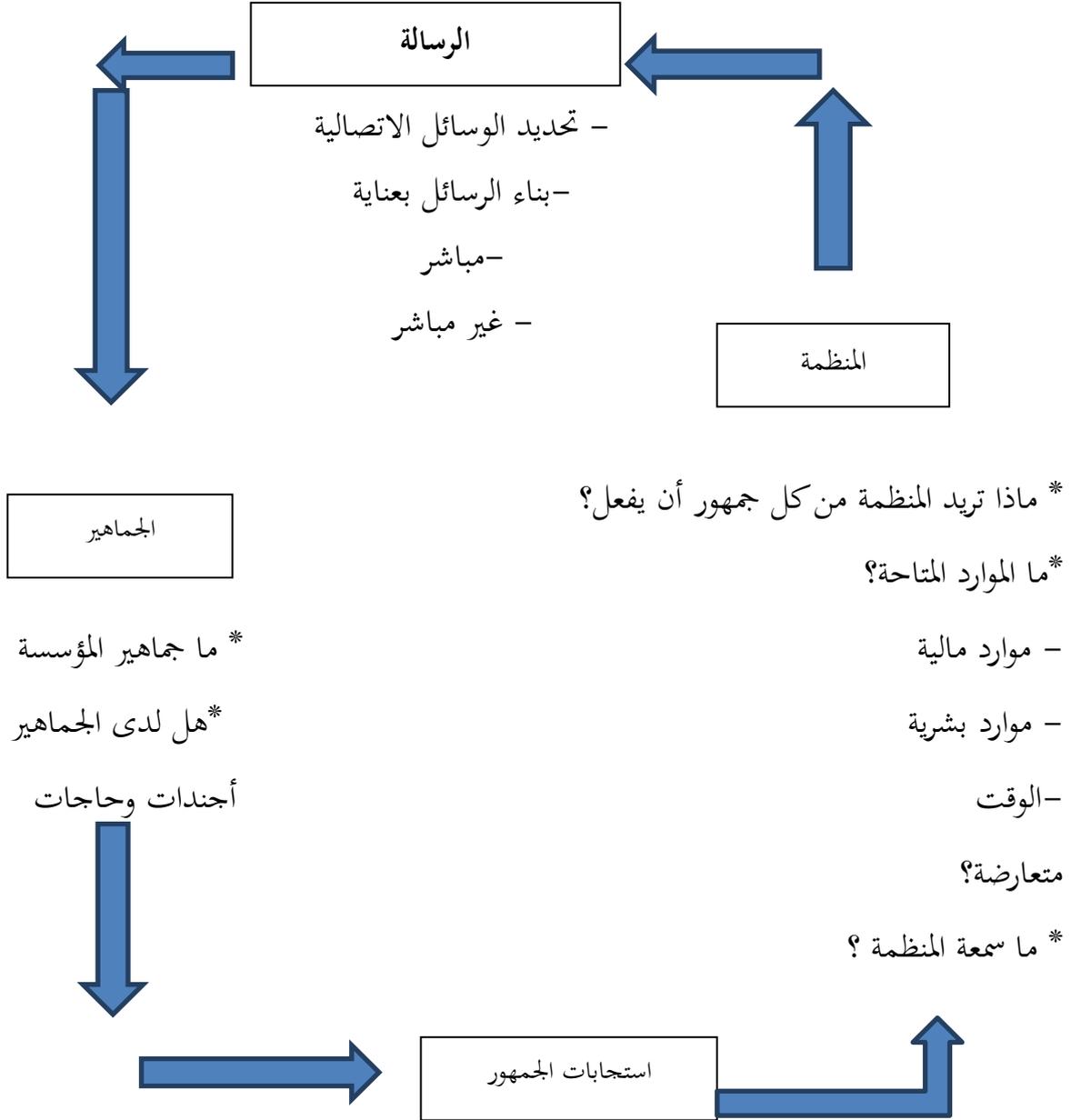
أما الوسائل المناسبة للرسالة المقدمة فقد تكون الإعلان أو الاتصال الشخصي أو اللقاءات المهمة³.

¹ محمد الجمال راسم و عياد خيرت معوض، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2014، ص ص 214-215.

² كريمة حاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 97 .

³ محمد الجمال راسم و عياد خيرت معوض، مرجع سبق ذكره، ص 216.

(الشكل أ): العلاقات بين التخطيط والاتصال في العلاقات العامة .



المصدر : محمد الجمال راسم، عياد خيبرت معوض، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، مرجع

سبق ذكره، ص 216 .

المطلب الثالث: وسائل الإتصال في العلاقات العامة

لقد أتاحت وسائل الاتصال الحديثة القدرة للجمهور للتفاعل والاختيار والتعبير عن ردود أفعاله تجاه المعلومات التي يتلقاها، كما أتاحت له حرية تبادل المعلومات والحصول عليها بسرعة وبشكل متزامن مع القائم بالاتصال¹

فستستخدم المؤسسة وسائل اتصال مختلفة، تم تصنيفها كالتالي:

أولاً: الوسائل المقروءة والمكتوبة:

أ- الجرائد:

لقد كانت الصحافة لفترة طويلة من الزمن هي وسيلة الوحيدة الواسعة الانتشار والتي يمكن أن تستخدمها إدارة العلاقات العامة في نقل الاخبار والرسائل الإعلامية إلى جمهور المتعاملين معها، من مختلف المستويات والأنواع من ضرورة اجتذاب انتباههم مع خلق الرغبة لديهم للتعاون وإقامة الثقة فيما تقدمه المؤسسة وأخيراً مراقبة أثر هذه الوسيلة في تحقيق النتائج المطلوب.

ب- المجلات:

مجلة المؤسسة دورية تصدرها الإدارة في مؤسسة الأعمال سواء كانت هذه حكومية أو خاصة، وهي أكثر أدوات العلاقات العامة شيوعاً وانتشاراً وستعرض للمجلة من حيث الآتي:

ب1- أنواع مجلات المؤسسة: يمكن أن نميز ثلاثة أنواع من مجلات المؤسسات

* مجلة المؤسسة الداخلية:

تقوم بعض مؤسسات الأعمال بإصدار مجلات تخص أساساً العاملين فيها، ويطلق عليها مجلات المؤسسة الداخلية، إلا أن توزيع هذه المجلات يمتد ليصل إلى الجماهير الخارجية ذات العلاقات بالمؤسسة والجماعات والأفراد المختلفين الذين يرتبطون بعلاقات بالمؤسسة.

¹ أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة و الاعلان، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2010، ص 20 .

***مجلة المؤسسة الخارجية:**

تقوم بعض المؤسسات الكبيرة بإصدار مجلات تخصص للجمهور الخارجي، تطبع باستخدام أفضل أنواع الورق وبأفضل المطابع وتحتوي على موضوعات تثير اهتمام الجمهور وتلبي رغباتهم، وتستعين أفضل الكتاب والمحررين كما تستخدم الصور والرسوم البيانية وغيرها، وتوزع المجلات توزيعاً واسعاً لدعم سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية.

*** مجلة موجهة للجمهور معاً:**

هذا النوع من المجلات تصدر أساساً للجمهور الداخلي إلا أنه تحول إلى مجلة لكل من الجمهور الداخلي والخارجي، فاقداً بذلك صفته الداخلية.

ج- مطبوعات المؤسسة:

هي مطبوعات خاصة يعلها مختصون في العلاقات العامة لهم مستوى راق في الإخراج الفني، ومثل هذه المطبوعات قد تأخذ عدة أشكال:

ج1 - النشرات:

عادة ما تكون هذه النشرات الإعلامية تحتوي على بعض البيانات عن المؤسسة ومواقع عملها، والخدمات والسلع التي تقدمها، وأهم العلاقات العامة بإخراج النشرات باعتبارها تتضمن إعلاناً عن نشاط المؤسسة.

ج2- الموجز المصور المطبوع:

وهو الموجز المصور المطبوع، بعد إعداد جيد باعتباره يوضع في أماكن معينة كالمعارض مثلاً، يحوي صوراً ملونة أو مختارة بدقة كبيرة، والبعض يتضمن رسوماً توضيحية أو صوراً مأخوذة من عدة زوايا للسلعة.

د- الكتيبات:

ومن الوسائل المقروءة تلك الكتيبات التي تصدرها المؤسسة على فترات متباعدة وتحتوي بيانات أكثر استفادة وتوسعا عن المؤسسة وخدماتها ومنتجاتها وأسواقها وتعرض من هذه الكتيبات أو تقدم لزوار الموقع¹.

ثانيا: الوسائل المسموعة:

أ - الإذاعة: تعتبر الإذاعة من الوسائل الحديثة والهامة في الوقت الحاضر، ويمكن لرجال العلاقات العامة الاستفادة منها للاتصال بجمهور المؤسسة عن طريق إذاعة الأخبار والمعلومات والبرامج الخاصة والندوات الإذاعية.

ب- الهاتف: يلعب أهمية خاصة في عقد الاجتماعات، وتحديد المواعيد وإبلاغ الرسائل والأخبار و البيانات اللازمة لأداء العمل².

وتستخدم الخطوط التليفونية في الوقت الحاضر لتوصيل المعلومات المنطوقة Spiken وإرسال واستقبال رسائل التليتيب Teletype وللاتصال المباشر بالحاسب ولنقل المعلومات المصورة بواسطة الفاكسميلي Facsimile الذي أصبح موضع اهتمام المكاتب ومراكز المعلومات لما تتيحه هذه الخدمة من تبادل الصور والمعلومات المصورة عبر الهاتف.

ج- الفاكسميلي Facsimile: يقصد به نظام الذي يقوم نقل صورة ورقية لوثيقة من مصدرها الأصلي إلى جهة أخرى ترغب الحصول عليها، ويعتبر هذا النظام الوسيلة الوحيدة بجانب لبريد العادي الذي يستطيع نقل صورة وثيقة أو رسالة معينة أيا كانت لغتها أو شكلها و بجميع تفاصيلها من مصدرها الأصلي إلى المستفيد وطبق الأصل . ويتألف نظام الفاكسميلي من ثلاثة عناصر هي: جهاز ناقل، جهاز استقبال، جهاز وسيط³.

¹ نسرين قصيبي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 59-60 .

² رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة شهادة ماجستير، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2006، ص 94.

³ محمد جاسم و القاسم بريع، مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال الجماهيري، الاسكندرية، مصر، 1998، ص 251.

ثالثا: الوسائل المرئية: يمثل هذا النوع من الوسائل في:

أ- التلفزيون: يمكن الاستفادة كثيرا من التلفزيون في إعداد وتدريب المعلمين نظرا لتوفيره فرص تطوير الكفاءات المهنية لهم (تدريب على استخدام وسائل تكنولوجيا التعليم الجديدة، إطلاع المعلمين على مستحدثات العملية التعليمية، تعويد المعلمين على مهارات التعلم الذاتي، سرعة إطلاع المعلمين على نشرات والتوجيهات)¹.

ب- السينما: تعد هي الأخرى باهظة التكاليف في مجالات العلاقات العامة، خاصة إذا كانت في شكل أفلام سينمائية كاملة، ويتوقف استخدامها على الإمكانيات المتوفرة لإدارة العلاقات العامة، بالإضافة إلى أهداف الاتصال وخصائص الجمهور المستهدف وطبيعة الموضوع والفكرة.

ج - أجهزة الفيديو: لقد اتسع استخدام أجهزة الفيديو من ضمن وسائل الاتصال المرئية والمسموعة معا إذ تقوم المؤسسات بإمداد إدارة العلاقات العامة بأجهزة الفيديو، لتصوير الحفلات والمناسبات، واجتماعات مجالس الإدارة، وكبار المديرين، وإعادة إذاعتها أو عرضها لاستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها.

وهنالك وسائل أخرى نذكرها بالترتيب كالتالي:

1- تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة:

إن تنظيم الحفلات يدخل ضمن اختصاص العلاقات العامة، ويمثل نوع من الاتصال مع الجماهير، سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المؤسسة والجمهور المتعامل معها، أو عملاء المؤسسة وفي الحفلات يتم التعارف بين كبار المسؤولين في المؤسسة والمدعومين إلى الحفل ويتبادلون مع بعضهم وآرائهم واتجاههم².

2- الخطبة: تعد الخطب الرسمية من أسرع القنوات لنقل المعلومات إلى جماهير المنظمة، داخليا وخارجيا في حالة وجود متحدثين مؤثرين³.

¹ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2011، ص 251.

² رزيقة لقصير، مرجع سبق ذكره، ص 95.

³ محمد صاحب السلطان، مرجع سبق ذكره، ص 191.

- 3- المقابلات الشخصية: هي مهمة جدا ولها أصول يجب أن يتقنها المقابل، أي الذي يجري المقابلة، ومن المبادئ الأساسية في المقابلة أن تكون شخصية المسؤول بالاستقبال قوية، لأنه قد يتوقف عن هذه المقابلة تكوين رأي من الطرفين أي في إقامة علاقة طيبة، أوفي الانصراف تماما عن وجود علاقة¹.
- 4- الزيارات : حيث يزور الجمهور الخارجي المؤسسة ويتعرف عليها².

¹ نسرین قصیبي وأخرون، مرجع سبق ذكره، ص 62 .
² عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 320.

خلاصة الفصل:

وختلاصة للفصل الأول وعبر هذه الإطالة على مفهوم العلاقات العامة رأينا مدى التطور الذي شهده هذا التخصص، الذي جمع في طياته بين الفن والعلم، و تطرقنا أيضا إلى مبادئ و وظائف التي تلعب دور هام في ممارسة العلاقات العامة وكذلك الاتصال الذي له أهمية كبيرة في ربط المؤسسة مع جماهيرها المختلفة.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: تنظيم وإدارة العلاقات العامة

تمهيد

المبحث الأول: المؤسسة العمومية وأساليب تنظيمها.

المطلب الأول: ماهية المؤسسة العمومية.

المطلب الثاني: تنظيم وإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة.

المطلب الثالث: موقع العلاقات في الخارطة التنظيمية للمؤسسة.

المبحث الثاني: العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية.

المطلب الأول: الشبكة المفاهيمية للمؤسسة الجامعية.

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة في الجامعة.

تمهيد:

إن أصل نشأة العلاقات العامة كان مرتبط بالأحداث الطارئة والتنافس الشديد ونظرا لكثرة المنافسين في عصرنا الحالي، فإنه من الأهمية بمكان الاعتماد على العلاقات العامة في إدارة هذه التهديدات، والعمل على التصدي لها من خلال الأداء الجيد والمستمر في التنبؤ بالتهديدات عن طريق التخطيط، وتقدير النتائج وتقييم السياسات .

لقد اتسعت ممارسة العلاقات العامة لتكون أكثر الأدوار فاعلية في تحسين علاقات المؤسسة الجامعية مع بيئتها الداخلية والخارجية، وأكبر تأثيرا فيها مهما تعددت اختصاصاتها أو اختلفت أهدافها وبذلك وبدخول العلاقات العامة مجال العمل الخدماتي وبخاصة في مؤسسات التعليم العالي ، كان لزاما على هذه الهيئات التعاطي مع هذا الوافد القديم الجديد ومحاولة استخلاص آلياته وتطبيقها على منظومتها التسييرية، وبما أن الجامعة كمؤسسة خدمتية تقوم على أساس تقديم الخدمات فقد كان للعلاقات العامة إضاقه إلى كل ذلك الأثر الكبير على بروز فكر مؤسسي قائم على علاقات عامة قوية مبنية على التخطيط والتنسيق والأداء الفعال .

المبحث الأول: المؤسسة العمومية وأساليب تنظيمها

تعتبر المؤسسات العمومية اليوم بمختلف أنشطتها البنية التحتية لتطوير وتقديم الدول والأمم، وقل ما نشاهد اليوم في ظل المنافسة واقتصاد السوق، مؤسسة متطورة من دون أن يكون لها نظام علاقات فعال ومتميز.

لقد عرفت المؤسسة العمومية الجزائرية بمختلف أنشطتها منذ الاستقلال إلى اليوم، عدة إصلاحات فرضتها الدولة كونها هي المقابلة والمسيرة والموجهة والمتحكمة في دواليب السوق والاستهلاك، ما أثر بشكل بارز على هيكلها التنظيمي، وفعاليتها الاقتصادية فصارت بذلك غير قادرة على تحقيق الغاية الاقتصادية من وجودها ولا هي حرة في تسيير أنشطتها بنفسها.

وعليه فالوضعية التي آلت إليها المؤسسة العمومية الجزائرية تستوجب التشخيص السوسولوجي الذي يسعى إلى تفكيك ثقافتها التنظيمية، وجملة العلاقات الترابطية بين منظومتها، ومن ثم الوصول إلى فهم مكونات أزمته التي تحول وأدائها الفردي والمؤسسي¹.

المطلب الأول: ماهية المؤسسة العمومية

إن التعاريف المقدمة للمؤسسة العمومية تختلف باختلاف المراحل التي شهدتها كون هذه الأخيرة جزء من هيكل القطاع العام، حيث تقوم الدولة بإنشائها لأن النشاط الفردي أو الجماعي يعجز عن القيام بمشروع يمثل المنفعة العامة، إما لضخامة الإمكانيات المطلوبة أو لقلة الأرباح المتوقعة، ومن هذا المنطلق نجد للمؤسسة العمومية خصائص تميزها عن المؤسسات الخاصة.

أولا : تعريف المؤسسة العمومية

من بين التعاريف المقدمة للمؤسسة العمومية نجد:

¹ هشام بوخفاف، وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، جامعة باجي مختار، عنابة،

هي مؤسسات تؤول ملكيتها إلى الدولة، رأس مالها مملوك لمجموعة عمومية متمثلة في الدولة أو الجماعات المحلية تتمتع بشخصية اعتبارية ولها ميزانية مستقلة وتهدف إلى تحقيق المصلحة العامة والمساهمة في الخطة الوطنية

أم الاتحاد الأوربي فيعرفها: هي كل مؤسسة يمكن للسلطة العامة أن تمارس عليها تأثيرا مهيمنًا في الملكية أو المساهمة المالية أو القواعد، المسيرة لها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة¹.

- "شخص إداري متخصص من أشخاص القانون العام، يتولى إدارة مرفق عام بقدر معين من الاستقلال".

- "مرفق عام يتمتع بشخصية معنوية مستقلة، وتعد الصورة العادية لتنظيم الأشخاص الإدارية المتخصصة".

- "شخص من أشخاص القانون العام المكلفة بإشباع حاجة معينة لجماعة معينة ما بواسطة أسلوب المؤسسة العامة".

- "أسلوب من أساليب إدارة المرافق العامة، وذلك حينما يمنح مرفق عام متخصص بمزاولة نشاط معين ومحدد الشخصية المعنوية بغية تحقيق استقلاله ماليا وإداريا"²

ويعرف الدكتور ناصر لباد المؤسسة العمومية بأنها "هي شخص معنوي، الهدف من إنشائها هو التسيير المستقل مرافق عمومية تابعة للدولة أو المجموعة المحلية".

ويعرف الدكتور خالد خليل الظاهر المؤسسة العمومية بأنها "أشخاص عامة تتمتع بالشخصية المعنوية، تنشؤها الدولة لإدارة مرفق عام، ويمنحها القانون قدرا كبيرا من الاستقلال المالي والإداري، وهي صورة من صور اللامركزية المرفقية".

¹ فطوم الحواطي و سعاد بوزيق، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة العمومية ذات الطابع الإداري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر، ص 39.

² إدعيس معن، المؤسسات العامة والسلطة التنفيذية الفلسطينية، سلسلة تقارير قانونية (33)، الهيئة الفلسطينية لحقوق المواطن، رام الله، فلسطين، 2003، ص 8.

ويرى العالم chapus بأنه لا يوجد معيار للمؤسسة العامة و اعتبر أنها " شخص متخصص من أشخاص القانون العام وقد تخلى في تعريفه عن عنصر المرفق العام¹ .

ثانيا: خصائص المؤسسات العمومية

تحدد خصائص المؤسسات العمومية من خلال الزوايا التي يتم عن طريقها معالجة الموضوع، ولذا يمكن أن ننظر إليها من خلال زاويتين، زاوية التحليل المؤسسي الذي يدرس الخصائص السياسية والقانونية، وعلى هذا الأساس فخصائص المؤسسة العمومية هي كالاتي:

- الخضوع للسلطة الرئاسية، ولكي تأخذ المؤسسة السلطة العامة، وهذا يتضمن الحق في تصميم قمة الإدارة وتشكيل القرارات الهامة لسياستها.

- يتم تمويلها عن طريق ميزانية معينة أو مقتطعة وليس من خلال تبادل تجاري.

- انتظام سيرها وعدم توقفه لأهمية الخدمات المقدمة.

- تعمل المؤسسات العمومية على تحقيق أهداف الدولة والتي تعني الغايات والأهداف أو مجموعة الأمور المستقبلية التي تسعى الدولة إلى تحقيقها سواء على المدى القصير أو المتوسط أو الطويل².

- المؤسسة العامة المهنية تمثل وتجسد فكرة اللامركزية الادارية المصلحية المرفقية(المادية)

- تتمتع المؤسسة العامة المهنية بالشخصية المعنوية العامة.

- تعتبر المؤسسة العامة المهنية، وسيلة التنظيمية الأكثر كفاءة ومرونة لتدخل الدولة لتحقيق الأهداف الوطنية، نظرا بالاستقلال المالي والاداري وحرية التصرف وتخصصها في أغراض وأهداف محددة بموجب القانون او السند المنشئ لها.

¹ بغداد كمال، النظام القانوني للمؤسسة العامة المهنية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011، ص 15.

² فطوم الحواطي، مرجع سبق ذكره، ص 40.

- المؤسسة العامة المهنية تنشأ بواسطة الدولة.

- أن تتخذ المؤسسة العامة المهنية شكلا نقائيا بالمعنى القانوني والتنظيمي للنقابة، ويكون الإنخراط فيها من طرف أبناء المهنة إجباريا وبقوة القانون¹.

المطلب الثاني: تنظيم إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة

يعد التنظيم عنصرا أساسيا لأي نشاط هادف، وبدونه تصبح العلاقات العامة نشاطا عشوائيا غير منظم ويبدأ ذلك التنظيم من اتخاذ الإدارة لمكانتها اللائقة، ووضعها الصحيح ثم تحديد أولويات نشاطها، والعناصر التي تحتاجها سواء كانت بشرية أو مادية لتحقيق أهدافها.

كما تمثل الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة ركنا أساسيا تبني عليه بقية الجهود والنشاطات التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة وما لم يتوفر لهذه الأجهزة البناء التنظيمي المناسب، فإنها سوف تعجز عن القيام بالمسؤوليات الإدارية المنوطة بها، فالتنظيم ما هو إلا عمل إجتماعي متكامل يتكون من أجزاء وعناصر متفاعلة تظم الأعمال والإدارة والسياسات والنظم والإجراءات، وتتوقف كفاءة التنظيم وفعاليتته على الأداء المتناسق والتعاون الإيجابي بين عناصر التنظيم جماعيا، ويمثل العنصر البشري القوة الدافعة الحقيقية لأي تنظيم إداري².

ويختلف حجم وتنظيم إدارة العلاقات العامة باختلاف حجم المنظمة ذاتها وباختلاف مجالات برامج العلاقات العامة، ومدى حاجة المنظمة إلى علاقات عامة فاعلة، والأهمية التي توليها الإدارة لها، ومدى حاجة الإدارة إلى متطلبات خاصة في العلاقات العامة كما هو الحال في العلاقات العامة التسويقية. وقد تظم الإدارة عددا قليلا من الأفراد، وقد تتسع لتضم عدة مئات كما في المنظمات الأمريكية الكبرى، وهو ما يتضح في تنظيم النمطي لإدارات العلاقات العامة الكبيرة³.

¹ بغداد كمال، مرجع سبق ذكره، ص 25.

² علي شيبه شدوان، مرجع سبق ذكره، ص 185.

³ محمد راسم الجمال، مرجع سبق ذكره، ص 284.

والخلاصة ان الهدف الأساسي من تنظيم العلاقات العامة هو إسناد مهامها ووظائفها إلى متخصصين وخبراء قصد رسم صورة لسمعة المؤسسة أو المنظمة أو المنشأة التي يعملون بها.

أ- أنواع التنظيم الداخلي:

من المهيمن من يرى أن إدارة أو تنظيم العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من عمل مدير المؤسسة ومنهم من يرى أنها عمل ذو طابع استشاري يقوم به إحصائيون في الإعلان والإعلام لتقديم المساعدة للإدارة الرئيسية في المؤسسة لأداء مهامها ، ومنهم من يرى أنها عمل تقوم به إدارة مستقلة مثل الإدارة المتواجدة في المؤسسة من إدارة التسويق إلى المالية إلى المستخدمين إلى الشؤون القانونية إلى غير ذلك من الإدارات الهامة ، نيابه على المؤسسة مقابل مبلغ مالي متفق عليه .

1- اسناد تنظيم العلاقات العامة كعمل فرعي للإداريين:

وفيه يختلف تحديد وظائف العاملين في إدارات العلاقات العامة على نحو كبير منظمة لأخرى في ضوء حجم المنظمة وتنوع أنشطتها، واحتياجاتها الفعلية، وقدرات العاملين أنفسهم. وفي الإدارات الصغيرة والمتوسطة يقع العبء الأكبر على الشخص المسؤول عن العلاقات بوسائل الإتصال في حين يتولى مدير الإدارة شخصيا بقية الأعباء، أما بقية العاملين بالإدارة فيتولون العلاقات بالاجتماع ، وبحملة الأسهم ، والترويج المؤسسي، والعلاقات بالحكومة، والعلاقات بالجمهور الداخلي¹.

كما تسند أعمال العلاقات العامة كوظيفة إضافية إلى أحد مديري المؤسسات علاوة على عمله الأصلي، فقد يكلف مدير العلاقات الصناعية مثلا بالقيام بأعمال العلاقات العامة بجانب عمله الأصلي، وغالبا ما تتسبب إلى مدير المؤسسة، إلا أن هذا النوع من التنظيم يوجه إليه بعض الانتقادات التي تقوم على أن من لا يفرغ هذا العمل لن يوليه بالضرورة الإهتمام الكافي ولي يخصص له الوقت والجهد المطلوبين بقدر ما يخصص لوظيفته الأصلية بما يؤثر على فعالية الأداء، وغالبا ما تكون المؤسسات التي تتبع هذا الأسلوب في التنظيم هي مؤسسات صغيرة لا تحمل أعباء إدارة متخصصة

¹ محمد راسم الجمال ، مرجع السابق، ص 285.

للعلاقات العامة ، لذلك فإن العلاقات العامة في هذا الحالة تكون مهمشة تكاد تكون نشاطاتها نادرة إن لم نقل منعدمة¹.

2- إسناد العلاقات العامة إلى إدارة مستشار خارجي: تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقة طيبة مع جماهير المنظمة المختلفة، فضلا عن وظيفتها الاستشارية فهي تتعامل مع الجماهير الداخلية والخارجية وبذلك يتمثل دورها في تقديم النصح والإرشاد والمشورة للإدارات التنفيذية الأخرى عن مدى رضا جماهيرها المختلفة عن أنشطتها².

كما تقدم الأجهزة الخارجية للعلاقات خبراتها المتخصصة وامكانياتها للمنظمات أو الشركات أو المنشآت الصغيرة التي لا يوجد بها متخصصون في العلاقات العامة. وكذلك تطلب المنشآت الكبيرة استشارات هذه الأجهزة في بعض المشكلات الهامة أو الاستعانة بها عند وضع نظم جديدة³.

ولهذا تقوم بعض المؤسسات الكبرى بتفويض بعض مكاتب المستشارين الخارجيين في العلاقات العامة أو شركات الإعلان للقيام بأعمال العلاقات العامة نيابة عنها، وتوقع معها عقودا لمدة معينة فيعتقد بعض الإداريين أن هذه المكاتب الاستشارية المتخصصة في العلاقات العامة قد اكتسبت خبرة طويلة ومهارات متعددة في فنون العلاقات العامة والإعلام والاتصال، وأنها يمكن أن تؤدي المهمة بشكل أفضل بكثير من الإدارة الداخلية⁴.

في حالة لم يتوفر لدى المنظمة إدارة خاصة بالعلاقات العامة فان الاستشارة الخارجية تقدم للمدير المسؤول واحد أو أكثر من الوظائف التالية :

¹ ياسين مسيلي ، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية دراسة حالة المستشفى الجامعي قسنطينة، شهادة ماجستير منشورة ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، جامعة قسنطينة ، الجزائر ، 2008، ص 122.

² ياسين مسيلي ، المرجع نفسه، ص 122.

³ عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، ب ت ، ص 169.

⁴ ياسين مسيلي ، المرجع سبق ذكره، ص 123.

- تزويد المنظمة بالأفكار الأساسية والسياسات والبرامج التفصيلية للعلاقات العامة والاضطلاع لتنفيذها.

- تقديم النصح والمشورة بشأن مشكلات العلاقات العامة إذا واجهت المنظمة الى جانب القيام بممارسة هذه الوظيفة نيابة عن المنظمة.

-مساعدة المنظمة في انشاء ادارة علاقات عامة داخلية ، بما في ذلك وضع سياسات وبرامج لادارة واختيار العاملين وتدريبهم .

أما في حالة وجود إدارة للعلاقات العامة في المنظمة فان دور الشركة او الوكالة الاستشارية الخارجية يكون ما يلي:

- تقديم المشورة للعاملين في هذه الإدارة حيال المشكلات الأساسية التي تواجههم .

-الاضطلاع ببعض المهام المتخصصة التي لا تستطيع الادارة القيام بها.

- تعويض النقص في الادارة فيما يتعلق ببعض المهارات الابداعية¹ .

- مساعدة المنظمة في التخطيط للجانب الاعلامي .

- مساعدة المنظمة في تحرير تقاريرها الدورية للمساهمين أو تقاريرها الإخبارية لوسائل الاتصال الجماهيرية أو نشراتها للعاملين بها.

-إعداد وتنفيذ بحوث الرأي العام .

- تصميم شعار المنظمة وتطوير النماذج المصورة التي تساهم في تحديد شخصية المنظمة من الناحية الشكلية.

- كتابة الخطب الرسمية لرؤساء المنظمات في المناسبات العامة و الخاصة.

¹محمد الدبس السردى ، مرجع سبق ذكره،ص327.

- تنظيم مؤتمرات صحفية.

- تصميم وإقامة المعارض والاشراف عليها .

-تنظيم المسابقات والأحداث الخاصة كالיום المفتوح والاحتفالات والمهرجانات وغير ذلك من الأنشطة التي تستهدف تقديم المنظمة إلى جمهور .

- إعداد وإخراج الكتيبات الخاصة.

- تدعيم علاقات المنظمة بوسائل الإعلام

- إنتاج المواد السمعية والبصرية للأغراض الإعلامية والتأثيرية.

- عقد الاجتماعات وتنظيم حلقات البحث والدراسة في الموضوعات الهامة .

- تنسيق اللوحات والصور المعبرة ووضعها في الأماكن المناسبة في المنظمة¹.

إلا أن تعويض أعمال العلاقات العامة أو شؤونها لمستشار خارجي له مزايا وعيوبه نذكر منها:

مزاياه:

-يعتبر هذا المستشار متخصص في عمله ذو مؤهلات وكفاءات عالية تمكنه من أداء دوره بسهولة.

- امتلاكه لخبرة من خلال عمله و لديه ملكة وقدرة على مواجهة المسائل الصعبة بدرجة وفعالية.

- يتميز باستقلاله عن المؤسسة وإدارتها وفي العادة لا يقتصر عمله على المؤسسة واحدة الأمر الذي

يجعله مهينا لمناقشة المسئولين دون أي حرج وبعيدا عن أي تأثير ، بخلاق ما إذا كان رئيس قسم أو إدارة

العلاقات العامة من العاملين بالمؤسسة الامر الذي يجعله أقل تحررا وأكثر تكلفا والتزاما في الأداء التي

يبيدها لإدارة المؤسسة².

¹ يوسف محمود ، مرجع سبق ذكره، ص.ص 42، 43.

² ياسين مسيلي ، مرجع سبق ذكره، ص 123.

- شخصية متكاملة نافذة ، مصحوبة بالقدرة على التعامل مع الآخرين ومن ثم إقناعهم والتأثير عليهم ، وطرح الأمور بشكل واضح ومفهوم .

- تحليه بالصفات الحميدة كالسمعة الطيبة والأخلاق الحميدة والصدق والأمانة بعيدا عن الخداع.

- لديه دراية بكل ما يتعلق بالمنظمة من أنظمة وتعليمات ¹.

- القدرة على التفهم الانساني ، وقضاء وقت طويل في الشرح والتوضيح .

- القدرة على التصور، والتخيل عند حل المشكلات ، أو خلق أي موقف مفيد للمنشأة².

- تقارير المستشار أكثر موضوعية من الإدارة الداخلية للعلاقات العامة، لأنها لن تكون متأثرة بالمشاكل القائمة والموجودة داخل التنظيم الإداري لأي هيئة . ومن ثم فإن تقارير المستشار الخارجي يكون لها وزن أكبر من التقارير إدارة العلاقات العامة في هذا الشأن.

- خدمات المستشار الخارجي قد تكون إقتصادية أكثر من وجود إدارة دائمة من الإحصائيين في مجال العلاقات العامة وذلك بالنسبة للشركات الصغيرة³.

لأجل الاستفادة من مزايا الاستشارة الخارجية إلى جانب مزايا الاستشارة الداخلية، نوصي بضرورة إقدام العلاقات العامة في كلي المنظمتين على طلب الاستشارة من جهات خارجية مهتمة بشؤون البيئة المحلية التي تعمل بها المنظمتان⁴.

¹ محمد صاحب سلطان، مرجع سبق ذكره، ص 266.

² وليد خلف الله دياب، مرجع سبق ذكره، ص 127.

³ يوسف محمود ، مرجع سبق ذكره، ص 43.

⁴ محمد صاحب السلطان، مرجع سبق ذكره، ص 330.

عيوبه:

أما عن مساوئه فهي:

- إن بعد المستشار عن واقع الإدارة وعدم تكريس وقته وكامل نشاطه لمصلحة المؤسسة يؤدي إلى عدم وقوفه وإلمامه بجميع الأمور التي تخصها والمستجدات السريعة التي تلحق بها ، وكذلك بقدر تعرفه على جميع العاملين بها.

- إن قيام المستشار بأعمال على مستوى الإدارة العليا مباشرة من شأنه أن يؤدي في كثير من الأحيان إلى إثارة حفيظة المديرين أو المسؤولين عن العلاقات العامة في المؤسسة ودفعهم في بعض الحالات إلى عدم التعاون المخلص مع المستشار .

- قد تكون في بعض الأحيان الاستعانة بمستشار أكبر بكثير من التكاليف التي قد يتطلبها تحقيق العلاقات العامة عن طريق أجهزة المؤسسة ، لذا لا يجب اللجوء إليه عندما يكون باستطاعة المؤسسة أن تحقق ما تصبوا إليه عن طريق جهازها وعناصرها¹.

- بعض المستشارين تنحصر خبرتهم أساساً في الإعلام الصحفي والترويج للسلع والمنتجات، وليس لديهم خبرة كافية بكل جوانب الواسعة لأنشطة العلاقات العامة كالعلاقات مع العاملين والموردين والمجتمع المحلي .

- عدم ارتياح إدارة العلاقات العامة بالمنظمة للتعامل مع المستشار، فالعاملون في العلاقات العامة قد يغضبون لحدوث تدخل خارجي في شئونهم الخاصة ويعتبرون المستشار الخارجي نوعاً من القيود على حريتهم

- التعاون مع أكثر من منظمة في وقت واحد وقد تكون هذه المنظمات أحياناً متنافسة.

- قد يكون المستشار في وضع لا يسمح له بالتأثير في السياسة الداخلية للمنظمة¹.

¹ ياسين مسيلي ، مرجع سبق ذكره، ص 124.

3- إمكانية تحقيق التعاون بين ادارة العلاقات العامة في المؤسسة والمستشار الخارجي:

لقد بينا عيوب ومزايا الاعتماد على المستشار الخارجي وتأسيس قسم مختص في العلاقات العامة في المؤسسة. و لكن تبرز العديد من التجارب من واقع حياة العمل واتساع نطاق الاستعانة بالمستشار الخارجي من قبل غالبية المؤسسات الكبرى وحتى مقبل تلك المؤسسة التي تملك جهازا خاصا للعلاقات العامة.

وفي الوقت الذي تتحلى فيه خدمات المستشار الخارجي بالنظرة الموضوعية المحايدة الشاملة فإن الجهاز الداخلي فهو أكثر قدرة على رؤية التفاصيل والجزئيات التي تضيف الدقة على الصورة الشاملة التي يراها المستشار الخارجي.

هذا ورغم تشكيك الجهاز الداخلي بالمؤسسة في التعامل مع المستشار الخارجي باعتماده غريبا عن المؤسسة، نجد أن هذا التشكيك قد خفت حدته نتيجة للعمل المشترك الذي حقق إنجازات قيمة في حق العلاقات العامة، وستبقى الحاجة إلى هذا التعاون مستمرة متزايدة بتزايد المشاكل التي تواجهها مؤسسات الأعمال في حقل العلاقات العامة.

كما ترى غالبية الشركات الكبرى أن الجمع بين إدارة داخلية للعلاقات العامة المستشار الخارجي هو أفضل الحلول لتأمين وحل واقعي لمشكلات التواصل وتحقيق الثقة بين المؤسسة وجمهورها².

ب - أساليب تنظيم إدارة العلاقات العامة:

تختلف أجهزة العلاقات العامة من مؤسسة لأخرى وفقا للحجم والإمكانيات المادية والبشرية والوحدات التي يتكون منها الجهاز، ونعرض فيما يلي ثلاث طرق رئيسية يمكن بها تنظيم عمل العلاقات العامة في المنظمة وذلك على النحو التالي:

(أ) إنشاء إدارة علاقات عامة.

¹ يوسف محمود ، مرجع سبق ذكره، ص 44.

² عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سبق ذكره، ص ص 223-224.

(ب) الاستعانة بمكتب خبير كمستشار خارجي للعلاقات العامة .

(ت) الجمع بين الأسلوبين.

وقد سبق للطلاب التعليم المفتوح معرفة هذه الطرق وما يتعلق بكل واحدة منها من مزايا وعيوب.

وسوف نناقش الأساليب التي يتم بمقتضاها تنظيم العمل في الإدارة العلاقات العامة ، مع الأخذ في الاعتبار أنه لا يمكن لباحث معين أن بوصي بشكل من أشكال تنظيم إدارة العلاقات العامة. ذلك لأن العوامل المتحكمة في اختيار هذا الشكل أو ذاك ، عوامل تخص كل هيئة أو منظمة على حدة، وهي وحدها التي تستطيع أن تحدد على ضوءها الشكل الأفضل و الأنسب والأكثر قدرة على تحقيق أهداف العلاقات العامة وليكن الحكم على أهمية كل شكل من هذه الأشكال التنظيمية لإدارة العلاقات العامة على أساس مدى ملاءمته لظروف كل منظمة ، ومدى قدرته على الوفاء بمتطلبات مسؤوليات العلاقات العامة بها¹

1- التنظيم على أساس الوظائف:

لا تستطيع إدارة العلاقات العامة، أو مديرتها تنفيذ نشاط الإدارة المتمثل في تصميم البرامج وإعداد الخطط والحملات وإجراء الدراسات والبحوث والقياسات، إلا إذا كانت المؤسسة منظمة تنظيميا دقيقا قوامه جمع المسؤوليات المتعددة ذات الطبيعة الواحدة في قسم واحد من أقسام الإدارة يشرف عليها المسئول² وبمقتضى هذا التنظيم قسمت إدارة العلاقات العامة بإحدى الشركات إلى ستة أقسام يؤدي كل قسم منها وظيفة معينة وهي :

1- البحث: ويشمل استقصاءات الرأي العام بين الجماهير في المجتمع المحلي، ودراسة نتائج هذه الاستقصاءات وتفسيرها بالإضافة إلى دراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وتفسيرها، إلى جانب الدراسات المتعلقة بوسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة.

¹ يوسف محمود، إدارة وتخطيط العلاقات العامة ، ط2، دار العربية للنشر ، القاهرة ، مصر 2012، ص.ص 38-39.

² علي شبيه شدون ، مرجع سبق ذكره ، ص 190.

- 2- **قسم التخطيط:** ويقوم بتحديد سياسة العلاقات العامة، ووضع الأهداف، وتحديد وسائل الاتصال واختيار التوقيت المناسب، واختيار التوقيت المناسب، واختيار الأشخاص الملائمين لتنفيذ برامج العلاقات العامة، وتوفير الميزانية الكافية لكل برنامج¹. و التخطيط عملية في العلاقات العامة عملية مستمرة ولا يمكن أن تتوقف لأن الظروف التي تواجهها المؤسسة الجمهور الذي تتعامل معه متغيرة ولا تعرف الاستقرار أي أنها غير ثابتة الاتجاهات، ولذلك فإن على إدارات العلاقات العامة أن تأخذ بالأسس².
- 3- **قسم الإنتاج :** وهو يقوم بالتخطيط لاستخدام الوسائل المختلفة للاتصال طبقا للبرنامج الموضوع و بالكيفية التي تكفل اختيار الوسائل المناسبة بما يتلاءم مع طبيعة الرسالة وطبيعة الجمهور وحجم الميزانية المخصصة
- 4- **قسم التنسيق:** ويتولى الاتصال بموظفي الإدارة العامة والأفراد والمبيعات والميزانية والتصنيع وغيرها من الإدارات وإعلامهم وتوجيههم إلى الكيفية المناسبة لإقامة علاقات عامة سليمة ، مع تنسيق أنشطتهم مع أنشطة العلاقات العامة.
- 5- **قسم الخدمة الإدارية:** ويقوم بتقديم المعاونة لكل إدارة من الإدارات المتصلة بنوعية معينة من الجماهير ومراقبة الخدمات والأفراد والتشغيل والميزانية .
- 6- **قسم خدمة المجتمع:** وهو يقوم بالتخطيط لمشروعات خدمة البيئة والمساهمة فيها مثل الأعمال الخيرية والصحية والشئون الثقافية وأنشطة الشباب وغيرها³. ومساعدة كل من المجتمع ، والتنظيم على التنمية الوعي بالاهتمامات المتبادلة والمصالح الخاصة بكليهما⁴.

¹ يوسف محمود، إدارة وتخطيط العلاقات العامة ، مرجع سابق ذكره ، ص39.

² عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال ، مرجع سبق ذكره ،ص241.

³ يوسف محمود، إدارة وتخطيط العلاقات العامة ، مرجع سبق ذكره، ص.ص 39-40.

⁴ علي شيبه شدوان ، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، مرجع سبق ذكره ص198.

2 - التنظيم على أساس المركزية واللامركزية:

تأخذ بعض المؤسسات بالأسلوب المركزي لإدارة العلاقات العامة، حيث يتركز جميع العاملين بالإدارة في مقر الرئيسي وعنه تصدر جميع الأنشطة، ومنه يتحرك بعض المتخصصين لممارسة وظيفتهم في فروع المؤسسة طبقاً للخطة الموضوعية . وقد تلجأ بعض المؤسسات إلى إهمال وظيفة العلاقات العامة في فروعها وتقتصرها على المقر الرئيسي فقط، بينما يلجأ البعض الآخر إلى الأسلوب اللامركزي حيث يصبح لكل فرع من فروع المؤسسة إدارة العلاقات العامة الخاصة به، التي تمارس نشاطها من خلاله طبقاً لظروفها المتميزة، وفي حدود الإمكانيات المتاحة لها¹.

وعموماً تفضل المركزية كأسلوب لأداء وظائف العلاقات العامة للحصول على أعلى الكفاءات البشرية المؤهلة وذات الخبرة عن طريق قيام المنشأة بضمّان مرتبات ومزايا مناسبة لهم، كما أن مركزية ممارسة النشاط يمنع الازدواج في القيام بوظائف والحصول على التسهيلات الفنية والإدارية المتاحة في مقر المنشأة بالإضافة إلى أدوات وأجهزة الاتصال المختلفة والتي قد تمنع تكلفتها العالية بالإضافة إلى إدارات أخرى كلها، وإخيراً فإن الأخذ بالمركزية يركز الجهود والموارد القليلة للعلاقات العامة مما قد يقنع الإدارة العليا بأهمية وجدوى هذا النشاط وينال اهتمامها ودعمها.

2-1 - مركزية السلطة :

ويقصد بها حصر كافة الصلاحيات والقرارات والتوجيهات في مستوى إداري واحد دون غيره من المستويات.

ومن خلال هذا التعريف لمفهوم المركزية فإنه لا توجد أية تفويضات اتخاذية إجراءات ما لم يتم الموافقة عليها من الجهة العليا أو جهة صاحبة السلطة فهي تجمع كافة القرارات الخاصة بإنجاز كافة الأعمال في المنشآت في يد مستوى إداري واحد .

2-2 - مزايا المركزية الإدارية :

¹ يوسف محمود، مرجع سبق ذكره، ص40.

- تصلح المركزية الإدارية في التنظيم للمشروعات الصغيرة محدودة النشاط والتي لا تتطلب مستويات إدارية كثيرة

- تساهم المركزية الإدارية في الاستفادة من خبرات رجال الإدارة العليا في كافة التقسيمات الإدارية .

- تضمن المركزية الإدارية تحقيق درجة عالية من التنسيق بين كافة أوجه أنشطة المشروع وتوحيد الطرق والاجراءات المتبعة فيها¹.

- احترام خصوصية البيئة الثقافية لمجتمع التنظيم².

- المركزية تساعد على تبني الخطط المتكاملة الناجحة في مركز المؤسسة باعتبار مركز المؤسسة الرأس المخطط المسلح بالخبرة العالية مستعينا بالخبراء. أما الفروع فتستطيع الاستفادة من تلك البرامج التي قد لا تتمكن من تقديم مثل لها.

- يعتقد أن المركزية قليلة التكاليف حيث تحتاج المؤسسة إلى الفروع، وبذلك تمنع الازدواجية في التخطيط ووضع البرامج.

- كما تستطيع المؤسسة في اتباعها المركزية اقتناء الكثير من أدوات العلاقات العامة من وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الحديث وأجهزته. وتستطيع القيام بالبحوث والدراسات واستطلاعات الرأي العام ودراسة السوق وتظهر المركزية فعاليتها كما انها لا تحتاج إلى برامج مستقلة في الفروع.

2-3 - عيوب المركزية الإدارية :

- يؤخذ على المركزية كونها تضع عبئا كبيرا على مركز المؤسسة وتواجه صعوبة في الحصول على الكفاءات المتخصصة لها³.

¹ محمد الدبس السردى ، الاتصال والعلاقات العامة في ادارة المكتبات ومراكز المعلومات، مرجع سبق ذكره ، ص 314.

² علي شبيه شدوان ، مرجع سبق ذكره، ص 194.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 225.

- عدم تشجيع روح الابتكار والقدرة على التصرف مما يؤدي إلى تجميد القدرات والمهارات الذهنية في المستويات الادارية الاقل.

- بطء عملية اتخاذ القرارات لعدم وجود المرونة في التنظيم بحيث يتم اتخاذ القرارات بالإدارية المركزية.

- عدم فهم الهداف بشكل واضح نظرا لبعدها مركز اتخاذ القرارات عن موقع التنفيذ.

- لا تسمح المركزية الادارية بتجربة خطط العمل الجديدة في وحدة تنظيمية قبل تطبيقها على كافة اجزاء المشروع للتأكد من مدى صلاحيتها ومعرفة المساوئ فيها.

2-4- لا مركزية السلطة :

ويقصد بها توزيع أجزاء من سلطة الرئيس أو المدير على مجموعة من معاونيه أو جهات أخرى في المستويات الادارية المختلفة بشكل يسمح لهؤلاء المعاونين أو الجهات بالمشاركة في عملية اتخاذ القرارات وتصريف شؤون العمل حتى تتمكن المنشأة من تحقيق أهدافها بأقل تكلفة واقصر وقت ممكن.

5- اللامركزية الإدارية:

- وسيلة فعالة لتدريب المرؤوسين على عملية اتخاذ القرارات المناسبة في وقت المناسب.

- تساهم في عدالة توزيع الصلاحيات والمسؤوليات مما يساعد على رفع معنويات الاداريين.

- تساهم في اتخاذ القرارات الصائبة لقرربها من المواقع التنفيذ حيث أن في حال البعد الجغرافي يتطلب ضرورة العمل بمبدأ تفويض السلطة.

- تساهم في رفع معنويات الافراد العاملين عندما يتم منحهم المشاركة في عملية اتخاذ القرارات مما سوف يحقق زيادة العطاء ورفع الكفاءة الانتاجية لديهم.

2-5- عيوب اللامركزية :

- انها قد تساهم في خلق المشاكل في الأقسام لكثرة القرارات والتي قد لا تكون صائبة.

- صعوبة الرقابة والتنسيق بشكل جيد وغياب السياسة الموحدة لنظام العمل في المنشأة.
- تساهم في الازدواجية وضرورة توفير العديد من الكفاءات البشرية لتنفيذ المهام مما قد يسبب للمنشأة المزيد من التكلفة المالية.

ويجدر أن نشير هنا ومن خلال الدراسات والبحوث الادارية والاسهامات التي قدمها الكثير من رواد ومفكري العلوم الادارية بانه لا توجد مركزية ادارية، او لامركزية ادارية بشكل مطلق وانما يعتمد على طبيعة وحجم المنشأة ونظام العمل فيها¹.

3- التنظيم على أساس إعلامي أو اتصالي:

وهذا الأسلوب من التنظيم مبني على اساس الاتصالات والعلاقات لفئات الجماهير المختلف التي يتعامل معها جهاز العلاقات العامة سواء من حيث النوع والثقافي والطبقة الاجتماعي والاقتصادية ووفقا لذلك يحدد الجهاز الوحدات التي تختص بالتعامل مع نوع معين من الجماهير، فيمكن تحديد حدة للتعامل مع الجماهير الداخلية بالمؤسسة أو الهيئة واخرى للتعامل مع الجماهير الخارجية سواء من الموردين أو المستهلكين او اصحاب الأسهم².

تقسيم العلاقات العامة تبعا لذلك إلى التقسيمات التالية:

3-1: الاسلوب الإتصالي العام :

وتتوزع مسؤوليات الاقسام في هذا الاسلوب على اساس وسائل الاتصال الجماهيري التي توجه رسائلها إلى الجمهور العام فيكون هنالك قسم للصحافة يتولى صياغة البيانات الصحفية وتوزيعها، وتنظيم المؤتمرات الصحفية، ورعاية العلاقات بالصحفيين، بالإضافة إلى اصدار صحيفة المؤسسة. ويخص

¹ محمد الدبس السردى ، مرجع سبق ذكره ، ص 315.

² ياسين مسيلي ، مرجع سبق ذكره، ص 125.

قسم آخر للإذاعة والتلفزيون، وثالث للإنتاج السيمائي، ورابع للندوات وهكذا. ويعتمد هذا القسم على الوسيلة الاعلامية، ولذلك يسمى أحيانا بالأسلوب الإعلامي ووظيفي¹.

3-2: الاسلوب النوعي:

وفي هذا السلوب يتم توزيع العمل على الأقسام على اساس الجماهير النوعية للمؤسسة حسب طبيعة نشاط المؤسسة وعلاقتها، ويعتمد ذلك الاسلوب في تقسيماته وتوزيع مسؤولياته واختصاصاته على علاقات المؤسسة بكل جمهور من جماهيرها النوعية.

3-3: الاسلوب الاتصالي المزدوج:

ويعتمد ذلك الاسلوب على تخصيص بعض أقسام الإدارة للاتصال بقطاعات الجماهير المؤثرة على المؤسسة بشكل مباشر، بالإضافة إلى بعض الأقسام الإعلامية التي تقوم بإنتاج مواد الاتصال لخدمة الجمهور العام والنوعي².

كما أنه يجمع التنظيم الأسلوبيين معا في جانب وجود أقسام تخصص بالاتصال النوعي كالمستهلكين والموردين فإنها تنظم في تنظيماتها الداخلية أقساما لمواد الاتصال التي تخدم الاتصال العام في الصحف والاذاعة والتلفزيون وليس هنالك تفضيل لأسلوب على آخر حيث إن الأسلوب الامثل هو الأسلوب الذي يتفق وحاجة المؤسسة³.

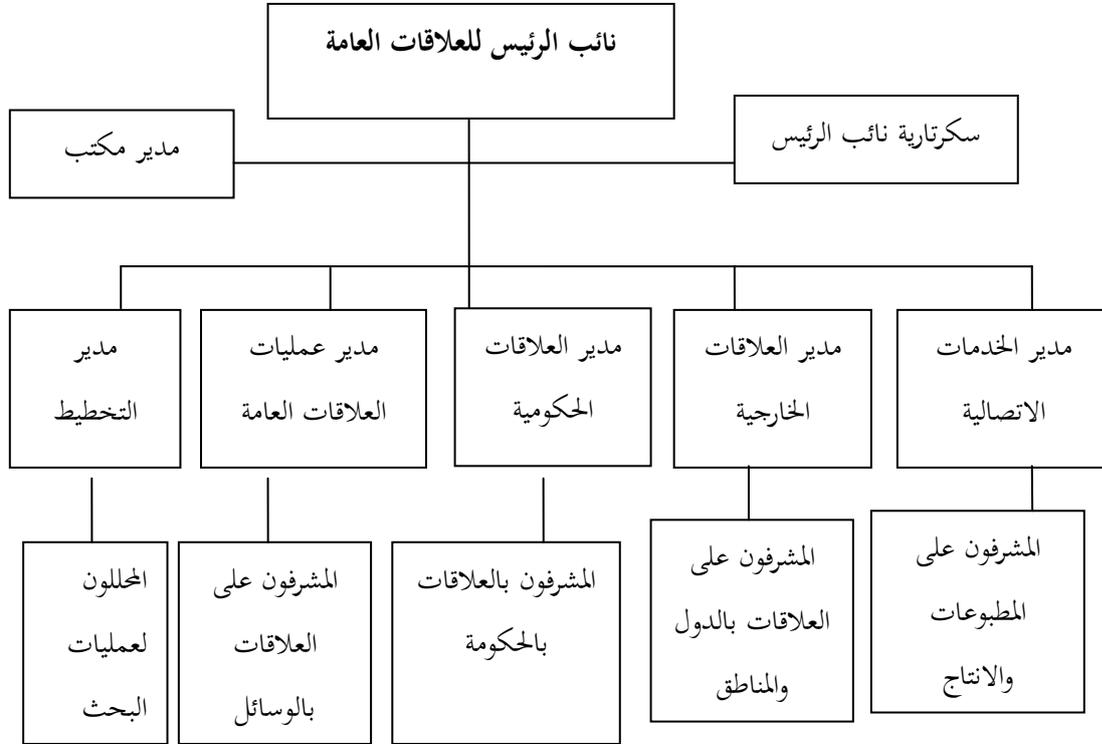
ويوضح الشكل التالي هيكل تنظيمي لإدارة علاقات عامة وفق الأسلوب الاتصالي المزدوج حيث تخصص بعض الأقسام للاتصال بالجماهير، على حين تخصص أقسام أخرى لإعداد مواد اتصالية تستخدم لمخاطبة جماهير المنظمة.

¹ يوسف محمود، إدارة وتخطيط العلاقات العامة ، مرجع سبق ذكره، ص 42.

² علي شبيه شدوان ، مرجع سبق ذكره، ص 193.

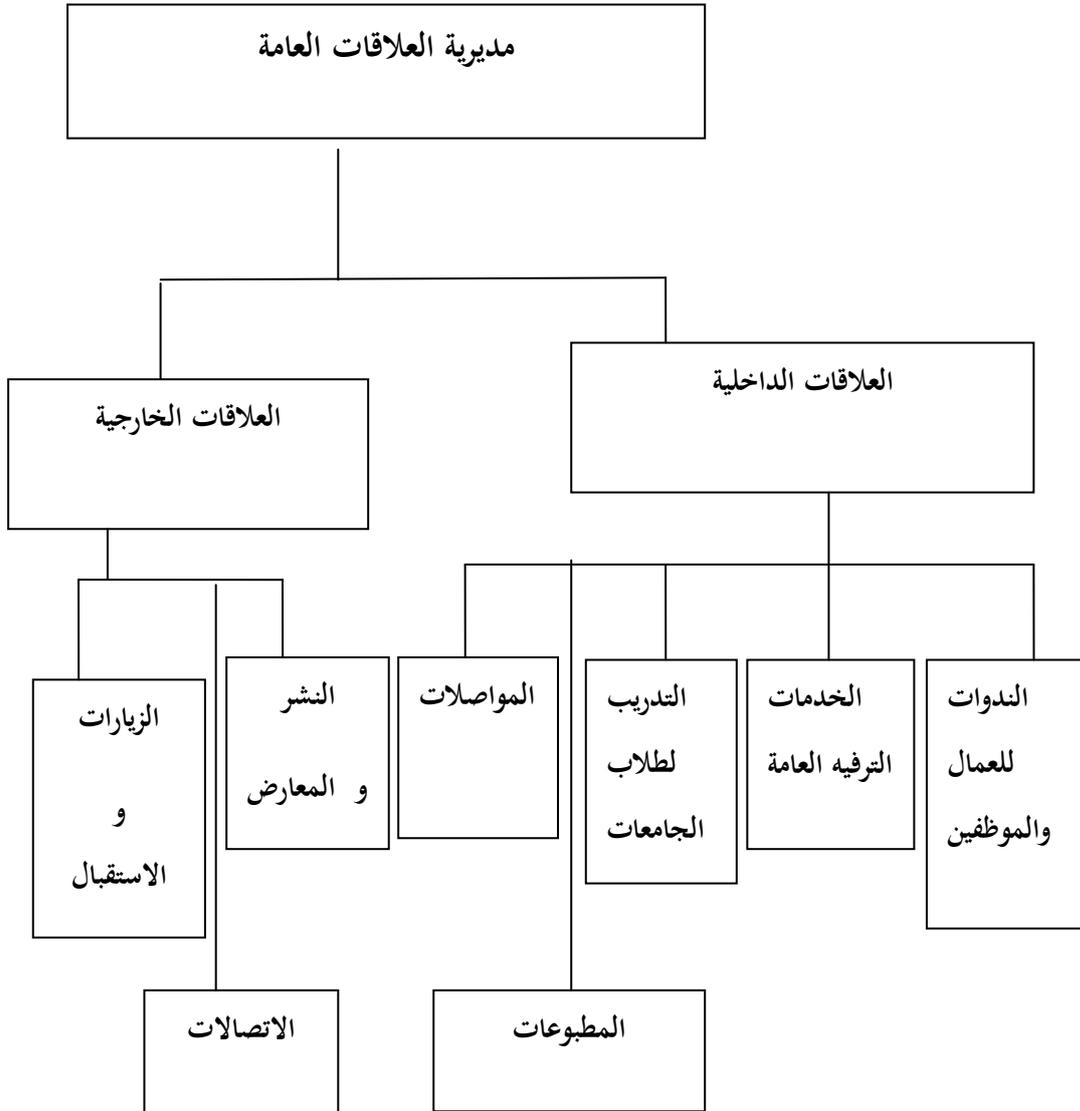
³ عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 229.

الشكل (2-1) يوضح تنظيم إدارة العلاقات العامة لإحدى المؤسسات.



المصدر : يوسف محمود: إدارة وتخطيط العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 43.

الشكل (2-2): يوضح تنظيم العلاقات العامة باستخدام أسلوب التنظيم الاتصالي



المصدر: عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مرجع سبق ذكره، ص 165.

المطلب الثالث: موقع العلاقات العامة في الخارطة التنظيمية للمؤسسة:

من المعروف أن موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي أو الخارطة التنظيمية تقرره عوامل عدة منها:

- قناعة الإدارة العليا بمسئوليتها التي تعتبر العلاقات العامة نوعاً من الترف فهي لا تدرك حتماً دورها في المجتمع مادامت لا تشعر بمسئوليتها الاجتماعية. وعند هؤلاء ليس للعلاقات العامة مكان في الخارطة التنظيمية. أما تلك المؤسسات التي تدرك مسئوليتها الاجتماعية نحو جمهورها ومدى أهمية علاقة

بالمؤسسة بهم فإنها تضع العلاقات العامة في موقع قريب من قمة الهرم لتكون قريبة للإدارة العليا، حيث إنها بالأساس المسؤولة عن العلاقات العامة.

ولكن مشاغلها أو عدم درايتها بفتون العلاقات العامة حدى بها أن تضع إلى جوارها وقريبة منها إدارة متخصصة في مجال .

- حجم المؤسسة من مستهلكين ومساهمين وزبائن ومن جمهورها الداخلي مما يزيد من أنشطة العلاقات العامة ويضعف من أهميتها ويرفع مكانتها في الهيكل التنظيمي قريبا من مستوى الإدارة العليا.

- وما دامت العلاقات العامة تقدم بشرح سياسات المؤسسة للجمهور تمد المؤسسة بكافة التقلبات التي تطرأ في الرأي العام، وما دامت تعمل كجهة استشارية للإدارة العليا في هذه المجالات فإن مكانها الطبيعي لا بد أن يكون قريبا من الإدارة العليا في أولويات الهيكل التنظيمي.

- ولكي تتسلح العلاقات العامة بالقوة التي تستند إليها وهي تقدم استشاراتها ووجهة نظرها لبقية الأجهزة الإدارية الأخرى في المؤسسة ولتضمن وصول رسالتها هذه للعدارة العليا ولتعمل تحت رعايتها ولتستمد من قوتها فهي لا بد أن تعمل تحت ظلالها وتبقى قريبة من العدارة العليا في الخارطة التنظيمية.

- كما ان وجود دائرة العلاقات العامة في مكان قريب من الإدارة العليا في الخارطة التنظيمية سيعينها على تأدية عملية التنسيق بين الوحدات الإدارية للمؤسسة في مجال العلاقات العامة¹.

ويضع متخصص مثل يورد هارولد لنسكي تنظيم العلاقات العامة عبر ثلاثة أشكال لهماكل تنظيمية لكبرى المؤسسات في الولايات المتحدة تتباين في موقع ومكان العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي ولكنها جميعا قريبة في مكانها ومن موقع الإدارة العليا ولكنها متباينة بشكل أو آخر إلا أن جميعها يدل على أهمية أن تكون العلاقات العامة في صدارة هيكل المؤسسة، ولذلك فإن حرص الإدارة

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 226-227.

العليا لأية مؤسسة في تحقيق النجاح والتقدم وإنجاز مهمتها بشكل كفاء، يستوجب أن يكون موقع العلاقات العامة في أعلى الخارطة التنظيمية للمؤسسة وهذا ما نلاحظه في أغلب المؤسسات الناجحة¹.

ويتأثر الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بعدة متغيرات أهمها:

- نطاق خدمات العلاقات للمؤسسة: فالمؤسسة التي تقوم بخدمة عامة على نطاق واسع تكون عليها مسؤوليات عامة ولذلك يتشعب تنظيم إدارة العلاقات العامة بها.

- حجم وعدد العاملين الذين تخدمهم المؤسسة: مما يحدث تأثيرا مباشرا على تشابك أنشطة العلاقات العامة بها وعلى حجم ، وبناء إطار تنظيم للعلاقات العامة.

- المركز المالي للمؤسسة: حيث أن له تأثيرا واضحا على المخصصات اللازمة للعلاقات العامة و حجم تنظيم العلاقات العامة بها.

- التنظيم الرسمي للمؤسسة: بحيث يمكن استخدام المديرين التنفيذيين، لإضافة علاقات طيبة مع الجمهور الذي سيتعامل معهم.

- الفلسفة الإدارية والسياسية العامة للمؤسسة: فيما لم يكن المديرين التنفيذيين مدفوعين بواسطة فلسفة خدمة عامة ويعملون وفق سياسات محددة، فإن هنالك فرصة محدودة لإنشاء إدارة العلاقات العامة تستوعب الأنشطة الاتصالية المطلوبة.

- الخبرة والكفاءة: بما ينعكس على تحديد السلطات، وتقديم الصلاحيات، والواجبات في إدارة العلاقات العامة.

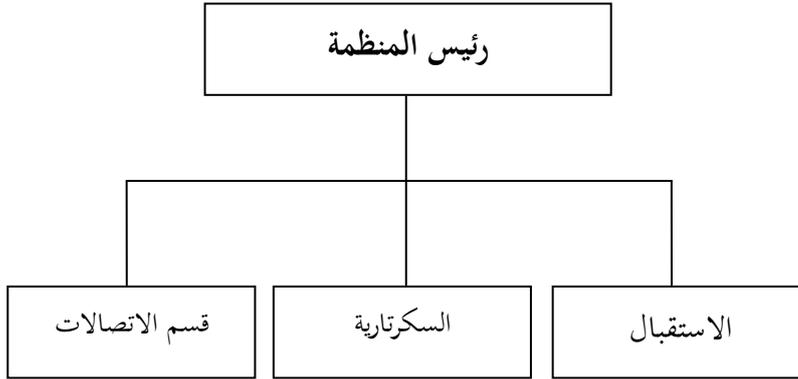
- حجم الاعمال التي تمارسها إدارة العلاقات العامة، ودرجة تنوع تلك الأعمال أو تجانسها².

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان، الاردن 2011، ص 56.

² علي شبيه شدوان ، مرجع سبق ذكره، ص 174.

وهناك أكثر من شكل تنظيمي سائد في معظم المنظمات المعاصرة على اختلاف نشاطاتها و إمكاناتها في العلاقات العامة سواء كانت منظمات كبيرة أو متوسطة أو الحجم الصغير مع احتراف نوعية العمل الذي تمارسه كل منظمة من هذه المنظمات والتي يمكن أن تستعين بأحد الأشكال التالية:

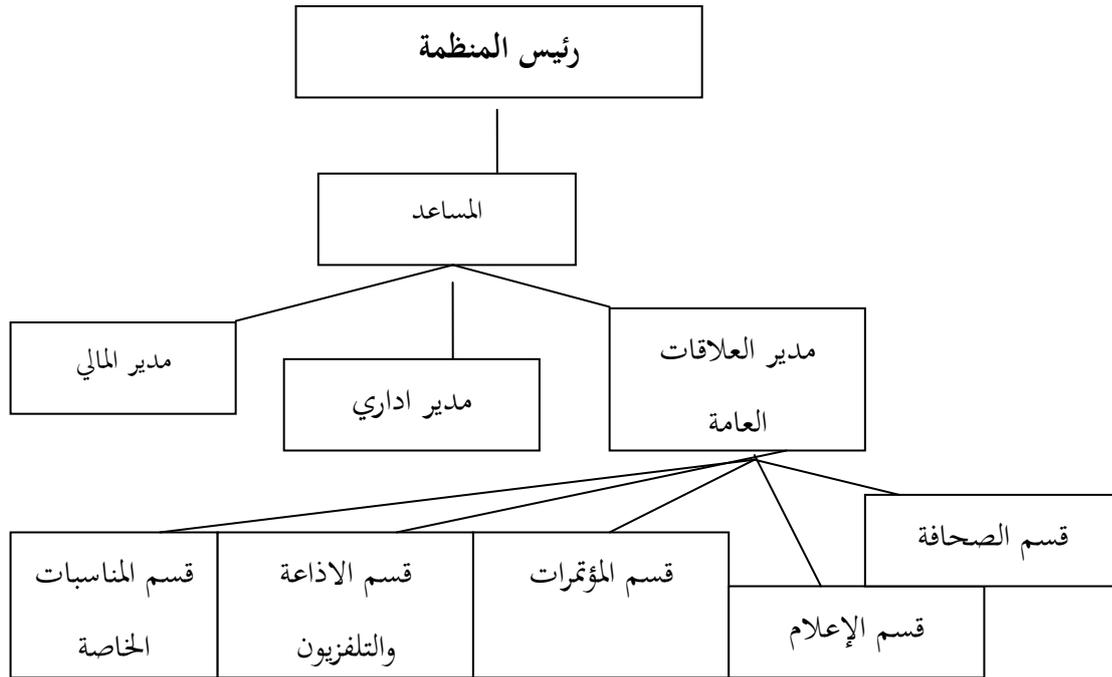
الشكل (2-3): التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة بشكل عام .



المراجع: محمد الدبس السردى ، مرجع سبق ذكره، ص312.

ويكون هذا الشكل في الحالات التي تقتصر وظيفة وأنشطة العلاقات العامة على تنظيم بعض الزيارات وعمليات الاستقبال والمساعدة في تنظيم الحفلات والمناسبات العامة ويمكن أن يأخذ الصور.

الشكل (2-4): الشكل المركب يستخدم في المشاريع الكبيرة



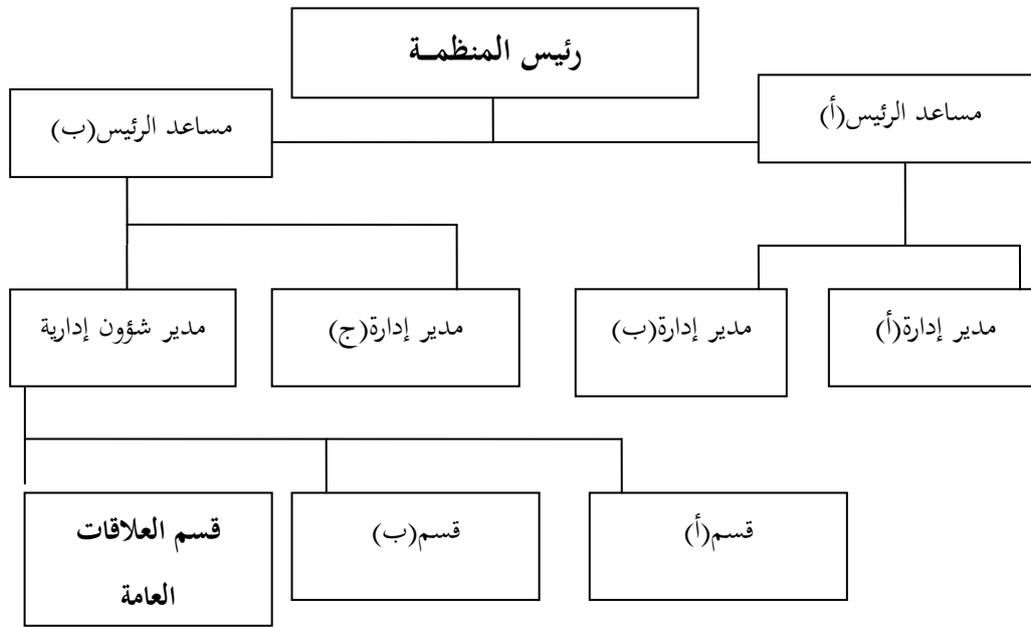
المراجع: محمد الدبس السردى ، مرجع سبق ذكره، ص 312.

يؤخذ هذا الشكل في المنظمات الكبيرة الحجم وذات العلاقات الواسعة على المستويين الداخلة و
الخارجي¹.

¹ محمد الدبس السردى ، مرجع سبق ذكره ، ص 312.

الشكل (2-5): العلاقات العامة ورئيس القسم

يسند وظيفة العلاقات العامة إلى أحد أقسام التابعة لمدير الشؤون الإدارية، ويكون مستوى العلاقات العامة في هذه الحالة في مرتبة رئيس قسم كما يوضح الشكل التالي:



المرجع: ياسين مسيلي: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 129.

المبحث الثاني: العلاقات العامة بالمؤسسة الجامعية

المطلب الأول: الشبكة المفاهيمية للمؤسسة الجامعية

قبل الخوض في بعض المسلمات التي لا بد منها كان لزاما علينا أن نقف عند حدود المصطلحات والمفاهيم كونها من الأمور التي تزيد البحث العلمي صلابة ومثانة سواء على الصعيد المعرفي أو المعلوماتي وقبل الولوج إلى ماهية المؤسسة الجامعية لا بأس أن نورد تعريف للمؤسسة من باب التوضيح.

1 - تعريف المؤسسة:

لقد تعددت التعاريف المقدمة لمفهوم المؤسسة، لذلك فمن الصعوبة بما كان الاتفاق على تعريف محدد لها، وفيما يلي سنستعرض البعض من هذه التعاريف:

نجد (G.LELARGE) في تعريفه للمؤسسة بأنها عبارة عن تنظيم يسخر وسائل مختلفة تدعى عوامل الإنتاج تستغل استغلالا ماليا بغرض إنتاج أو تسويق السلع والخدمات¹.

إن كلمة مؤسسة عندما نبحث عن أصلها فهي في الواقع ترجمة للكلمة ((ENTREPRISE))

أما في اللغة العربية واستناد إلى القاموس العربي (المورد) فكلمة مؤسسة مشتقة من فعل أسس، يؤسس، مؤسسة.

وحسب القاموس العربي (الشامل) فالمؤسسة جمع مؤسسات تعني جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية اجتماعية أو خيرية أو اقتصادية².

2- الموارد البشرية: يعترف الأكاديميون والممارسون على حد سواء بأن المنظمة بصفة عامة يتوقف على كفاءة العنصر البشري فيها وحل المشكلات الناجمة عنه على أسس علمية، بل لقد ذهب البعض إلى اعتبار أن المهنة الرئيسية للإدارة على كافة مستوياتها في المنظمة هي مهمة تكوين وتنمية فريق من الأفراد العاملين في مختلف مجالات النشاط فعلى أساس قدرة الإدارة في اختيار أعضاء الفريق وتصميم المهام الموكلة إلى كل فرد وقياس ومتابعة أدائهم وتدريبهم وتحفيزهم يتحدد مدى النجاح الذي تحققه في الميادين المختلفة التي يعمل فيها الأفراد وبالتالي فليس من المستغرب في مجال الإدارة أن تركز على العنصر البشري على أنه من أهم عناصر تميز الإدارة في المنظمة ويتضح ذلك في بشكل أساسي من النظرة الفلسفية للعمل الإداري في اليابان فنجد أنه يركز بشكل كبير على الموارد البشرية مثل التعيين مدى الحياة،

¹ نور الدين بشاخ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين تنافسية المؤسسة، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010، ص 03.

² خليدة نابتي، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية دراسة حالة جامعة محمد خيضر مذكرة ماستر، بسكرة، الجزائر، 2007، ص 18.

والتقدم البطيء والتدريجي، التخصص الدقيق، ميكانيزمات السيطرة غير مباشرة، صناعة القرار الجماعي، والمسؤولية الجماعية عن القرار¹.

ومن خلال كل هذا أرى أن العنصر البشري والطاقات البشرية هي الميزان الحقيقي لوجود نشاط في المؤسسة.

03- المؤسسة الجامعية: يرى "فليه والزكي" أن الجامعة مؤسسة للتعليم العالي تتكون من عدة كليات تنظم دراسات في مختلف المجالات، وتحول حق منح درجات جامعية في هذه الدراسات.

هي مجموعة من المعاهد علمية ذات صفة قانونية تستخدم أساتذة، وينتظم بها طلاب، وتهتم بصياغة وتفسير المعرفة القائمة، وتعمل على نشرها وتطويرها وتقديمها، وإعداد الطلاب إعداد يؤهلهم لتنمية وتطوير مجتمعاتهم. وهي مؤسسات تعليمية تحتل قمة السلم التعليمي، وتقبل طلابها بعد استكمال دراستهم في التعليم العام، وعادة تضع شروطها دقيقة لقبولهم فيها، أو إجازتهم منها، وتتم الجامعات بوجه خاص بالمعرفة تحصيلًا وتواصلًا ونشرًا وتطويرًا وتطبيقًا وخدمة للمجتمع ولها ثلاث وظائف أساسية، هي التعليم والبحث العلمي، وخدمة المجتمع².

فالجامعة في الأصل مجموعة من studium، الذي هو عبارة عن كلية أو مجموعة من الكليات العليا والذي استقطب الطلبة من مختلف أنحاء أوروبا، والذي أثبتت وضعيته status فيما بعد بوثيقة أو قرار من الإمبراطورية أو Pope، ليصبح studium Generale و الذي يمنح المدرسين فيه حق التدريس في أي مكان.

إن كلمة Universitas لم تعد تجمعنا فقط (مجموعة من studium)، لكن في باريس وشمال أوروبا كانت تعني تجمع الأساتذة، أما في بولونيا وإيطاليا فتعني "تجمع الطلبة"، حيث عرفت

¹ علي عجوة و فريد كريم، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، القاهرة، مصر، 2005، ص31.

² رافع أحمد أبو الزيت دراغمة، مرجع سبق ذكره، ص95.

باريس ب: "جامعة الأساتذة Universitas of Masters"، وبذلك أصبح مصطلح الجامعة يعني تجمع للأساتذة والطلبة ولم يعد يرتبط بـ Studium¹.

الجامعة الافتراضية: وهي نمط جديد للتعليم الجامعي عن بعد، حيث ظهرت نتيجة انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي تشهد تطورا مستمرا في هذه الآونة وتسمى بالجامعة الافتراضية، لأنها بدون مبان تعليمية حقيقة أو مكاتب لأعضاء هيئة التدريس أو معامل للكمبيوتر أو لغات أو ملاعب، وهي تقوم على أساسين هما التعليم العالي المستمر والذاتي مدى الحياة لجميع أفراد المجتمع مهما أختلف بعد المكان والزمان، والمحاكاة للواقع من خلال تقديم واقع افتراضي أو نماذج مشابهة للواقع الحقيقي، وهي مؤسسات أكاديمية تهدف إلى تأمين أعلى مستويات التعليم الجامعي للطلاب في أماكن إقامتهم بواسطة الشبكة العنكبوتية العالمية من خلال بيئة الكترونية تعليمية متكاملة متعددة على شبكة متطورة².

المؤسسة الجامعية الجزائرية:

الكثير من الباحثين والمهتمين بالشأن الأكاديمي والعلمي في الجزائر خاصة ما تعلق بالجامعة وشؤونها يرون أن هذه المؤسسة الحساسة مرت بطورين هامتين الأولى كانت في عهد الاستعمار الفرنسي للجزائر والثانية كانت بعد مرحلة الإستقلال إلى يومنا هذا أين كانت التسوية الجامعية وبداية مرحلة جديدة بالجزائر.

¹ نوال نور، كفاءة أعضاء هيئة التدريس وأثرها على جودة التعليم العالي، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2011، ص22.

² عمر الخير ابراهيم وآخرون، مجلة كلية الاقتصاد العلمية، العدد6، كلية الاقتصاد والعلوم سياسية، جامعة إفريقيا العالمية، السودان، ص89.

مراحل التعليم بالجزائر

أولاً: مرحلة ما قبل الاستقلال:

قبل حصولها على الاستقلال، كانت الجزائر تملك جامعة واحدة وهي جامعة الجزائر والتي تعد أول جامعة في الوطن العربي 1907 م وكانت نسخة طبق الأصل للجامعة الفرنسية التقليدية وكانت تضم أربع كليات: الآداب، الحقوق العلوم الطب.

مرحلة الثانية: مابعد استقلال الجزائر

بعد الاستقلال مباشرة، بقيت الجامعة الجزائرية تسير بالأسلوب نفسه الذي تركه الإستعمار وذلك من حيث البرنامج التعليمية وهيئة التدريس وحتى أنظمة الامتحانات والشهادات.

مرحلة الثالثة: اصلاح 1971

إعتباراً للبرنامج الطموح للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للجزائر والقائمة على التصنيع وتحديث الاقتصاد جاءت مرحلة إصلاحات السبعينيات لإصلاح التعليم العالي لتمكينه من الاستجابة لاحتياجات التنمية من الإطارات الجزائرية، تزامنت عملية الإصلاح هذه مع المخطط الرباعي الأول (1974-1977)¹.

وأذكر المراحل الأخرى بإختصار حيث تأتي بعد مرحلة الإصلاح، مرحلة الثالثة حيث تصادف هذه المرحلة تطبيق المخطط الخماسي الذي حدد عدد طلبة الجامعات .

أما المرحلة الرابعة: وهي مرحلة التسعينيات والتي شهدت تغيرات عديدة منها وضع نظام التوجيه الشبه اجباري تبعاً لنتائج البكالوريا وشغور الأماكن البيداغوجية، اصدار هياكل لإعادة صياغة البرامج، التفكير في استقلالية مؤسسات التعليم العالي.

¹ إيمان علائي، الإتجاهات الحديثة للحكومة في قطاع التعليم بالجزائر، مذكرة ماستر منشورة، قسم علوم التسيير، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2014، ص75.

أم المرحلة الخامسة: تتميز بعودة نظام الكلية وأصبحت هذه الأخيرة وحدة للتعليم والبحث بالجامعة ولها تخصصات عدة تتشكل من أقسام على أساس الشعب ومن مهامها حسب (الجريدة الرسمية) مايلي:

- التعليم على مستوى التدرج وما بعد التدرج.

- نشاطات البحث العلمي.

- أعمال التكوين المتواصل وتحسين المستوى وتجديد المعارف¹.

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة في الجامعة

كما أن لكل جامعة من الجامعات ولكل مؤسسة من المؤسسات رسالة وأهداف تميزها عن غيرها وتضفي عليها طابعها الخاص، وتعكس تفردا وتميزا من غيرها وتحدد هويتها وطبيعتها، كذلك فإن العلاقات العامة رسالتها ومهمتها التي تؤديها داخل الجامعات، والتي تم إبرازها من خلال الأدوار المتكاملة للعلاقات العامة داخل الجامعات وهي تعبر عن اتجاه عمل هذه الإدارة وصورته الشاملة وطابعه المميز، وتمنحه النظرة الموسعة التي تركز عليها الأهداف والسياسات والإستراتيجيات، وتوجه كافة التصرفات، وتعد المبرر لوجود هذه الإدارة والركيزة التي تستند عليها غاياتها وأهدافها².

للعلاقات العامة العديد من الأهداف ولكنها داخل الجامعات تمثل أهداف خاصة لما يتطلبه الوسط الجامعي وهي:

1- استقبال الوفود الطلابية الزائرة : ينبغي أن تتبنى كل جامعة خطة سنوية لتبادل الزيارات مع طلاب الجامعات والمعاهد الأخرى، أو أن تستقبل تلاميذ الثانوية، فتقوم العلاقات العامة بتنظيم هذه الزيارات واستقبال الوفود وإتاحة الفرصة لها للتعرف على أنشطة العلاقات الجامعة المختلفة بالإضافة إلى استقبال أساتذة الجامعة وأصحاب هذه الوفود في جولة حول منشآت الجامعة الهامة.

¹ خليدة نابتي، مرجع سبق ذكره، ص ص 54-55.

² عبد العزيز الخياط، اتجاهات موظفي إدارة العلاقات العامة بالجامعات الحكومية والأهلية، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013، ص 32.

2- ربط الجامعة بالمجتمع المحلي: تقوم الجامعة بتثييع البحوث والأنشطة التي تهدف إلى خدمة المجتمع المحلي وأن تنظم العلاقات العامة بالجامعات الأحداث الخاصة والتي تهدف إلى ربط الصلة بالجمهور العام وتأكيد دور الجامعة في خدمة المجتمع.

3- إعلام الطلاب وتوعيتهم: إن طلاب الجدد في أمس الحاجة إلى التعرف على أنشطة الجامعة وأنظمتها وسياساتها والكليات وأقسام التي تضمنها ومناهج الأقسام المختلفة ومحتوى المواد في نظام الساعات الذي يسمح للطلاب بقدر معين من حرية الاختيار، فهناك العديد من الوسائل الإعلامية التي تحقق هذه الاهداف منها: (الكتيبات أو النشرات أو الدليل أو صحيفة الجامعة)¹.

4- تكوين بعض المسلمات assumptions التي يمكن أن تمثل موجهاً لعمليات التطوير والتحديث بالجامعة، وهي تمثل قواعد يجب مراعاتها في مسيرة التطوير.

6- تكوين الرؤية المستقبلية ورسالة وكالة الجامعة للتطوير وصياغة أهدافها وتحديد التوجهات الاستراتيجية المستقبلية وذلك في ضوء الخطوات الثلاث

7- بناء تصور شمولي لعمليات التطوير يعكس الفلسفة والحكمة التي يقوم عليها ويتضمن الرؤية والرسالة والأهداف والتوجيهات المستقبلية لتطوير الجامعة لتقوم برسالتها التعليمية والبحثية وفي مجال خدمة المجتمع في إطار من الريادة والمواطنة والإبداع.

8- إتاحة الفرصة للمشاركة البناءة لكافة الأطراف المعنية بالجامعة لا يمكن عزلها عن أطرافها المعنية الداخلية أو الخارجية، وذلك من خلال ورش عمل ومجموعات تركيز فكري وغيرها من الوسائل.

¹ حليلة نابتي، مرجع سبق ذكره، ص 65.

- 9- إعادة الهيكلة وإعادة التنظيم واستحداث وحدات جديدة للوفاء بالتوجهات المستجدة وصياغة المبادرات وتحديد الموارد المطلوبة وكيفية الحصول عليها¹.
- 10- تعريف المجتمع بكل شرائحه ومستوياته بالجامعة وأهدافها وبرامجها ومميزاتها، بهدف بناء سمعة طيبة لها، ورسم صورة ايجابية لدى جماهير المجتمع.
- 11- تعميق انتماء الجماهير الداخلية للجامعة، وتمكينهم من الافتخار والاعتزاز بها، وتعزيز ثقتهم بالجامعة وإدارتها.
- 12- نشر الأخبار والتقارير الإعلامية المتصلة بالجامعة.
- 13- التعريف بأنشطة الجامعة من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة.
- 14- إطلاع إدارة الجامعة على صورتها من خلال إجراء الدراسات والبحوث الميدانية واللقاءات.
- 15- توثيق جميع المعلومات والأنشطة والبيانات والصور والأفلام الخاصة بالجامعة، وإقامة أرشيف وثائقي خاص بالجامعة.
- 16- الترويج لبرامج الجامعة الأكاديمية والاجتماعية والتدريبية.
- 17- الاسهام في تحسين موارد الجامعة.
- 18- شرح الخطط والبرامج والأنشطة والسياسات الخاصة بالمنشأة وتفسيرها من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- 19- العمل على رعاية ضيوف الجامعة .

¹ زهير بن عبد الله دمنهوري، توجيهات التطوير المستقبلية لإعادة هيكلة وتنظيم وكالة الجامعة للتطوير على ضوء الخطة

الاستراتيجية للجامعة والاتجاهات العالمية الحديثة لتطوير التعليم العالي، وكالة الجامعة للتطوير، تقرير منشور، جامعة الملك عبد

العزیز، السعودية، 2006، ص10.

20- الإشراف على البرامج والأنشطة الإعلامية والدعائية كافة والعلاقات مع المؤسسة الإعلامية.

21- إنتاج البرامج والتقارير التسجيلية والوثائقية الخاصة بالجامعة.

22- معالجة أية شكاوي أو مشكلات أو تواجه الطلبة أو الجامعة¹.

ومن جهة أخرى أرى أن مسؤول العلاقات العامة يجب أن يساهم في تكوين الطلبة في مجال العلاقات العامة عبر دورات تكوينية وذلك بالتنسيق مع كليات الجامعة والأقسام ، وأرى أن الهدف منها هو تعميم أخلاقيات العلاقات العامة في الجامعة .

¹ رافع أحمد ابو الزيت دراغمة، مرجع سبق ذكره، ص102

خلاصة الفصل:

و كخلاصة تعد العلاقات العامة نشاطا حيويا من أنشطة الإدارة التي أصبحت ضرورة لا غنا عنها داخل أي مؤسسة عمومية، وبرغم من حداثة هذا النوع من فروع المعرفة الإنسانية إلا أنه بدأ يلقي العناية باعتباره اتصالا يؤثر في نجاح المؤسسة لإيجاد مكان لها في محيطها وبناء صورة لها ودعم العلاقات الجيدة والقوية والمستمرة بين جماهيرها.

ومسؤولية العلاقات العامة يجب أن تحدد أساليب تنظيم وإدارة العلاقات العامة التي تلعب دور في سير المؤسسة وتستبعد ما يتعارض مع مصلحة الجمهور أو تعدله بما يحقق التوافق، ولكي تنجز إدارة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجامعية لابد من أن يفهم ممارسوها المفاهيم والاساليب التنظيمية والمبادئ الأساسية للعوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية التي تحرك الجمهور في الظروف المعاصرة.

إن ظهور العلاقات هذا النوع من مجالات الإدارية حقق قبولا نسبيا لتعظيم أهمية وتأثير الرأي العام في نجاح المؤسسة العمومية، بالإضافة إلى انتشار ونمو المسؤولية الاجتماعية وضرورة أخذ وجهة النظر العامة كمتغير رئيسي مؤثر في إتخاذ القرارات ، وكذلك ما تم إحرازه من تقدم ملموس من نواحي التقنية المتعلقة بمجال تنظيم الإدارة (المراسيم التنظيمية) ، ومع ذلك لايزال هذا المجال يعاني في تطبيق هذا التنظيم في الإدارة.

ومن هنا يظهر لنا جليا أهمية ممارسة وظائف العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسات العمومية على غرار الجامعة ، لما يمكن أن تقوم به من أجل بقائها، واستمرارها، غير أن هذا النجاح لن يكون إذا لم توضع هذه الاخيرة في إطار إداري يسمح له بالتعاون مع باقي أنشطة المؤسسة .

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي:

أولاً: نبذة عن جامعة غرداية.

ثانياً: الكشف عن جهاز العلاقات العامة بكلية علوم الطبيعة والحياة جامعة غرداية

ثالثاً: نتائج تحليل المقابلة.

رابعاً: عرض و تحليل نتائج الاستبيان.

خامساً: نتائج تحليل الدراسة الميدانية.

سادساً: الاستنتاجات العامة للدراسة.

- خاتمة

- قائمة المراجع

- الملاحق

- الفهرس

تمهيد:

تلعب العلاقات العامة دورا مهم في المؤسسات العمومية ومن بينها الجامعة التي تقوم على هيكل تنظيم متناسق، لذلك سوف نتطرق في هذا الجانب إلى تقديم عام لجامعة غرداية وأهم المراكز التابعة لها لتليها المقابلات التي اجرينها مع بعض المسؤولين في الجامعة وبعد ذلك نقوم بتحليل النتائج الاستبيان للوصول إلى نتائج النهائية.

أولاً : نبذة تاريخية عن جامعة غرداية

أنشأت ملحقة جامعة الجزائر بغرداية بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في: 08 رجب 1425 الموافق لـ 24 أوت 2004 .

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-302 المؤرخ في 16 أوت 2005 أنشئ المركز الجامعي بغرداية، مع انضمام ملحقة المعهد الوطني للتجارة بتمثيلي إلى المركز ، حيث فتحت به التخصصات التالية:
معهد العلوم الإنسانية و الاجتماعية: ويضم التخصصات التالية:

- علم التاريخ

- علم الاجتماع

- اللغة و الأدب العربي

- العلوم القانونية و الإدارية

- علم النفس

معهد العلوم التجارية: ويضم تخصص

- العلوم التجارية

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-18 المؤرخ في 12/01/2010 أصبح المركز يتكون من المعاهد الآتية:

- معهد الآداب واللغات.

- معهد علوم الطبيعة والحياة

- معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

- معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية¹.

وكما سبق الذكر وبفضل الإرادة السياسية للسلطات العليا في البلاد من جهة و اهتمام الأسرة الجامعية لجامعتنا من جهة أخرى فالتكوين العالي في ولاية غرداية شهد ويشهد تطورات ملحوظة وهذا ما يلاحظ مع كل دخول جامعي من فتح لشعب جديدة وتخصصات جديدة في المستقبل المضاعف

¹ كلمة مدير الجامعة، (فقرات رقمية وتحديات في الأفق)، مجلة الواحات للبحوث والدراسات ، العدد 10، ديسمبر 2010، ص11.

للطلبة، التوظيفات لإطارات سامية ذات كفاءة عالية مؤهلات علمية إضافة إلى استلام هياكل قاعدية مستحدثة دعما لعملية التكوينية وذلك قصد الحصول على التكوين النوعي المثالي، ومن كل هذه لمنطلقات والمتغيرات التي شهدتها الجامعة بعد توفره على الشروط البيداغوجية المطلوبة وذلك خلال الافتتاح الرسمي للموسم الجامعي 2011-2012 و الذي جرت مراسيمه بجامعة الأغواط بتاريخ 14 ديسمبر 2011 أعلن فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة عن ترقية المركز الجامعي إلى مصاف الجامعات الوطنية وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12/248 المؤرخ في 14 رجب 1433 الموافق لـ 04 يونيو 2012 متربعة على مساحة قدرها 30 هكتار تتسع لـ 4000 مقعد بيداغوجي، بالإضافة إلى 6000 مقعد بيداغوجي استلمت منه 2000 مقعد و 4000 مقعد قيد الانجاز وتحتوي على هياكل بيداغوجية متنوعة: مدرجات، قاعات لتدريس، قاعات للإنترنت، قاعة محاضرات، قاعات للاجتماعات، مكاتب إدارية وبيداغوجية، مخبر، 2 مكتبة وقاعات مطالعة، ميدياتيك، قاعة التعليم المتلفز النوادي مرافق رياضية، عيادة طبية، ديوان المطبوعات الجامعية، مراكز التعليم المكثف للغات، مطبعة جامعية، محكمة افتراضية .

فتضم جامعة غرداية حاليا ستة كليات هي:

1. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.
2. كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض.
3. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
4. كلية علوم والتكنولوجيا.
5. كلية الآداب واللغات.
6. كلية الحقوق والعلوم السياسية.

وجامعة غرداية كغيرها من المؤسسات الخدمائية التي تسهر على تكوين كفاءات علمية وادارية قادرة على تحمل المسؤوليات وأداء مهامها بكل فاعلية وهذا لم يكن وليد لحظة فراغ بل كان نتيجة لمجهودات جبارة سواء من طرف السلطات أو من طرف الهيئات المختصة في الجامعة المكونة أساسا من اطارات رفيعة المستوى.

وتضم جامعة غرداية عدة مراكز ومرافق ادارية تعمل وفقا للقانون الداخلي للجامعة ولعل من أهمها:

1. المكتبة المركزية: حيث نشأت المكتبة المركزية بجامعة غرداية في الموسم الجامعي 2004/2005، استفادة من رصيد معتبر على سبيل الإهداء من مكتبة جامعة الجزائر، وكذا عن طريق الاقتناء السنوي

من مختلف دور النشر الوطنية منها والدولية. واستمرت في التطور مع مرور السنوات الجامعية إلى يومنا هذا.

حيث بلغ الرصيد الوثائقي للمكتبة إلى 26477 عنوانا بالنسبة للكتب، و 3451 عنوانا بالنسبة لمذكرات التخرج (ليسانس، ماستر، ماجستير، دكتوراه). و 2142 عنوانا بالنسبة للمجلات والدوريات، 188 عنوانا بالنسبة للقواميس والموسوعات¹.

2. الامانة العامة: تقوم بضمان تسيير المسار المهني لمستخدمي الجامعة مع احترام صلاحيات الكلية والمعهد في هذا المجال كما تقوم بتحضير مشروع ميزانية الجامعة ومتابعة تنفيذها، ضمان متابعة تمويل أنشطة المخابر ووحدات البحث، السهر على السير الحسن للمصالح المشتركة للجامعة، وضع برامج الأنشطة الثقافية والرياضية للجامعة وترقيتها، ضمان متابعة وتنسيق مع المكتب الوزاري للأمن الداخلي، ضمان تسيير الأرشيف والتوثيق لمديرية الجامعة، ضمان مكتب تنظيم الجامعة وتسيير. كما تشمل الأمانة العامة التي يلحق بها مكتب التنظيم العام ومكتب الأمن الداخلي للمديريات الفرعية: المديرية الفرعية للمستخدمين والتكوين، المديرية الفرعية للمالية والمحاسبة، المديرية الفرعية للوسائل والصيانة، المديرية الفرعية للأنشطة العلمية والثقافية والرياضية.

3. مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز والتعليم عن بعد: يعد من أبرز المراكز في جامعة غرداية، وهذا لما يشكله من أهمية كبيرة من حيث الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام الآلي وأدواته، ويساهم في تفعيل أداء الأساتذة والطلبة للقيام بأدوارهم التعليمية، ويحتوي على مقهى الإنترنت مجهز بـ 60 جهاز، 06 مخابر إعلام آلي، وقاعة التكوينات، وقاعة أنترنات للأساتذة ، وأربعة مخابر للغات².

3. المديرية الفرعية للأنشطة العلمية والثقافية والرياضية بجماعة غرداية: تضم طاقم إداري على دعم الطالب للإبداع في المجال الثقافي والترفيهي والتراثي من خلال البرامج التي تسطرها مع النوادي الثقافية العلمية الرياضية والتنظيمات الطلابية التي تمنح لها الاعتماد للنشاط في كل دخول جامعي وكذلك تفعيل

¹ نيابة المدير للتنمية والاستشراف، (دليل الطالب الجامعي) ، مصلحة الاعلام والتوجيه، جامعة غرداية ، 2017، ص 03.

² مطوية الجامعة، مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز والتعليم عن بعد ، جامعة غرداية .

الانشطة الرياضية بالقيام بالدورات الرياضية للإناث والذكور، كما تهدف الأنشطة العلمية الثقافية والرياضية بجامعة غرداية لإبراز القيم الإسلامية والوطنية والسمو بالأخلاق والفضيلة في الوسط الجامعي¹. كما تحتوي جامعة غرداية على مصالح لا تقل أهمية عن سابقتها ولها مهام لا يستهان بها في الحفاظ على الأداء الحسن للجامعة ولعلنا نقتصر على المصالح التالية:

1. نيابة مديرية الجامعة للتكوين العالي في التدرج والتكوين المتواصل والشهادات:

تتكفل بمتابعة المسائل المتعلقة بسير التعليم بسير التعليم والتدريب المنظمة من قبل الجامعة والسهر على انسجام عروض التكوين المقدمة من الكليات والمعاهد مع مخطط تنمية الجامعة، السهر على احترام التنظيم الساري المفعول في مجال التسجيل وإعادة التسجيل ومراقبة المعارف وانتقال الطلبة، إضافة الى متابعة أنشطة التكوين عن بعد الذي تضمنه الجامعة وتطوير أنشطة التكوين المتواصل، السهر على احترام التنظيمات والإجراءات السارية المفعول في تسليم الشهادات والمعادلات مع ضمان مسك القائمة الإسمية للطلبة وتعيينها.

كما تشمل المصالح الآتية: مصلحة التعليم والتدريب والتقييم، مصلحة التكوين المتواصل، مصلحة الشهادات والمعادلات.

2. نيابة المدير للعلاقات الخارجية والتعاون:

تقوم بمهام الربط بين الجامعة والجامعات الخارجية وتقوم كذلك بمتابعة أنشطة البحث لوحدها ومخابر البحث وإعداد الحصيلة بالتنسيق مع الكليات والمعاهد، وتقوم بترقية علاقات الجامعة مع محيطها الاجتماعي والاقتصادي والمبادرة ببرامج الشراكة، تضاف لها المبادرات بكل نشاط من أجل ترقية التبادل ما بين الجامعات والتعاون في مجالي التعليم والبحث، المبادرات بأعمال التنشيط والاتصال تنظيم التظاهرات العلمية و ترقيتها، ضمان متابعة برامج تحسين المستوى وتجديد معلومات الأساتذة و إنسجامها.

¹ (كلمة الأمين العام للجامعة)، مجلة منبر الطالب، العدد 1، المديرية الفرعية للأنشطة العلمية والثقافية والرياضية، جامعة غرداية، 2017، ص 5.

3. نيابة المديرية الجامعة للتكوين العالي والتكوين المتواصل والشهادات:

تعمل علة متابعة المسائل المتعلقة بسير التعليم والتدريب التي تنظمها الجامعة والسهر على انسجام عروض التكوين التي تقدمها الكليات والمعاهد مع مخطط تنمية الجامعة، كما تقوم بالسهر على احترام التنظيم المعمول به في مجال التسجيل وإعادة التسجيل ومراقبة المعارف وانتقال طلبة التدرج، متابعة أنشطة التكوين عن بعد وترقية أنشطة التكوين المتواصل في الجامعة، السهر على احترام التنظيم والإجراءات المعمول بها في مجال تسليم الشهادات والمعادلات، ضمان مسك القائمة الإسمية للطلبة وتحيينها، متابعة المسائل المتعلقة بسير التكوين لما بعد التدرج وما بعد التدرج المتخصص وكذا التأهيل الجامعي والسهر على تطبيق التنظيم الساري المفعول في هذا المجال، ضمان متابعة سير المجلس العلمي للجامعة والحفاظ على آرشيفه.

4. نيابة مدير الجامعة للتنمية والاستشراف والتوجيه:

تعمل على جمع العناصر الضرورية لأعداد مشاريع مخططات تنمية الجامعة والقيام بكل دراسة استشرافية حول توقعات تطوير التعداد الطلابي للجامعة واقتراح كل إجراء من أجل التكفل بهم، لاسيما في مجال تطوير التأطير البيداغوجي والإداري، مسك البطاقيّة الإحصائية للجامعة وتحيينها دوريا، القيام بإعداد دعائم إعلامية في مجال المسار التعليمي الذي تضمنه الجامعة ومنافذها المهنية، متابعة برامج البناء وضمنان تنفيذ برامج تجهيز الجامعة بالاتصال مع المصالح المعنية، وتشمل المصالح الآتية: مصلحة الإحصاء و مصلحة التوجيه والإعلام + مصلحة متابعة برامج البناء والتجهيز الجامعة¹.

يجمع عديد الباحثين والمختصين في مجال البحوث العلمية أن الملاحظة والمقابلة من الأدوات التي لا يمكن الاستغناء عنها كونها تساهم وتساعد في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بأي دراسة، وقد اعتمدنا عليها في سياق دراستنا ومتطلباتها المنهجية وكل ذلك للوصول والحصول على أكبر قدر ممكن من المعطيات الصحيحة من خلال السلوكيات الصادرة من مختلف المصالح الادارية داخل الجامعة، ومجمل

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 62 رقم 03-279 سنة 2004، صص 22، 21.

الممارسات والتعاملات بين الموظف واعتمدا على الملاحظة المباشرة حيث جعلتنا نتعرف وعن كتب عن ردود أفعال المبحوثين ومدى مصداقية أقوالهم.

ثانيا: الكشف عن جهاز العلاقات العامة في كلية علوم الطبيعة والحياة جامعة غرداية

إن العديد من الجامعات والكليات الأمريكية تعامل الطلبة وأولياء أمورهم كزبائن، فأخذت هذه الجامعات تهتم بهم لتسويق خدمات الجامعة بشكل أفضل، وأنشأت دوائر بحث لدراسة مدى وعي إدراك الطلبة لجامعاتهم، وعليه تقوم بتصميم رسائل تسويقية تهدف جماهيرها الخارجية¹.

كما أنني سوف أتطرق في هذا البحث إلى جماهير العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية العالي وعليه :

يستخدم اصطلاح الجمهور في العلاقات العامة ليشير إلى جماعة مكونة من فردين أو أكثر تربطهم مصلحة أو أهداف مشتركة. ويتأثر هذا الجمهور ببعض المنظمات القائمة ويؤثر فيها في نفس الوقت أي إن وظيفة التأثير ثنائية بين الجمهور والمنظمة، والفرد الواحد ينتسب الى أكثر من جمهور بتعدد الوظائف الاجتماعية التي يمارسها، ولذلك فإن عدد الجماهير لا يمكن حصره برقم معين فهو تقريبا عدد لانهائي، ومع هذا إنه من الضروري في العلاقات العامة تحديد أهم الجماهير بالنسبة للمنظمة وأكثر الوسائل فاعلية فب الاتصال بهذه الجماهير².

ويقسم "البدر" جمهور الجامعة إلى قسمين : الجمهور الداخلي ويتكون من كل ما ينتسب إلى الجامعة أو تربطه بها صلة عمل أو غيره، وهؤلاء هم هيئة التدريس، والموظفين العاملون في الجامعة، وطلاب الجامعة، وطلاب الدورات التدريبية، وجمهور الموظفين في مختلف الوزارات والهيئات والمصالح والشركات، وجمهور المهتمين بالأمور التربوية للبنين والبنات، وجمهور المهتمين بالدراسات الأكاديمية من داخل الجامعة ومن خارجها وفي مجالات الدراسة الجامعية والعلباء، والمؤسسات الأكاديمية من داخل

¹ رافع أحمد أبو الزيت دراغمة، مرجع نفسه، ص 96 .

² على عجوة و محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2005، ص 50 .

الجامعة ومن خارجها بما فيها من مراكز البحث والجمعيات العلمية ومراكز التدريب ذات الصبغة الأكاديمية، وجمهور المهنيين والحرفيين والتجار والصناع ممن يتكون بالجامعة بأي وسيلة، وجمهور الآباء وأولياء الأمور، وجمهور خريجي الجامعة، والحاصلون على مؤهلات علمية منها والمتدربون فيها، وجمهور العاملين في مجالات الإعلام، من إذاعة وصحافة وتلفزيون، ووكالات إعلان ووكالات أنباء داخلية وخارجية¹.

1- قسم العلاقات العامة في كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض

و يعد قسم العلاقات العامة من الأقسام الهامة في الكليات، حيث تعتبر حلقة الوصل الرئيسية بين الكلية وجمهورها الخارجي من مؤسسات المجتمع المدني والوزارات والدوائر الحكومية إضافة إلى الجمهور الداخلي والذي يشمل العاملين والطلبة.

وتبرز أهميته القسم من خلال الدور المناط به لاسيما في إيجاد صورة ذهنية طيبة للكلية لدى جماهيرها وتحسين وتطوير الصورة الموجودة مسبقا، وتكوين انطباع حسن وإيجابي عن الكلية وأنشطتها وبرامجها الأكاديمية وخدماتها المختلفة للجمهور².

أهداف قسم العلاقات العامة بالكلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض:

إن الإدارة العليا بكلية علوم الطبيعة والحياة والمتمثلة في العميد و الأمين العام للكلية والأمانة العام للكلية فتوجد بها عدة مصالح يسهر عليها ثلاثة موظفين إضافة إلى عميد الكلية الذي يقوم بالتنسيق مع المكتبين قبل الشروع في العمل، حيث من الخصائص التي تتصف بها الإدارة العليا حسن التعامل مع جميع الأساتذة والإداريون والطلبة وحتى الجمهور الخارجي والذليل على ذلك أن عميد الكلية دائما يحرص على تقديم المساعدة والخدمات للجمهور الداخلي والخارجي، ومن الأمثلة على ذلك متابعته

¹ رافع أحمد أبو الزيت دراغمة، مرجع سبق ذكره، ص 99.

² شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين، مذكرة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006، ص 67.

لعملية تسليم الشهادات المؤقتة بالتنسيق مع مسؤولية المصلحة وتقديمها للطلبة المتخرجين من خلال تحديد رزنامة محددة في فصل الصيف على أن تستمر من جديد بداية مع الدخول الجامعي الجديد.

تتكفل الأمانة العامة للكلية وفقا للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 8 رجب 1425 الموافق ل: 24 أوت 2004 الذي يحدد التنظيم الإداري لمديرية الجامعة والكلية وملحقة الجامعة ومصالحها المشتركة.

المادة 24: تكلف الأمانة العامة للكلية بما يأتي:

- تحضير مشروع مخطط تسيير الموارد البشرية للكلية وضمان تنفيذه.
- تسيير المسار المهني لمستخدمي الكلية
- ضمان تسيير الأرشيف وتوثيق الكلية والمحافظة عليها.
- تحضير مشروع ميزانية الكلية وضمان تنفيذه.
- ترقية الأنشطة العلمية والثقافية والرياضية لفائدة الطلبة بالتنسيق مع الهيئات المعنية لمديرية الجامعة.
- تسيير الوسائل المنقولة والعقارية للكلية والسهر على صيانتها.
- ضمان تنفيذ مخطط الأمن الداخلي للكلية.
- تشمل الأمانة العامة للكلية التي يلحق بها مكتب الأمن الداخلي المصالح الآتية:
 - مصلحة المستخدمين.
 - مصلحة الميزانية والمحاسبة.
 - مصلحة الأنشطة العلمية والثقافية والرياضية.
 - مصلحة الوسائل والصيانة.

-المادة 25: تشمل مصلحة المستخدمين الفرعين الآتين:

- فرع الأساتذة.

- فرع المستخدمين الإداريين والتقنيين وأعاون المصالح.

المادة 26: تشمل مصلحة الميزانية والمحاسبة الفرعين الآتين:

- فرع الميزانية.

- فرع المحاسبة.

المادة 27: تشمل مصلحة الوسائل والصيانة الفرعين الآتين:

- فرع الوسائل.

- فرع الصيانة¹.

فأرى أن العلاقات العامة لها عدة أهداف في كليات جامعة غرداية وبالخصوص كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض ومن بين الأهداف إحداث سمعة طيبة وحسنة وعلاقات متواصلة بين العاملين وبين إدارة الكلية، حيث أن إدارة الكلية تسعى جاهدة إلى تحسين صورتها مع جمهورها الداخلي والخارجي حيث أن عميد الكلية والفريق التابع له الممثلين بنواب العميد ومسؤول فريق ميدان التكوين ومسؤول المخابر الجامعية إضافة الى رؤساء الأقسام ونوابهم وكذلك الفريق التابع للأمين العام للكلية يسعون جاهدين للرفقي بالكلية لمراتب العليا، حيث يقوم عميد الكلية باجتماعات طارئة مع نواب العميد من أجل تنفيذ الأهداف في وقتها المحدد لها ومن بين الأهداف الاساسية للكلية ربط الكلية بالجامعات الاخرى وكسب الخبرة من الجامعات الجزائرية والخارجية .

¹ الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 62 رقم 03-279، ص 25.

يقوم عميد الكلية بتكليف نائب العميد المكلف بالعلاقات الخارجية والبحث العلمي بالسهر على إعداد برنامج للخرجات العلمية والأوامر بالمهمة الخاصة بالأساتذة مع ضرورة التنسيق مع الأمين العام للكلية ورئيس قسم علوم الفلاحة والبيولوجية، حيث يحرص عميد الكلية على ترتيب الخرجات العلمية في وقتها المحددة بعد ذلك يقوم الأمين العام للكلية بالتنسيق مع إدارة جامعة غرداية الممثلة بالأمانة العامة (الأمين العام للجامعة) ونيابة المدير للعلاقات الخارجية والتعاون للسهر والوقوف على هذه المهام.

كما يقوم عميد كلية علوم الطبيعة والحياة بتكليف نائب العميد مسؤول ميدان التكوين بمتابعة وأخذ الخبرة من الجامعات الأخرى وذلك من خلال المهمة الموكلة إلى مسؤول ميدان التكوين بالكلية، حيث يقوم بالاجتماع مع رؤساء ميادين الجزائر وسط بالضبط في مطار قسنطينة والجزائر العاصمة وأخذ وتدوين كافة المعلومات الجديدة في هذه الجامعات وحتى في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، لكي يشتم توظيفها في كلية علوم الطبيعة والحياة.

ويقوم عميد الكلية بالاجتماع مع مسؤول المخابر الجامعية التابعة لكلية علوم الطبيعة والحياة وكلية علوم والتكنولوجيا في مكتبه الخاص بالإعداد والتحضير للدخول الجامعي نظرا لأهمية المخابر الجامعية في المسار البيداغوجي، يقوم عميد الكلية بالوقوف والتنسيق مع مسؤول المخابر الجامعية على متابعة تكوين الطلبة في المخابر الجامعية باجتماعات موسعة مع الفريق التابع للمخابر الجامعية وذلك من أجل التحضير الجيد والمستمر ومتابعة سير الدروس لينتهي العميد اجتماعه برفع معنويات للمخبريين وذلك من خلال تحفيز فريق المخبريين.

كما يقوم العميد بالاجتماع مع نائبة العميد المكلفة بشؤون الطلبة والوقوف على قضايا الطلبة ومتابعة سير الدروس مع ضرورة التحضير للدخول الجامعي ومتابعة تسجيلات الطلبة الجدد والطلبة القدامى بالكلية مع ضرورة تعريف الطلبة بخصائص وأهداف الكلية للطلبة، كما تقوم نائبة العميد بالتحضير للأيام الدراسية والملتقيات وذلك من خلال التنسيق مع إدارة العامة للكلية ونواب العميد

وجميع ممثلي طلبة والنوادي التابعة للكلية مع متابعة والتنسيق مع الإدارة العليا لجامعة غرداية للتحضير الجيد لهذه الملتقيات.

أما عن دور العلاقات العامة في الأقسام فقد تجسدت على أرض الواقع وذلك من خلال حنكة وخبرة رؤساء الأقسام ونوابهم والأساتذة التابعين للقسم مع ضرورة ذكر الدور الذي يقوم به الإداريون في التعامل مع جمهور الداخلي الممثلة في الطلبة و الجمهور الخارجي الممثلة في أولياء الطلبة و مسؤولي وموظفي الإدارات الخارجية.

العلاقات العامة في قسم العلوم الفلاحية:

حيث تكمن العلاقات العامة في قسم العلوم الفلاحية مثلا في رسم صورة ذهنية حسنة عن القسم وذلك من خلال الدور الذي يقوم به مسؤول أمانة قسم علوم الفلاحية الذي أرى انه يتصف بخصائص وميزات مسؤول العلاقات العامة وذليل على ذلك أن جميع الأساتذة وطلبة و موظفي الكلية يكونون له الاحترام، حيث قام بتغيير سلوك بعض الطلبة الجدد التابعين للقسم الذين يحملون أفكار سيئة عن جامعة غرداية حيث ومن خلال التعامل الجيد مع هذه الفئة من الطلبة أصبح الطالب من خلال التعامل الجيد صديق للإدارة ، حيث أن هذا الأخير يشغل حاليا مسؤول أمانة قسم العلوم فلاحية بالإضافة إلى المهام الأخرى المتمثلة في إدارته لمكتب خلية رصد النقاط بالقسم ومصلحة هيئة التدريس المستحدثة بالكلية، حيث قامت إدارة الجامعة ونوادي التابعة للكلية و مجموعة من الجمعيات بتكريمه في إحدى المناسبات، كما يقوم فريق إدارة قسم العلوم فلاحية بالاجتماع مع الأساتذة والطلبة والتحضير لدخول الجامعي والأيام الدراسية والملتقيات والتنسيق مع ادارة الكلية في ما يخص أهداف القسم كما يولي اهتماما رئيس قسم العلوم فلاحية بتنفيذ الأهداف في وقتها المحدد.

العلاقات العامة في قسم العلوم البيولوجية:

تكمن العلاقات العامة في قسم العلوم البيولوجية في الدور الذي يلعبه رئيس قسم العلوم البيولوجية والفريق التابع المتمثل في الإداريين والتقنيين واساتذة القسم ،حيث أن القسم له العديد من المصالح ومن

بين المصالح نجد مصلحة شؤون الطلبة التابعة للقسم ومن بين أهداف هذه المصلحة معالجة شكاوي الطلبة وتقديم الحلول للطلبة وإرشادهم وتوجيههم كما تقوم مسؤولة المصلحة بإعداد كل الوثائق التي يحتاجها الطالب في وقت قياسي بالتنسيق مع رئيس القسم مروراً بأمانة القسم ونائب رئيس القسم، كما توجد بالقسم مصلحة رصد النقاط التي تقوم بتفريغ وصب نقاط الطلبة في الحاسوب، كما يتميز أساتذة القسم بالأخلاق الحسنة و تعاونهم مع الإدارة في تقديم خدمات لطالب وتعويض النقص الموظفين الذي يعاني منه القسم ، حيث أن طلبة القسم يتميزون بالأخلاق الحسنة وحسن تعاونهم مع الإدارة في الاعداد والوقوف على الملتقيات والايام الدراسية والابواب المفتوحة على الجامعة، كما يتصف طلبة قسم العلوم البيولوجية بالتعاون مع بعضهم البعض من أجل الوصول إلى نتيجة حسنة في مجال الدراسة.

كما يقوم رئيس القسم بالوقوف على الخرجات العلمية والتحضير لها وبرمجتها في أوقات تتلاءم مع الاستاذة والطلبة¹.

وفي دراسة تطرق الدكتور محمد الامين موسى لمدى تدريس كليات ومعاهد الإعلام والعلاقات العامة للجوانب الأخلاقية والقانونية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات².

فجاح العمل في العلاقات العامة يتوقف على العنصر البشري المتمثل في العاملين بالادارة، ومدى قدرتهم على الاتصال بال جماهير وتقديم الخدمة بصورة مبسطة فهم يشكلون العصب الحساس للمنشأة. فهم أقدر من غيرهم على فهم طبيعة المنشأة وأهدافها. ولهم قوة تأثير كبيرة تعتمد عليهم الإدارة العليا لكسب التأييد وإقناع الجماهير بالخدمات ، فالإقناع أصبح في هذا العصر حاجة أساسية تقوم بها كافة المنشآت تحتاج إلى جهاز إعلامي يضم المهرة لإبراز أنشطة المسؤولين، إذ لا يكفي إنجاز

¹ ملاحظة ميدانية داخل كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض، جامعة غرداية.

² محمد الأمين موسى، (العلاقات العامة وثورة المعلومات)، مؤتمر العلاقات في الوطن العربي في ظل العولمة، جامعة الشارقة،

دبي، 4-5 ماي 2004.

العمل، بل لابد من إقناع الجماهير به وإن الخدمات التي تقدم جيدة ، فنجاح المنشأة يتوقف على نجاح القائمين عليها¹.

ثالثاً: نتائج تحليل المقابلة الميدانية:

وقد تم إجراء المقابلة الأولى مع نائب المدير للتنمية والاستشراف يوم 16 ماي 2018 من الساعة 11.00 إلى غاية 11.30 وجاء السؤال الأول إذا كنت تمارس العلاقات العامة في عملك وحتى ولم تكن مصلحة مستقلة ماذا تعني لكم العلاقات العامة؟

نعم تعني العلاقات العامة في الجامعة هو انفتاح الجامعة على محيطها.

تم توجيهنا بسؤالنا الثاني كيف يتم الاتصال بالكليات والتنسيق معهم في مجال عملك؟

فأجابنا: يتم سنويا بالتنسيق مع مراسلات الكليات وجمع الإحصائيات منهم وبعد ذلك يتم الإحصاء مع بداية الدخول الجامعي والإحصاء النهائي في شهر فيفري كما أن توجد مصلحة كاملة للإحصائيات.

وبعد ذلك طرحنا سؤال ثالث كيف يتم الاتصال بين مصالحكم والكليات التابعة للجامعة؟

فأجاب: يتم عبر عدة وسائل اتصالية وفي إطار مهام كما أنه لا توجد عراقيل مع هذه الكليات².

المقابلة 2: مع نائب المدير للدراسات

و قد تم إجراء المقابلة الثانية مع نائب المدير الجامعة للتكوين العالي في التدرج والتكوين المتواصل والشهادات جامعة غرداية بتاريخ 16 ماي 2018 من الساعة 14.00 إلى غاية 15.00 وقد قمنا بطرح عدة أسئلة.

¹ محمد محفوظ الزهري، مجلة العربية للإعلام والاتصال، (تقييم الاعلاميين للأداء المهني لممارسي العلاقات العامة بالمصالح الحكومية)، العدد 08، ماي 2012

² مقابلة مع السيد: بن سانية عبد الرحمان، نائب المدير للتنمية والاستشراف ، يوم 16 ماي 2018، على الساعة 11.00 ، بمكتبه الخاص ، جامعة غرداية.

السؤال الأول: ماذا تعني لكم العلاقات العامة؟

فأجاب: توجد قوانين تحدد علاقة الإدارة بالجمهور الداخلي والخارجي في الجامعة.

وبعد ذلك طرحنا عليه

سؤال ثاني: كيف يتم تسيير مديرية الدراسات وربطها مع المحيط الخارجي؟

فأجاب: هناك علاقات عمل مع مؤسسات التعليم العالي الأخرى والمتمثلة في الجامعات، مراكز الجامعة، الملاحق، المدارس التطبيقية... الخ.

هذه العلاقة الإدارية بحثة على سبيل المثال تحويل ملفات الطلبة والتأكد من صحة الشهادات والمؤهلات (التوثيق)، تبادل الآراء والخبرات بين المؤسسات...

كما أن هناك علاقة مباشرة بالوزارة مع المديريات المتخصصة في الأمور البيداغوجية إضافة إلى علاقة أخرى غير مباشرة مع الوزارة عن طريق الندوة الجهوية للجامعات.

وفي إطار الموضوع وتبعنا للسؤالين وجهنا للسيد نائب المدير للدراسات سؤال ثالث عن الدور الذي لعبه مدير الدراسات في التحضير للأبواب المفتوحة للطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا فأجابنا بما يلي:

في مثل التحضير لهذه التظاهرات المتعلقة بالجانب البيداغوجي تتم تحت إشراف نائب المدير للدراسات بالاستشارة والتنسيق الدائم مع مدير الجامعة، حيث تخصص إمكانيات مادية وبشرية لضمان السير الحسن للأبواب المفتوحة والتي لا يمكن لها أن تنجح دون مشاركة الفعالة لمسؤولي وممثلي الكليات والأقسام.

السؤال الرابع: وجود مصالح مرتبطة بالعلاقات العامة في الجامعة؟

فكانت إجابته: هم موجودين لكن لا يوجد تفعيل وليست مفعلة.

لنطرح عليه

سؤال الخامس: والأخير: كيف يتم تنظيم عملك وتنسيق مهمك في جامعة غرداية؟

فأجاب: مدير الدراسات يوميا يطلع على ما هو جديد ويطلع على القوانين التنظيمية التي تساعدني في إنجاز المهام في وقتها المحدد¹.

المقابلة الثالثة:

أجريت المقابلة الثالثة مع أحد إطارات جامعة غرداية يوم الخميس 17 ماي 2018 من الساعة 11.00 إلى غاية 12.40 وجاء سؤالنا الأول ما الأهمية التي يكتسبها جهاز العلاقات العامة في منظومة التسييرية للجامعة فأجاب بقوله:

الجامعة لها شقين إداري وبيداغوجي في التسيير، ما يجب أن يكون في الجانب الإداري أن تكون علاقات عامة قوية بين الإدارة والطالب تحكمها رزنامة أو مظلة قانونية (لصيانة حقوق الطالب والمحافظة على مصداقية الإدارة)، أما في ما يخص الإدارة أعضاء الإداريين في ما بينهم، يجب أن تكون علاقات إنسانية قبل كل شيء لأن ظروف التي موجودة في الجامعة في الجامعة (أحداثها، نقص التأطير في بعض الكليات، بعدها الجغرافي، نقص الإمكانيات) وعدم استقرار أساليب التسيير وتجدها، أما في الهياكل أنها لا تستجيب في الكثير من الأحيان إلى بعض التخصصات على غرار تخصص علوم الإعلام والاتصال إضافة إلى بعد الهياكل.

في إطار الموضوع وتبعنا مع السؤال الأول وجهنا السؤال الثاني عن مدى إسهام أنشطة العلاقات العامة في تحسين سيرورة الأداء المهني للعاملين في الجامعة فأجابنا بما يلي:

يجب على الإدارة أن تفعل مصالح العلاقات العامة وتقريبها من الطالب والأستاذ والموظف.

¹ مقابلة مع السيد: الدكتور بن براهيم فوزي، نائب المدير الجامعة للتكوين العالي في التدرج والتكوين المتواصل والشهادات ، يوم 16 ماي 2018 من الساعة 14.00، بمكتبه الخاص بجامعة غرداية.

أما السؤال الثالث فكان عن المؤشرات و الآليات التي تراها في علاقات عامة قوية سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي في الجامعة فأجاب ما يلي:

أن موقع العلاقات العامة في الإدارة علما أن الادارة تسيير ب أساليب: الأسلوب الدكتاتوري والأسلوب المتميع، الأسلوب الوسطي(الحسن) هو المتبع في كثير من المؤسسات.

فتبدأ الإدارة علاقتها مع الطالب من خلال تسخير عنصر بشري مختص في تقريب وشرح خدمات الجامعة (البيداغوجية، والإدارية) عن طريق الشرح المباشر، المعلقات، الإعلانات، المنشورات وكذا المطويات بالإضافة الى لوحات الجدارية.

العلاقات العامة بين المرؤوسين والرؤساء في الإدارة: عن طريق حسن القيادة من طرف المسؤولين والمتابعة الميدانية وجلسات التشاور وبرمجة جلسات السماع من طرف المسؤول المؤسسة وطاقمه إلى كافة الفعاليات الإدارية داخل المؤسسة (يستمع إلى انشغالاتهم) من أجل تخفيف وامتصاص الشحن والمطالب من أجل بلورة خطة أو برامج تستجيب لأهداف المؤسسة مع تدليل العقبات وإدراك مواطن الضعف في أساليب التسيير (كل فئة).

لنطرح عليه سؤال الرابع: كيف تنبني مقتضيات الحكم الراشد داخل المؤسسة الجامعية فأجابنا : تنبني على علاقات والعلاقات أنواع منها نظامية وعلاقات تفضيلية إن صح التعبير يقوم بين المسؤول ومرؤوسيه الذين يقدمون خدمات نوعية لصالح المؤسسة فهنا المسؤول من واجبه التشجيع والتنويه لأعمالهم وتحفيزهم وتكريمهم ماديا ومعنويا.

لأتم لقاءني معه بطرح سؤال أخير عن وجود مصالح للعلاقات العامة في الجامعة فأجابنا بما يلي:

من الناحية القانونية موجودة على مستوى الكليات والجامعة المركزية لكن ينقصها التعداد البشري لكي تأطر نشاطها لأنها تخدم أكثر مما تنتقم وأنها تفعل جسور تعاون مع المتعاملين الخارجيين فيكون برنامج

البيداغوجي مرغوب لا منفر لخدمة صمعة الجامعة وتحسين أدائها وكسب ثقة المتعاملين معها على أوسع رقعة (مؤسس، مقنن)¹.

حوصلة عامة حول ما سبق:

بعد مقابلة عدة مسؤولين تبين لي أن مصالح العلاقات موجودة لكنها غير مفعلة وذلك لضعف الامكانيات البشرية والمادية لذلك وجب على الادارة العليا ان تولي اهتمام لمصالح العلاقات العامة وان توظف أهل الاختصاص فيها لكي تتطور جامعة غرداية .

رابعاً: عرض وتحليل نتائج الاستبيان

1/ محور البيانات الشخصية:

للتعرف على توزيع مفردات الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية وجاءت النتائج كما يلي:

1. توزيع أفراد عينة الدراسة وفق المتغير الجنس:

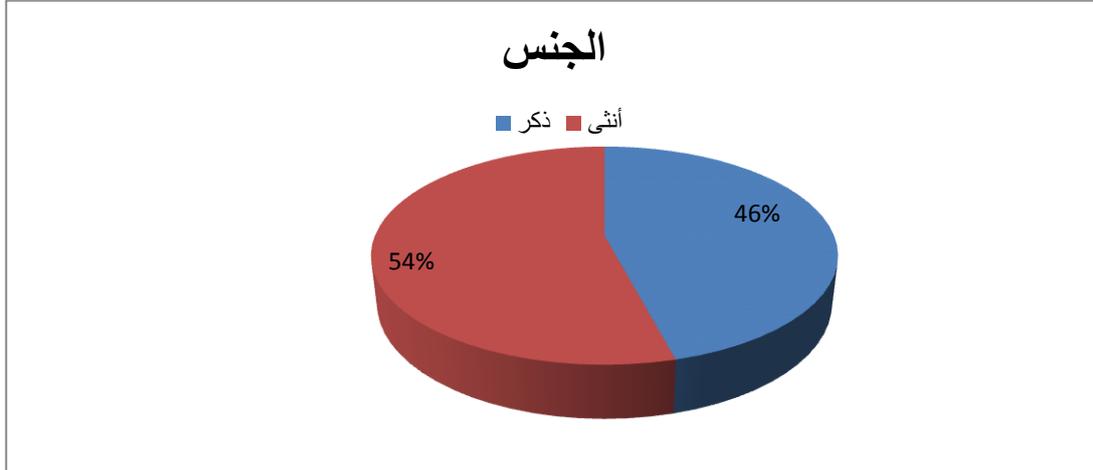
جدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	28	%46
انثى	33	%54
المجموع	61	%100

المصدر: من اعداد الطالب بالإعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS

¹ مقابلة مع أحد اطارات جامعة غرداية ، امين عام كلية بجامعة غرداية، يوم 17 ماي 2018 من الساعة 11.00، بجامعة غرداية.

الشكل 01: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الجنس.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS

تحليل النتائج:

تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن عدد الإناث يمثل نسبة 54% من مجموع العينة، و الذكور بنسبة 46%،

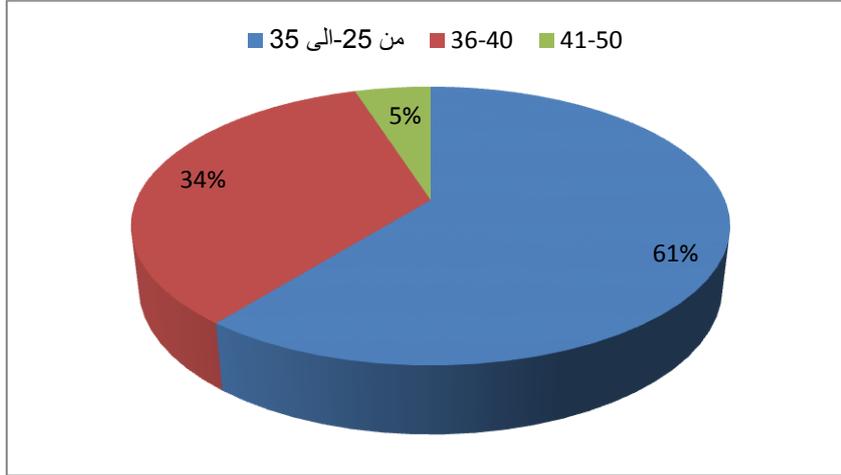
2. توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير السن

جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
من 25-35	37	60.7%
من 36-40	21	34.4%
من 40-50	3	4.9%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية مخرجات برنامج SPSS

الشكل 02: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب السن.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية مخرجات برنامج SPSS.

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 35 سنة يشكلون أكبر نسبة بـ : **60.7%** تم تليها الذين يتراوح أعمارهم من 36 إلى 40 سنة بـ: **34.4%** وكانت أقل نسبة الذين تتراوح أعمارهم من 41 إلى 50 سنة بـ **4.9%**.

وهذه النسبة تترجم أن الجامعة تعتمد بشكل أساسي على العناصر الشابة لإنتاجيتهم المرتفعة ولما يتميزون به من قدرة على التحمل والتطور بما يناسب الجامعة.

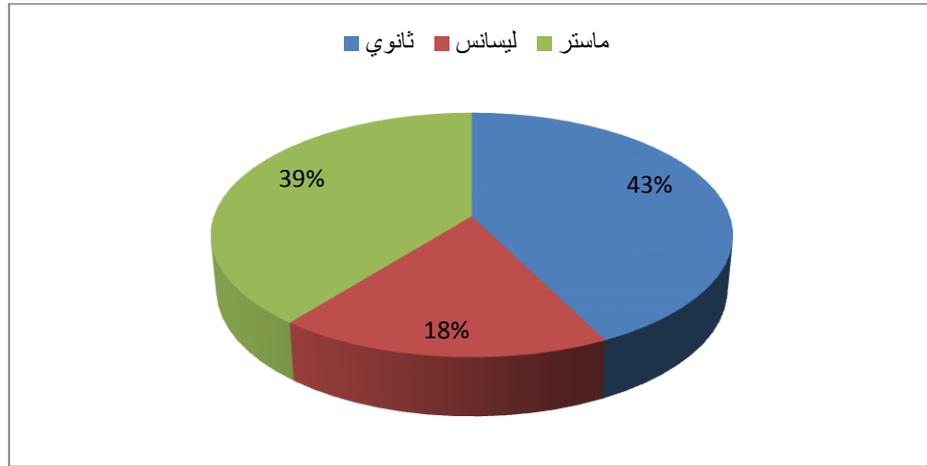
3. توزيع أفراد عينة الدراسة وفق المتغير المستوى التعليمي:

جدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	تكرار	نسبة
ثانوي	26	42.6%
ليسانس	11	18.0%
ماستر	24	39.3%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 03: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي أن نسبة أصحاب المستوى التعليمي الثانوي هي الأكبر حيث تشكل 42.6%. وأنا نسبة حملة شهادة الماستر بلغت 39.3%. وأنا نسبة حملة شهادة ليسانس بلغت 18%. والشيء الملاحظ هو ارتفاع المستوى التعليمي للموظفين مما يسمح لهم بمزاولة نشاطهم داخل الجامعة.

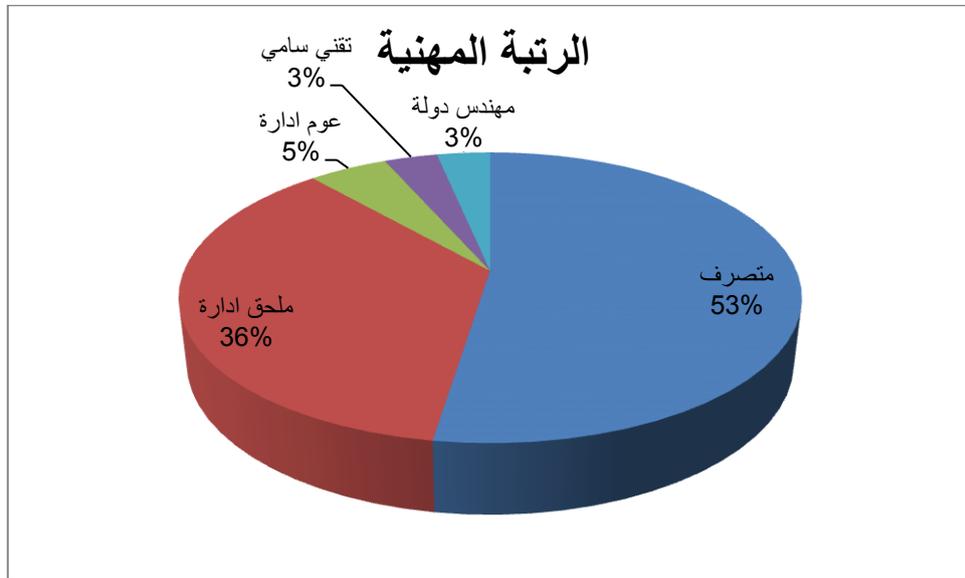
4. توزيع أفراد عينة الدراسة وفق المتغير الرتبة المهنية:

جدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب متغير الرتبة المهنية.

الرتبة المهنية	التكرار	النسبة
متصرف	32	52.6%
ملحق إدارة	22	36.1%
عون إدارة	03	4.9%
تقني سامي	02	3.3%
مهندس دولة	02	3.3%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 4: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الرتبة المهنية.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الرتبة المهنية أن نسبة المتصرفين هيا الاكبر حيث تشكل أكثر من النصف **52.5%**. وأنا نسبة الرتبة المهنية ملحق إداري قد بلغت **36.1%**. أما نسبة الرتبة المهنية عون إدارة قد بلغت **4.9%**. وأنا نسبة أصحاب الرتبة المهنية تقني سامي وأصحاب الرتبة المهنية مهندس دولة متساوية حيث بلغت **3.3%** لكليهما.

وقد ترجمت هذه النسب الواردة في الجدول أن نسبة الموظفين الجامعيين هي الأكبر.

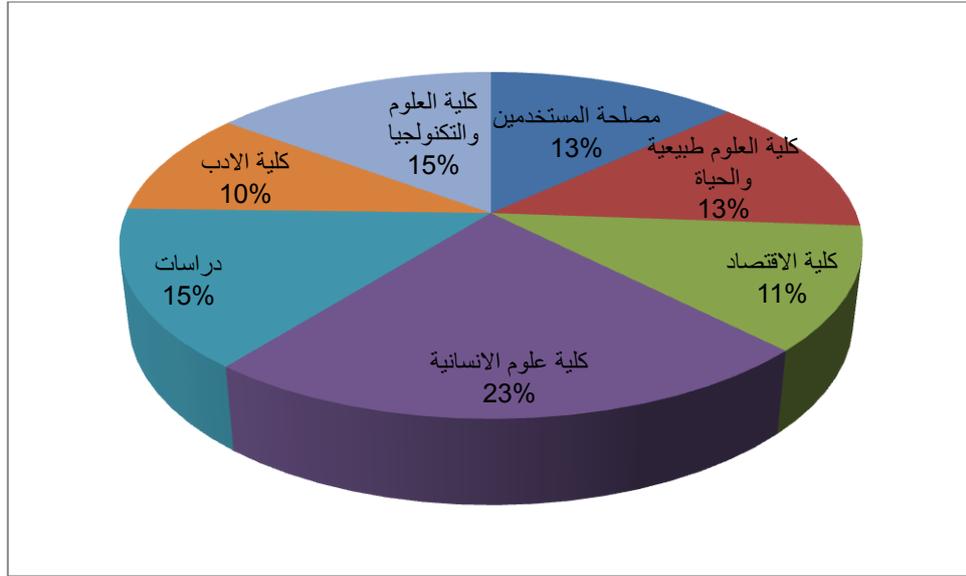
5. توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المصلحة المستخدمة:

جدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب متغير المصلحة المستخدمة

النسبة	التكرار	المصلحة المستخدمة
13.1%	8	مصلحة المستخدمين
13.1%	8	كلية علوم الطبيعة
11.5%	07	كلية الإقتصاد
23%	14	كلية العلوم الإنسانية
14.8%	9	مديرية الدراسات
9.8%	6	كلية الآداب واللغات
14.8%	9	كلية العلوم والتكنولوجيا
100%	61	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 05: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب المصلحة المستخدمة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية – مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير المصلحة المستخدمة أن نسبة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية هيا الاكبر حيث تقدر بـ **23%**. وأن نسبة مديرية الدراسات الجامعية ونسبة كلية علوم وتكنولوجيا متساوية حيث بلغت **14.8%** لكليهما، وأن نسبة مصلحة المستخدمين بالمديرية ونسبة كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض متساوية حيث بلغت **13.1%** لكليهما، وأن نسبة كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قدرت بـ **11.5%**. وأن نسبة كلية الآداب واللغات بلغت **9.8%**.

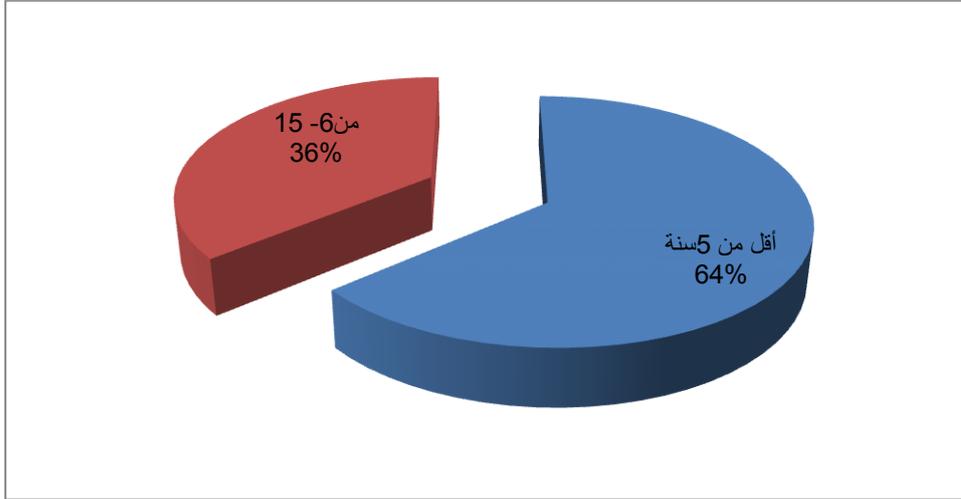
6. توزيع أفراد عينة الدراسة وفق المتغير الخبرة:

جدول رقم 06: توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة.

الخبرة	تكرار	نسبة
أقل من 5 سنوات	39	63.9%
من 6 إلى 15	22	36.1%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية – مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 06: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الخبرة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أن 63.9% من أفراد العينة تقل خبرتهم عن 5 سنوات، تم تليها خبرة الموظفين من 6 إلى 15 سنوات حيث بلغت 36.1% وهذا ما يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه.

المحور 02: محور البيانات المتعلقة للكشف عن وجود مصلحة مختصة بالعلاقات العامة.

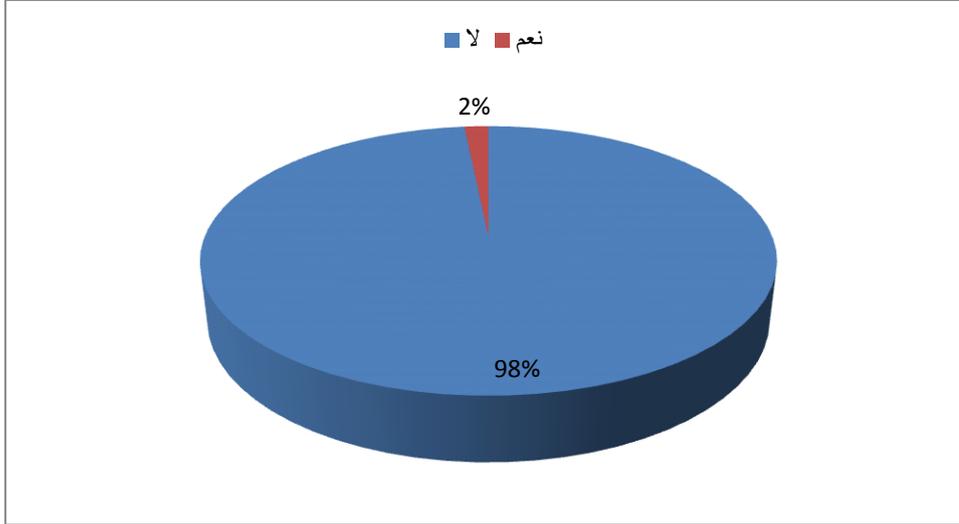
1. هل يوجد عندكم مصلحة مختصة بالعلاقات العامة؟

جدول رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في وجود مصلحة للعلاقات العامة في الجامعة.

الاحتمالات	تكرار	نسبة
لا	60	98.4%
نعم	1	1.6%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 07: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في وجد مصلحة مختصة في العلاقات العامة في الجامعة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول أن **98.4%** من أفراد العينة المستهدفة يرون لا توجد مصلحة للعلاقات العامة بالجامعة قائمة بداتها وهي النسبة الغالبة ، وأن نسبة الذين يرون العكس ذلك تقدر نسبتهم بـ **1.6%** من أفراد العينة.

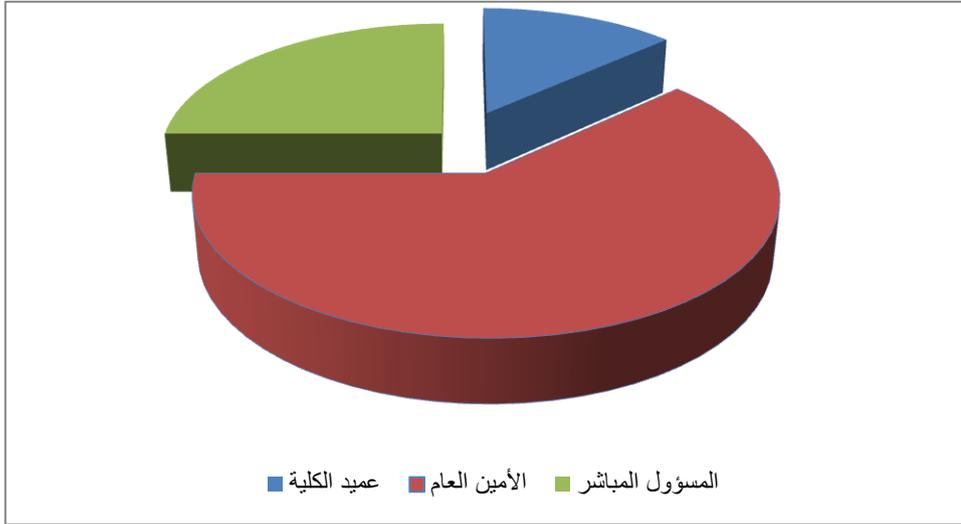
1-2. في حالة لا ماهي الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين داخل جامعة غرداية؟

جدول رقم 08: توزيع أفراد العينة حول الجهة المكلفة بالاتصال.

المكلف بالاتصال	تكرار	نسبة
عميد الكلية	8	13.1%
الأمين العام	37	60.7%
المسؤول المباشر	15	24.6%
المجموع	60	98.4%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 08: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم حول الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين في جامعة غرداية كما يلي:

- **13.1%** من العينة محل الدراسة صرحت أن الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين بالجامعة تتمثل في عميد الكلية وهذا ما يمثل 08 من أفراد العينة محل الدراسة، و**60.7%** صرحت أن الجهة المكلفة بالاتصال تتمثل في الأمين العام وهذا ما يمثل 37 من أفراد العينة محل الدراسة. وان **24.6%** صرحت أن الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين في الجامعة تتمثل في المسؤول المباشر وهذا ما يمثل 15 من أفراد العينة محل الدراسة.

- **1.6%** من العينة محل الدراسة صرحت أن لها رأي مخالف سواء بالنفي أو لا أدري وذلك بعدم الاجابة على السؤال.

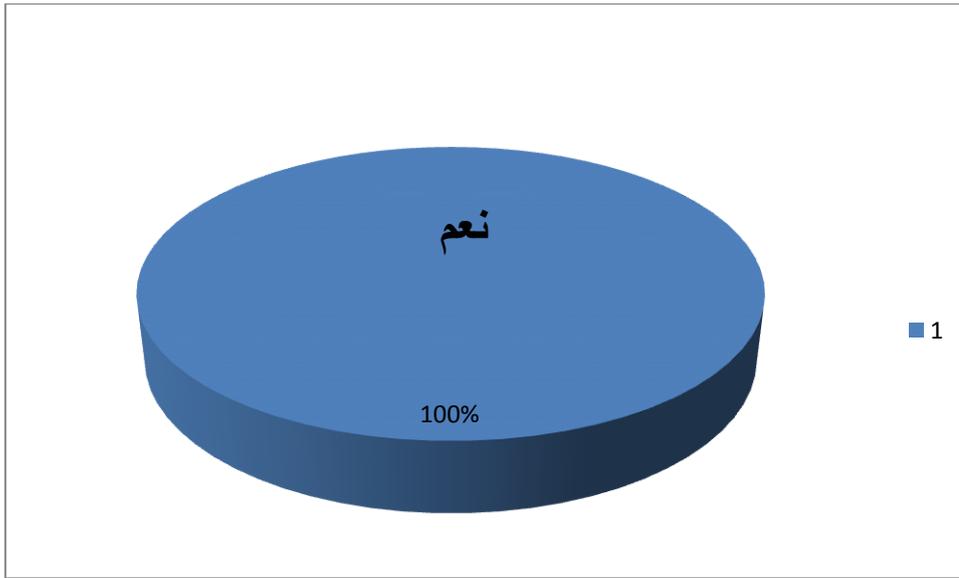
2. هل هناك اتصال بينك وبين موظفي الكلية؟

جدول رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول وجد اتصال بين الموظف وبين موظفي الجامعة.

الاحتمالات	تكرار	نسبة
نعم	61	%100
المجموع	61	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 09: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجاباتهم حول الاتصال بين الموظفين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول أن 100% من أفراد العينة المستهدفة ان الاتصال بينهم موجود وهذا ما يمثل 61 من أفراد العينة محل الدراسة.

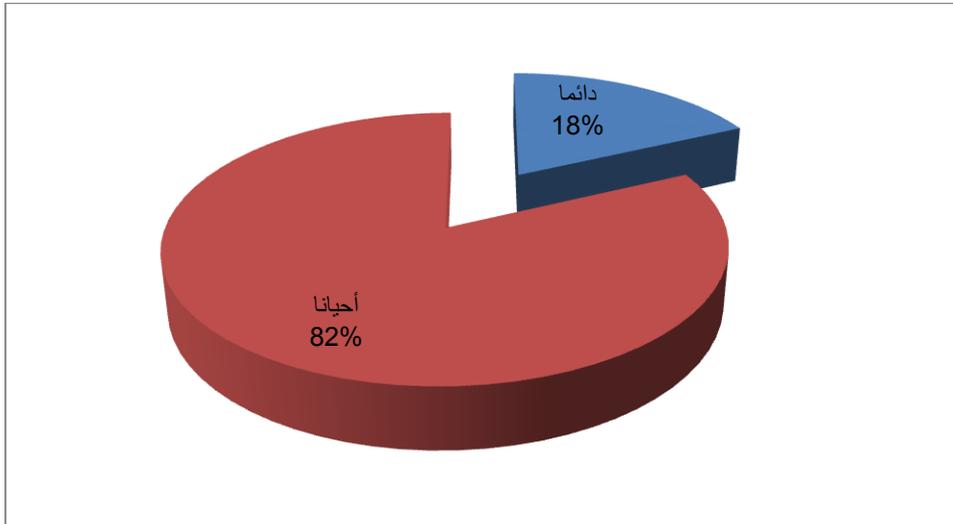
2-1. في حالة الإجابة بنعم هل يكون الاتصال معهم؟

جدول رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول فاعلية الاتصال داخل الجامعة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	11	18%
أحيانا	50	82%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 10: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب فعالية وجود الاتصال بينهم.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول فعالية الاتصال بين الموظفين في

الجامعة كما يلي:

- أكثر من 82% من أفراد العينة والمتمثل في 50 من أفراد العينة محل الدراسة يرون أن الاتصال بينهم يكون أحيانا داخل الجامعة ، 18% من أفراد العينة والمتمثل في 11 من أفراد العينة محل الدراسة يرون أن الاتصال بينهم يكون دائما وهذا راجع لقوة الاحتكاك بين هذه الفئة وترابطها مع المصالح

الأخرى، فالارتصال في الجامعة حالة خاصة فهو عنصر أساسي لربط المصالح مع بعضها وربط الجمهور الداخلي والخارجي بالمؤسسة.

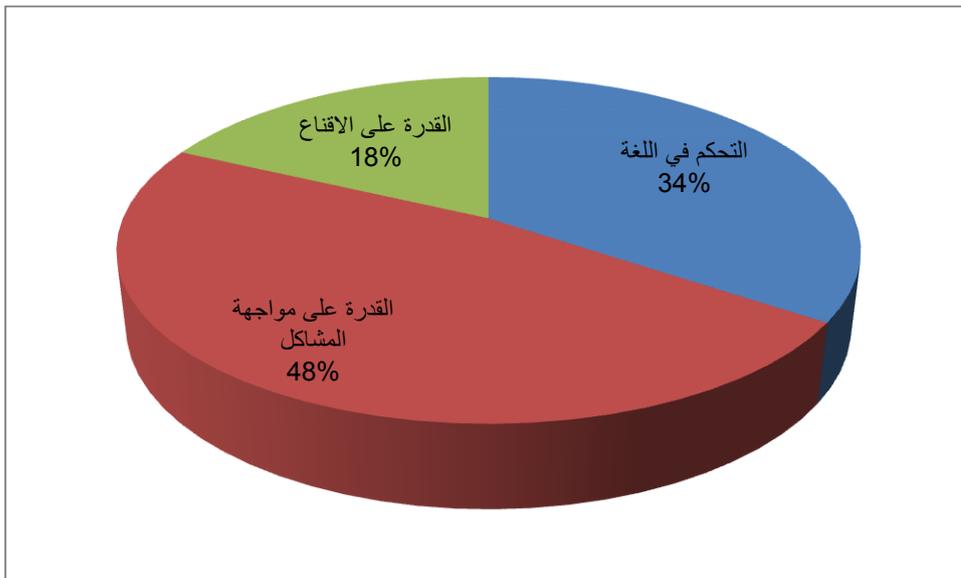
3- ماهي السمات التي يتصف بها موظفي الجامعة؟

جدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في السمات التي يتصف بها الموظف في الجامعة.

السمات	التكرار	النسبة
التحكم في اللغة	21	34.4%
القدرة على مواجهة المشاكل	29	47.5%
القدرة على الإقناع	11	18%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل رقم 11: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في السمات التي يتصف بها موظفي المؤسسة الجامعية.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في السمات التي يتصف بها الموظف في المؤسسة الجامعة كما يلي:

- 47.5% من أفراد العينة المستجوبة المقدر عددهم بـ 29 من أفراد العينة محل الدراسة أقرروا أن الموظف الجامعي له القدرة على مواجهة المشاكل داخل الجامعة وهذا راجع للخبرة التي يملكها في مواجهة الأزمات.

- بينما 34.4% من أفراد العينة المستجوبة والمقدر عددهم بـ 21 من أفراد العينة محل الدراسة أن الموظف الجامعي له القدرة في التحكم في اللغة وهذا راجع لفتح معهد خاص بتعليم اللغات على مستوى جامعة غرداية.

- 18% من أفراد العينة المستجوبة والمقدر عددهم بـ 11 من أفراد العينة محل الدراسة أن الموظف الجامعي له القدرة على اقناع الجمهور وهذا راجع الى الأخلاق التي يتصف بها موظفو الجامعة.

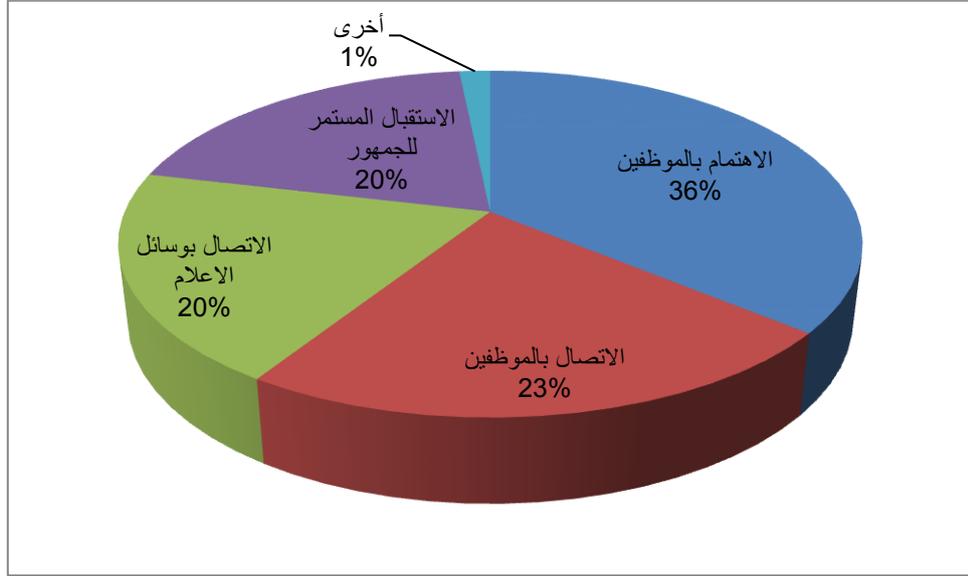
4- ماهي الوظائف الأكثر استخداما في الجامعة؟

جدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب الوظائف الأكثر استخداما في المؤسسة الجامعية.

الوظائف المستخدمة	التكرار	النسبة
الاهتمام بالموظفين	22	36.1%
الاتصال بالموظفين	14	23%
الاتصال بوسائل الاعلام	12	19.7%
الاستقبال المستمر للجمهور	12	19.7%
أخرى	01	1.6%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 12: التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الوظائف الأكثر استخداما في المؤسسة الجامعية.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج :

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن **36.1%** من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ **22** من أفراد العينة محل الدراسة أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي الإهتمام بالموظفين لان الجامعة تسهر على تكوينهم ودراسة انشغالهم.

- وأن **23%** من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ **14** من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي الاتصال بين الموظفين وذلك من خلال طبيعة العمل .

- وأن **19%** من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ **12** من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي الاتصال بين الموظفين.

- واما **19%** من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ **12** من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي استقبال المستمر للجمهور .

- اما 1.6 % المتبقية من أفراد العينة بـ 1 من أفراد العينة محل الدراسة فهي تظن أن الوظيفة الكثر استخداما في الجامعة هي تقديم خدمات .

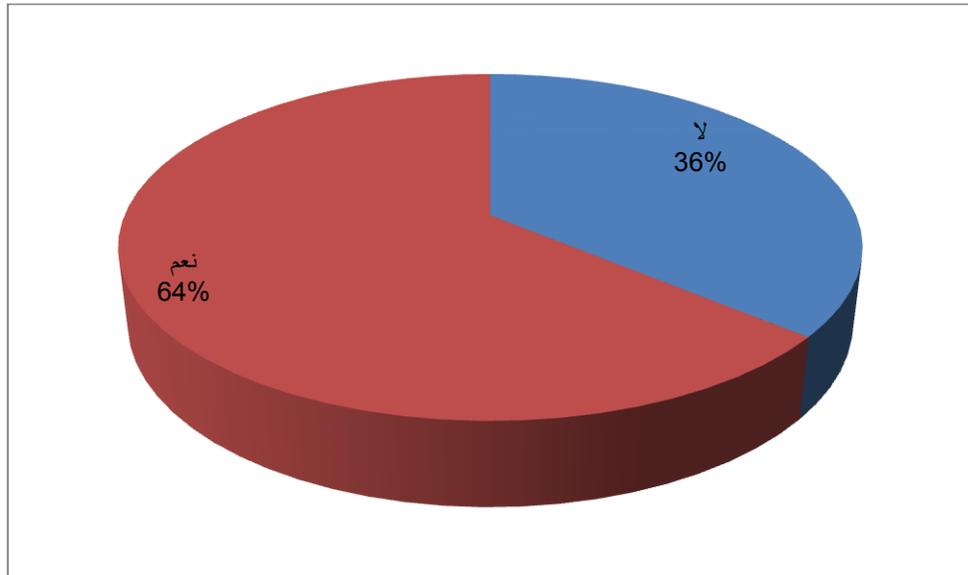
05- هل تقوم الإدارة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية؟

جدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في تكفل الإدارة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	22	36.1%
نعم	39	63.9%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 13: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مدى تكفل إدارة الجامعة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر لنا نتائج جدول توزيع أفراد حسب رأيهم في تكفل الإدارة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية كما يلي:

- **63.9 %** من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ **39** من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن إدارة الجامعة تتكفل بتدريب العاملين داخل المؤسسة وهذا ما يساهم في تطوير القدرة المعرفية للموظف الجامعي ومنه الارتقاء بالجامعة في المراتب العليا مستقبلا.

- أما **36.1 %** من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ **22** من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك وأن إدارة الجامعة لا تتكفل بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية.

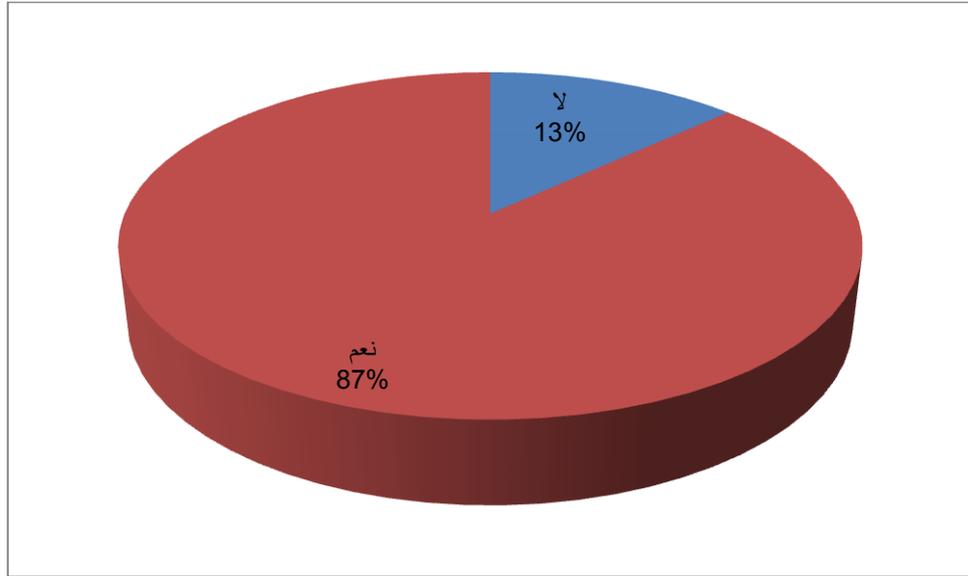
6- هل يهتم المسؤولون بتقديم اقتراحاتك؟

جدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مدى اهتمام المسؤولين بتقديم اقتراحات الموظف الجامعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	8	13.1%
نعم	53	86.9%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 14: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مدى اهتمام المسؤولين بتقديم اقتراحات الموظف الجامعي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الاغلبية بـ **86.9%** والمقدرة بـ 53 من أفراد العينة محل الدراسة موافقة بنعم على أن المسؤولين يهتمون باقتراحات الموظفين داخل الجامعة كون الموظف عنصر فعال في اتخاذ القرار داخل الجامعة، بحيث أنه يعطي رأيه في كل ما يخص المصلحة العامل بها.

- أما **13.1%** من العينة والمقدرة بـ 8 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك أن المسؤولين لا يهتمون باقتراحات الموظف داخل الجامعة وهذا ما يقصي الموظف من ابداء رأيه في شؤون الجامعة ويبقى اتخاذ القرار محتكر من قبل بعض المسؤولين.

6-1. في حالة ما هو السبب حسب رأيك؟

تحليل النتائج :

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم أن 9.8% ما يمثل 06 أفراد من العينة محل الدراسة كانت إجاباتهم بـ لا ويرجع السبب في ذلك إلى ألامبالات وسياسة التهميش التي يتبعها بعض المسؤولين نهيك أنهم يعملوا بأرائهم فقط بدون الرجوع إلى الموظف الإداري ، ويوجد سبب آخر أن المسؤول تتراكم له الأعمال وعدم وجود وقت لسماع اقتراحات الموظف إضافة إلى مشكلة الثقة.

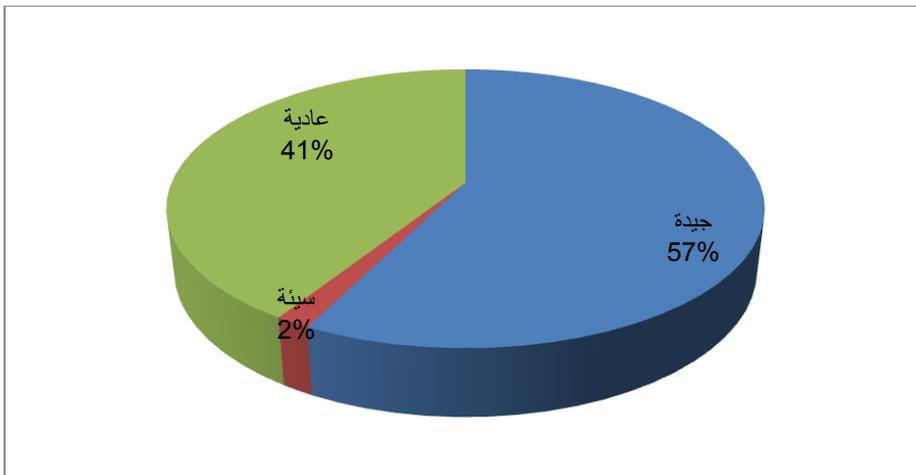
7- كيف ترى علاقاتك بالموظفين في المؤسسة الجامعية؟

جدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب علاقة الموظف بالموظفين في المؤسسة الجامعية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
جيدة	35	57.4%
سيئة	1	1.6%
عادية	25	41.0%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 15: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب علاقة الموظفين في المؤسسة الجامعية .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية – مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج الجدول أن **57.4%** من أفراد العينة تعتقد أن علاقتها بالموظفين في المؤسسة الجامعية جيدة ومقبولة ما يمثل **35** فرد من العينة المستجوبة ، وهذا ما يجعل العلاقات متميزة بين موظفي الجامعة.

- **41%** من أفراد العينة تعتقد أن علاقتها بالموظفين في المؤسسة الجامعية عادية وهذا ما يمثل **25** فرد من العينة المستجوبة.

- **1.6%** من أفراد العينة صرحت أن علاقتها مع الموظفين في الجامعة سيئة وهذا ما يمثل فرد **01** من العينة المستجوبة.

المحور 03: محور البيانات المتعلقة بمجهودات الجامعة في تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي.

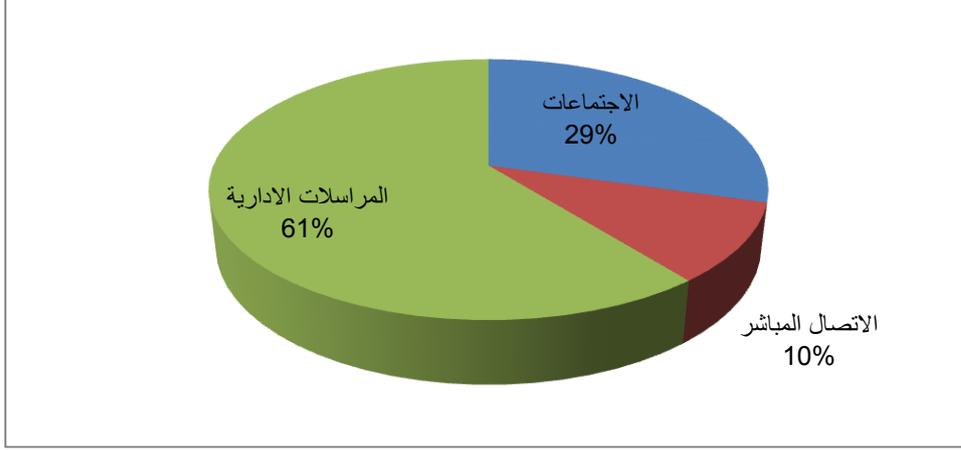
8- ماهي الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بين الموظفين؟

جدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول الوسيلة الأكثر استخداما في الجامعة للاتصال بين الموظفين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الاجتماعات	18	29.5%
الاتصال المباشر	6	9.8%
المراسلات الادارية	37	60.7
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية – مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 16: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بين الموظفين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

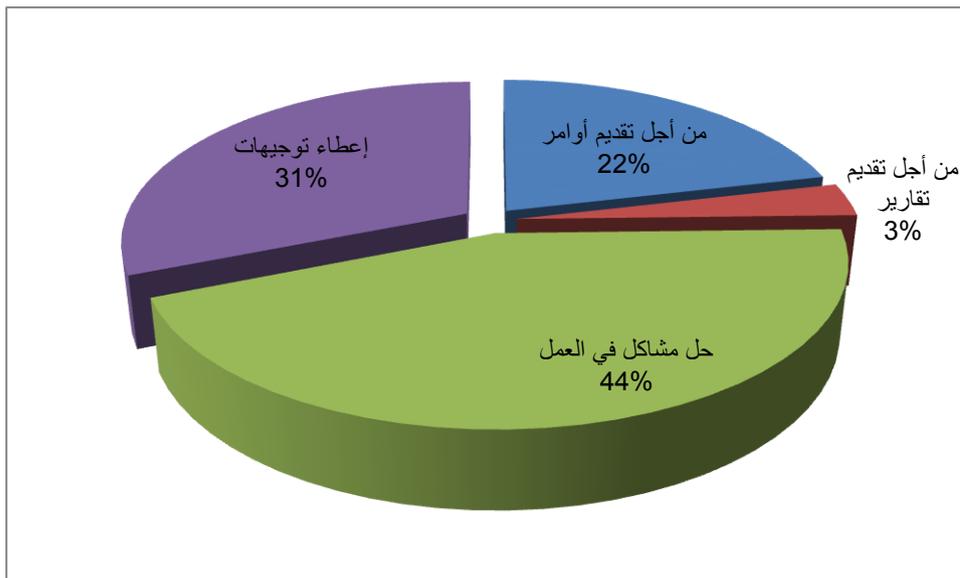
- 60.7% من أفراد العينة المستجوبة والمقدر عددهم بـ 37 مفردة من عينة المستجوبة صرحوا أن الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بين الموظفين هي المراسلات الإدارية وهذا لكثرة التعامل بيها يوميا بين مصالح الجامعة .
 - 29.5% من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ 18 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوسيلة الأكثر استخداما للاتصال بين الموظفين في مديرية الجامعة هي الاجتماعات وهذا راجع لدور الذي يقوم به المسؤول المباشر لتقرب من موظفيه عن طريق هذه الوسيلة.
 - 9.8% من أفراد العينة يعتقدون أن الوسيلة الأكثر استخداما للاتصال بين الموظفين في مديرية الجامعة هي الاتصال المباشر وهذا ما يمثل 06 مفردة من العينة محل الدراسة.
- 9- في خصوص ماذا يتم الاتصال بينك وبين المسؤول ؟

جدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الغاية من الاتصال بين الموظف وبين المسؤول.

الغاية من الاتصال	التكرار	النسبة
من أجل تقديم أوامر	13	21.3%
من أجل تقديم تقارير	2	3.3%
حل مشاكل في العمل	27	44.3%
إعطاء توجيهات	19	31.1%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 17: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في الغاية من الاتصال مع المسؤول .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- **44.3%** من أفراد العينة المستجوبة صرحت أن الاتصال مع المسؤول يكون غايته حل مشاكل في العمل .

- 31.1% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن الاتصال مع المسؤول يكون من أجل إعطاء توجيهات.

- 21.3% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن الاتصال مع المسؤول يكون من أجل تقديم أوامر.

- أما 3.3% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن الاتصال يكون أجل تقديم من أجل تقارير.

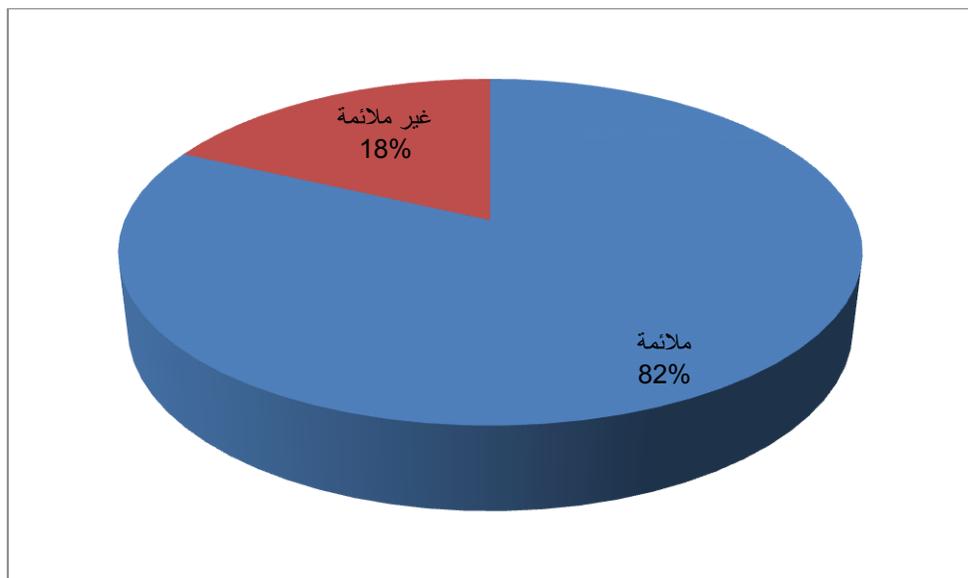
10- ما رأيك في ظروف العمل في مديرية الجامعة؟

جدول رقم 19: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في ظروف العمل داخل مديرية الجامعة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ملائمة	50	82%
غير ملائمة	11	18%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 18: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب كيفية رأيهم حول ظروف العمل في مديرية الجامعة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الاغلبية بـ **82%** وهذا ما يمثل **50** فرد من العينة المستجوبة تعتقد أن ظروف العمل في الجامعة هي ملائمة بالنسبة لهم .
- أما **18%** وهذا ما يمثل **11** فرد من العينة المستجوبة تعتقد عكس ذلك بأن الظروف العمل في مديرية الجامعة غير ملائمة.

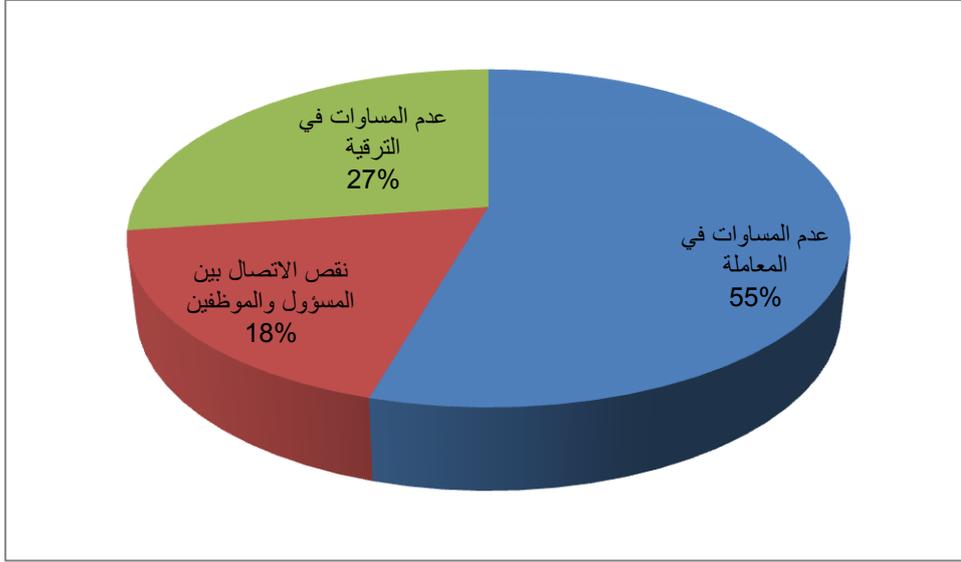
10-1. إذا كانت غير ملائمة ما هو السبب؟

جدول رقم 20: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول ظروف العمل إذا كانت غير ملائمة ما هو السبب.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
عدم المساوات في المعاملة	06	9.8%
نقص الاتصال بين المسؤول وموظفين	02	3.3%
عدم المساوات في الترقية	03	4.9%
المجموع	11	18%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 19: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجاباتهم حول السبب في عدم ملائمة ظروف العمل داخل الجامعة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة ومجموع أفرادها 11 العينة محل الدراسة أجابه بغير ملائمة وأن 50 أجابة بأن ظروف العمل كانت ملائمة ومنه نتطرق إلى السبب حول عدم ملائمة ولماذا يرجع السبب في ذلك حسب إجاباتهم كما يلي:

- 55% من العينة محل الدراسة يرون أن ظروف العمل غير ملائمة ويرجع السبب إلى عدم المساواة في المعاملة بين الموظفين ما يمثل 06 أفراد من العينة محل الدراسة.

- 27% تعتقد أن ظروف العمل غير ملائمة ويرجع السبب في ذلك إلى عدم المساواة في الترقية ما يمثل 03 أفراد من العينة محل الدراسة.

- أما 18% من العينة محل الدراسة يعتقدون أن السبب في ذلك يرجع إلى نقص الاتصال بين المسؤولين والموظفين ما يمثل 02 أفراد من العينة محل الدراسة.

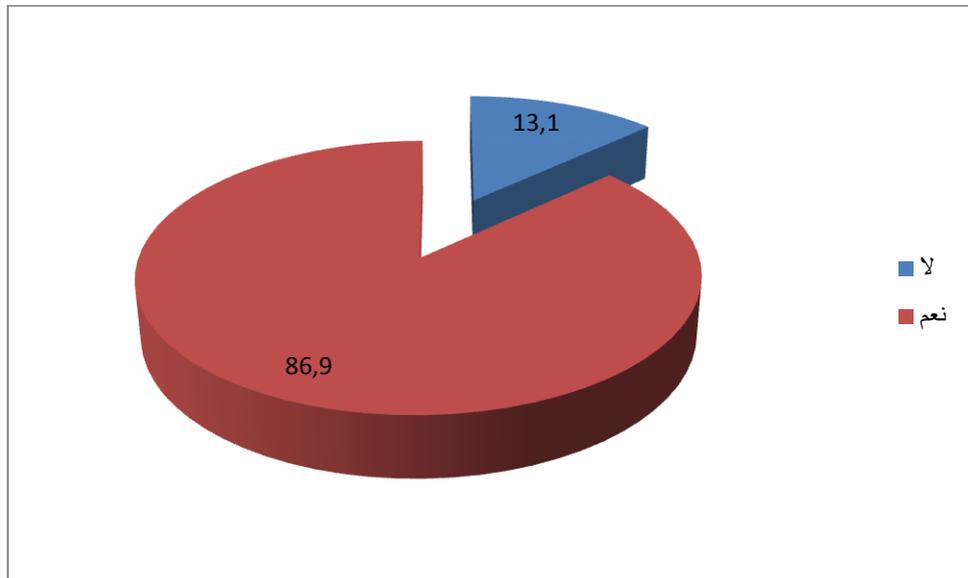
11- عندما تواجهك مشاكل هل تقدمها في شكل شكاوي؟

جدول رقم 21: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول مواجهة المشاكل وكيفية تقديمها في شكل شكاوي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	8	13.1%
نعم	53	86.9%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 20: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مواجهة المشاكل وهل تقدم في شكل شكاوي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- 86.9 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا عندما تواجههم مشاكل يتم تقديمها في شكل شكاوي وأن 13.1% ترى عكس ذلك لا يتم تقديمها في شكل شكاوي .

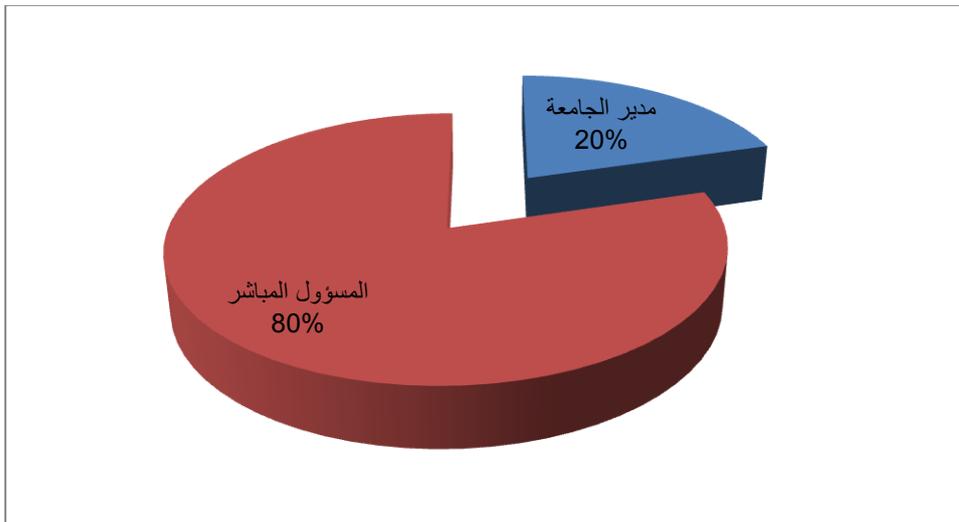
11-1. في حالة الإجابة بنعم ماهي الجهة التي تتصل بها؟

جدول رقم 22: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الجهة التي يتصل بها الموظف عندما تواجهه مشاكل.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مدير الجامعة	10	16.4%
المسؤول المباشر	39	63.9%
المجموع	49	80.3%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 21: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجاباتهم حول الجهة التي يتم الاتصال بها عندما تواجههم مشاكل.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

من خلال الجدول يتبين لنا أن 49 فرد من العينة محل الدراسة كانت إجاباتهم بـ نعم وأن 12 فرد من العينة محل الدراسة كانت إجاباتهم بـ لا ومنه تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الجهة التي يتصل بها الموظف عندما تواجهه مشاكل كما يلي:

- الأغلبية بـ 80% من العينة محل الدراسة يعتقدون أن الجهة التي يتصل بها الموظف عندما تواجهه مشاكل تتمثل في المسؤول المباشر وهي النسبة الغالبة ما يمثل 39 فرد من العينة محل الدراسة.

- 20% من العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك بأن مدير الجامعة هو الجهة التي يتصل بها الموظف عندما تواجهه مشاكل وهي النسبة المقدرة بـ 10 أفراد من العينة محل الدراسة.

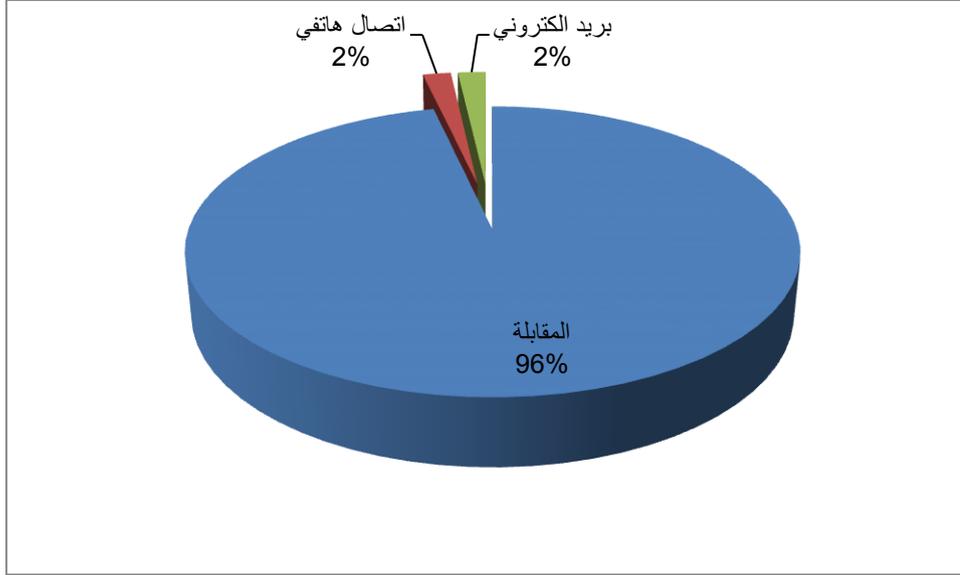
12- كيف تتلقى الردود من طرف المسؤول المباشر على مراسلاتك وشكاويك؟

جدول رقم 23: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول طريقة تلقي الردود من طرف المباشر على المراسلات والشكاوي الخاصة بالموظف.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
المقابلة	53	86.9%
اتصال هاتفي	1	1.6%
بريد الكتروني	1	1.6%
المجموع	55	90.2%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 22: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب طريق الرد من طرف المسؤول حول شكاوي ومراسلات الموظف.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- **96%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن تلقي الردود من طرف المسؤول المباشر عليهم يكون عبر المقابلة ما يمثل **53** أفراد من العينة محل الدراسة وهذا راجع إلى اللقاء الشخصي والمباشر مع المسؤول لفهم المشكل وحله في الوقت المناسب.

- كما أن نسبة الموظفين الذين يتلقون الردود عبر الهاتف والبريد الإلكتروني متساوي حيث بلغت **2%** لكليهما.

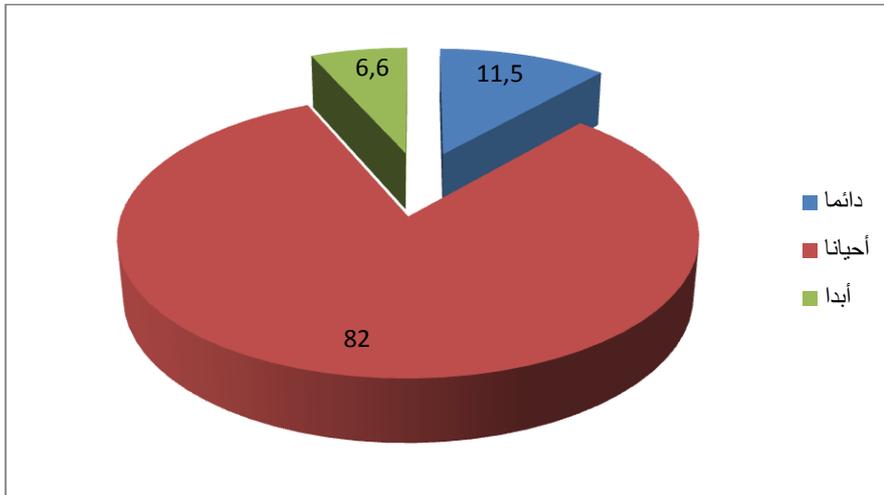
13- حسب رأيك هل يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين؟

جدول رقم 24: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين في الجامعة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	7	11.5%
أحيانا	50	82%
أبدا	4	6.5%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 23: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في استعداد المسؤول في فتح قنوات اتصالية مع الموظفين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الاغلبية بـ **82%** تعتقد أن يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين أحيانا ما يمثل **50** فرد من العينة محل الدراسة.
- **11.5%** تعتقد أن المسؤول مستعد دائما لفتح قنوات اتصال مع الموظفين وهذا ما يساعد المنظمة على التطور والتقدم وعدم الوقوع في المشاكل والأزمات وهذا ما يمثل **7** أفراد من العينة محل الدراسة.
- أما **6.5%** المتبقية من أفراد العينة المستجوبة لا يرون أن المسؤول مستعد لفتح قنوات الاتصال بين الموظفين.

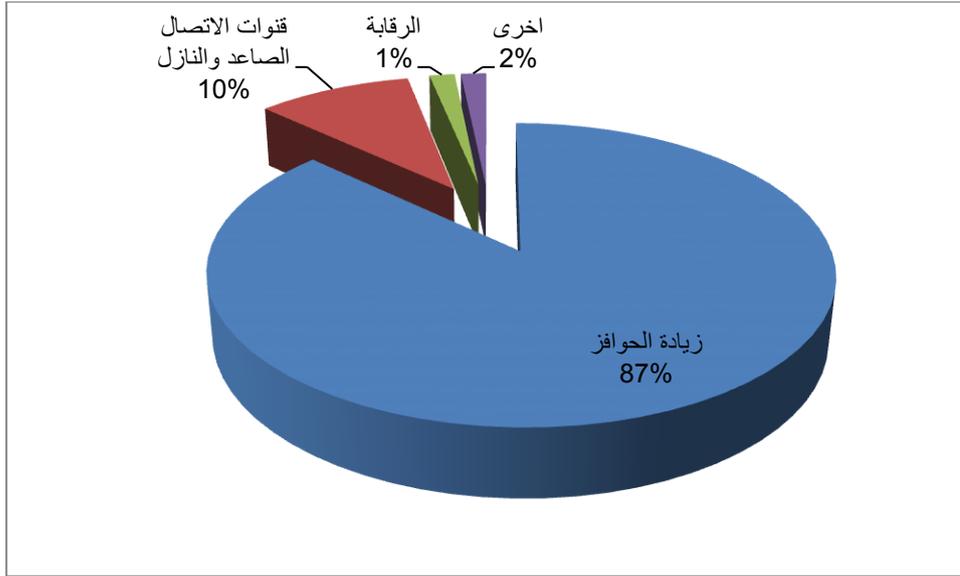
14- كيف ترى كسب ثقة الموظف في المؤسسة الجامعية؟

جدول رقم 25: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في كسب ثقة الموظف في المؤسسة الجامعية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
زيادة الحوافز	53	86.9%
قنوات الاتصال الصاعدة والنازلة	6	9.8%
الرقابة	1	1.6%
أخرى	1	1.6%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 24: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيا الموظف في كسب ثقة الموظف.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

-تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الأغلبية تعتقد بـ **86.9%** أن كسب ثقة الموظف تكون من خلال تقديم حوافز مادية ومعنوية من طرف المسؤول المباشر أو المدير وهذا ما يمثل 53 فرد من العينة محل الدراسة.

- وأن **9.8%** من أفراد العينة تعتقد أن كسب ثقة الموظف تكون من خلال قنوات الاتصال الصاعدة والنازلة .

- أما نسبة أصحاب الذين يعتقدون أن كسب ثقة الموظف تكون من خلال الرقابة وأصحاب الاهتمام بالموظف متساويان حيث بلغت **1.6%** لكليهما.

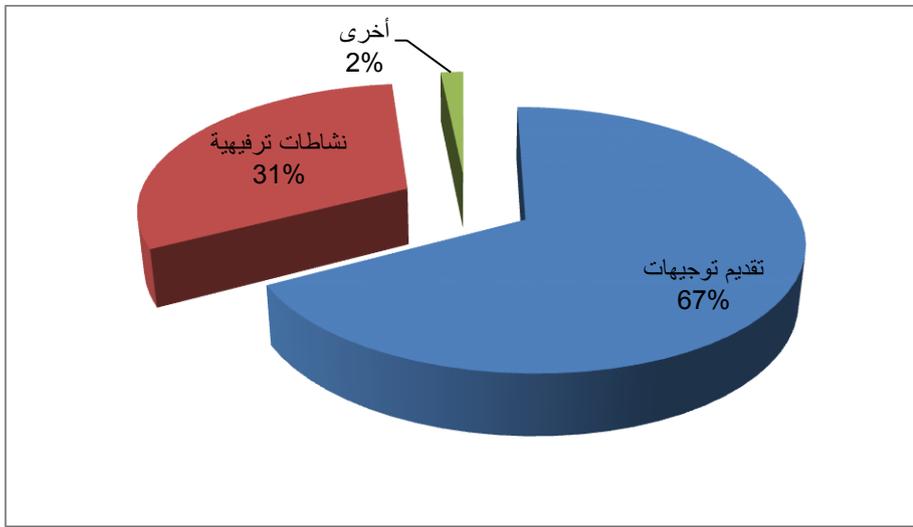
15- هل لمديرية الجامعة مبادرات لفائدة الجمهور الخارجي:

جدول رقم 26: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم قيام مديرية الجامعة بمبادرات لفائدة الجمهور الخارجي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
تقديم توجيهات	41	67.2%
نشاطات ترفيهية	19	31.1%
أخرى	1	1.6%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 25: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب المبادرات التي تقدمها الجامعة للجمهور الخارجي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الأغلبية تعتقد بـ 67.2% أن الجامعة تقدم مبادرات للجمهور الخارجي من خلال تقديم توجيهات له وهذا ما يمثل 41 فرد من العينة محل الدراسة.

- وأن 31.1% من أفراد العينة تعتقد أن الجامعة تقدم مبادرات للجمهور الخارجي من خلال نشاطات ترفيهية تقدم له في اطار ربط الجامعة مع محيطها الخارجي.

- أما 1.6% المتبقية تعتقد أن الجامعة تقدم مبادرات للجمهور الخارجي من خلال التعريف بالجامعة عبر موقعها ومنتدياتها للجمهور الخارجي

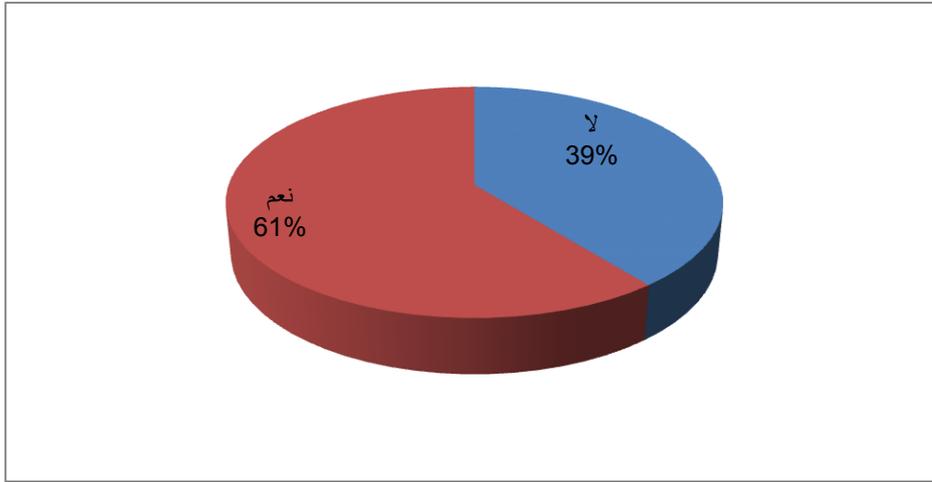
16- هل توجد شراكة بين الجامعة ومؤسسات أخرى؟

الجدول رقم 27: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في وجود شراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	24	39.3%
نعم	37	60.7%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 26: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في قيام المؤسسة الجامعية بشراكة مع المؤسسات الأخرى.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الأغلبية بـ **60.7%** تقر أن المؤسسة الجامعية لها شراكة مع المؤسسات الأخرى ما يمثل 37 فرد من العينة المستجوبة وهذا راجع لدور الذي تلعبه نيابة المدير للعلاقات الخارجية والتعاون بالجامعة حيث تتكفل بالتنسيق والعمل لربط الجامعة مع هذه المؤسسات.

- **39.3%** من أفراد العينة تعتقد عكس ذلك وأن المؤسسة لا يوجد لها شراكة وهذا ما يمثل 24 فرد من العينة محل الدراسة.

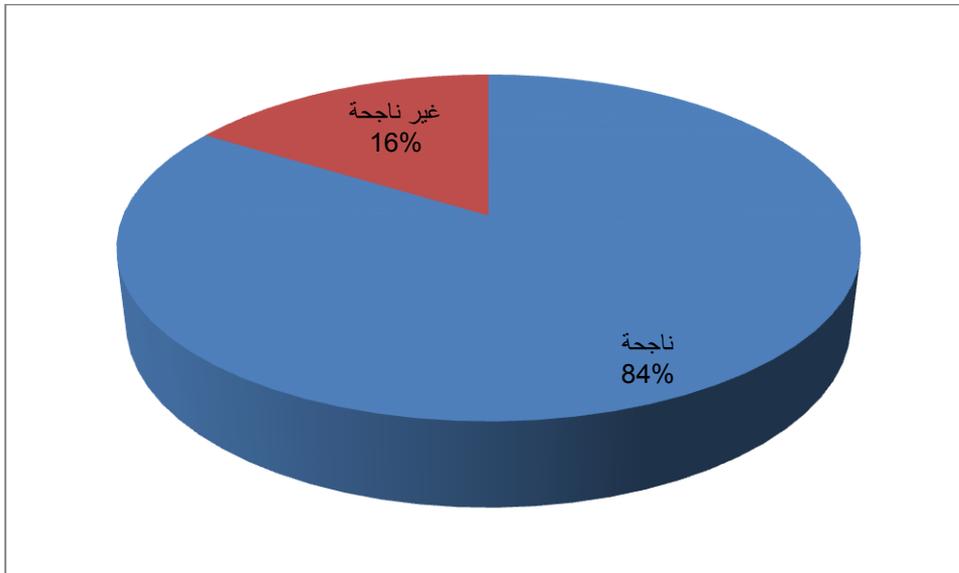
16- 1. في حالة الإجابة بنعم هل هي ناجحة أو غير ناجحة؟

جدول رقم 28: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في تقويم الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ناجحة	31	50.8%
غير ناجحة	6	9.8%
المجموع	37	60.7%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 27: التمثيل البياني لتوزيع العينة لتقويمهم حول نجاح وعدم نجاح الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية – مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة والمقدرة بـ 31 فرد من العينة محل الدراسة علما أن 24 فرد من العينة كان جوابهم عكس ذلك بـ 24 فرد من العينة محل الدراسة فكان جواب الفئة التي أقرت بوجود شراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى كما يلي:

- الأغلبية 84% من أفراد العينة المستجوبة أقرت أن الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى ناجحة كون العلاقات لخارجية بالجامعة هي التي تتكفل بهذه الشراكة فتعم على تطبيق العلاقات العامة في مثل هذه الشراكة .

- بينما 16% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بعدم نجاح شركة المؤسسة الجامعية بالمؤسسات الأخرى وذلك من خلال أجوبتهم على الاستبانة.

المحور 04: بيانات خاصة بممارسة العلاقات العامة في الجامعة.

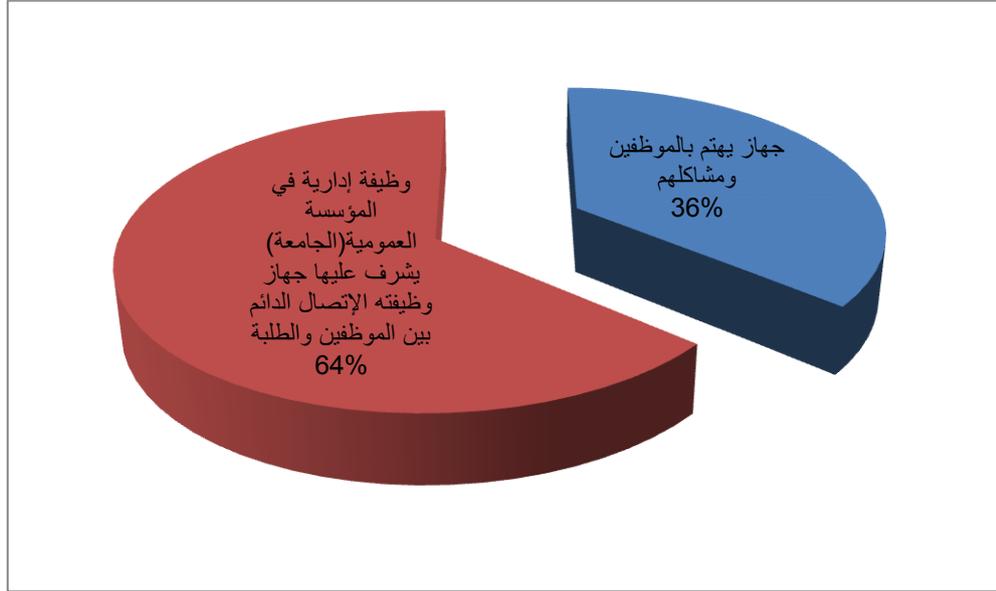
17- ما هو فهمك للعلاقات العامة؟

جدول رقم 29: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في العلاقات العامة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة
جهاز يهتم بالموظفين ومشاكلهم	22	36.1%
وظيفة إدارية في المؤسسة الجامعية	39	63.9%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية – مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 28: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب فهمهم للعلاقات العامة .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول فهمهم للعلاقات العامة كما يلي:

- 63.9 % من العينة محل الدراسة يرون أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية في المؤسسة الجامعية يشرف عليها جهاز وظيفته الإتصال الدائم بين الموظفين والطلبة ما يمثل 39 فرد من العينة محل الدراسة.

- 36.1% من العينة محل الدراسة يعتقدون أن العلاقات العامة هي جهاز يهتم بالموظفين ومشاكلهم ما يمثل 22 فرد من العينة محل الدراسة.

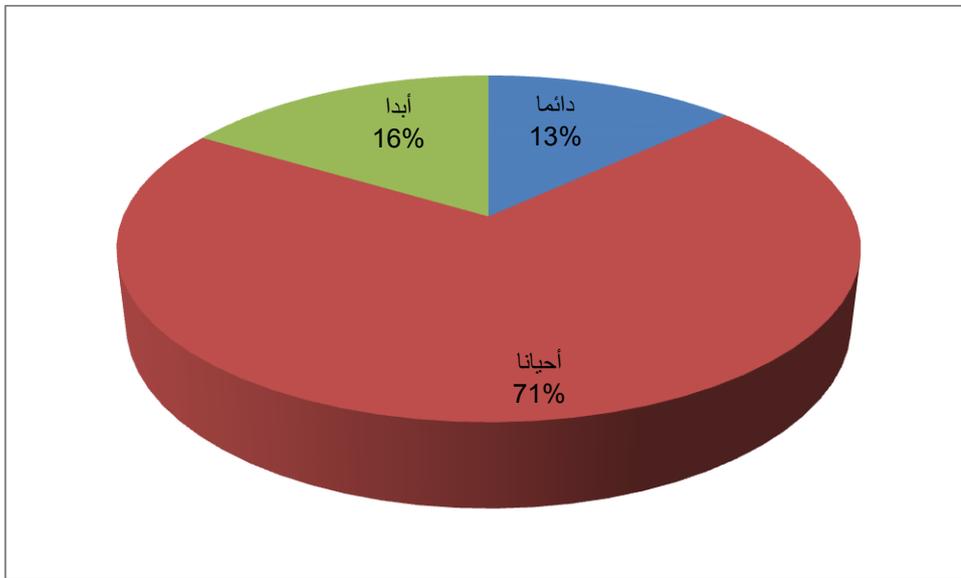
18- هل ترى وجود اهتمام من طرف المسؤول بالموظفين؟

جدول رقم 30: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول مدى وجود اهتمام من طرف المسؤول بالموظفين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	8	13.1%
أحيانا	43	70.5%
أبدا	10	16.4%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 29: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب وجود اهتمام من طرف المسؤول للموظفين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الأغلبية بـ **70.5%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بوجود اهتمام من طرف المسؤول للموظفين يكون أحيانا .

- **13.1%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا باهتمام من طرف المسؤول للموظفين دائما وما يمثل 8 أفراد من العينة المستجوبة.

- 16.4% من أفراد العينة المستجوبة يعتقدون عكس ما سبق إذ ينفون بوجود إهتمام من طرف المسؤول للموظفين.

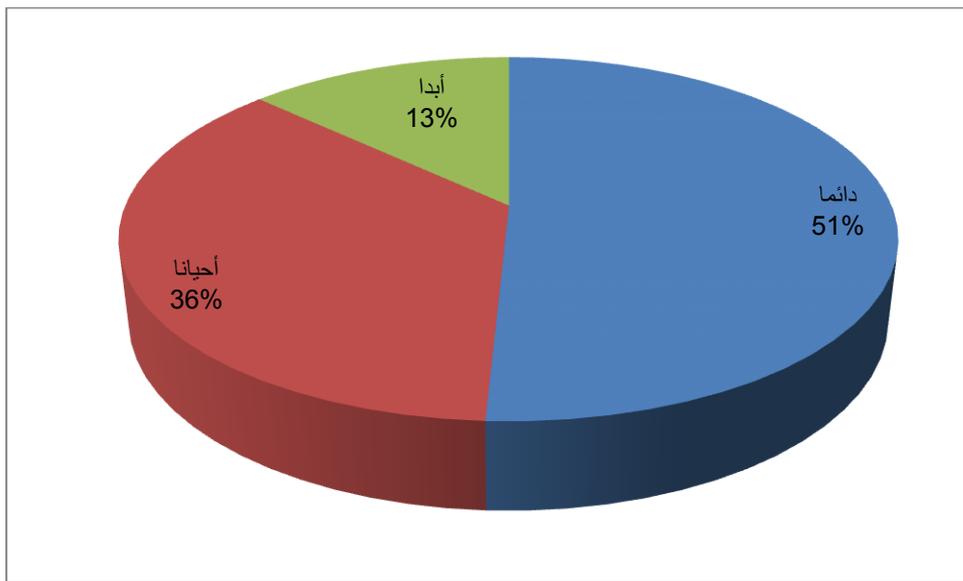
19- حسب رأيك هل يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين؟

جدول رقم 31: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين في الجامعة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	31	50%
أحيانا	22	36.1%
أبدا	8	13.1%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 30: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مدى وجود استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الاغلبية بـ **50.8%** تعتقد أن يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين دائماً وهذا ما يساعد المنظمة على التطور والتقدم وعدم الوقوع في المشاكل والأزمات ما يمثل **31** فرد من العينة محل الدراسة.

- **36.1%** تعتقد أن المسؤول مستعد أحياناً لفتح قنوات اتصال مع الموظفين وهذا ما يمثل **22** أفراد من العينة محل الدراسة.

- أما **13.1%** المتبقية من أفراد العينة المستجوبة لا يرون أن المسؤول مستعد لفتح قنوات الاتصال بين الموظفين ما يمثل **8** أفراد من العينة المستجوبة.

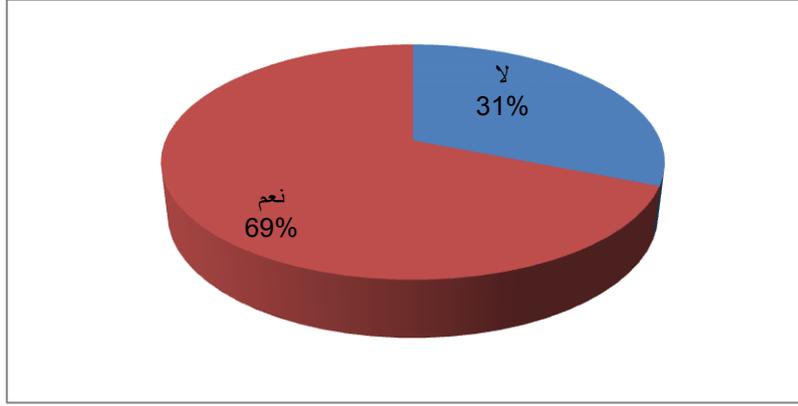
20- هل هناك مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة؟

جدول رقم 32: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والطلبة والموظفين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	19	31.1%
نعم	42	68.9%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 31: التمثيل البياني لتوزيع العينة حول وجود مشاكل بين المسؤولين والموظفين والطلبة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- 68.9% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بوجود مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة وما يمثل 42 فرد من العينة محل الدراسة.

- 31.1% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بعدم وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة وهذا ما يمثل 19 فرد من العينة محل الدراسة.

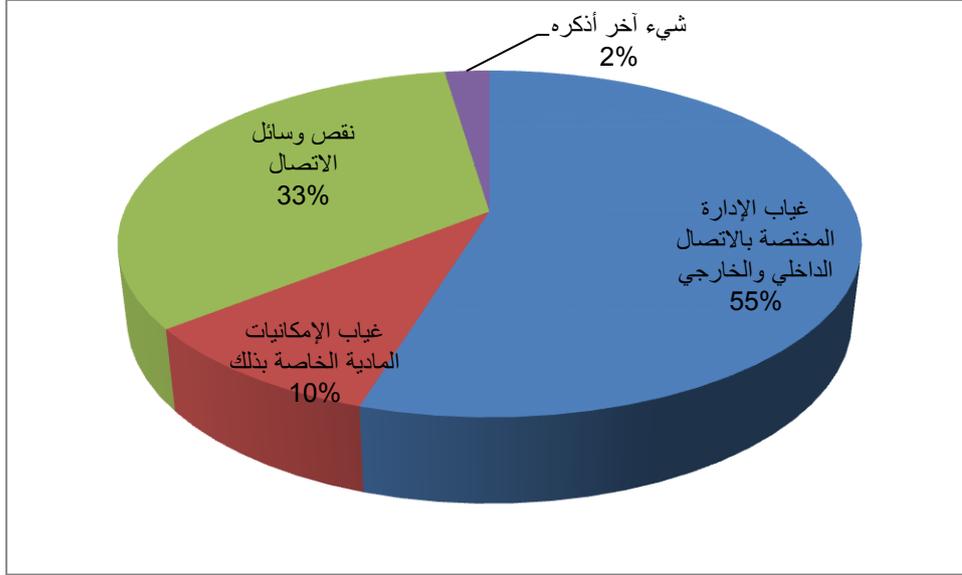
20-1. إذا كانت الإجابة بنعم الى ماذا يرجع السبب؟

جدول رقم 33: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في السبب وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والطلبة والموظفين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
غياب الإدارة المختصة بالاتصال الداخلي والخارجي	23	37.7%
غياب الإمكانيات المادية الخاصة بذلك	4	6.6%
نقص وسائل الاتصال	14	23%
شيء آخر أذكره	1	1.6%
المجموع	42	68.9%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 32: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في السبب حول وجود هذه المشاكل بين المسؤولين والطلبة والموظفين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في وجود مشاكل ومنه تفصل في الأسباب من خلال النتائج كما يلي:

- **55%** من أفراد العينة المستجوبة أقرروا أن السبب في وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة راجع إلى غياب الإدارة المختصة بالاتصال الداخلي والخارجي.

- بينما **33%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا عن نقص وسائل الاتصال في الجامعة.

- **10%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بغياب الإمكانيات المادية الخاصة بذلك.

- أما **2%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بعدم تفعيل مصالح العلاقات العامة في الجامعة ونقص التحفيز لدى المسؤولين بالجامعة وعدم التعريف بحقوق وواجب كل من الطالب والمسؤول والموظف.

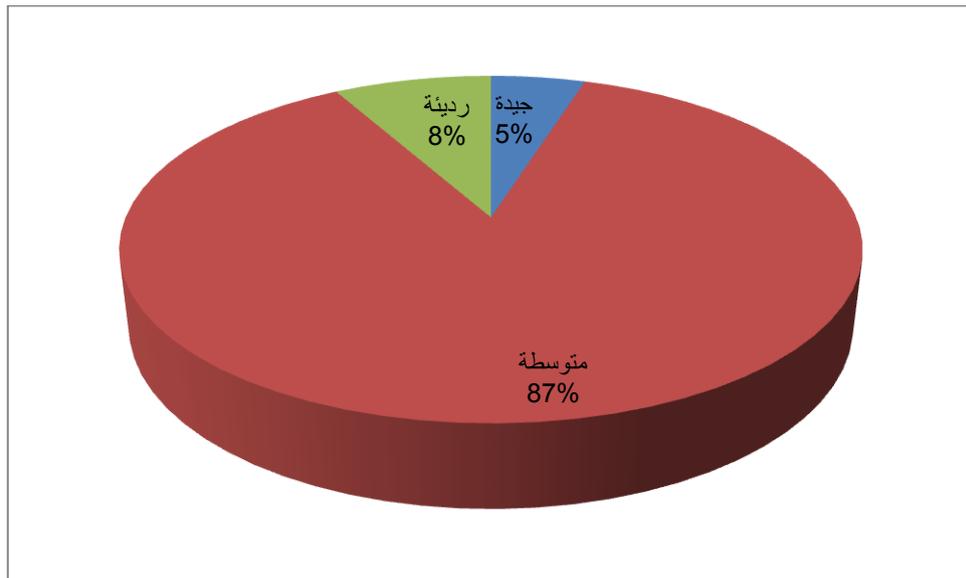
21- كيف تقيم نشاط العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة الجامعية؟

جدول رقم 34: توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في نشاط العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة الجامعية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
جيدة	03	4.9%
متوسطة	53	86.9%
رديئة	5	8.2%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 33: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب تقييم لنشاط العلاقات العامة في الجامعة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الأغلبية بـ **86.9%** أن نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية متوسطة وما يمثل 53 فرد من العينة محل الدراسة.

- **4.9%** من أفراد العينة تعتقد أن نشاط العلاقات العامة في الجامعة جيد ما يمثل 03 أفراد من العينة المستجوبة.

- **8.2%** من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد ان نشاط العلاقات العامة في الجامعة رديئة ما يمثل 05 أفراد من العينة المستجوبة.

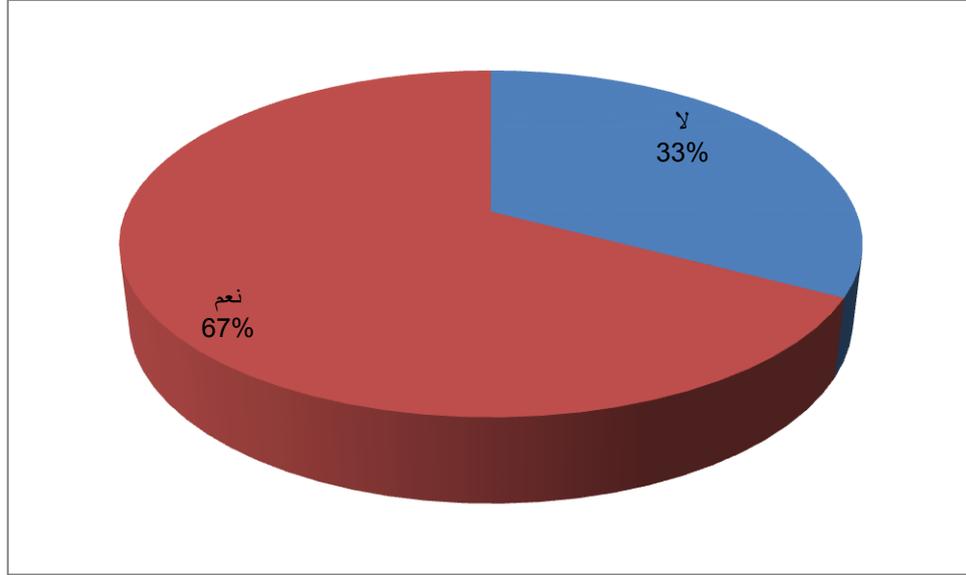
22- هل تنظم العلاقات العامة لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا؟

جدول رقم 35: توزيع أفراد العينة حسب تنظم العلاقات العامة لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	20	32.8%
نعم	41	67.2%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 34: توزيع أفراد العينة حسب تنظيم العلاقات العامة في الجامعة لا تنظم لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- تظهر نتائج الجدول أن **67.2%** من أفراد العينة تعتقد أن العلاقات العامة في الجامعة تنظم لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا ما يمثل 41 فرد من العينة محل الدراسة.

- **32.8%** من أفراد العينة صرحوا بأن العلاقات العامة في الجامعة لا تنظم لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا ما يمثل 20 فرد من العينة محل الدراسة.

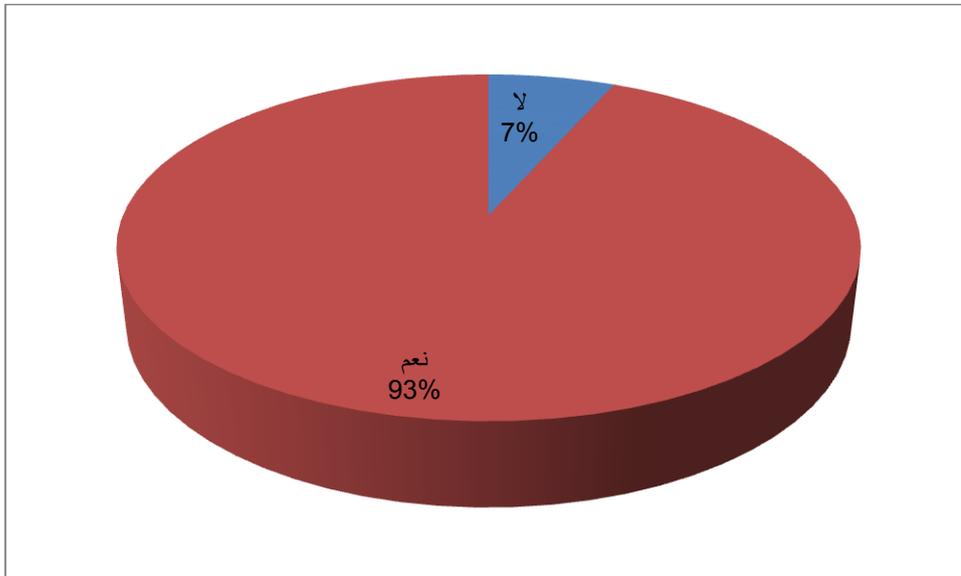
23- هل تقوم العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا؟

جدول رقم 36: توزيع أفراد العينة حسب قيام العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	4	%6.6
نعم	57	%93.4
المجموع	61	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 35: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب آرائهم حول قيام العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول قيام العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا كما يلي:

- **93.4%** من العينة محل الدراسة يرون أن العلاقات العامة تقوم بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا كون أن مدير الجامعة بالتنسيق مع نائب المدير

الدراسات وممثلي الكليات يقومون بالتحضير الجيد لمثل هذه التظاهرات ما يمثل 57 فرد من العينة محل الدراسة.

- 6.6% من العينة محل الدراسة اجابة عكس ذلك بعدم قيام العلاقات العامة بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا ما يمثل 04 أفراد من العينة محل الدراسة.

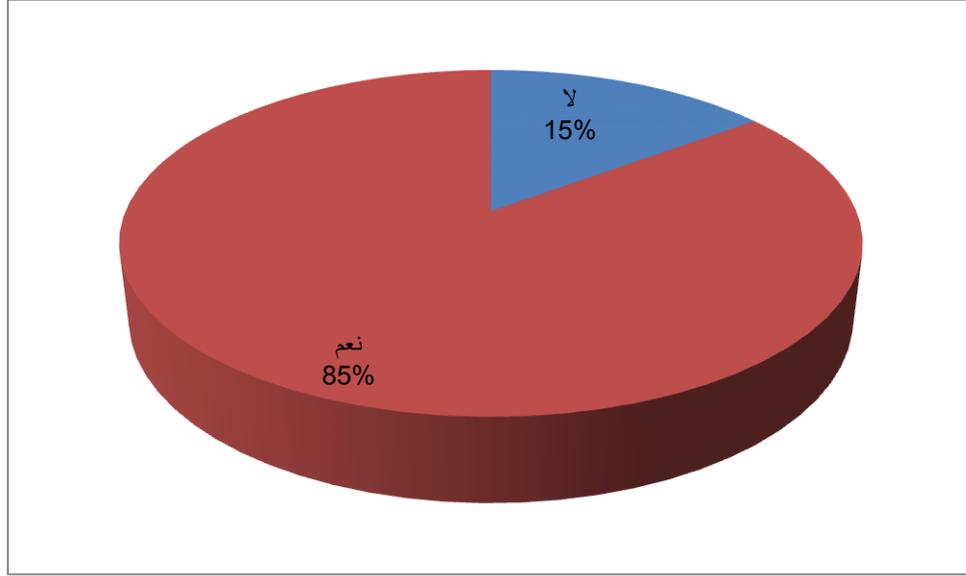
24- هل تقوم العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم مؤتمرات وملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة؟

جدول رقم 37: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول تنظيم العلاقات العامة للمؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	9	14.8%
نعم	52	85.2%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 36: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب قيام العلاقات العامة بتنظيم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

- 85.2% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن العلاقات العامة تنظم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة ما يمثل 52 فرد من العينة محل الدراسة ما يمثل 52 فرد من العينة محل الدراسة.

- 14.8% من العينة المستجوبة صرحوا عكس ذلك بأن العلاقات العامة في الجامعة لا تنظم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة.

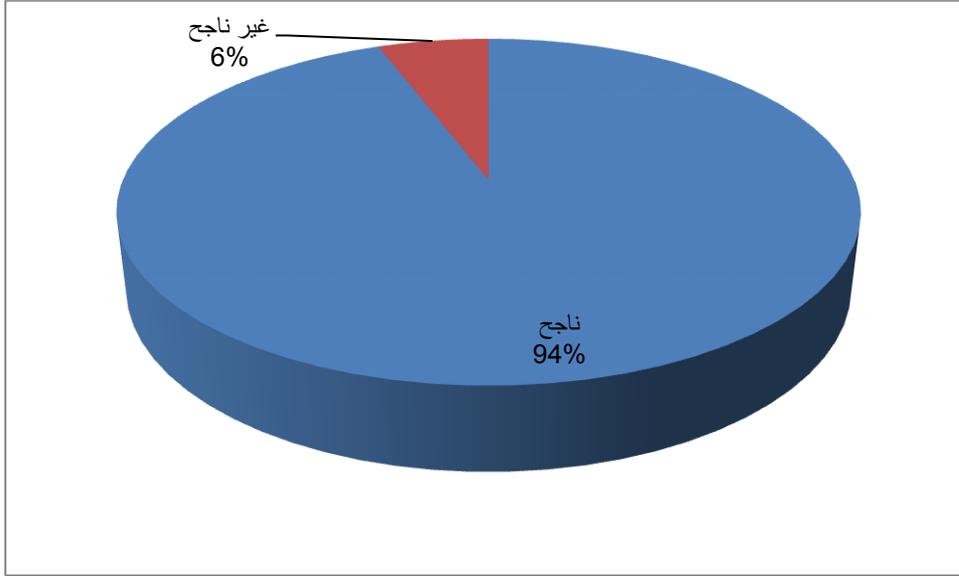
24-1. في حالة الاجابة بنعم : كيف كان التنظيم؟

جدول رقم 38: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول نجاح التنظيم وعدم نجاحه من عدمه.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ناجحة	49	80.3%
غير ناجحة	3	4.9%
المجموع	52	85.2%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 37: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجاباتهم حول نجاح التنظيم.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول نجاح أو عدم نجاح التنظيم ما يمثلون 52 فرد من العينة محل الدراسة بنسبة 85.2% موزعين كما يلي:

-80.3% من العينة محل الدراسة يعتقدون أن العلاقات العامة نجحت في تنظيم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة فهي النسبة الغالبة بـ49 فرد من العينة محل الدراسة، و 4.9% تعتقد عكس ذلك بعدم نجاح العلاقات العامة في تنظيم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات داخل الجامعة ما يمثل 3 أفراد من العينة محل الدراسة.

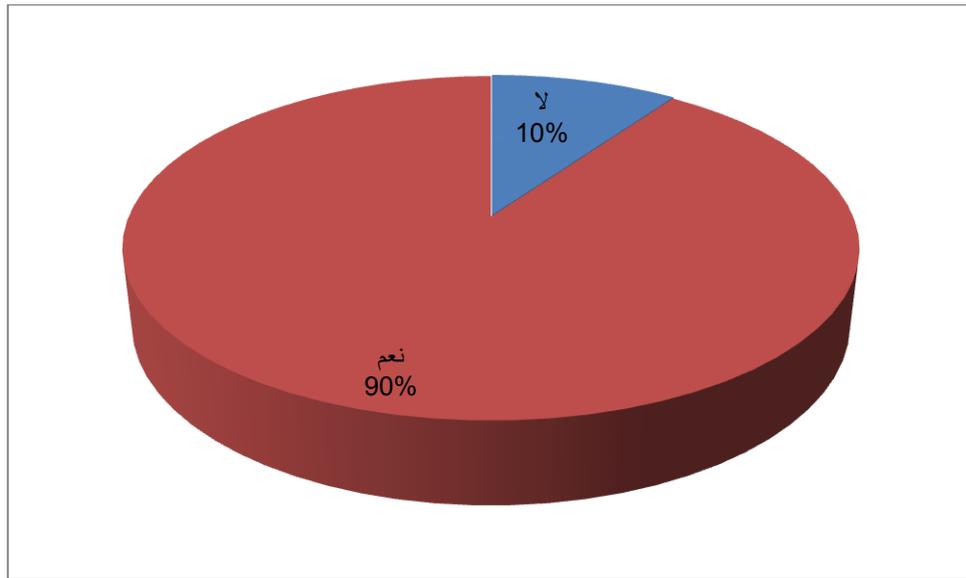
25- هل ترى ضرورة لوجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة؟

جدول رقم 39: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول ضرورة لوجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	6	%9.8
نعم	55	%90.2
المجموع	61	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 38: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول ضرورة لوجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة كما يلي:

- 90.2% من العينة محل الدراسة يرون ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة ما يمثل 55 فرد من العينة محل الدراسة.

- 9.8% تعتقد عكس ذلك حيث لا يرون لضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة ما يمثل 06 أفراد من العينة محل الدراسة.

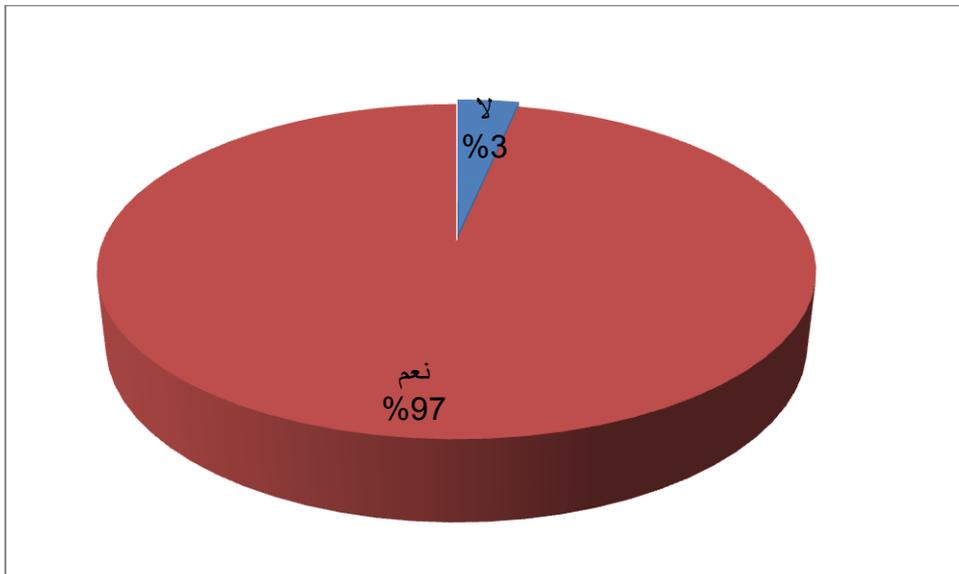
26- هل ترى ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية؟

جدول رقم 40: توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	2	3.3%
نعم	59	96.7%
المجموع	61	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية - مخرجات برنامج SPSS-

الشكل 39: التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم حول ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج المعالجة الإحصائية – مخرجات برنامج SPSS-

تحليل النتائج:

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية كما يلي:

- نسبة 96.7% من العينة محل الدراسة كانت إجاباتهم بـ نعم لضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية ما يمثل 59 فرد من العينة محل الدراسة المستجوبة.

- 3.3% من العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك كانت إجاباتهم بـ لا لوجود مصلحة للعلاقات العامة في الكلية ما يمثل 2 فرد من العينة محل الدراسة.

خامسا: نتائج تحليل الدراسة الميدانية:

استهدفت هذه الدراسة التي قمنا بها معرفة ممارسة وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية جامعة غرداية ومدى وجودها و ممارستها من عدمها، ومدى تطبيق آلياتها وسياققتها بين ما هو نظري وما هو تطبيقي، وبعد عرض الجداول الدراسة الميدانية أظهرت النتائج ما يلي:

كشفت الدراسة أن متغير الجنس للعينة غلب عليها فئة الإناث على الذكور كما يوضح الجدول الإحصائي الأول وكانت نسبة الإناث 54.1% مقابل 45.9% بالنسبة للذكور.

وأظهرت الدراسة أن الفئة العمرية الفئة ما بين 25 سنة إلى 36 سنة بلغت 60.7% من الباحثين تليها مباشرة فئة ما بين 36 إلى 40 سنة بـ 34.4% ، وصولا إلى فئة 41 إلى 50 سنة بـ 4.9% ومن هنا يتضح أن فئة الموظفين الإداريين ما بين 25 سنة إلى 35 سنة أغلبيتهم شباب فكان لها حصة الأسد من عدد الموظفين .

وبينت الدراسة التحليلية أن العينة من حيث متغير المستوى التعليمي، أن نسبة المستوى الثانوي هي الأكبر حيث بلغت نسبتها بـ 42.6% وأن حملة شهادة الماستر بلغت 39.3% ، فحين بلغت

نسبة حاملي شهادة الماستر بلغت بـ **18%** منها نستنتج أن الجامعة تفتقر إلى فئة الموظفين ذوي المستوى الجامعي.

أما في ما يتعلق بمتغير توزيع الرتبة المهنية ومن خلال الجدول رقم **04** يتضح جليا أن فئة المتصرفين الإداريين استحوذت على أكبر نسبة بحوالي **52.5%** تليها فئة رتبة ملحق إدارة بـ **36.1%** لتليها رتبة عون إدارة بـ **4.9%** أما النسبة المتبقية والتي بلغت **3.3%** فتمثلت في رتبة المهنية لمهندس دولة وتقني سامي بـ **3.3%** لكليهما.

أما في ما يتعلق بمتغير المصالح المستخدمة ومن خلال الجدول رقم **05** يتضح لنا أن كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بلغت نسبتها بـ **23%** من العينة محل الدراسة، وكلية العلوم وتكنولوجيا ومديرية الدراسات بالجامعة بلغت **14.8%** لكليهما، لتليها كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض ومصالحة المستخدمين بمديرية الجامعة بـ **13.1%** أما كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قدرت بـ **11.5%** أما النسبة المتبقية والتي بلغت **9.8%** لكلية الآداب واللغات.

أما فيما يتعلق بمتغير الخبرة ومن خلال الجدول الإحصائي رقم **06** يتضح جليا أن فئة المبحوثين الأقل من **5** سنوات استحوذت على أكبر نسبة بحوالي **63.9%** تليها فئة الإداريين ما بين **6** إلى **15** سنوات بـ **36.1%**.

أما فيما يتعلق بالبيانات حول وجود مصالحة للعلاقات العامة بالجامعة فتظهر نتائج الجدول أن **98.4%** من أفراد العينة المستهدفة يرون لا توجد مصالحة للعلاقات العامة بالجامعة قائمة بداتها وهي النسبة الغالبة ، وأن نسبة الذين يرون العكس ذلك تقدر نسبتهم بـ **1.6%** من أفراد العينة محل الدراسة ومن هنا نرى أن الأغلبية الساحقة من إطارات وإداري الجامعة أقرت بعدم وجود مصالحة للعلاقات العامة ، وهذا ما جاء في الجدول رقم **07**.

وفيما يخص أفراد العينة وحسب إجاباتهم حول الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين داخل جامعة غرداية فجاءت النتائج كما يلي: **13.1%** من العينة محل الدراسة صرحت أن الجهة المكلفة

بالاتصال بين الموظفين بالجامعة تتمثل في عميد الكلية وهذا ما يمثل 08 من أفراد العينة محل الدراسة، و60.7% صرحت أن الجهة المكلفة بالاتصال تتمثل في الأمين العام وهذا ما يمثل 37 من أفراد العينة محل الدراسة. وان 24.6% صرحت أن الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين في الجامعة تتمثل في المسؤول المباشر وهذا ما يمثل 15 من أفراد العينة محل الدراسة.

1.6% من العينة محل الدراسة صرحت أن لها رأي مخالف سؤاء بالنفي أو لا أدري وذلك بعدم الاجابة على السؤال.

أما فيما يخص وجود الاتصال بين الموظفين فكانت النتائج كما يلي: 100% من أفراد العينة المستهدفة ان الاتصال بينهم موجود وهذا ما يمثل 61 من أفراد العينة محل الدراسة وبالتالي نستنتج أن الاتصال فعال بينهم.

أما إذا كانت الإجابة "بنعم" كيف يكون الاتصال معهم فكانت النتائج كالآتي : أكثر من 82% من أفراد العينة والمتمثل في 50 من أفراد العينة محل الدراسة يرون أن الاتصال بينهم يكون أحيانا داخل الجامعة ، 18% من أفراد العينة والمتمثل في 11 من أفراد العينة محل الدراسة يرون أن الاتصال بينهم يكون دائما وهذا راجع لقوة الاحتكاك بين هذه الفئة وتربطها مع المصالح الأخرى .

وبالنسبة للسمات التي يتصف بها موظفي الجامعة فتظهر النتائج التي تحصلنا عليها من خلال إجابة الباحثين أن 47.5% من أفراد العينة المستجوبة المقدر عددهم بـ 29 من أفراد العينة محل الدراسة أقروا أن الموظف الجامعي له القدرة على مواجهة المشاكل داخل الجامعة ، بينما 34.4% من أفراد العينة المستجوبة والمقدر عددهم بـ 21 من أفراد العينة محل الدراسة أن الموظف الجامعي له القدرة في التحكم في اللغة وأن 18% من أفراد العينة المستجوبة والمقدر عددهم بـ 11 من أفراد العينة محل الدراسة أن الموظف الجامعي له القدرة على اقناع الجمهور.

وحول إبراز الوظائف الأكثر استخداما في الجامعة وكما جاء في الجدول رقم 12 فتظهر النتائج المتوصل إليها حسب توزيع أفراد العينة أن- تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن 36.1% من أفراد

العينة المستجوبة والمقدرة بـ 22 من أفراد العينة محل الدراسة أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي الاهتمام بالموظفين وأن 23% من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ 14 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي الاتصال بين الموظفين، وأن 19% من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ 12 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي الاتصال بين الموظفين، واما 19% من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ 12 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوظيفة الأكثر استخداما في الجامعة هي استقبال المستمر للجمهور واما 1.6% المتبقية من أفراد العينة بـ 1 من أفراد العينة محل الدراسة فهي تظن أن الوظيفة الكثر استخداما في الجامعة هي تقديم خدمات .

كما بينت النتائج المتحصل عليها ما إذا كانت المؤسسة الجامعية غرداية تقوم بتدريب العاملين فكانت النتائج كالاتي: 63.9% من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ 39 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن إدارة الجامعة تتكفل بتدريب العاملين داخل المؤسسة وهذا ما يساهم في تطوير القدرة المعرفية للموظف الجامعي ومنه الارتقاء بالجامعة في المراتب العليا مستقبلا، أما 36.1% من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ 22 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك وأن إدارة الجامعة لا تتكفل بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية.

وحول اهتمام المسؤولين بتقديم اقتراحات الموظف فكانت النتائج كالاتي: تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الاغلبية بـ 86.9% والمقدرة بـ 53 من أفراد العينة محل الدراسة موافقة بنعم على أن المسؤولين يهتمون باقتراحات الموظفين داخل الجامعة كون الموظف عنصر فعال في اتخاذ القرار داخل الجامعة، بحيث أنه يعطي رأيه في كل ما يخص المصلحة العامل بها، و أما 13.1% من العينة والمقدرة بـ 8 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك أن المسؤولين لا يهتمون باقتراحات الموظف داخل الجامعة وهذا ما يقصي الموظف من ابداء رأيه في شؤون الجامعة ويبقى اتخاذ القرار محتكر من قبل بعض المسؤولين.

أما في حالة لا يهتم المسؤول لاقتراحات الموظف فكانت نتائج جدول التوزيع كالاتي: تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم أن 9.8% ما يمثل 06 أفراد من العينة محل الدراسة كانت إجاباتهم بـ لا ويرجع السبب في ذلك إلى الأ مبالاة وسياسة التهميش التي يتبعها بعض المسؤولين نهيك أنهم يعملوا بآرائهم فقط بدون الرجوع إلى الموظف الإداري ، ويوجد سبب آخر أن المسؤول تترام له الأعمال وعدم وجود وقت لسماع اقتراحات الموظف إضافة إلى مشكلة الثقة.

وعن علاقة الموظف بالموظفين في الجامعة فكانت النتائج الجدول كالاتي: تظهر نتائج الجدول أن 57.4% من أفراد العينة تعتقد أن علاقتها بالموظفين في المؤسسة الجامعية جيدة ومقبولة ما يمثل 35 فرد من العينة المستجوبة ، وهذا ما يجعل العلاقات متميزة بين موظفي الجامعة، بينما 41% من أفراد العينة تعتقد أن علاقتها بالموظفين في المؤسسة الجامعية عادية وهذا ما يمثل 25 فرد من العينة المستجوبة، أما 1.6% من أفراد العينة صرحت أن علاقتها مع الموظفين في الجامعة سيئة وهذا ما يمثل فرد 01 من العينة المستجوبة.

أما عن الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بين الموظفين وتوضيحا لنتائج الدراسة التحليلية كانت كالاتي: 60.7% من أفراد العينة المستجوبة والمقدر عددهم بـ 37 مفردة من عينة المستجوبة صرحوا أن الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بين الموظفين هي المراسلات الإدارية وهذا لكثرة التعامل بيها يوميا بين مصالح الجامعة ، أما 29.5% من أفراد العينة المستجوبة والمقدرة بـ 18 من أفراد العينة محل الدراسة تعتقد أن الوسيلة الأكثر استخداما للاتصال بين الموظفين في مديرية الجامعة هي الاجتماعات وهذا راجع لدور الذي يقوم به المسؤول المباشر لتقرب من موظفيه عن طريق هذه الوسيلة و 9.8% من أفراد العينة يعتقدون أن الوسيلة الأكثر استخداما للاتصال بين الموظفين في مديرية الجامعة هي الاتصال المباشر وهذا ما يمثل 06 مفردة من العينة محل الدراسة.

وأظهرت الدراسة كذلك أن الغاية التي يتم بها الاتصال بين الموظف وبين المسؤول فتنتائج المتحصل عليها أن **44.3%** من أفراد العينة المستجوبة صرحت أن الاتصال مع المسؤول يكون غايته حل مشاكل في العمل أما **31.1%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن الاتصال مع المسؤول يكون من أجل إعطاء توجيهات وأن **21.3%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن الاتصال مع المسؤول يكون من أجل تقديم أوامر وأما **3.3%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن الاتصال مع المسؤول يكون من أجل تقديم تقارير.

كما بينت النتائج المتحصل عليها حول ظروف العمل في مديرية الجامعة فكانت كالآتي: تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الاغلبية بـ **82%** وهذا ما يمثل **50** فرد من العينة المستجوبة تعتقد أن ظروف العمل في الجامعة هي ملائمة بالنسبة لهم ، أما **18%** وهذا ما يمثل **11** فرد من العينة المستجوبة تعتقد عكس ذلك بأن الظروف العمل في مديرية الجامعة غير ملائمة.

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة ومجموع أفرادها **11** العينة محل الدراسة أجابه بغير ملائمة وأن **50** إجابة بأن ظروف العمل كانت ملائمة ومنه نتطرق إلى السبب حول عدم ملائمة ولماذا يرجع السبب في ذلك حسب إجاباتهم كما يلي: **55%** من العينة محل الدراسة يرون أن ظروف العمل غير ملائمة ويرجع السبب إلى عدم المساوات في المعاملة بين الموظفين ما يمثل **06** أفراد من العينة محل الدراسة، أما **27%** تعتقد أن ظروف العمل غير ملائمة ويرجع السبب في ذلك إلى عدم المساوات في الترقية ما يمثل **03** أفراد من العينة محل الدراسة و **18%** من العينة محل الدراسة يعتقدون أن السبب في ذلك يرجع إلى نقص الاتصال بين المسؤول والموظفين ما يمثل **02** أفراد من العينة محل الدراسة.

وعن مواجهة المشاكل بالنسبة للموظف الاداري وكيفية تقديمها في شكل شكاوي فتظهر النتائج المتحصل عليها أن الأغلبية والمقدرة بـ **86.9%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا عندما تواجههم مشاكل يتم تقديمها في شكل شكاوي ، وأن **13.1%** ترى عكس ذلك لا يتم تقديمها في شكل شكاوي ، أما في حالة الاجابة بنعم فالجهة التي يتصل بيها الإداري حسب نتائج المتحصل عليها كانت

كالاتي: الأغلبية بـ **80%** من العينة محل الدراسة يعتقدون أن الجهة التي يتصل بها الموظف عندما تواجهه مشاكل تتمثل في المسؤول المباشر وهي النسبة الغالبة ما يمثل **39** أفراد من العينة محل الدراسة، أما **20%** من العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك بأن مدير الجامعة هو الجهة التي يتصل بها الموظف عندما تواجهه مشاكل وهي النسبة المقدره بـ **10** أفراد من العينة محل الدراسة.

وتوضح نتائج الدراسة التحليلية أن طريقة تلقي الردود من المسؤولين كانت كالاتي: -**96%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن تلقي الردود من طرف المسؤول المباشر عليهم يكون عبر المقابلة ما يمثل **53** أفراد من العينة محل الدراسة وهذا راجع إلى اللقاء الشخصي والمباشر مع المسؤول لفهم المشكل وحله في الوقت المناسب و كما أن نسبة الموظفين الذين يتلقون الردود عبر الهاتف والبريد الإلكتروني متساوي حيث بلغت **2%** لكليهما.

وفيما يخص وجود استعداد من المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظف فكانت نتائج التحليلية كالاتي: تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الاغلبية بـ **82%** تعتقد أن يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين أحيانا ما يمثل **50** فرد من العينة محل الدراسة، أما **11.5%** تعتقد أن المسؤول مستعد دائما لفتح قنوات اتصال مع الموظفين وهذا ما يساعد المنظمة على التطور والتقدم وعدم الوقوع في المشاكل والأزمات وهذا ما يمثل **7** أفراد من العينة محل الدراسة وأن **6.5%** المتبقية من أفراد العينة المستجوبة لا يرون أن المسؤول مستعد لفتح قنوات الاتصال بين الموظفين.

فيما تظهر نتائج التحليل أن كسب ثقة الموظف في المؤسسة الجامعة كان كالاتي: تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الأغلبية تعتقد بـ **86.9%** أن كسب ثقة الموظف تكون من خلال تقديم حوافز مادية ومعنوية من طرف المسؤول المباشر أو المدير وهذا ما يمثل **53** فرد من العينة محل الدراسة وأن **9.8%** من أفراد العينة تعتقد أن كسب ثقة الموظف تكون من خلال قنوات الاتصال الصاعدة والنازلة و أما نسبة أصحاب الذين يعتقدون أن كسب ثقة الموظف تكون من خلال الرقابة وأصحاب الاهتمام بالموظف متساويان حيث بلغت **1.6%** لكليهما.

وبالنسبة للمبادرات التي تقدمها مديرية الجامعة للجمهور الخارجي فتظهر النتائج التي تحصلنا عليها من إجابة المبحوثين أن الأغلبية تعتقد بـ **67.2%** أن الجامعة تقدم مبادرات للجمهور الخارجي من خلال تقديم توجيهات له وهذا ما يمثل **41** فرد من العينة محل الدراسة وأن **31.1%** من افراد العينة تعتقد أن الجامعة تقدم مبادرات للجمهور الخارجي من خلال نشاطات ترفيهية تقدم له في اطار ربط الجامعة مع محيطها الخارجي ، وأما **1.6%** المتبقية تعتقد أن الجامعة تقدم مبادرات للجمهور الخارجي من خلال التعريف بالجامعة عبر موقعها ومنتدياتها للجمهور الخارجي.

كما تظهر نتائج جدول رقم 27 توزيع أفراد العينة أن الأغلبية بـ **60.7%** تقرر أن المؤسسة الجامعية لها شراكة مع المؤسسات الأخرى ما يمثل **37** فرد من العينة المستجوبة وهذا راجع لدور الذي تلعبه نيابة المدير للعلاقات الخارجية والتعاون بالجامعة حيث تتكفل بالتنسيق والعمل لربط الجامعة مع هذه المؤسسات وأن **39.3%** من أفراد العينة تعتقد عكس ذلك وأن المؤسسة لا يوجد لها شراكة وهذا ما يمثل **24** فرد من العينة محل الدراسة.

حيث تظهر نتائج جدول توزيع أفراد العينة والمقدرة بـ **31** فرد من العينة محل الدراسة علما أن **24** فرد من العينة كان جوابهم عكس ذلك بـ **24** فرد من العينة محل الدراسة فكان جواب الفئة التي أقرت بوجود شراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى كما يلي: أن الأغلبية **84%** من أفراد العينة المستجوبة أقرت أن الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى ناجحة كون العلاقات لخارجية بالجامعة هي التي تتكفل بهذه الشراكة فتعم على تطبيق العلاقات العامة في مثل هذه الشراكة بينما **16%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بعدم نجاح شركة المؤسسة الجامعية بالمؤسسات الأخرى وذلك من خلال أجوبتهم على الاستبانة.

أما عن إجاباتهم حول فهمهم للعلاقات العامة فكانت نتائج التحليلية كالآتي: **63.9%** من العينة محل الدراسة يرون أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية في المؤسسة الجامعية يشرف عليها جهاز وظيفته الاتصال الدائم بين الموظفين والطلبة ما يمثل **39** فرد من العينة محل الدراسة، أما **36.1%** من

العينة محل الدراسة يعتقدون أن العلاقات العامة هي جهاز يهتم بالموظفين ومشاكلهم ما يمثل 22 فرد من العينة محل الدراسة.

وأظهرت الدراسة كذلك أن الاهتمام المسؤولين بالموظفين كان كالاتي: نتائج جدول توزيع أفراد العينة أن الأغلبية بـ **70.5%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بوجود اهتمام من طرف المسؤول للموظفين يكون أحيانا، أما **13.1%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا باهتمام من طرف المسؤول للموظفين دائما وما يمثل 8 أفراد من العينة المستجوبة وأن **16.4%** من أفراد العينة المستجوبة يعتقدون عكس ما سبق إذ ينفون بوجود اهتمام من طرف المسؤول للموظفين.

لنعيد طرح نفس السؤال السابق هل يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين فكانت النتائج التحليلية كالاتي: أن الاغلبية بـ **50.8%** تعتقد أن يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين دائما وهذا ما يساعد المنظمة على التطور والتقدم وعدم الوقوع في المشاكل والأزمات ما يمثل **31** فرد من العينة محل الدراسة، أما **36.1%** تعتقد أن المسؤول مستعد أحيانا لفتح قنوات اتصال مع الموظفين وهذا ما يمثل 22 أفراد من العينة محل الدراسة وأن **13.1%** المتبقية من أفراد العينة المستجوبة لا يرون أن المسؤول مستعد لفتح قنوات الاتصال بين الموظفين ما يمثل 8 أفراد من العينة المستجوبة.

أما عن وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة فكانت نتائج التحليلية قد أظهرت أن **68.9%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بوجود مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة وما يمثل **42** فرد من العينة محل الدراسة، وأن **31.1%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بعدم وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة وهذا ما يمثل **19** فرد من العينة محل الدراسة.

فإذا كانت الجابة بنعم يرجع السبب في وجود هذه المشاكل إلى النتائج التي تحصلنا عليها أن **55%** من أفراد العينة المستجوبة أقرروا أن السبب في وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة راجع إلى غياب الإدارة المختصة بالاتصال الداخلي والخارجي، بينما **33%** من أفراد العينة المستجوبة صرحوا عن

نقص وسائل الاتصال في الجامعة وأن 10% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بغياب الإمكانيات المادية الخاصة بذلك، أما 2% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بعدم تفعيل مصالح العلاقات العامة في الجامعة ونقص التحفيز لدى المسؤولين بالجامعة وعدم التعريف بحقوق وواجب كل من الطالب والمسؤول والموظف.

كما توضح نتائج الدراسة التحليلية عن تقييم نشاط العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة الجامعية فكانت كالآتي : أن الأغلبية بـ 86.9% أن نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية متوسطة وما يمثل 53 فرد من العينة محل الدراسة، وأن 4.9% من أفراد العينة تعتقد أن نشاط العلاقات العامة في الجامعة جيد ما يمثل 03 أفراد من العينة المستجوبة ، في حين أن 8.2% من أفراد العينة تعتقد ان نشاط العلاقات العامة في الجامعة رديئة ما يمثل 05 أفراد من العينة المستجوبة.

وعن مساهمة العلاقات العامة بتنظيم لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا فكانت نتائج التحليلية قد بينت أن 67.2% من أفراد العينة تعتقد أن العلاقات العامة في الجامعة تنظم لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا ما يمثل 41 فرد من العينة محل الدراسة بينما 32.8% من أفراد العينة صرحوا بأن العلاقات العامة في الجامعة لا تنظم لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا ما يمثل 20 فرد من العينة محل الدراسة.

وحول مدى تنظيم العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الأبواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على البكالوريا فكانت نتائج التحليلية قد أظهرت أن 93.4% من العينة محل الدراسة يرون أن العلاقات العامة تقوم بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا كون أن مدير الجامعة بالتنسيق مع نائب المدير الدراسات وممثلي الكليات يقومون بالتحضير الجيد لمثل هذه التظاهرات ما يمثل 57 فرد من العينة محل الدراسة بينما 6.6% من العينة محل الدراسة اجابة عكس ذلك بعدم قيام العلاقات العامة بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا ما يمثل 04 أفراد من العينة محل الدراسة.

أما فيما يخص مدى تنظيم العلاقات العامة بالجامعة لمؤتمرات وملتقيات لمؤسسات أخرى داخل جامعة غرداية فكانت النتائج كالتالي: % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا أن العلاقات العامة تنظم المؤتمرات وملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة ما يمثل 52 فرد من العينة محل الدراسة ما يمثل 52 فرد من العينة محل الدراسة، أما 14.8% من العينة المستجوبة صرحوا عكس ذلك بأن العلاقات العامة في الجامعة لا تنظم المؤتمرات وملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة.

وبالنسبة إذا كانت الجامعة تنظم هذه المؤتمرات وملتقيات فهل هي ناجحة ام غير ذلك فتتأرجح الجدول رقم 38 توضح ذلك أن 80.3% من العينة محل الدراسة يعتقدون أن العلاقات العامة نجحت في تنظيم المؤتمرات وملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة فهي النسبة الغالبة بـ 49 فرد من العينة محل الدراسة، و 4.9% تعتقد عكس ذلك بعدم نجاح العلاقات العامة في تنظيم المؤتمرات وملتقيات لمؤسسات داخل الجامعة ما يمثل 3 أفراد من العينة محل الدراسة.

وأظهرت الدراسة التحليلية أن نسبة كبيرة بـ 90.2% من العينة محل الدراسة يرون ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة ما يمثل 55 فرد من العينة محل الدراسة بينما 9.8% تعتقد عكس ذلك حيث لا يرون لضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة ما يمثل 06 أفراد من العينة محل الدراسة.

وحول إبراز ضرورة وجود مكتب للعلاقات العامة في كل كلية فكانت النتيجة كالتالي: 96.7% من العينة محل الدراسة كانت إجاباتهم بـ نعم لضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية ما يمثل 59 فرد من العينة محل الدراسة المستجوبة بينما 3.3% من العينة محل الدراسة تعتقد عكس ذلك كانت إجاباتهم بـ لا لوجود مصلحة للعلاقات العامة في الكلية ما يمثل 2 فرد من العينة محل الدراسة.

وتبين النتائج المتحصل عليها من الدراسة تحقيق الفرضية الأولى وهي أن واقع ممارسة العلاقات العامة واقع لا مفر منه وهي شكل من أشكال التي تعمل بها الإدارة الحديثة.

أما الفرضية الثانية والثالثة وفي سياق البحث الميداني فتم تحقيقهما من خلال الاستمارة وما جاء فيها، إذ أظهرت النتائج أن 100% رأت أن الاتصال والتواصل بين موظفي الجامعة يساهم في بناء مؤسسي قوامه التفاعل الإيجابي بين مكونات المؤسسة الجامعية وأن وجود علاقات عامة في المؤسسة الجامعية دليل على وجود إدارة للنهوض بمستوياتها نحو ما هو أفضل ووصلت نسبة الموافقين بنشاط العلاقات العامة في الجامعة بـ 86.9% مقبول .

أما الفرضية الرابعة فتبين لنا النتائج أن أغلبية الموظفين الإداريين ترى أن العلاقات العامة نجحت في الجامعة بتنظيم عدة نشاطات مختلفة قصد تطور الجامعة وانفتاحها على محيطها الخارجية و توضح ذلك أن 80.3% من العينة محل الدراسة يعتقدون أن العلاقات العامة نجحت في تنظيم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة فهي النسبة الغالبة بـ 49 فرد من العينة محل الدراسة، و 4.9% تعتقد عكس ذلك بعدم نجاح العلاقات العامة في تنظيم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات داخل الجامعة ما يمثل 3 أفراد من العينة محل الدراسة.

سادسا: الاستنتاجات العامة للدراسة:

انطلاقا من المعطيات المستخلصة من هذه الدراسة وعبر جملة من الدلالات الاحصائية والوصفية وصلنا إلى استنتاجات عديدة هي من صلب ما أردنا الوصول إليه ولعل أهمها ما يلي:

- 1) أشارت النسب المئوية أن أكثر من نصف الموظفين الإداريين ونسبة 63.9% رأوا أن الفهم الصحيح لأهمية ممارسة العلاقات العامة في الجامعة والدور الذي تلعبه في تحسين الإدارة إلى الأفضل.
- 2) عدم وجود قسم مستقل للعلاقات العامة يجعلنا نطرح العديد من الأسئلة والإشكالات حول ذلك وهو الدليل على عدم الاهتمام بها أو حتى تقبلها كعلم قائم بذاته.
- 3) الخلط بين المفاهيم والمصطلحات حيث يرى البعض أنه جهاز يهتم بالموظفين و مشاكلهم، ووظيفة إدارية يشرف عليها جهاز وظيفته الاتصال الدائم بين الموظفين والطلبة، هي العلاقات العامة بحد ذاتها.

- 4) غياب شبه كامل للمصالح المختصة بالعلاقات الاتصالية في الكليات والمصالح مع أنها موجودة في الهيكل الجامعي.
- 5) من حيث تكوين الموظفين الإداريين تبين أن نسبة تكوين الموظفين في الجامعة مقبولة نوعا ما لكن يجب مراعات النقص الذي يشهده التكوين مع زيادة وضمان متابعة برامج تحسين المستوى وتحديد معلومات الإداريين وإنسجامها.
- 6) غياب العلاقات العامة سوءا على مستوى جامعة غرداية أو معظم الجامعات على مستوى الوطني دليل واضح وصريح على عدم الإقرار بعلميتها ومكانتها .
- 7) التناقض الذي لمسناه عند بعض الموظفين بنسبة كبيرة تقول أن لا توجد مصلحة العلاقات العامة في الجامعة والبعض الآخر يرى وجود مصلحة رغم مستوياهم العلمية المرتفعة.
- 8) الفوضى المفاهيمية في مجال المصطلحات ، وسياقاتها التطبيقية على صعيد المجتمع والمؤسسات مما أثر سلبا على قدرة الإدارة على مسايرة التطورات الحديثة في المنظومة الجامعية .
- 9) وجود إرادة حقيقية من طرف بعض المسؤولين الكبار في جامعة غرداية ممن حاورناهم حيث أكدوا على أهمية العلاقات العامة في الجامعة وضرورة فتح المصالح العلاقات على مستوى الكليات وتفعيلها.
- 10) نقص العامل البشري والمادي أثر سلبا على فتح مصالح للعلاقات العامة حيث أن جامعة غرداية تفتقر للعنصرين سابقين الذكر مما أدى إلى عرقلت فتح هذه المصالح وتفعيلها.

خاتمة

خاتمة:

وما ذهبنا إليه في دراستنا حول ممارسة وظائف العلاقات العامة في مديرية جامعة غرداية يؤكد وبما لا يدع مجالاً للشك أنها مازالت في طور التحديث والتطوير من حيث الجهاز المفهومي للمصطلح، ومن حيث أساليب الممارسة الفعلية لوظائف العلاقات العامة بين ما هو نظري وما هو تطبيقي على الواقع بل يجب تفعيل مصالح العلاقات العامة بين كل مكونات الإدارة على مستوى جامعة غرداية لأن دورها هو الربط والتنسيق وخلق أواصر التفاهم وإبراز نشاطات الجامعة داخليا وخارجيا، وتحسين صورتها الذهنية لدى جماهيرها المختلفة، والعمل على تكوين نخبة إدارية متخصصة في التسيير وفقا للتصورات الجديدة والحديثة والتي أصبح يطلق عليها إدارة الجودة للمؤسسة الخدمية هذا ما أردنا أن نصل إليه من خلال كل ما تطرقنا إليه ولعلنا بهذه الدراسة حاولنا أن نصل إلى مقارنة بين ما تلقيناه على مستوى النظري الذي سيتحول إلى تطبيقي طالما توفرت نوايا التغيير في المؤسسة الجامعية، وجامعة غرداية ورغم حداثة محاول أن تستغل كل ما من شأنه تحسين أدائها الوظيفي والمهني داخليا وخارجيا عبر الوسائل المتاحة لها والمتوفرة لديها لبناء جسور الثقة والتواصل مع مراعات أن يتم برمجة لقاءات بين إطارات الجامعة كبار المسؤولين وبين شباب اليوم لأخذ الخبرة منهم لكي يتم توظيفها مستقبليا في جامعتنا، ونأمل أن يكون للعلاقات العامة واقع أفضل مما عليه، ومن يدري فقد يكون ذلك في المستقبل القريب.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

□ الكتب

1. أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة و الاعلان، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2010.
2. إدعيس معن، المؤسسات العامة والسلطة التنفيذية الفلسطينية، سلسلة تقارير قانونية (33)، الهيئة الفلسطينية لحقوق المواطن، رام الله، فلسطين، 2003.
3. آمال عميرات، الاتصال الاجتماعي العمومي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
4. بشير العلاق، العلاقات العامة الدولية، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان الأردن، 2010.
5. حميد الطائي، بشير العلاق، اساسيات الاتصال نماذج ومهارات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
6. رضوان بلخير وسارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، ط1، جسور للنشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر، 2013.
7. زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2002.
8. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، دار عالم الكتب لنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2006.
9. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016.
10. عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 2011.
11. عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان الاردن 2011.
12. عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، ب ت .

13. علي عجوة، محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2005.
14. علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، ط1، مراكز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2006 .
15. علي شيبه شدوان، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر 2014.
16. علي عجوة، فريد كريمان، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، القاهرة، مصر، 2005.
17. محمد الجمال راسم، عياد خيرت معوض، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2014.
18. محمد الدبس السردى، الاتصال والعلاقات العامة في ادارة المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، داراثرء للنشر، عمان، الاردن 2011.
19. محمد جاسم، القاسم بريع، مصادر المعلومات في مجال الاعلام والاتصال الجماهيري، الاسكندرية، مصر، 1998.
20. محمد راسم الجمال، معوض خيرت عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، ط4، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر 2014.
21. محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة في المنظمات الدولية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
22. محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة ووسائل الإتصال، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011.
23. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للنشر والطباعة، عمان، الأردن، 1999.
24. محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2009.

25. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2011.
26. محمد منير مرسى، التعليم الجامعي المعاصر، قضاياها واتجاهاته، دار النهضة العربية، القاهرة، 1977
27. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، الاسكندرية، مصر، 2001.
28. منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004 .
29. هشام بوخناف، وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2010.
30. وليد خلف الله دياب، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن 2014.
31. يوسف محمود، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، ط2، دار العربية للنشر، القاهرة، مصر 2012.
32. يوسف محمود، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، ط2، دار العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2012.
33. يوسف محمود، مقدمة في العلاقات العامة، ط2، دار العربية للنشر، القاهرة، مصر 2012.
- ❖ **المذكرات والرسائل:**
1. أحمد لمن بقر و البشير نويجم، العلاقات العامة وإشكالية الاتصال في المؤسسة العمومية، مذكرة ماستر منشورة، قسم العلوم سياسية، جامعة الجلفة، 2017.
2. إيمان علالي، الاتجاهات الحديثة للحوكمة في قطاع التعليم بالجزائر، مذكرة ماستر منشورة، قسم علوم التسيير، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2014.
3. بغداد كمال، النظام القانوني للمؤسسة العامة المهنية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01 بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011.
4. جمال بلبراهيم، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر بالشلف، جامعة الشلف، الجزائر، 2009.
5. خليدة نابتي، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية دراسة حالة جامعة محمد خيضر، مذكرة ماستر، بسكرة، الجزائر، 2007 .

6. رافع أحمد ابو الزيت دراغمة، دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع المجتمع الطلبة، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الصحافة والإعلام جامعة لاهاي، هولندا، 2011.
7. رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة شهادة ماجستير، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2006.
8. شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين، مذكرة ماجستير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2006.
9. عبد الحمن الماجد، أساليب الاتصال ووسائله في العلاقات العامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الصحافة، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، السعودية، 1988.
10. فاطمة الزهراء أمير علي، الاتصال بين الإدارة المحلية والمواطن دراسة حالة دائرة درارية، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2010.
11. فطوم الحواطي وسعاد بوزيق، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة العمومية ذات الطابع الإداري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر.
12. كريمة حاج أحمد، العلاقات العامة داخل المؤسسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير منشورة، جامعة وهران، الجزائر، 2009.
13. نسرین قصيبي وأخرون، دور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين في المؤسسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8ماي 1945 قلمة، الجزائر، 2016.
14. ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية دراسة حالة المستشفى الجامعي قسنطينة، شهادة ماجستير منشورة، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008.
15. عبد العزيز سعيد عبد الله الخياط، اتجاهات موظفي إدارة العلاقات العامة بالجامعات الحكومية والأهلية، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013.
16. نوال نور، كفاءة أعضاء هيئة التدريس وأثرها على جودة التعليم العالي، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2011.

17. نور الدين بشاخ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين تنافسية المؤسسة، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010.

❖ المجالات:

1. (كلمة السيد الأمين العام للجامعة)، مجلة منبر الطالب، العدد1، المديرية الفرعية للأنشطة العلمية والثقافية والرياضية، جامعة غرداية، 2017.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد62 رقم03-279 سنة2004.
3. حمزة بن طاهر، مختار رحاب، المنظومة القيمية والظواهر التنظيمية غيلا الرسمية (الاتصال غير الرسمي أو المباشر)، جامعة المسيلة، العدد24، جوان 2016.
4. عمر الخير ابراهيم وآخرون، مجلة كلية الاقتصاد العلمية، العدد6، كلية الاقتصاد والعلوم سياسية، جامعة إفريقيا العالمية، السودان.
5. كلمة مدير الجامعة، (قفزات رقمية وتحديات في الأفق)، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 10، ديسمبر 2010.
6. محمد محفوظ الزهري، مجلة العربية للإعلام والاتصال، (تقييم الاعلاميين للأداء المهني لممارسي العلاقات العامة بالمصالح الحكومية)، العدد08، ماي2012
7. مطوية الجامعة، مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز والتعليم عن بعد، جامعة غرداية .
8. نيابة المدير للتنمية والاستشراف، (دليل الطالب الجامعي)، مصلحة الاعلام والتوجيه، جامعة غرداية، 2017.

❖ القواميس:

1. ابو نصر اسماعيل، الصحاح تاج اللغة و صحاح العربية، ج3، ط4، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1987.
2. محمد الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، ج16، درا الهداية، ب ت.

❖ المؤتمرات والمناشير

1. زهير بن عبد الله دمنهوري، توجيهات التطوير المستقبلية لإعادة هيكلة وتنظيم وكالة الجامعة للتطوير على ضوء الخطة الاستراتيجية للجامعة والاتجاهات العالمية الحديثة لتطوير التعليم العالي، وكالة الجامعة للتطوير، تقرير منشور، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2006.
2. محمد الأمين موسى، (العلاقات العامة وثورة المعلومات)، مؤتمر العلاقات في الوطن العربي في ظل العولمة، جامعة الشارقة، دبي، 4-5 ماي 2004.

الملاحق

أسئلة الاستبيان:

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2-السن: أقل من 25-35 36-40 41-50 51 فأكثر

3-المستوى التعليمي:

- ثانوي ليسانسر ماجستير دكتوراه
- 4-الرتبة المهنية:.....

5- المصلحة المستخدمة:.....

- 6-الخبرة: أقل من 5 سنة من 6-15 من 16-25 سنة من 26 فأكثر

المحور الثاني: بيانات متعلقة للكشف عن وجود مصلحة مختصة بالعلاقات العامة:

1- هل يوجد عندكم مصلحة مختصة بالعلاقات العامة؟

- نعم لا

- في حالة لا ماهي الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين داخل جامعة غرداية؟

- عميد الكلية الأمين العام المسؤول المباشر

أخرى.....

2- هل هناك اتصال بينك وبين موظفي الجامعة؟

- نعم لا

- في حالة الإجابة بنعم هل يكون الإتصال معهم؟

- دائما أحيانا نادرا

3- ماهي السمات التي يتصف بها موظفي الجامعة؟

التحكم في اللغة

القدرة على مواجهة المشاكل

القدرة على الاقناع

4- ماهي الوظائف الأكثر استخداما في الجامعة؟

الاهتمام بالموظفين

الاتصال بالموظفين

الاتصال بوسائل الاعلام

الاستقبال المستمر للجمهور

أخرى:

05- هل تقوم الإدارة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية؟

نعم لا

06- هل يهتم المسؤولون بتقديم اقتراحاتك؟

نعم لا

- في حالة لا ما هو السبب حسب رأيك؟

.....

07- كيف ترى علاقتك بالموظفين في المؤسسة الجامعية؟

جيدة سيئة عادية

المحور الثالث: بيانات عن مجهودات الجامعة في تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي؟

8- ماهي الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بالموظفين؟

الاجتماعات

الاتصال المباشر

المراسلات الادارية

أخرى:

9- هل يتم عادة الاتصال بينك وبين المسؤول؟

من أجل تقديم أوامر

من أجل تقديم تقارير

حل مشاكل في العمل

إعطاء توجيهات

أخرى:.....

10- ماهو رأيك في ظروف العمل في مديرية الجامعة ؟

ملائمة غير ملائمة

- اذا كانت غير ملائمة ما هو السبب؟

عدم المساوات في المعاملة

غياب الاحترام بين المسؤولين والموظفين

نقص الاتصال بين المسؤول والموظفين

عدم المساوات في الترقية

11- عندما تواجهك مشاكل هل تقدمها في شكل شكاوي؟

نعم لا

- في حالة الاجابة بنعم ماهي الجهة التي تتصل بها؟

مدير الجامعة

المسؤول المباشر

هل تتلقى ردودا من طرف المسؤول المباشر على مراسلاتك وشكاويك ؟

12- بأي طريقة تتلقى الرد؟

المقابلة رد كتابي اتصال هاتفي بريد الكتروني

13- حسب رأيك هل يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين ؟

دائما أحيانا أبدا

14- كيف ترى كسب ثقة الموظف؟ في المؤسسة الجامعية / في مديرية جامعة غرداية ؟

زيادة الحوافز

قنوات الاتصال الصاعد والنازل

الرقابة

اخرى أذكرها:.....

15- هل لمديرية الجامعة مبادرات لفائدة الجمهور الخارجي ؟

تقديم توجيهات نشاطات ترفيهية

أخرى:.....

16- هل توجد شراكة بين جامعة غرداية ومؤسسات أخرى؟

نعم لا

- في حالة الاجابة بنعم هل هي؟

ناجحة غير ناجحة

المحور الرابع: بيانات خاصة بممارسة العلاقات العامة بالجامعة؟

17- ماهو فهمك للعلاقات العامة؟

جهاز يهتم بالموظفين ومشاكلهم

وظيفة إدارية في المؤسسة العمومية(الجامعة) يشرف عليها جهاز وظيفته الإتصال الدائم بين الموظفين والطلبة

18- هل ترى وجود اهتمام من طرف المسؤولين بالموظفين؟

دائما أحيانا أبدا

19- حسب رأيك هل يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين؟

دائما أحيانا أبدا

20- هل هناك مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة؟

نعم لا

-إذا كانت الإجابة بنعم يرجع السبب إلى:

غياب الإدارة المختصة بالاتصال الداخلي والخارجي

غياب الإمكانيات المادية الخاصة بذلك

نقص وسائل الاتصال

شيء آخر أذكره:.....

21- كيف تقيم نشاط العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة الجامعية؟

جيدة متوسطة رديئة

22- هل تنظم العلاقات العامة لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة

بعض القضايا؟

نعم لا

23- هل تقوم العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة البكالوريا؟

نعم لا

24- هل تقوم العلاقات العامة بالجامعة بتنظيم مؤتمرات وملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة؟

نعم لا

- في حالة الاجابة بنعم هل كان التنظيم؟

ناجح غير ناجح

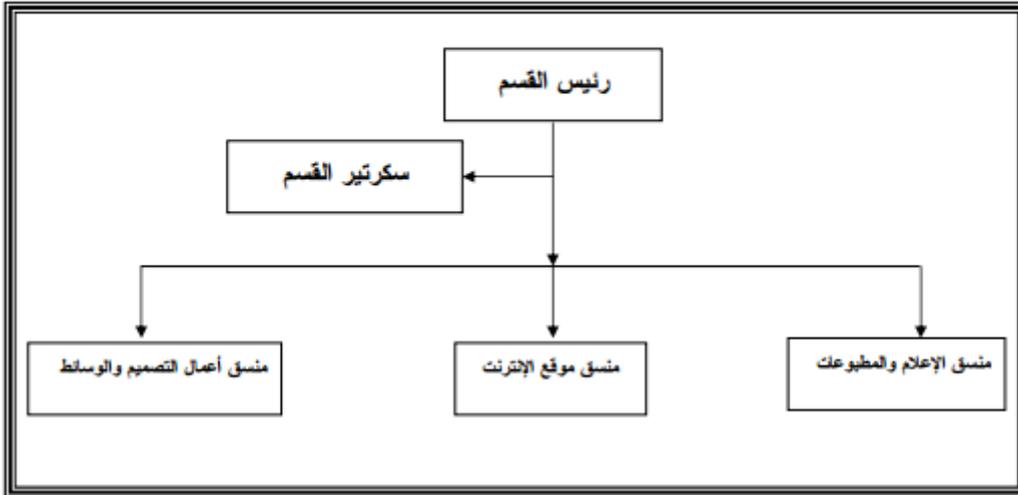
25- هل ترى هناك ضرورة لوجود مصلحة للعلاقات العامة في الجامعة؟

نعم لا

26- هل ترى ضرورة وجود مكتب للعلاقات العامة في كل كلية؟

نعم لا

الهيكلية الإدارية لقسم العلاقات العامة
في كلية مجتمع العلوم المهنية والتطبيقية



شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين،
مذكرة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006، ص78.

Case Processing Summary

	N	%
Valid	9	14.8
Cases Excluded ^a	52	85.2
Total	61	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	26

الفاكروباخ

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	28	45.9	45.9	45.9
أنتي	33	54.1	54.1	100.0
Total	61	100.0	100.0	

السن

	تكرار Frequency	نسبة Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من-25 الى 35	37	60.7	60.7	60.7
36-40	21	34.4	34.4	95.1
41-50	3	4.9	4.9	100.0
Total	61	100.0	100.0	

المستوى التعليمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ثانوي	26	42.6	42.6	42.6
ليسانس	11	18.0	18.0	60.7
ماستر	24	39.3	39.3	100.0
Total	61	100.0	100.0	

الرتبة المهنية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid متصرف	32	52.5	52.5	52.5
ملحق ادارة	22	36.1	36.1	88.5
Valid عوم ادارة	3	4.9	4.9	93.4
تقني سامي	2	3.3	3.3	96.7
مهندس دولة	2	3.3	3.3	100.0
Total	61	100.0	100.0	

المصلحة المستخدمة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid مصلحة المستخدمين	8	13.1	13.1	13.1
كلية العلوم طبيعية والحياة	8	13.1	13.1	26.2
كلية الاقتصاد	7	11.5	11.5	37.7
Valid كلية علوم الانسانية	14	23.0	23.0	60.7
دراسات	9	14.8	14.8	75.4
كلية الادب	6	9.8	9.8	85.2
كلية العلوم والتكنولوجيا	9	14.8	14.8	100.0
Total	61	100.0	100.0	

لخبرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من 5 سنة	39	63.9	63.9	63.9
من 6- 15	22	36.1	36.1	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل يوجد عندكم مصلحة مختصة بالعلاقات العامة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	60	98.4	98.4	98.4
نعم	1	1.6	1.6	100.0
Total	61	100.0	100.0	

في حالة لا ماهي الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين داخل جامعة غرداية

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عميد الكلية	8	13.1	13.3	13.3
Valid الأمين العام	37	60.7	61.7	75.0
Valid المسؤول المباشر	15	24.6	25.0	100.0
Total	60	98.4	100.0	
Missing System	1	1.6		
Total	61	100.0		

هل هناك اتصال بينك وبين موظفي الجامعة

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	61	100.0	100.0	100.0

في حالة الإجابة بنعم هل يكون الإتصال معهم

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid دائما	11	18.0	18.0	18.0
Valid أحيانا	50	82.0	82.0	100.0
Total	61	100.0	100.0	

ماهي السمات التي يتصف بها موظفي الجامعة

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid التحكم في اللغة	21	34.4	34.4	34.4
Valid القدرة على مواجهة المشاكل	29	47.5	47.5	82.0
Valid القدرة على الاقناع	11	18.0	18.0	100.0
Total	61	100.0	100.0	

ماهي الوظائف الأكثر استخداما في الجامعة

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid الاهتمام بالموظفين	22	36.1	36.1	36.1
الاتصال بالموظفين	14	23.0	23.0	59.0
الاتصال بوسائل الاعلام	12	19.7	19.7	78.7
Valid الاستقبال المستمر للجمهور	12	19.7	19.7	98.4
أخرى	1	1.6	1.6	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل تقوم الإدارة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	22	36.1	36.1	36.1
نعم	39	63.9	63.9	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل يهتم المسؤولون بتقديم اقتراحاتك

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لا	8	13.1	13.1	13.1
نعم	53	86.9	86.9	100.0
Total	61	100.0	100.0	

في حالة لا ما هو السبب حسب رأيك

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.6	16.7	16.7
2.00	1	1.6	16.7	33.3
3.00	1	1.6	16.7	50.0
Valid 4.00	1	1.6	16.7	66.7
5.00	1	1.6	16.7	83.3
6.00	1	1.6	16.7	100.0
Total	6	9.8	100.0	
Missing System	55	90.2		

كيف ترى علاقتك بالموظفين في المؤسسة الجامعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid جيدة	35	57.4	57.4	57.4
سيئة	1	1.6	1.6	59.0
عادية	25	41.0	41.0	100.0
Total	61	100.0	100.0	

ماهي الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بالموظفين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid الاجتماعات	18	29.5	29.5	29.5
الاتصال المباشر	6	9.8	9.8	39.3
المراسلات الادارية	37	60.7	60.7	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل يتم عادة الاتصال بينك وبين المسؤول

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من أجل تقديم أوامر	13	21.3	21.3	21.3
من أجل تقديم تقارير	2	3.3	3.3	24.6
حل مشاكل في العمل	27	44.3	44.3	68.9
إعطاء توجيهات	19	31.1	31.1	100.0
Total	61	100.0	100.0	

ماهو رأيك في ظروف العمل في مديرية الجامعة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ملائمة	50	82.0	82.0	82.0
غير ملائمة	11	18.0	18.0	100.0
Total	61	100.0	100.0	

عندما تواجهك مشاكل هل تقدمها في شكل شكاوي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	8	13.1	13.1	13.1
Valid نعم	53	86.9	86.9	100.0
Total	61	100.0	100.0	

اذا كانت غير ملائمة ما هو السبب

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عدم المساواة في المعاملة	6	9.8	54.5	54.5
Valid نقص الاتصال بين المسؤول والموظفين	2	3.3	18.2	72.7
Valid عدم المساواة في الترقية	3	4.9	27.3	100.0
Total	11	18.0	100.0	
Missing System	50	82.0		
Total	61	100.0		

في حالة الاجابة بنعم ماهي الجهة التي تتصل بها

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid مدير الجامعة	10	16.4	20.4	20.4
Valid المسؤول المباشر	39	63.9	79.6	100.0
Total	49	80.3	100.0	
Missing System	12	19.7		
Total	61	100.0		

بأي طريقة تتلقى الرد

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid المقابلة	53	86.9	96.4	96.4
Valid اتصال هاتفي	1	1.6	1.8	98.2
Valid بريد الكتروني	1	1.6	1.8	100.0
Total	55	90.2	100.0	
Missing System	6	9.8		
Total	61	100.0		

حسب رأيك هل يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
دائما	7	11.5	11.5	11.5
أحيانا	50	82.0	82.0	93.4
أبدا	4	6.6	6.6	100.0
Total	61	100.0	100.0	

كيف ترى كسب ثقة الموظف؟ في المؤسسة الجامعية/ في مديرية جامعة غرداية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
زيادة الحوافز	53	86.9	86.9	86.9
قنوات الاتصال الصاعد والنازل	6	9.8	9.8	96.7
الرقابة	1	1.6	1.6	98.4
اخرى	1	1.6	1.6	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل لمديرية الجامعة مبادرات لفائدة الجمهور الخارجي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
تقديم توجيهات	41	67.2	67.2	67.2
نشاطات ترفيهية	19	31.1	31.1	98.4
أخرى	1	1.6	1.6	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل توجد شراكة بين جامعة غرداية ومؤسسات أخرى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	24	39.3	39.3	39.3
نعم	37	60.7	60.7	100.0
Total	61	100.0	100.0	

في حالة الاجابة بنعم هل هي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ناجحة	31	50.8	83.8	83.8
Valid غير ناجحة	6	9.8	16.2	100.0
Total	37	60.7	100.0	
Missing System	24	39.3		
Total	61	100.0		

ماهو فهمك للعلاقات العامة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
جهاز يهتم بالموظفين ومشاكلهم	22	36.1	36.1	36.1
وظيفة إدارية في المؤسسة العمومية(الجامعة) يشرف عليها	39	63.9	63.9	100.0
جهاز وظيفته الإتصال الدائم بين الموظفين والطلبة				
Total	61	100.0	100.0	

هل ترى وجود اهتمام من طرف المسؤولين بالموظفين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
دائما	8	13.1	13.1	13.1
Valid أحيانا	43	70.5	70.5	83.6
أبدا	10	16.4	16.4	100.0
Total	61	100.0	100.0	

حسب رأيك هل يوجد استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
دائما	31	50.8	50.8	50.8
Valid أحيانا	22	36.1	36.1	86.9
أبدا	8	13.1	13.1	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل هناك مشاكل يومية بين المسؤولين والموظفين والطلبة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	19	31.1	31.1	31.1
Valid نعم	42	68.9	68.9	100.0
Total	61	100.0	100.0	

إذا كانت الإجابة بنعم يرجع السبب إلى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غياب الإدارة المختصة بالاتصال الداخلي والخارجي	23	37.7	54.8	54.8
Valid غياب الإمكانيات المادية الخاصة بذلك	4	6.6	9.5	64.3
نقص وسائل الاتصال	14	23.0	33.3	97.6
شيء آخر أذكره	1	1.6	2.4	100.0
Total	42	68.9	100.0	
Missing System	19	31.1		
Total	61	100.0		

كيف تقيم نشاط العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة الجامعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
جيدة	3	4.9	4.9	4.9
Valid متوسطة	53	86.9	86.9	91.8
رديفة	5	8.2	8.2	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل تنظم العلاقات العامة لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة

بعض القضايا

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	20	32.8	32.8	32.8
Valid نعم	41	67.2	67.2	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل تقوم العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة البكالوريا

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	4	6.6	6.6	6.6
Valid نعم	57	93.4	93.4	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل تقوم العلاقات العامة بالجامعة بتنظيم مؤتمرات وملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	9	14.8	14.8	14.8
Valid نعم	52	85.2	85.2	100.0
Total	61	100.0	100.0	

في حالة الاجابة بنعم هل كان التنظيم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ناجح	49	80.3	94.2	94.2
Valid غير ناجح	3	4.9	5.8	100.0
Total	52	85.2	100.0	
Missing System	9	14.8		
Total	61	100.0		

هل ترى هناك ضرورة لوجود مصلحة للعلاقات العامة في الجامعة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	6	9.8	9.8	9.8
Valid نعم	55	90.2	90.2	100.0
Total	61	100.0	100.0	

هل ترى ضرورة وجود مكتب للعلاقات العامة في كل كلية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
لا	2	3.3	3.3	3.3
Valid نعم	59	96.7	96.7	100.0
Total	61	100.0	100.0	

اختبار كولمكولوف

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	المحور الثاني: بيانات متعلقة للكشف عن وجود مصلحة مختصة بالعلاقات العامة	المحور الثالث: بيانات عن مجهودات الجامعة في تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي	المحور الرابع: بيانات خاصة بممارسة العلاقات العامة بالجامعة	
N	61	61	61	
Mean	1.4262	2.0656	1.8033	
Std. Deviation	.50692	.81892	.27807	
Most Extreme Differences	Absolute	.374	.234	.400
	Positive	.374	.166	.240
	Negative	-.281-	-.234-	-.400-
Kolmogorov-Smirnov Z	2.917	1.825	3.122	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

الفهارس العامة

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
101	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.....	1
102	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.....	2
103	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.....	3
104	توزيع أفراد العينة حسب متغير الرتبة المهنية.....	4
106	توزيع أفراد العينة حسب متغير المصلحة المستخدمة.....	5
107	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة.....	6
108	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في وجود مصلحة للعلاقات العامة في الجامعة.....	7
109	توزيع أفراد العينة حول الجهة المكلفة بالاتصال.....	8
110	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول وجد اتصال بين الموظف وبين موظفي الجامعة.....	9
111	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول فاعلية الاتصال داخل الجامعة....	10
113	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في السمات التي يتصف بها الموظف في الجامعة.....	11
114	توزيع أفراد العينة حسب الوظائف الأكثر استخداما في المؤسسة الجامعية	12
116	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في تكفل الإدارة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية.....	13
117	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مدى اهتمام المسؤولين بتقديم اقتراحات الموظف الجامعي.....	14
119	توزيع أفراد العينة حسب علاقة الموظف بالموظفين في المؤسسة الجامعية	15
120	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول الوسيلة الأكثر استخداما في الجامعة للاتصال بين الموظفين.....	16
122	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الغاية من الاتصال بين الموظف وبين المسؤول.....	17

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
123	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في ظروف العمل داخل مديرية الجامعة..	18
124	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول ظروف العمل إذا كانت غير ملائمة ما هو السبب في ذلك.....	19
126	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول مواجهة المشاكل وكيفية تقديمها في شكل شكاوي.....	20
127	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الجهة التي يتصل بها الموظف عندما تواجهه مشاكل.....	21
128	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول طريقة تلقي الردود من طرف المباشر على المراسلات والشكاوي الخاصة بالموظف.....	22
130	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين في الجامعة.....	23
131	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في كسب ثقة الموظف في المؤسسة الجامعية.....	24
133	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم قيام مديرية الجامعة بمبادرات لفائدة الجمهور الخارجي.....	25
134	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في وجود شراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى.....	26
135	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في تقويم الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى.....	27
137	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في العلاقات العامة.....	28
138	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول مدى وجود اهتمام من المسؤول بالموظفين.....	29
140	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين في الجامعة.....	30
141	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في وجود مشاكل يومية بين المسؤولين	31

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
	والطلبة والموظفين.....	
142	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في سبب وجود مشاكل يومية بين المسؤولين والطلبة والموظفين.....	32
144	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في نشاط العلاقات العامة بالنسبة لمؤسسة الجامعة.....	33
145	توزيع أفراد العينة حسب تنظم العلاقات العامة لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا.....	34
147	توزيع أفراد العينة حسب قيام العلاقات العامة في جامعة غرداية بتنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلين على شهادة البكالوريا.....	35
148	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول تنظيم العلاقات العامة للمؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة.....	36
149	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول نجاح التنظيم وعدم نجاحه من عدمه.....	37
151	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول ضرورة لوجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة.....	38
152	توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم حول ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية.....	39

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
الفصل الأول		
39	العلاقات بين التخطيط والاتصال في العلاقات العامة.....	1
الفصل الثاني		
66	تنظيم إدارة العلاقات العامة لإحدى المؤسسات.....	1-2
67	تنظيم العلاقات العامة باستخدام أسلوب التنظيم الإتصالي	2-2
70	التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة بشكل عام	3-2
71	الشكل المركب يستخدم في المشاريع الكبيرة	4-2
72	العلاقات العامة ورئيس القسم.....	5-2
الاطار التطبيقي		
101	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الجنس.....	1
102	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب السن.....	2
103	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب المستوى التعليمي.....	3
105	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الرتبة المهنية.....	4
106	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب المصلحة المستخدمة.....	5
107	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الخبرة.....	6
108	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في وجود مصلحة مختصة في العلاقات العامة في الجامعة.....	7
109	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم حول الجهة المكلفة بالاتصال بين الموظفين في الجامعة.....	8
111	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجابتهم حول الاتصال بين الموظفين....	9
112	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب فعالية وجودة الاتصال بينهم.....	10

113	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في السمات التي يتصف بها موظفي المؤسسة الجامعية.....	11
115	التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الوظائف الأكثر استخداما في المؤسسة الجامعية.....	12
116	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مدى تكفل إدارة الجامعة بتدريب العاملين داخل المؤسسة الجامعية.....	13
118	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مدى اهتمام المسؤولين بتقديم اقتراحات الموظف الجامعي.....	14
119	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب علاقة الموظفين في المؤسسة الجامعة	15
121	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب الوسيلة الأكثر استخداما في مديرية الجامعة للاتصال بين الموظفين.....	16
122	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في الغاية من الاتصال مع المسؤول.	17
123	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب كيفية رأيهم حول ظروف العمل في مديرية الجامعة.....	18
125	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجاباتهم حول السبب في عدم ملائمة ظروف العمل داخل الجامعة.....	19
126	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مواجهة المشاكل وهل تقدم في شكل شكاوي.....	20
127	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجاباتهم حول الجهة التي يتم الاتصال بها عندما تواجههم مشاكل.....	21
129	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب طريق الرد من طرف المسؤول حول شكاوي ومراسلات الموظف.....	22
130	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في استعداد المسؤول في فتح قنوات اتصالية مع الموظفين.....	23
132	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيا الموظف في كسب ثقة الموظف.....	24
133	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب المبادرات التي تقدمها الجامعة للجمهور	25

	الخارجي.....	
134	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب قيام المؤسسة الجامعية بشراكة مع المؤسسات الاخرى.....	26
136	التمثيل البياني لتوزيع العينة لتقويمهم حول نجاح وعدم نجاح الشراكة بين الجامعة والمؤسسات الأخرى.....	27
137	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب فهمهم للعلاقات العامة.....	28
139	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب وجود اهتمام من طرف المسؤول للموظفين.....	29
140	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في مدى وجود استعداد المسؤولين لفتح قنوات اتصالية مع الموظفين.....	30
142	التمثيل البياني لتوزيع العينة حول وجود مشاكل بين المسؤولين والموظفين والطلبة.....	31
143	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم في السبب حول وجود هذه المشاكل بين المسؤولين والطلبة والموظفين.....	32
144	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب تقييم لنشاط العلاقات العامة في الجامعة.	33
146	توزيع أفراد العينة حسب تنظيم العلاقات العامة في الجامعة لا تنظم لقاءات مشتركة بين الطلبة والإداريين وأعضاء هيئة التدريس لمناقشة بعض القضايا...	34
147	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب آرائهم حول تنظيم الابواب المفتوحة على الجامعة لطلبة الثانويات المقبلة على شهادة البكالوريا.....	35
149	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب قيام العلاقات العامة بتنظيم المؤتمرات والملتقيات لمؤسسات أخرى داخل الجامعة.....	36
150	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب إجاباتهم حول نجاح التنظيم.....	37
151	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في مديرية الجامعة.....	38
152	التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب رأيهم حول ضرورة وجود مصلحة للعلاقات العامة في كل كلية.....	39

الفهرس

الصفحة	الموضوع
	الإهداء.....
	كلمة شكر وعرفان.....
	الملخص.....
	خطة الدراسة.....
أ	المقدمة.....
الاطار المنهجي	
5	إشكالية الدراسة.....
6	الفرضية الرئيسة.....
6	الفرضيات الجزئية.....
6	دواعي اختيار الموضوع.....
7	أهمية الدراسة وأهدافها.....
9	المفاهيم الأساسية للدراسة.....
11	الدراسات السابقة.....
14	نوع الدراسة.....
14	منهج الدراسة.....
15	أدوات الدراسة.....
16	مجتمع الدراسة.....
16	عينة الدراسة.....
17	الإطار الزمني والمكاني للدراسة.....
17	صعوبات الدراسة.....
الفصل الأول : ماهية العلاقات العامة وطبيعتها	
20	تمهيد.....

21	المبحث الأول : الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة.....
21	المطلب الأول : ماهية العلاقات العامة.....
24	المطلب الثاني : مبادئ العلاقات العامة.....
27	المطلب الثالث: وظائف وأهداف العلاقات العامة
31	المبحث الثاني: الاتصال والعلاقات العامة.....
32	المطلب الأول: مفهوم الاتصال.....
36	المطلب الثاني: استراتيجية الاتصال في العلاقات العامة.....
40	المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة.....
44	خلاصة الفصل.....
الفصل الثاني: تنظيم وإدارة العلاقات العامة	
47	تمهيد
47	المبحث الأول: المؤسسة العمومية وأساليب تنظيمها.....
48	المطلب الأول: ماهية المؤسسة العمومية.....
51	المطلب الثاني : تنظيم وإدارة العلاقات العامة بالمؤسسة.....
67	المطلب الثالث: موقع العلاقات العامة في الخارطة التنظيمية للمؤسسة.....
72	المبحث: الثاني: العلاقات العامة بالمؤسسة الجامعية
72	المطلب الأول: الشبكة المفاهيمية للمؤسسة الجامعية
77	المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة في الجامعة.....
80	المطلب الثالث: الكشف عن جهاز العلاقات العامة في كلية SNV جامعة غرداية
88	خلاصة الفصل.....
الإطار التطبيقي	
91	تمهيد.....
92	نبذة عن جامعة غرداية.....
97	نتائج تحليل المقابلة الميدانية.....
101	عرض وتحليل نتائج الاستبيان.....

153	نتائج تحليل الدراسة الميدانية.....
164	الاستنتاجات العامة للدراسة.....
167	خاتمة.....
	قائمة المراجع.....
	الملاحق.....
	فهرس الجداول.....
	فهرس الأشكال.....
	الفهرس.....