

## المحاضرة الخامسة. واقع العلاقات العامة بالجامعات الجزائرية

### خطة المحاضرة

1. العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية

- الجمهور الداخلي

- الجمهور الخارجي

2. الوظائف الإعلامية للعلاقات العامة في الجامعة

3. علاقة العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية لوسائل الإعلام

- النموذج الاول.الدعاية و النشر

- النموذج الثاني. نموذج الاعلام العام

- النموذج الثالث. نموذج الاتصال غير متكافئ في اتجاهين

- النموذج الرابع. نموذج الاتصال المتكافئ في اتجاهين .

4. واقع العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية.

إذا كان وراء كل انجاز حضاري جهود علماء كرسوا حياتهم من اجل المخترعات فان وراء هذه المخترعات و تسهيل مهمة العلماء تكمن دوما في الإدارة الناجحة التي تستطيع توظيف الكفاءات العلمية مع الإمكانيات المتاحة بأفضل السبل و بأقل التكاليف الممكنة من اجل خبر المجتمع و ضبط حسن سير العمل و كفاءة الأداء ، و لا يختلف اثنان لما لأهمية الإدارة في نجاح أي منظمة سواء كانت شركة أو مؤسسة .

### 1. العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية

تعرف العلاقات العامة بأنها نشاط إداري و تسييري يتم بصورة دائمة و منظمة تسعى المؤسسة أو أي تنظيم عمومي أو خاص من خلالها لإيجاد جو من التفاهم و التقارب مع من تتعامل معهم ( الجمهور).

ولتحقيق هذا الهدف تسعى المؤسسة قدر الإمكان أن تكييف نفسها مع اهتمامات الجمهور بحيث تطبق مبدأ الإعلام الواسع و تسعى لإيجاد تعاون فعال معهم و تأخذ بعين الاعتبار تحقيق مصلحة الجميع . حيث يظهر المفهوم إن العلاقات العامة تهتم أساسا بالعلاقات مع الجمهور بنوعيه الداخلي و الخارجي داخل المؤسسة و خارجها بل إن ظهورها و أخذها مكانتها كأحد مجالات الإدارة المؤسسية المهمة كان مرده الأساسي هو تعاظم أهمية الرأي العام و كسب ثقة الجمهور لنجاح نشاطات المؤسسة مهما كان نوعها كما يرجع ذلك أيضا إلى نمو شعور المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية و ضرورة اخذ وجهة النظر العامة كمتغير أساسي عند اتخاذ القرارات .

وإستنادا لذلك يمكن تعريف العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بأنها "وظيفة إدارية تسعى من خلالها الجامعة لإيجاد جو من التفاهم و التقارب بين الإدارة و الجمهور الداخلي من جهة و بين الجامع كمؤسسة و الجمهور الخارجي من جهة ثانية و ذلك باستخدام وسائل و أشكال الاتصال المختلفة. و من خلال ذلك يمكن تحديد الجمهور الذي تتعامل معه الجامعة باعتباره هو الهدف الرئيسي للعلاقات العامة من خلال كسب ثقته في المؤسسة و بناء صورة طيبة عنها في ذهنه و ينقسم إلى قسمين :

### 1. تحديد جمهور الجامعة .

الجمهور الداخلي و يتمثل في الإداريين و العمال و الأساتذة و رؤساء الأقسام و المصالح و عمداء الكليات و الطلاب و تعتمد هنا العلاقات العامة إلى تحقيق الرضا الوظيفي لهذا الجمهور حتى يضمن انتمائه ولاءه للجامعة و من ثمة ولاءه لعمله و إخلاصه فيه. الجمهور الخارجي و يتمثل في الهيئات العلمية و الجامعات الأخرى التي تدخل معها في أنشطة علمية أو توأمة مع بعض كلياتها و كذلك الطلبة أو الأساتذة أو الباحثين الذين من المحتمل التعامل معهم. كذلك من فئة الجمهور الخارجي نجد دور النشر التي تزود الجامعة بالكتب و المؤسسات التي تمويلها بمختلف التجهيزات التي تحتاجها في المجال التعليمي أو في مجال التأثيث و الدولة و الحكومة و المجتمع المدني بمختلف أطيافه و ممثليه هم يشكلون جمهور خارجي واسع للجامعة ، إضافة إلى الإعلام و وسائله.

### 2. الوظائف الإعلامية للعلاقات العامة في الجامعة.

تعدد و تختلف الوظائف التي تقوم بها أو من المفروض أن يقوم بها قسم العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية فهناك وظائف استعلامية ووظائف تنسيقية ووظائف إعلامية و سنركز على هذه الأخيرة لأنها ما يهمنا في هذا المقام و التي يمكن حصرها فيما يلي:

- إعداد و تحرير الكتيبات و الأدلة و التقارير و النشرات و تخطيط و تنفيذ الملصقات و الإعلانات.
- القيام بتصوير أحداث المؤسسة الجامعية و تنظيم اللقاءات و المؤتمرات و الندوات و الحفلات
- تنظيم الأيام المفتوحة و المعارض و المهرجانات
- الإشراف على الموقع الإلكتروني للمؤسسة .
- تنظيم مقابلات صحفية لمختلف الوسائل الإعلامية مع الصحافة و الإذاعة و التلفزيون مع المسؤولين في الجامعة.
- متابعة ما تم نشره في مختل وسائل الإعلام حول الجامعة و جمعه لمعرفة ما مدى توافق صورة الجامعة في وسائل الإعلام مع صورتها الحقيقية .
- متابعة اشتراكات الجامعة في المجلات و الصحف و الدوريات المختلفة

- تأمين التواصل بين الجامعية و المؤسسات الأخرى سواء تلك التي تمارس نشاط او التي تنشط في بيئتها عن طريق تبادل النشرات و المطبوعات و كافة وسائل الاتصال .
  - الرد على المراسلات و الاتصالات المرتبطة بالاستفسارات المختلفة عن نشاطات الجامعة أو الشكاوي التي تثار داخل أو خارج الجامعة و كذا الرد على الشائعات و الأخبار التي تسيء لصورة الجامعة.
3. علاقة العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بوسائل الإعلام

وسائل الإعلام من فئات الجمهور الخارجي الذي يجب على العلاقات العامة في الجامعة أن توطن العلاقة معه و تكسب ثقته و رضاه و تكمن أهمية هذه الفئة في قدرتها على التأثير في باقي الفئات الأخرى. حيث تختلف علاقة العلاقات العامة بوسائل الإعلام انطلاقا من النموذج الذي يتبناه قسم العلاقات العامة من بين النماذج الآتية التي وضعها كل من "غرينغ" و "هانت" .

النموذج الأول. الدعاية و النشر ( الوكيل الصحفي ) و تهدف العلاقات العامة هنا إلى ضمان الدعاية و مرور الأخبار الايجابية حول المؤسسة و لا يهم أن تكون الأخبار صادقة أو غير صادقة و يكون الاتصال هنا في اتجاه واحد من المصدر إلى المستقبل حيث لا تهتم العلاقات العامة برفع الصدى.

النموذج الثاني. نموذج الإعلام العام و تهدف العلاقات العامة هنا إلى نشر أكبر قدر ممكن من الأخبار و المعلومات على الجمهور عبر وسائل الإعلام العامة و المنشورات الإعلامية الخاصة بالمؤسسة كالبريد المباشر و الملصقات و الكتيبات و يكون الاتصال هنا أيضا في اتجاه واحد مع الحرص على الدقة و الموضوعية في المعلومات و الأخبار.

النموذج الثالث. نموذج الاتصال غير المتكافئ في اتجاهين: ينحصر هدف العلاقات العامة في هذا النموذج في الإقناع إلى سلوك إلا أن هذا النموذج رغم انه يعتمد على الاتصال ثنائي الاتجاه إلا انه ينحاز إلى المؤسسة حيث يرى أن التأثير يجب أن يقع على الجمهور و لا يقع على المؤسسة فالجمهور هو مصدر الأزمات و المشاكل و الإشاعات .

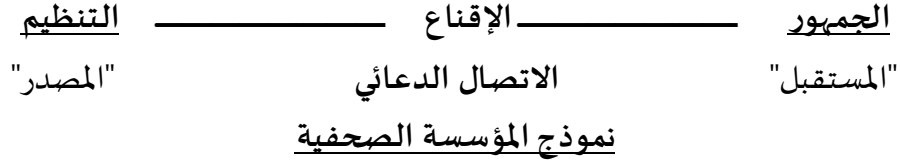
النموذج الرابع. نموذج الإتصال المتكافئ في اتجاهين: تعتمد العلاقات العامة في هذا النموذج على الاتصال في اتجاهين بين المؤسسة و جمهورها و بالقوة نفسها من اجل تحقيق التفاهم المتبادل في إطار التفاوض من اجل تطوير أدائها فالمؤسسة تهتم بإقناع جمهورها و التأثير فيه و الجمهور يؤثر في المؤسسة و إدارتها لتعدل سياساتها و قراراتها.

و يبقى النموذج الرابع هو الذي يتيح المجال لتكون العلاقة بين الجامعة و وسائل الإعلام طيبة و قائمة على أسس متينة من التفاهم و الحوار و الشفافية ما يقطع الطريق عن إثارة الشائعات حول المؤسسات الجامعية أو محاولات تشويه صورتها و ينصح به ليس فقط للجامعات و لكن لمختلف المؤسسات بتبنيه لأنه الكفيل بتحسين صورتها.

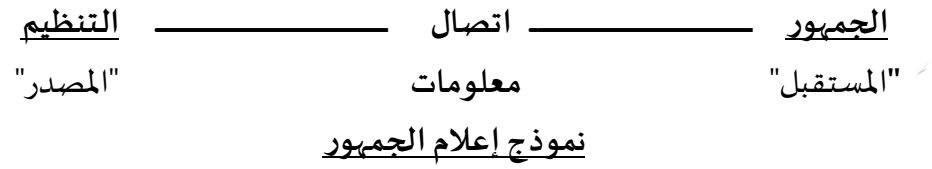
شكل توضيحي

للنماذج الأربعة للعلاقات العامة "جرونج"

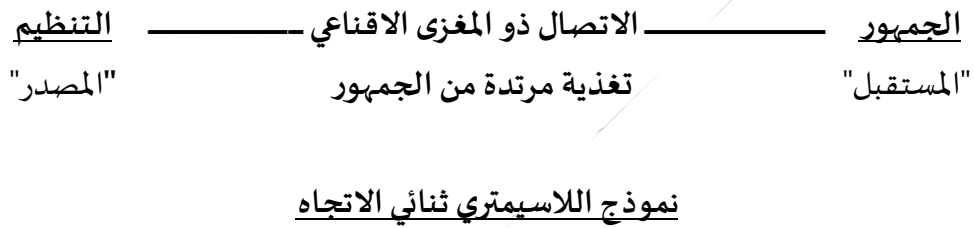
(1)



(2)



(3)



(4)

