

العلاقات العامة أداة لتحسين التفاعل الأكاديمي والمجتمعي في الجامعة

– دراسة ميدانية في جامعة مولود معمري تيزي وزو –

Public relations as a tool to improving academic and social interaction: A case Study of Mouloud Mammeri University of Tizi Ouzou

د. خويدر نورة

كلية علوم الاعلام والاتصال / جامعة الجزائر 3

البريد المني: norakhouider88@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2025/07/19 تاريخ القبول: 2025/09/15 تاريخ النشر: 2025/09/20

ملخص:

تلعب العلاقات العامة دور فعال في تحقيق أهداف المؤسسات، خصوصا المؤسسات الجامعية، حيث تمثل العلاقات العامة تخصص ضمن فروعها، فهي بمثابة همزة وصل بين الجامعة وجماهيرها الداخلية والخارجية، وتعتبر وجه الجامعة الذي تطل به على المجتمع الخارجي، فمن خلالها يتم التواصل مع مختلف المؤسسات الأكاديمية على المستويات المحلية والعربية والدولية، وهي بذلك تنقل صورة الجامعة فكريا وثقافيا، وعلميا عبر الوسائل الاتصالية المختلفة. ضمن هذا السياق تقع هذه الدراسة تحت نوع الدراسات الوصفية التحليلية، مستخدمة استمارة الاستبيان كأداة رئيسية إلى جانب الملاحظة في جمع البيانات.

كلمات مفتاحية: العلاقات العامة، الجمهور، الجامعة، الواقع، الممارسة.

Abstract:

Public relations have an effective role in achieving the goals of institutions, especially university institutions, as public relations represents a specialization within its branches.

It is a link between the university and its internal and external audiences, and is considered the face of the university through which it appears to the external community. Through it, communication is made with various academic institutions the local, Arab and international levels, and thus it conveys the image of the university intellectually, culturally and scientifically through various means of communication.

Within this context, this research paper came to examine the extent of practicing public relations in the Algerian university, Mouloud Mammeri University of Tizi Ouzou - as a model - and this study falls under the type of descriptive analytical studies, using the questionnaire form as a main tool in addition to observation in collecting data.

Key word: public relations, audience, university, reality, practice.

***المؤلف المرسل: نورة خويدر**

1. مقدمة

تلعب العلاقات العامة دورًا حيويًا في تعزيز التفاعل والتواصل بين الجامعة ومختلف الأطراف الأكاديمية والمجتمعية. فهي تشكل جسراً يربط المؤسسة التعليمية بمحيطها الخارجي، مما يساهم في بناء صورة إيجابية تعزز من سمعة الجامعة وتدعم أهدافها التنموية. وفي ظل التحديات المتزايدة التي تواجه الجامعات

في العصر الحديث، تصبح العلاقات العامة أداة استراتيجية لتحفيز التعاون والتكامل بين الكادر الأكاديمي والطلبة والمجتمع المحلي.

2. الإشكالية:

أصبحت العلاقات العامة في عصرنا الحالي جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها وأشكالها وأحجامها، بل أصبح نجاح الكثير منها مرهون بقوة إدارة العلاقات العامة و تنظيمها و فعاليتها، فهي تعمل على الوصول إلى كافة الجماهير وتلقي المعلومات منهم و تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا من خلال ما تتوصل إليه من نتائج عن آراء هذا الجمهور واتجاهاته واستجاباته، وبالتالي فإن للعلاقات العامة أهمية سواء على مستوى الجمهور الداخلي أو الخارجي أو على مستوى الإدارة العليا، وتهدف بشكل رئيسي إلى إعلاء شأن المؤسسة وتحسين صورتها ووضعها.

من جانب آخر المؤسسات التعليمية تكتسي أهمية بالغة لكونها تعمل على إنتاج المعرفة فهي مركز للإشعاع الثقافي، فكما يقول عدنان مصطفى " :إذا كان العلم قلب الإنسانية، فالجامعة تشكل نبض هذا القلب"، (كريمة، 2012، ص 14) وبما أنّ المؤسسات الجامعية هي الأخيرة في المنظومة التعليمية فإن طريقة أدائها لوظائفها تتوقف على مجموعة من العوامل منها المناخ الثقافي والاجتماعي والسياسي الذي تعمل فيه، وكذلك الهياكل التنظيمية والإدارات الموجودة فيها، والتي من بينها "إدارة العلاقات العامة"، خاصة وأنّ هذه الأخيرة تمثل تخصصا مهما ضمن فروع المؤسسة الجامعية، ونتيجة لذلك ازداد الإقبال على دراسة هذا التخصص في الجامعات والمعاهد المتخصصة، وإدراكا لأهميتها وحساسية دورها وبلاغة رسالتها، وكثرة حاجاتها بالجامعة، جاءت هذه الدراسة لمعرفة كيف تساهم استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز التفاعل الأكاديمي والمجتمعي بين جامعة مولود معمري والمجتمع المحلي؟

ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

العلاقات العامة أداة لتحسين التفاعل الأكاديمي والمجتمعي في الجامعة

1. ما هي خصائص العاملين في إدارة العلاقات العامة في الجامعة محل الدراسة؟

2. ما هي الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف إدارة العلاقات العامة في الاتصال بجمهور الجامعة محل الدراسة؟

3. ما هي مكانة مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة محل الدراسة؟

3. تحديد المفاهيم:

1.3. العلاقات العامة:

▪ لغة: العلاقات العامة هي عبارة عن مفهوم لفظي مركب من كلمتين: الأولى العلاقات، والثانية العامة. والعلاقات " جمع علاقة والعلاقة بالفتح هي الربط بين موضوعين أو أكثر. وبذلك فالعلاقات هي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك، والاستجابة شرط أساسي

لتكوين علاقات اجتماعية. (حجاب، 2003، ص 1923)

▪ اصطلاحاً: " مجموعة الجهود التي تبذلها منظمة من المنظمات وهذا بهدف ضمان الثقة والتفاهم المتبادل بينها والجمهور الذي تتعامل معه، بمختلف أنساقه "نشاط إداري واتصالي (فخري، 1981، ص 34).

▪ إجرائياً: العلاقات العامة هي كل نشاط تنظيمي، إداري، اتصالي أو تخطيطي تقويمي يهدف إلى تحقيق التوافق والتفاهم والمحبة والتعاون بين الجامعة وجمهورها الداخلي والخارجي.

2.3. الجمهور:

▪ لغة: الجمهور هو عدد كبير من الناس.

▪ اصطلاحاً: الجمهور هو عدد كبير من الأفراد يشاركون في مصلحة عامة، أو اهتمام واحد يعرفون به، وتتميز الجماهير عامة بضخامة حجمها (حمودي، 2000، ص

(222)

■ **إجرائيا:** نقصد به في هذا المقال العلمي الجمهور الداخلي والخارجي لجامعة مولود معمري تيزي وزو، والذي نعني به جمهور الطلبة، الأساتذة، الموظفين بالإدارة، المتخرجين، وكل الأطراف التي تتعامل معها الجامعة داخليا وخارجيا.

3.3. الجامعة:

لغة: الأصل اللاتيني لهذا الاسم هو "Universitas" استعمل في الحقوق للإشارة إلى كل تجمع ورابطة. فالجامعة تعني "التجميع والتجمع"، أما كلمة "كلية" فمصدرها الكلمة اللاتينية "Colegio" وتشير إلى التجمع، والقراءة معا، وقد استخدمت في القرن الثالث عشر من قبل الرومان لتدل على مجموعة حرفيين تجار، ثم استخدمت في القرن الثامن عشر بمعنى كلمة "كلية" في أوكسفورد لتدل على مكان التجمع المحلي للطلاب متضمنا مكان الإقامة المعنية، والتعليم. (مرسي، 1977، ص 10)

■ **اصطلاحا:** يعرفها رامون ماسييا مانسو: "الجامعة مؤسسة أو مجموعة أشخاص يجمعهم نظام ونسق خاصين، تستعمل وسائل وتنسق بين مهام مختلفة للوصول بطريقة ما إلى معرفة عليا". (دليو، 2006، ص 79)

■ **إجرائيا:** نعني بها جامعة مولود معمري تيزي وزو نموذجا عن باقي المؤسسات الجامعية الجزائية للنظر في مدى ممارستها للعلاقات العامة خاصة وأنها تمثل تخصص ضمن فروعها.

4. الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

1.4. المنهج:

نظرا لطبيعة الموضوع اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المسحي، بوصفه نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من مفردات البحث، وسنقوم في هذه الدراسة بتدوين كل البيانات المتعلقة بمدى ممارسة جامعة مولود معمري تيزي وزو للعلاقات العامة في مختلف نشاطاتها والبعد ما بين التكوين النظري لها والتطبيق الميداني.

2.4. أدوات جمع البيانات:

يقول أحمد بن مرسل "إذا كانت الظاهرة محل الدراسة تنتمي إلى الحاضر القائم، فإنّ المنهج الملائم هو المنهج الوصفي المسحي، باستخدام أدوات البحث كالاستبيان والملاحظة" (مرسلي، 2010، ص 96) وهو ما يتلاءم مع طبيعة الدراسة الحالية بالإضافة إلى أداة الملاحظة التي لا تغيب في غالب البحوث العلمية.

استمارة الاستبيان: شملت الاستمارة ثلاث محاور أساسية وهي: محور خاص بالبيانات السيسوديمغرافية، ومحور خاص بمتغير وسائل الاتصال المعتمدة من طرف المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل الجامعة، ومحور آخر ينظر في مكانة مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي.

3.4. مجتمع البحث والعينة:

تمثل مجتمع البحث تبعاً لتحديد المكان الذي تجرى فيه الدراسة والمتمثل في "نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية" بجامعة مولود معمري تيزي وزو وجميع فروعها المتواجدة في كليات ومعاهد الجامعة، يمكن تحديد المجال البشري "مجتمع البحث" في كل العاملين في مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية، أي القيام بعملية مسح شامل يتناول جميع مفردات مجتمع البحث.

أما العينة: اعتمدت الدراسة على العينة القصدية، حيث تم حصرها في 38 مفردة.

5. الإطار الميداني للدراسة:

1.5. بطاقة فنية عن جامعة مولود معمري - تيزي وزو -

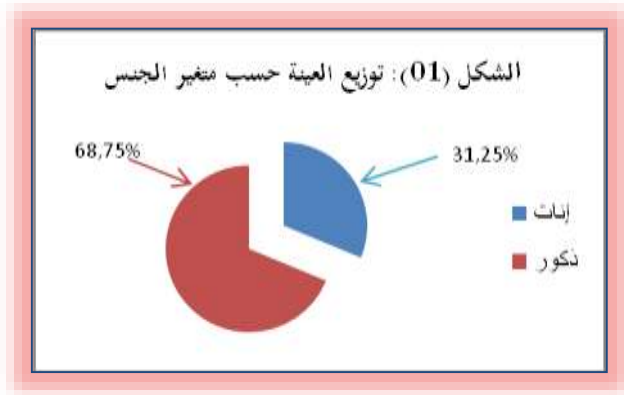
تأسست جامعة مولود معمري بتيزي وزو، بموجب الخريطة الجامعية لسنة 1974-1977، حيث دشنها الرئيس الراحل هواري بومدين كمركز جامعي أولاً، وكان مقرها آنذاك مركز العجزة لواء عيسى، ثم ضمت إليها ثانوية حسناوة سنة 1978 كملحقة للمركز الجامعي وتضم اليوم جامعة مولود معمري أكثر من 49.392 طالب و 09 كليات و 29 قسم.

د. نورة خويدر

عرفت المكتبة الجامعية التي تأسست في أكتوبر 1977 بالمركز الجامعي لتيزي وزو، عدة عمليات نقل إلى غاية سنة 1983 حيث استقرت منذ ذلك التاريخ إلى يومنا هذا بالبناية الحالية المخصصة لها والتي تقع بالمدخل الشرقي لجامعة مولود معمري (htt8).

2.5. عرض نتائج الدراسة :

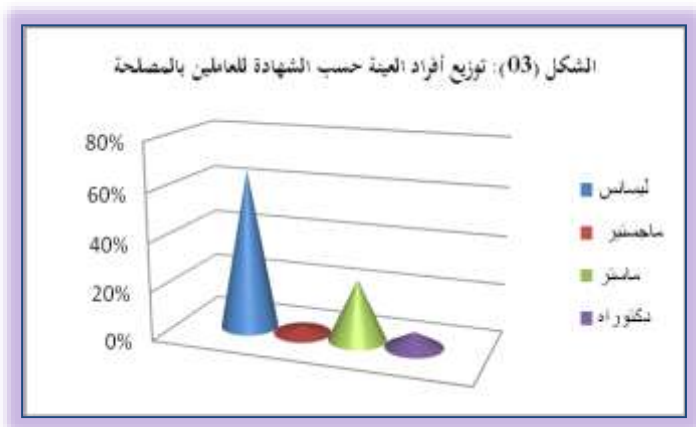
المحور الأول: البيانات السيسوديمغرافية



يبين لنا الشكل رقم 01 عدد العاملين في نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية حسب متغير الجنس وتبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث بنسبة بلغت 68.75% في حين جاءت نسبة الإناث 31.25% من حجم العينة، وتبرير ذلك يعود إلى ما لهذه الوظيفة من علاقات مع الجماهير المختلفة، سواء الداخلية أو الخارجية التي تتعامل معها الجامعة لتحقيق أهدافها والتعريف بسياساتها، كما أنّ غالبيتها تستدعي التنقل نحو الخارج بل أحيانا حتى خارج الوطن لبناء علاقات ودية وثقة مع المتعاملين والمتواصلين مع الجامعة.



يوضح الشكل رقم 02 متغير السن لدى أفراد العينة أين تحظى أكبر نسبة للفئة العمرية ما بين (36_45) بنسبة 46,87% وتليها الفئة ما بين (26_35) سنة بنسبة 31.25% أما الفئة العمرية الأكثر من 46 سنة مثلت نسبة 21.87% كأقل فئة من أفراد العينة، ومنه فإن أكبر فئة عمرية في عينة الدراسة مثلتها فئة الشباب والكهول، وقد يعود ذلك إلى ما تتطلبه هذه الإدارة من كفاءات خاصة في المجال التقني وعموما هذه الفئة نجدها متحركة في مختلف التطبيقات والبرمجيات الحديثة التي تساعد في أداء المهام على أحسن وجه.



يبين الشكل رقم (03) الشهادة أو المستوى التعليمي لعينة الدراسة، وتبين الأرقام الواردة في الجدول أن نسبة الحاصلين على شهادة الليسانس تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 65.62% تليها شهادة الماستر في المرتبة الثانية بنسبة 25% أما نسبة

د. نورة خويدر

الحاصلين على شهادة الدكتوراه فهي تقدر ب 6,25% وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة مع بقية الشهادات، على غرار شهادة الماجستير بنسبة 3.12 % .
كل هذا يدل على أن العاملين في المصلحة بالجامعة توظف ذوي الشهادات في مرحلة التدرج، لما لها من وظائف وصلاحيات تفرض تواجد مثل هذه الكفاءات داخل الجامعة.

المحور الثاني: وسائل الاتصال المعتمدة من طرف المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل الجامعة.



نلاحظ من خلال الدائرة النسبية أعلاه أنّ غالبية أفراد عينة الدراسة كانت إجاباتهم تحمل اختيار "لا" بنسبة 96.87 % بعدم توفر جامعة مولود معمري على مصلحة خاصة باسم العلاقات العامة، في حين أدلت نسبة 3.13% بوجود هذه المصلحة فعليا ولكن رسميا غير موجودة، بمعنى لا توجد مصلحة خاصة تحمل اسمها، ولكن وظائفها ونشاطاتها ممارسة وموزعة تقريبا على جميع المصالح الموجودة داخل الجامعة، وحسب الزيارات الميدانية التي قامت بها الباحثة في جامعة تيزي وزو، لاحظت عموما أنّ الجامعة إلى حد الآن لم تغير في الهيكل التنظيمي الخاص بها.

العلاقات العامة أداة لتحسين التفاعل الأكاديمي والمجتمعي في الجامعة



تشير نتائج الشكل رقم (05) والذي يوضح الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعة مولود معمري، أن هذه المصلحة موزعة على عدة فروع فنجد من إجابات أفراد العينة في المرتبة الأولى نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية وهذا ما تمثله النسبة 62.50%، تليها الأمانة العامة بنسبة 25.00 % ، في حين نجد أن الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة كما أوضحته النتائج تتمثل في تداخل جميع المصالح الموجودة في الجامعة بنسبة 12.50 %، فحسب النتائج المحصل عليها من خلال تحليل بيانات الاستمارات تدل على أن نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية هي الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل جامعة مولود معمري، وهذا لما لهذه المديرية من وظائف وصلاحيات تقوم بها فهي تقريبا لها نفس الصلاحيات الموكلة للعلاقات العامة.

الجدول رقم 01: يبين معنى العلاقات العامة عموما لدى عينة الدراسة

النسبة	التكرار	العناصر
16.3	08	الجهة المكلفة بالأنشطة الاتصالية للجامعة
24.48	12	الوظيفة الإدارية التي تربط بين إدارات الجامعة والإدارة العليا
48.97	24	الجهود المنظمة لتحقيق التفاهم بين الجامعة وجامعها

10.20	05	أخرى
%100	49	المجموع

وضحت نتائج الجدول رقم (01) الذي ينظر في مفهوم العلاقات العامة لدى عينة الدراسة أنّ العلاقات العامة في الجامعة تعني الجهود المخططة والمنظمة لتحقيق التفاهم المتبادل بين الجامعة وجماهيرها وهذا ما تدل عليه النسبة 48.97 % ، ثم تلتها النسبة 24.48 % الدالة على أن العلاقات العامة تعني الوظيفة الإدارية التي تربط الإدارات الموجودة في الجامعة مع الإدارة العليا، ثم تلتها النسبة 16,33 % التي أجابت أن العلاقات العامة تعني الجهة المكلفة بالأنشطة الاتصالية للجامعة، في حين أن ما نسبته 10,20 % أجابت إجابات مختلفة على أن العلاقات العامة تعني كسب تأييد جماهير الجامعة وأنها تعد الجهة التي تهتم بجمع المعلومات عن الجامعات الأخرى وذلك لتفادي المنافسة.

بعد النظر في الاقتراحات المختلفة التي تفضل بها أفراد العينة تبين أنّ العلاقات العامة مصطلح له مفاهيم عديدة، فكل يفهمه حسب تخصصه فهي مهنة يرغب عدد كبير من الناس في ممارستها، أو يسوغون ذلك بقولهم أنهم يحبون العمل مع الناس والتعامل معهم ومواجهة المشكلات المختلفة وحلها، ولاشك في أن هذا الموقف سليم نسبياً على أساس أن مسؤول العلاقات العامة مطالب دائماً بإقامة جسور من التفاهم والتعاطف، مع المجموعات المختلفة التي تتعامل معها ويتصل بها، سواء داخل المؤسسة أو خارجها، بما أن هذا الموقف لا يتعارض مطلقاً مع المفهوم العلمي المعاصر للعلاقات العامة، فهي في العصر الحالي أصبحت ميداناً علمياً يستدعي بذل الجهود المدروسة والمحسوبة، ويستدعي ممن يمارسه ويعمل في مجاله، ضرورة التفرد بصفات خاصة لا تتوفر عند كل إنسان.

الجدول رقم 02: يبين مدى إشراف المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة على

التواصل الدائم بجمهورها

العلاقات العامة أداة لتحسين التفاعل الأكاديمي والمجتمعي في الجامعة

النسبة %		التكرار	العناصر	
48.97%	24	نعم	الجمهور الداخلي	
6.12%	03	لا		
34.69%	17	نعم	الجمهور الخارجي	
10.20%	05	لا		
100%	49		المجموع	

تبين من خلال نتائج الجدول رقم (02) الذي يبين مدى إشراف المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة على التواصل الدائم بجمهورها أن ما نسبته 83.66% من عينة الدراسة، ترى أن المصلحة المعنية تشرف على التواصل الدائم بجمهورها الداخلي والخارجي، هذا ما يدل على أن هذه المصلحة تقوم بخلق جو مبني على التفاهم والانسجام بينها وبين جماهيرها، فهي تحاول دائما العمل على تحقيق أهداف الجامعة وهذا بقيامها بالتنسيق مع باقي الإدارات والكليات الموجودة في الجامعة والعمل جنب إلى جنب بإعطائها جميع المعلومات والبيانات الخاصة بها وسياساتها وانجازاتها، وهي بذلك تعتبر همزة وصل بين الجامعة وجماهيرها الداخلية والمتمثل في العمال، الإداريين، الأساتذة، الطلبة، من خلال خلق علاقات ودية فيما بينهم وإعطائهم كل ما يشغل تفكيرهم عن أهداف الجامعة، والجماهير الخارجية التي تشمل المؤسسات المختلفة التي تتعامل مع الجامعة من وسائل الإعلام، الوزارة الوصية، المجتمع المحلي، الجامعات الخارجية، المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي ترتبط بها من خلال التريصات مثلا وغيرها، فهي تسعى إلى التعريف بسياسة الجامعة ورسالتها، وتعمل على استقبال وفود الجامعة، إرسال الطلبة إلى المؤسسات الأجنبية، والحرص على ضمان سير معاملاتهم. فالعلاقات العامة بذلك تساهم وبشكل كبير على التواصل الدائم والمستمر بين الجامعة وجماهيرها، وهذا من أجل تحقيق الأهداف التي ترمي إليها هذه المؤسسة الجامعية. ولكن هذا لا ينفي أن ما نسبته 16.32% نفت وجود تواصل دائم بين الجامعة وجمهورها.

الجدول رقم 03: يبين الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة للتعريف بسياساتها وانجازاتها لدى الجماهير

النسبة %	التكرار	العناصر
47.45%	28	المنشورات والمطبوعات
37.28%	22	الملصقات
6.77%	4	المؤتمرات
3.38%	2	مواقع التواصل الاجتماعي
5.08%	3	البريد الإلكتروني
100%	59	المجموع

بينت النتائج أعلاه أنّ الجامعة تعتمد على أساليب مختلفة للتعريف بسياساتها وانجازاتها لدى الجماهير، وبصفة أولى تعتمد على إصدار المنشورات والمطبوعات، وتؤكد أن الأسلوب الثاني الذي تعتمد عليه الجامعة هو أسلوب إعداد الملصقات وهذا ما تدل عليه النسبة 37.28 % يلحها عقد المؤتمرات بنسبة 6.77 %، والتواصل عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وأخيرا توظيف البريد الإلكتروني، كلّها أساليب مهمة في إدارة العلاقات العامة وحسب المعلومات المحصّل عليها يتضح أنّ نيابة مديرية العلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال هي المسؤولة عن بناء هذه الوسائل والأساليب .

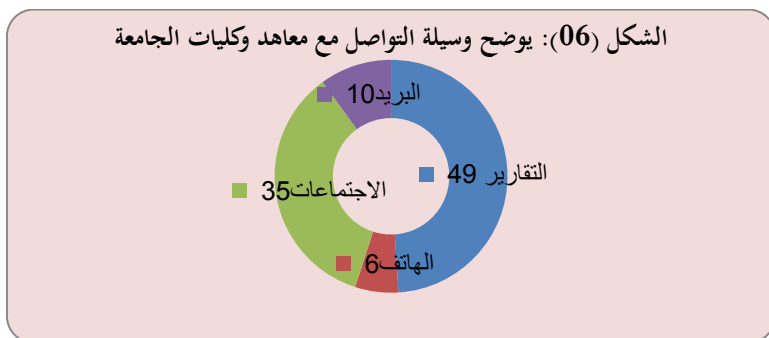
الجدول رقم 04: يبين نوع الوسائل الاتصالية المعتمدة في الاتصال داخل الجامعة

النسبة %	التكرار	العناصر
21.97%	20	إصدار كتيبات
27.47%	25	القيام بالمقابلات
16.48%	15	الاتصال بالبرقيات
30.76%	28	الاتصال بالهاتف

العلاقات العامة أداة لتحسين التفاعل الأكاديمي والمجتمعي في الجامعة

الاتصال الالكتروني	3	3.29%
المجموع	91	100%

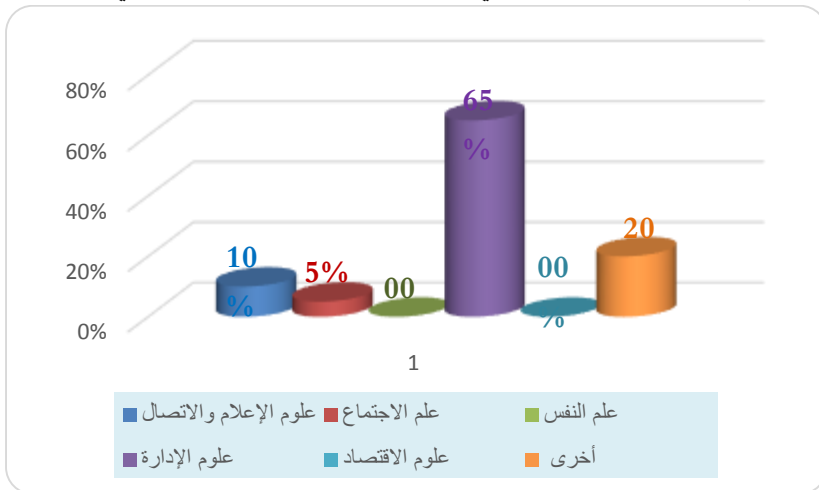
يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن عملية الاتصال داخل الجامعة تعتمد على وسائل متنوعة، بدرجة كبيرة على وسيلة الهاتف وتليها المقابلات ثم الكتيبات، وبعدها البرقيات حيث تعتمد على إرسالها إلى الكليات والمعاهد التابعة لها، وأخيرا الاتصال الالكتروني بنسبة 3.29 % وهو ما يترجم عدم اعتماده بكثرة داخل الجامعة رغم أن التطور التكنولوجي والعلمي أفرز العديد من الوسائل الاتصالية، وعملية اختيار الوسيلة المناسبة للجمهور الداخلي والخارجي تكون حسب طبيعة هذا الجمهور، وتبرير ذلك قد يعود إلى غياب الثقافة الرقمية والمعاناة من الأمية التكنولوجية .



تدل الأرقام الواردة في الشكل أعلاه والخاص بنوع الوسيلة المعتمدة في التواصل مع معاهد وكليات الجامعة إلى أن وسيلة الاجتماعات تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 37.73 % وهي إحدى الوسائل الاتصالية الهامة التي من خلالها يتم نقل المعلومات والبيانات والآراء بين مختلف الأفراد والمستويات الإدارية داخل المؤسسة الجامعية، فمن خلالها يمكن للمسؤولين الإداريين توصيل آرائهم ومقترحاتهم ووجهات نظرهم إلى المرؤوسين والعاملين، ومن ثم يكون هناك تبادل للأفكار والمعلومات، وتكون نقاشات فيما بينهم، لذا تلعب الاجتماعات دورا هاما في مختلف المؤسسات.

الاجتماعات على كافة صورها وأشكالها تتمثل في عدد من الأفراد يجتمعون سويا بهدف مناقشة ودراسة موضوع مشترك يهمهم جميعا، والوصول إلى قرارات معينة بشأن هذا الموضوع ترضي جميع المشاركين في هذا الاجتماع، فهي وسيلة هامة تعتمد عليها الجامعة في التواصل مع كلياتها ومعاهدها، فمن خلالها يكون اتخاذ القرارات الإدارية وتنفيذها فمثلا عند اجتماع مجلس الإدارة العليا للجامعة يكون هناك تقديم المعلومات والبيانات الخاصة بكل كلية ومحاولة مناقشتها وذلك لتحقيق سياسة وأهداف الجامعة، يلها الهاتف في المرتبة الثانية 30.18%، وهذا لما لهذه الوسيلة من مزايا تجعلها تقريبا الوسيلة الأساسية للاتصال وذلك لسرعة التواصل بها ونجدها تستعمل بكثرة عندما تكون هناك معلومات طارئة يجب اتخاذ قرارات سريعة بشأنها، في حين تحتل التقارير المرتبة الثالثة بنسبة 22.64 % بعدها البريد الإلكتروني بنسبة 9.43 %، كما نجد إجابات أخرى للمبحوثين تتمثل في المقابلات الشخصية، الإعلانات، الملصقات التي تستعملها الجامعة لكن عند الحاجة إليها، فاستخدام الوسائل يكون حسب طبيعة الموضوع وكذا الجمهور المستهدف .

المحور الثالث: مكانة مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي
الشكل رقم (07): تخصص العاملين في المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في الجامعة



العلاقات العامة أداة لتحسين التفاعل الأكاديمي والمجتمعي في الجامعة

تبين من خلال الشكل البياني أعلاه أن نسبة 65% صرحوا بأن غالبية العاملين في هذه المصلحة يحملون تخصص علم الإدارة فهو علم قائم بذاته حيث تعرّف الإدارة بأنها عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالاستخدام الأفضل والفعال للموارد المادية والبشرية لتحقيق الأهداف بأفضل صورة ممكنة، ويعتبر بعض باحثي العلوم الإدارية أن العلاقات العامة واحدة من وظائف الإدارة، لكونها تمثل وظيفة إدارية مستقلة ومميزة، شأنها في ذلك شأن وظائف التخطيط والتوجيه والرقابة.

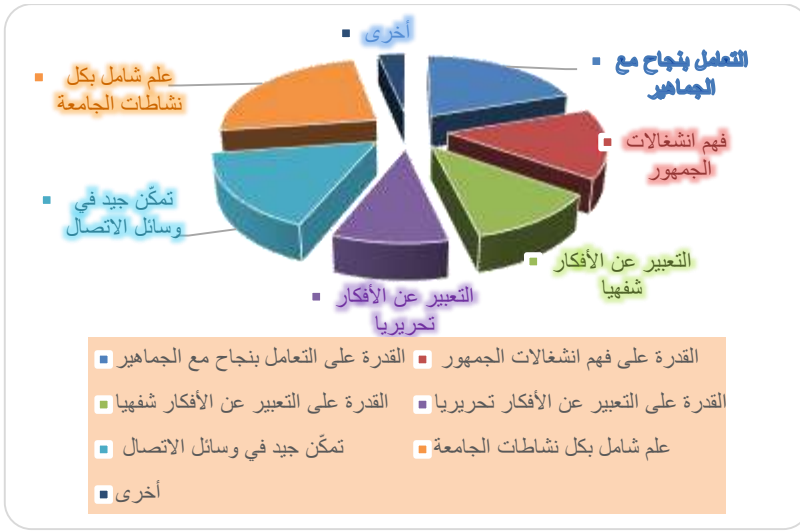
يلمها مجموع الاحتمالات التي اقترحها المبحوثين مثل تخصص الموارد البشرية وكذا تخصص قانون ولغات بنسبة 20%، بعدها تخصص علوم الإعلام والاتصال 10%، وأخيرا تخصص علم الاقتصاد وعلم النفس.

إزاء التعاضد المستمر في أهمية نشاط العلاقات العامة الذي أصبح لا يمكن الاستغناء عنه في المؤسسات، فقد تطورت العلاقات العامة كعلم وكفن لتصبح أيضا مهنة أو وظيفة إدارية شأنها في ذلك شأن المهن الأخرى المتعارف عليها كالطب والهندسة...الخ.

لقد تطلب ذلك وجود كوادرات بشرية لديها الاستعداد وتملك الخبرة والعلم الضروريان لممارسة تلك المهام على أكمل وجه وبأعلى كفاءة ممكنة، لذا يجب عليه أن يكون ملما بجميع العلوم فهو يعتبر محلل ومنسق ومشرف وموجه، لذا فهو همزة وصل وعنصر حيوي وحركي بين الإدارات و جماهيرها.

الشكل رقم (08): الصفات التي تتوفر في العاملين بالمصلحة المكلفة بالعلاقات

العامة في الجامعة



تشير النتائج المحصل عليها أنّ الصفة الأولى التي يجب أن تتوفر في العاملين بمصلحة العلاقات العامة هي العلم الشامل بكل نشاطات الجامعة، ثمّ القدرة على التعامل مع جماهير الجامعة بنجاح وهو ما تمثله النسبة 19.83 % ، تليها في المرتبة الثالثة التمكن الجيد في وسائل الاتصال بنسبة 16.52 % ، بعدها القدرة على فهم انشغالات الجمهور ونسبة 14.87 % تليها التعبير عن الأفكار شفهيًا، ثم تأتي الصفات التالية على التوالي: إمكانية فهم انشغالات الجماهير فهما موضوعيًا، القدرة على التعبير عن الأفكار تحريريًا، إضافة إلى الفهم الكامل لطبيعة وسائل الإعلام والاتصال في حين نجد إجابات أخرى تتمثل في الاقتناع أساسا برسالة العلاقات العامة وأهميتها، بمعنى الإيمان بأهمية العلاقات العامة كعلم قائم بذاته.

فمن خلال هذه الملاحظات المذكورة يتبين أنّه على العامل في العلاقات العامة أن يكون ملماً أولاً بكيفية التعامل مع الجماهير المختلفة للجامعة لأنه يعتبر الناطق الرسمي باسم الجامعة، فهو في الأخير يسعى إلى تحقيق سمعة طيبة عنها وذلك بالتعامل الجيد والفهم الواضح لانشغالات الجماهير المتعامل معهم.

مع الاعتراف بأهمية السمات التي يجب أن يتحلّى بها العامل في العلاقات العامة يحددها أحد الخبراء في مجال العلاقات العامة فيما يلي: القدرة على التعامل مع كافة

فئات المجتمع فيكون مثقفا مع المثقف، وينزل لمستوى تفكير الرجل البسيط عند الحاجة، كما يجب أن يكون عنده وعي بالمنظمات العاملة بالمجتمع، والتيارات السياسية والفكرية، ولا بد أن يدعم كل ذلك وجود وعي تنظيمي عال يمكنه من تحويل الخطط والمقترحات إلى واقع ملموس خلال فترة زمنية محددة.

على هذا من المؤكد أن أخصائي العلاقات العامة يلعب دورا رئيسيا وهاما في نجاح العلاقات العامة بالمؤسسات، فهو كما يقول الدكتور إبراهيم إمام يشبه الوتر الحساس الذي ينقل الأنغام الصادقة الأصيلة من الرأي العام إلى المؤسسة، ومن المؤسسة إلى الرأي العام، وهو المحور الأساس الذي يدور حوله كل نشاط اتصالي أو إعلامي، لذا من الواجب أن تتوفر فيه خصائص ومهارات اتصالية معينة تمكن من الاضطلاع بمهامه الأساسية على وجه مرضي.

النتائج العامة للدراسة:

تعتبر مرحلة توزيع الاستمارات على الباحثين من أهم المراحل التي حددت لنا الإجابات الخاصة بتساؤلات الدراسة المتعلقة بالعلاقات العامة كأداة لتحسين التفاعل الأكاديمي والمجتمعي في جامعة مولود معمري تيزي وزو بعد تحليل البيانات ومراجعة الأدبيات البحثية توصلنا إلى النتائج التالية:

1) تتميز المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعة مولود معمري تيزي وزو، والمتمثلة في نيابة مديرية العلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية، بمكانة هامة في الهيكل التنظيمي للجامعة بالرغم من عدم تسميتها باسم مصلحة العلاقات العامة فهي تقوم بالوظائف والصلاحيات الموكلة لها وتسعى إلى تحقيق التفاهم والانسجام بين الجامعة وجامهيريها الداخلية والخارجية.

2) تعد الوظائف التي تقوم بها المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل جامعة مولود معمري كافية نسبيا للتعريف بسياسات وانجازات الجامعة.

3) للمصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة مشاركة نسبية في عمليات التخطيط والبحث داخل الجامعة، والتي تمّ توضيحها في مجموعة من العمليات والخطوات.

4) تعتمد جامعة مولود معمري على مجموعة من الوسائل الاتصالية التي تساعد على أداء مهامها والتواصل مع جمهورها، منها التقليدية من منشورات، كتيبات، اجتماعات، تقارير، ملصقات، مؤتمرات، المعارض، الندوات، المحاضرات، الحملات الإعلامية، البرقيات، المقابلات، الهاتف، الفاكس، ومنها الحديثة والتي تلخصها مواقع التواصل الاجتماعي والويب 2.0 بكل تطبيقاتها.

5) تعتبر القوى البشرية أساس نجاح المؤسسات في تحقيق أهدافها، والجامعة كغيرها من المؤسسات هي مؤسسة تعليمية لها مسؤوليات كبيرة اتجاه جماهيرها، لذا وجب على الإدارات الموجودة فيها توظيف عدد كبير من العاملين يتميزون بخصائص تجعلهم قادرين على تحقيق الأهداف التعليمية والتنقيفية، والسعي إلى تكوين صورة جيدة لها لدى جماهيرها الداخلية والخارجية.

4. خاتمة

تزايد الاهتمام بموضوع العلاقات العامة وأهميتها بالنسبة للمؤسسات على اختلاف أنواعها وأحجامها وأهدافها، ونشاطاتها، جعل هذه الدراسة تتوقف للنظر في مدى ممارستها في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي بالضبط بجامعة مولود معمري تيزي وزو أنموذجا، أين تبين بأن الجامعة تولي اهتمام نسبي لأنشطة العلاقات العامة، وتمتلك ثقافة العلاقات العامة على مستوى الإدارة العليا للمؤسسة، وهو ما سمح لها ببناء صورة حسنة لدى جماهيرها، وقد أثبتت تفاصيل الدراسة الميدانية أن الجامعة تحظى بولاء واهتمام الجماهير من داخلية وخارجية.

نستنتج أن العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية عموما وجامعة مولود معمري خصوصا لها من الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية ما يؤهلها لأن تكون لها مكانة هامة داخلها، ويبقى موضوع العلاقات العامة متشعب فرغم تناوله في دراسات كثيرة إلا أنه يبقى موضوع قديم جديد ومتجدد خاصة بالمؤسسات الجامعية التي تنطوي على زوايا قد تمّ تغطيتها وزوايا أخرى بحاجة إلى تحليل وتفصيل.

5. قائمة المراجع:

الكتب:

1. أحمد بن مرسل. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: دار المطبوعات الجامعية.
2. سليمان فخري. (1981). العلاقات العامة. العراق: دار الكتاب، الموصل.
3. صبيح حمودي. (2000). المنجد في اللغة العربية المعاصرة. بيروت: دار الشرق.
4. فضيل دليو. (2006). المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة. قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال.
5. محمد فريد محمود عزت. (د.ن). قاموس المصطلحات الإعلامية. دار الشروق.
6. محمد منير حجاب. (2003). الموسوعة الإعلامية. دار الفجر، القاهرة.
7. محمد منير مرسي. (1977). التعليم الجامعي المعاصر "قضايا واتجاهاته". مصر: دار النهضة العربية.
8. موريس أنجرس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون. الجزائر: دار القصبة للنشر.

الرسائل:

9. ساعد كريمة. (2012). العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية -جامعة منتوري قسنطينة أنموذجا -جامعة قسنطينة: أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال.

مواقع الانترنت:

10. <https://www.aruc.org/web/auc-dz/university-mouloud-mammeri-tizi-ouzou>.
11. Danielle Maisonneuve. (2010). Les relation Publiques dans une societe en mouvance. Quebec: universite du Quebec