

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

أستاذ المادة: الدكتور عبادة محمد أمين

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

المستوى: السنة الثانية ماستر/ اتصال وعلاقات عامة

## العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي

### مشكلات .. وأهداف

مقدمة

إذا كانت العلاقات العامة قد حظيت بالقبول على نطاق واسع في النصف الثاني من هذا القرن، فإن هذا القبول لم يصاحبه فهم دقيق لمفهومها ووظائفها في المؤسسات المختلفة حتى بين من يهتمهم أمر إدارة هذه المؤسسات. وقد أدى هذا الوضع إلى عدم التأكيد الكامل لإدارة العلاقات العامة في هذه المؤسسات، وإلى نقص الموارد المائية والبشرية التي تمكنها من ممارسة هذا العمل على النحو الصحيح.

وسيتناول هذا الفصل العلاقات العامة في مجال التعليم العالي للتعرف على النموذج الأمثل لممارسة هذه الوظيفة في هذا المجال، ولتحديد الأهداف التي يجب أن تحققها، والجمهور التي تهتم بها، والأساليب والوسائل التي تضمن التأييد المستمر من جانب هذه الجماهير للجامعات والمعاهد العليا.

### أولاً- أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي:

ينقسم هذا الجزء إلى قسمين رئيسيين: الأول يتحدث عن المشكلات التي تواجه المجتمع الجامعي، والثاني يتناول أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، فلكي نصل إلى تحديد دقيق لأهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، ينبغي أن نشير إلى المشكلات الأساسية التي تعترض هذا المجال أو التي تمثل بعض الصعاب المعوقة لرسالة الجامعة أو المعهد ومن الطبيعي أن تركز على المشكلات

العامّة البارزة التي تواجه التعليم العالي دون المشكلات الصغيرة التي لا تمثل ظاهرة عامة بين الجامعات والمعاهد العليا، وتختلف حدة هذه المشكلات من دولة إلى أخرى وان اشتركت فيها معظم الدول تقريبا بدرجات متفاوتة.

## المشكلات التي تواجه المجتمع الجامعي:

تعد المشكلات في معظم الأمور مصائر لتحديد الأهداف وتوجيهها ؛ وفيما يلي نذكر بعضها منها :

### الحرية العلمية

يواجه البحث العلمي في كثير من الدول بإجراءات معينة تمثل قيودا في بعض الحالات على الفكر العلمي، وتشكل حجرا صريحا أو مقنعا على الآراء. وتزداد هذه الخطورة في أوقات الأزمات الداخلية أو التهديدات العدوانية الخارجية. وقد شهدت الولايات المتحدة الأمريكية - رغم كل مظاهر الديمقراطية التي تظللها. ألوانا من المصادرة على الفكر العلمي في أعقاب الحرب العالمية الثانية تحت ستار مكافحة الشيوعية، كما أن المتطرفين سياسيا من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار يشكلون تهديدا مستمرا للحرية العلمية، وهو ما يجب التصدي له بحزم وقد جسد هذه الحقيقة رئيس سابق لجامعة كنتكي، حين قال :  
"إن أهم عمل يجب أن يقوم به رئيس الجامعة هو المحافظة على حريتها"

وإذا كانت الحرية العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية موضع شك في بعض الأحيان فإنها تعاني أزمة حقيقية في الاتحاد السوفيتي والدول التي تدور في فلكه كما أنها تعاني نفس الشيء في كثير من الدول النامية.

ولا شك أن صيانة القانون داخل الجامعة يحافظ على حقوق الجميع، ويحمي الجامعة من التدخل الخارجي فالحرية العلمية كغيرها من الحريات لها التزاماتها ومسئولياتها تجاه المجتمع وفي هذا الصدد يتحمل أستاذ الجامعة قدرا كبيرا من عبء هذه المسؤولية.

### الدعم المالي:

لقد أدى تطوير نظم التعليم ومناهجه بما يتفق وضرورات القرن العشرين، وكان النمو المتزايد في أعداد الطلاب، والمسئوليات الجديدة للجامعة في مجال إجراء البحوث والتدريبات العملية، أدى هذا كله إلى زيادة نفقات التعليم العالي بشكل كبير. وقد دفع هذا الوضع رؤساء الجامعات الأمريكية إلى استخدام النشر أولا ثم استخدام كل فنون العلاقات العامة في زيادة الدعم المالي الذي تقدمه حكومة الولاية والشركات والأفراد، بالإضافة إلى الحكومة الاتحادية في واشنطن.

وإذا كانت الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية تعتمد في تمويلها بصفة أساسية على الرسوم التي يدفعها الطلاب بالإضافة إلى التبرعات والمنح والدعم الحكومي المحلي والفيديرالي فإن الجامعات في دول أخرى كثيرة تعتمد أساسا على التمويل الحكومي، وربما زادت على ذلك بتقديم المنح والمكافآت للطلاب لتشجيعهم على مراسلة الدراسة، كما أن هناك نوعا ثالثا من الجامعات يعتمد على الدعم الحكومي مع تحصيل رسوم رمزية من الطلاب، ومنح المكافآت للمتفوقين منهم.

والغريب أن مشكلة الموارد تكاد تكون مشكلة عامة بين الجامعات والمعاهد العليا سواء في الدول الفقيرة أو الدول الغنية. ورغم أن حدة هذه المشكلة أقل في الدول الغنية إلا أن لها ظلالها التي لا تتكرر، والتي قد يكون من أسبابها عدم قدرة إدارة الجامعة على إقناع الحكومة باحتياجاتها المالية، أو تبديدها للأموال المخصصة في غير مكانها الصحيح.

### ٣- اختيار الطلاب

تزايد الإقبال على التعليم العالي في معظم دول العالم حتى في الدول المتقدمة التي تحررت - إلى حد كبير- من النظرة التقليدية إلى الشهادة الجامعية كقيمة في حد ذاتها، وبغض النظر عما حولها من ظروف أخرى. فقد ارتفعت نسبة الذين يلتحقون بالتعليم الجامعي في الولايات المتحدة الأمريكية.

وإذا أخذنا دولة عربية كالجائر لوجدنا أن الحكومات المتعاقبة تفرض على الجامعات والمعاهد العليا معظم خريجي المرحلة الثانوية العامة تقريبا، والباقي يلحق بالمعاهد المتوسطة لإعداد الفنيين. ولا يبقى إلا نسبة ضئيلة ممن يأنفون الالتحاق بهذه المعاهد ويفضلون إعادة الامتحان في العام التالي ويترتب على ذلك أن تستوعب الجامعات والمعاهد العليا أضعاف ما يمكن أن تتحملة طاقاتها من العوامل والقاعات الدراسية وأعضاء هيئة التدريس.

وإذا كان مجموع الدرجات والتقديرية الخاصة بالطلاب هي أساس الاختيار الشائع في معظم الكليات والأقسام الجامعية، فإن هذه الطريقة لا تضمن اختيار الطالب المناسب في التخصص المناسب. ومن أجل هذا لجأت بعض الأقسام العلمية إلى إجراء اختبارات مختلفة لاكتشاف قدرات الطلاب. وهذه

الاختبارات مازالت هي الأخرى غير دقيقة إذا اقترضنا النزاهة المطلقة في الاختيار، وهو أمر مشكوك فيه في كثير من الدول النامية.

## - اجتذاب الأساتذة

تواجه الجامعات فيما بينها منافسة شديدة لاجتذاب الأستاذ الجامعي الكفاء وتستوي في تلك الدول المتقدمة والدول الدامية وإن اختلفت طبيعة المشكلة في بل منها. ففي الدول المتقدمة في الجامعة جاي تجار الأمعاء وود التخصصات النادرة من نفس الدول ومن الدول الأخرى ومن بينها الدول النامية وشكل الجامعات في سبيل ذلك جهودا غير عادية، وتقدم لهؤلاء العلماء إغرامات سكية وأدبية بلا حدود، وامصة الجامعات الأمريكية في هذا المجال لا تحتاج إلى الرهان.

وفي الدول النامية تأخذ المشكلة بعدا اخر، والأستاذ الجامعي أيا كانت كفايته أصبح عملة نادرة، وهو مع ذلك يترك موطنه الأصلي للعمل في دول أخرى بحثا عن حياة أفضل، أو ظروف تهي له أداء رسالته العلمية على الوجه الأكمل وهنا تختلف قدرة كل دولة على الإشتراك في هذه السنة التي لا يحسمها العامل المادي وحشته، وإنما تتداخل معه عناصر أخرى تتعلق : باسن الأستاذ الجامعي وأسرته، والحرية العلمية التي يمكن أن يتمتع بها، ونوعية العلاقات الجامعية المستدة بين إدارة الجامعة بمستوياتها المختلفة والأساتذة القادمين من

خارج الدولة، بالإضافة إلى الظروف المناخية والمعيشية التي تحظى هي الأخرى بنسب متفاوتة من التأثير تتفاعل مع غيرها من العوامل التحدد في النهاية قرار الأسته الجامعي بالعمل في الجامعة أو تلك اذا كان هو نفسه مرورية في متر من جامعة

## اهداف العلاقات العامة في الجامعات والمعاهد العليا

يرى جاريت Paul Giatret أحد رواد العلاقات العامة الأمريكية أن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما في الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه.

وترى جمعية العلاقات العالمية الدولية "أن العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة تكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها، والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط"

وفي ضوء هذين التعريفين اللذين قدما مفهوما واضحا للعلاقات العامة واستنادا إلى تحليلنا للمشكلات التي تواجه التعليم العالي، يمكن أن تحدد أهداف العلاقات العامة في هذا المجال على النحو التالي:

### ١- تنمية الثقافة العلمية

ينبغي أن تقوم العلاقات العامة بالجامعة بتنظيم الندوات الثقافية والمحاضرات العامة التي توسع مدارك الطلاب، وتفتح الأذهان إلى القضايا الفكرية الهامة، ومن الضروري تشجيع الطلاب على التردد على مكتبات الجامعة، وتزويد هذه المكتبات بكمية مناسبة من الصحف والمجلات المحلية والعالمية، وتيسير اطلاع الطلاب عليها، ومن المهم أيضا تشجيع الطلاب الموهوبين في الفنون المختلفة بإتاحة الفرصة لهم في إقامة المعارض الفنية والمشاركة في الحفلات وتنظيم المسابقات الفنية والأدبية.

### - الرعاية الصحية والاجتماعية للطلاب:

يجب أن تؤمن الجامعة للطلاب العلاج والرعاية الصحية الكاملة فالعقل السليم في الجسم السليم. وينبغي أن تساهم العلاقات العامة بالجامعة في تشجيع الأنشطة الرياضية وتنظيم المسابقات بين الكليات المختلفة وبين الطلاب والأساتذة والإداريين، والحرثيين ومن الممكن أن تساهم العلاقات العامة من خلال فروعها في الكليات المختلفة مع الأخصائيين الاجتماعيين فيها في التعرف على المشكلات التي تواجه

الطلاب وأن تساعدهم على التغلب عليها وحمايتهم من سيطرة النزعات الثروة التي تنتج عن هذه المشكلات.

### ٣- استقبال الوفود الطلابية الزائرة:

ينبغي أن تتبنى كل جامعة خطة سنوية لتبادل الزيارات مع طلاب الجامعات والمعاهد الأخرى ويجب أن تقوم العلاقات العامة بتنظيم هذه الزيارات لتحقيق أهدافها العلمية والثقافية والترفيهية، فتقوم باستقبال هذه الوفود واثاحة الفرصة لها التعرف على أنشطة الجامعة المختلفة، وتنظيم لقاءات لها مع كبار رجال الجامعة وأساتذتها وطلابها في التخصصات المختلفة، واصطحاب هذه الوفود في جولة حول منشآت الجامعة الهامة، وتقديم الهدايا التذكارية التي تحمل مغزى خاصا بالجامعة.

### ٤. اعلام الطلاب وتوعيتهم

تختلف أهمية هذا الهدف من الطلاب القدامى والجدد، فالطلاب الجدد في أمس الحاجة الى التعرف على أنشطة الجامعة وأنظمتها وسياساتها، والكليات والأقسام التي تضمها، ومناهج الأقسام المختلفة، ومحتوى المواد في نظام الساعات الذي يسمح للطلاب بقدر معين من حرية الاختيار وتنوع الوسائل الإعلامية التي تحقق هذه الأهداف وغيرها مما يجري داخل الجامعة، فهناك الكتيبات أو النشرات أو الدليل أو صحيفة الجامعة أو حتى ما ينشر في وسان الإعلام العامة أو اللقاءات و الاجتماعات التي بعدها كبار المسؤولين.

### ٥- تنظيم حفلات التخرج

تعتبر حفلات التخرج مناسبة طيبة لتوطيد صلة الجامعة بطلابها المتخرجين وباولياء أمور الطلاب الذين يحضرون هذه الحالات. وينبغي أن تكون هذه المناسبة فرصة حقيقية لتشجيع الطلاب على التفوق العلمي، وتقديم الجوائز للمتفوقين منهم كما يجب تنمية الروابط مع الجماعات المهنية المختلفة بدعوتها للحضور هذه الحفلات وغيرها من المناسبات الملائمة لتشجيع هذه الجماعات على تهيئة فرص العمل المناسبة الخريجين الجدد.



## ربط الجامعة بالمجتمع المحلي:

ينبغي أن تشجع الجامعة البحوث و الأنشطة التي تهدف إلى خدمة المجتمع المحلي، وان تنظم العلاقات العامة بالجامعات الأحداث الخاصة التي تهدف إلى تنشيط الاتصال بالجمهور العام، وتأكيد دور الجامعة في خدمة المجتمع من خلال الأيام والأسابيع الخاصة كاسبوع المرور أو أسبوع النظافة أو غيرها من المناسبات التي تنشر الوعي بين أفراد المجتمع المحلي، أو تثير اهتمامه بغمدى القضايا العامة.

## ٧- توطيد الصلات بوسائل الاعلام

تقوم إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة من المؤسسات بتوطيد علاقاتها برجال الإعلام، وإعدادهم بالمعلومات الكاملة التي تساعد على توضيح صورة هذه المؤسسة أمام الرأي العام والجامعة من المؤسسات العامة التي تهتم الراى العام وتمس اهتماماته المباشرة، ولذلك ينبغي أن تحرص العلاقات العامة بالجامعات والمعاهد العليا على تنمية الروابط مع رجال الإعلام الذين لهم صلة أو اهتمام بالتعليم العالي، وإمدادهم باستمرار بكل ما يتعلق بسياسات الجامعة وإنجازاتها، وتوضيح وجهة نظره في المشكلات المتعلقة بالطلاب أو البحث العلمي لكسب ثقة الرأي العام وتأييده.

## - توطيد العلاقات بجهات الدعم المختلفة

أشرنا في موضوع سابق من هذا الفصل إلى اعتماد بعض الجامعات على الدعم المالي الذي يقدمه الأفراد أو الهيئات أو الشركات أو الحكومة، واعتماد البعض الأخر على الموارد المالية التي تقدمها الحكومات ، وفي جميع الأحوال يلزم أن تساهم العلاقات العامة في كسب تأييد هذه الجهات للجامعة ولمشروعاتها المستقبلية، وللدور الذي تقوم به في خدمات المجتمع حتى يتحقق للجامعة الدعم المالي الذي يساعدها على أداء رسالتها.

## - استقبال الأساتذة الأجانب

لا شك أن التجربة التي يمر بها الأستاذ الجامعي في الأسبوع الأول من وصوله إلى دولة أخرى للعمل في إحدى جامعاتها هي من الأحداث الهامة التي تظل عالقة بذهنه طوال حياته حقيقة قد تعقبها أحداث أخرى مبهجة أو مؤلمة لكنها مع ذلك، تظل باقية ومؤثرة وإن خفت حدة تأثيرها أو زادت

تبعاً لما يتلوها ولذلك كان من الضروري أن تهتم الجامعات باستقبال الأساتذة الأجانب، وتدشين أماكن الإقامة المؤقتة لهم، ومساعدتهم على التكيف مع الظروف الجديدة التي انتقلوا إليها، ومتابعة مشكلاتهم الناتجة عن هذا الانتقال وخاصة فيما يتعلق بالمجتمع الذي جاءوا إليه، وحل هذه المشكلات بالسرعة المناسبة.

#### ١٠. متابعة المعاملات والإجراءات الإدارية للأساتذة:

من المؤسف أن تتحول طاقة الأستاذ الجامعي من العطاء العلمي إلى متابعة أوراق السفر أو صرف المكافآت أو البدلات أو غيرها من المستحقات أو أن تبدد جهوده بين متابعة المحاضرات والأبحاث والإعداد لإجراءات إدارية معقدة لاعتماد الدرجة التي رقي إليها، أو الحصول على موافقة للاشتراك في مؤتمر علمي، أو غير ذلك من المعوقات التي تصرف الأستاذ الجامعي من أداء واجبه على الوجه الأكمل.

#### السمعة الطيبة:

السمعة الطيبة لأي فرد أو منظمة ليست وليدة اليوم أو الأمس وليست انعكاساً لحدث هنا أو هناك، وإنما هي عمل مخطط ومنظم ومستمر، والعلاقات العامة وهي تسعى إلى تحقيق السمعة الطيبة تعتمد على التأثير المتراكم Cumulative Effect للأنشطة والبرامج التي تنفذها لتحقيق أهداف بعيدة ومتوسطة وقصيرة، وإن كان من اليسير تقويم الأنشطة الإنتاجية للسلع والخدمات الملموسة أو المنظورة tangible فليس ذلك حال أنشطة العلاقات العامة التي تسير في مجال غير منظور intangible هو مجال الآراء والاتجاهات والمعنويات بصفة عامة.

#### جماهير العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي:

يستخدم اصطلاح الجمهور في العلاقات العامة ليشير إلى أن جماعة مكونة من فردين أو أكثر تربطهم مصلحة أو أهداف مشتركة ويتأثر هذا الجمهور ببعض المنظمات القائمة ويؤثر فيها في نفس الوقت، أي أن وظيفة التأثير ثنائية بين الجمهور والمنظمة والفرد الواحد ينتسب إلى أكثر من جمهور بتعدد الوظائف الاجتماعية التي يمارسها، ولذلك فإن عدد الجماهير لا يمكن حصره برقم معين فهو تقريباً عدد لا نهائي.

ومع هذا فإنه من الضروري في العلاقات العامة تحديد أهم الجماهير بالنسبة للمنظمة و أكثر الوسائل فاعلية في الاتصال بهذه الجماهير.

ونتناول فيما يلي جماهير العلاقات العامة في الجامعات والمعاهد العليا موضحين أهمية كل من هذه الجماهير في تكوين السمعة الطيبة للجامعة.

#### أ- جمهور الطلاب

يعتبر جمهور الطلاب من أهم الجماهير التي يجب أن تهتم بها العلاقات العامة في التعليم العالي، فالتجاهات الطلاب تتعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع فئات المجتمع، فمنهم من يأتي من الريف ومنهم من يأتي من الحضر، أو من الحقول ومن المصانع. ومن الطبيعي أن يكون هؤلاء مرآة الجامعة في البيئة التي حضروا منها، فإذا كانت تجربتهم مريرة فسوف يظهرون ذلك أيضا بين مواطنيهم.

ولذلك ينبغي أن تقوم الجامعة ببث المسؤولية بين طلابها ليكونوا خير سفراء لها في اي مكان يذهبون إليه. ولكي يتحقق هذا الهدف ينبغي حث الطلاب على المشاركة في البرامج التي تستهدف بث الغيرة والمسؤولية في طلاب الجامعة سواء كانت هذه البرامج في إطار النشاط الرياضي أو الفني أو الاجتماعي بصورة مختلفة ومن الضروري أن يشارك في تحقيق هذا الهدف قادة الطلبة، واعضاء هيئة التدريس، وإدارة الجامعة

ومن أهم وسائل هذه المشاركة أن يكون للطلاب صوت في معظم المجالس الجامعية، وقد بدأ هذا الاتجاه ينتشر في الجامعات الأمريكية في أواخر الستينيات وقد اقترحت الرابطة القومية لجامعات الولايات والمعاهد العليا الأمريكية في عام ٩٧٠م، أن نتاح الفرصة للمشاركة الطلابية في إقرار سياسة الجامعة والقرارات الخاصة بالمنهج كوسيلة فعالة لتخفيف حدة حركات الرفض الطلابية

#### ٢- الإدارة وأعضاء هيئة التدريس

يعتبر عمداء الكليات أو أعضاء هيئة التدريس من أهم مصادر الأخبار بالجامعة ومن الضروري أن يعمل أعضاء هيئة التدريس بأي كلية كفريق متكامل كمنطلق لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة ومن الطبيعي أن يكون عميد الكلية أو رئيس الجامعة - بحكم منصبه ومكانته . قائدا لهذا الفريق، ومن ثم

فان الشخصية القوية لكل منهما ضرورية لإضفاء الهيبة على ذلك القائد، و كسب ثقة الجمهور فيه كما أن حساسية هذا العميد أو رئيس الجامعة وإدراكه لأهمية العلاقات العامة يساهم بلا شك في تنمية الاهتمام بها على المستوى العام للجامعة.

- المجتمع المحلي:

من الضروري أن يتضمن برنامج العلاقات العامة بالجامعة اهتماما خاصا بالجمهور الخارجية التي ينبغي الاتصال بها، والتأثير فيها الكسب ثقته، والتعرف على مشاكلها والمساهمة في تحقيق الرخاء والرفاهية لها، ومن ناحية أخرى، فإن الجماهير التي تكون المجتمع المحلي يمكن أن تمد يد العون للجامعة إذا أتيح للمواطنين أن يعبروا عن آرائهم في سياسات الجامعة التي تؤثر بشكل مباشر عليهم.

## أولياء الأمور:

ويمثل أولياء أمور الطلاب نواة طبيعية لتأييد الجامعة ولذلك يكون الاتصال بهم مشمرا إذا حصلوا على معلومات كاملة عن إنجازات الجامعة وسياساتها ومشروعاتها المستقبلية. وكذلك أن تحسن الجامعة الاستماع إلى آراء اولياء الأمور، وتناقشها بهدف الاستفادة منها عند تخطيط السياسات الجديدة أو تعديل السياسات القائمة. وينبغي أن تكون هناك بعض الأنشطة الترفيهية التي يشترك فيها أولياء الأمور مع الطلاب والاساتذة والإداريين في بعض المناسبات والاحتفالات التي تقيمها الجامعة ، و من بينها بالطبع احتفالات التخرج.

## - الخريجون

تقيم معظم الكليات جمعيات للخريجين يكون هدفها الأساسي تنمية الولاء والشعور بالانتماء للكلية و الجامعة التي تخرجوا منها. ويعتبر جمهور الخريجين أهم الجماهير الخارجية للجامعة بما يمكن أن يقدمه لها من ذكر حسن في كل مكان، كما أن للخريجين دورا فعال في زيادة الدعم والتأييد للجامعة إذا كانت معلوماتهم عنها متجددة باستمرار. ومن أجل هذا تحرص الجامعات الأمريكية على ضمان تدفق الاتصال مع جمهور الخريجين وترسل إليهم المجلات الخاصة بهم بانتظام.

ومن المفيد أن تقوم إدارة العلاقات العامة بالجامعة بالتعاون مع الخريجين باصدار مجلة للخريجين تكون وسيلة للاتصال بين الجامعة وخريجها، وإذا كانت الموارد المالية لا تسمح بذلك فينبغي أن يخصص ركن ثابت في صحيفة الجامعة للخريجين وتكون الفائدة في هذه الحالة مزدوجة حيث تتحقق الرابطة بين طلاب أمس وطلاب اليوم.

## - رجال الإعلام

تبرز أهمية رجال الإعلام بالنسبة لكافة المنظمات والمؤسسات الخاصة والعامة وكذلك بالنسبة للشخصيات العامة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام وتشكيل الاتجاهات نحو فرد معين أو مؤسسة معينة، ولما كانت الجامعات والمعاهد العليا من أهم المؤسسات العامة التي تشكل الرأي العام فمن الضروري تنمية العلاقات مع رجال الأعلام، وتوطيد الصلات المستمرة بهم، وإمدادهم بالمعلومات الصحيحة والاجابة عن أسئلتهم واستفساراتهم بالنسبة للموضوعات المختلفة، ودعوتهم لحضور الاحتفالات والمؤتمرات والندوات والمحاضرات العامة، وكافة الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في الجامعة وكذلك عند افتتاح منشآت جديدة أو تنفيذ مشروعات تتعلق بخدمة المجتمع.

## - الجماعات المهنية والشركات والهيئات الحكومية

تهتم كل جماعة مهنية بالتطور الذي يحدث في الجامعة في نطاق تخصصها سواء كان ذلك من حيث المناهج أو البحوث، أو حجم الخريجين المرتقب. ومستواهم العلمي وتعكس الصورة الطيبة للجامعة على هذه الجماعات فيصبح التعاون ممكنا بين الطرفين في مجال تدريب الطلاب وتشغيل الخريجين. هذا بالإضافة إلى التطبيق العلمي للبحوث التي تجريها الجامعة في التخصصات المختلفة حتى لا تظل هذه البحوث حبيسة المكاتب وتضيع الفائدة المتوقعة من إجراءاتها

كما أن التعاون مع الشركات والهيئات الحكومية يضمن للجامعة الدعم المالي الذي يشكل نسبة كبيرة من موارد الجامعات. بالإضافة إلى أن كسب ثقة هذه الجهات يفتح آفاق العمل أمام الخريجين المتخصصين، ويحقق وضع الخريج المناسب في المكان المناسب كما نتيح بعض الشركات والهيئات الحكومية فرص التدريب العملي للطلاب والذي أصبح عنصرا أساسيا في مواد بعض الأقسام ولا يكتمل بدونه إعداد الطالب، إعداد صحيحا.

## ثالثا- ادارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي

ينقسم هذا الجزء إلى قسمين رئيسيين: الأول يتناول مكانة ادارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي، والثاني يدرس تنظيم هذه الإدارة

### 1- مكانة ادارة العلاقات العامة

أوضحت الدراسات المتخصصة ان العلاقات العامة في الجامعة أو المعهد تأتي في مقدمة أعمال رئيس الجامعة و عميد الكلية أو عميد المعهد ويشارك في هذه المسؤولية أعضاء هيئة التدريس والإداريون من خلال الأداء الطيب وتنمية روح المسؤولية بين الطلاب. كما أن الطلاب أنفسهم وهم الهدف من العملية التعليمية، وكذلك الخريجون يمارسون دورا كبيرا في دعم الانتماء للجامعة والولاء لها، ويكتمل هذا النسيج الاجتماعي بوجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة تضم المهارات والكفاءات المتنوعة تحقيق عمليات الاتصال المزدوج بين إدارة الجامعة وجمهورها النوعية التي أشرنا إليها، مستخدمة في تلك الأساليب العلمية في إنتاج المواد الإعلامية، وأجراء البحوث التي تستهدف التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها. وتقوم هذه الإدارة أيضا بتخطيط وتنفيذ الأنشطة الدراسية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها.

وقد أصبح من المتعارف عليه علميا بين خبراء العلاقات العامة واعلامها البارزين أن يرأس إدارة العلاقات العامة شخص يتمتع بسلطات واسعة يحمل لقب نائب الرئيس للعلاقات العامة أو تسند هذه الوظيفة لأحد النواب.

ومن الضروري أن يكون الاقتناع بأهمية العلاقات العامة وفهم وظائفها ومجالاتها، من أهم المقومات الأساسية لمن يشغل مسؤولية هذا المنصب فلا يكفي أن تتبع إدارة العلاقات العامة أعلى المستويات الإدارية بغض النظر عن اقتناع هذا المسؤول أو عدم اقتناعه بأهمية العلاقات العامة فقد اثبتت دراسة ميدانية أجريت في الجزائر أنه رغم تبعية إدارة العلاقات العامة لأعلى المستويات الإدارية إلا أن مفهومها ووظائفها ومجالات نشاطها تتعرض لخلط واضح، ولا تخضع لدرجة كافية من التنظيم ولا تتوفر لها الامكانيات المادية والبشرية والفنية.

مكانة إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة من المؤسسات :

تتبع أهمية مكانة إدارة العلاقات العامة من ثلاثة اعتبارات، هي :

أولها: أنها الإدارة المتخصصة في الاتصال والمسئولة عن مساعدة الإدارات الأخرى على التعامل المتسم بروح الود والألفة مع الجماهير التي تتعامل معها.

وثانيها: أن إدارة العلاقات العامة لا يقف دورها عند المساعدة فقط ولكنه يمتد أيضا إلى مراقبة الإدارات الأخرى، حتى لا يحدث ما يتناقض مع أنشطة العلاقات العامة أو يقلل من فعاليتها.

وثالثها: أن تقرير ادارة العلاقات العامة حول علاقات المؤسسة بجماهيرها النوعية واتجاهاتها لا بد أن تؤخذ في الاعتبار عند وضع السياسات او تعديلها بما يتفق وتحقيق التوازي بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير التي تتعامل معها.

## ٢- تنظيم إدارة العلاقات العامة

لا يوجد تنظيم نمطي ثابت لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات العامة أو الخاصة . فهناك عوامل متعددة تتعلق بحجم المؤسسة وطبيعة أنشطتها وأهدافها والجماهير التي تسعى الي كسب تأييدها.. ولكن ينبغي التأكيد على جودة التنظيم لتحقيق الاستفادة الكاملة من الأفراد والموارد المتاحة لإدارة العلاقات العامة.

ومن الضروري أن تتحقق المرونة الكاملة في التنظيم بحيث يسمح باستخدام الأفراد الذين لا يعملون في وقت معين في قسم آخر غير الذي يعملون فيه حتى لا يزدحم أحد الأقسام بالعمل في حين يغط قسم آخر في سبات عميق.

## قسم الخدمات الإعلامية:

ينبغي أن تضم إدارة العلاقات العامة بالجامعة قسما للخدمات الإعلامية تكون مسؤوليته الأولى اعلام جماهير الجامعة الداخلية والخارجية بما يجري داخل الكليات والإدارات المختلفة ويقوم هذا القسم بجمع الأخبار وتوزيعها على وسائل الإعلام الداخلية والخارجية. ومن الضروري أن يكون للجامعة صحيفتها الأسبوعية أو النصف شهرية على أكثر تقدير، وبعض الجامعات تصدر صحيفة يومية كما هو الحال في جامعة ولاية ميتشجان، التي تملك أيضا محطة إذاعية يرجع تاريخها إلى نشأة الإذاعة حيث بدأت



ارسالها في عام ١٩٢٢م، بالإضافة إلى محطة تليفزيون يتم تمويلها من التبرعات، ولا يسمح فيها بالإعلانات التجارية التي تعتمد عليها محطات التليفزيون الأمريكية.

#### ب. قسم المطبوعات الجامعية

يضم هذا القسم ستر محررين ومصممين لأعداد الكتيبات، والنشرات، والكتب والدليل العلمي، وغير ذلك من المطبوعات، وتلحق بهذا القسم أيضا شعبة للمعلومات يشرف عليها أخصائي متمرس في عملية الحفظ والتوثيق.

#### ج) قسم النشاط الداخلي:

ويختص هذا القسم بالإعداد للحفلات والإشراف عليها، وتنظيم الندوات والمحاضرات العامة، والمعارض الفنية والعلمية، ويقوم هذا القسم أيضا بتنظيم الرحلات والمسابقات الرياضية الثقافية، وغير ذلك من الأنشطة التي تهدف إلى الترفيه عن العاملين ورفع الروح المعنوية بينهم.

#### د) القسم الاستقبالات

يجب أن تخصص الإدارة قسم للاستقبالات يتولى استقبال الوفود الزائرة والأساتذة القادمين من خارج البلاد، ويسهر على راحتهم وتذليل العقبات التي تواجههم وتبرز أهمية هذا القسم في الجامعات التي تعتمد أعدادا كبيرا على الأساتذة الأجانب. وفي هذه الحالة يحتاج قسم الاستقبالات في أول العام الجامعي إلى دعم اضافي في الأفراد الذين يقومون بهذه المهمة ويمكن أن يساعد في ذلك افراد قسم النشاط الداخلي بالإضافة إلى ممثلين عن كليات الجامعة.

#### و) قسم الشؤون الإدارية والمالية:

ولكي تؤدي أقسام العلاقات العامة ووظائفها على أكمل وجه تخصص معظم الإدارات قسم مستقلا للشؤون الإدارية والمالية، تكون مسؤوليته الأساسية إمداد الأقسام الفنية بالمعدات والأدوات التي يتطلبها العمل الفني.

## خاتمة

لقد وضح ، بما لا يدع مجالاً للشك - أن العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي تتزايد أهميتها يوماً بعد يوم نتيجة للمشكلات التي تواجه المجتمع الجامعي، والتي أشرنا إلى أكثرها شيوعاً في النصف الثاني من القرن العشرين وقد حددنا أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في ضوء المفهوم العلمي لهذه الوظيفة، واستناداً إلى تحليلنا للمشكلات التي تواجه التعليم الجامعي.

كما تناولنا الجماهير المؤثرة والمتأثرة بنشاط العلاقات العامة في المجتمع الجامعي، فأوضحنا دور الطلاب، والإدارة، والأساتذة، والخريجين في تعميق الاتصال بأولياء الأمور والمجتمع المحلي، ورجال الإعلام، والجماعات المهنية والشركات والهيئات الحكومية لرسم صورة طيبة للجامعة في أذهان الجماهير.

ولما كانت ممارسة هذه المهنة تحتاج إلى سلطات قوية وصلاحيات واسعة وتتناول مجالات متعددة ومتنوعة، فقد كان من الضروري أن نتعرف على وضع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمؤسسات التعليم العالي

وقد أثبتت الدراسات السابقة ضرورة رفع إدارة العلاقات العامة إلى أعلى المستويات الإدارية، بالإضافة إلى أهمية اختيار المستوى الأولي فيها من بين المتفهمين لطبيعة هذه الوظيفة ودورها المتميز في مؤسسات التعليم العالي

أما وظيفة البحوث التي ينبغي أن يخصص لها قسم قائم بذاته، فقد درجت معظم الجامعات على إسنادها إلى أحد أقسام الجامعة التي تعمل في نطاق البحوث النفسية أو الاجتماعية أو بحوث الإعلام وينبغي أن تشكل لجنة لاقتراح البحوث وأجرائها، ويكون من بين أعضائها مدير العلاقات العامة، وتبوع نائب رئيس الجامعة المسئول عن العلاقات العامة.

وأما عن عملية التخطيط وفي أساسي العمل العلمي، فينبغي أن تقوم بها لجنة يرأسها نائب رئيس الجامعة للعلاقات وتضم ثلاثة على الأكثر من أساتذة الجامعة الذين لهم صلة بالدراسات السلوكية والاجتماعية والإعلامية بالإضافة إلى مدير العلاقات العامة التنفيذي الذي يدير الإدارة تحت إشراف نائب رئيس

الجامعة المسئول عن العلاقات ويقوم بعملية التنسيق بين أقسام الإدارة للمدير التنفيذي مستعينا برؤساء الأقسام.