

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي جامعة الزيتونة نموذجاً

الأخضر على البكوش

كلية الإعلام / جامعة الزيتونة

akhderaa@gmail.com

تاريخ الاستلام 2023/07/17

الملخص :

يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في ليبيا وإبراز أهميتها من خلال الوقوف على برامجها وأنشطتها وتأثيرها على جمهورها وهو المجتمع الجامعي ، وواقعها والمشكلات التي تواجهها حتى يمكن معالجتها ووضع الحلول لها ، كما تهدف الدراسة إلى توثيق العلاقة بين المؤسسة والجمهور و نقل صورة إيجابية للمؤسسة وتعزيز دورها في بناء المجتمع ، وقد حاول الباحث من خلال بحثه هذا إبراز دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والتي تمثلت في مؤسسات التعليم العالي .وقد قام البحث على منهج متكامل هو المنهج الوصفي ، وهو يجمع بين أساليب منهجية وأدوات علمية لجمع البيانات والمعلومات ومعالجتها .

أولاً : مشكلة البحث :

من خلال الملاحظة إن أهم المشاكل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في الجامعة تتمثل في عدم إدراك متخذي القرار في الإدارة العليا لدور العلاقات العامة كوظيفة ومفهوم وممارسة ، ما أدى ذلك إلى تخلفها وعدم قدرتها على القيام بدورها بفاعلية .

علماً بأن العلاقات العامة من الأنشطة الاقتصادية والإدارية المهمة التي اعتمدها مؤسسات التعليم العالي عموماً ، ولاسيما في السنوات الأخيرة بعدما ازدادت الحاجة لدور برامج وأنشطة العلاقات العامة لتحقيق اهدافها .

وهنا تكمن مشكلة البحث التي تنطلق من الغموض وعدم الوضوح الذي يحيط بأنشطة ومهام إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي واختلاف دورها من جامعة لأخرى .

وبالتالي برزت الحاجة إلى هذا الدراسة للكشف عن ذلك الدور وتحليله وتقويمه من خلال استرشاد بالأساليب والطرق العلمية والمنهجية لذلك يتطلع البحث إلى الإجابة عن سؤال مفاده :
ما طبيعة دور إدارة العلاقات العامة في جامعة الزيتونة ؟

ثانياً : أهمية البحث :

تتمثل أهمية البحث في دراسة دور إدارة العلاقات العامة في الجامعات الليبية والتعرف على طبيعة الأهداف ومعوقات عمل إدارات العلاقات العامة ، والدور الاتصالي الذي تلعبه في تسهيل وترويج لفلسفة وأهداف الجامعة وسياساتها في التعليم ، والتعرف على المعايير العلمية وكفاءات العاملين في هذه الإدارات وإيضاح الارتباط المتبادل بين الجامعة وجمهورها .

وتنطلق أهمية هذه الدراسة من معرفة مدى أداء ونشاط العلاقات العامة في الجامعة، ومعرفة مستوى الخدمات الإعلامية والاتصالية للمؤسسات الجامعية (جامعة الزيتونة) إنموذجاً ، من خلال دعم وتمييز نشاط الجامعة كمؤسسة علمية وتربوية تساهم في بناء الفكر العلمي والإنساني .

ثالثاً : أهداف البحث :

1. معرفة وجود إدارة العلاقات العامة في الجامعة .
2. معرفة وسائل الاتصال التي تعتمدها إدارة العلاقات العامة في التواصل مع جمهورها .

3. معرفة الصعوبات والعراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة في الجامعة .

4. معرفة مدى فاعلية ومساهمة إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة الجامعة .

: تساؤلات البحث :

1. هل توجد إدارة علاقات عامة بالجامعة ؟

2. ما هو المجتمع الإداري لإدارة العلاقات العامة في الجامعة ؟

3. ما هي الوظائف التي يؤديها القائمون بالعلاقات العامة داخل الجامعة ؟

3. هل توجد ميزانية خاصة بإدارة العلاقات العامة بالجامعة ؟

4. ما هي الصعوبات التي تواجه الموظفين في توصيل شكاوهم إلى الإدارة العليا ؟

رابعاً : منهج البحث :

يُعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستخدم منهج المسح الوصفي أنسب المناهج العلمية لتحقيق أهداف البحث في تحليل سمات القائمين على أنشطة وبرامج العلاقات العامة في الجامعات الليبية (بن عبد العزيز، 2004، ص: 24)، وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي بهدف وصف وتحليل الواقع النظري والتطبيقي لعمل إدارة العلاقات العامة في الجامعة .

خامساً : مجتمع وعينة البحث :

حدّد الباحث مجتمع وعينة الدراسة في موظفي وطلاب وأعضاء هيئة التدريس جامعة الزيتونة ولهذا طبقت العينة العشوائية البسيطة عليهم.

: مصطلحات البحث :

- العلاقات العامة : هي فن التعامل مع الناس.

- الدور : هو الدور الذي تقوم به ادارة العلاقات العامة في الجامعة.

- جامعة الزيتونة : هي إحدى الجامعات التابعة لوزارة التعليم العالي.

سادساً : الدراسات السابقة :

1. دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي في العراق ، وقد تمحورت أهداف الدراسة في مجموعة من الأهداف لتحسين الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي حيث تلخصت أهم تلك الأهداف فيما يلي :

أ. تقديم عرض لمفهوم وأهداف ووظائف العلاقات العامة .

ب. التركيز على الجانب الاتصالي في دراسة واقع ونشاط العلاقات العامة في الجامعة (إمام ، 1968 ، ص: 188) .

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؛ ولكي 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 ومن الطبيعي أن نركز على المشكلات العامة البارزة التي تواجه التعليم العالي دون المشكلات الصغيرة التي لا تمثل ظاهرة عامة بين الجامعات ، وتختلف حدة هذه المشكلات من دولة إلى أخرى وإن اشتركت فيها معظم الدول تقريبا بدرجات متفاوتة .

المشكلات التي تواجه المجتمع الجامعي :

1. الحرية العلمية : يواجه البحث العلمي في كثير من الدول إجراءً معيّنة تمثل قيوداً في بعض الحالات على الفكر العلمي وتشكل حجراً صريحاً أو مقنعا على الآراء ، وتزداد هذه الخطورة في أوقات الأزمات الداخلية أو التهديدات العدوانية الخارجية .

ولا شك أن صيانة القانون داخل الجامعة يحافظ على حقوق الجميع ويحمي الجامعة من التدخل الخارجي فالحرية العلمية كغيرها من الحريات لها التزاماتها ومسؤولياتها تجاه المجتمع . وفي هذا الصدد يتحمل أستاذ الجامعة قدراً كبيراً من عبء هذه المسؤولية . وقد جسد هذه الحقيقة رئيس جامعة كيتيكي سابق حين قال : إن أهم عمل يجب أن يقوم به رئيس الجامعة هو المحافظة على حريتها .

2. الدعم المالي :

أدى تطور نظم التعليم ومناهجه بما يتفق وضرورات القرن العشرين وكذلك النمو المتزايد في أعداد الطلاب والمسؤوليات الجديدة للجامعة في مجال إجراء البحوث والتدريبات العملية ، أدى كل هذا إلى زيادة نفقات التعليم العالي بشكل كبير . وقد دفع هذا الوضع رؤساء الجامعات الأمريكية إلى استخدام النشر أولاً ثم استخدام كل فنون العلاقات العامة في زيادة الدعم المالي الذي تقدمه الدولة .

والغريب أن مشكلة الموارد تكاد تكون مشكلة عامة بين الجامعات سواء في الدول الفقيرة أو الدول الغنية رغم أن حدة هذه المشكلة أقل من الدول الغنية إلا أن لها ظلالها التي لا تنكر ، والتي قد يكون من أسبابها عدم قدرة إدارة الجامعة على إقناع الدولة باحتياجاتها المالية ، أو تبديدها لأموال مخصصة في غير مكانها الصحيح .

3. 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 . وإذا كان مجموع الدرجات أو التقديرات الخاصة بالطالب هي أساس الاختيار الشائع في معظم الكليات والأقسام الجامعية ، فإن هذه الطريقة لاتضمن 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 افترضنا النزاهة المطلقة في الاختبار وهو أمر مشكوك فيه في كثير من الدول النامية .

4. اجتذاب الأساتذة :

تواجه الجامعات فيما بينها منافسة شديدة لاجتذاب الأستاذ الجامعي الكفاء وتستوي في ذلك الدول المتقدمة والنامية وإن اختلفت طبيعة المشكلة في كل منهما . فزي الدول المتقدمة تسعى الجامعة إلى اجتذاب كبار الأساتذة وذوي التخصصات النادرة من نفس الدول ومن الدول الأخرى ومن بينها الدول النامية .

ومن خلال ذلك يعتبر مفهوما واضحا للعلاقات العامة واستنادا إلى تحليلنا للمشكلات التي تواجه التعليم العالي ، حيث أصبحت العلاقات العامة عنصرا مهما في بناء المؤسسات والمجتمعات على كافة المستويات ، فضلا عن دورها التعليمي في المؤسسة الجامعية التي تعد إحدى أدوات الثقافة والتعلم ومستوى التقدم وتطور المجتمعات ، كما يعد المجتمع التي تعيش فيه الجامعة يؤثر عليها ويأثر بها فمسؤولية تلك الجماهير أن تكون مطلعة على الكثير من الخطط وبرامج ومشاريع الجامعة (الجمال ، معوض ، 2006 ، ص: 27) هدفها إعلام الجماهير وتزويدهم بالمعلومات

والحقائق سواء كانت داخلية أو خارجية (الدليمي، 2011، ص: 43). ولهذا يمكن أن نحدد أهداف

العلاقات العامة في هذا المجال على النحو التالي :

1- تنمية الثقافة العامة :

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

2- الرعاية الصحية والاجتماعية للطلاب :

يجب أن تؤمّن الجامعة للطلاب العلاج والرعاية الصحية الكاملة . وينبغي أن تساهم العلاقات العامة بالجامعة في تشجيع الأنشطة الرياضية وتنظيم المسابقات بين الكليات المختلفة وبين الطلاب والأساتذة والإداريين والخريجين . ومن الممكن أن تساهم العلاقات العامة من خلال فروعها في الكليات المختلفة مع الأخصائيين الاجتماعيين في التعرف على المشكلات التي تواجه الطلاب وأن تساعدهم في التغلب عليها وحمايتهم من سيطرة النزعات الشريرة التي تنتج عن هذه المشكلات .

3- استقبال الوفود الطلابية الزائرة :

ينبغي أن تتبنى كل جامعة خطة سنوية لتبادل الزيارات مع طلاب الجامعات ويجب أن تقوم العلاقات العامة بتنظيم هذه الزيارات لتحقيق أهدافها العلمية والثقافية والترفيهية . فتقوم باستقبال هذه الوفود وإتاحة الفرصة لها للتعرف على أنشطة الجامعة المختلفة ، وتنظيم لقاءات

لها مع كبار رجال الجامعة وأساتذتها وطلابها في التخصصات المختلفة، واصطحب هذه الوفود في جولة حول منشآت الجامعة المهمة، وتقديم الهدايا التذكارية التي تحمل مغزى خاصا بالجامعة .

4- إعلام الطلاب وتوعيتهم :

تتفاوت أهمية هذا الهدف بين الطلاب القدامى والجدد ، فالطلاب الجدد في أمس الحاجة للتعرف 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 كتيبات ونشرات أو دليل أو صحيفة للجامعة أو حتى ما ينشر في وسائل الإعلام العامة أو اللقاءات والاجتماعات التي يعقدها كبار المسؤولين .

5- تنظيم حفلات التخرج :

تعتبر حفلات التخرج مناسبة طيبة لتوطيد صلة الجامعة بطلابها المتخرجين وبأولياء الأمور الذين يحضرون هذه الحفلات . وينبغي أن تقوم هذه المناسبة فرصة حقيقية لتشجيع الطلاب على التفوق العلمي وتقديم الجوائز للمتفوقين منهم ، كما يجب تنمية الروابط مع الجامعات المهنية المختلفة بدعوتها لحضور هذه الحفلات وغيرها من المناسبات الملائمة لتشجيع هذه الجامعات على تهيئة فرص العمل المناسبة للخريجين الجدد .

6- ربط الجامعة بالمجتمع المحلي :

ينبغي أن تشجع الجامعة البحوث والأنشطة التي تهدف إلى خدمة المجتمع المحلي ، وأن تنظم العلاقات العامة بالجامعات الأحداث الخاصة التي تهدف إلى تنشيط الاتصال بالجمهور العام ،

وتأكيد دور الجامعة في خدمة المجتمع من خلال الأيام والأسابيع الخاصة كأسبوع المرور أو أسبوع النظافة أو غيرها من المناسبات التي تنشر الوعي بين أفراد المجتمع المحلي .

7- توطيد الصلات بوسائل الإعلام :

تقوم إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة بتوطيد علاقاتها برجال الإعلام ، وإمدادهم بالمعلومات الكاملة التي تساعد على توضيح صورة هذه المؤسسة أمام الرأي العام ، والجامعة من المؤسسات العامة التي تهم الرأي العام وتمس اهتماماته المباشرة ؛ ولذلك ينبغي أن تحرص العلاقات العامة بالجامعات على تنمية الروابط مع رجال الإعلام الذين لهم صلة أو اهتمام بالتعليم العالي .

8- توطيد العلاقات بجهات الدعم المختلفة :

اعتماد بعض الجامعات على الدعم المالي الذي يقدمه الأفراد أو الهيئات أو الحكومية ، واعتماد البعض الآخر على الموارد المالية التي تقدمها الحكومات وفي جميع الأحوال يلزم أن تساهم العلاقات العامة في كسب تأييد هذه الجهات للجامعة ومشروعاتها المستقبلية وللدور الذي تقوم به في خدمات المجتمع حتى يتحقق للجامعة الدعم المالي الذي يساعدها على أداء رسالتها (3).

9- استقبال الأساتذة الأجانب :

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

10 - متابعة الإجراءات والمعاملات الإدارية للأساتذة :

من المؤسف أن تتحول طاقة الأستاذ الجامعي من العطاء العلمي إلى متابعة أوراق السفر أو صرف مكافئات أو بدلات 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 عن أداء واجبه على الوجه الأكمل.

11- السمعة الطيبة :

إن تحقيق الأهداف العشرة السابقة يساهم في تكوين السمعة الطيبة بالإضافة إلى ما تحققه الجامعة من إنجازات علمية تخدم المجتمع وتحقق له التقدم والرقي ، وتنعكس آثار هذه السمعة مرة ثانية على سير العملية التعليمية ، فالسمعة الطيبة هي التي تجعل الطالب أو الأستاذ يفضل جامعة على أخرى والموارد المالية التي تساعد الجامعة على أداء رسالتها (عجوة ، 2001 ، ص : 179، 169)

ثانياً : جماهير العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي :

1. جمهور الطلاب : يعتبر جمهور الطلاب من أهم الجماهير التي يجب أن تهتم بها العلاقات العامة في التعليم العالي . وذلك بأن يكون للطلاب صوت في معظم المجالس الجامعية . وقد بدأ هذا الاتجاه ينتشر في الجامعات الأمريكية في أواخر الستينات ، وقد طرحت الرابطة القومية للجامعات أن تتاح الفرصة للمشاركة الطلابية في إقرار سياسة الجامعة والقرارات الخاصة بالمنهج كوسيلة فعالة في التخفيف من حدة حركات الرفض الطلابية .

2. الإدارة وأعضاء هيئة التدريس :

إن عضو هيئة التدريس يلعب دوراً مهماً في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمي الذي يبذله والنصائح والتوجيهات التي يقدمها لطلابه والبحوث التي ينجزها وكل ما تجود به مواهبه في سبيل الخدمة العامة . كما أن العاملين في مختلف المستويات الإدارية بالجامعة يساهمون في تكوين هذه الصورة من خلال الأداء الحسن الذي يتسم بروح الود والصداقة ، ولكي تحقق هذا الأداء الحسن ينبغي أن تتوفر لأعضاء هيئة التدريس والعاملين على مختلف المستويات الإدارية معلومات كافية عن سياسات الجامعة وبرامجها ومشكلاتها . وهذا يتطلب تدفق المعلومات على المستوى الداخلي بشكل مستمر .

3- المجتمع المحلي : من الضروري أن يتضمن برنامج العلاقات العامة بالجامعة اهتماماً خاصاً بالجماهير الخارجية التي ينبغي الاتصال بها والتأثير فيها لكسب ثقتها 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 عليها .

4- أولياء الأمور : يمثل أولياء أمور الطلاب نواة طبيعية لتأييد الجامعة ولذلك يكون الاتصال بهم مثمراً إذا حصلوا على معلومات كاملة عن إنجازات الجامعة وسياساتها ومشروعاتها المستقبلية . وكذلك أن تحسن الجامعة الاستماع إلى آراء أولياء الأمور وتناقشها بهدف الاستفادة منها عند تخطيط السياسات الجديدة أو تعديل السياسات القائمة .

5. الخريجين : من المفيد أن تقوم إدارة العلاقات العامة بالجامعة بالتعاون مع الخريجين بإصدار مجلة للخريجين تكون وسيلة للاتصال بين الجامعة وخريجها. وإذا كانت الموارد المالية لا تسمح بذلك فينبغي أن يخصص ركن ثابت في صحيفة الجامعة للخريجين .

6- رجال الإعلام : تبرز أهمية رجال الإعلام بالنسبة لكافة المنظمات والمؤسسات وكذلك بالنسبة للشخصيات العامة للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام وتشكيل اتجاهات نحو فرد معين أو مؤسسة معينة ، وتعتبر الجامعات من أهم المؤسسات العامة التي تشغل الرأي العام فمن الضروري تنمية العلاقات مع رجال الإعلام وتوطيد الصلات المستمرة بهم وإمدادهم بالمعلومات الصحيحة والإجابة على أسئلتهم واستفساراتهم بالنسبة للموضوعات المختلفة ودعوتهم لحضور الاحتفالات والمؤتمرات والندوات والمحاضرات العامة وكذلك الأنشطة التي تمارسها .

7- 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 وتنعكس الصورة الطيبة للجامعة على هذه الجماعات فيصبح التعاون ممكناً بين الطرفين في مجال تدريب الطلاب وتشغيل الخريجين ، بالإضافة إلى التطبيق العلمي للبحوث التي تجريها الجامعة في التخصصات المختلفة حتى لا تظل هذه البحوث حبيسة المكتبات وتضيع الفائدة المتوقعة من إجرائها .

ثالثاً : إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي :

1- مكانة إدارة العلاقات العامة : تنبع أهمية رفع مكانة إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة من ثلاثة

اعتبارات :

أولاً: إنها الإدارة المتخصصة في الاتصال والمسؤولية عن مساعدة الإدارات الأخرى على التعامل المتسم بروح الود والألفة بين الجماهير التي تتعامل معها .

ثانياً : إن إدارة العلاقات العامة لا يقف دورها عند المساعدة فقط ولكنه يمتد أيضاً إلى مراقبة الإدارات الأخرى حتى لا يحدث ما يتناقض مع أنشطة العلاقات العامة أو يقلل من فعاليتها .
ثالثاً : إن تقارير إدارة العلاقات العامة حول علاقات المؤسسة بجماهيرها النوعية واتجاهاتها لابد أن تأخذ في الاعتبار عند وضع سياسات أو تعديلها بما يتفق وتحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير التي تتعامل معها .

2 - تنظيم إدارة العلاقات العامة :

إن أسلوب تنظيم إدارة العلاقات العامة يختلف من مؤسسة إلى أخرى فإن التشابه الكبير بين طبيعة مؤسسات التعليم العالي يجعلنا نقترح نموذجاً عاماً لما ينبغي أن يكون عليه تنظيم إدارة العلاقات العامة في الجامعات ، ويضم هذا النموذج ستة أقسام وهي :

1- قسم الخدمات الإعلامية : ينبغي أن تضم إدارة العلاقات العامة بالجامعة قسم للخدمات الإعلامية تكون مسؤوليته الأولى إعلام 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 .

2- قسم المطبوعات الجامعية : يضم هذا القسم محررين ومصممين لإعداد الكتيبات والنشرات والكتب والدليل العلمي وغير ذلك من المطبوعات ، وتلحق بهذا القسم أيضاً شعبة للمعلومات يشرف عليها أخصائي متمرس في عملية الحفظ والتوثيق .

3- قسم النشاط الداخلي : ويختص هذا القسم بالإعداد للحفلات والإشراف عليها وتنظيم الأدوات والمحاضرات العامة والمعارض الفنية والعلمية ويقوم هذا القسم أيضاً بتنظيم الرحلات والمسابقات الرياضية والثقافية وغير ذلك من الأنشطة التي تهدف إلى الترفيه عن العاملين ورفع الروح المعنوية بينهم .

4- قسم الاستقبالات : يجب أن تخصص الإدارة قسماً 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 اعتماداً كبيراً على الأساتذة الأجانب .

5- قسم الاتصال بالمجتمع المحلي : وهو من الأقسام التي ألحقت بإدارة العلاقات العامة ، وتنبع فكرة هذا القسم من فلسفة مؤداها أن آثار أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود المجتمع الذي يتعامل معه مباشرة إلى المجتمع الكبير ومن ثم فإنه لابد أن يكون لسلوك هذا الفرد أو المنظمة مغزى اجتماعي ولكي يتحقق هذا المغزى الاجتماعي لابد أن يكون بين أفراد إدارة العلاقات العامة بالجامعة من يستطيع توجيه النصح لإدارة الجامعة فيما يتعلق بالتعامل مع المجتمع المحلي وإمداده بالمعلومات الكافية عن مشروعات الجامعة في هذا السبيل من خلال وسائل الإعلام الخارجية .

6- قسم الشؤون الإدارية والمالية : لكي تؤدي أقسام العلاقات العامة وظائفها على أكمل وجه تخصص معظم الإدارات قسماً مستقلاً للشؤون الإدارية والمالية تكون مسؤوليته الأساسية إمداد الأقسام الفنية بالمعدات التي يتطلبها العمل الفني (عمر ، 2992 م ، ص: 62) .

الدور الإعلامي للإدارة العلاقات العامة في الجامعة :

تمتلك العلاقات العامة الجامعية دوراً إعلامياً متميزاً يتمثل في نقل المعلومات والآراء والأفكار من الجماهير إلى الجامعة ، إذ تعتمد اعتماداً كبيراً على هذا الدور وهي تخطط لبرامجها ، فهي تقوم بدراسة دقيقة للرأي العام مستعينة بأدوات البحث العلمي (يوسق ، 2008 م ، ص : 64)، فالخطة الأولى لبناء رأي عام مؤيد هي أن يعرف ممارس العلاقات العامة الجامعية اتجاهات الجماهير التي يتعامل معها ، ليتمكن من بناء اتصالاته على ذلك ومن ثم يكون أكثر فاعلية في التأثير على آراء جماهير الجامعة ، وبذا يمكن القول أن العلاقات العامة داخل المؤسسة الجامعية والمتعاملين معها على أنها مؤسسة تربطها بجماهيرها علاقة ذات أبعاد ثلاثة هي: بعد مهني ، وبعد شخصي ، وبعد مجتمعي ، والذي يهمننا هنا هو البعد المجتمعي الذي يتمثل في مدى دقة الجامعة وفق مستوى علاقاتها بجماهيرها بتقديم الخدمات التعليمية التي تسهم في تنمية ثقافة الجمهور العلمي ورفع مستوى الشعور الإيجابي تجاه الممارسات الإعلامية التي تقوم بها العلاقات العامة الجامعية بما يحقق صورة إيجابية لدى الجمهور (عجوة ، 2001 م ، ص : 169، 179).

الدراسة الميدانية :

تقوم إدارة العلاقات العامة في الجامعة بدور أساسي ومهم في إبراز دور الجامعة على الصعيدين التربوي والعلمي عن طريق تقديم أفضل الحلول والمقترحات التي من شأنها رفد وتعزيز المسيرة التعليمية وقد كشفت نتائج الدراسة الآتي .

أولاً : النتائج الديموغرافية :

1- الجنس :

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	40	100%
أنثى	0	0%

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي جامعة الزيتونة نموذجاً (443-465)

المجموع	40	%100
---------	----	------

أوضحت نتائج الدراسة أن عدد أفراد العينة من الذكور والتي بلغت نسبتهم 100% وهذا يدل على عدم التوازن والمشاركة بعنصر الإناث لعدم تطبيق معايير الأداء في إدارة العلاقات العامة بصفة خاصة وإدارة الجامعة بصفة عامة .

2- المؤهل العلمي :

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
%10	4	شهادة جامعية وما يعادلها
%67.5	27	شهادة متوسطة وما يعادلها
%22.5	9	أخرى تذكر
%100	40	المجموع

من خلال نتائج المؤهل العلمي وجد أن عدد حاملي الشهادات المتوسطة وما يعادلها بنسبة 67.5% ولهذا يمكن القول بعدم وجود متخصصين في العلاقات العامة ويعد هذا من أحد السلبيات.

3- العمر :

النسبة المئوية	التكرار	العمر
%25	10	34-25
%40	16	44-35
%35	14	45 وما فوق
%100	40	المجموع

من خلال جدول الفئات العمرية استنتجنا أن نسبة الأفراد الذين عمرهم من 35-40 بلغت 40% بينما فوق 45 سنة وما فوق بلغت 35% ، وأقل من 34 سنة نسبة 25% وهذه النسبة تعطي فرصة للتطور من خلال تدريبهم في مجال العلاقات العامة .

4- سنوات الخبرة :

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي جامعة الزيتونة نموذجاً (465-443)

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
42.5%	17	9-1
27.5%	11	19-10
30%	12	20 وما فوق
100%	40	المجموع

استنتجنا من جدول سنوات الخبرة أن من 9-1 سنوات بلغت نسبتهم 42.5% بينما نسبة من 20

فما فوق بلغت 30% وفئة من 19-10 سنة بلغت 27.5% وهذا مؤشر جيد للجامعة إذ كان لهم

دورات تدريبية في مجال العلاقات العامة .

ثانياً : النتائج الميدانية :

ت	السؤال	العينة	نعم	لا	النسبة المئوية بنعم	النسبة المئوية بلا
1	هل توجد إدارة للعلاقات العامة في الجامعة	40	32	8	80%	20%
2	هل إدارة العلاقات العامة لها تسمية أخرى في الجامعة	40	35	5	87.5%	12.5%
3	هل يوجد كادر وظيفي متخصص في إدارة العلاقات العامة	40	13	27	10%	90%
4	هل الموظفين والطلبة وأعضاء هيئة التدريس لديهم المعرفة بأنشطة العلاقات العامة	40	17	23	42.5%	57.5%
5	هل تساهم إدارة العلاقات العامة في إيصال القرارات الإدارية للطلبة والموظفين وأعضاء هيئة التدريس بها	40	2	38	5%	95%
6	هل الإدارة العليا معترفة بإدارة العلاقات العامة كإدارة تنفيذية	40	4	36	27.5%	72.5%
7	هل توجد صعوبات تواجه إدارة العلاقات العامة في تنفيذ مهامها	40	11	29	10%	90%
8	هل إدارة العلاقات العامة لها كافة الصلاحيات الإدارية بالجامعة	40	7	33	17.5%	82.5%
9	هل إدارة العلاقات العامة لها ميزانية خاصة لها لتنفيذ مهامها	40	12	28	30%	70%
10	هل إدارة العلاقات العامة لها صلاحيات بالعلاقات الخارجية وربطها مع الجامعة	40	15	25	37.5%	62.5%

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي جامعة الزيتونة نموذجاً (465-443)

11	هل إدارة العلاقات العامة تقوم بإجراء استطلاعات رأي الجمهور الداخلي	40	5	35	12.5%	87.5%
12	هل إدارة العلاقات العامة لها صلاحيات بإعداد فريق للطوارئ	40	3	37	7.5%	92.5%
13	هل إدارة العلاقات العامة لها دور سيادي في حماية المؤسسة من أي سلبات	40	13	27	32.5%	67.5%
14	هل إدارة العلاقات العامة لها علاقة بوسائل الاعلام المختلفة	40	19	21	47.5%	52.5%
15	هل إدارة العلاقات العامة لها إدارة مستقلة لوحدها	40	7	33	17.5%	82.5%
16	هل إدارة العلاقات العامة تقوم بحل المشاكل داخل وخارج الجامعة	40	10	30	25%	75%
17	هل إدارة العلاقات العامة لها مكانة استراتيجية في الجامعة	40	24	16	60%	40%
18	هل إدارة العلاقات العامة لها صندوق للمقترحات للمقترحات وحل المشاكل	40	0	40	0%	100%
19	هل إدارة العلاقات العامة تقوم بتوجيه وإرشاد الجامعة بما يخدم مصالح الجماهير	40	22	18	55%	45%
20	هل إدارة العلاقات العامة تقوم ببناء الصورة الذهنية للجامعة	40	17	23	42.5%	57.5%
21	هل إدارة العلاقات العامة تقوم بإعداد النشرات والكتيبات التعريفية للجامعة	40	5	35	12.5%	87.5%

1- إجابة السؤال هل توجد إدارة علاقات عامة بالجامعة ؟ وكانت الإجابة بنعم (32) أي بنسبة

(80%) بما أن إجابة لا (8) أي بنسبة (20%) وهذا يدل على وجود إدارة علاقات عامة بالجامعة .

2- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها تسمية أخرى بالجامعة ؟ وكانت الإجابة بنعم (35)

أي بنسبة (87.5%) بما أن الإجابة ب لا (5) أي بنسبة (12.5%) ، وهذا يدل على أنه توجد تسمية

أخرى لإدارة العلاقات العامة بالجامعة نظراً لعدم فهم الدور الذي تقوم به هذه الإدارة .

3- إجابة السؤال هل يوجد كادر وظيفي متخصص بإدارة العلاقات العامة بالجامعة ؟ وكانت

الإجابة بنعم (4) أي بنسبة (10%) ، بما أن الإجابة بلا (36) أي بنسبة (90%) ، وهذا يدل على

إهمال الدور الوظيفي المتخصص الذي يقوم بمهامه على مجال واسع من المعرفة .

4- إجابة السؤال هل الموظفين والطلبة وأعضاء هيئة التدريس لديهم المعرفة بأنشطة العلاقات

العامة بالجامعة وكانت الإجابة بنعم (17) أي بنسبة (42.5%) ، بما أن الإجابة بلا (23) أي بنسبة

(57.5%) ، وهذه النتيجة ترجع لعدم وجود متخصصين في إدارة العلاقات العامة .

5- إجابة السؤال هل تساهم إدارة العلاقات العامة في إيصال القرارات الإدارية للموظفين والطلبة

أعضاء هيئة التدريس ؟ وكانت الإجابة بنعم (2) أي بنسبة (5%) بما أن الإجابة بلا كانت (38)

أي بنسبة (95%) ، وهذا يدل على إهمال هذه الإدارة ومن خلال ذلك ربما تقع في أزمة يصعب حلها

6- إجابة السؤال هل توجد صعوبات تواجه إدارة العلاقات العامة في تنفيذ مهامها ؟ كانت الإجابة

بنعم (11) أي بنسبة (27.5%) ، بما أن الإجابة بلا (29) أي بنسبة (72.5%) ، وهذا يرجع من

الأساس وهو عدم فهم المهام التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة .

7- إجابة السؤال هل الإدارة العليا معترفة بإدارة العلاقات العامة كإدارة تنفيذية ؟ وكانت الإجابة

بنعم (4) أي بنسبة (10%) ، بما أن الإجابة بلا (36) أي بنسبة (90%) ، وهذا يرجع للإدارة العليا

لعدم معرفتها بالدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في مختلف المجالات .

8- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها كافة الصلاحيات الإدارية بالجامعة ؟ وكانت الإجابة

بنعم (7) أي بنسبة (17.5%) ، بما أن الإجابة بلا (38) أي بنسبة (82.5%) ، ولهذا في أي وقت

يحتمل أن تقع الجامعة في أزمة .

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي جامعة الزيتونة نموذجاً (443-465)

9. هل إدارة العلاقات العامة لها ميزانية خاصة بها لتنفيذ مهامها؟ وكانت الإجابة بنعم (12) أي بنسبة (30%)، والإجابة بلا (28) أي بنسبة (70%) ولهذا السبب ترجع لعدم إعطائها الدور الصحيح والمناسب لها .

10. إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها الصلاحيات بالعلاقات الخارجية وربطها بالجامعة؟ وكانت الإجابة بنعم (15) أي بنسبة (37.5%) بما أن الإجابة بلا (25) أي بنسبة (62.5%) وهذا يرجع لعدم إثبات إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة .

11. إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة تقوم باستطلاعات الرأي للجماهير الداخلي؟ وكانت الإجابة بنعم (5) أي بنسبة (12.5%) بما أن الإجابة بلا (35) أي بنسبة (87.5%) وهذا يرجع أيضاً لعدم وجود توعية ومفهوم لإدارة العلاقات العامة في الجامعة .

12. إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها الصلاحيات في إعداد فريق الطوارئ في الجامعة؟ وكانت الإجابة بنعم (3) أي بنسبة (7.5%)، بما أن الإجابة بلا (37) أي بنسبة (92.5%)، وهذا يرجع أيضاً لعدم وجود كادر وظيفي متخصص في إدارة العلاقات العامة .

13. إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها دور سيادي في حماية الجامعة من أي سلبيات؟ وكانت الإجابة بنعم (13) أي بنسبة (32.5%)، بما أن الإجابة بلا (27) أي بنسبة (67.5%)، وهذا أيضاً يرجع للإدارة العليا بالجامعة في تشكيل فريق لذلك وإهمال دور العلاقات العامة فيها .

14. إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها علاقة بوسائل الإعلام المختلفة وكانت الإجابة بنعم (19) أي بنسبة (47.5%)، بما أن الإجابة بلا (21) أي بنسبة (52.5%)، وهذا يرجع لعدم معرفة العلاقات العامة وعلاقتها بوسائل الإعلام المختلفة .

15- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة إدارة مستقلة لوحدها وكانت الإجابة بنعم (7) أي

بنسبة (17.5%) ، بما أن الإجابة بلا (33) أي بنسبة (82.5%) ، وهذا من مهام رئيس الجامعة

استقلالية إدارة العلاقات العامة وفق الهيكل التنظيمي للجامعة وهي إدارة تنفيذية خدمية .

16- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها دور في حل المشاكل داخل وخارج الجامعة ؟ وكانت

الإجابة بنعم (10) أي بنسبة (25%) ، بما أن الإجابة بلا (30) أي بنسبة (75%) وهذا يرجع أيضاً

للإدارة العليا لعدم إعطائها الصلاحيات بذلك .

17- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة لها مكانة استراتيجية في الجامعة ؟ وكانت الإجابة

بنعم (24) أي بنسبة (60%) بما أن الإجابة بلا (16) أي بنسبة (40%) وهذا يرجع لإدارة الجامعة

لعدم معرفة المهام والاختصاصات لإدارة العلاقات العامة .

18- هل إدارة العلاقات العامة لها صندوق للشكاوي والمقترحات ؟ وكانت الإجابة بنعم (0) أي بنسبة

(0%) ، بما أن الإجابة بلا (40) أي بنسبة (100%) ولهذا السبب لن تقوم إدارة العلاقات العامة

بالمقترحات والأفكار من ذوي الخبرة لحل المشاكل الواقعة .

19- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة تقوم بالتوجيه والإرشاد لإدارة الجامعة بما يخدم

مصالحها ومصالح جماهيرها ؟ وكانت الإجابة بنعم (22) أي بنسبة (55%) ، بما أن الإجابة بلا

(18) أي بنسبة (45%) وهذا يرجع إلى المفهوم الواضح لإدارة العلاقات العامة .

20- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة تقوم ببناء الصورة الذهنية الحسنة عن الجامعة ؟

وكانت الإجابة بنعم (17) أي بنسبة (42.5%) بما أن الإجابة بلا (23) أي بنسبة (57.5%) وهذا

يرجع أيضاً إلى عدم معرفة المفهوم الإداري لإدارة العلاقات العامة .

21- إجابة السؤال هل إدارة العلاقات العامة تقوم بإصدار الكتيبات والنشرات التعريفية بالجامعة ؟ وكانت الإجابة بنعم (0) أي بنسبة (0%) ، بما أن الإجابة بلا (40) أي بنسبة (100%) وهذا أيضا يرجع للإدارة العليا بالجامعة للتعريف بذلك .

ملخص النتائج :

أوضحت الدراسة عدم وجود إدارة مستقلة للعلاقات العامة ، حيث إنها توجد تحت مسمى إدارة الخدمات والعلاقات العامة ، ونظراً لعدم وجود متخصصين بها يقوم مكتب النشاط بالجامعة بالقيام ببعض مهامها وأنشطتها والبعض الآخر تقوم به رئاسة الجامعة ، وإسناد باقي تلك المهام والاختصاصات للكاتب العام بالجامعة ، بحيث يكثُر العبء على الكاتب العام سواء تمثل ذلك في فرق الطوارئ لصد الأزمات ، أو في عملية التنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة وتكليف بعض الموظفين أو المدراء بإعداد نشرات إخبارية أو إصدار كتيبات تعريفية للجامعة ، وإدارة المشتريات والمخازن أيضا تقوم ببعض المهام منها شراء الهدايا وما يلزم في المؤتمرات والندوات وورش العمل وغيرها من مهام ووظائف ، وبهذا يتضح أن عدم استقلالية إدارة العلاقات العامة وتكليف متخصص بها في ذلك أو مستشار خاص بها يعود لرئيس الجامعة ، حيث إن وجود مكتب خاص بالعلاقات العامة في الجامعة يعطيها الصورة الصحيحة الخالية من جميع السلبيات التي قد تسبب في حدوث الأزمات للجامعة مستقبلا .

التوصيات :

نأمل من رئيس الجامعة تكليف فريق متخصص من الأقسام العلمية بالجامعة بإعداد هيكل تنظيمي وتكليف أعضاء متخصصين في كل إدارة كلاً حسب تخصصه، علماً بأن رئيس الجامعة مهمته قيادية فقط ، في حين يعدّ نائب رئيس الجامعة هو الإدارة التنفيذية للجامعة وبإمكانه وضع

إدارة العلاقات العامة وإعطائها كافة الصلاحيات سواء كانت علمية أو خدمية بحيث تكون لها ميزانية خاصة بها ، كما نأمل أن تأخذ هذه الدراسة في الحسبان لكافة مؤسسات التعليم العالي للاستفادة منها والخروج من كافة المشاكل الإدارية سواء كانت تمس جانب الطالب أو الموظف أو عضو هيئة التدريس ، ومن خلال هذه الدراسة تصبح جامعة الزيتونة لها السبق في إحياء هذه الإدارة وتكون نفعاً للجامعة وكافة المؤسسات سواء كانت خدمية أو إنتاجية أو غير ذلك في كافة ربوع ليبيا .

المراجع

- 1- محمد بن عبد العزيز: البحوث الإعلامية(أسسها أساليبها مجالاتها)، ط2، الرياض ، مطبعة السفير،2004، ص24.
- 2- إبراهيم امام : فن العلاقات العامة والإعلان ، ط2 ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو ، 1968 ، ص188 .
- 3- راسم الجمال ، خيرت معوض : إدارة العلاقات العامة والأزمات ، دار النهضة العربية ، دار المصرية اللبنانية ، 2006، ص27 .
- 4- عبدالرزاق الدليمي : الهندسة البشرية والعلاقات العامة ، دار وايل للنشر ، 2011 ، ص43.
- 5- على السيد إبراهيم عجوة : العلاقات العامة في المجال التطبيقي ، ط2001، القاهرة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ص190-198 .
- 6- نوال عمر : الإعلام التعاوني في ظل علام متغير ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، 1992 م ، ص: 62
- 7- محمود يوسف : مقدمة في العلاقات العامة ، القاهرة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 200 م ، ص: 64
- 8- على عجوة : العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2001 م ، ص169-179