

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muhend Ulhağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -
جامعة البويرة

كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية

قسم: التاريخ

تخصص: اتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس

واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية

إشراف الأستاذ :
د سيع فضيلة

إعداد الطالبات :
- بوديد حنان
- عباس نجمة

السنة الجامعية 2022/2021

مقدمة:

إن أهمية العلاقات العامة لم تعد في حاجة إلى تأكيد، حيث أصبحت في عصرنا الحالي جزءاً لا يتجزأ من نشاط المؤسسات على اختلاف أنواعها وأشكالها بل أصبح نجاح الكثير من المؤسسات مرهوناً على حد كبير بقوة إدارة العلاقات العامة فيها ومدى تنظيمها وفعاليتها.

كما نعتبر العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الإدارة فهي بذلك تعد من أحد مجالاتها من خلالها يكون التواصل مستمر بين الإدارة العليا للمؤسسة وجماهيرها المختلفة.

فالعلاقات العامة تعتبر الشريان الرابط بين الجامعة وهي الجهة التي تتولى خلق الصورة الجيدة والانطباع السابق عن الجامعة وأهدافها وأشكالها. إن العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية تعتبر وظيفة حديثة لم ترتقي بعد إلى المستوى الذي وصلت إليه في الدول المتقدمة وهذا نظراً لغموض مفهومها ووظائفها وصلاحياتها الموكلة لها، فهي نعتبر تخصص وفرع من فروع الجامعة، أصبحت تدرس في الجامعات والمعاهد الخاصة فبالرغم من هذا إلا أنها لم تحمل إلى حد الآن المستوى الذي يجب أن تكون عليه خاصة في الجامعات الجزائرية.

إن هذا الوضع سيكون محل تساؤل في هذه الدراسة وذلك من خلال معرفة ما هو واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية؟

ومن أسباب اختيار هذه الدراسة، إثراء الرصيد المعرفي، توسيع المعارف الشخصية، إضافة إلى كون الموضوع جديد وعليه دافعا آخر وقابلية للدراسة والبحث.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية والتعرف على مدب اعتماد الجامعة الجزائرية على العلاقات العامة في التعامل مع الجمهور، إضافة إلى التعرف على العراقيل التي تواجه الجامعة الجزائرية وتبلغ أهمية دراستنا إلى أنها تعمل على تحسين أدائها وتحديد مسارها وعلاقتها مع الجمهور الداخلي والخارجي، قدرتها على الاستجابة للمتغيرات الحاصلة، تطوير العملية الاتصالية للمؤسسة.

واعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لأنه المناسب لموضوع بحثنا بما أننا نبحث عن واقع العلاقات العامة في الجامعة من خلال وصفه في الوقت الراهن.

ومن أهم الدراسات التي اعتمدنا عليها في بحثنا هي:

- مذكرة التخرج من إعداد الطالب عابدي بدر الدين وعبدي أمين، واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية.

- مذكرة نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال من إعداد الطالبة ساعد كريمة،
العلاقات العامة في جامعة الجزائر.

ومن المفاهيم الأساسية في بحثنا:

- العلاقات العامة: نشاط تسويقي يدرك المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ويساعدها على تنمية البرامج وإنشاء طريق الاتصال مزدوج الاتجاه مع جماهير المؤسسة
- الجامعة: يعرفها "نيومان" على أنها مجتمع يتألق أعضائه من المعلمين والطلبة وهي مكان لتدريس المعرفة الشاملة.

الفصل الأول:

العلاقات العامة

تمهيد:

العلاقات العامة هي النشاط المستمر لتوجيه السياسات والخدمات والأعمال ذات العلاقة الأفراد والجماعات التي تعمل في المؤسسة للحصول على تقدمهم، وكذلك العمل على شرح تلك السياسات والخدمات والأعمال مما يؤدي إلى فهمها وتقبلها وتقديرها من قبل جمهور المؤسسة الخارجي، من أجل بناء صورة واضحة وحسنة للجماهير عن المؤسسة، بالرغم من ذلك يلاحظ أن بعض المؤسسات لا تولي اهتماما لهذا النشاط، وذلك لعدم مفهوم العلاقات العامة.

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة:

- تناول العديد من الكتاب والمتخصصين موضوع العلاقات العامة بالتفريق والتوضيح حيث أكدوا جميعا على أنها نشاط يهدف إلى تحقيق التعاون والتفاهم بين المؤسسة وجمهورها.
- فقد بين "جريز وليد" في نشرته الدولية (أنباء العلاقات الدولية): هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الاتجاهات وتحديد خطط وسياسات المؤسسة بما يتفق ومصصلحة الجمهور وتنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه).¹
- وعرفها "إدوارد بيرنيز" الخبير بالعلاقات العامة بأنها التوسل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها.²
- أما المعهد البريطاني فقد أوضح بأن العلاقات العامة هي: الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين مؤسسة وجمهورها.³
- و يقول "وكس مارلو" في كتابه « public relations in war and peace » « إن العلاقات العامة علم و فن يستند إلى أسس علم الاجتماع الإنسان ويسعى إلى تحسين العلاقات العامة بين الناس، لا في حياتهم الخاصة وإنما في حياتهم الاجتماعية.⁴

¹- علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ص17

²إدوارد بيرنيز وآخرون، العلاقات العامة فن، ص11.

³- Pat Bowman and Nigel Alis. Manuel of public relations.

⁴- محمد طاعت عيسى، العلاقات العامة كأداة للتنمية، ص23.

المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة:

إن العلاقات العامة كممارسة تكاد تكون قديمة قدم الإنسان والمجتمعات الإنسانية، فمثلاً في حضارة العراق نجد نشرات تتضمن إرشادات للفلاحين، فمثلاً في حضارة ترجع إلى 1700 ق.م وفي مصر كان يتم إعداد لوحات على جدران المعابد تدعو إلى تعظيم الحكام الفرعونية أما في الحضارة اليونانية والرومانية فقد برزت العلاقات العامة من خلال اعتماد فن الخطابة والحضارة الإسلامية استطاعت تطوير العلاقات العامة بفضل الشعراء والخطباء والاحتفالات الدينية والاجتماعية.

أما العلاقات العامة كنشاط متميز وكوظيفة وك مفهوم حديث النشأة فمصطلح العلاقات العامة قد استخدم أول مرة في السنوات الأخيرة من القرن 19 في محاضرة ألقاها "دومان ستيرت" في 1882 بعنوان العلاقات وواجبات المهنة القانونية.

وقد برزت الفكرة الأولى لنشاط العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية بمبادرة "إيفلي" الذي نشأ أول مكتب استشاري متخصص في العلاقات العامة سنة 1916 في مدينة نيويورك وكانت تكل البداية الجادة لهذا النشاط.

ويقسم "إدوارد بيرينز" تاريخ العلاقات العامة إلى أربع مراحل:

- المرحلة الأولى: تبدأ من عام 1900 إلى قيام الحرب العالمية 1914 وهي مرحلة اعداد والتخصص وفيها ظهر مفهوم العلاقات العامة ويوصي بإعطاء كامل الحرية للفرد في العمل.¹
- المرحلة الثانية: تبدأ من عام 1914 إلى عام 1918 في هذه المرحلة ارتبطت العلاقات العامة بالحكومة فاندلاع الحرب العالمية الأولى ظهر الجمهور في واد والحكومة في واد آخر ولجذب اهتمامات الجمهور ومشاركته في الحرب اعتمدت الحكومات على العلاقات العامة ودراسة الرأي العام.²
- المرحلة الثالثة: من 1919 إلى 1929 وهي مرحلة نمو وتطور العلاقات العامة بسبب قوة الدفع التي انطلقت إبان الحرب العالمية وتتميز بازدهار واضح في أساليب العلاقات العامة.

¹ - محمد منير حجاب، نفس المرجع، ص21

² - حسنت محمد الشافعي، سوزان أحمد مرسي: تطبيقات ميدانية للعلاقات العامة في التربية البدنية والرياضة، ص13.

- المرحلة الرابعة: وتسمى بمرحلة المعاصرة وظهرت خلال الأزمة الاقتصادية التي حلت بالعالم سنة 1935 وانتهى الخبراء إلى أن المبادئ الأهلية للعلاقات العامة هي الصراحة والأمانة والاهتمام بالرأي العام.

- المبحث الثالث: خصائص العلاقات العامة:

- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية: بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المنظمات فهي ضرورية في جميع المنشآت وعلى مختلف المستويات بفرصها المجتمع الحديث¹
- العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة وهي وظيفة مستمرة ومخططة، لا يمكن اعتبارها وظيفة وهمية.
- العلاقات العامة وظيفة (استثمارية، تنفيذية) استثمارية لأنها تقدم للإدارة العليا منشورتها في كيفية التعامل مع الجماهير وتنفيذية بأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.
- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضى العام وانتزاع موافقة الجمهور، أي أنها تدار بمهارة أسلوب التأثير والتأثر الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون².
- تتسم بالموضوعية والبعد عن الذاتية، أنها ليست مهمتها الدفاع عن الخطأ وعيوب المنظمة بل مهمتها الإعلام الجيد للأداء وإصلاح الأخطاء من خلال تحليل التغذية المرتدة.
- تعتمد العلاقات العامة في ممارستها على الأسلوب العلمي القائم على الدراسات والبحوث المستمرة والتخطيط العلمي السليم فهي ليست نشاطاً عشوائياً.

¹- فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ص 29.

²-محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، ص43.

المبحث الرابع: مبادئ العلاقات العامة:

- 1- أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى¹.
- 2- تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة سواء كانت تجارية أم صناعية أم اجتماعية.
- 3- المعرفة بالأساليب النظرية والعلمية لتشكيل الاتجاهات وتغيرها، وهذا يستوجب تفهمها لطبيعة السلوك البشري.
- 4- ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لا بد أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة، كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مصالح الجماهير المختلفة.
- 5- يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيسي بالرأي العام حيث من دون وجود جمهور، لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة².
- 6- أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسئوليتها الاجتماعية.

¹ - محمد علي حسين، المسارات الصحيحة لوظيفة العلاقات العامة في الأزمات، ص 45.
² - محمد علي حسين، المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة، ص 137.

المبحث الخامس: وظائف العلاقات العامة:

- تعريف الجمهور بالمؤسسة وشرح الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة بسيطة بغية اهتمام الجمهور بها.
- شرح سياسة المؤسسة للجمهور، وشرح أي تعديل أو تغيير فيها.
- مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمدّه كافة المعلومات ليكون رأيه مبنياً على أسس من الواقع والحقائق.
- تخطيط وتنفيذ وتقييم البرامج الراهنة إلى كسب رضا الجماهير¹.
- تقييد النصح والمشورة للإدارة العليا للمؤسسة.
- بناء الثقة الشاملة بين المؤسسة ومختلف الجماهير².
- تقديم الخدمات بسائر الإدارات والأقسام ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجماهير، فهي تساعد إدارة المستخدمين مثلاً في اختيار الموظفين وتساهم في تدريبهم.
- العمل على تحسين العلاقات بين الإدارة والعاملين والقيام بالإجراءات التي تساهم في تنمية القواعد العامة داخل المشروع وتطوير شعورهم بالانتماء إليهم.
- الاتصال بالمسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج بهدف تزويدهم بالأخبار والبيانات والمعلومات وخاصة ما يؤثر منها على سمعة المنظمة وشهرتها³.

¹- علي جبار الشمري، الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة، ص22.

²- عيد الرواق الديلمي، العلاقات العامة والعولمة، ص 33-34.

³- مهدي حسين زولين، العلاقات العامة نظريات وأساليب، ص 1.

المبحث السادس: أهداف العلاقات العامة:

أن وضوح الأهداف تعتبر من الأهمية بالنسبة لأية مؤسسة وتسعى إلى إبراز النجاحات في أعمالها، وأهداف العلاقات العامة كأهداف أي نشاط تطلب الواقعية والوضوح كما أنها ترتبط ارتباطاً قوياً بأهداف المؤسسة والدولة، ومن أهم أهداف العلاقات العامة¹:

- زيادة شهرة المؤسسة عن طريق إنهاء فهم الجمهور وتنويره بما تقوم به من خدمات ونشاط.
- بناء سمعة طيبة لأنشطة المؤسسة بين الجمهور الذي يتعامل مع المؤسسة.
- خلق فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة.
- معرفة آراء الجمهور واحتياجات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية والترولوجية وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية².
- معرفة متطلبات واحتياجات العاملين في المؤسسة.
- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.

¹ - سيد الهواري، الإدارة الأصول والأسس العلمية، ص 35.

² - تامر البكري، اتصالات التسريع والتوزيع، ص 40.

الفصل الثاني:

العلاقات العامة في

الجامعة الجزائرية

تمهيد:

تعتبر المؤسسات ميدانا خصبا للعلاقات العامة، والمؤسسات الجامعية تعد من أكبر المنظمات التي تحتاج إلى إدارة العلاقات العامة بما يكونها تتعامل مع جماهير عديدة. لذلك فقد أصبحت هذه المؤسسات التعليمية تتحده نحو عمل نشاط تنظيمي للعلاقات العامة عن طريق وضعها لتلك الإدارة، لتعمل على نشر سمعتها وكسب تأييد جمهورها لها، بواسطة إعلامه بمنجزاتها من جهة وإعلام الجامعة باحتياجات جمهورها من جهة أخرى.

المبحث الأول: مفهوم الجامعة:

- كلمة الجامعة مأخوذة من كلمة UNIVERSITAS وتعني الاتحاد الذي يضم ويجمع القوى في مجال السياسة فمن أجل ممارسة السلطة، وقد استخدمت كلمة الجامعة لتدل على التجمع العلمي لكل من الأساتذة والطلاب.
- والجامعة مؤسسة للتعليم العالي يمكن أن يلتحق بها من أتم دراسة المرحلة الثانوية، لأنها تقدم برامج تعليمية في شتى التخصصات النظرية العلمية¹.
- ونعرف الجامعة بانها مؤسسة تعليمية ومركز الإشعاع الثقافي، ونظاما ديناميكيا متفاعل العناصر، نتطبق عليه مواصفات المجتمع البشري، يؤثر مجتمع الجامعة في الظروف المحيطة ويتأثر بها في نفس الوقت.²
- ويعرفها "رامون ماسيومابسو" بأنها مؤسسة أو مجموعة أشخاص يجمعهم نظام ونسق خاصيتين تستعمل وسائل وتنفس بين مهام مختلفة للوصول بطريقة إلى معرفة عليا³.

¹- علي راشد، الجامعة والتدريس العلمي، ص1.

²- وفاء محمد البرعي، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، ص 290.

³- فضيل دليو وآخرون، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، ص97.

المبحث الثاني: مفهوم العلاقات العامة في الجامعة:

إن الجامعات مؤسسات علمية عليها أن تلتزم في إدارة شؤونها وتطبيق المبادئ العلمية الصحيحة لعلوم الإدارة والاتصال، والعلاقات العامة من أجل تحقيق أهدافها على أساس علمي، ومع التقدم العلمي والكم الهائل من التكنولوجيا الحديثة فرض على الجامعات إيجاد نوع من صيغ العلاقات الحميمية بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، مما أدى إلى بروز العلاقات العامة كوظيفة اتصالية فعالة ومهمة في هذا المجال¹.

وبهذا فإن العلاقات العامة في الجامعة تعرف على أنها وظيفة إدارية تسعى من خلالها الجامعة لإيجاد جو من التفاهم والتقارب بين الإدارة والجمهور الداخلي من جهة والجمهور الخارجي من جهة أخرى، وذلك باستخدام وسائل الاتصال المختلفة².

1

2- بلقاسم سلطانية، العلاقات العامة في الجامعة، ص66.

المبحث الثالث: مهام ووظائف العلاقات العامة في الجامعة:

تقوم دائرو العلاقات العامة بشكل عام بالوظائف التالية:

- العمل على تنسيق العلاقات بين الإدارات المختلفة، أكاديمية أو إدارية، لتحقيق الانسجام والتكامل لأن العلاقات العامة تبدأ من داخل الجامعة.
- توثيق صلات وعلاقات أفراد الجامعة ببيت أكاديميين وإداريين وطلبة بالمجتمع في الداخل والخارج للاستفادة منها في شتى المجالات التي تحتاجها الجامعة
- شرح سياسة الجامعة وفلسفتها وأهدافها وخطة عملها وأنشطتها للمجتمع المحلي والخارجي والتأكد من ان ما ينشر صحيح في جميع الوجوه تزويد رئاسة الجامعة بالبيانات والمعلومات التي تحدث دون تقليل أو تضخيم التعاون مع الجهات المعنية في الجامعة لتدليل أية صعوبات وإزالة العقوبات التي يمكن أن يتعرض إليها الطلبة
- إعداد تقارير صحفية عن منجزات الجامعة سواء في إقرار برامج جديدة واستخدام أقسام ومختبرات أو مشاركة الجامعة في لقاءات أو مؤتمرات دولية.
- التنسيق معه وسائل الإعلام من إذاعة و TV ووكالة أنباء وصحف في مجال التغطية الإعلامية للفعاليات التي تشهدها الجامعة حيث تسهم في إعداد التقارير والأخبار الصحفية حول هذه الفعاليات لتعكس صورة موجبة حول الجامعة¹.

¹- جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، ص151.

المبحث الرابع: اهداف العلاقات العامة في الجامعة:

- تنسيق العلاقات العامة والثقافية مع المؤسسات الثقافية المحلية والدولية.
- جمع المعلومات الصادرة عن أجهزة الإعلام بالجامعة وتصنيفها وتحليلها وإعلام مسؤولي الجامعة بها.
- تعميق انتماء الطلبة لجامعتهم وحملهم على الاقتدار والاعتزاز لها.
- تعزيز ثقة الجمهور الداخلي (طلاب، أساتذة، عاملين) بالجامعة.
- إجراء الدراسات والبحوث الميدانية لإعداد وجمه بيانات ومعلومات تقييم الصورة الذهنية المتعلقة بالجامعة.
- التفاعل مع أجهزة الإعلام والتحدث رسميا باسم الجامعة.
- العمل كمنسق بيت الإدارات المختلفة داخل الجامعة لتحقيق الانسجام بين بعضها وبين الجمهور الخارجي¹.

¹- محمد يوسف وآخرون: العلاقات العامة، ص 16.

المبحث الخامس: وسائل الاتصال للعلاقات العامة في الجامعة:

يمكن تقسيم وسائل الاتصال للعلاقات العامة في الجامعة إلى قسمين:

القسم الأول: ويتمثل في وسائل الاتصال بالجمهور الخارجي وهي:

أ- **الصحافة:** نعرض أبرز الوسائل التي تساعد على توضيح الأمور للجماهير ويمكن للعلاقات العامة من تسخير هذه الوسيلة لتحقيق أهدافها.

ب- **الإذاعة:** حيث تتميز بالانتشار الواسع وكونها قادرة على إيصال الرسالة الاتصالية بصورة سريعة، وتستطيع إدارة العلاقات في الجامعة أن تعمل على بث الرسائل من قبل الجمهور.

ت- **التلفزيون:** تتميز بتفوقها الكبير على بقية الوسائل الأخرى لما تملكه من إمكانيات تكنولوجية تمكنها من زيادة فعالية التأثير والإقناع لدى الجمهور وهذا ما يتطلبه نشاط العلاقات العامة أن تجعل هذه الوسيلة أداة فعالة لتكوين الصورة المناسبة والمقبولة لدى الجماهير عن الجامعة.

ث- **المؤتمرات والندوات العامة:** وهي إحدى الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة بأشراك الجمهور الخارجي من مختصين وعلماء بغرض مناقشة البحوث والدراسات وطرحها على المجتمع لتحقيق التفاعل الإيجابي بين المجتمع والجامعة¹.

القسم الثاني: يتضمن وسائل الاتصال الخاصة والتي توجه إلى الجمهور الداخلي منها:

أ- **النشرات الداخلية:** وتختص بكل ما يتعلق بالجامعة من أخبار ومعلومات وتغييرات إدارية أو عملية تصل داخل الجامعة.

ب- **الاجتماعات الجورية:** وهي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي وجها لوجه، مثل الاجتماعات بين رؤساء الإدارات والأقسام لبحث الموضوعات المطروحة وتنتج هذه الوسائل التعرف على متطلبات الجمهور الداخلي.

ت- **الأنترنت:** وهي شبكة معلومات داخلية خاصة بالجامعة ومرافقتها المختلفة وكلياتها، تنشر فيها المعلومات المطلوب تداولها والاستفادة الكبرى منها²

¹- عبد الرزاق محمد الدلمي، العلاقات العامة في التطبيق، ص60

²- عبد الرواق محمد الدلمي، مرجع سابق، ص 162.

المبحث السادس: جمهور العلاقات العامة في الجامعة:

الجمهور في العلاقات العامة يمثل كل من تربطهم مصلحة أو أهداف مشتركة مع الجامعة التي يعملون أو يتعاملون معها، فهو متأثر ويؤثر فيها من خلال الرسائل والأساليب الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة ويتكون مما يلي:

- 1- **جمهور الطلبة:** ويعتبر من أهم الجماهير التي يجب على العلاقات العامة أن تهتم بها فاتجاهات الطلاب تتعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين يحكم تمثيلهم بجميع الفئات في المجتمع، وهؤلاء الطلاب يمثلون الهدف الرئيسي لنشاط العلاقات العامة من خلال العناية والتعرف على مشاكلهم وإيجاد الحلول لها.
- 2- **الإدارة وأعضاء هيئة التدريس:** يعنتر عمداء الكليات وأعضاء هيئة التدريس جمهور همه بالنسبة للعلاقات العامة من خلال ما يمثله كفريق متكامل لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة، كم أن عضو هيئة التدريس بلعب دور مهم في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال الجمهور الذي يبذله والنصائح التي يقدمها للطلبة.
- 3- **المجتمع المحلي:** من الضروري أن يتضمن برنامج العلاقات العامة اهتمام خاص بالجماهير الخارجية التي ينبغي الاتصال بها والتأثير فيها لكسبتها في صف الجامعة فهي المكون الأساسي لعمل الجامعة والهدف الأسمى لها.
- 4- **الخريجين:** إن وضع الخريجين كجمهور من جماهير الجامعة فهو ضمان ولأنهم بالشعور للانتماء للكلية أو الجامعة التي تخرج منها لما له من دور فعال في زيادة الدعم والتأكيد للجامعة.
- 5- **المؤسسات المهنية والهيئات الحكومية:** تهتم كل مؤسسة مهنية بالتطور الذي يحصل في الجامعة في مجال تخصصها من حيث إعداد الخريجين ومستواهم العلمي ومستويات البحوث ونتائجها وذلك للتطبيق المباشر لها فيصبح بلا مكان التعاون فيها بين الجامعة وتلك المؤسسات على أساس المنفعة المتبادلة ولاسيما المنفعة المادية للجامعة¹.
- 6- **أولياء الأمور:** ويتمثل أولياء أئمر الطلبة وزارة طبيعية لتأييد الجامعة، وذلك يكون الاتصال بهم مئمر، إذ حصلوا على معلومات كاملة عن إنجازات الجامعة وسياستها ومشروعاتها المستقبلية، وكذلك أن تحسن الجامعة الاستماع إلى أولياء الأمور ز تناسقها بهدف الاستفادة منها.

1- عبد الرزاق محمد الدلمي، العلاقات العامة في التطبيق، ص 176-177.

الخاتمة:

ما يمكن قوله أن العلاقات العامة من الوظائف الأساسية للإدارة الحديثة، وهي عبارة عن هزة وصل بين المؤسسات وال جماهير لإنشاء علاقات وإيجاد قنوات اتصال جديدة بين كل من المؤسسة وال جماهير المتعامل معها فالتكيف ضروري بين الأفراد والجماعات لخلق مجتمع متجانس. ورغم اهتمام مؤسسات الدول المتقدمة بالعلاقات العامة إلا أن هذا الاهتمام ناقص في الدول الغير النامية أن لم نقل منعدم بالمقارنة مع الدول المتقدمة.

وفي الأخير فإن خلاصة القول حول مستقبل العلاقات العامة وفي سيادة العديد من المشكلات داخل الجامعة الني نشوه الصورة الذهنية للعلاقات العامة كمهنة وتحد من قدرتها على التأثير، ومن قدرتها على احتلال المكانة اللائقة بها داخل الهيكل التنظيمي للجامعة كما نؤثر على النظرة المستقبلية للعلاقات العامة كمهنة مؤثرة وفعالة، رغم التحديات التي تواجه العلاقات العامة داخل الجامعة إلا أنها قادرة على النمو والازدهار وعلى تجاوز كافة هذه التحديات والمشكلات وعلى أن تحتل مكانة على مستوى الإدارة العليا للجامعة.

قائمة المراجع:

1. إدوارد بيرنيز وآخرون، العلاقات العامة فن، ترجمة فلسطين ويدع وخليفة حسين: جار المعارف، مؤببة فرانكلين، القاهرة، 1959.
2. البرعي وفاء محمد، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002.
3. البكري تامر: اتصالات التسويق والتوزيع، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، مصر، 2006.
4. حجاب محمد منير: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
5. حسين محمد علي، المدخل المعاصر لمفاهيم وظائف العلاقات العامة، ط1، مكتبة الأنجلو- المصرية، القاهرة، 1976.
6. حسين محمد علي، المسارات الصحيحة لوظيفة العلاقات العامة في الأزماة، المجلة العربية للإدارة، م ج 7، عدد 3، القاهرة، 1975.
7. خضر جميل أحمد العلاقات العامة، المسير للنشر والتوزيع، بيروت، 1992.
8. الدليمي عبد الرواق، العلاقات العامة والعولمة، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
9. دليو فضيل وآخرون، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، ط2، حقوق النشر محفوظة للمؤلفين، قسنطينة، 2006.
10. راشد علي، الجامعة والتدريس العلمي، جار مكتبة الهلال، بيروت، 2007.
11. زوليف مهدي حسين: العلاقات العامة نظريات وأساليب، ط1، مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2014.
12. سلطانية بلقاسم، العلاقات العامة في الجامعة، العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية، ديوان المطبوعات، 2009.
13. الشافعي أحمد حسن، أحمد مرسي سوزان: تطبيقات ميدانية للعلاقات العامة في التربية البدنية والرياضة، ط1، جار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2003.
14. الشمري علي جبار، الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة، الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة، العربي للنشر والتوزيع، 2011.
15. طلعت عيسى محمد، العلاقات العامة كأداة للتنمية، ط7، دار المعارف بمصر، القاهرة، 1970.

16. طلعت منال محمود: العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002.
17. عبده محمد حافظ، العلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2009.
18. عجوة علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة، 1988.
19. العدوي فهمي محمد، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2011.
20. الهواري سيد، الإدارة والأصول والأسس العلمية، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1976.
21. يوسف محمد وآخرون: فن العلاقات العامة، دار العربية للنشر والتوزيع، جامعة القاهرة، 2008.

مرجع بالفرنسية

Pat Bowman and Nigel Alis. Manuel of public relations. London, 1969.

الفهرس

1	مقدمة
3	تمهيد
4	الفصل الأول: العلاقات العامة
5	المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة
6	المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة
8	المبحث الثالث: خصائص العلاقات العامة
9	المبحث الرابع: مبادئ العلاقات العامة
10	المبحث الخامس: وظائف العلاقات العامة
11	المبحث السادس: أهداف العلاقات العامة
12	الفصل الثاني: العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية
13	تمهيد
14	المبحث الأول: مفهوم الجامعة
15	المبحث الثاني: مفهوم العلاقات العامة في الجامعة
16	المبحث الثالث: مهام ووظائف العلاقات العامة في الجامعة
17	المبحث الرابع: أهداف العلاقات العامة في الجامعة
18	المبحث الخامس، وسائل الاتصال في العلاقات العامة في الجامعة
19	المبحث السادس: جمهور العلاقات العامة في الجامعة
20	الخاتمة
21	قائمة المراجع
23	الفهرس

