



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الانسانية



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة مقدمة ضمن نيل متطلبات شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

بعنوان

دور العلاقات العامة في الجامعة المركز الجامعي علي كافي - تندوف - نموذجاً

تحت اشراف:

الدكتور: العربي بوعمامة



من اعداد الطالبتين:

❖ جدو نورالهدى

❖ بومدين شيماء

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وتقدير

نحمد الله عز وجل على أن من علينا بإتمام هذا البحث و نساله مزيدا من النجاح والتوفيق في نجاحات مقبلة بإذنه تعالى

ثم نتوجه بخالص الشكر والعرفان الامتتان للأستاذ المشرف العربي بوعمامة الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث ولم يبخل علينا بتوجيهاته وأرائه القيمة، كما نشكر مدير المركز الجامعي علي كلفي أ.د حمدادو بن عمر على حسن استقباله وتعاونه.

ومصادقا لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم" من إستعاذكم فأعيزوه ومن سألكم بالله فأعطوه ، ومن دعا لكم فأجيبوه ومن صنع لكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئوه فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه " ولأساتذتنا الكرام الذين تتلمذنا على أيديهم طيلة مشوارنا الدراسي.

كما لا يفوتنا تقديم الشكر إلى كل من كانت له يد عون في إخراج هذا البحث إلى النور، سائلين المولى عز و جل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم. ونشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بابتسامة.



الإهداء

الحمد لله الذي لا توفيق إلا به و لا شكر إلا له حسنا يليق بعظيم أسمائه ، شكرا يليق بجميل آلائه و الصلاة و السلام على محمد نبي الهدى و على آله و صحبه أجمعين.

نهدي هذا العمل المتواضع الى الأهل والأصدقاء وأساتذتنا الأفاضل، وإلى كل عمال وموظفي كلية العلوم الاجتماعية والانسانية وبالأخص قسم علوم الاعلام والاتصال.

الفهرس

الموضوع	الصفحة
شكر وتقدير.....	3
الإهداء.....	4
ملخص الدراسة.....	7
مقدمة.....	8
الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة	
I. الإشكالية.....	11
II. أسباب اختيار الموضوع.....	12
III. أهمية وأهداف الدراسة.....	12
IV. تحديد المفاهيم.....	14
V. الدراسات السابقة.....	15
الفصل الثاني: أهمية العلاقات العامة في المؤسسة	
I. ماهية العلاقات العامة.....	18
1. المفهوم العام للعلاقات العامة.....	18
2. نشأة العلاقات العامة.....	19
3. مبادئ العلاقات العامة.....	21
4. وظائف العلاقات العامة.....	23
5. أهداف العلاقات العامة.....	25
6. بعض القضايا المرتبطة بالعلاقات العامة.....	26

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

1. التعريف بالمركز الجامعي علي كافي -تندوف.....	30
1. نبذة تاريخية عن المؤسسة.....	30
2. تقديم المؤسسة.....	32
3. تقويم الوضع الحالي للمؤسسة.....	35
II. واقع العلاقات العامة في المركز الجامعي علي كافي.....	38
1. مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمركز.....	38
2. دور العلاقات العامة في الجامعة.....	39
3. مهام ووظائف العلاقات العامة تحت اشراف ادارات أخرى داخل الجامعة.....	41
4. دور العلاقات العامة في حل أزمات الجامعة.....	43
5. الاتصال الداخلي بالمركز الجامعي علي كافي.....	43
6. مدى مساهمة العلاقات العامة في صناعة القرار داخل المركز.....	44
7. مدى مساهمة التكنولوجيا في تغيير صورة المؤسسة.....	44
8. المعوقات والعراقيل التي تواجه وظيفة العلاقات العامل داخل الجامعة.....	44
خاتمة.....	45
التوصيات.....	46
قائمة المصادر والمراجع.....	48

ملخص الدراسة:

تعتبر العلاقات العامة في الوطن العربي عامة وفي الجزائر خاصة وظيفة حديثة لم تظهر بصورتها التي نعرفها في الوقت الحاضر إلا بعد الخمسينات من القرن الماضي، إذ قامت كثير من الدول في هذه الأقطار بإنشاء إدارات العلاقات العامة غرضها الأساسي إيجاد علاقات قوية وطيبة مع المواطنين تزودهم بالمعلومات الضرورية من جهة، وتستقبل آراءهم وأفكارهم واقتراحاتهم من جهة أخرى.

وعليه جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، وبالأخص المركز الجامعي علي كافي_تندوف أنموذجاً.

وتقع هذه الدراسة تحت نوع الدراسات الوصفية التحليلية، لأنها تحاول وصف ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، والصلاحيات المخولة لها.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، مؤسسة التعليم العالي

Abstract:

Public relations in the Arab world in general and in Algeria in particular is a modern function that did not appear in the form that we know at the present time until after the fifties of the last century, as many countries in these countries established public relations departments whose main purpose is to create strong and good relations with citizens that provide them with the necessary information On the one hand, and receives their opinions, ideas and suggestions, on the other.

Accordingly, this study came to know the role of public relations in the Algerian University, and in particular the University Center Ali Kafi-Tindouf as a model.

This study falls under the type of descriptive analytical studies, because it attempts to describe the practice of public relations at the Algerian University, and the powers granted to it.

Keywords: public relations, higher education institution

مقدمة:

في ظل التطورات التي يشهدها عصرنا الحالي في مختلف المجالات، فرض وجود وإقامة أقسام ومصالح للعلاقات العامة داخل المؤسسات التي تهدف إلى القيام بدور التواصل بين المؤسسة وجماهيرها، وخلق الصلات الطيبة وتكوين السمعة الحسنة، فالعلاقات العامة دورا هاما في نشاط المؤسسة، بل أصبحت جزءا لا يتجزأ من وظيفة المؤسسة، حتى أن نجاح العديد من المؤسسات والمنظمات مرهون بقوة غدارة العامة وتنظيمها وفعاليتها.

فالعلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الادارة فهي بذلك تعد أحد مجالاتها التي من خلالها يكون هناك تواصل مستمر بين الادارة العليا للمؤسسة وجماهيرها المختلفة. فالعلاقات العامة تعتبر الشريان الرابط بين الجامعة وجماهيرها الداخلية والخارجية وهي الجهة التي تتولى خلق الصورة الجديدة والانطباع الصادق عن الجامعة وأهدافها وأنشطتها.

إن العلاقات العامة تتميز بأنها اتصال ذو اتجاهين والذي لا بد منه، لغرض احداث التجاوب الفعال من خلال الاهتمام برغبات ووجهة نظر الجماهير ونقلها الى ادارة المؤسسة، وكذلك نقل أهداف وخطط ونشاط المؤسسة الى جمهورها، الذي يشمل الاساتذة والموظفين والعمال والطلبة، وهو ما يطلق عليهم الجمهور الداخلي، وكذلك يشمل كافة المتعاملين وغيرهم، الذين يسمون بالجمهور الخارجي. وعليه فنجاح المؤسسات مرتبط بقدره العلاقات العامة على الاتصال بجماهيرها وتشكيل صورة ايجابية عنها وتحسين سمعتها. فالمورد البشري هو المحرك الاساسي لأي منظمة أو مجتمع، فقد تم التوجه الى تنميته وتطويره خلال كل أطور التعليم، كونه عنصرا فاعلا في المجتمع، فالبينة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ترتبط بالبنية الداخلية للأفراد المكونين للمجتمع من حيث مستواهم الفكري والثقافي والأخلاقي ، وعلى هذا الاساس اعتبرت مؤسسات التعليم العالي عنصرا اساسيا من عناصر نهضة الدول وريقها، لما تقوم به من دور فعال ومؤثر في تطور الحياة الثقافية لأي دولة بأبعادها سواء العلمية أو الأدبية أو الفكرية والتكنولوجية، فضلا عن الدور الاسياسي في انتاج المعرفة المتخصصة والسعي نحو تطوير وتعميق هذه المعرفة من خلال البحث العلمي بما يحقق تطوير الجوانب المختلفة للمجتمع ، حيث يجب أن يكون التعليم العالي قادرا على تقديم مخرجات ذات كفاءة وقدرات عالية حيث شهد قطاع التعليم العالي في الجزائر تطورا ملحوظا منذ نيل الاستقلال واكثر بما يميزه الجانب البشري في تعداد الطلبة و الاساتذة. حصل هذا التطور بوتيرة سريعة خلال العقدين الأخيرين ، والسبب وراء ذلك إلى تضاعف عدد الطلبة المتوافدين على مؤسسات التعليم العالي نظرا لزيادة الوعي الثقافي للمجتمع والدولة على حد سواء إدراكا

للدور الكبير الذي يشكله في تحقيق التنمية في شتى المجالات، وأن دوره ممكن أن يكون ايجابيا وفعالا في التنمية والتطوير وزيادة الانتاجية ، أو سلبيا فيشد المجتمع إلى التخلف ويهدر موارد البشرية وكذا المادية.

وفي هذا السياق سنحاول معرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، حيث تضمنت الدراسة بابين، بعد أن تناولنا المقدمة الاشكالية وعرض أسباب اختيار الموضوع وتحديد أهداف الدراسة بالإضافة إلى أهمية موضوع الدراسة أهم الدراسات السابقة وقمنا بتحديد المنهج الوصفي الذي يلائم هذه الدراسة للحصول على نتائج علمية مع مثبتة، لتبدأ الدراسة الميدانية التي استخدمنا فيها المقابلة كأداة لجمع بيانات ليتم بعدها اختيار مؤسسة المركز الجامعي علي كافي تندوف واخترنا عينة طبقية تتوزع على الأساتذة والموظفين والادريين ، وجرت الدراسة في المدة ما بين ماي وجوان قمنا بإجراء المقابلات لتكتمل دراستنا وفق ثلاثة فصول.

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

1/ الإشكالية:

يعتبر ميدان العلاقات العامة من الميادين المعاصرة التي ظهرت في صورتها الجلية مع بداية القرن العشرين، إذ قام الانسان البدائي بعدة أنشطة قصد تحقيق التفاهم والتكيف مع الآخرين عن طريق وسائل الاتصال البدائية، و من هنا ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كجهاز حساس في مختلف جوانب الحياة المهنية الخاصة بالمنظمات والمؤسسات بل حتى بالجوانب الاجتماعية المتعلقة بالأفراد العاملين بها.

وتعتبر العلاقات العامة جهاز إداري متميز على يساعد على محافظة على خطوط الاتصال والفهم والقبول والتعاون بين المنظمات وجمهورها ،ولهذا أصبحت العلاقات العامة من المجالات العامة في نجاح اي مؤسسة، سواء خدماتية أو سياسية أو اقتصادية أو ثقافية، فمجال العلاقات العامة ليس فقط مجال يهتم بالتسويق السلع أو زيادة انتاج المؤسسة بحد ذاتها، بل هو مجال يهتم بتحسين صورة المؤسسة الخدماتية ، كما يساهم في إدارة أزماتها وذلك من خلال الحملات المدروسة والمنظمة، ويساهم بشكل فعال في الرفع من مستوى ومكانة المؤسسات المختلفة ، أما بالنسبة لدور جهاز العلاقات العامة في الجامعة فهو يعد حلقة وصل التي تربط الجامعة ب جماهيرها، فهو النافذة التي تطل من خلالها العلاقات العامة على جماهيرها الداخلية والخارجية لإطلاعهم على أنشطتها وبرامجها من خلال وسائل الاعلام المتعددة، بهدف بناء سمعة طيبة الجامعة و صورة مثالية لها، وتعد العلاقات العامة جهازا أساسيا في دعم جهود مؤسسات التعليم الجامعي لإحداث التغيير المنشود، ولعل هذا ما دفع المسؤولين في التعليم العالي في الجامعات لإيلاء العلاقات العامة اهتماما ملحوظا .

كما يعد جمهور الطلبة في الجامعات من أهم الجماهير التي يجب أن تهتم به العلاقات العامة من خلال بث روح المنافسة والمسؤولية بين طلابها ليكونوا خير سفراء أينما وجدوا، ولأن الطلبة هم اللبنة الأساسية الى تهتم بها الجامعات لكونهم الهدف المنشود من انشائها فالجامعة تسعى للحفاظ على علاقة جيدة مع الطلبة المسجلين فيها أثناء مرحلة الدراسة في الجامعة وجعلهم يفتخرون بها أينما وجدوا، وهذا راجع إلى طريقة عمل جهاز العلاقات العامة وما يقوم به من تنسيق والتعاون مع الاقسام الادارية في المؤسسة

مما سبق نطرح التساؤل الرئيسي على النحو التالي:

➤ فيما يكمن دور العلاقات العامة في الجامعة؟

2/أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا، بل كان نتيجة لعدة أسباب فلكل بحث علمي أسباب ودوافع لاختياره ولعل من أبرز أسباب اختيارنا لدراسة هذا الموضوع هو:

الأسباب الذاتية:

- عدم اقتناع الكثير بالدور الذي تلعبه العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسات الجامعية
- الميل الشخصي نحو هذا الموضوع
- قرب هذا الموضوع من مجال دراستي
- عدم استيعاب لمفهوم العلاقات العامة كسلوك إداري حديث في تسيير أمور المؤسسات الجامعية
- كون هذا الموضوع جديد و عليه كان دافعا آخر للدراسة.

الأسباب الموضوعية:

- عدم تناول هذه الدراسة بجامعة مستغانم من قبل و إثارة البحث العلمي بدراسة أكاديمية حول دور العلاقات العامة في الجامعة (جامعة تندوف كنموذج)
- معرفة واقع العلاقات العامة في الجامعة
- أهمية جهاز العلاقات العامة في تسهيل عمل المؤسسات.
- معرفة أساليب الاتصال والطرق الأكثر استخداما من قبل إدارة العلاقات العامة بالجامعة للتعامل مع جماهيرها.

3/أهمية موضوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة مهمة لأنها ستزودنا بمعلومات عن طبيعة عمل العلاقات العامة في الجامعة وكذلك تكتسب هذه الدراسة أهميتها لأن أغلب أبحاث العلاقات العامة والإعلام تهتم بالجامعة وتكتسب أهمية بالغة من خلال الدور الفعال والهام داخل المؤسسات باعتبارها وظيفة حديثة وحيوية، وكذلك أحد مجالات الإدارة فيها ، فإدارة العلاقات العامة تعتبر وجهة الجامعة الذي تطل به على المجتمع الخارجي ، فهي تنتقل صورة الجامعة فكريا وثقافيا وعلميا عبر وسائل الإعلام المختلفة.

فالعلاقات العامة هي إحدى الإدارات المهمة في الجامعة لأن من خلالها يستطيع كل مستفسر ومتسائل أن يجد جوابا لكل ما يدور في ذهنه عن الجامعة وتخصصاتها ومراكزها العلمية و ما يتعلق بالحياة الأكاديمية، وتعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة في الجامعة لتحقيق الانسجام والتكامل . والإسهام في إثراء المادة العلمية في هذا المجال نظرا لقلة الدراسات التي تتناول الموضوع.

أهداف الدراسة:

إن الأهداف بالنسبة للدراسة مهمة لذلك فإن لكل دراسة أو بحث علمي أهداف يسعى إلى الوصول إليها و تحقيقها، ومنها وجب على كل باحث في أي مجال كان أن يسطر الخطوط العريضة لبحثه ومن هذا المنطلق حصرننا أهداف الدراسة في النقاط التالية :

- إعطاء صورة عن العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية.
- رصد ممارسة العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية و بالأخص المركز الجامعي على كافي تندوف.
- تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة في الجامعة لتحقيق الانسجام والتكامل وتجسيدها لمقولة " العلاقات العامة تبدأ تداخل المؤسسة "
- محاولة التعرف على آراء الموظفين إزاء إدارة العلاقات العامة.
- محاولة معرفة المعلومات التي تعرقل نشاط العلاقات العامة.
- الاطلاع على أهداف المؤسسة الجامعية ومعرفة مدى مساهمة العلاقات العامة في تحقيقها.
- ايضاح الدور الحقيقي التي تقوم به العلاقات العامة في الجامعة.
- تحديد مكانة العلاقات العامة في الجامعة ومدى مساهمتها في توضيح صورة الجامعة.
- التعرف على مدى إلمام الطلبة بالدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الجامعة.
- إبراز الدور الحقيقي للعلاقات العامة ومكانتها ضمن الهيكل التنظيمي للجامعة.

4. تحديد المفاهيم:

العلاقات العامة:

لغة: العلاقة رابطة بالكسر، كعلاقة القوس والوسط ونحوهما، وتستعمل في المحسوسات. وبالفتح كعلاقة الخصومة و المحبة ونحوهما وتستعمل في المعاني وحسب ما جاء في المنجد الأبجدي: العلاقات هي مصدر جمعه علائق وتعني حصيلة الصلات والروابط والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما والجمهور التي تتعامل معها، يقابلها في اللغة الإنجليزية Relation .

أما العامة فحسب ما جاء في المنجد هي مؤنث مذكره عام وجمعه عوام والعامة هي ما خالف الخاصة.¹
اصطلاحاً: الباحثين لم يتوصلوا إلى تعريف محدد للعلاقات العامة، لذلك نجد كل باحث يعرف العلاقات العامة حسب تخصصه و سنتطرق في هذه الدراسة إلى مجموعة من تعريف العلاقات العامة، محاولين التعرض للتعريف التي تتماشى وطبيعة الدراسة.

✓ مجموع النشاطات تهدف إلى الاتصالية الخاصة بمنظمة ما التعريف بنشاطاتها ومنجزاتها لتحسين صورتها الذهنية تجاه مختلف الجماهير، الداخلية المتمثلة في جمهورها الداخلي كأول جمهور للمؤسسة، والجمهور الخارجي المتمثل في ممثلي الإدارات والهيئات والجماعات المتعلقة بالمؤسسة والمستهلكين الحاليين والمرقبين.

✓ الجهود الإدارية المخططة والمستمرة الهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق مصالح الأطراف المعنية.

✓ العلاقات العامة هي مجموعة الوسائل المستخدمة من طرف تنظيمات عمومية أو خاصة لبناء جو ملائم ومناسب داخليا وخارجيا من أجل إعلام الجمهور بمختلف نشاطاتها.²

5. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: "دراسة بعنوان دور العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة"، دراسة مسحية مقارنة، إعداد رافع احمد أبو الزيت دراغمة، إشراف د. نشات الاقطش،

¹المنجد الأبجدي: دار المشرق والمؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري، بيروت، ط8، 2006، ص60

²ساعد كريمة، العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، رسالة ماجستير في العلاقات العامة، قسم العلوم الانسانية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2011-2012، ص9

أطروحة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة، جامعة لاهاي، مملكة هولندا، 2011.

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في ثلاث جامعات فلسطينية هي: الجامعة الإسلامية في غزة، جامعة بيرزيت في رام الله، جامعة النجاح في نابلس، وأثره في جمهور الطلبة وموازنة أدائها، بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع عليها، وعلى العاملين في دوائر العلاقات العامة، وفي طلبة تلك الجامعات، كما سعت كذلك إلى إيضاح الدور الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه جماهير الطلبة.

الدراسة الثانية: "بمعنوان العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية"، دراسة تقييمية للمراحل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، إعداد **زياد أحمد رشيد محافظة**، إشراف **نعيم نصير**، رسالة ماجستير في الإدارة العامة، جامعة اليرموك، 1997.

تهدف الدراسة، إلى تقييم عملية العلاقات العامة في الجامعات الحكومية الأردنية كما تهدف إلى معرفة ترتيب مراحل عملية العلاقات العامة "البحث، التخطيط، الاتصال التقويم" كما تهدف إلى معرفة ترتيب دوائر العلاقات العامة في الجامعات و أي دائرة تحتل المرتبة الأولى في الأنشطة و الخدمات المقدمة، و تهدف الدراسة إلى معرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الشخصية لأفراد العينة من جهة، و تقييم عملية العلاقات العامة من جهة أخرى.

الدراسة الثالثة: بعنوان واقع الاتصال المؤسسي في الجامعة الجزائرية، دراسة ميدانية بجامعة خيضر بسكرة، إعداد **الطالبة بن عامر زليخة**، إشراف **أ د فضيل دليو**، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التنظيم والعمل، 2001 حاولت الدراسة الإجابة على تساؤل أساسي يتضمن مجموعة تساؤلات أهمها: ماهي وسائل الاتصال في المؤسسة؟ وما هي أطرها التنظيمية؟ وهل يحسن استعمال المتوفر منها؟

هدفت هذه الدراسات إلى تشخيص الأبعاد والعوامل التي تحكم الاتصال في الجامعة وتنظم علاقتها بجمهورها الداخلي والخارجي لكسب ثقة هذا الجمهور مع محاولة تحديد المعوقات التي تؤثر على اتصال المؤسسة الجامعية بالمجتمع وجماهيره . اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة مبررة ذلك بطبيعة الدراسة الوصفية . وقد كانت عينة الدراسة التي شملتها الدراسة الميدانية من نوع العينات العشوائية الطبقية بلغت 201 طالب وطالبة من السنوات النهائية لكل فرع من مجموع المجتمع الأصلي البالغ 4818 طالب وطالبة.

الدراسة الرابعة: دراسة بعنوان "العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية- جامعة منتوري قسنطينة نموذجا" اعداد الطالبة **ساعد كريمة** واشرف الدكتور **دليو فضيل** رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلاقات العامة 2012.

هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، وبالأخص جامعة منتوري قسنطينة أنموذجا، وذلك من خلال الإجابة على التساؤل المحوري التالي : ما واقع ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية؟

تقع هذه الدراسة تحت نوع الدراسات الوصفية التحليلية، لأنها تحاول وصف ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، والصلاحيات المخولة لها، فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي القائم على المسح الشامل، حيث تحدد مجتمع الدراسة في الحصر الشامل لجميع العاملين في المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعة منتوري قسنطينة والتي تتمثل في نيابة مديرية العلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية، وجميع فروعها في الكليات والمعاهد التابعة لها، حيث بلغ عددهم 38 فردا، مستخدمة استبيان كأداة رئيسية - بجانب الملاحظة - في جمع البيانات.

الحمد لله الذي هدانا لهذا
الذي كنا لنهتدي لہ

1. ماهية العلاقات العامة

1. المفهوم العام للعلاقات العامة

وضعت الجمعية العلاقات العامة تعريفاً مؤداه إن: العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها، والحفاظ على التأييد وذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان توافقه، قدر الامكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق ولأداء الفعال لمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط.¹

تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة في الحدود المخططة ، والمستمرة لتأسيس وصيانة السمعة الحسنة والتفاهم المتبادل بنا المؤسسة وجماهيرها.

الهدف منها: هو تأسيس و قيانة تفاهم متبادل وذلك يعنى التأكيد من ان هدف المؤسسة مفهوم وواضح للآخرين. والتفاهم المتبادل هو بين المؤسسة و جمهورها سواء داخل المؤسسة أو خارجها.²

ويعرف معهد العلاقات العامة IPR العلاقات العامة على انها الجهد المدروس والمطرد الهادف إلى إنشاء وتدعيم حسن النية والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وزبائنهما.³

ويرى بول جاريت الذي تولى مسؤولية العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز الامريكية عام 1931 إن "العلاقات العامة ليست وسيلة تفاعلية لعمل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستميتة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الاعمال التي تحظى باحترامها.⁴

كما جاء في تعريف كريستيان أن العلاقات العامة هي الجهود التي تبذل لتأثير الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وحتى يكون لديها فكرة صحيحة عن مؤسسة فيساندوها في ازماتها و يعضدوها في أهدافها ويشجعوها في نشاطها.⁵

¹ محمود يوسف، مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، [د.م]، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004، ص 47

² الياس سلوم، تقنية العلاقات العامة، [د.م]، دار الرضا للنشر، 2006، ص 70

³ كلير أوستن، العلاقات العامة الناجحة، بيروت، لبنان، الدار العربية للعلوم، 1998، ص 12

⁴ السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، مصر، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2001، ص 13

⁵ عادل حسن، العلاقات العامة، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1984، ص 11

2. نشأة العلاقات العامة

يعتبر نشاط العلاقات العامة بإطاره العام نشاطاً قديماً إلا أنه يمكن القول بأن جذور العلاقات العامة بشكلها ومعناها الحديث يعود إلى عام 1802 م ، حيث يذكر أن الرئيس الأمريكي الثالث توماس جيفرسون أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة في رسالته السابعة الموجهة إلى الكونغرس وأشار آخرون إلا ذلك في عام 1807م.¹

ويذكر أن أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة المحامي الأمريكي دورمان آتيون وذلك في عنوان محاضراته (العلاقات العامة عام 1906م) وكذلك في عام 1913 م، من خلال أحاديث مديري شركات السكك الحديدية في بليتمورو أوهايو حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة.²

وفي رأي الدكتور علي عجوة أستاذ العلاقات العامة في كلية الاعلام بجامعة القاهرة، أن أول من استخدم تعبير العلاقات العامة هو تيوتروفيل رئيس شركة التلغراف والتلفون الأمريكية عام 1908م، حيث ظهر هذا التعبير على رأس تقرير الشركة المتضمن تأكيد حرص رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير وتجنب ما يتعارض مع هذه المصالح.³

قد نشأت العلامات العامة في كنف الشركات التجارية التي آمنت بأن إرضاء الجماهير كفيل بالمحافظة على مركزها، فقد نمت من طفل صغير في نهاية القرن التاسع عشر (19) أصبحت شقيقة للإعلان في منتصف القرن العشرين).⁴

وبذلك أصبح نشاطها جزءاً لا يتجزأ من نشاط المؤسسات والشركات التي تسعى للحصول على ثقة الجمهور وتأييده، مما حدا بأصحاب الأعمال ورؤساء المؤسسات إلى استخدام أخصائيين في العلاقات العامة، واستخدام وسائل الإعلام كوسيلة اتصال للتأثير على الجماهير بمختلف أنواعها، ومنذ عام 1919 م خاصة بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى ازدادت النشرات والأبحاث عن العلاقات العامة كجمعية العلاقات العامة الأمريكية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة وغيرها من المعاهد والجمعيات العلمية ، ومع زيادة الإهتمام بهذا النشاط زاد عدد الكليات والمعاهد التي تدرس موضوع العلاقات العامة

¹ جان شو ميلي، دني هو ميسمان، العلاقات العامة، مكتبة الفكر الجامعي، دط، بيروت، 1970، ص10

² عبد الناصر أحمد درادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص27

³ علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص23

⁴ عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص28

ضمن برامجها الدراسية ومنح الشهادات العليا في هذا الموضوع ، كما زاد وجود أجهزة مستقلة للعلاقات العامة في العديد من المؤسسات والشركات.¹

والجدير بالذكر أن من أشهر المشتغلين في العلاقات العامة وساعد على تطويرها وارساء قواعدها ووضع الكثير من مبادئها خلال رحلته مع هذه المهنة هوا يفي لي والذي يستحق فعلا (أبوالعلاقات العامة)، حيث كان من الأوائل الذين نادوا بعدم جدوى الترويج ما لم يصاحبه أفعال طيبة ، فهو أول من وضع أسس العلاقات العامة لأغلب مديري الشركات حيث فسرها بأنها عملية مزدوجة الإتجاه تبدأ بمعرفة الإتجاهات وآراء الجمهور ونشر الحقائق و المعلومات عن الشركة بصدق و أمانة والتي على ضوئها تقوم الشركات بإعادة النظر في خططها وسياساتها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام والمصلحة العامة.²

¹ عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 38

² محمد محمود الجوهري، دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1964، ص 23

3. مبادئ العلاقات العامة

تمثل العلاقات العامة الفلسفة الاجتماعية للإدارة ، وهي بهذه المكانة لها مجموعة من المبادئ التي تلتزم بها في تنفيذ أعمالها وتحديد أطارها ، وفيما يلي أهم هذه المبادئ التي تعتمد عليها الممارسة الرشيدة للعلاقات العامة:

- (1) الاستناد إلى أداء حقيقي وإنجازات ملموسة.
- (2) الإعلام الصادق "الإبتعاد عن التكتّم واتباع سياسة كشف الحقائق".¹
- (3) احترام رأي الفرد: يجب أن ترتكز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة الفرد لإحترام حقوقه الأساسية ، وأن تراعي واجباته ومسئوليّاته.²
- (4) البدء من داخل المؤسسة : أي العمل على إيجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد العاملين بها، والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون في داخل المؤسسة.
- (5) التعاون مع المؤسسات الأخرى والاتفاق على الخطوط العريضة في محيط العلاقات العامة حتى يتحقق لها جميع النجاح.
- (6) إتباع مناهج البحث العلمي المبنية على المنطق والتحليل الموضوعي في حل أي مشكلة حتى يمكن الوصول لإقرار سليم مبني على الواقع.³
- (7) المسؤولية الاجتماعية ، إن النظريات الإدارية الحديثة تمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فيؤثر بها وتتأثر به ولذلك فإن المسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه.
- (8) كسب ثقة الجماهير: فأنشطة أي هيئة لا يمكن أن تنجح الا اذا رضيت جماهيرها عليهما ، وعلى هذا يجب أن يدرّب أخصائي العلاقات العامة على القيام بواجبهم لكسب الثقة على الوجه الأكمل يحسن أدائهم لعلهم واحترامهم لجماهيرهم.⁴

¹ اطلع عليه يوم 20/09/2009، 12:23 www.knol.google.com

² منال طلعت محمود: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2002، ص30

³ عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجية الاتصال والاعلام-أصوله ومبادئه، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005، ص130-131

⁴ محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص47

(9) مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع ويجب على إدارة المؤسسة أن تعمل على أن تكون مؤسستها عضوا نافعا في المجتمع يعمل على تقدم المجتمع ورفاهيته ولم يعد الان هدف أي مشروع هو تحقيق أكبر كسب ماديا للمؤسسة بل صبح الهدف هو رفاهية المجتمع، فالمشروع الناجح في النهاية هو الذي يعتمد على تأييد الجماهير له داخل المؤسسة وخارجها.¹

(10) العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة، ومخططة ، تحتاج إلى ممارسة العملية الادارية كالتهيئة والبحث العلمية والتعليم والتنسيق والتقييم شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.²

(11) ديناميكية العلاقات العامة وحيويتها : فالعلاقات العامة يجب أن تقوم على أساس الأخذ والعطاء وعلى التلقي والاستجابة ، يعني تلقى العمل الناتج عن ما قدمته وما علمته والاستجابة المباشرة و الإيجابية لهذه الردود بشكل يحقق مصلحة كل الطرفين.³

وعلى هذا فان العلاقات العامة لها ومقومات رئيسية تتمثل في تحقيق الشهيرة، العمل على خلقا صورة حسنة عن المؤسسة، تشكيل الثقة بينا المؤسسة والجمهور، فهي إذا تقتصر على العمل الجيد ، والإعلام الصادق و الاستعلام السليم.⁴

¹ محمد عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2005، ص54

² عبد الناصر احمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة-بين النظرية والتطبيق، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص25

³ محمد جودة ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، دار مجدلان للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص227-228

⁴ Philippe malavale et jean marc décaudin : penta com- communication : théorie et pratique, pearson éducation, France, p239

4. وظائف العلاقات العامة

تمثل وظائف العلاقات العامة صيغة مشتركة في شكلها ومضمونها العام، لكنها تفاوتت بتفاوت الحقول والمجالات التي تعمل من خلالها، وفي مجال الوظائف العلاقات العامة يشير Robinson إلى الوظائف التالية:

1. قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير التي لها صلة بالمنظمة
2. مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاء بين المنظمة وجماهيرها و قبول هذه الجماهير للمنظمة وخططها و سياستها، والأفراد العاملين فيها.
3. تحقيق التوازن بين الأهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بيها.
4. تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية إلى كسب رضا الجماهير.¹

أما الدكتور محمد البادي في كتابه محاضرات في العلاقات العامة "أن هناك ثلاث محاولات لتحديد وظائف العلاقات العامة معتمدا على وصف واقع التطبيق العلمي الأنشطة العلاقات العامة ويضع لذلك التقسيمات التالية:

(1) تقسيم فير بيرنت : ويحدد وظائف العلاقات فيها من خلال:

* تفسيرات سياسات الهيئة وأعمالها الى جماهيرها.

* تفسير ردود الفعل الحالية والمستقبلية لهذه الجماهير إلى الهيئة ذاتها.

(2) تقسيم فيليب ليزلي ويحدد هذه الوظائف في أربعة وظائف رئيسية هي:

* النصح والمشورة

* الإعلام

* الأبحاث والتحليل.²

* بناء الثقة الشاملة ودعمها .

¹ علي جبار الشمري، الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة، العربي للنشر والتوزيع، 2011، ص22

² محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص56

3) تقسيم كانفليد: ويحدد هذه الوظائف في سبع وظائف رئيسية هي:

البحث، التخطيط الانتاج، التنسيق، الخدمة الإدارية، خدمة المجتمع المحلي، التوجه الإداري.¹
بالإضافة إلى center and Broon: فيشيروا في مجال تحديد وثائق العلاقات العامة إلى ثلاثة وظائف رئيسية هي:

- تسهيل و تأمين تدفق الآراء الممثلة للجمهور إلى المنظمة لإيجاد توازن بين السياسات والعمليات التنفيذية من ناحية واحتياجات الجمهور من ناحية أخرى .
- إطلاع المسؤولين في المنظمة على الطرق والوسائل المثلى لتنفيذ البرامج العلمية والتنفيذية والإتصالية بهدف مضاعفة درجة القبول نحو المنظمة .
- تقديم المشورة وتنفيذ البرامج المعدة بهدف توسيع دائرة التفاعل بين السياسات والعمليات التنفيذية من جهة وزيادة الروابط الإيجابية مع الجمهور من جهة أخرى.²

فالهدف إذا هو عاية العلاقات السليمة في المجتمع وكسب رضى الجماهير وضمان التفاهم بين المؤسسة ومن جهة والجماهير من جهة أخرى.³

ومساعدة المؤسسة في تكويني سياساتها المختلفة عن طريق تقديم الاستشارة يتضح من الأهداف التي ذكرت بأن العلاقات العامة في المؤسسة لها دور مشارك في جميع مجالات وأنشطة المؤسسة وتعمل في الوسط الداخلي المحلي والخارجي.⁴

¹ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 57

² علي جبار الشمري، الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة، مرجع سابق، ص 22

³ محمد منير حجاب، الاعلام الاسلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002، ص 18

⁴ عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، ص 35-36

5. أهداف العلاقات العامة

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في الآتي:

- تحسين السمعة أو الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة وذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة وشرح سياستها وأهدافها ، كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة حكومية أو خاصة وتفسيرها تفسيراً جيداً كما تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها.
- زيادة شهرة المؤسسة عن طريق إنماء فهم الجمهور وتنويره لما تقوم به من خدمات ونشاط .
- خلق فضاء واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة كما يرى فيليب لزي الذي يرأس واحداً من أكبر مكاتب العلاقات العامة بأمريكا فيذكر أهداف العلاقات العامة بأنها:

- * رفع مكانة المؤسسة وما ينتج عن ذلك من فوائد
- * ترويج سلع وخدمات المؤسسة ومبيعاتها
- * الحصول على ثقة المواطنين .
- * التمتع بعلاقات حسنة مع المجتمع المحلي .
- * كسب ثقة الوكلاء واجتذاب الجديد منهم .
- * تجنب وحل المشاكل العلمية
- * القدرة على اجتذاب أفضل العناصر للعمل بالمنشأة .
- * تحقيق علاقات طيبة مع العملاء المستهلكين.
- * تنمية علاقات سليمة مع المؤسسات والمنشآت المماثلة ذات العلاقة معها.¹
- * علاقات حسنة مع الأجهزة الإدارية الحكومية
- * معرفة ميول ورغبات واتجاهات فئات الجمهور نحو المؤسسة
- * مساعدة المؤسسة أو المنشأة في تكوين سياساتها المختلفة عن طريق تقديم الاستشارة.²

¹ عبد الناصر حمد جرادات، لبنان هاتف الشامي ،أسس العلاقات العامة بنيا النظرية والتطبيق، مرجع سابق مه 35.

² عبد الناصر احمد جرادات، مرجع سابق ص 36

6. بعض القضايا المرتبطة بالعلاقات العامة:

تنتهي العلاقات العامة إلى مجموعة من العلوم الإجتماعية، مثل التاريخ الفلسفة والعلوم السلوكية "علم النفس، علم الاجتماع، علم الأنثروبولوجي" وعلم السياسة وعلم الاقتصاد وعلم الإدارة . وتعتمد إلى حد كبير على غيرها من هذه العلوم، بل إذا كانت العلاقات العامة تعتمد إلى وتستعين بها في تطوير وتحديث أساليبها وأدواتها البحثية والاتصالية فإن هناك اتجاها متزايدا نحو الاعتراف بها والتعامل معها كأحد التخصصات الإدارية المستقلة، سواء فيما يتعلق بممارستها في المنظمات المختلفة أو تدريسها في المعاهد والجامعات . وعلى الرغم من أن الاتصالات تمثل جانبا كبيرا من أنشطة العلاقات العامة كما أن المتغيرات والتحديات الإدارية تمثل معظم أنشطتها، فإنها في نفس الوقت مصطلحا فضاءا أشمل وأعم من معظم العلوم الاجتماعية الأخرى، بل إن الكثير منها يصبح في خدماتها، ويتفاعل مع بعضه البعض في سبيل زيادة درجة فعاليتها . وعلى ذلك، فإنه من الأهمية بمكان توضيح الفروق الأساسية بين العلاقات العامة وبعض العلوم والأنشطة الأخرى، وثيقة الصلة بها والتي كثيرا ما تتشابه معها، لدرجة حدوث خلط فيما بينها وهي على النحو التالي:¹

* العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية :

تعد العلاقات الإنسانية فرع أساسي من فروع الإدارة، فهي تشمل بمفهومها الواسع جميع العلاقات بين البشر والتي وجدت بوجود العلاقات الإنسانية بين الجماعات بهدف تقوية الروابط والصلات، فالعلاقات الإنسانية هي "عملية حفز الأفراد لتكون مجموعات عمل تحقق حاجاتهم. وتسهم في الوقت نفسه في تحقيق أهداف المنظمة "والعلاقات العامة هي ذلك النشاط الذي تقوم به المنظمة لتنظيم وتوجيه ومراقبة علاقاتها النظرية والعملية بالبيئة المباشرة وذلك بهدف إقامة واستمرار التفاهم والثقة المتبادلة بينها وبين تلك البيئة.

* العلاقات العامة والعلاقات الاجتماعية :

يقصد بالعلاقات الاجتماعية الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع وتنشأ من طبيعة اجتماعاتهم وتبادل مشاعرهم، واحتكاك بعضهم البعض الآخر ومن تفاعلهم في المجتمع وتهتم العلاقات الاجتماعية بالسلوك الاجتماعي الذي يكشف عنه التفاعل بين أعضاء الجماعات بهدف تفهم طبيعة العلاقات الاجتماعية.

¹ محمد العزازي، أحمد إدريس: العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، المكتبة العلمية، مصر، 2007، ص 34

* العلاقات العامة والعلاقات الصناعية :

إذا كانت العلاقات العامة هي تلك الجهود الإدارية التي تبذل على أساس التخطيط وبصفة مستمرة بهدف إقامة ودعم التفاهم بين المنظمة وجمهورها فإن العلاقات الصناعية هي تلك الصلات التي تنشأ بين صاحب العلم وعماله بسبب الحقوق والواجبات كالتقابات.

* العلاقات العامة والإدارة:

تعرف الإدارة على أنها "العملية التي تسعى إلى تجميع جهود مجموعة من البشر قصد تحقيق مجموعة من الأهداف.

وتعتمد على مجموعة من الوظائف لتحقيق ذلك، وهي: التخطيط، التنظيم والتوجيه، والرقابة . ويعتبر بعض باحثي العلوم الإدارية أن العلاقات العامة واحدة من وظائف الإدارة، لكونها تمثل: "وظيفة إدارية مستقلة ومتميزة، شأنها في ذلك شأن وظائف التخطيط والتوجيه والرقابة بل إنها يمكن أن تثري مضمون وظيفة التوجيه ذاتها" وذلك من خلال المهام الإرشادية والتدريبية للعلاقات العامة.¹

* العلاقات العامة والاتصال:

تعتبر العلاقات العامة نشاطا إتصاليا بالأساس، إذ تعتمد جل أنشطتها على الإتصال الذي هو عملية يتفاعل بموجبها المرسل والمتلقي في سياق معين، والإتصال في العلاقات العامة يعد الركيزة الأساسية بجانب الإدارة، فممارسة كلا النشاطين في سياق بناء سمعة المؤسسة يعتبر النشاط الكامل للعلاقات العامة.²

وهكذا فإن العلاقات العامة هي عملية إقناع الجمهور وحثه على تبني اتجاهات تتحدد مع أهداف الإدارة، فهي تعتمد على الأسلوب العلمي في البحث والتشخيص ودراسة الجماهير والمؤسسات من أجل تحقيق أهداف المؤسسات.

¹ إبراهيم العمري: الإدارة "دراسة نظرية وتطبيقية"، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، 1982، ص 14

² خضير شعبان: مصطلحات الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، ط1، 2000، ص14

المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات

تمهيد:

سننتطرق في هذه الفصل الى دراسة ميدانية بالمركز الجامعي علي كافي بتتدوف قصد التعرف على دور العلاقات العامة بالمركز ومكانتها وما مدى مساهمتها في التسيير الحسن للمركز الجامعي وتحسين سمعته.

سنتناول أولا نبذة عن المركز الجامعي وأهم أهدافه ومهامه وهيكله ثم سننتطرق الى واقع العلاقات العامة بالمركز الجامعي.

١. التعريف بالمركز الجامعي علي كافي تندوف:

1. نبذة تاريخية عن المركز الجامعي علي كافي

*نشأته وتطوره :

• نشأته:

أنشأ المركز الجامعي تندوف بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11/303 ، المؤرخ في 22 رمضان عام 1432 الموافق 22 أوت سنة 2011 ، يتضمن إنشاء المركز الجامعي تندوف.

• تطوره:

المركز الجامعي تندوف تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11/303، المؤرخ في 22 رمضان عام 1432 الموافق 22 أوت سنة 2011، فتح أبوابه خلال الموسم الجامعي 2012/2013 حيث تجدر الإشارة أن المركز الجامعي خلال الموسم الجامعي 2011/2012 لم يلتحق به الطلبة بسبب عدم تسجيل الطلبة في التخصصات المفتوحة به. وقد كان يضم آنذاك معهدين (02):

• معهد العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، يضم قسم العلوم الاقتصادية.

• معهد اللغات والأدب العربي، يضم قسم اللغة والأدب العربي.

ليكون بذلك أول مؤسسة جامعية ينطلق بها قطاع التعليم العالي والبحث العلمي في الولاية خلال السنة الجامعية 2012/2013.

لم تتوقف تنمية المركز الجامعي عند هذين المعهدين بل تسارعت وثيرة التطور، فقد شهد المركز الجامعي ميلاد ميادين وشعب وتخصصات متعددة حسب المراحل الزمنية الآتية:

* في سنة 2013 تم فتح التكوين في العلوم الاقتصادية (علوم التسيير).

* في سنة 2014 تم فتح التكوين في الحقوق والعلوم السياسية.

* في سنة 2015 تم فتح التكوين في علوم الأرض والكون.

* في سنة 2016 تم فتح التكوين في الرياضيات والإعلام الآلي.

* سنة 2017 تم فتح التكوين في اللغة والأدب العربي.

وقد تطور عدد الطلبة خلال السنوات على نحو تصاعدي كما يلي:

السنة الجامعية 2012/2013 عدد الطلبة: 352 طالب.

السنة الجامعية 2013/2014 عدد الطلبة: 542 طالب.

السنة الجامعية 2014/2015 عدد الطلبة: 621 طالب.

السنة الجامعية 2015/2016 عدد الطلبة: 895 طالب.

السنة الجامعية 2016/2017 عدد الطلبة: 1240 طالب.

السنة الجامعية 2017/2018 عدد الطلبة: 1215 طالب.

السنة الجامعية 2018/2019 عدد الطلبة: 1234 طالب.

أما على المستوى العددي للأساتذة والطلبة، فقد بلغ عدد الطلبة في السنة الحالية 2017/2018 1225 طالبا مسجلا، وهم مؤطرون من قبل 57 أستاذا دائما، ويشغل بالمركز الجامعي 69 عونا إداريا وتقنيا و 68 عاملا مؤقتا.

كما يضم المركز الجامعي تتدوف الهياكل الحالية وهي 2000 مقعد بيداغوجي منها ألف مقعد بيداغوجي شطر أول مستغل الألف الأخرى قيد الاستعمال، ويضم الشطر الأول مدرجين، أحدهما سعته 300 مقعد، والثاني 200 مقعد، علاوة على 12 قاعة تدريس بسعة إجمالية تقدر بحوالي 500 مقعد، إلى جانب 10 مخابر ومكتبة قدرة استيعابها تتاهز 1000 مقعد.

أما الشطر الثاني الذي تم استلامه خلال الموسم الجامعي 2017/2018 فيضم مدرجين، أحدهما سعته 350 مقعد، والثاني 200 مقعداً علاوة على 12 قاعة تدريس بسعة إجمالية تقدر بحوالي 500 مقعد، إلى جانب 10 ومكتبة قدرة استيعابها تتاهز 1000 مقعد.

كما توجد إقامة جامعية لفائدة الطلبة تتسع لـ 500 سرير و 40 سكن وظيفي لفائدة الأساتذة الجامعيين.

الأساتذة الباحثين:

أ. تعداد المناصب المشغولة للأساتذة: مجموع المناصب الشاغرة والمشغولة هو 67 استاذ:

المجموع=62	{	01	←	✓ أستاذ التعليم العالي
		14	←	✓ أستاذ محاضر قسم "أ"
		10	←	✓ أستاذ محاضر قسم "ب"
		27	←	✓ أستاذ مساعد قسم "أ"
		10	←	✓ أستاذ مساعد قسم "ب"

ب. تعداد المناصب الشاغرة للأساتذة:

03	←	✓ أستاذ محاضر قسم "أ"
02	←	✓ أستاذ مساعد قسم "أ"

هياكل المؤسسة:

يحتوي المركز الجامعي علي كافي تندوف هياكل قاعدية نعددها فيما يلي:

أ. جداول هياكل المركز الجامعي علي كافي تندوف:

هياكل البيداغوجيا والبحث العلمي

الرقم	تعيين الهياكل	العدد
01	المدرجات	04
02	قاعات الاعمال الموجهة	24
03	قاعات الأعمال التطبيقية	09
04	مخبر اللغات	01
05	مخبر البحث	02
06	قاعة الانترنت	02

01	قاعة الاعلام الآلي	07
01	قاعة التعليم عن بعد	08
01	المكتبة	09
00	قاعة المحاضرات (مسمع)	10
00	مركز الحساب	11

الهيكل الإداري للمركز الجامعي تندوف

الرقم	تعيين الهياكل	العدد
01	الجناح الإداري (الإدارة المركزية)	01
02	الجناح البيداغوجي (إدارة مدراء المعاهد)	01
/	/	/

• سياسة المؤسسة:

1. التكوين الجامعي:

توفير تكوين علمي ومهني ذي نوعية جيدة، يستجيب لمتطلبات الأسرة الجامعي في الحاضر والمستقبل، فبما أن تزايد الطلبة في المؤسسة يسير نحو وتيرة مطردة، وكذلك تضاعف عدد الأساتذة إلى أربع مرات في السنوات الأخيرة، فإن عملية التكوين ستراعي هذه التطورات العددية والكمية بتوفير الوسائل العلمية والتكنولوجية، وفي هذا الصدد فنحن نتوخى عدة أهداف عامة.

إن التكوين في المركز الجامعي على كافي تندوف، يختار مستقبلا تكوينا بيداغوجيا متعدد الأهداف عن طريق اقتراح عروض تكوين متوائمة مع احتياجات سوق العمل لكي يضمن لحاملي الشهادات أفضل ظروف الاندماج المهني، وعليه فالمركز الجامعي على كافي تندوف يقترح عروض متنوعة منها، عرض تكوين في ميداني الحقوق والعلوم السياسية، وعرض تكوين في ميدان اللغة والأدب العربي، وعرض تكوين في الجيولوجيا البترولية، وعرض تكوين في ميدان الرياضيات والإعلام الآلي في المستقبل القريب. إن تواجد مؤسسات وطنية على مستوى ولاية تندوف كغرفة التجارة، والمؤسسات الاستشفائية، مديرية

السياحة، الإذاعة المحلية، وعدة شركات خاصة، ومحطة الطاقة الشمسية، المتواجدة على تراب الولاية كل هذا يمثل فرص يساعد على مناصب شغل للطلبة.

إن تنظيم مناحي التكوين تخضع لعملية تفكير دائمة لتتجاوب ومتطلبات المجتمع التي يرفضها التطور المستمر للمحيط، وهذا التحول سيتجسد حسب الشعب والتخصصات المتاحة في الولاية، والتي منها العلوم والتكنولوجيا، العلوم السياسية، الرياضيات والإعلام الآلي. حيث ستسمح هذه النظرة المستقبلية التي تأخذ بعين الاعتبار تغير المجتمع والنسيج الاقتصادي لطلبة المستقبل القاطنين بالمنطقة بمتبعة هذه التكوينات دون تكبد عناء التنقل لمسافة مئات الكيلومترات نحو جامعات بعيدة عن طلبة الولاية مثل جامعات بشار، وهران، أدرار، تلمسان.

إن الهدف المركز الجامعي على كافي تندوف مستقبلا هو فتح عرض تكوين في الليسانس في تخصص جيولوجيا منجمية وجيولوجيا بترولية (علم الصخور والمياه)، والتي ستسمح لطلبتنا بمتابعة ماستر أكاديمي ومهني، لأن المحيط الاجتماعي والاقتصادي للمنطقة يعبر عن حاجياتنا في المجال المنجمي خاصة وأن المنطقة تتوفر على منجم زاهر بمادة الحديد ومشتقاته (منجم غار جبيلات)، وهي فرصة سانحة لتوفير اليد العاملة المؤهلة (المتخصصة) بعد فتح المنجم للاستغلال.

في هذا الإطار يأتي مطلبنا ملح في تحسين مستوى الطلبة في اللغات الأجنبية في المركز الجامعي على كافي تندوف، لأن التحسين بات ضرورة قصوى ولاسيما في المناطق الجنوبية التي تعاني من ضعف المستوى في اللغات الأجنبية، لأسباب جلها تعود إلى مراحل التعليم الماضية. لذلك كانت اللغات الأجنبية ومنها اللغة الفرنسية واللغة الانجليزية وحتى لما لا اللغة الإسبانية، هدف لرعاية ودعم في المركز الجامعي على كافي تندوف منذ 2013، حيث تم تفعيل مركز تكثيف اللغات ومخبر اللغات مجهزين بأحدث الأجهزة التكنولوجية، كما تم فتح مركز التعليم عن بعد لعم مركز التعليم المكثف للغات.

2. البحث العلمي:

من بين الأهداف العامة في هذا المجال البحث العلمي الإبداع والاختراع، العلمي هي علاقة متلازمة وهذا من خلال العلاقة التي تربط التكوين ومرتبطة، فلا يمكن أن ينفصل البحث العلمي التكوين البيداغوجي، لذلك كان المركز الجامعي على كافي تندوف يطمح إلى تأهيل مخابر بحث إضافية ولاسيما في الحقوق والعلوم والتكنولوجيا واللغات والأدب العربي، وتجدر الإشارة إلى أن هناك مخبر بحث في

العلوم الاقتصادية تم اعتماده مؤخرًا، وهو لا يكفي طبعا لتغطية النقص في البحوث العلمية في التخصص، وكلما تدعم المركز الجامعي علي كافي بكفاءات علمية مؤهلة لإنشاء مخابر بحث تساعد على التأطير والتكوين كلما زاد فتح التكوينات في الدكتوراه وتأطيرها.

3. التجربة الطلابية:

في هذا المجال يهدف المركز هنا إلى تقوية الشعور بالانتماء والالتزام لمكونات المجتمع فيالمركز الجامعي من خلال انخراطهم في النشاطات على مستوى الإقامة الجامعية، حيث يحتوي المركز الجامعي تندوف على ستة (06) منظمات طلابية، لكل منظمة مقر، يتوفر على تجهيزات مكتبية، ومعدات عمل ضرورية (مكتب، طاولة عمل، حاسوب، طابعة، خزانة، أدوات استهلاكية مثل الأوراق والأفلام والشريط اللصق..)، هذه المنظمات تنشط علما ونقعا وترفيها، حيث تعمل مصلحة النشاطات الثقافية والرياضية لإشراكها والتنسيق معها في معظم التظاهرات والمناسبات الوطنية والعلمية.

في هذا الإطار تعمل إدارة المركز الجامعي علي كافي تندوف على إدماج الطلبة وجعله من بين أولى أولوياتها، وفي هذا الصدد تم إنشاء دار المقاولاتية في المركز الجامعي علي كافي تندوف منذ سنة 2015، بموجب اتفاقية أبرمت بين المركز الجامعي ومديرية لهذه الدار مهام محدد نوجزها فيما يلي:

- تحسين وتكوين ومتابعة الطلبة في مساهم المقاولاتي، في جميع أطوار الدراسة الجامعية (ليسانس، ماستر، دكتوراه).
- جعل المقاولاتية دعامة لإدماج جميع الطلبة في سوق الشغل.
- تبادل الخبرات الموجودة في مجال التكوين على المقاولاتية بين المؤسسات المعنية بعالم الشركات والمؤسسات العمومية والخاصة.

4. الموارد والحي الجامعي:

من بين الأهداف التي تسهر عليها ادارة المركز هو ضمان تطوير الجامعة عن طريق استعمال استراتيجي للموارد المتاحة بتعزيز تدخل موارد جديدة، وفي هذا الإطار تقدر مساحة القطعة الأرضية التي يقع عليها المركز الجامعي علي كافي تتدوف ب: 17 هكتار منها 11 فقط مبنية قادرة على استيعاب 2000 طالب، حيث أن تزايد عدد الطلبة له تأثيرات على السير الحسن للمركز الجامعي علي كافي تتدوف، ولهذا فإن الاهتمام يجب أن ينصب على صيانة المباني والتجهيزات والمعدات وذلك بضمان تكوين مستمر للعمال المعنيين. إذ أن الامكانيات الحالية للمؤسسة تستعمل في نسبتها القصوى، وقاعات التدريس تستعمل كل أيام الأسبوع، بينما يوم السبت تستعمل من قبل جامعة التكوين المتواصل التي يحتضنها المركز الجامعي علي كافي تتدوف سواء بالسنة لقاءات التدريس أو المكاتب الإدارية التي تشغلها جامعة التكوين المتواصل على مستوى المركز الجامعي علي كافي تتدوف.

ومن أجل ضمان الاستقرار المالي للمركز الجامعي علي كافي تتدوف، يتوجب عليه ألا يعتمد بصفة حصرية على تمويلات الدولة ولكن عليه أن يفكر في آليات جديدة لخلق موارد مالية جديدة للمركز الجامعي، والفرصة قد سلحت من خلال فتح مركز التعليم المكثف للغات في بداية الدخول الجامعي 2019/2020، لكي نعطي فرصة لمتابعة تكوين مكثف في تعليم اللغات الفرنسية والإنجليزية وفي المستقبل القريب اللغة الإسبانية، هذا المركز المكثف للغات الهدف منه تدعيم الممارسة المهنية للفرنسية والإنجليزية فيما يسمى EOS وهي اللغة الفرنسية حسب الأهداف الخاصة، ESP وهي اللغة الإنجليزية حسب الأهداف الخاصة كذلك، لأن تعليم لغات الاختصاص يستجيب لاحتياجات الشركات في إطار تكوين حسب الطلبة لاحتياجات المؤسسة أو الأفراد وتلبية المركز لهذه الحاجات هو في حد ذاته دعوة للانفتاح على العالم الخارجي.

2- تقديم المؤسسة:

بناء على المرسوم التنفيذي رقم 11/303 المؤرخ في 22 أوت 2011 فإن المركز الجامعي تندوف هو مؤسسة عمومية ذات طابع علمي ثقافي ومهني، يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

• الموقع والمحيط الجغرافي للمؤسسة:

يقع المركز الجامعي علي كافي لتندوف في مدينة تندوف ولاية تندوف، وهي إحدى الولايات التي أحدثت بموجب التقسيم الإقليمي للبلاد لسنة 1984، والتي تقع في الجنوب الغربي للبلاد، تبعد عن العاصمة الجزائر بحوالي 1800 كم، وعدد سكانها يقدر بـ: 60.000 نسمة، لها شريط حدودي مشترك مع المملكة المغربية ومع دولة موريتانيا ومع الجمهورية الصحراوية، حيث تمتد على مساحة تقدر بـ: 150.000 كم، حيث تقع ولاية تندوف في أقصى الجنوب الغربي وحدودها الأربع هي:

* من الشرق ولاية أدرار ،

* من الشمال ولاية بشار،

* من الغرب المملكة المغربية،

* من الجنوب كل من دولة الجمهورية الصحراوية ودولة موريتانيا .

يقع المركز الجامعي علي كافي في الجهة الجنوبية من الولاية على الطريق الوطني رقم 50 الرابط بين تندوف وبيشار، كما يوجد عدد من المواقع السياحية في الولاية التي تزخر بها المنطقة، منها منطقة نفقومت وهي عبارة عن واحة وبحيرة طبيعية، ومنطقة مركالة ومنطقة أم الطوابع، التي يوجد بها تنوع بيولوجي النباتات والطيور، كما يوجد بها آثار معتبرة منها دار الدويرية ودار الديماني، أما بالنسبة للمناسبات ففيها موسمين كبيرين تحتضنهم منطقة تندوف، الأول موسم جاك النابر والذي يعد تظاهرة تستقطب ضيوف من خارج الوطن خاصة إفريقيا (موريتانيا، مالي، النيجر)، كما يوجد هناك موسم سيد أحمد الرقيبي، الذي تحتضنه تندوف في كل سنة وكذلك هو يستقطب ضيوف من خارج وداخل الوطن.

في هذا الإطار يقوم المركز الجامعي علي كافي تندوف بالتنسيق مع القائمين على هذه المواسم بتنظيم في كل مناسبة ملتقيات بعضها وطني وأخرى دولية، يحتضنها المركز كل مرة ضمن فعاليات هذه المواسم، وهنا ننوه بالتنسيق الكبير بين إدارة المركز وفعاليات المجتمع المدني والمحيط الجامعي، خاصة من ناحية الدعم المالي لتمويل بعض التظاهرات العلمية المقامة في المركز الجامعي علي كافي تندوف.

• أهداف ومهام المؤسسة:

يتولى المركز الجامعي علي كافي تندوف مهام أوكلت له بصفته مؤسسة جامعية تعمل في مجال التكوين العالي والبحث العلمي والتطوير التكنولوجي،

- مجال التكوين العالي:

المركز الجامعي علي كافي تندوف هو مؤسسة عمومية ذات طابع علمي ثقافي ومهني، وبهذه الصفة فنتمثل مهامه الأساسية في مجال التكوين العالي على الخصوص فيما يلي:

- تكوين الإطارات الضرورية للتنمية قصادية والاجتماعية والثقافية للبلاد.
- تلقين الطلبة مناهج البحث العلمي وترقية التكوين عن طريق البحث وتجديد المعارف.
- المساهمة في إنتاج ونشر وتوزيع العلوم والمعارف وسبل تحصيلها وتطويرها.
- المساهمة في التكوين المتواصل وتجديد المعارف.

- مجال البحث العلمي والتطوير التكنولوجي:

المركز الجامعي علي كافي تندوف هو مؤسسة عمومية ذات طابع علمي ثقافي ومهني، وبهذه الصفة فنتمثل مهامه الأساسية في مجال البحث العلمي والتطوير التكنولوجي على الخصوص فيما يلي:

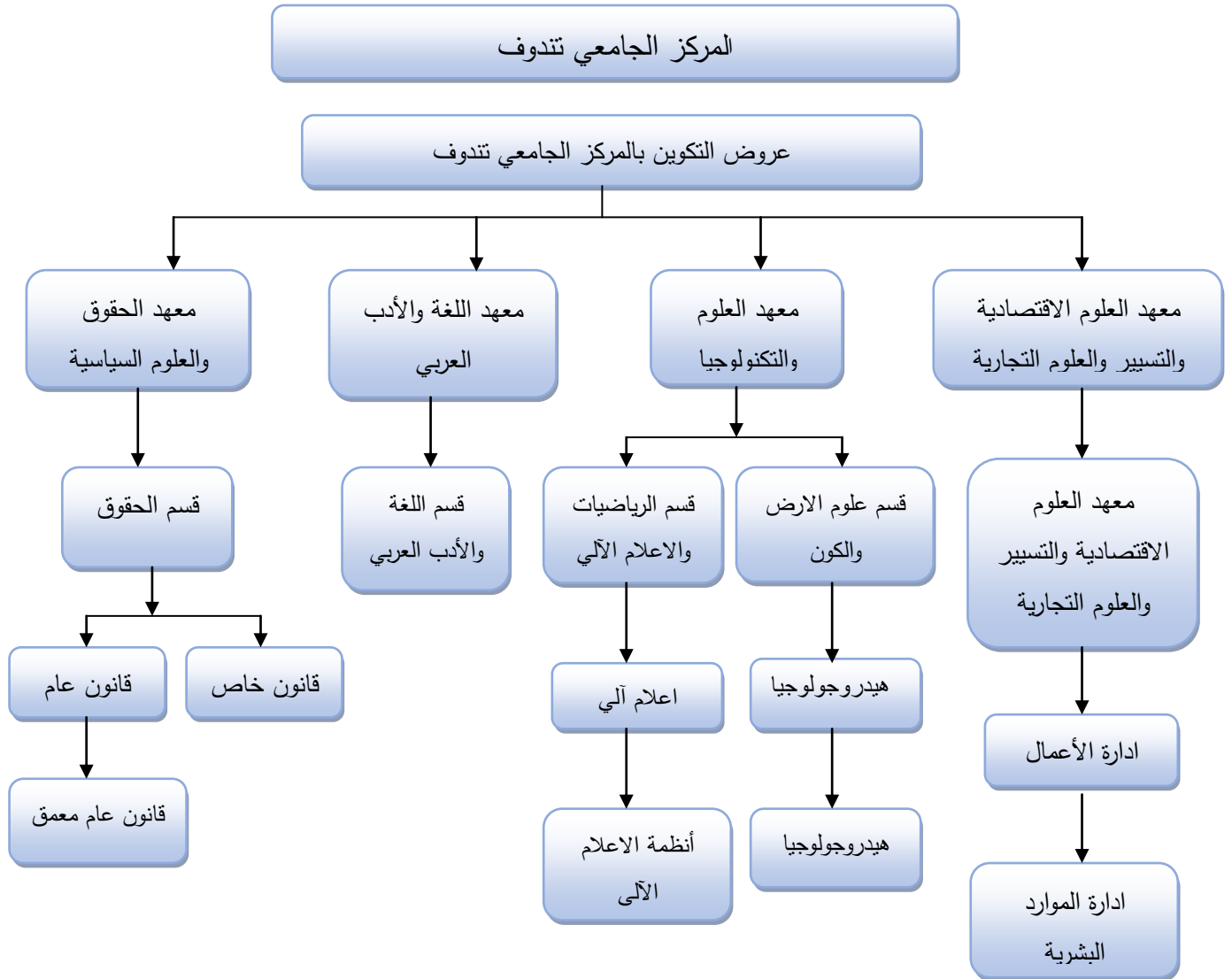
- المساهمة في الجهد الوطني للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي.
- المساهمة في ترقية الثقافة الوطنية ونشرها.
- المشاركة في دعم القدرات العلمية الوطنية.
- المشاركة ضمن الأسرة العلمية والثقافية الدولية في تبادل المعارف وإثرائها.
- تثمين نتائج البحوث العلمية ونشرها في نسق علمي وتقني.

• تنظيم عملية التسيير

يدير المركز الجامعي مجلس إدارة ويسيره مدير ويزود بأجهزة استشارية .

يتشكل المركز الجامعي من مجموعة من المعاهد تشمل هي بدورها على أقسام، يحتوي على مجموعة من مصالح تقنية مشتركة كما هو مبين في الهيكل التنظيمي أدناه.

معاهد المركز الجامعي علي كافي تندوف



3-تقويم الوضع الحالي للمؤسسة (المركز الجامعي علي كافي تندوف):

أ- الإيجابيات المسجلة:

- * التزايد لنسبة الأساتذة في مصف الاستاذية منذ السنوات الثلاثة الأخيرة (مناقشة رسائل الدكتوراه، التأهيل الجامعي).
- * إرساء تقاليد الزمالة بين الأساتذة والتي تظهر من خلال النشاطات العلمية والبيداغوجية المنجزة بالتعاون بين الكثير من أقسام المركز الجامعي.
- * الزيادة المطردة في عدد الطلبة الناجحين في مسابقة الدكتوراه عبر مختلف المؤسسات الجامعية عبر الوطن).
- * قرب الإقامة الجامعية للطلبة خاصة وأنها تقع مقابل المركز الجامعي يفصل بينهما طريق مزدوج فقط.

ب - النقائص المسجلة:

- * تسيير الموارد البشرية، نقص في عدد العمال.
- * الصعوبات المسجلة في توظيف بعض التخصصات كعمال الترميم، الكهربائيون بالنظر على صعوبة الشروط الحالية ومنها شرط (05 سنوات خبرة مطلوبة...).
- * مشاكل لوجيستكية: بنية تحتية غير كافية.
- * نسبة تأطير الأساتذة غير كافية خاصة في التخصصات التقنية واللغات الأجنبية.

تحليل وتشخيص محيط المؤسسة:

هذه عملية تحليل وتشخيص محيط المؤسسة الجامعية يعد وسيلة تساعد في اتخاذ قرارات رشيدة تسمح بتحقيق وضمان الجودة لدى المؤسسة التعليمية، وفي هذا الإطار شهد مركزنا الجامعي علي كافي تندوف في السنة الجامعية الفارطة عملية تقييم ذاتي، امتدت منذ بداية الموسم إلى نهايته، وفيها حاولت مؤسستنا الجامعية من خلال هذا العمل التحقق من مدى توفر متطلبات الجودة لدينا، وهذا من خلال الوقوف على نقاط القوة (الإيجابيات) ونقاط الضعف (السلبات)، وكذا مدى تحقق الأهداف المسطرة وتبيين الفارق بين الوضعية الحالية والوضعية التي يجب أن يكون عليها المركز (الوضعية المثالية).

وبالتالي السعي إلى بناء استراتيجيات للوصول لتطبيق معايير الجودة ومواكبة التطورات الأكاديمية الحاصلة في العالم، وعليه فعملية التقييم الذاتي التي قمنا بها لمركزنا أظهرت النتائج عديدة، تظهر تباين واضح بين الوضعية الحالية والأهداف المنشودة بالنسبة لميدان التكوين والبحث، أما بالنسبة الهياكل القاعدية فقد أظهر تحليل نتائجها نقص كبير فيها، وهذا ما جعلنا نلج على تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات من أجل تحقيق الجودة في هاذين المجالين، كما أنه سجلنا تحليل نتائج باقي المجالات أو الميادين مثل البحث العلمي، الحوكمة، الحياة الجامعية، العلاقة مع المحيط الاجتماعي والاقتصادي، التعاون) والتي كانت نتائجها متفاوتة من ميدان لآخر.

الرؤية المستقبلية للمؤسسة والمبادئ التي تحكمها:

لمؤسستنا الجامعية رؤية واستراتيجية تضطلعان في تحقيق التطور والرقى في إطار البرنامج المسطر لغاية 2023، وهذا من خلال وضع أهداف مستقبلية ترافقها خطة محكمة ورزنامة زمنية محددة، لتكون بذلك مواكبة للتطور الحاصل في الدول المتقدمة، للوصول إلى مؤسسة جامعية:

- منسقة متكاملة ومتضامنة من جميع جهاتها الفاعلة وفقا للمعايير الدولية.
- تقيم تعاون مع مختلف المؤسسات الوطنية والدولية، مني على مبدأ تبادل الخبرات وترقية التعليم العالي والبحث العلمي وفقا للمتطلبات التي سطرته الوزارة.
- منتجة للمعارف والعلوم، تسعى لتطوير الكفاءات التطبيقية والمهارات السلوكية وترسيخ ثقافة المبادرة، مما يسهم في استثمار أمثل للمورد البشري.
- تهتم بشؤون طلبتها وخريجيه في مجال التشغيل والحياة العملية.
- تسعى لتطوير البحث العلمي وتثمين نتائجه بتجسيده على أرض الواقع وفقا لمتطلبات وحاجيات القطاع الاجتماعي والاقتصادي.
- ذات موارد بشرية ومادية مؤهلة لضمان التطور والاستمرارية فيه بفضل الحوكمة الرشيدة وضمان الجودة في شتى الميادين، مما يجعلها جامعة رائدة على المستوى الإقليمي الوطني وحتى دوليا.

أ- المبادئ الأساسية التي تحكم المؤسسة:

- تحسين كفايات استقبال الطلبة الجدد.
- تحسين المردود البيداغوجي ورفع نسبة النجاح.

- تمكين الطلبة من التوجيه الجيد بعد عبور الجذع المشترك إلى التخصص المناسب.
- التمكين والتحسين من الدعم المنهجي للعمل
- مراعاة صعوبات الطلبة ذوي الاحتياجات الخاصة.
- تحسين نوعية التكوين الأولي.
- موائمة عروض التكوين في المؤسسة مع الاحتياجات الاجتماعية والاقتصادية باقتراح تكوينات أكثر انسجام مع الشركات أو المؤسسات العمومية أو الخاصة العاملة في تراب الولاية.
- تحضير ومتابعة الطلبة للاندماج المهني عن طريق فتح عروض تكوين جديدة.
- فتح شعب تكوين تتناسب وتاريخ المنطقة ومتطلبات حياتها الاقتصادية واحتياجاتها، مثل (علوم انسانية واجتماعية، لغات أجنبية خاصة الانجليزية والإسبانية، علوم سياسية نظرا لقرت المنطقة لدول الساحل).
- تحسين ظروف العمل وتحفيز الأساتذة والعمال الإداريين.
- بناء ثقافة الحفاظ على ممتلكات المؤسسة.
- تعزيز واثمين مشاركة الطلبة في الحياة المؤسساتية في المركز الجامعي.
- عقلنة تسيير موارد المؤسسة.
- ترقية الأداء البيداغوجي والعلمي بمساعدة المعايير المتبعة على المستويين الوطني والدولي.
- إنشاء مركز المراقبة البيداغوجية لتحسين العمل البيداغوجي.
- دعم المنتوجات العلمية والبيداغوجية للأساتذة بطبعها سواء على مستوى مخابر البحث أو بدعم من ميزانية البحث العلمي.
- السعي إلى فتح ماستر مهني في بعض التخصصات بالتنسيق ومشاركة المؤسسات الاقتصادية والمهنية في المنطقة، وبالتنسيق مع مخابر البحث على مستوى المركز الجامعي.
- دعم وتحفيز إنشاء عروض التكوين للدكتوراه، ولاسيما الأساتذة الباحثين في مصف الأستاذية الذين يشرفون على مخابر البحث أو رؤساء فرق البحث.

II. واقع العلاقات العامة في المركز الجامعي علي كافي-تندوف-

1. مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمركز

من خلال المعلومات المقدمة لنا من قبل المركز الجامعي محل الدراسة فإنه لا يوجد مكانا لإدارة العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته عن باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، بالرغم من صلاحيته و أهميته في تطوير العملية الاتصالية بين المؤسسة وجمهورها، فالاتصال الداخلي للمؤسسة يتمثل في علاقة إدارات المؤسسة وتشابك نشاطاتها والتي تقوم في كثير من الأحيان بمهام العلاقات العامة ،كمديرية التجارة مثلا التي من صلاحياتها الاتصال المباشر بالزبون وبمختلف المؤسسات، وعليه فإن موقع العلاقات العامة بالمركز الجامعي علي كافي-تندوف- غير موجود و هذا ما يؤكد لنا أن العلاقات العامة بالمركز مفهوم لم يطبق بعد على مستوى الجامعة، إلا أن لها مكانة هامة في الهيكل التنظيمي للجامعة بالرغم من عدم تسميتها بإسم مصلحة العلاقات العامة فهي تقوم بالوظائف والصلاحيات الموكلة لها وتسعى الى تحقيق التفاهم والإنسجام بين الجامعة و جماهيرها الداخلية والخارجية، وهذا ما أكدته موظفي المؤسسة نوجزه كالتالي:

- أن الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة هي الأمانة العامة وكذلك جميع المصالح داخل الجامعة.
- تعد الوظائف التي تقوم بها المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل المركز الجامعي كافية نسبيا للتعريف بسياسات وانجازات الجامعة.
- تحتل المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة مكانة هامة في الهيكل التنظيمي للمركز الجامعي فهي تكون تابعة مباشرة لرئاسة الجامعة.
- إشراف المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل المركز الجامعي على التواصل الدائم بجماهيرها سواء الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي.

2. دور العلاقات العامة بالمركز الجامعي

أوضحت الدراسة أن الدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة كإدارة مهمة في تسيير شؤون الجامعة تسييرا عصريا و أكثر تطورا غير متجسد داخل المؤسسة، وأغلب موظفي المؤسسة يرغبون في تواجدها لإدارة للعلاقات العامة لأنها تعتبر تطبيقا للجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسات وجمهورها، فالعلاقات العامة هي جزء من المؤسسة التي هي بدورها جزء من نظام أكبر وهو المجتمع الذي تعمل فيه، و بما أن العلاقات العامة تعتبر مصدرا مهما في الحصول على المعلومات و ذلك من خلال الوثائق الرسمية، التقارير، النشرات، الندوات، و كذلك وسائل الإعلام بالإضافة إلى مواقع الانترنت وهذا ما يؤكد جليا مساهمة العلاقات بقسط وافر في صناعة و تعزيز الثقة بين المؤسسة وجمهورها.

جمهور الجامعة وينقسم الى:

1. الجمهور الداخلي :

إن الجمهور الداخلي حجر الزاوية بالنسبة لإدارة العلاقات العامة ، ولذلك فمن الضرورة بمكان أن تهتم بالاتصال به، وذلك لإطلاع العاملين بالمؤسسة كيف تفكر الإدارة من جهة، وجعل الإدارة تعرف ما يريده العاملون ، ولذلك أصبح لزاماً على إدارة العلاقات العامة أن تقوم بدور رعاية العلاقة مع الجمهور الداخلي، حيث إن هذا الدور يعد المدخل السليم للتعامل مع الجماهير الخارجية ، وخلق الصورة الذهنية المطلوبة عن جمهور الطلبة.

* جمهور الطلبة:

يعتبر جمهور الطلبة من أهم الجماهير التي يجب على العلاقات العامة أن تهتم بها ، فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع الفئات في المجتمع فمنهم من يأتي من الريف ومن هم يأتي من المدينة ، وهؤلاء الطلبة يمثلون الهدف الرئيس لنشاط العلاقات العامة من خلال تهيئة الاجواء المناسبة للدراسة.

* أعضاء الهيئتين التدريسية والإدارية:

يعتبر عمداء الكليات وأعضاء الهيئة التدريسية والإدارية جمهورا مهما بالنسبة للعلاقات العامة من خلال ما يمثلته كفريق متكامل لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة، كما أن عضو هيئة التدريس يلعب دوراً مهما في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمي الذي يبذله، والنصائح التي يقدمها

لطلابه والبحوث التي يقدمها لطلابه، والبحوث التي ينجزها للجامعة، إضافة إلى أن العاملين على مختلف المستويات الإدارية يسهمون في تكوين هذه الصورة عن طريق المعاملة الطيبة التي تتسم بالصدق.

2. الجمهور الخارجي :

* مؤسسات المجتمع المدني

من الضروري أن تتضمن برامج العلاقات العامة اهتماماً خاصاً بال جماهير الخارجية التي ينبغي الاتصال بها على الدوام ، والعمل على التأثير بها لكسبها في صف الجامعة، فهي المكون الأساسي لعمل الجامعة والهدف الأسمى لها

* خريجون

ان وضع الخريجين كجمهور من جماهير الجامعة، هو ضمان ولأهم بالشعور بالانتماء للكلية أو الجامعة التي يتخرج منها لما له دور فعال في زيادة الدعم والتأييد للجامعة .

* المؤسسات المهنية والهيئات الحكومية والشركات الخاصة

تهتم كل مؤسسة مهنية أو هيئة حكومية أو شركة خاصة بالتطور الذي يحصل في الجامعة في مجال تخصصها، من حيث أعداد الخريجين ومستوياتهم العلمية ومن حيث مستويات البحوث ونتائجها وتوصياتها، وذلك للتطبيق المباشر لها فيصبح بالإمكان التعاون بين الجامعة وتلك المؤسسات، على اساس المنفعة المتبادلة ولا سيما المنفعة المادية والمعنوية للجامعة.

3. مهام ووظائف العلاقات العامة تحت اشراف ادارات أخرى داخل الجامعة

أكد لنا موظفي المركز الجامعي أن كافة المهام و الصلاحيات التي يمكن أن تنسب إلى إدارة العلاقات العامة تتم تحت إشراف مديريات المؤسسة و المتمثلة في مديرية الأمور المالية والمحاسبة، مديرية الموارد البشرية، مديرية الصيانة، مديرية الاستغلال، مديرية تسيير المخزون بحيث تقوم كل هذه المديريات بمهام الاتصال و العلاقات العامة داخل المؤسسة و خارجها، و من ثم يبقى هناك نقصا واضحا في الهيكل التنظيمي للمؤسسة و المتمثل في غياب إدارة للعلاقات العامة، اذ تقوم هذه المديريات في الجامعات بشكل عام بالمهام أو الوظائف الرئيسة التالية:

- العمل على تنسيق العلاقات بين الادرات المختلفة في الجامعة، أكاديمية وإدارية، لتحقيق الانسجام والتكامل لأن العلاقات العامة تبدأ من داخل الجامعة. .
- توثيق صلات وعلاقات أفراد أسرية بين الجامعة، أكاديمين وإداريين وطلبة بالمجتمع في الداخل والخارج للإفادة منها في شتى المجالات التي تحتاجها الجامعة ، وللانتشار بين مختلف شرائح المجتمع لنسج العلاقات معها .
- شرح سياسة الجامعة وفلسفتها وأهدافها وخطة عملها وأنشطتها للمجتمع المحلي والخارجي، وتعميم أي تطوير أو تعديل، والتأكد أن ما ينشر صحيح من جميع الوجوه.
- تزويد رئاسة الجامعة بالبيانات والمعلومات والتطورات التي تحدث في الرأي العام تجاه الجامعة بصدق، وبأثر خطتها وسياساتها دون تقليل او تضخيم .
- تنظيم زيارات متبادلة مع المؤسسات العلمية والثقافية والمهنية والإعلامية والجهات المعنية في سفارات الدول في البلاد وتزويدها بالنشرات التعريفية والثقافية التي تصدرها الجامعة .
- تنظيم زيارات لفعاليات المجتمع المحلي سواء اقتصادية كانت أم تعليمية أو صناعية للإطلاع على الامكانيات والأنشطة المختلفة التي توفرها الجامعة .
- التعاون مع الجهات المعنية في الجامعة لتذليل أية صعوبات يواجهها الطلبة ، وإزالة العقبات التي قد تعترضهم .
- الدعوة الى المؤتمرات الصحفية ، والإشراف على تنظيمها، وكذلك أية استطلاعات أو وسائل إعلامية عن الجامعة .

- المشاركة في الإشراف على إعداد النشرات والكتيبات، والأفلام التي تصدر عن الجامعة وتوزيعها.
- توزيع بطاقات الدعوة في المناسبات .
- تنظيم استقبال وإقامة برامج ضيوف الجامعة.
- المشاركة في الإشراف على مكتب الخريجين والقيام بالمهام اللاحقة .
- التنسيق مع الدوائر المختصة لتوفير احتياجات أنشطة مختلف الجهات في الجامعة.
- إعداد تقارير صحفية عن منجزات الجامعة سواء في اقرار برامج جديدة أو استحداث اقسام أو مختبرات أو مشاركة الجامعة في لقاءات او مؤتمرات دولية .
- إعداد ردود على ما قد ينشر من قضايا صحفية تتعلق بالجامعة.
- التنسيق مع وسائل الإعلام من إذاعة وتلفزيون ووكالة أنباء وصحف في مجال التغطية الإعلامية للفعاليات التي تشهدها الجامعة حيث تسهم الشعبة في إعداد التقارير.

4. دور العلاقات العامة في حل أزمات الجامعة

بالرغم من عدم وجود إدارة للعلاقات العامة بالمركز الجامعي إلا أن أغلب الموظفين أكدوا فعالية العلاقات العامة في مواجهة أزمات المؤسسة و هذا ما يؤكد الفرضية التي تعتبر أن مساهمة العلاقات العامة في إدارة الأزمة غير موجود، و هذا كله راجع لعدم استيعاب المفهوم و دوره و إسهاماته في تحسين و تطور المؤسسة، فوجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة داخل المؤسسة يسهل من توفير المعلومة في وقتها و متابعة الأحداث حتى نهايتها، و هذا العمل لا يتم إنجازه في غياب الإدارة المتخصصة للعلاقات العامة . و عليه تبقى العلاقات العامة كنظام تسيير فعال للمؤسسة من المصطلحات الغربية على إدارة المؤسسات الوطنية ، ما يعود بالسلب على الاتصال الداخلي لها قبل الاتصال الخارجي ذلك أن عدم استيعاب العلاقات الداخلية بين الأفراد داخل المؤسسة سيؤدي إلى نوع من الشرخ.

5. الاتصال الداخلي بالمركز الجامعي علي كافي-تندوف-

يمثل الاتصال الداخلي لأي مؤسسة الركيزة الأساسية في تطورها وتقدمها نحو الأحسن وبالنسبة للاتصال داخل المركز الجامعي فإنه يقوم بدورا هاما في ترابط العلاقات بين الأفراد من جهة وبين إدارات المؤسسة ونشاطاتها من جهة أخرى ، خاصة أن المؤسسة تقوم اليوم باتصالات عديدة هي بمثابة شكل من أشكال العلاقات العامة والمتمثلة في إقامة الأيام الدراسية داخل المؤسسة تحت إشراف أساتذة جامعيين في مختلف التخصصات ، وهذا قصد تبيان أهمية الاتصال الداخلي للمؤسسة ، والذي يساهم حتما في تقدمها بالإضافة إلى أنه مؤشر على نجاح الاتصال الخارجي مع الزبائن والمؤسسات الأخرى . فالعلاقات العامة بمفهومها العلمي هي التي تبدأ من داخل المؤسسة ، أي التي تعمل على إيجاد التفاهم والثقة بين العاملين بها، فمن غير المعقول أن تقوم المؤسسة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي من دون أن تكون العلاقات الداخلية جيدة ، وهذا ما أثبتته الدراسات الحديثة حول نفسية العامل داخل المؤسسة ، بحيث أن نفسية العامل أو الموظف داخل المؤسسة تلعب دورا هاما في سير العمل سواء كانت إيجابية أو سلبية.

6. مدى مساهمة العلاقات العامة في صناعة القرار داخل المركز الجامعي

أكدت نتائج البحث والاستقصاء أن المركز الجامعي لا يقوم بانجاز الدراسات والبحوث اللازمة ، وهذا ما يؤكد لنا أن دور العلاقات العامة يبقى محدودا في صناعة القرار بالمؤسسة وذلك لأن إدارة العلاقات العامة لم تتجسد بعد على أرض الواقع ما يمكنها من المساهمة في صناعة القرار داخل المؤسسة.

7. مدى مساهمة التكنولوجيا في تغيير صورة المؤسسة

إن استخدام التكنولوجيا الحديثة بالمركز الجامعي علي كافي-تدوف- لم يرق بعد إلى المستوى المطلوب وهذا نظرا للاستخدامات المحدودة لها في مجال المعدات والأجهزة المناسبة للعملية الاتصالية من جهة وفيما يخص الآلات المستخدمة في العملية الإنتاجية من جهة أخرى وعليه فإن عدم الممارسة الفعلية للتكنولوجيات الحديثة سيعرقل حتما من نشاط العلاقات العامة داخل أي مؤسسة .

8. العراقيل والمعوقات التي تواجه وظيفة العلاقات العامة في الجامعة:

أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة في الجامعات أثناء أدائها لعملها و تتلخص فيما يلي:

قلة الموظفين الحاملين لمؤهل علمي في العلاقات العامة: حيث أن عدم وجود حاملين لدرجة علمية متخصصة في العلاقات العامة تعتبر معيقا أمام أدائهم لعملهم.

تداخل الصلاحيات بين الأقسام أحيانا: وهذا الأمر جلي في دائرة التطوير والتخطيط.

قلة الوعي والدعم اللازمين لدور العلاقات العامة.

محدودية المعدات و الأجهزة الداعمة للعمل: من أجهزة تصوير وعرض و ما شابه، ويجب التنويه إلى أن معظم فعاليات الجامعة تستخدم فيها أجهزة العرض الخاصة بالكميات والأقسام الأخرى.

الإجراءات الروتينية مركزية القرار التي تحد من الإبداع لدى موظفي الجامعة و الابتكار.

إلغاء بعض الفعاليات و القيام بأنشطة طارئة تسبب خملاً في برامج الجامعة المخطط له وتسبب الإرباك.

خاتمة

خاتمة:

نظرا للدور الفعال التي تلعبه العلاقات العامة لتحقيق أهدافها في المؤسسات وخاصة المؤسسات الجامعية، التي تعتبر فيها تخصص ضمن فروعها، فهي تعد بمثابة همزة وصل بين الجامعة و جماهيرها الداخلية والخارجية، وكذلك تعتبر وجه الجامعة الذي تطل به على المجتمع الخارجي، فمن خلالها يتم التواصل مع مختلف المؤسسات والهيئات الأكاديمية العلمية على المستويات المحلية والعربية والدولية، وهي بذلك تنقل صورة الجامعة فكريا وثقافيا وعلميا عبر الوسائل الاتصالية المختلفة.

من خلال ما تقدم نستنتج أن العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية لها من الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية ما يؤهلها لأن تكون لها مكانة هامة داخلها، فهي تسعى لتحقيق أهداف الجامعة اتجاه جماهيرها وذلك من خلال:

- قيامها بالوظائف والصلاحيات الموكلة لها في الجامعة وامداد الإدارة العليا بكل ما يخص جماهيرها الداخلية والخارجية فهي بذلك تعتبر همزة وصل بين الإدارة العليا للجامعة و جماهيرها المختلفة .
- الإعتماد على الوسائل الإتصالية المختلفة التي تساعد على التواصل الدائم والمستمر بين جماهيرها .
- الإعتماد على الكادر البشري المؤهل علميا ويحتل درجات عالية، فهو بذلك يستطيع على تحقيق أهدافها.

على العموم تبقى هذه الدراسة قد سلطت الضوء على جوانب هامة من الظاهرة المدروسة، وفتحت آفاقا أخرى لدراسات علمية جديدة، فهي لم تلم بكل جوانب المشكلة بل هناك جوانب أخرى لا تزال بحاجة إلى دراسة، فموضوع العلاقات العامة موضوع متشعب، فبالرغم من تناوله في دراسات كثيرة، إلا أنه موضوع جديد في المؤسسات الجامعية ويحتاج إلى دراسات أكثر عمقا وتخصصا.

التوصيات:

- تعد العلاقات العامة من أهم مكونات المؤسسات والمنظمات على وجه العموم فهي حلقة الوصل بين الإدارة العليا والجمهورين الداخلي والخارجي ؛ لذا وجب على الإدارة أن توفر جميع الوسائل والمخصصات المالية الجيدة ومرونة اتخاذ القرارات ومشاركة الإدارة في صنعائها ؛ لتضمن بذلك قيام جهاز العلاقات العامة بأداء وظائفه على أكمل وجه وتحقيق أهداف المؤسسة.
- على جمهور الباحثين في حقل العلاقات العامة دراسة الوظيفة الاتصالية للجامعات الحكومية والخاصة من باب المقارنة لمعرفة مدى تطبيق الوظيفة الاتصالية وما هي الوسائل التي يستخدمونها، وأكثر هذه الوسائل فاعلية من وجهة نظر الطرفين.
- إن الاتصال من أهم وظائف العلاقات العامة ، لذا وجب على الإدارات في كافة المؤسسات التعليمية على وجه الخصوص أن تعزز من الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة وأن توفر لها كل الوسائل والأدوات التي من شأنها تسهم في أن تجعل العلاقات العامة حلقة الوصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي .
- لا بد من ضرورة إنشاء مصلحة تحمل اسم مصلحة العلاقات العامة والتعريف بها ووظائفها التي تقوم بها في الجامعات الجزائرية.
- تقديم الدعم اللازم لمصلحة العلاقات العامة لكي تقوم بدورها في تحقيق أهداف المؤسسات الجامعية وذلك بتوفير الإمكانيات المادية والبشرية لتفعيل نشاطها.
- تشجيع التفاعل والتعاون بين مصالح العلاقات العامة في الجامعات وبين المصالح الأخرى الموجودة فيها.
- تعتبر القوى البشرية أساس نجاح المؤسسات في تحقيق أهدافها، والجامعة كغيرها من المؤسسات هي مؤسسة تعليمية لها مسؤوليات كبيرة إتجاه جماهيرها، لذا وجب على الإدارات الموجودة فيها توظيف عدد كبير من العاملين يتميزون بخصائص تجعلهم قادرين على تحقيق أهدافها التعليمية والتنقيفية..... والسعي إلى تكوين صورة جيدة لها لدى جماهيرها الداخلية والخارجية.
- نظرا لفعالية مصلحة العلاقات العامة في التواصل مع جماهير الجامعة، توصي الدراسة بالمحافظة على الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها هذه المصلحة، كالمواظبة على إصدار

النشرات والكتيبات والتوسع في توزيعها و استمرارية المشاركة الفعالة في المناسبات والأحداث المميزة التي تعقد في رحاب الجامعات، مع ضرورة تفعيل قنوات الاتصال، والبحث عن كل ما من شأنه توثيق الصلة بالجمهور الداخلي والخارجي للجامعة.

➤ حسن إختيار وتدريب العاملين بالعلاقات العامة، ووضع المؤهلين في ميدان العلاقات العامة في الوظائف المناسبة لهم، ذلك أن العلاقات العامة تخصص قائم بذاته يدرس في الجامعات والمعاهد المتخصصة، لذلك يفترض على الأقل تدريب القائمين على العلاقات العامة لإبقائهم على إطلاع بكل ما يستجد في حقل العلاقات العامة وتعزيز قدرتهم في إجراء البحوث ومسوح الرأي العام للتعرف على و جهات نظر الجماهير المختلفة اتجاه الجامعة وسياستها.

➤ ضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول موضوع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي بحيث يؤخذ بعين الإعتبار الأطراف التي تستفيد من عمل العلاقات العامة في الجامعات سواء الجمهور الداخلي وأ الجمهور الخارجي.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1) محمود يوسف، مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، [د.م.]، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2004
- 2) الياس سلوم، تقنية العلاقات العامة، [د.م.]، دار الرضا للنشر، 2006
- 3) كليز أوستن، العلاقات العامة الناجحة، بيروت، لبنان، الدار العربية للعلوم، 1998
- 4) السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، مصر، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2001
- 5) عادل حسن، العلاقات العامة، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1984
- 6) جان شو ميلي، دني هو ميسمان، العلاقات العامة، مكتبة الفكر الجامعي، دط، بيروت، 1970
- 7) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة، 1988
- 8) محمد محمود الجوهري، دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1964
- 9) منال طلعت محمود: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2002
- 10) عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجية الاتصال والاعلام-أصوله ومبادئه، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005
- 11) محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007
- 12) محمد عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2005
- 13) عبد الناصر احمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة-بين النظرية والتطبيق، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009

- 14) محمد جودة ناصر، **الدعاية والاعلان والعلاقات العامة**، دار مجدلان للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008
- 15) علي جبار الشمري، **الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة**، العربي للنشر والتوزيع، 2011
- 16) محمد منير حجاب، **العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007
- 17) محمد منير حجاب، **الاعلام الاسلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002
- 18) المنجد الأبجدي: **دار المشرق والمؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري**، بيروت، ط8، 2006
- 19) ساعد كريمة، **العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية**، رسالة ماجستير في العلاقات العامة، قسم العلوم الانسانية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2011-2012
- 20) محمد العزازي، أحمد إدريس: **العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة**، المكتبة العلمية، مصر، 2007
- 21) إبراهيم العمري: **الإدارة "دراسة نظرية وتطبيقية"**، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، 1982
- 22) خضير شعبان: **مصطلحات الإعلام والاتصال**، دار اللسان العربي، الجزائر، ط1، 2000
- 23) Philippe malavale et jean marc décaudin : **penta com– communication: théorie et pratique**, pearson éducation, France

