

واقع الجامعات العراقية في ظل العلاقات العامة

من منظور الإدارة الجامعية -دراسة تقييمية-

م.د. علي صادق داوود(*)

ali.sadek1003a@comc.uobaghdad.edu.iq

مقدمة:

إن اوضاع الحياة تفرض ان لايعيش الانسان بطبيعته في عزلة عن الاخرين، بل يجب ان يعتمد إلى الاتصال بهم والتعاون معهم، ومشاركتهم الحياة، وفي اعقاب ذلك (الاتصال، والتعاون، والمشاركة) فان ذلك الانسان اما ان يترك اثراً سلبياً او ان يترك واقعاً ايجابياً لدى الاخرين. فلو فرضنا: انه ترك واقعاً ايجابياً، فان ذلك سيساعده على انجاز اعماله واشغاله بسرعة وبأقل جهد والعكس صحيح وعلى وفق ذلك فان تأقلم الافراد والجماعات مع ذلك الواقع الاجتماعي يعد امراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه، وذلك خدمة للمصلحة العامة، والامر نفسه يكون مع اي منظمة او مؤسسة، اي ان تلك المؤسسة او المنظمة لايمكنها ان تعيش بعيداً عن الجمهور وعن واقع المجتمع المحيط به اذ ما علمنا انها تكون بحاجة ماسة اليه وبالمقابل لا يمكن ان يستغني هو عنها وذلك يعني انه لا بد من وجود علاقات طيبة وحسنه فيها بينهما فضلاً عن ان يتعرف احدهما إلى اهمية ودور الاخر في المجتمع فمن دون تلك الاواصر والعلاقات مابين المنظمات والجهود المرتبط بها او المجتمع المستوعب لها فانه لا يمكن ان يكون هنالك سلام واستقرار اذ ما ادركنا انه كلما كبر حجمها ازدادت المسافة مابينها وبين جمهورها والمجتمع المحيط بها ومن ثم اصبحت الحاجة ضرورية للتعرف إلى الاراء والاتجاهات التي تتكون لدى الافراد والجماعات وذلك لرسم سياستها واستراتيجيتها على اساس مايلانها ثم تعتمد إلى شرحها وذلك لكسب ثقة الجمهور واحترامهم وتأييدهم وهو ما تصبو ادارة العلاقات العامة إلى تحقيقه علماً ان العلاقات العامة - ومن وجهة نظر علمية- تعد ظاهرة اجتماعية تعتمد في انشطتها على العمليات التفاعلية لغرض العثور على التأثيرات السايكولوجية المرتبطة بالدوافع والضرورات البشرية فضلاً عن الحاجات الشخصية الانسانية ومقوماتها وعلى وفق ميول اولئك

(*) كلية الإعلام/ جامعة بغداد.

الأفراد وبتجاهاتهم المختلفة يمكن قياس أساليب تلك الاتجاهات وطرائق التأثير فيها لذلك فإن تلك الاتجاهات تستند إلى تفعيل عناصر أساسية في تنظيم إدارة أنشطتها وأن تلك العناصر تتمثل بـ (البحث العلمي، والتخطيط والتنسيق، والاتصال، فضلاً عن التقويم) وذلك لتحقيق تأثيرات معينة في أنماط سلوك جمهور معين لتحقيق أهداف محددة سلفاً وهو ما يمكن تسميته بـ (هندسة السلوك) في بعض الأحيان إذا ما عرفنا أن العالم الأمريكي (SKINNER) يعد أول من أطلق تلك التسمية في العام ١٩٥٥م بقصد المماثلة مع الأساليب التقنية الأخرى والتي يستخدمها المهندسون. أما فائدتها فتكمن في تسخير تلك الأساليب وتفعيلها في إدارة التصرفات الانسانية وضبط السلوك ومن ثم السيطرة عليها إذ ما أدركنا أن العلاقات العامة تعد ركناً أساسياً من أركان عمل المؤسسات في الوقت الحاضر وذلك لكونها تتصف بخصوصية أكثر في المؤسسات الحكومية بسبب المسؤوليات والأعباء الضخمة إزاء أفراد المجتمع ناهيك عن الضرورة الملحة لإقامة علاقات يسودها الوئام ما بين المنظمة والجمهور عبر عرض الحقائق والمعلومات والأهداف الخاصة بالمنظمة فضلاً عن سياستها على الجمهور وإقناعه بأهمية ما يتم بذله وتقديره من تلك المؤسسات الحكومية وذلك لخدمة برامجهم وخططهم.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الإدارة الجامعية.

The Reality of Iraqi Universities in the Shadow of Public Relations: an Evaluative Study in the view of University Management

Dr.Aly Sadiq Dawod

Abstract:

The conditions of life dictate that a person by nature does not live in isolation from others. Rather, he must intend to contact them, cooperate with them, and share their life, and in the aftermath (communication, cooperation, and participation), that person either leaves a negative impact or leaves a positive reality on If we assume: that he left a positive reality, this will help him to accomplish his work and occupy him quickly and with minimal effort and vice versa. Accordingly, individuals and groups adapt to that social reality after a

necessary and indispensable matter, and that is in the service of the public interest. Any organization or institution, that is, that institution or organization cannot live far from the public And about the reality of the surrounding community, as what we have learned is that it is in dire need of it and in return it cannot be dispensed with, which means that there must be good and good relations in it between them, as well as for one of them to know the importance and role of the other in society, without those ties and relationships between the organizations and the associated efforts There can be no peace and stability in it, or the society that is invested in it, because it is not possible for us to realize that the greater its size, the greater the distance between it and its audience and the surrounding community, and then the need becomes necessary to know the opinions and trends Which is formed with individuals and groups in order to draw its policy and strategy on the basis of what suits it and then intend to explain it in order to gain the confidence, respect and support of the public, which is what the Public Relations Department seeks to achieve, noting that public relations – and from a scientific point of view – is a social phenomenon that depends in its activities on interactive processes for the purpose Finding psychological influences related to human motives and necessities as well as on personal human needs and their constituents. According to the inclinations of those individuals and their different orientations, the methods of those trends and the methods of influencing them can be measured.

Therefore, these trends It is based on activating basic elements in organizing the management of its activities and that these elements are represented by (scientific research, planning and coordination, communication, as well as evaluation) in order to achieve certain effects on the behavior patterns of a specific audience to achieve predetermined goals, which can be called

(behavior engineering) in some Sometimes if we know that the American scientist (SKINNER) is the first to launch that name in the year 1955 AD with the intention of analogy with other technical methods used by engineers.

As for its usefulness, it lies in harnessing and activating these methods in managing human behavior and controlling behavior and then controlling it, as we realized that public relations is a basic pillar of the work of institutions at the present time because it is more special in government institutions because of the responsibilities and huge burdens towards members of society, not to mention On the urgent necessity to establish harmonious relations between the organization and the public by presenting the facts, information and goals of the organization as well as its policy to the public and convincing him of the importance of what is being done and presented by these governmental institutions in order to serve its programs and plans.

Key words: public relations, university administration.

المحور الاول: الإطار المنهجي للبحث:

سيعمد الباحث في هذا المحور إلى تناول ما يأتي:

اولاً- إشكالية البحث:

إن مفهوم (العلاقات العامة) قد شهد تطوراً في الكثير من دول العالم وظهر دورها في العديد من المؤسسات الحكومية والخاصة غير ان دور تلك العلاقات مازال محدود في تلك المؤسسات ومنها (الجامعات) وايضاً الكثير من المسؤولين واصحاب الاعمال لا يولون العلاقات العامة الاهتمام المطلوب وذلك لعدم معرفتها بلاهمية القائمة على انشطتها وحملاتها الدعائية التي اصبحت تقام في الكثير من دول العالم اذ ما علمنا: ان العلاقات العامة وفقاً لنا تقدم تعد صناعة هذا القرن وذلك عبر الاستفادة من وسائل الإعلام كافة المتطورة لتعريف الشعوب باهداف الدول وسياساتها فضلاً عن مدى اسهامات تلك الدول بالاستقرار ولازدهار العالميين وعلى وفق ذلك الطرح فان (مشكلة او اشكالية البحث) قد تبلورت من الغموض وعدم الوضوح الذي يحيط بعملية ادارة نشاط العلاقات العامة في العمل الجامعي اذف إلى ذلك ان اغلب الباحثين الذين

تصدو الواقع العلاقات العامة في العراق لم يتوصلوا إلى تعميم واضح ودقيق لبيان اطار وماهية نشاط تلك العلاقات كالقيادات الادارية.

ثانياً- اهمية البحث

ان اهمية هذا البحث تكمن في اجراء دراسة لبيان وظيفة العلاقات العامة التي تواجهه وتعاني الكثير من المشكلات ومنها (غموض مفهومها، وتداخل وظائفها، وتشتت مدخلاتها ومخرجاتها) لذلك فان الوصول إلى وضع مفهوم وافي لوظيفة العلاقات العامة ناهيك عن تحديد مدخلاتها ومخرجاتها يستند إلى دراسة (الادارة الجامعية) على وفق مستوى القيادات الادارية ومعرفة اتجاهات اولئك ازاء مزاوله نشاط العلاقات العامة فضلا عن تنامي اهميتها في المؤسسات خاصة في الجامعات يكون نابعاً من المشكلات المعقدة التي تواجهها ومن ثم العمل على دراسة تلك المشكلات والاطلاع ليها لفهمها بالكفاية المطلوبة ووضع الحلول المناسبة لها اذ ما ادركنا ان من دون العلاقات العامة تظل انشطتها في واد وجمهورها في وا اخر.

ثالثاً - أهداف البحث:

لا بد من وجود اهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها، ويمكن إجمالها بالآتي:

١. الكشف عن أهمية وجود إدارة متخصصة ومستقلة للعلاقات العامة في الجامعة.
٢. توضيح مدى أهمية الداعمين : المادي والمعنوي للذان يجب ان تحظى به ادراة العلاقات العامة من الادارة العليا في الجامعة.
٣. التعرف إلى الاهداف والوظائف، فضلا عن الانشطة التي تمارسها إدارة العلاقات العامة في الادارة الجامعية.
٤. التعرف إلى واقع عمل العلاقات العامة في الادارة الجامعية بالجامعة المستنصرية.

رابعاً - منهج البحث:

لقد فرضت طبيعة مشكلة البحث التي ولها الباحث في بحثه هذا استعمال عدة مناهج، وذلك على وفق مايتطلبه البحث، ومنها: (المنهج الوصفي) الذي لايتوقف عند تحديد ملاقح المشكلة، ومن ثم وصفها وصفاً علمياً، بل يتجاوز ذلك إلى محاولة البحث عن اسبابها الحقيقية، فضلاً على استعمال (المنهج المسحي) بوصفه يعد احد اساليب الدراسات الوصفية ناهيك عن عده نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من

المفردات البشرية أي أنه يعد أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حاله الأفراد وسلوكهم وانطباعاتهم ومشاعرهم واتجاهاتهم.

المحور الثاني: التأطير الفكري للعلاقات العامة:

قبلولوج في توضيح التأطير الفكري للعلاقات العامة سنعمد إلى استعراض ماهية تطورها التاريخي إذا ما علمتها أن تطور العلاقات العامة بدأ عن طريق الاهتمام بالرائي الآخر وذلك عبر تبادل المنفعة مابين المنظمات والجمهور بعده هدفاً فضلاً عن دورها المهم في الجهات الربحية وغير الربحية عن طريق تزويد متخذي القرار بالمعلومات الصحيحة عن ما يودون معرفته عن الواقع المحيط بهم لتكون هنالك قائمة أساسها الشراكة مابين طرفين وهدفها الربح ومن ثم تبلور دور العلاقات العامة لتصبح الموجه الأمين والناصح الحريص للقيادات العليا في المنظمات والمؤسسات التي ينتمون إليها إذ ما علمنا أن إدارة العلاقات العامة عادة ماتكون خاضعة لقائد المنظمة أو المؤسسة أو تكون مرتبطة به لتكون بتماس مباشر مع صاحب القرار ومن ثم الحصول على دعمه اللازم للقيام بمسئولياتها الملقاة على عاتقها^(١).

أن العلاقات العامة الحديثة التي تهدف إلى الموائمة بين مصلحة المؤسسة وجمهورها المؤثر فيها لم تظهر إلا في القرن العشرين غير أن الباحث في عمق التاريخ يلحظ أن العلاقات العامة ظهرت منذ القدم وذلك عن طريق حاجة القبائل البدائية آنذاك للإعلام لغرض إدارة مصالحها ورعايتها والحفاظ على ديمومتها وبقائها إذا ما عرفنا أنه كان على رئيس القبيلة تقع مسؤولية حشد الراي العام عند ما يتطلب الأمر ذلك إذ يعد الأشوريون هم أول من عرفوا النشرات المصورة فيها اهتم المصريون القدماء بالسيطرة على أفكار الجمهور وإثارة مشاعره مستخدمين شيء الأساليب للتأثير في الراي العام إذا ما أدركنا أن الإسلام عرف المبادئ الأساسية للعلاقات العامة في وقت كانت فيه أوروبا تغط في سبات عميق يسوده التخلف والجهل إذ أخذت أي العلاقات العامة-منحاً اعم واشمل من التأثير السياسي في الراي العام وقد تضمنت تلك الشريعة الإسلامية كل الأصول الأخلاقية السليمة التي يستند إليها في العلاقات العامة فضلاً عن تنوع وسائل نقل المعلومات ونشرها في عصر الإسلام إذ كان العاملون على القرآن الكريم يعمدون إلى رسم المناهج الأساسية والمبادئ العامة القويمية لممارسة العلاقات العامة ويعملون على تحديد النظم السليمة التي تؤدي إلى ضمان

سلامة متطلباتها فضلاً عن استقامتها لممارسة العلاقات العامة ناهيك عن الأهمية البالغة بفن التعامل مع جمهور إذا ما علمنا أن أساليب ممارسة العلاقات العامة في العصر الإسلامي قد تطورت وفقاً لآليات وطرق جديدة تم استعمالها لكسب الراي العام^(٢). وبشكل خاص فإن العلاقات العامة في العصر الحديث قد شهدت تطوراً على جميع الصعد والمجالات كافة وذلك بعد الثورة الصناعية التي أدت إلى خلق أوضاع جديدة لم يكن الجمهور مدركاً لها وهو مادي إلى ظهور تفاعل وتعامل جديدين مع الجمهور وعمل أساس ذلك ظهر مصطلح (العلاقات العامة) في العام ١٨٨٢م على يد (دورمان ايتون) وبعد ظهر (إيفي لي) والذي لقب (أبو العلاقات العامة) عند ما أطلق مصطلح (العلاقات العامة) على مجموعة من الوظائف والأعمال في مجال شركات الأعمال إذ ركز في اعلام الجمهور بأمانة وصدق ووضوح ولو كان من ضمن ذلك الاعتراف بالغلط وذلك في اعقاب العام ١٩٢١. (٣)

- مفهوم العلاقات العامة:

تعد تطور مصطلح (العلاقات العامة) تطوراً طبيعياً مقرون بتطور علم العلاقات العامة واخذ يجدد ماهية ذلك المصطلح بالرغم من التباين ما بين الاتجاهات والمدارس التي أخذت على عاتقها مسؤولية تعريف ذلك المفهوم . فقد عرفت الجمعية الدولية (العلاقات العامة) بأنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر وإن الهدف منه يمكن في كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم والحفاظ على ثقتهم عن طريق المؤسسات والهيئات العامة والخاصة^(٤):

١. تقويم الراي العام المتعلق بهم لغرض ربط سياستها وإجراءاتها قدر المستطاع .
٢. تحقيق تعاون مثمر أكثر ومقابلته المصالح العامة بدرجة أكثر كفاية وكفاءة عبر تخطيط ونشر المعلومات.

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت مفهوم - العلاقات العامة - بأنه: نشاط موجه لبناء وتدعيم علاقات سليمة ومنجزة ما بين المؤسسة وجمهورها كالعلاء والموظفين والمساهمين وذلك لغرض تسهيل عملية صياغة سياستها على وفق الأوضاع الميطة بها ومن ثم شرح تلك السياسة للمجتمع. فعلى الرغم من التباين الموجود ما بين الاتجاهات العامة والمدارس الفكرية تجاه تحديد المفهوم، غير أننا نلاحظ : إن هنالك بعض التوافق يوجه النظر بخصوص مفهوم (العلاقات العامة) بين

الباحثين، إذ يرى المختصون الإداريون : إن العلاقات العامة تعد وظيفة إدارية متميزة تساعد على خلق خطوط اتصال تبادلية والحفاظ عليها، وكذلك إحداث (الفهم، والقبول، والتعاون) ما بين المنظمة وجمهورها، إذ ما علمنا : إن الإدارة العليا تساعد على معرفة وإدراك اتجاهات الرأي، والاستجابة، وهي بذلك ترشد إلى مسندليتها عن خدمة مصالح الجمهور، اصف إلى ذلك تساعد العلاقات العامة الإدارة على تطبيق واستعمال التعبير بفعالية، كما انها تعد بمثابة إنذار مبكر يساعد في توقع الاتجاهات إذا ما عرفنا : إن العلاقات العامة تستخدم اساليب وفنون الاتصال الجيدة والاخلاقية

فيما تقدم الجمعية الفرنسية تعريفاً لـ(العلاقات العامة) (٥):

إنها الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها ما بين أعضائه والجمهور المختلف الذي ينتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من العلاقات الاجتماعية والاقتصادية التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها (٦).

وقد وصفت (العلاقات العامة) بأنها: نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منظمة أخرى في تدعيم وبناء علاقات سلمية منتجة بينها وبين فئة من الجمهور: كالعلماء أو المواطنين أو المساهمين أو الجمهور، في حين يرى آخرون: إن العلاقات العامة هي: العلم الذي يتناول سلوك الأفراد والجماعات بالدراسة العلمية والموضوعية لغرض تنظيم العلاقات الانسانية على أسس من الوعي والتعارف والمحبة، إذ نستطيع ان نستشف مما تقدم من التعاريف المذكورة أنفأ العناصر والمبادئ الآتية:

١. تعكس العلاقات العامة وجهة نظر الجمهور، أي انها تعمل لغرض كسب رضاه، إقامة التواصل المستمر .
٢. تخضع العلاقات العامة في إطار انشطتها إلى عملية التخطيطين : المستمر والمنظم.
٣. ان العلاقات العامة هي: نشاط تفاعلي يكون موجود إذما يكون هنالك تفاعل إنساني .
٤. تعد العلاقات العامة بمثابة وظيفة ونشاط إداري إتصالي .

تعد (العلاقات العامة) احد مرتكزات بناء الافراد والهيئات والمؤسسات ونجاحها والتي تهدف إلى تحقيق اهداف خدمية او ربحية وذلك يتضمن ايه جهة تحاول تجميل صورتها وتحسينها لدى الجمهور المستهدف اذ ما علمنا ان العلاقات العامة يجب ان تكون احدي سماتها المهمة (الصدق) في عملية نقل المعلومة الحقيقية والاكيدة غير المشوهة وذلك لكسب ثقة الجمهور بمصدر تلك المعلومة.

ولما تقدم يمكننا تحديد الاهداف الرئيسية من عملية ممارسة نشاط العلاقات العامة وذلك على الاساس الاتي^(٧):

- تشجيع العلاقات الانسانية في محيط المؤسسة مع العاملين فيها وتقوية او اصر التفاعل الاجتماعي فيما بينهم ومن ثم في برامج الدعاية الاجتماعية الملائمة فضلا عن تحقيق التفاهم المشترك ما بين العاملين في المؤسسة .
- التأثير في اتجاهات وميول الجمهور المستهدف على وفق الاساليب والوسائل المتوفرة وبما يلاءم اهداف المؤسسة التي تحاول تحقيقها عبر العلاقات العامة.
- تحسين علاقة المؤسسة بالمجتمع والعمل على دفع عملية التنمية سواء اكانت اجتماعية ام سياسية ام صناعية وذلك لتحقيق الاهداف المنشودة للعلاقات العامة وانشطتها .
- تقوية ثقة الجمهور بالمؤسسة ودعمها وبناء بسمعة طيبة عبر زيادة فهم ذلك الجمهور لما تعنيه رسالة المؤسسة واهدافها وانجازاتها فضلا عن دورها في العمل المصلحة المجتمع وذلك بروح المسؤولية الاجتماعية.
- خلق الاجواء الملائمة والمناسبة على ضوء التخطيط لانشطة العلاقات العامة تجاه موضوع معين.
- التنبؤ بالازمات والتهيو لتلافيها وايجاد الحلول المناسبة لها على ضوء التكيف مع تلك الازمات سواء اكانت طارئه ام متوقعة.
- التعرف إلى الرأي العام ومن ثم تقويمه وذلك عبر اخضاعه للدراسات والبحوث العلمية على وفق استطلاعات الراي العام.

نستشف مما تقدم ان العلاقات العامة هي؛فعالية اتصالية تستند في ممارسة عملها إلى الوظائف الادارية (البحث العلمي، التخطيط، التنسيق، الاتصال، فضلا عن

التقويم) وذلك لغرض توطيد الصلة ما بين المصدر (فرد، هيئة، مؤسسة) والمستقبل (جمهور داخلي او خارجي) على ضوء توظيف وسائل واساليب الاتصال لخلق صورة ايجابية لدى المستقبل تجاه المصدر لتحقيق اهداف معينة (خدمية، اقتصادية، اجتماعية، سياسية).

لقد شهد العصر الحديث تطوراً هائلاً في اساليب ووسائل الاتصال والتي يمكن القول معه اننا نعيش عصر المعلومات اذ ما علمنا ان تلك اثر في نشاط العلاقات العامة التي تستخدم تلك الاساليب والوسائل التكنولوجية وتوظيفها للاتصال في اداء مهامها وانشطتها اذا ما عرفنا انه بذلك اتاح لادوات العلاقات العامة او صناعات افضل لممارسة تلك الانشطة فضلاً عن قدرات اكبر في عملية التبادل السوي للمعلومات ونقلها وكذلك الافكار والتخطيط السليم لبرامج العلاقات العامة اذ ما ادركنا ان العلاقات العامة استطاعت في اثناء عملية التطور تلك ات تسخر اساليب ووسائل الاتصال المعروفة والمتوفرة لتحقيق اغراضها ومع ظهور اساليب ووسائل جديدة في ظل تقنية الاتصال الحديثة فلا بد للعاملين على أنشطة العلاقات العامة السعي الحثيث لتوظيف ذلك التطور لغرض استعمال خططها وبرامجها وتوظيفها للتوظيف الصحيح والسليم .

وستعمد فيما يلي إلى استعراض مجموعة من الاساليب والوسائل الحديثة والمتبعة في تقنيات الاتصال والتي تسهم في عملية ممارسة أنشطة العلاقات العامة على وفق الاتي^(٨):

١- شبكة المعلومات العالمية (الانترنت):

ان شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) لها مردود وتأثير هائل في وسائل واساليب الاتصال كافة اذ تعد اداة للعلاقات العامة علماً ان هنالك الكثير من المفاهيم الفنية والمصطلحات الموجودة عبر الانترنت تشتمل على موضوعات مثل (ارسال البريد الالكتروني للاخرين، وانشاء العنوان الخاص بالمنظمة، والقواعد الخاصة بتشغيل النظام ونقل المستندات المعقدة واعتماد انظمة وهياكل المجموعات الاخبارية) اذ ما علمنا ان الانترنت يستخدم في أنشطة العلاقات العامة على وفق الطرائق الاتية:

أ- البحث : وذلك التعرف إلى الاساليب والتطورات والطرائق والخدمات المنافسة، فضلاً عن المنتجات، ناهيك عن آراء الجمهور والمنافسين والمجتمع، إذ ان عملية البحث

في الانترنت تعد الاساليب المهمة في جمع المعلومات والبيانات عن جماهير المنظمة واتجاهاتهم وميولهم.

ب- الاتصال: إن شبكة الاتصال توفر ما يعرف بـ(الاتصال الرقمي) سواء اكان ذلك الاتصال الكترونياً عن طريق البريد الالكتروني أم عن طريق الهاتف، إذ تتميز تلك الطريقه بـ(السرعة الفائقة، والكفاية العالية، والاستعمال الحر والفعال في نقل الرسائل الاتصالية نشاط العلاقات العامة من دون الاهتمام بعامل الزمن او الحجم او المسافة).

ت-المؤتمرات عن بُعد وسيلة (المؤتمرات عن بُعد) من الوسائل الحديثة، والتي تستخدم الاتصال الالكتروني ما بين عدة اشخاص في مكانين مختلفين او اكثر، إذ تمتد تلك المعلومات والبيانات والآراء التي يقدمها المشاركون في المؤتمر عبر المسافات البعيدة بإذ لا تحتاج إلى أي طرف من اطراف العملية الاتصالية في تلك الوسيلة إلى استعمال الاتصال المواجهي لتحقيق اهداف الاجتماع، إذ يمكن استعمال ذلك الاسلوب . اي المؤتمرات عن بُعد . في ممارسة نشاط العلاقات العامة في كل مواقف الاعمال والمشاريع والخطط، وإدارة الازمات الطارئة او عقد المؤتمرات الصحفية بما يحقق الاهداف المنشودة لنشاط العلاقات العامة، إذ ما ادركنا: إنه غالباً ماتتجه (المؤتمرات عن بُعد) إلى الجمهور الخارجي للمنظمة لغرض توضيح سياسة ما أو شرح موقف يخص المؤسسة.

ث- القنوات التلفازية الفضائية : إذ يجمع الباحثون على ان العلاقات العامة قد إنتشرت إنتشاراً واسعاً، وذلك بسبب ظهور التلفاز الفضائي، إذ ما علمنا: إنه يجمع ما بين الكلمة المكتوبة والمسموعة والصورة والحركة، ناهيك عن إنتشاره الواسع، وتنوع برامجه إلى جانب جذبه لانتباه الجمهور، والتأثير في سلوكه وحياته، وان ماكان مستحيلا في عالم الاتصال بالامس اصبح اليوم واقعا ملموسا وممكنا، إذ تقلص البُعد الجغرافي، وزال الفاصل الأمني، واصبحت تقنيات الاتصال الحديثة تقفز من فوق الحوافز وتخرقها، كما أصبحت مصادر المعلومات مهما تباعدت المسافة الجغرافية بينها، فإنها تكون داخل ساحة اعلامية واحدة إذا ما عرفنا: إن التلفاز أسهم في إحداث تلك التغيرات الجذرية، إذ أصبح البث المباشر عبر الاقمار

الصناعية متاحاً للجمهور، إذ يستطيع ذلك الجمهور من استقبال الاتصال الفضائي بصورة مباشرة .

ج- الفيديو تكس: يُعد الفيديو تكس احد انظمة المعلومات والاتصال الحديثة، إذ ما علمنا: إنه عبارة : وسيلة تفاعلية تُتيح استرجاع المعلومات بصورة فورية للمستفيدين، كما يمكن ان يقدم طرائقاً جديدة وفعالة لإدارة الاعمال وصناعة النشر، علماً إن ذلك النوع من الانظمة يُعد إتصلاً ذو إتجاهين، إذ يمكن توظيف تلك الوسيلة في نشاط العلاقات العامة عن طريق إعداد البيانات التفصيلية والمهمة عن المنظمة وانشطتها، ومن ثم توفيرها للجمهور بما يساعد على ادامة الصلة مابين الطرفين .

ح- التليتكست : هو أداة إتصال الكترونية تعتمد على استعمال قناة تلفازية لبث البيانات إلى اجهزة الاستقبال إذ بالامكان استعمال قسم صغير من القناة الرقمية لا لنقل الاصوات بل لنقل معطيات من طراز النص البعيد، إذا ما عرفنا: إن التليتكست يضمن نقل البيانات والمعلومات والجداول والاعلانات المختلفة، وفي الوقت نفسه يُعد وسيلة على عكس وسيلة الفيديو تكس، والتي تكون ذات اتجاه واحد، إذ يمكن لممارس العلاقات العامة ان يوظفها على ضوء استعمال المعلومات الهائلة والمتنوعة التي يوفرها التليتكست في تخطيط وتنفيذ برامج العلاقات العامة.

٢- التنظيم الاداري للعلاقات العامة:

هنالك العديد من الهياكل الادارية للعلاقات العامة شأنها في ذلك شأن اي ادارة داخل المنظمة .ولكن ذلك الجهاز يعد اكثر خطورة من غيره وذلك من إذ الدور الذي يؤديه في التحكم في العمليات الاتصالية التي تتم مابين المستويات الادارية العليا والوسطى والدنيا وكذلك تشكيل الصورة البراقة للمؤسسة بالنسبة للجمهورين الداخلي والخارجي، إذ ما علمنا ان هنالك بعض المؤسسات ترى بضرورة وضع العلاقات العامة في الادارة الوسطى نظراً لما يمكن ان تؤديه مثل تلك الادارة في اجراء اتصال ناجح مابين الادارة العليا والدنيا ولكن يجب وضعها في مستوى الادارة العليا لسببين هما^(٩):

الاول: الدفاع عن المؤسسة ضد اي استقطاعات مادية يمكن ان تؤثر في اداء ذلك الجهاز الايصالي.

الثاني: كنتيجة للسبب الاول يمكن لادارة العلاقات العامة ان تدافع عن العاملين في الادارة المباشرة (الادارة الدنيا) ضد تغت الادارة العليا.

ان وضع العلاقات العامة في الهيكل الاداري يمكن ان يأخذ وضعه الصحيح على وفق اقتناع الادارة العليا بأهمية تلك الادارة اذ ما علمنا ان هنالك بعض المؤسسات تعد العلاقات العامة ليست اكثر من ادارة للدفاع عن المؤسسة في اوقات الازمات مادامت المؤسسة لاتتعرض لازمات.

ان العلاقات العامة ليس لها اهمية ومؤسسات اخرى تعدها ادارة تنفيذية تقع في المرتبة الاخيرة بالجهاز التنفيذي ولاداري لوضعها في محل مشاركة مع ادارات اتخاذ القرارات ليس اكثر فهي تعد ادارة اتصالية علماً ان هنالك اخرين لايعترفون اساساً بتلك الادارة ولا يملكون ادنى علم بالدور الذي يمكن ان تقوم به تلك الادارة بالنهوض بامؤسسة اذ تجدد الاشارة إلى انة يجب ان تعمل ادارة العلاقات العامة كفريق عمل يسعى لتحقيق اهداف عامة يتلخص عنها اهداف تفصيلية بمجملها تحقق الهدف العام للمؤسسة وكذلك تعمل -ادارة العلاقات العامة- في اطار مراعاة مصلحة المجتمع وايضا من ادوارها الاخرى التواصل مابين كل مؤسسة وفروعها اذ يمكن ان نلاحظ ان بعض العاملين ليس لهم علم بفرع مؤسستهم التي يعملون فيها. فعندما توجيه سؤال إلى احدهم فحواه ما فروع مؤسستكم التي من الممكن التواصل معها ؟ فان جواب: لا أعرف.

وهنا يأتي دور العلاقات العامة اذ يتم تقصي الحقائق لتحقيق صورة بينية جيدة إذ تقوم بعض المؤسسات بتقصي الحقائق بخصوص مؤسسات اخرى وذلك لمعرفة نقاط القوة ونقاط الضعف التي تميز عمل المؤسسات الاخرى المنافسة وعليه يمكن ان نضع العلاقات العامة كأداة ضمن الادارات ذات الثقل في اتخاذ القرارات الاستراتيجية والتي يمكن ان تصطلح بالوظائف الاتية (١٠) :

- أ- التخطيط والبرمجة: يقع التخطيط والبرمجة وانطلاقاً من النتائج التي توصلت اليها ادارة العلاقات العامة عبر وضع خطط متوسطة وطويلة المدى في محاولة منها الترويج صورة جيدة للمؤسسة تكون مغايرة لصورة المؤسسات المنافسة.
- ب- الاتصال والتنفيذ: حتى تتمكن عملية التخطيط من تحقيق النجاح فعلى ادارة العلاقات العامة من القيام بتوظيف مجموعة من الوسائل الاتصالية بحسب المدى

الزمنية التي تستغرقها الخطّة ومن تلك الوسائل (الاجتماعات، المؤتمرات، اللقاءات) في كل مؤسسة اذ يجب على ادارة العلاقات العامة تبني فكرة التعارف ما بين افراد المؤسسة الواحدة عن طريق اللقاءات والاجتماعات خارج نطاق العمل من شأنه ان يجدد النشاط والطاقت ويزيد من التعارف ما بين الافراد ومثل تلك الاساليب التي تشرف عليها العلاقات العامة تعتمد إلى تقوية الروابط الاجتماعية ما بين افراد المؤسسة الواحدة اذ يتعارفون على بعض وربما تنشأ فيها بينهم صداقات حميمة وجديدة وربما تكون هنالك علاقات تجارية اذ ما علمنا ان تلك الاجتماعات يمكن ان تكون مكاناً لمعرفة الكثير عم خصوصيات العاملين بالمؤسسة .

إن الخطوة الاخيرة في برنامج العلاقات العامة تكمن في تنفيذ وتطبيق الاساليب المختلفة اذ ما ادركنا ان الاسلوب في العلاقات العامة يقصد به الاستعمال الذكي والرشيد لادوات والوسائل التي يستعان بها لنقل الافكار والاختيار لغرض تهيئة اذهان الجمهور لتقبل فكرة معينة قبولاً حسناً.

المحور الثالث: الادارة الجامعية:

سيعمد الباحث فيما يأتي توضيح ماهية الادارة الجامعية على وفق الاتي:

- كينونة الادارة الجامعية:

يحظى موضوع (الادارة) بأهمية كبيرة في المجتمعات الحديثة اذ ما علمنا ان الدور المهم الذي تصطلح به تلك الادارة يعد من اهداف المؤسسات وغايتها ان العالم اليوم يعيش عصر الادارة العلمية الحديثة بأبعادها كافة والتي يطلق عليها بعض المفكرين تسمية (عصر الثورة الادارية) اذ لم يعد هنالك مجالاً لنجاح اية مؤسسة الا اذا تم ادارتها على اسس الادارة العلمية الحديثة علماً ان منظومة التعليم في الاونة الاخيرة واجهت وتواجه تحديات وضغوطات متواصلة نتيجة لاصداء ثورة التكنولوجيا الحديثة ومن ثم ادت إلى حدوث سلسلة من التغيرات الجذرية التي طرأت على العلاقات الانسانية اذ ما ادركنا ان ذلك التطور السريع الذي شهدته الادارة الحديثة ادى إلى مدى حاجة تلك الادارة إلى ادارة جامعية يكون لها اثراً كبيراً في نجاح العملية التعليمية فمن دون تلك القيادات المسؤولة والواعية فانه بتعذر على المؤسسات التعليمية القيام بتحقيق اهدافها التعليمية والتربوية على وفق مخطط لها اذا ما عرفنا ان هنالك

اتجاهات جديدة قد ظهرت في الادارة الجامعية عبر العناية بالمجالات كافة ذات الصلة بـ(العملية التعليمية) فكانت الادارة بوصفها مهارة في القيادة والعلاقات الانسانية وتهيأة الاوضاع المناسبة للعمل وكذلك في تنظيم العمل الجماعي القائم على اساس ومبدأ التعاون^(١١).

وبناءً على ماتقدم فقد ظهر مفهوم جديد للجامعة ووظيفتها والذي تمثل في عد الجامعة احدى مؤسسات المجتمع والتي لابد لها من المساهمة في ايجاد حلول لمشكلات ذلك المجتمع وتحقيق اهدافه فضلا عن اداء وظيفتها الاساسية والمتمثلة بنقل التراث الثقافي من الابداء إلى الابناء فظهرت بوادر الاهتمامات الاولى والتي هي تكمن في مسألة(القيادة).

إن الادارة في المؤسسات التعليمية تتميز بأنها عملية مستمرة الفعالية وتأثيرها يكون كبيراً في سير العملية التعليمية اذ ما علمنا ان نجاحها او فشلها يرتبط بنوع العلاقة التي تربط القائد بالعاملين ومن ثم فان لتلك العلاقة دور كبير في انجاح تلك العملية التعليمية فكلما ساد تلك العلاقات الاحترام المتبادل كان مستوى الاداء افضل إذ تستمد تلك الادارة الجامعية اهميتها من قدرتها على توظيف الوسائل المتاحة كافة بإذ تتلأ مع اهداف العملية التعليمية لغرض تحسين اداء العنصر البشري ومهارته وبذلك تختلف الادارة الجامعية عن الادارة بشكل عام في ان الاخيرة تأخذ قواتها من الصفات والسمات الشخصية التي يجب ان يتمتع بها القائد. من ذلك تحظى الادارة الجامعية باهتمام المجتمعات كافة والتي تتعلق بالتأثير في الافراد والجماعات ومن ثم انجاز الاعمال المتعلقة بالقيادة ن مؤسسات الدولة فنجاح المؤسسة في تحقيق اهدافها ورسالتها مرتبط بالكيفية التي يدير بها القائد تلك المؤسسة وبالنمط القيادي الذي يمارسه وبالصفات القيادية الناجحة والتي تتمثل بشخصية القائد وقدرته على توظيف امكانياته باتجاه العمل الجاد لغرض بناء علاقات انسانية ايجابية مابين العاملين وتحسين اداء العمل لديهم ومن ثم تحفيزهم على العطاء المستمر^(١٢).

– الانماط الادارية:

تشكل الجامعات في نظامنا التعليمي ركناً اساسياً وذلك نظراً للمهام التي تؤديها اعداد الملاكات الفنية والاكاديمية المؤهلة للعمل في مجالات الانشطة التعليمية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتي تقع على عاتقها مسؤولية تنفيذ خطط

وبرامج تنمية المجتمع في مختلف انماط الحياة وتلك الانماط كثيرة ومتنوعة إذ تعد الادارة في التعليم الجامعي من اهم مداخل تطوير ذلك النوع من التعليم لما لذلك من دور مهم بالتأثير في العاملين وتوجيه افكارهم وسلوكهم في سبيل تحقيق الاهداف التي تسعى اليها الجامعة اذ يتولى القائد مسئولية تنظيم عمليات التفاعل مابين العاملين والحفاظ على تماسكهم ومن ثم المبادرة في ايجاد الحلول للمشكلات الناجمة عن ذلك التفاعل إذ تختلف الانماط الادارية لدى الجامعات من إذ القيم يجلبون عليها فهناك (الادارة الديمقراطية) التي تحرص على توثيق وتقوية اواصر العلاقات الانسانية ان تعتمد إلى اشراك العاملين في اتخاذ القرارات إذ تسعى إلى توفير المناخ وتهيأته لتحفيز العاملين على بذل اقصى جهودهم وذلك لتحقيق الاهداف المنشودة وهنالك ايضاً (الادارة الاوتوقراطية) والتي تهتم كثيراً بانجاز العمل والاستبداء بالرأي والمركزية في اتخاذ القرار واتباع اساليب توجيه الاعمال عن طريق الاوامر وذلك يؤكد على ان قادة الجامعات لا يملكون نمطاً واحداً في الادارة وانما يتبع كل منهم نمطاً مختلفاً عن الآخر لانهم يكونون مختلفين في تعاملهم لشخصي والوظيفي وفي اجراءاتهم ووسائلهم الادارية فضلاً عن اختلاف فلسفتهم التربوية من ناحية ومن ناحية اخرى اختلاف اعدادهم وتدريبهم واتساع خيراتهم ونظرتهم إلى الادارة.

وتأسيساً على ماتقدم يتضح ان الادارة تركز على قدرة القائد وما يملكه من قدرات عقلية ومعرفية وانفعالية ناهيك عن الجوانب الدافعية على التأثير في افراد الجماعة وذلك عبر تحديد الاهداف التي يسعى ذلك القائد إلى تحقيقها كما يتوقف نجاح القائد على ادراكه للتعبير عما يجول في ذهنه من افكار وكذلك قدرته على مجابهة المشكلات وايجاد الحلول المناسبة لها وذلك بطرق فعالة اصف إلى ماتقدم اقتناع افراد الجماعة بقبول الاهداف ومهم على تحقيقها ولكي يستطيع القائد تفهم وادراك تلك الاوضاع، فإن عليه ان يكتسب بعض المهارات التي تمكنه من تحقيق اهداف العمل، ورفع درجة قبول الافراد ورضاهم، ومن ثم فعالية العمل الاداري والتي تتمثل بأربع مهارات اساسية يمكن إجمالها بالآتي (١٣) :

- المهارات الفكرية: وتعني الكفاية في ابتكار الافكار والاحساس بالمشكلات، وتقديم الحلول، والتوصل إلى آراء اكثر ابتكارية.

- المهارات الفنية: ويقصد بها : القدرة علي تدارك المواقف الحرجة، والكفاية في استعمال المعلومات والوسائل المتاحة والكفيلة بإنجاز ذلك العمل.

- المهارات التنظيمية: وهي تلك القدرة على تفهم اهداف المنظمة، وانظمتها وخططها وتوزيع المهام وتنسيق الجهود المبذولة.

- المهارات الانسانية: والتي تمثل القدرة على التعامل بنجاح مع الآخرين، والقدرة ايضا على سلوك العاملين ودوافعهم، ممايساعد ذلك على إشباع حاجات أفراد الجماعة، ومن ثم تحقيق الاهداف المشتركة.

المحور الرابع: العلاقة الترابطية ما بين العلاقات العامة والادارة الجامعية: لعل من البديهي بأن هنالك علاقة ترابطية تجمع العلاقات العامة بوصفها وظيفة تفاعلية ونشاط اداري أتصالي بالادارة الجامعية، وسيعمد الباحث إلى توضيح ذلك على اساس الآتي:

- المستفيدون من العلاقات العامة في الجامعة: إن العلاقات العامة في الجامعة تعتمد إلى إستهداف الجمهور: الداخلي والخارجي، وذلك يكون على وفق الآتي^(١٤) :

• الطلاب: والذين يعدون أهم جمهور مستهدف، أفضل مؤدي للعلاقات العامة وفيها من دون مقابل، فضلا عن إنهم يعدون سفراء الجامعة في المجتمع، إذ علمنا: إن أولئك الطلاب هم الذين موجودين على مقاعد الدراسة، والطلاب والمتوقع التحاقهم بالجامعة، والخريجين أيضاً

• اعضاء هيئة التدريس:والذين يمثلون مصدراً من مصادر تكوين الرأي العام عن الجامعة، وبيان دورهم المهم في المجتمع، والذين يكونون على ثلاث فئات هي:

أ- الفئة الاولى : وهم المؤيدون للجامعة في توجهاتها، إذ يجب الاستفادة منهم في تحسين صورة الجامعة.

ب- الفئة الثانية: وهم الذين لا يكون لديهم اي موقف لا إيجابي ولاسلبي، وتلك فئة يمكن كسبها، ومن ثم جعلها تكون إلى جانب الجامعة.

ت- الفئة الثالثة: وهم الذين يحملون مواقف سلبية، وبمعنى آخر : يملكون عدوانية، وتلك فئة يجب ان تكون التعامل معها يكون بصورة خاصة ومدروسة.

• العاملون: ويشكل العاملون العمود الفقري للجامعة وقلبها النابض، إذ يتوقف نجاح الجامعة على التعاون ما بين الادارة الجامعية والعاملين، فضلا عن التفاهم فيمها بينهم

بإذ يعملون: كدعاة منسجمة ومترابطة يعرف عن طريقها كل عضو ماله من حقوق، وما عليه من واجبات، ومن ثم يدرك قيمة العمل الذي يكلف به.

• الخريجون : إن دعم الخريجين لجامعاتهم تعد من أهم مصادر التمويل للجامعات العالمية . ولكن مايعاب على جامعاتنا : عدم الاهتمام بذلك الجانب بالرغم من أهميته، وقدخضت بعض الجامعات خطوات باتجاه ذلك الطريق بإنشاء أندية ومنتديات تستوعب أولئك الخريجين.

• رجال الاعمال والمجتمع : غن كل من : رجال الاعمال والمجتمع، والعلاقة التي تربط بينهما يعدان ركيزة اساسية تعتمد عليها الجامعة، إذ ما علمنا : إن تلك العلاقة هي علاقة معقدة تنبع من اهمية الجامعة في المجتمع ودورها المؤثر، أذ يكون للعلاقات العامة دوراً في العمل على اظهار ماتضطلع به الجامعة من دور في خدمة ذلك المجتمع، ومن ثم نقل توقعات وطلبات رجال الاعمال والمجتمع إلى الاجراء الجامعية لتحقيق ربح مشترك مابين الجامعة والمجتمع المحيط بها .

• الإعلام: إن غقامة علاقات وثيقة وبناءه مع الإعلام يعد إستثمار يأتي بنتائجه الايجابية إذا تم توظيفه بالوسائل العلمية الصحيحة، إذ ما علمنا : إن الجامعات تواجه مهمة صعبة في عملية جمع المعلومات الصادرة من الجامعة إلى الإعلام، نظراً لتصدر مصادر المعلومات، فهناك الأساتيد والطلاب وغير ذلك من المصادر التي لا يمكن التحكم بها . ولكن دور العلاقات العامة يتمثل بان يكون هنالك صوت للجامعة، وان يكون هو المصدر الوحيد في نقل المعلومات المرار نقلها إلى الإعلام.

- واجبات العلاقات العامة في الجامعة:

إن مهمة العلاقات العامة بالجامعة تتمثل بما يؤديه من دور اساس في اظهار انشطة الجامعة ودورها التعليمي وكذلك تقوم بالاتصالات الشخصية والإعلامية كافة التي تؤدي إلى التعاون والتفاهم مابين الجامعة وفئات الجماهير المختلفة اذ يقع على عاتق العلاقات العامة في الجامعة مسؤولية تذليل الصعاب التي تواجهها الجامعة في اتصالاتها بالجمهور والصحف والاذاعة والهيئات العلمية فضلا عن المؤسسات وكذلك توضيح رسالة الجامعة في المجتمع وشرحها ومن ثم بيان اوجه الانشطة العلمية والاجتماعية والرياضية ومتابعة الندوات والمؤتمرات للجمهور الخارجي فضلا عن بذل الجهود للنهوض بواقع المجتمع وتطويره.

ولما تقدم فقد وضعت بعض الكتابات والمجالات الواقعية التي ظهرت في التطبيقات العلمية بالجامعات وذلك عن طريق الدراسات التي تناولتها هيكلية ادارة العلاقات العامة والتي تنقسم إلى قسمين من إذ الواجبات والتي تقوم بها ^(١٥) :

١. قسم العلاقات الداخلية والخارجية:

اذ يعتمد ذلك القسم إلى تحقيق الاتي:

- تنمية الثقافة العامة عبر متابعة الموسم الثقافي للجامعات والذي يتم فيه اقامة الندوات والمؤتمرات الثقافية والمحاضرات والملتقيات الفنية والرياضية الطلابية.
- استقبال الوفود الطلابية الزائدة مثل تبادل الزيارات مع طلاب الجامعات الاخرى اذ تقوم تلك العلاقات العامة بتنظيم تلك الزيارات لتحقيق اهدافها العلمية والثقافية والترفيهية.
- ربط الجامعات بما موجود فيها من مراكز علمية متخصصة بقطاع السياحة عن طريق ترتيب الزيارة للوفود الزائرة.
- استقبال الوفود الاجنبية والتبادل العلمي اذ ازداد اهتمام الجامعة باستقبال وفود اجانب ولذلك تقوم العلاقات العامة باستقبال وتدبير الاقامة ومرافقتهم واعداد برنامج سياحي ترفيهي لهم.
- القيام برحلات ترفيهية للجمهور الداخلي بالجامعة والوقوف تجاه المشكلات العامة التي تخصهم والعمل على عقد لقاءات لهم مع الادارة الجامعية لغرض التواصل فيما بينهما لتقوية الشعور بالانتماء والترباط بالجامعة وعمل كل ما يهم الجمهور الداخلي من خدمات.
- القيام بالاعمال والتجهيزات المختلفة كافة التي تتعلق بسفر وانتقال جمهور الجامعة الداخلي وتوفير وسائل الانتقال المناسبة لهم والاتصال بالمنافذ الخارجية.
- تنظيم حفلات التخرج والاعياد والمناسبات المختلفة.
- توطيد العلاقات بجهات الدعم المختلفة وكسب تأييدها لتقديم الدعم المالي للجامعة ولمشاريعها المستقبلية والدور الذي تقوم به في خدمة المجتمع حتى يتحقق الدعم المالي الذي يساعدهم على اداء رسالتهم.

- السمعة الطيبة والمظهر اللائق الذي يمنح الجامعة مكانة عالية من إذ التنظيم والتنسيق ما بين الجهات المختلفة وذلك اسـمى هدف تسعى لتحقيقه ادارة العلاقات العامة وذلك عبر التأثير بالأنشطة والبرامج التي تحقق الهدف.

٢. قسم الإعلام والترجمة:

اذ يعتمد هذا القسم إلى القيام بالاتي:

- متابعة ماينشر عن الجامعة في الصحف والإعلام المرئي والمسموع فضلا عن المجلات ومتابعة الاخبار الخاصة بالتعليم في الجامعات وكذلك اخبار البحث العلمي وعمل ملف يومي يعرض على رئيس الجامعة والسادة مساعديه.
- تغطية ما يحدث في الجامعة يوميا وكتابة تقرير اخباري وارساله إلى الصحف والمجلات والاذاعة والتلفاز لتسليط الضوء على كل الاحداث داخل الجامعة سواء اكان ذلك للجمهور الداخلي ام الخارجي.
- توعية الطلبة واعلامهم بكل الانشطة الخاصة بالكليات وذلك للتفاوت في المعرفة ما بين الطلاب القدامى والجدد لذلك يقوم الإعلام باعداد دليل تعريفى يوزع على الطلبة الجدد للتعرف إلى الكليات وكذلك اقسامها وشروط القبول فيها والمواد الدراسية التي تدرس بها واعداد دليل لكل كلية على جانب فضلا عن دليل تعريفى عن الجامعة.
- توثيق الصلة بوسائل الإعلام إذ يقوم قسم الإعلام بتوطيد العلاقة ما بين الجامعة ورجل الإعلام واعدادهم بالمعلومات الوافية التي تساعد على توضيح صورة الجامعة قبالة الراي العام بالأخبار والبيانات اللازمة وكذلك دعوتهم لحضور الندوات والمؤتمرات ومجالس الجامعة وتسهيل مهمتهم.
- ارسال برقيات التهاني والتعازي لجمهور الجامعة الداخلي (اعضاء هيئة التدريس، الموظفين، فضلا عن العمال) وكذلك الجمهور الخارجي (مؤسسات المجيمع المدني، والحكم المحلي).
- ارسال برقيات المناسبات المهمة للجهات العليا وكبار الشخصيات في الدولة.
- اصدار مجلة شهري عن الجامعة فضلا عن نشرة نصف شهرية ونشرة دورية شهرية وكذلك النشرات الدورية المتخصصة في المجالات العامة واصدار كتيبات

متخصصة عقب المؤتمرات والندوات وتوثيق الاصدارات الوطنية والدولية في اطار الجامعة.

- بحث الشكاوى سواء اكانت من الجمهور الداخلي ام الخارجي والعمل على حل تلك الشكاوى .
 - قيام قسم الإعلام والترجمة باصدار الكتيبات عن الجامعة بجميع اللغات وذلك لتقديمها للوفود العربية والاجنبية الزائرة للجامعة بهدف معرفة أنشطة الجامعة وكلياتها المختلفة.
 - امداد الوفود التي تشارك من الجامعة في المهرجانات والدورات التي تعقد في الجامعات بالمواد الإعلامية والنشرات المطبوعة والاقراص المدمجة التي تحتوي تشكيلات الجامعة وكلياتها.
 - مرافقة الوفود الاجنبية الزائرة للجامعة واعداد برنامج زيارة متكامل لما هو متاح من المزارات التاريخية والسياحية وتعريفهم بها.
- وظائف العلاقات العامة في الجامعة:

لأدارة العلاقات العامة على وفق التنظيم الهيكلي في مجال الجامعات والتي تتميز عن بقية المجالات لتمييز اهدافها وسبل تنفيذها لذلك يمكن حصر أهم الوظائف المتعلقة بها بالاتي^(١٦):

أ- المنح الدراسية والزيارات العلمية: تصل إلى دائرة العلاقات العامة سنويا الكثير من المنح الدراسية في شتى الاختصاصات للحصول على الدرجات العلمية (البكالوريوس، الماجستير، الدكتوراه) وتكون تلك المنح مقدمة من مؤسسات وجامعات عربية واجنبية بعضها لها علاقات وتعاون مع الجامعة والبعض الآخر يهتم في مجال العلوم والبحوث إذ تقوم دائرة العلاقات العامة بتعميم تلك المنح على عمداء الكليات ورؤساء الدوائر الادارية والطلبة وعبر مكتب رئاسة الجامعة لاختيار المناسب لغرض ترشيحه لتلك المنح وفقا للشروط المطلوبة لها كما تعتمد دائرة العلاقات العامة إلى رد العديد من الدعوات العلمية من جهات عربية واجنبية لحضور المؤتمرات والالتحاق بدورات تأهيلية متخصصة في مجالات علمية مختلفة.

ب- استقبال ضيوف الجامعة : تعد دائرة العلاقات العامة في الجامعة الجهة المسؤولة عن استقبال ضيوف الجامعة واعداد برامج زيارة خاصة بهم ومرافقتهم خلال

زياراتهم للجامعة وخارجها وتأمين الخدمات اللازمة لهم وترتيب الاتصال مع الجهات المعنية اذ ما علمنا ان الجامعة تشهد عادة زيارة العديد من الوفود لمؤسسات عربية واجنبية بهدف التعرف إلى مرافقها المختلفة والاطلاع على التخصيصات العلمية كافة وكذلك المشاركة في محاضرات علمية يحاضر فيها عدد من اساتذة الجامعة المتخصصين في مواضيع مختلفة كما تقوم العديد من المؤسسات الحكومية والخاصة بزيارة الحرم الجامعي للتعرف إلى سير الحياة الاكاديمية فيها.

ت- وسائل الإعلام: يعد القيام بالتنسيق مع وسائل الإعلام من أولى مهام دائرة العلاقات العامة وايجاد علاقة طيبة مع الوسائل الإعلامية المقررة والمسموعة والمرئية كافة اذ تتمثل تلك العلاقة دعوة الصحفيين كافة لحضور وقائع المؤتمرات والندوات التي تعقد في حرم الجامعة وكذلك عقد المؤتمرات الصحفية مع الادارة الجامعية ومع العديد من الاساتذ بشأن البحوث والاكتشافات في المجالات العلمية المختلفة.

ث- اتفاقيات التعاون: تسعى دائرة العلاقات العامة إلى العمل على تعميق التعاون مع الكثير من الجامعات العربية والاجنبية وتوقيع الاتفاقيات في مجالات البحث العلمي كافة.

ج- ايجاد مصادر تمويلية: ان دائرة العلاقات العامة في الجامعة وعبر علاقتها الواسعة تسعى إلى الترويج والتسويق لمشاريع الجامعة وايجاد مصادر تمويلية لها سواء اكان ذلك على الصعيد المحلي ام الخارجي.

ح- تقارير الجامعة: تصدر دائرة العلاقات العامة كتيباً عن الجامعة باللغتين (العربية والانجليزية) يضم معلومات مختصرة عن مسيرة الجامعة فضلاً عن نبذة عن كلياتها والتخصصات في كل كلية ودوائرها الادارية ومراكزها العلمية والتي يتم تحديثها سنوياً.

خ- العلاقات الدولية: تمتلك الجامعة علاقات مميزة في العلاقات الدولية فهي تكون على تواصل مستمر مع سفارات وقنصليات الدول العربية والاجنبية وذلك لغرض تنفيذ البرامج والمشاريع المشتركة الاكاديمية والادارية والعلمية والاستفادة من دعمهم المتواصل للمؤسسات.

- محددات عمل العلاقات العامة في الجامعات:

لا يختلف أي باحث في مجال الإعلام بمكانة العلاقات العامة في الإدارة الجامعية غير أن التخطيط في إطارها يواجه صعوبات جمه سببها عدة عوامل كامنه في طبيعة نشاط العلاقات العامة وعلى المخطط التصدي لها وأخذها بالحسبان وأن من أهم تلك العوامل نذكر مايلي:

١. أن طبيعة عمل العلاقات العامة تمنع وضع خطة ثابتة إذ ما علمنا أن العلاقات العامة ليست من الأعمال الروتينية بل هي تكون مرتبطة بما يحدث في البيئة المحيطة بالمؤسسة وذلك يتطلب اليقظة الدائمة في متابعة الاحداث والاستفادة منها.
٢. يتناول نشاط العلاقات العامة عناصر تكون غير ملموسة وهي عبارة عن آراء واتجاهات ورغبات وأذواق الجمهور ويكون هدفها احداث تأثير في اذهان الافراد وعقلياتهم وأن كل تلك الاشياء تكون غير قابلة للقياس كما يمكن التنبؤ بدقة بتركيبة الجمهور وتقلبه وما يطرأ على آراء وأفكار من اختلافات وتغيرات مما يجعل من الصعب التكهن بجميع التغيرات المتوقعة والاستعداد لتلافيها ضمن الخطة.
٣. يعد نشاط العلاقات العامة على أنه نشاط يقتصر على تلافي المشكلات الانية من دون وضع البرامج الكفيلة لتلافي تلك المشكلات التي قد تحدث في المستقبل وذلكراي مغلو ط فيه إذ ما ادركنا أن نجاح العلاقات العامة يعتمد أولاً على التخطيط المسبق والطويل والذي يعمل على تدارك المشكلات قبل وقوعها.
٤. ضبابية مفهوم (العلاقات العامة) للإدارة الجامعية والجمهور إذ يسيطر على الكثير من أولئك فكرة أن العلاقات العامة هي عملية دعائية وترويج يؤدي إلى مشكلات عدة منها عدم اعتراف الإدارة الجامعية بأهمية اشراك المسئول بالعلاقات العامة في رسم سياسات الجامعة.

المحور الخامس: الجانب التطبيقي

واقع الجامعات العراقية في ظل العلاقات العامة:

أن الباحث في هذا المحور ارتأى أن يوضح واقع الجامعات العراقية على وفق مآثره العلاقات العامة وذلك على أساس الآتي:

- الجامعة المستنصرية: (دراسة حالة)

تعد الجامعة المستنصرية إحدى الجامعات العراقية الرصينة والحكومية والمنافسة لجامعة بغداد وقد سميت بـ(المستنصرية) نسبة إلى المدرسة المستنصرية والتي تم تأسيسها في زمن العباسيين ببغداد سنة ١٢٣٣هـ على يد الخليفة (المستنصر بالله) إذ كانت مركزاً علمياً وثقافياً تقع في جانب الرصافة من العاصمة بغداد وتضم ثلاث عشرة كلية معظمها في جانب الرصافة باستثناء (كلية الطب، كلية طب الاسنان، وكلية الصيدلة) وذلك لوجود تلك الكليات بجانب مستشفيات تعليمية في جانب الكرخ من العاصمة بغداد والمستنصرية اسم نتذكر معه عظمة الحضارة العربية الإسلامية وريقها عندما كانت بغداد قبلة المفكرين وينبوع النتاج الفكري ومن ذلك المعنى الخالد تأسست الجامعة المستنصرية في العام ١٩٦٣م لتضم حالياً ثلاث هشر كلية وستة مراكز منه ثلاثة مراكز طبية وكذلك تضم كليات (الادب، العلوم، الإدارة والاقتصاد، الطب، التربية، الهندسة، التربية الأساسية، القانون، طب الاسنان، الصيدلة، العلوم السياسية، التربية البدنية، علم الرياضة، العلوم السياحية) والمراكز هي (مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية، المركز العراقي لبحوث وعلاج امراض الدم، مركز الحاسبة الالكترونية، مركز ابن سينا للتعليم الالكتروني) كما تقدم الجامعة الاستشارات العلمية للمؤسسات العلمية والصناعية والاقتصادية عبر مكاتبها الاستشارية واليوم تعد الجامعة المستنصرية واحدة من كبريات الجامعات العراقية التي تدرس العلوم الانسانية الصرفة والتطبيقية وتمنح كلياتها العريقة شهادات البكالوريوس والدبلوم والماجستير والدكتوراه في مختلف التخصصات التي تدرس فيها وتسعى الجامعة إلى تحقيق الاهداف الاتية:

١. اعداد وتأهيل المتخصصين في مختلف فروع العلم والمعرفة ونمية المجتمع وتلبية احتياجاته.
٢. ينشر المعرفة العلمية المتخصصة والتواصلان العلمي والفكري مع التطور الانساني.
٣. تشجيع الباحثين على التفكير في ايجاد الحلول العلمية الناجحة لمشكلات المستقبل الاجتماعية والاقتصادية والعلمية.
٤. البناء الفكري والعلمي والتربوي والمهاري للطلبة الجامعيين واستكمال الشخصية للطلاب فكراً وسلوكاً .

٥. تنمية الأنشطة الابداعية والثقافية والعلمية والاجتماعية والرياضية فضلا عن روح الابتكار والابداع والتجديد والمبادرة.

٦. تطوير التخصصات وتنويعها في الدراسات العليا وبما يلبي حاجة ومتطلبات التطويرين العلمي والحضاري في العراق.

٧. اغناء الجانبين الحضاري والتقني في المجتمع بالبحوث العلمية المتخصصة والبحوث الفنية المعمقة والعناية بالفكرين الانساني والعلمي المعاصرين ضمن الاطر (التقدمية، التنظيمية، العلمية، والحضارية) في العراق.

٨. خدمة المجتمع وذلك للمحافظة على تراثه وتطوير مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والبشرية والبيئية على اساس ان تكون الجامعة مركز اشعاع خلاق للثقافة ينتقى منها القيم الاجتماعية والخلقية ويصون القيم العربية الاسلامية الاصلية ضمن اطار التحولات الاجتماعية للبلد.

إن رؤية الجامعة المستنصرية تكمل في السعي لتكون متميزة عالمياً على مستويات التعليم والبحث العلمي وبما يتناسب مع ارثها الحضاري وان تمثل الصرح العلمي الذي يليق بسمعة العراق موطن الحضارات وان تكون قبلة العلم والمعرفة كما كانت منذ بؤادر نشأتها وكذلك تسعى ايضاً إلى تقديم تعليم مميز يواكب التطورات العلمية الحاصلة وانتاج بحوث رصينة تمثل نتاجات الباحثين والدارسين وتدعم عجلة العلم والتعليم وتعمق الالتزام بالقيم والمبادئ المعززة لروح المواطنة في المجتمع العراقي ولذلك حتى يمكن ان تحقق كان لابد من القيام بالاعمال الاتية:

- تخريج ملاكات مهنية متخصصة.
- اعداد برامج تعليمية متميزة.
- تحقيق بيئة تعليمية واعدة.
- تطوير النظم والعمليات الادارية المواكبة لحركة التقدمين العلمي والتقني.
- اعتماد طرائق التدريس المتطورة.
- بناء جسور التواصل والشراكة مع الجامعات الاقليمية والعالمية.
- تنويع مصادر التمويل بما يحقق مستقبل نالي مستدام.
- عمل بحوث علمية ابتكارية ذات سمات ابداعية.
- السعي للدخول في تصنيفات عالمية والحصول على الاعتمادات الاكاديمية.

- توفير مختبرات علمية بمواصفات الازو.
- الانفتاح على المؤسسات كافة لغرض التنمية المجتمعية.
- الادارة الجامعية:
- تتمثل الادارة الجامعية بـ (أمانة مجلس الجامعة المستنصرية) والذي يرتبط ادارياً بالسيد رئيس الجامعة (رئيس المجلس) والذي يتولى القيام بالمهام الاتية:
- اعداد وتنظيم ومتابعة محاضر اجتماعات مجلس الجامعة وتأكيدها وقرارها ورفعها إلى الوزارة.
- تحرير المخاطبات التي تخص مجلس الجامعة ومسك السجلات اللازمة لذلك.
- تعميم المراسلات القادمة إلى المجلس والصادر منه.
- متابعة اجراءات الوزارة بشأن فقرات محاضر الجامعة.
- اعداد مناهج اعمال اعضاء مجلس الجامعة واعداد المستلزمات المادية وتهيئة المكان المناسب.
- متابعة فقرات محاضر جلسات الكليات ومحاضر جلسات مجلس الجامعة.
- أرشفة وحفظ المراسلات ومحاضر الجلسات.
- القيام بأية مهام يكلفه بها مجلس الجامعة او رئيس الجامعة.
- هيكلية العلاقات العامة ضمن الادارة الجامعية:
- بعد الاطلاع على الهيكل التنظيمي توصلنا إلى ان العلاقات العامة موجودة في قسمين هما:

١- قسم الإعلام والعلاقات العامة:

وذلك القسم يعني بالانشطة والفعاليات التي تصب في خدمة الجامعة واساتذها ومنتسبيها وبما يعكس الصورة الناصحة والناطقة والمعبرة عن واقع الجامعة فضلاً عن حركة الابداع والتطور فيها ومن ثم البحث عن مكامن القوة والتفوق وتعميمها باستثمار وسائل الإعلام بمختلف تخصصاتها وانواعها بغية ترسيخ تقاليد جامعية وبحثية واكاديمية وقيمية ملبية الحاجات المجتمع ورأسمة المستقبل المشرق له وهيكله قسم الإعلام والعلاقات العامة تكون موزعة على الشكل الاتي:

أ- شعبة الإعلام وتضم:

- جريدة المستنصرية.

• مجلة قطاف المستنصرية التلفازية.

• مجلة قرطاس.

• المجلة الالكترونية.

• مكاتب القناة الجامعية.

ب-شعبة العلاقات العامة وتضم:

• الادارة.

• الانترنت.

• الارشيف.

• الصور.

ت-شعبة الارشيف الصحفي.

ث-شعبة التدريب والتطوير.

ج-شعبة المتابعة.

ح-شعبة الموقع الالكتروني.

- مهام وواجبات قسم الإعلام والعلاقات العامة:

يصطلح قسم الإعلام والعلاقات العامة بمهام عدة وتقع على عاتقه مسئولية القيام

بالكثير من الواجبات يمكن اجمالها بالاتي:

• تغطية أنشطة السادة رئيس الجامعة والمساعدين وتنظيم اللقاءات الصحفية وعقد المؤتمرات.

• تغطية أنشطة الجامعة وكلياتها ومراكزها ومديرياتها اعلامياً وصحفياً وإذاعياً وتلفازياً.

• متابعة ماينشر في الصحف من شكاوى تخص الجامعة والمركز والمديريات ومتابعة تلك المشكلات والرد عليها وإيجاد الحلول المناسبة لها مع الجهات ذات العلاقة ومؤسسات النشر المختلفة.

• تنظيم عملية انسياب الصحف إلى الجامعة عن طريق الاشتراك أو الشراء.

فضلا عن ماتقدم فأن قسم الإعلام والعلاقات العامة يعني ايضاً بالأنشطة والفعاليات الإعلامية التي تخدم الجامعة بطلبتها واساتذها ومنتسبيها وبما يعكس الصورة الناصعة والناطقة عن واقع الجامعة وحركة الابداع والتطور فيها ان قسم الإعلام

والعلاقات العامة ينفذ ضمن خطة السنوية مجموعة من الأنشطة والتي تشمل مختلف الوسائل الإعلامية وعلى وفق الآتي:

- الوسائل المقروءة: ان الوسائل المقروءة تتجلى بالآتي:

أ- الطباعة: وتتضمن طباعة دليل الجامعة والفولدرات والمطبوعات الشهرية المتمثلة بجريدة المستنصرية ومجلة قرطاس فضلا عن النشرات والبوسترات.

ب- النشريات: وتتجسد بنشر الاعمدة والمقالات والتحقيقات في الصحف وذلك للتعريف بالجامعة وانشطتها وانجازاتها.

- الوسائل المسموعة: وتشتمل الوسائل المسموعة على:

أ- السعي إلى تأسيس اذاعة الجامعة (FM) ه الاف كيلو واط.

ب- التبادل الثقافي ما بين الجامعة والمؤسسات الاذاعية العراقية والعربية والدولية لغرض تحقيق التواصل ومد الجسور لبث الأنشطة والفعاليات الجامعية عن تلك الاذاعات.

- الوسائل المرئية: وتعتمد تلك الوسائل إلى القيام بالآتي:

أ- عمل رسالة تلفزيونية اعلامية تهتم بالمرافق الجامعية العلمية والاكاديمية والبحثية والخدمية والعمرانية فضلا عن الأنشطة الفنية والثقافية والعلمية الصرفة والابداعات والتجاهات ناهيك عن التميز والتفوق الذي يحصل في الجامعة مع تسليط الضوء على الملامك المبدعة في الجامعة وبثها عبر القناة الجامعية اصف إلى ذلك القنوات التلفزيونية التي بالامكان التعاون معها لبث الرسائل التلفزيونية الخاصة بالجامعة.

ب- العمل على تحقيق التواصل مع القنوات التلفزيونية وذلك عبر تلبية دعوات الحضور في التضيفات الخاصة بتلك القنوات لملاك قسم الإعلام والعمل ايضاً على استثمار تلك الندوات والبرامج التلفزيونية للتعريف بأنشطة وفعاليات وابداعات وتطور ونجاح الجامعة.

ت- توجيه الدعوات للقنوات وذلك لعمل التقارير والبرامج والرسائل فضلا عن تغطية المؤتمرات الصحفية وأخذ التصريحات من الملاك الجامعي وكذلك السعي إلى مد جسور التعاون مع تلك القنوات عبر افساح المجال لها بتطوير البرامج واجراء

المسابقات في رحاب الجامعة لعكس الصورة الحقيقية لحالتي الاستقرار والتقدم الذي تشهده كليات ومراكز ودوائر الجامعة.

ث- اجراء التغطية الإعلامية الجديدة للأنشطة والفعاليات والمؤتمرات والندوات التي تقيمها كليات ومراكز الجامعة.

• الوسائل الالكترونية: وتعمل تلك الوسائل على:

أ- الاستمرار في عمل تحرير المجلة الالكترونية وتوزيعها على الدوائر والجامعات والمؤسسات .

ب- استثمار موقعي الجامعة والوزارة لبث الاخبار والمطبوعات الخاصة بالجامعة (الجريدة، المجلة) فضلا عن اخبار الأنشطة والفعاليات الجامعية.

ت- تخصيص صفحة على موقع الفيسبوك وذلك لعرض الافلام الفيديوية ناهيك عن المقالات والتحقيقات المسموعة والمقروءة والمرئية.

ث- استثمار اليوتيوب لعرض الافلام الفيديوية وكذلك الصفحات الخاصة بمجلة قرطاس وجريدة المستنصرية والافلام.

٢- قسم البعثات والعلاقات الثقافية:

تعد العلاقات الثقافية الخارجية للجامعة عنصراً أساسياً في تطوير وانفتاح المؤسسة التعليمية تجاه افاق جديدة لها من الاهمية في تواصل التبادل العلمي والمعرفي والاكاديمي في جميع مفاصل الجامعة إذ يعد قسم البعثات والعلاقات الثقافية المفصل الرئيس للجامعة في ديمومة ذلك التواصل واستمراره عبر عقد الاتفاقيات ومذكرات التفاهم التي من شأنها انجاح التلاقي الثقافي والعلمي مابين الجامعات اذ ما علمنا ان تزايد عملية ابتعاث الطلبة إلى الجامعات الغربية والاوربية والاسيوية والعربية فيها في الاعوام القليلة الماضية القى بضلله على قسم البعثات والعلاقات الثقافية مسئولية اتمام اجراءات عملية الانبعاث ومن ثم متابعة الطلبة المنبعثين إلى الخارج ضماناً لحسن سيرهم الدراسية والعلمية ومن جانب اخر يسهم وبشكل فاعل وواسع باسهام الجامعة في المؤتمرات الدولية الرصينة والتي من شأنها تعريف الجامعات الاجنبية بالباحثين العراقيين عبر ايفادهم وكذلك المشاركة بالندوات والمؤتمرات وورش العمل التي من شأنها رفع المستوى التطبيقي للتخصصات المعنية علماً ان قسم البعثات والعلاقات الثقافية يعد احد الاقسام المرتبطة بمكتب مساعد رئيس الجامعة

للدراستات العليا والبحث العلمي اذ تختصر واجبات القسم بمتابعة الاجراءات الادارية لمنتسبي الجامعة الموفدين للخارج فضلا عن ان للعلاقات الثقافية والعلمية مع الخارج إذ يضم القسم عدة شعب هي:

- الزمالات والبعثات.
- العلاقات.
- الاجازات الدراسية.
- صحه الصدور.
- التفرغ العلمي والبعثات المحلية.
- الاتفاقيات.
- المراسلات.
- الادارية.

اما المهام التي يكلف بها القسم فتكمن في:

- متابعة الكتب الاتية الية والاجابة عنها.
- تسهيل سفر منتسبي الجامعة الموفدين إلى الخارج لأغراض (التدريب او الزيارة او الدراسة)والحصول على سمة الدخول لاراضي الدقل الاخرى عن طريق مخاطبة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لغرض مفاتحة وزارة الخارجية لكي تقوم بدورها في مفاتحة السفارات او الملحقات الدبلوماسية.
- واقع الجامعة المستنصرية في ظل العلاقات العامة.

ان للجامعات المكانة العالية والرفيعة في الاوساط الثقافية والاجتماعية والعلمية ولغرض الحفاظ على تلك المكانة المرموقة فلا بد من الاستمرار في الابتكار والابداع اللذان يعدان الضرورات الاساسية في الادارة الاعمال والمؤسسات اذا ما عرفنا ان الزمان في تصاعد وان الحاجات والطموحات على اختلاف انماطها وانواعها في نمو وتطور واتساع اذ لا يعد كافياً ولا مرضياً اداء الاعمال في الجامعات بالشكل الروتيني والتقليدي لان ذلك يؤدي إلى ايقاف عجلة التقدم فيها وهو من ثم يؤدي إلى التراجع عن الركب المتسارع في المضي إلى الفشل لذلك فان الجامعات الناجحة ولغرض ضمان بقائها واستمرارها قوية ومؤثرة يجب ان لا تقف عند حد الكفاية اي بمعنى ان تقتنع بالقيام باعمالها بصورة صحيحة او تؤدي وظيفتها الملقاة على عاتقها بأمانه

واخلاص بالرغم من أهمية ذلك الشعور وسموه بل يجب ان يكون طموحها ابعد من ذلك فترمي ببصرها إلى الأبعد وبأمالها إلى الاسمى حتى تكون متألفة افكاراً واداء واهدافاً، وبتعبير اخر وحتى تكون مؤسسة خلاقة ومبدعة ويصبح الابتكار والابداع والتجديد هي السمات المميزة لادائها ولخدماتها اذ ما ادركنا ان الابداع هو عبارة عن افكار جديدة ومفيدة ومتصلة بايجاد حلول ناجحة لمشكلات معينة او تطوير اساليب او اهداف او تعميق رؤية او تجميع او اعادة تركيب الانماط المعروفة في السلوكيات الادارية بأشكال متميزة ومتطورة تقفز باصحابها إلى الامام ولكل التعريف والتنظير وحده لا يحقق الابداع مالم يتجسد ذلك في العمل لذلك فان الابداع الحقيقي يكمن في العمل المبدع لا في التفكير وان كان العمل المبدع يسبقه تفكير مبدع وهو مايجب ان تسعى إلى تحقيق العلاقات العامة في الجامعة المستنصرية .

- الخاتمة:

إن واقع الجامعة المستنصرية في ظل العلاقات العامة يمكن تلخيصه بالاتي:

١- يعاني مصطلح (العلاقات العامة) من العمومية وذلك بسبب اتساع نطاقه وشمولية اركانه اذ يمكن ان نلاحظ ان اركانه الاساسية والتي تقوم على عمليات التفاعل تبدأ بالأفراد وتنتهي بالجماعات المتفاعلة في المجتمع كما يمكن ان نلاحظ ايضاً الاختلاف ما بين المتخصصين في علم الاتصال والعلوم الادارية اذ يرى البعض ان العلاقات العامة وظيفة ادارية في حين يعدها اخرون نشاطاً اتصالياً وذلك يشكل نوعاً من التدخل في تعريف ذلك المصطلح فيما يرى الباحث ان العلاقات العامة تنتمي إلى علم الاتصال اكثر من انتمائها إلى غير من العلوم على اساس شمول واتساع نشاطها الاتصالي.

٢- يتسم مصطلح (العلاقات العامة) بالرهل والغموض فتارة ينسب إلى العلوم الادارية وتارة اخرى ينسب إلى العلوم الاتصالية وعلى ضوء الدراسات والبحوث التي تهدف لمصطلح (العلاقات العامة) فقد حاول الباحث عن طريق بحثة إلى تبني مفهوم واضح لوظيفة العلاقات العامة يشير إلى انها فعالية اتصالية تستند في عملها إلى الوظائف الادارية بهدف ايجاد الصلة ما بين المؤسسة وجمهورها على ضوء استعمال وسائل واساليب الاتصال لغرض خلق صورة ايجابية لدى المستقبل تجاه المصدر لتحقيق اهداف معينة.

٣- بالرغم من وجود المحددات والمرتكزات في اعلاه غير انه يمكن التغلب عليها وذلك ان العلاقات العامة الحديثة تعتمد إلى اتباع التخطيط العلمي المبني على اساس البحث العلمي وان الصعوبات التي تواجه عملية التخطيط يجب ان لا تكون عائقا يحول من دون اعداد خطة وانما يتم توفير المرونة الكافية في الخطة لمواجهة تلك المحددات والمرتكزات.

٤- الارتباط الاداري لقسم الإعلام والعلاقات العامة وقسم العلاقات الثقافية بمساعد الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي يؤدي إلى نجاح الادارة الجامعية في تحقيق اهداف المنشودة.

٥- إن العلاقات العامة مجرة مابين قسمين وكل قسم يكون منفصل عن الاخر ومن ثم فهناك الكثير من التقاطع في المهام وعدم وضوح للرؤية في عمل كل منها .

٦- افتقار ادارة العلاقات العامة في الجامعة للموظفين والعاملين المتخصصين في العلاقات العامة فضلا عن تداخل العمل مابين قسم العلاقات وبقية الاقسام في العمل الجامعي والتي تعد من أهم المشكلات والمعوقات التي تعترض عمل العلاقات العامة.

٧- تأييد الجمهورين الداخلي والخارجي في الجامعة وغياب وجود تأثير للعلاقات العامة في الجامعة مما يعني ذلك عدم وضوح الصورة الايجابية لتأثير العلاقات العامة في الجامعة وذلك ما اشار اليه الجمهور الذي تم استطلاع اراءهم.

٨- اظهر نتائج الاستطلاع ضعف الصورة الايجابية لدور العلاقات العامة في مواجهة وتلافي ازمات الجامعة.

٩- وأخيراً على ضوء نتائج الدراسات الادارية يمكن القول ان هنالك ضعفاً وقصوراً في الصورة الحقيقية لدى الادارة الجامعية في الجامعات العراقية عموماً والجامعة المستنصرية خاصة تجاه ممارسة نشاط العلاقات العامة باستثناءات مايتعلق بحاجة وظيفة العلاقات العامة إلى الإعلام.

- التوصيات :

لقد ارتأى الباحث بعدما استعرض خاتمته والتي دون فيها اهم ماتوصل اليه من نتائج ان يوصي بالاتي:

- أ- اعداد مناهج دراسية لها علاقه مباشرة بعلم العلاقات العامة لان تكون مجموعة مواد دراسية نظرية للاعلام العام.
- ب- اعداد هيكله العلاقات العامة عبر فصلهما عن بقية الانشطة الإعلامية في الجامعة وجعلها تأخذ تنظيم على مستوى قسم ضمن اقسام الادارة الجامعية.
- ت- زيادة عدد المتخصصين في مجال العلاقات العامة بأدارة العلاقات العامة بالجامعة.
- ث- اعطاء أهمية اكبر لوظائف العلاقات العامة والمتمثلة بالبحث العلمي والتخطيط والاتصال والتقويم لكونها الأسس العلمية التي يسير عليها نشاط العلاقات العامة.
- ج- ضرورة تخصيص ميزانية كافية للعلاقات العامة تتلاءم مع متطلبات العمل الموكل اليها.
- ح- زيادة فاعلية التنسيق وتقديم الاعمال بشكل واضح وانهاء التدخل في العمل ما بين اقسام الجامعة والعلاقات العامة لتحقيق الكفاية والكفاءة العاليتين في العمل.

١. محمد ناجي الجواهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، دار الرائد العلمية، عمان، ٢٠٠٠، ص ١٦.
٢. حسين محمد علي، المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٦، ص ١٢.
٣. احمد زكي بدوي، علاقات العمل والخدمة الاجتماعية العمالية، دار الجامعات المصرية، مصر، ١٩٨٦، ص ٤٢٢.
٤. زكي محمود هاشم، العلاقات العامة: المفاهيم والاسس العلمية، ط ١، شركة ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص ٧٧.
٥. صلاح عبدالسميع، الادارة الجامعية بين الواقع والمأمول، موقع المنتدى العربي لادارة الموارد البشرية، ٢٠١١، ص ٦٢.
٦. راسم محمد الجمال، وخيرت معوض عياد، ادارة العلاقات العامة : المدخل الاستراتيجي الدار المصرية-اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٧٨.
٧. ربحي مصطفى عليان، وعدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء، عمان، ٢٠٠٥، ص ٩٢.
٨. صالح خليل ابو اصبع، العلاقات العامة والاتصال الانساني، ط ٢، دار الشروق، ٢٠٠٤، ص ٦٥.
٩. ناهض فاضل الجواري، العلاقات العامة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، مجلة كلية التربية الاساسية، العدد (٤٣)، ٢٠٠٥، ص ٧٤.
١٠. ابراهيم الوندائي، العلاقات العامة مطبعة العلم الحديث، العراق، ٢٠١٠، ص ٣١.
١١. قيس ابراهيم الزيدي، نمط التفكير الاستراتيجي للمستويات القيادية العليا في منظمات الادارة العامة العراقية واثرة في اتجاهاتهم نحو التغير الاستراتيجي:مدخل معرفي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠٠٠، ص ٥٤.
١٢. حاتم علي عبدالله الحمداني، الأثر التتابعي لانمط التفكير والاستراتيجي والثقافي المنظمة في تحقيق الفاعلية التنظيمية :دراسة تشخيصية في جامعتي

تكريت وكركوك، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد جامعة تكريت قسم ادارة الاعمال، ٢٠١١، ص ٦٧.

١٣. احمد ماهر، الادارة:المبادئ والمهارات، الدار الجامعة، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٩٧.

١٤. راسم محمد الجمال، وخيرت معوض عياد، ادارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي الدار المصرية-اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٣٥.

١٥. سعادة راغب احمد الخطيب، مدخل إلى العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٠، ص ٢١.

١٦. عبدالسلام ابو محف، هندسة الإعلام والعلاقات العامة، مكتبة الانشعاع الفنية، القاهرة، ٢٠٠١، ص ٦٩.