

مفهوم العلاقات العامة

العلاقات العامة وظيفة مهمة للمؤسسة تعمل على توثيق علاقتها مع الجمهور الداخلي والخارجي لخلق صورة طيبة في أذهان الجمهور وفق التعامل الإنساني والأخلاقي السليم من خلال وسائل الاتصال والإعلام المتاحة، وهي النافذة التي تطل من خلالها المؤسسة على جمهورها، وتطل الجماهير من خلالها على المؤسسة؛ بهدف التواصل وإيصال المعلومة، فهي عملية اتصال ذات اتجاهين.

ويعرف كل من (Cutlip & Center، 1978) في كتابهما (Effective Public Relations) العلاقات العامة بأنها العلاقة مع الجمهور العام من خلال استخدام وسائل الإعلام والإشهار لاطلاعهم بأعمالها وأنشطتها وسياساتها، وهي التأقلم مع البيئة المحيطة وترجمة الأعمال للمجتمع، فهي وظيفة إدارية متميزة تستفيد منها المؤسسة في إيجاد التفاهم والتكيف بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية، يستخدم فيها وسائل وأدوات الإعلام استخداماً علمياً، بهدف تحقيق الفائدة المشتركة للمؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي. وتعتمد على قاعدة أساسية في ممارستها هي الاهتمام. أولاً: بالجمهور الداخلي، وثانياً: بالجمهور الخارجي فالعلاقات العامة تبدأ من داخل المنظمة ونجاحها في الخارج هو نتاج نجاحها في الداخل.

وعرفت جمعية العلاقات العامة الفرنسية نشاط العلاقات العامة بأنه: صورة من السلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة، والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة.

وبالتالي يمكن تعريف العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية على أنها "وظيفة إدارية، تسعى من خلالها الجامعة لإيجاد جو من التفاهم والتقارب والتعاون بين الإدارة والجمهور الداخلي من جهة، وبين الجامعة كمؤسسة والجمهور الخارجي من جهة ثانية، وذلك باستخدام وسائل وأشكال الاتصال المختلفة".

ومن خلال هذا التعريف تبدو أهمية تحديد الجمهور الذي تتعامل معه العلاقات العامة في الجامعة، حيث يعتبر هو الهدف الرئيسي للعلاقات العامة من خلال كسب ثقته في المؤسسة وبناء صورة طيبة عنها في ذهنه. و ينقسم إلى قسمين رئيسيين:

أ- **الجمهور الداخلي:** ويتمثل في الإداريين وأعضاء الهيئة التدريسية والعاملين، والطلبة وكافة أجسام الجامعة المختلفة، وتعمل هنا العلاقات العامة إلى تحقيق الرضا الوظيفي لهذا الجمهور حتى تضمن انتماءه وولاءه للجامعة ومن ثمة ولاءه لعمله وإخلاصه فيه.

ب- **الجمهور الخارجي:** ويتمثل في الهيئات العلمية، والجامعات الأخرى التي تدخل معها في أنشطة علمية، أو توأمة مع بعض كلياتها، وكذلك الطلبة الذين من المحتمل أن يلتحقوا بها، والأساتذة والباحثين الذين تتعامل معهم، أو يودون الالتحاق بها.

كذلك من فئة الجمهور الخارجي الداعمين والمتبرعين والخريجين والمؤسسات التي تمويلها بمختلف التجهيزات التي تحتاجها في المجال التعليمي، أو في أي مجالات أخرى والدولة والحكومة أيضا فئة من فئات الجمهور الخارجي، بالإضافة إلى المجتمع المدني بمختلف أطيافه وممثليه.

كما يمكن إدراج الجهات ومختلف الوسائل الإعلامية ضمن الجمهور الخارجي الذي تتجه إليه العلاقات العامة في الجامعة، وتحاول كسب ثقته انطلاقا من مجموعة من الوظائف والنشاطات.

وظائف العلاقات العامة في الجامعة:

تنقسم إلى: وظائف استعلامية، ووظائف تنسيقية، ووظائف إعلامية

- بناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة من خلال نظام إعلامي كفؤ يقدم عناصر الصورة المتكاملة من نشاطات وإنجازات المؤسسة ككل دوائرها ومراكزها ، وإنجازات إدارة الجامعة، وأداء العاملين فيها.
- قياس وتقويم وتفسير اتجاهات جمهورها باستخدام البحوث.
- تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضاء جمهور الجامعة
- مساعدة إدارة الجامعة في تحديد أهدافها لتحقيق التوافق بين الجامعة وجمهورها، وبالتالي العمل على تحقيق التوازن بين أهداف الجامعة وأهداف ومصالح جمهورها.
- إعلام وشرح وتفسير سياسات الجامعة لجمهورها (الداخلي والخارجي) ، للعمل على تحقيق التفاهم والتأييد والتوافق بين مصالح العاملين ومصالح الجامعة وتقوم هذه الوظيفة على عدة معايير:
- أهمية قوى الرأي العام.
- التأثير على الرأي العام للحصول على تأييده.
- مراعاة الصالح العام.
- العلاقات العامة تضع خطط إستراتيجية مقصودة للوصول إلى التأثير الفعال على اتجاهات جمهورها الداخلي والخارجي معتمدة على الأساليب العملية في البحوث، التقديم، الاتصال، التخطيط.
- ومن ثم ينبثق الإطار العملي لوظائف العلاقات العامة في الجامعة:
- تقديم الإرشاد لإدارة الجامعة، وتنفيذ برامج عمل مخططة تقوم على خدمة الجامعة وتلبي رغبات جمهورها.
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة ورفعها إليها.
- اعداد الردود على الشكاوى في ضوء توجيهات إدارة الجامعة مرفقة بالوثائق.
- إدارة الأزمات.

- الرد على استفسارات الجمهور الداخلي والخارجي.
- تنسيق الاتصال والتواصل بين أوسام الجامعة (إدارة، عاملين، طلبة، نقابة، دوائر، معاهد، وحدات، مراكز).
- العلاقات مع المجتمع الذي يشكل جمهور الجامعة الخارجي (مؤسسات مجتمع مدني، مؤسسات رسمية):
- تنسيق التواصل بين الجامعة والمؤسسات الأخرى سواء تلك التي تمارس نفس النشاط أو مؤسسات المجتمع الأخرى عن طريق تبادل النشرات والمطبوعات وكافة وسائل الاتصال.
- تحسين صورة المؤسسة عبر تنظيم الأنشطة واللقاءات والمؤتمرات.
- الإعلانات عن الفعاليات والأنشطة المختلفة، واستخدام الإعلانات الإعلامية في إعلاء إسم الجامعة.
- مشاركة فعالة في تنظيم النشاطات، المؤتمرات.. الأيام المفتوحة..لدوائر ووحدات الجامعة، وإدارة الأنشطة وجلب رعاية وخدمات أخرى.
- تعريف بالأنشطة التي تقوم بها الجامعة عن طريق استخدام أدوات الإعلام.
- القيام بدور الناطق الإعلامي للجامعة والتحدث الى الجماعات المختلفة من خلال تخصيص متحدث باسم الجامعة.
- إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير ومواد الإتصال المتعددة، إصدار وإعداد المنشورات التي تبرز دور الجامعة ونشاطاتها وإنجازاتها، (الكتيبات والخطابات).

الوظيفة الإعلامية

- الإعلام، الترويج، العلاقة مع الصحافة، **والعلاقة مع الإعلام من حيث التشبيك والتنسيق**
- اعداد النشرات الاعلامية
- كتابة التقارير والبيانات الصحفية
- التغطية الاعلامية المناسبة لكل أنشطة الجامعة
- تحليل المواد الاعلامية الواردة في وسائل الاعلام الورقي والالكتروني وتعقبها واعداد الردود عليها وتعميمها على العاملين للاطلاع
- تحرير النشرات الإعلامية
- المشاركة في المناسبات العامة وتمثيل المؤسسة فيها
- تدريب المتحدثين للتعبير عن المؤسسة
- تنظيم مقابلات رئيس الجامعة ومسؤوليها، واستقبال الزوار والمراجعين بشكل لبق وحضاري
- استقبال الضيوف الرسميين وتأمين متطلباتهم وراحتهم

- إجراء البحوث والدراسات المتعلقة بآراء جمهور المؤسسة
- إجراء عمليات قياس لاتجاهات جمهور الجامعة لتوجهات وخدمات الجامعة.
- القيام بالآداب العامة لجهة الأفراح والأحزان وإرسال بطاقات التهئة للمناسبات الإجتماعية والوطنية
- استلام الشكاوى واحالتها الى الجهات ذات العلاقة لاعداد الرد والاجابة والمتابعة والتأكد من تغذية راجعة حول قناعة الجهة الشاكية بالرد والاجابة
- متابعة اجراءات سفر الموفدين من العاملين بمهام رسمية خارج القطر
- تقديم المساعدة المناسبة لا سيما الانسانية باسم إدارة الجامعة

الجمهور الذي تستهدفه العلاقات العامة في الجامعة: الطلبة:

- الطلبة هم أهم جمهور مستهدف وأفضل موظفي علاقات عامه بدون مقابل، وهم سفراء الجامعة في المجتمع. والمقصود بالطلبة هنا هم المنتظمين في الجامعة والذين يتوقع انضمامهم الى الجامعة ايضاً، والطلبة مهمين كطلبة في الوقت الحاضر وكخريجين. ويمثل رأي الطلبة مصدر مهم لتكوين الصورة الذهنية عن الجامعة.

اعضاء هيئة التدريس والموظفين:

- يمثلون مصدر من مصادر تكوين الرأي العام عن الجامعة ودورهم في المجتمع مهم وهم ثلاث فئات:
- الفئة الأولى: المؤيدون للجامعة في توجهاتها ويجب الاستفادة منهم في تحسين الصورة الذهنية للجامعة
- الفئة الثانية: التي لا يوجد لديهم اي موقف إيجابي او سلبي، وهذه فئة نستطيع كسبهم وجعلهم في صف الجامعة.
- الفئة الثالثة: الذين يحملون مواقف سلبية، وهذه فئة يجب أن يكون التعامل معها بصورة خاصة ومدروسة.

الخريجون:

- دعم الخريجين لجامعاتهم من أهم مصادر التمويل للجامعات بشكل عام. وتبرز أهمية دعم الخريجين (الموجودين بالداخل والخارج) للجامعات الفلسطينية، كون هذه الجامعات تقع تحت عجز مالي كبير نتيجة الظروف السياسية المحيطة. خطت جامعة بيرزيت خطوات مهمة على هذا الصعيد بالبدء بإنشاء مجموعات خريجين في فلسطين وبعض الدول العربية والأجنبية.

رجال الأعمال والمجتمع:

- يمثلون رجال الاعمال والمجتمع علاقه مهمه للجامعة وهي علاقه معقده تنبع من أهمية الجامعة في المجتمع المحيط بها. ويكون دور العلاقات العامة والاعلام

العمل على إبراز دور الجامعة في خدمة المجتمع ونقل طلبات وتوقعات رجال الأعمال والمجتمع الى إداره العليا للجامعة والسعي إلى تحقيق ربح مشترك بين الجامعة والمجتمع المحيط بها.
وزارة التعليم العالي/ السلطة:

بناء علاقات وثيقة مع متخذي القرار في السلطة مهم جدا ويساعد الجامعة في تحقيق ماتريده من ميزانيه ودعم معنوي. وتوظف بعض الجامعات في الخارج موظفي علاقات عامه يكون دورهم إقناع متخذي القرار لمصلحة الجامعات.

الاعلام:

• بناء علاقات وثيقة مع الإعلام استثمار يأتي بنتائج ايجابية إذا استخدم بطرق علميه صحيحه . وتواجه الجامعات عموما مهمه صعبه في عملية المعلومات الصادره من الجامعة إلى الاعلام نظرا لتعدد مصدر المعلومات فهناك الأساتذة والطلاب وغير ذلك من المصادر التي لايمكن التحكم بها. ولكن دور العلاقات العامه يتمثل في ان يكون صوت الجامعة والمصدر الوحيد في نقل المعلومات المراد نقلها الى الاعلام.

أهالي/ عائلات الطلبة:

• اهالي الطلاب من مصادر الدعم المضمون. ودور العلاقات العامه والإعلام يكون بالتواصل مع أباء وأمهات الخريجين بطرق علميه الهدف منها التواصل وعكس صوره ذهنيه ممتازة لدى أهالي الطلبة.
• في الحالة الفلسطينية من المهم استقطاب طلبة عام 1948 ، والتواصل معهم وعائلاتهم ومدارسهم بشتى الطرق.

متطلبات العاملين في العلاقات العامة:

- 1- فهم الاتصال من الناحيتين النظرية والتطبيقية.
- 2- معرفة طرق وأساليب تشكيل الاتجاهات.
- 3- القدرة على التخطيط والتدريب على المهارات الإدارية لقيادة فريق العمل.
- 4- وضع العلاقات العامة في مكانة إدارية مرتفعة تتبع الإدارة العليا مباشرة.
- 5- أهمية العنصر الأخلاقي لممارس العلاقات العامة.
- 6- ضرورة التعرف على رجع الصدى feed back لأنشطة العلاقات العامة (تقويم برامجها) .

الوظيفة الإعلامية للعلاقات العامة ونقاط الالتقاء مع مفهوم الإعلام والاتصال

1- إعداد وتحرير الكتيبات والأدلة والتقارير والنشرات وهذا يخدم هدف العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الجامعية

- 2- تخطيط وتنفيذ وإعداد الإعلانات والمراسلات ذات طابع اتصال وتواصل (خدمة allusers في جامعة بيرزيت و بريد المعلومات: webinfo والاعلان وهو نشر المعلومات والبيانات عن النشاطات والإنجازات وهو وسيلة من وسائل العلاقات العامة في الاتصال بالجمهور
- 3- القيام بتصوير أحداث المؤسسة الجامعية. بهدف إعداد أرشيف صور توثق لأحداث الجامعة وتحقق مفهوم العلاقات العامة في استخدام أدوات الإعلام لتحسين صورة المؤسسة
- 4- الإشراف على الموقع الإلكتروني للمؤسسة.
- 5- تنظيم مقابلات صحفية لمختلف الوسائل الإعلامية من صحافة، وإذاعة، وتلفزيون.. مع المسؤولين في الجامعة.
- 6- تزويد وسائل الإعلام بالأخبار والمستجدات وآخر الإحصاءات الخاصة بالجامعة.
- 6- متابعة ما تنشره مختلف وسائل الإعلام حول الجامعة وجمعه، لمعرفة ما مدى توافق صورة الجامعة في وسائل الإعلام مع صورتها الحقيقية.
- 8- متابعة اشتراكات الجامعة، في المجالات والصحف والدوريات المختلفة.

علاقة العلاقات العامة بوسائل الإعلام:

وسائل الإعلام يمكن اعتبارها فئة من فئات الجمهور الخارجي الذي من المفروض أن يهتم العلاقات العامة في الجامعة أن توطد العلاقة معه وتكسب ثقته ورضاه، وتكمن أهمية هذه الفئة في قدرتها على التأثير في باقي الفئات الأخرى.

وتختلف علاقة العلاقات العامة بوسائل الإعلام انطلاقاً من النموذج الذي يتبناه قسم العلاقات العامة من بين النماذج الآتية التي وضعها كل من المتخصصين في العلاقات العامة "غرينغ و هانت" :

- **النموذج الأول/ الدعاية والنشر (الوكيل الصحفي):** وتهدف العلاقات العامة هنا إلى ضمان الدعاية ومرور الأخبار الإيجابية حول المؤسسة، ولا يهتم أن تكون الأخبار صادقة، أو غير صادقة. ويكون الاتصال هنا في اتجاه واحد، من المصدر إلى المستقبل، حيث لا تهتم العلاقات العامة برفع الصدى.

- **النموذج الثاني/ نموذج الإعلام العام:** وتهدف العلاقات العامة هنا إلى نشر أكبر قدر ممكن من الأخبار والمعلومات على الجمهور عبر وسائل الإعلام العامة والمنشورات الإعلامية الخاصة بالمؤسسة كالبريد المباشر والملصقات والكتيبات...، ويكون الاتصال هنا أيضاً في اتجاه واحد، مع الحرص هنا على الدقة والموضوعية في المعلومات والأخبار.

- **النموذج الثالث/ نموذج الاتصال غير المتكافئ في اتجاهين:** ينحصر هدف العلاقات العامة في هذا النموذج في الإقناع العلمي المخطط للجمهور، وتحويل هذا الإقناع إلى سلوك. إلا أن هذا النموذج رغم أنه يعتمد على الاتصال ثنائي الاتجاه إلا أنه

ينحاز إلى المؤسسة، حيث يرى أن التأثير يجب أن يقع على الجمهور ولا يقع على المؤسسة، فالجمهور هو مصدر الأزمات والمشاكل والإشاعات...

- **النموذج الرابع/ نموذج الاتصال المتكافئ في الاتجاهين:** تعتمد العلاقات العامة في هذا النموذج على الاتصال في اتجاهين بين المؤسسة وجمهورها وبالقوة نفسها، من أجل تحقيق التفاهم المتبادل في إطار التفاوض من أجل تطوير أدائها. فالمؤسسة تهتم بإقناع جمهورها والتأثير فيه، والجمهور يؤثر في المؤسسة وإدارتها لتعدل سياساتها وقراراتها.

ويبقى النموذج الرابع هو الذي يتيح المجال لتكون العلاقة بين الجامعة ووسائل الإعلام، طيبة وقائمة على أسس متينة، من التفاهم والحوار والشفافية. ما يقطع الطريق عن إثارة الشائعات حول المؤسسة الجامعية، أو محاولات تشويه صورتها. وينصح به ليس فقط للجامعات ولكن لمختلف المؤسسات بتبنيه، لأنه هو الكفيل بتحسين صورتها.

الهيكلية الإدارية للعلاقات العامة:

بناء على ما سبق نستطيع تقسيم مكونات العلاقات العامة إلى أربعة محاور رئيسية:

اسم الدائرة : دائرة العلاقات العامة والإتصال

محور الإعلام:

- التشبيك والتنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة من مكتوبة ومرئية ومسموعة ومواقع الإتصال الإجتماعي (إعداد قوائم بوسائل الإعلام والإعلاميين)
- إعداد الخطط الإعلامية اللازمة لنشاطات الجامعة
- اعداد النشرات الاعلامية وتحريرها
- كتابة التقارير والبيانات الصحفية
- التنسيق لمقابلات صحفية مع مسؤولي وأعضاء مجتمع الجامعة
- التغطية الاعلامية المناسبة لكل أنشطة الجامعة
- تحليل المواد الاعلامية الواردة في وسائل الاعلام الورقي والالكتروني وتعقبها واعداد الردود عليها وتعميمها على العاملين للاطلاع.

الإعلام المتعدد الوسائط

التصوير الفوتوغرافي والمرئي:

- تصوير فيديو لنشاطات الجامعة الهامة وتصوير محاضرات
- إعداد أرشيف صور وأفلام

(1) إنتاج أفلام

(2) إعداد معلومات تقنية (انفو جرافيك)

(3) إعداد الهوية البصرية للجامعة/ Branding

الموقع الإلكتروني:

- 1) تطوير واستكمال المحتوى للموقع وإغناء الموقع بمواد إعلامية وأكاديمية ومحتوى غني بالمعلومات
- 2) تحرير المحتوى بالمقارنة مع سياسة النشر
- 3) الإشراف على إنتاج صور خاصة بالموقع
- 4) تشكيل شبكة مندوبين من كافة الدوائر والمعاهد والوحدات لمتابعة محتوى ومعلومات دوائريهم ووحداتهم وتزويد العلاقات العامة بالمواد المحدثة.

محور المعلومات والنشر:

- إصدار وإعداد المنشورات التي تبرز دور الجامعة ونشاطاتها وإنجازاتها
- إنتاج وتصميم النشرات والكتيبات والتقارير ومواد الإتصال المتعددة
- جمع المعلومات والحقائق والإحصاءات لأغراض النشر والمنشورات
- تحرير المعلومات
- توزيع المنشورات ويشمل ذلك داخل الجامعة وخارجها ومتابعة ذلك
- تحرير المنشورات
- مساعدة مجتمع الجامعة ووحداتها لإصدار المنشورات
- النشر إلكترونيًا على موقع الجامعة وعلى مواقع الإتصال الإجتماعي
- مساعدة مجتمع الجامعة في إنتاج محتوى صفحاتهم على الموقع الإلكتروني للجامعة وإرشادهم حول كيفية إدارتها وآليات النشر المتاحة لهم.
- تنفيذ تحسينات على تصميم الموقع وملاحمه، وتقديم مقترحات وإضافة تحسينات تهدف إلى تعزيز حضور الموقع في محركات البحث.

محور النشاطات

- تنظيم الأنشطة واللقاءات والمؤتمرات
- مشاركة فعالة في تنظيم النشاطات، المؤتمرات.. المهرجانات والإحتفالات والفعاليات لوحدات الجامعة المختلفة وإدارة الأنشطة وجلب رعاية وخدمات أخرى
- تعريف بالأنشطة التي تقوم بها الجامعة عن طريق استخدام أدوات الإعلام
- الإعلان عن النشاطات للجمهور الداخلي والخارجي
- إعداد أرشيف توثيقي للنشاطات والفعاليات
- تطوير برامج نشاطات مع مؤسسات المجتمع والمؤسسات التعليمية
- استضافة واستقطاب نشاطات محددة
- تطوير نوعية وجودة تنظيم النشاطات في الجامعة
- تنسيق استقبال الوفود الدولية والإقليمية والمحلية والتحدث اليهم للتعريف بالجامعة وتاريخها وبرامجها ونشاطاتها
- تطوير بروتوكول خاص بالوفود والزوار
- تطوير إدارة برنامج الوفود والزوار
- إنجاز قاعدة بيانات لوفد لزوار الجامعة والمكتب

