



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال، وعلاقات عامة

أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة الرقمية "مؤسسة ميناء مستغانم نموذجاً"

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر (م.م.د) في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: إتصال و علاقات عامة

المشرفة :

إعداد:

د. بلقوضيل نصيرة

➤ شليق ميرة

قابلية للايع بالمكنة
د. بلقوضيل نصيرة
د. بلقوضيل نصيرة
رئيسة

➤ فلوح جمعية

أعضاء لجنة المناقشة

د. محراز سعاد..... رئيسة

د. بلقوضيل نصيرة..... مؤظرا

د. بن علي مليكة..... مناقشا

السنة الجامعية 2023-2024



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال، وعلاقات عامة.

أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة الرقمية "مؤسسة ميناء مستغانم نموذجاً"

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر (ل.م.د) في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: إتصال و علاقات عامة.

المشرفة :

د. بلقوضيل نصيرة

إعداد:

➤ شليق ميرة

➤ فلوح جمعية

أعضاء لجنة المناقشة

د. محراز سعاد.....رئيسا

د. بلقوضيل نصيرة..... مؤظرا

د. بن علي مليكة.....مناقشا

السنة الجامعية 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الشكر والتقدير

الحمد لله تعالى كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطاته والذي وفقنا في إتمام هذه المذكرة،
نتقدم بالتشكرات الخاصة إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع سواء من قريب أو من
بعيد ونخص بالذكر الأستاذة "بلفوضيل نصيرة" على كل مجهوداتها المبذولة ومرافقتها لنا طيلة
فترة إنجاز البحث.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء اللجنة المناقشة على قبولهم لمناقشة مذكرتنا.

إهداء

قال تعالى بسم الله الرحمن الرحيم : "وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"
الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين أهدي هذا العمل إلى:
من ربنتي وأنارت دربي بالصلوات والدّعوات إلى أغلى إنسان في هذا الوجود أمي نفس
حياتي.

إلى من عمل في سبيلي و علمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه أبي أطال الله في
عمره.

إلى إخوتي: حياة، مروة، وقتيحة توأم روحي، وأسامة أغلى أخ حفظه الله لي.

إلى من عمل معي بغية إتمام هذا العمل من أقاربي وصديقاتي.

إلى كل من يحملهم قلبي ولا تذكرهم كلماتي، وإلى كتاكيت العائلة بنات خالتي: هديل، صفاء،
ريماس، ميساء، حسام.

وفي الأخير أرجو من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعاً يستفيد منه جميع الطلبة.

ميرة

إهداء

قال تعالى: "وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

إلى من بلغ الرّسالة وأدّى الأمانة... ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من علّمني العطاء دون الانتظار إلى من أحمل اسمه كل افتخار إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المستنير، فلقد كان له الفضل الأوّل في بلوغي التعليم العالي والذي الحبيب "رحمة الله عليه"

إلى ملكي في الحياة، إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني... إلى بسمّة الحياة وسرّ الوجود إلى من كان دعاؤها سرّ نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة. إلى كلّ إخوتي وأخواتي وأحسن بالذكر أخي "كريم"، إلى كتاكيت العائلة، أولاد أخي: "محمد، جواد، أشرف".

إلى جميع أساتذتي الكرام ممن لم يتوانوا في مدّ يد العون لي في هذا النجاح.

جمعية

الفهرس

الصفحة	العنوان
	الشكر والتقدير
	إهداء
	الفهرس
	الملخص
أ	المقدمة
ج	الإشكالية
د	الأسئلة الفرعية
د	حدود الدراسة
د	أهمية الدراسة
هـ	أهداف الدراسة
هـ	تحديد المفاهيم
ز	أسباب اختيار الموضوع
ح	الدراسات السابقة
ك	أدوات البحث
ل	منهج البحث
الإطار النظري	
الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية	
14	المبحث الأول: مدخل تمهيدي للعلاقات العامة التقليدية
15	المبحث الثاني: تعريفات العلاقات العامة الرقمية
17	المبحث الثالث: عوامل ظهور العلاقات العامة الرقمية
19	المبحث الرابع: أهداف العلاقات العامة الرقمية وأهميتها
20	المبحث الخامس: أدوات العلاقات العامة الرقمية
21	المبحث السادس: أسس العلاقات العامة الرقمية

22	المبحث السابع: مزايا العلاقات العامة الرقمية
22	المبحث الثامن: الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والإلكترونية
الفصل الثاني: أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية	
27	المبحث الأول: مفهوم الأخلاقيات لغويا واصطلاحا
29	المبحث الثاني: مفهوم أخلاقيات العلاقات العامة وأهميتها.
30	المبحث الثالث: نشأة الأخلاقيات وظهورها وعلاقتها بالعلاقات العامة
32	المبحث الرابع: المسؤولية الأخلاقية وقواعد أخلاقيات المهنة
33	المبحث الخامس: أهم القيم الأخلاقية للقائم بالعلاقات العامة
33	المبحث السادس: أخلاقيات التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي
34	المبحث السابع: الواجبات الأخلاقية للعاملين بالعلاقات العامة
الفصل الثالث: أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة الرقمية	
37	المبحث الأول: أخلاقيات ممارسا العلاقات العامة
38	المبحث الثاني: أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة نحو الزملاء والإدارة
40	المبحث الثالث: المبادئ الأخلاقية لرجل العلاقات العامة
40	المبحث الرابع: الإطار العام لمواصفات العاملين في أجهزة العلاقات العامة
42	المبحث الخامس: المهارات الاتصالية للقائم بالاتصال في العلاقات العامة
44	المبحث السادس: الخصائص الواجب توافرها في رجل العلاقات العامة
46	المبحث السابع: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الأنترنت
الفصل التطبيقي	
49	1- تعريف مؤسسة ميناء مستغانم
49	2- الموقع الجغرافي لميناء مستغانم
49	3- نشأة مؤسسة ميناء مستغانم
51	4- الهيكل التنظيمي
52	5- مهام المؤسسة
52	6- أهداف المؤسسة

52	7- مميزات ميناء مستغانم
53	8- امتيازات ميناء مستغانم
56	9- تحليل البيانات
68	10- نتائج الدراسة
70	الخاتمة
72	قائمة المراجع
	الملاحق

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة أبرز الأخلاقيات التي يلتزم بها القائمين بالعلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم، حيث عالجنا هذا الموضوع من خلال الإشكالية التالية: ما هي الأخلاقيات التي يتمتع بها ممارسو العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم؟ وما مدى التزامه بها؟ وبيّنت الدّراسة أن أبرز وظائف العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم هي نشر الصور والفيديوهات حول أنشطتها الروتينية وكذلك تنظيم الدورات التكوينية لمدة 15 يوما داخل المؤسسة حيث كانت مؤسسة ميناء مستغانم هي المؤسسة التي تمّ اختيارها قصد دراسة الحالة، ولتحقيق أهداف الدّراسة تمّ الاعتماد على أداة المقابلة وأداة الملاحظة لجمع البيانات، والتعرف على الوسائل والتقنيات التي تعتمد عليها في خدماتها (الموقع الإلكتروني، البريد الإلكتروني، الفيس بوك).

توصّلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يوجد وعي وفهم لدور العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم ولكنها غير كافية وليس هناك وعي بأهميتها من طرف القائمين عليها الذين أكدوا أنه مواكبة للتطور لا غير.

الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة الرقمية- الأخلاقيات- القائم بالعلاقات العامة.

Study summary

The study aimed to learn the most prominent ethics that digital public relations practitioners adhere to at the Port of Mustaganem Foundation, where we addressed this issue through the following problems: What ethics do digital public relations practitioners enjoy at the Port of Mustaganim Foundation? How committed is he? The study showed that the most prominent functions of digital PR at Port Mostaganem Foundation are to publish photos and videos about their routine activities as well as to organize 15 days of formative courses within the institution where Port Mostaganem Foundation was the chosen institution for case

study In order to achieve the objectives of the study, the corresponding tool and the observation tool were used to collect data, And learn about the means and techniques you adopt in their services (website, email, Facebook.(

Our study has reached a series of results, the most important of which are:

There is awareness and understanding of the role of digital PR in the Port Mustaganem institution but it is insufficient and there is no awareness of its importance on the part of those who have confirmed that it is only in keeping with development.

Keywords:

Digital PR - Ethics - Public Relations

مقدمة

مقدمة

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، وموجة الرقمنة التي يشهدها العالم وانعكاسها على عمليات الاتصال المؤسسي، تنامي التوجه نحو تبني الآليات الرقمية في مجال العلاقات العامة وذلك مع كبر حجم المنظمات، واتساع رقعة انتشارها، وزيادة عدد المتعاملين معها، وقد ألفت تلك الوسائل الرقمية حدود الزمان والمكان، وسهلت من عملية التواصل والحوار، وبناء العلاقات بين المنظمات والجمهور وفي عصرنا هذا تطورت آليات العمل في العلاقات العامة، حيث ظهر ما يسمى بالعلاقات العامة الرقمية، التي تعمل كامتداد لعمل العلاقات العامة التقليدي، لعدة أسباب منها مواكبة التغيرات الحاصلة في المجتمعات نتيجة تطور وسائل الاتصال، والاستغلال الأمثل لهذه التقنيات وتوظيفها في بعض أعمال إدارات العلاقات العامة لتحقيق أهدافها.

فتحت تكنولوجيا المعلومات قنوات اتصالية جديدة لممارسي العلاقات العامة ليتواصلوا إلكترونياً باستخدام كافة أشكال الاتصالات، حيث يتواصل المشاركون إلكترونياً داخل المؤسسة وخارجها. وأصبح أكثر انخراطاً مع الأنشطة الإلكترونية التي سمحت لهم بالانخراط في مختلف المستويات مع العملاء، والمجتمعات المحلية عبر الإنترنت. فرصد التفاعل ممارسة هامة بالإضافة إلى الوظائف الأخرى السائدة، بما في ذلك تطوير الموقع والتواصل من خلال البريد الإلكتروني. فالعلاقات العامة الرقمية تعني ممارسة العلاقات العامة عبر الوسائل والنظم الرقمية الحديثة، وفقاً لجهود وأنشطة مخططة ومقصودة، وتختلف عن العلاقات العامة التقليدية في طبيعة الوسائل الاتصالية. فإدارة العلاقات العامة الرقمية تتمكن من إجراء دراسات تتبعية لما يقوله الأفراد عن المنظمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل الآراء وتعليقات الجمهور، والرد عليها وتقويم برامجها من خلال التعرف على ردود الجمهور نحو تلك البرامج عبر الوسائل الرقمية التي تتيح التفاعل والحوار بين المؤسسة وجمهورها.

ومن هذا المنطلق تحاول دراستنا إبراز مدى التزام القائم بالعلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء "مستغانم" بأخلاقيات المهنة.

وتم تقسيم الدراسة إلى مقدمة وثلاث فصول وخاتمة، وتناولت مقدمة الدراسة طرحاً من العام إلى الخاص للموضوع.

حيث احتوى الإطار المنهجي على إطار الدراسة ومنهجيتها وعلى الإشكالية التي انتهت بتساؤل رئيسي بالإضافة إلى مجتمع البحث وعينة الدراسة.

في حين أنّ الفصل الأول بعنوان ماهية العلاقات العامة الرقمية الذي ضمّ ثمانية مباحث جاء أولها تحت عنوان: مدخل تمهيدي للعلاقات العامة التقليدية والمبحث الثاني بعنوان تعريفات العلاقات العامة الرقمية، أمّا المبحث الثالث أهداف العلاقات العامة الرقمية وأهميتها، أما المبحث الرابع يدور حول عوامل ظهور العلاقات العامة الرقمية، أمّا المبحث الخامس فيوجد فيه أدوات العلاقات العامة الرقمية، يليه المبحث السادس بعنوان: أسس العلاقات العامة الرقمية، أمّا المبحث السابع مزايا العلاقات العامة الرقمية، وفي آخر الفصل المبحث الثامن بعنوان الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والعلاقات العامة الإلكترونية.

أمّا الفصل الثاني تطرّقنا من خلاله إلى أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية وقسمناه إلى سبع مباحث من المبحث الأول بعنوان مفهوم الأخلاقيات لغويا واصطلاحا، والمبحث الثاني مفهوم أخلاقيات العلاقات العامة وأهميتها، والمبحث الثالث نشأة الأخلاقيات وظهورها وعلاقتها بالعلاقات العامة، أمّا المبحث الرابع: المسؤولية الأخلاقية وقواعد أخلاقيات المهنة، والمبحث الخامس بعنوان أهمّ القيم الأخلاقية للقائم بالعلاقات العامة الرقمية، والمبحث السادس أخلاقيات التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي، ونهاية الفصل بالمبحث السابع الواجبات الأخلاقية للعاملين بالعلاقات العامة.

أمّا الفصل الثالث بعنوان أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة الرقمية الذي ضمّ سبع مباحث، فالمبحث الأول حول أخلاقيات ممارس العلاقات العامة والمبحث الثاني أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة نحو الزملاء والإدارة، يليه المبحث الثالث المبادئ الأخلاقية لرجل العلاقات العامة، وفي المبحث الرابع الإطار العام لمواصفات العاملين في أجهزة العلاقات العامة، أمّا المبحث الخامس بعنوان المهارات الاتصالية للقائم بالعلاقات العامة، يليه المبحث السادس: الخصائص الواجب توافرها في رجل العلاقات العامة، وختام الفصل بالمبحث السابع أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الإنترنت.

أمّا الإطار التطبيقي فاشتمل على تعريف مؤسسة ميناء مستغانم وموقعها الجغرافي، كذلك نشأة المؤسسة، وهيكلها التنظيمي، يليه مهامها وأهدافها، ثمّ مميزات ميناء مستغانم، ختامها

بالامتيازات ميناء مستغانم، وعلى عرض نتائج الدراسة الميدانية، وذلك من خلال تحليل بيانات المقابلة والملاحظة وانتهت بمجموعة من الاستنتاجات وخاتمة وتوصيات يمكن أن تكون بداية لموضوع آخر.

الإشكالية:

لقد ارتبط مفهوم العلاقات العامة الحديثة بوسائل الإعلام الجديدة والانترنت نظرا لعصر التكنولوجيا والرقمنة الذي نعيش فيه، فلا يمكن الاستغناء عنها. فالعلاقات العامة الرقمية هي إدارة الاتصال المؤسسة ب جماهيرها من خلال استخدام تطبيقات Web01 والتي تسمى PR-1، وكذلك تستخدم تطبيقات Web2 وتسمى PR-2 والتي تعتمد على توظيف الدعم الاتصالي التفاعلي بين المنظمة وجمهورها.

وفي عصرنا الحالي ازدادت أهمية الأخلاقيات في مجال العلاقات العامة الرقمية، فهي تشكل المبادئ والقيم التي ينبغي على ممارسي العلاقات العامة الالتزام بها. تشمل الأخلاقيات في هذا المجال على الصدق والنزاهة والولاء والاحترام المتبادل بين المؤسسة و جماهيرها المختلفة. فيجب على رجل العلاقات العامة أن يكون مسؤولا وأخلاقيا وأن يتبنى مجموعة من المبادئ الأخلاقية كالصدق والنزاهة والشفافية والاحترام في تعامله مع الجمهور والعملاء، لبناء علاقات طويلة المدى وأن يتعين عليه أيضا الالتزام بالقوانين، والسعي لتحقيق المصلحة العامة والتعامل بالمصداقية في جميع جوانب عمله.

تعتبر مؤسسة الميناء من العوامل الحيوية في النمو الاقتصادي والتجارة البحرية، وتلعب مؤسسة ميناء دورا بارزا في تسهيل حركة البضائع والسفن وتوفير الخدمات البحرية المتنوعة فهي نقطة التقاء العديد من الأنشطة التجارية، حيث تعمل على تنظيم وإدارة حركة البضائع وتوفير البنية التحتية اللازمة للتحميل والتفريغ والتخزين وتهدف المؤسسة إلى تعزيز التجارة وتحسين الاقتصاد المحلي والعالمي.

وبدخول الجزائر اقتصاد السوق، استطاعت مدينة مستغانم بفضل مينائها إنشاء اقتصاد ناجح وإطار حضري بتشكيل فضاء اجتماعي وتنظيمه حسب منطق التطور وتماشيا مع البرامج التطبيقية المتعلقة بالمدن من نفس الصنف حيث أصبحت مدينة مستغانم تملك جدولا وسجلا يضمّ العناصر المؤسسة والمخططة لإستراتيجيتها في التطور، نظرا توفرها على كثافة سكانية كبيرة

إضافة إلى مينائها. لمدينة مستغانم مناطق صناعية، مراكز ومجال التبادل التجاري، فضاءات ثقافية ومساحات للترفيه إلى جانب مرافق أخرى، في هذا الإطار يعرف ميناء مستغانم برامج عصرنة وتحديث وإعادة تأهيل وتسطير عمليات البناء والتهيئة وتدعيم المنشآت. ومن خلال دراستنا هذه سنحاول تسليط الضوء على أبرز أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم، ومن هنا نتطرق إلى الإشكال العام على النحو التالي:

- ما هي أهمّ الأخلاقيات التي يتمتّع بها ممارسو العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم؟

من أجل معالجة الإشكالية نحاول التطرق إلى الأسئلة الفرعية التالية:

الأسئلة الفرعية:

• ما أبرز الأخلاقيات التي يطبقها القائم بالعلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم؟

• ما هي أهداف العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم؟

• ما مدى التزام القائم بالعلاقات العامة الرقمية في ميناء مستغانم بأخلاقيات المهنة؟

• كيف يتعامل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مع التحديات والضغوط في بيئة العمل الرقمية؟

حدود الدراسة:

الحدود الزمنية: قدمت هذه الدراسة خلال السنة الدراسية 2023م- 2024م

الحدود المكانية: لاستكمال الشقّ التطبيقي للدراسة قمنا بإجراء مجموعة من المقابلات في

المؤسسة العمومية الحكومية لميناء مستغانم.

أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ومن أهمها:

• الرغبة الشخصية في معالجة هذا الموضوع.

• الرغبة في تطوير المهارات العلمية.

• إبراز ضرورة الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة في المجتمع.

• زيادة الرصيد المعرفي

- الرغبة في معرفة أهمية العلاقات العامة الرقمية.
- يندرج هذا الموضوع ضمن تخصصنا ومن أهم المجالات المهمة وهي استخدام العلاقات العامة الحديثة.
- تموقع موضوع الدراسة في لب تخصص الاتصال والعلاقات العامة.
- قابلية الموضوع للدراسة الميدانية.
- الاهتمام المتزايد بالعلاقات العامة التفاعلية من ناحية التطور التكنولوجي من قبل المؤسسات الحديثة.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد ممارسة العلاقات العامة الرقمية وأخلاقياتها عبر الوسائل والنظم الإلكترونية التفاعلية وفقا لجهود وأنشطة مخططة ومقصودة ومن هنا يسعى كل بحث علمي إلى تحقيق الأهداف المسطرة له، وعليه كانت أهداف الدراسة تدرج تحت النقاط التالية:

- إبراز الأخلاقيات التي يطبقها القائم بالعلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم.
- تهدف دراستنا إلى أهمية العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة الميناء.
- الكشف عن مدى التزام القائم بالعلاقات العامة الرقمية بأخلاقيات مهنته.

أهمية الدراسة:

تعتمد العلاقات العامة الرقمية في أخلاقياتها على تحقيق الوظائف العامة للمؤسسة والمحافظة على مبادئها القيمية، من خلال بناء الثقة مع جماهيرها المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية، عن طريق تقديم المعلومات الصادقة إلا أنّ أهمية الموضوع تكمن في معرفة أخلاقيات القائم بمهنة العلاقات العامة الرقمية التي تتجلى فيما يلي:

- قلّة الدراسات الأكاديمية التي تناولت أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة الرقمية في مؤسسات الموانئ الجزائرية.
- إبراز أهمية الممارسات الأخلاقية للعلاقات العامة الرقمية في ميناء مستغانم.
- أهمية العلاقات العامة الرقمية في تقوية العلاقات بين المؤسسات وجماهيرها.

تحديد المفاهيم

(1) مفهوم العلاقات العامة

أ. لغة: عبارة عن مفهوم لفظي مركب من كلمتين الأولى العلاقات، والثانية: العامة، والعلاقات جمع علاقة والعلاقة هي الرّبط بين موضوعين أو أكثر، فالعلاقات هي الرّوابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك، فهي مجموع الصّلات والاتصالات التي قد تكون هيئة أو شركة أو منظمة من جهة، والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى، أمّا العامّة: تشير إلى الجماهيرية أي الجمهور المختلف الذي ترتبط مصالحه ونشاطاته بالهيئة أو المنظمة.¹

ب. اصطلاحاً: هي إحدى وظائف المؤسسة لتعريف جمهورها الداخلي "الموظفين" وجمهورها الخارجي "الزبائن" و"العملاء" بسياستها وخدماتها من أجل زيادة الفهم والقبول والتعاون بينهما جميعاً، فهي تهدف إلى تقوية الاتصال بين الإدارة والموظفين داخل المؤسسة من جهة، وبين المؤسسة والمستفيدين من خدماتها من جهة أخرى. ومن أهمّ وظائف العلاقات العامة هو معرفة الرأي العام اتجاهها بالإضافة إلى أنها صوت وصورة المؤسسة.²

* الرقمية: هي عملية تحويل الكلمات والصور والرموز إلى لغة رقمية، يمكن الاستفادة منها وتحويلها وتخزينها، وتسمى الرقمنة أيضاً نظراً لتحويل اللغة إلى رقمي الصفر، والواحد.

هو التّحول من الأساليب التقليدية المعهود بها إلى نظم الحفظ الإلكترونية، وهذا التّحول يستدعي التعرف على الطرق والأساليب القائمة واختيار ما يتناسب مع البيئة الطالبة لهذا التّحول.³

* تعريف العلاقات العامة الرقمية:

يقصد بالعلاقات العامة عبر الفضاء الإلكتروني أو الرقمي/ استخدام مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات لتطبيقات والخدمات الحديثة التي أتاحتها شبكة الانترنت، وعليه أصبح المسؤول خاصة مع هذا التطور الذي يشهده العالم في مجال التكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

1- بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2010، ص 14.

2- محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دون طبعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 224-225.

3- محمد جمال الفار، المرجع السابق، ص 227.

مجبرا على تبني هذه الوسائل والعمل بها في أنشطتها لتحقيق أهداف المؤسسة مع جمهورها الداخلي والخارجي والمجتمع ككل.¹

ج. التعريف الإجرائي:

هي كل نشاط اتصالي يقوم به جهاز العلاقات العامة باستخدام كافة الوسائل الحديثة المتصلة بالإنترنت والاتصال الشامل.

(2) مفهوم الأخلاقيات:

أ. لغة: الأخلاق جمع خُلُقٍ، والخُلُقُ -بضم اللّام وسكونها- هو الدّين والطبع والسجّية (وهو ما خُلِقَ عليه من الطّبع) والمروءة، وحقيقة الخُلُق أنه بصورة الإنسان الباطنة، وهي نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة بها بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة وأوصافها ومعانيها.²

ب. اصطلاحاً: وهو التعبير عن قيم المجتمع ومثاليته، أي أنماط السلوك والغايات المطلوبة ويحاول فحصها، بطريقة نقدية، واختيار صحتها ممّا يؤدّي في النهاية لصياغة قيم جديدة.³

ج. إجرائياً: هي مجموعة من الانطباعات والقيم الفطرية أو المكتسبة من الأسرة أو المجتمع "المحيط الخارجي" نحو الخير والصواب في مواجهة الشر والخطأ.

(3) القائم بالعلاقات العامة الرقمية Public Relation Man:

أ. اصطلاحاً: هو الشخص الذي يقوم بدور المحلل والدعاية، ويحلل انطباعات الناس وسلوكهم وينقلها إلى المؤسسة التي يعمل فيها ويفسّر مزاج النَّاس، واجتماعاتهم ورغباتهم، وردود أفعالهم المحتملة اتجاه مؤسستهم.

ويحافظ رجل العلاقات العامة على العلاقة الطيبة بين المؤسسة والجمهور، ويحاول إبراز صورة المؤسسة، ويتعلم أساليب الاتصال، والعلاقات الصناعية والسياسية فالعلاقات العامة فن تطبيقي لكسب الجمهور ورضاه.⁴

1- ملكة حاسي، العلاقات العامة عبر الفضاء الإلكتروني (أدار ومتطلبات جديدة- دراسة نظرية)، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد (02)، المجلد 05، ديسمبر، 2021، ص 559.

2- مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، ط2، مؤسسة الرّسالة للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2005، ص 881، PDF.

3- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نفسية، إعلامية)، ط1، الدار الثقافية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 14.

4- محمد جمال الفار، المرجع السابق، ص 185.

ب- إجرائيا: هو ذلك المسؤول الأوّل عن الاتصال في المؤسسة باستخدام أسلوب فني لكسي ثقة الجماهير مع إبراز صورة المنظمة على الصفحات الرسمية والمواقع الإلكترونية.

الدّراسات السابقة:

لقد أشار مولي إلى أنّ مراجعة الأدبيات تعدّ من المهام الدقيقة والصعبة، تتطلب وعيا وإدراكا وتبصّرا عميقا في مجال الاختصاص ضمن إطار شامل، وهي خطوة مهمة وحاسمة من شأنها أن تقلل من خطورة الطريق المسدود وأبحاث الدراسات المرفوضة والجهد الضائع وفعالية المحاولة والخطأ باعتماد أساليب أثبت عمقها باحثون سابقون.

الدّراسة الأولى:

هي عبارة عن بحث أكاديمي ينتمي إلى مجلة بحوث العلاقات العامة "الشرق الأوسط" لحاتم محمد عاطف للسنة الجامعية 2015م- 2016م بعنوان: ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية "دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية".

فقد أراد الباحث إبراز أهمية استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعات للتواصل مع الطلاب والخريجين وأعضاء هيئة التدريس والعاملين مع الجمهور الخارجي. ولذلك فقد اعتمد على التساؤل الرئيسي فحواه:

- ما واقع استخدام الجامعات الحكومية (الجامعة المنوفية) لتكنولوجيا الاتصال؟

وقد تفرعت عنه ثلاث أسئلة فرعية هي كالتالي:

• كيف يمكن لممارس العلاقات العامة أن يوظف استخدامه لتكنولوجيا المعلومات والإنترنت في ممارسة العلاقات العامة؟

• ما أهمية استخدام الممارس للعلاقات العامة الرقمية في تعزيز وتعزيز وتحقيق أهداف المؤسسة وتنفيذ خطتها؟

• ما هي طبيعة الوسائط الرقمية المتعددة المستخدمة على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجامعة المنوفية؟

وقد اندرجت هذه الدّراسة ضمن المنهج المسحي والتي تستعمل (البحوث الكنية والنوعية) للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة، أمّا عينة الدّراسة فقد قام الباحث بتقسيمها إلى 4 مجموعات أساسية منهم (المديرين، الممارسين من الدرجة الأولى، الممارسين من الدرجة

الثانية، الممارسين من الدرجة الثالثة). فمجتمع البحث هو الجامعات الحكومية بجمهورية مصر العربية، وتم اختيار جامعة المنوفية كنموذج لتطبيق الدراسة عليها، واستعمل الباحث أسلوب التحليل الكيفي والمقابلة كأدوات أساسية للتوصل إلى نتائج الدراسة.¹ وفي الأخير فقد استخلص الباحث النتائج التالية:

- * من خلال مجموعات النقاش مع مديري العلاقات العامة والإعلام وعددهم (3) مديرين تبين ضعف خلفيتهم عن الاستخدام الرقمي للعلاقات العامة في التواصل مع الجمهور.
 - * دلت نتائج الدراسة على الالتزام 90% من أفراد العينة بأخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على حساب شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وموقع الجامعة على الأنترنت فيما يتعلق الأمر بالمعايير الأخلاقية للمهنة من: (التوازن- الدفاع- الموضوعية- الاستقلال- المساواة- المصادقية- الثقة..)
 - * كذلك توصلت الدراسة إلى أبرز استخدامات إدارات العلاقات العامة لأدوات العلاقات العامة هي: النشر الإلكتروني لأخبار الجامعة مدعّمة بالصّور الثابتة والمتحركة، واستخدام الفيديو لبث النشرة الإخبارية المرئية اليومية للجامعة على موقعها الإلكتروني.
 - * وقد توصلت الدراسة أيضا على استخدام ممارسي العلاقات العامة بجامعة المنوفية الوسائط المتعددة المختلفة لتفعيل ممارسة العلاقات العامة إلكترونيا فاستخدموا: (النصوص الفائقة- الفيديو- الصور المتحركة) في موقع الجامعة بشبكة الإنترنت للتواصل مع الجمهور.²
- الدراسة الثانية:**

اهتمت كثير من الدراسات والأدبيات العلمية التي تناولت موضوع العلاقات العامة بالبحث والتحقق من تأثير تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على العلاقات العامة، وعوامل هذا التأثير ونتائجه على بيئة العمل داخل إدارة العلاقات العامة، وتأثيره كذلك على الممارسين لمهنة العلاقات العامة، وفيما يلي عرض الدراسة التالية: بعنوان: دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا (دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة" للباحثة "إيمان مرسي".

1- حاتم محمد عاطف، ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية "دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية"، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، العدد السادس، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مارس، 2015.

2- حاتم محمد عاطف، المرجع السابق.

* سعت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الاتصال والتواصل في الجامعات السعودية خلال "أزمة كورونا" المستجد. لذلك اعتمدت الباحثة على مشكلة الدراسة بالتعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا بالتطبيق على ممارسي العلاقات العامة في ثلاث جامعات سعودية. وقد تفرعت عن هذه المشكلة جملة من التساؤلات أهمها ما يلي:

- هل يستخدم أخصائيي ومديري إدارات العلاقات العامة بالجامعات السعودية عينة الدراسة تكنولوجيا الحديثة في ممارسة عملهم خال أزمة جائحة كورونا؟
 - ما درجة تشجيع المؤسسة الأكاديمية (الكلية/ الجامعة) لممارسي العلاقات العامة على استخدام الوسائل الرقمية في عمل إدارة العلاقات العامة خلال أزمة وباء كورونا؟
 - ما أهم الوسائل الرقمية في عمل إدارة العلاقات العامة في تعاملها مع جمهورها الداخلي والخارجي خلال أزمة كورونا؟
 - ما مميزات استخدام العلاقات العامة الرقمية في إدارة أزمة جائحة كورونا؟
- واعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey بهدف الحصول على المعلومات والبيانات والأوصاف الخاصة بالظاهرة أمّا عينة الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على العينة العمدية لاختيار العاملين في إدارات العلاقات العامة الذين يتعاملون مع الجمهور الداخلي والخارجي، وتمثلت عينة الدراسة في العاملين في إدارات العلاقات العامة في الجامعات السعودية. واستخدمت مجموعة من الأدوات قصد الحصول على البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة منها: أداة الاستقصاء بنوعيتها، كذلك الاستبيان.

وفي الأخير استخلصت الباحثة مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

توصّلت الدراسة إلى تأثير إدارات العلاقات العامة في المؤسسات بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتطوراتها المتلاحقة، وترك النمط التقليدي للاتصال بالجمهور لتحوّله إلى النمط الرقمي للاتصال.

الاعتماد على أشكال الاتصال التي تواكب الأجيال الحالية من الجمهور، والتي تتمثل في المجل في الأشكال والوسائل الإلكترونية السريعة في تقديم الخدمة والتفاعل بين مقدمي الخدمة والمستفيدين منها.

بالإضافة إلى تحديات إدراك ومعرفة القائمين على المؤسسات أولاً والعاملين بإدارات العلاقات العامة ثانياً لأهمية العلاقات العامة الرقمية في نشر أنشطة المؤسسة على المنصات الإلكترونية المختلفة والاتصال بالجمهور وتعزيز التفاعل والمشاركة بين المؤسسة وجمهورها، وتعزيز قيم الولاء وتحسين سمعة المؤسسة بين منافسيها.¹

أدوات البحث:

تعتمد هذه الدراسة على الأدوات التالية:

أ- الملاحظة (Observation):

هناك من الموضوعات أو الأسئلة البحثية التي تتطلب استخدام الملاحظة وهي أداة من أدوات جمع البيانات أو المعلومات. ففي حين يستطيع الباحث أن يسأل المدرسين عن تصرفات طلبتهم داخل الغرفة الصفية، إلا أنه قد يحصل على معلومات أدق وأكثر تفصيلاً إن هو لاحظ أو شاهد هذه التصرفات بنفسه. بمعنى آخر، هناك من المعلومات التي يصعب وصفها، وإذا وصفناها لا نعطيها حقها ولا بد من ملاحظتها. وقد قمنا بملاحظة استخدام العلاقات العامة الرقمية ولكن ليس معترف بها كقسم أو إدارة.²

ب- المقابلة:

يمكن تعريف المقابلة بأنها التقاء مباشر بين فردين وجه الوجه وتحقق المقابلة في الدراسات الميدانية عن طريق أسئلة يلقيها السائل لمعرفة رأي المجيب في موضوع محدد بالذات، وبالتالي فهي عبارة عن تبادل لفظي بين السائل والمجيب أو عملية من عمليات التكامل الاجتماعي.³ قمنا بمجموعة من المقابلات تضم سبعة أشخاص منها: المدير وجهاز القائمين بالعلاقات العامة، وآخرون من مصلحة التكوين.

1- إيمان مرسي، دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا "دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة، مجلة البحوث المصرية، المملكة العربية السعودية، بدون سنة.

2- عدنان عوض، مناهج البحث العلمي، بدون طبعة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات للنشر، القاهرة، 2008، ص 227.

3- جمال محمد أبو شنب، البحث العلمي (المناهج، والطرق والأصوات)، بدون طبعة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 148.

منهج الدراسة:

1- تعريف المنهج:

الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقول وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.¹

2- تعريف منهج دراسة حالة:

يطلق على منهج دراسة الحالة في الفرنسية اسم المنهج المونوجرافي La méthode monographique والمونوجرافيا وصف موضوع مفرد.

أمّا العلماء الأمريكيون فقد وضعوا تعريفات ومتعدّدة لمنهج دراسة الحالة وتتفق أغلب التعريفات على أنّ منهج دراسة الحالة هو المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا أو مجتمعا محليا أو مجتمعا عاما. وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرّت بها، وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المشابهة لها.²

ومنهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة.

1- محمد سلمي، المنهجية في التحليل السياسي للمفاهيم (المناهج، الاقترابات، والأدوات).
2- ناهد عرفة، مناهج البحث العلمي، ط1، بدون دار النشر، القاهرة، 2006، ص 176.

**الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة
الرقمية**

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية.

المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة ومبادئها:

• يختلف تعريف العلاقات العامة حسب المهمة الوظيفية للعلاقات العامة وحسب رأي القائم بالتعريف ونظرته لمهمة العلاقات العامة الوظيفية؛ فتركز بعض التعريف العلاقات العامة على الجانب الاتصالي؛ بينما يركز بعضها على الجانب الإداري؛ وبعضها يركز على جانبيين الإداري والاتصالي.

وتتفق معظم تعاريف العلاقات العامة على أن العلاقات العامة هي: وظيفة إدارية في آن واحد كما أن وضع تعريف العلاقات العامة أمر يكتنفه العديد من الصعاب وذلك للأسباب التالية:

1- إن العلاقات العامة علم وفن حديث التكوين.

2- عدم القدرة على تحديد مضمون الألفاظ حيث يشير مصطلح العلاقات العامة إلى ثلاث معاني مختلفة كما قد يستخدم كبديل لها؛ وهذه المعاني هي: الإعلام والاتصالات والأوامر العامة.

3- إن مصطلح العلاقات العامة يتضمن ركنين أساسيين هما:

أ- المفهوم النظري: وهو كون العلاقات العامة فلسفة الإدارة.

ب- المفهوم التطبيقي: أي الوسائل المتبعة لتحقيق تلك الفلسفة.

4- أن المفهوم التطبيقي للعلاقات العامة يتضمن أكثر من معنى:

أ- فهو قد يعني السياسات والإجراءات التي تحافظ عن طريقها المنظمة على رضا

وتأييد جماهيرها.

ب- وهو قد يعني أيضا النشاط الإعلامي الموجه إلى كسب تأييد جماهير المنظمة لها

عن طريق شرح وتوظيف أعمالها.¹

مبادئ العلاقات العامة:

1- المسؤولية الاجتماعية: أن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام

مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فتأثر بها وتتأثر به. ولذلك فإن هناك مسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه.

1- محمد عبده الحافظ؛ العلاقات العامة؛ ط1؛ دار الفجر للنشر والتوزيع؛ القاهرة؛ 2009؛ ص ص13؛ 14.

2- **احترام رأي الفرد:** يجب أن تركز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة الفرد واحترام حقوقه الأساسية التي نص عليهم وضمنها القانون؛ وأن تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع فالإيمان بالشيء هو خير دافع للاهتمام به.¹

3- **نظام إخفاء المعلومات عن الجمهور:** إن نظام إخفاء المعلومات يثير الشك ويفتح المجال للشائعات المغرضة؛ ويؤدي إلى وجود شرخ في الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها وبالتالي فإن على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل والتي قد تضر بمصالح المنظمة أمام المنافسين.

4- **الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:** تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة كالنزاهة والصدق والعدالة. وهكذا فهي لا تخدع الجمهور ولا تغشه بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالأقوال فقط.

● فالعلاقات العامة هي إعلام وسلوك فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق السامية؛ والجانب الإعلامي هو استخدام كافة وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها.²

المبحث الثاني: تعريفات العلاقات العامة الرقمية

مفهوم العلاقات العامة الرقمية من المفاهيم التي مرت بعدة مراحل وأخذت عدة تسميات حتى استقر هذا المفهوم. فقد ارتبط هذا المفهوم بمصطلحات مثل: الأنترنت؛ ووسائل الإعلام الجديدة؛ ووسائل التواصل الاجتماعي؛ ووفقاً لسومرفيلدت ثم استخدام ثلاثة مصطلحات لتوصيف البحوث التي ندرس الممارسات الرقمية للعلاقات العامة الإلكترونية (Online PR)؛ والبحوث التي تعتبر أن توظيف الأنترنت هو محور ممارسة العلاقات العامة المعاصرة.

ويعرف الباحثون العلاقات العام الرقمية بأنها إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الأنترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الإلكتروني؛ والألعاب الإلكترونية وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الأنترنت ودمج النصوص والجرافيك والصور؛ ومقاطع الفيديو؛ وبالتالي يمكن تصنيف العلاقات العامة الرقمية في فئتين توضحان تطورهما ومجالات توظيفها؛ وهاتان الفئتان هما:

1- محمد عبده الحافظ؛ المرجع نفسه؛ ص30.

2- محمد عبده الحافظ؛ المرجع السابق؛ ص ص 30؛ 31.

- أ- العلاقات العامة التي تستخدم التطبيقات (Web 1) وتسمى (PR-1) وهنا تعتمد العلاقات العامة الرقمية على توظيف الموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني.
- ب- العلاقات العامة التي تستخدم تطبيقات (Web 2) وتسمى (PR-2) وتعتمد على توظيف التطبيقات التي تدعم الاتصال التفاعلي والحوار بين المنظمة وجمهورها؛ مثل: المدونات؛ وتويتر؛ وفيسبوك؛ وتطبيقات الهواتف المحمولة المختلفة؛ وهي ما تعرف بوسائل التواصل الاجتماعي.¹

• في تعريف آخر للعلاقات العامة الإلكترونية E-PR:

تشكل العلاقات العامة عبر الأنترنت طريقه فريدة للترويج لمنظمة أو منتجاتها أو خدماتها؛ وتعزيز الرؤية في البيئة الافتراضية؛ كما أن العلاقات العامة؛ قد أثبتت كفاءتها إلى الحد الذي تنجح فيه في تحسين اتصالاتها مع الجمهور؛ وتسهيل الاتصال في اتجاهين؛ فالاتصالات الحوارية التي تم إنشائها بواسطة الاستخدام الإستراتيجي للجمهور عبر الأنترنت تحقق نجاحا كبيرا وفي وقت أسرع وبأقل التكاليف؛ فالعلاقات الإلكترونية لديها إمكانات كبيرة كأداة اتصال لأن "العلاقات العامة كانت وستظل دائما محور العلاقات الإنسانية الناجحة"؛ فالعلاقات العام الإلكترونية وتسمى أحيانا "بالعلاقات العامة على الأنترنت" أو "العلاقات العامة الرقمية"؛ وهو مفهوم حديث جدا بالمقارنة مع العلاقات العامة التقليدية في عقود كثيرة من التاريخ. وهي في الغالب تكون الاستخدام المخطط استراتيجيا للأدوات والتكنولوجيات الإعلامية الجديدة القائمة على الأنترنت لبناء حوار بين المنظمة وجمهورها والحفاظ عليه.²

تعريف العلاقات العامة عبر الفضاء الإلكتروني:

يقصد بالعلاقات عبر الفضاء الإلكتروني أو الرقمي؛ استخدام مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات للتطبيقات والخدمات الحديثة التي أتاحتها شبكة الأنترنت؛ وعليه أصبح المسؤول خاصة مع هذا التطور الذي يشهده العالم في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة مجبرا

1- خيرت معوض عياد؛ مبادئ العلاقات العامة (التاريخ؛ المفاهيم؛ الأسس والعمليات؛ أخلاقيات الممارسة)؛ الشارقة: المكتبة الوطنية للنشر؛ ط"؛ 2020؛ ص54.

2- بسمة محمد إبراهيم بلال؛ "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة الإلكترونية في مؤسسة مصر للطيران نحو استخدامات الذكاء الاصطناعي مؤسسة مصر للطيران نموذجا"؛ مجلة الدراسات الإعلامية؛ عدد (26)؛ مجلد 11؛ برلين: المركز الديمقراطي العربي؛ فيفري؛ 2024.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

على تبني هذه الوسائل والعمل بها في أنشطتها لتحقيق أهداف المؤسسة مع جمهورها الداخلي والخارجي؛ والمجتمع ككل.¹

• يعرفها **عبد الباري إبراهيم** درة والذي يعتبر العلاقات العامة الإلكترونية على أنها: تؤكد على الاتصال بالمفهوم القديم للعلاقات العامة الذي يدور حول نشر المعلومات والحصول على تغذية راجعية من الجمهور في نفس الوقت.

• كما عرفت **نوال الزعبي** العلاقات العامة الإلكترونية فقالت: هو قيام الإدارة المعنية بإدارة العلاقات العامة بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديثة وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.

• وأيضا يعرف **حاتم محمد عاطف** للعلاقات العامة الإلكترونية بأنها: توظيف واستخدام الوسائط الرقمية والإلكترونية المتعددة في جميع أنشطة العلاقات العامة لزيادة فعالية نشاط المؤسسة والتواصل مع الجمهور لتحقيق أهدافها.²

في تعريف آخر للعلاقات العامة الإلكترونية:

العلاقات العامة الإلكترونية أو الرقمية هي استخدام وسائل الإعلام المختلفة على الأنترنت لصنع ومشاركة محتوى عن المؤسسة أو الشخص؛ والوصول إلى الجمهور المستهدف والتواصل معه عن طريق الإعلام الإلكتروني؛ أي أنها بناء وإدارة سمعة للمؤسسة؛ ولهذا لأن تشكيل الصورة الصحيحة للمؤسسة في أذهان الناس يعتبر أمرا هاما في توصيل الماركة أو المؤسسة لهوية متميزة ورائدة.³

المبحث الثالث: نشأة العلاقات العامة الرقمية:

• أتت أهمية شبكة الأنترنت من تلك التطورات السريعة التي تشهدها سواء في خصائصها الفنية كوسيلة اتصال؛ أو في عدد مستخدميها. فقد زاد عدد مواقع الأنترنت من 50 موقعا فقط عام 1991 إلى 74 ألف موقع عام 1994م؛ وبلغ هذا العدد 200 مليون موقع وصفحة

1- ملكة حاسي، "العلاقات العامة عبر الفضاء الإلكتروني أوار ومتطلبات جديدة، -دراسة نظرية-"؛ مجلة الإعلام والمجتمع؛ العدد (02)؛ المجلد 05: ديسمبر 2021.

2- خولة برباق؛ خديجة غربية؛ دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات -دراسة عينة من مستخدمين خدمة "سما ميكس" موبيليس بطولقة-؛ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإعلام والاتصال؛ تخصص: اتصال وعلاقات عامة؛ جامعة بسكرة؛ 2023 / 2022؛ ص29.

3- حاج أحمد كريمة؛ العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الاتصالية -مؤسسة أوريديو للاتصالات نموذجاً- أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه؛ جامعة وهران 2؛ 2018 / 2017؛ ص191 / 5.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

ويب على محركات البحث المختلفة عام 1997؛ ولهذا قدر الباحثون الوقت الذي تتضاعف فيه شبكة الأنترنت ب 11 شهر؛ وعند مقارنة هذا بوسائل الاتصال الأخرى فنجد أن الراديو أخذ وقتاً من 40 إلى 50 عام ليبلغ عدد مستمعيه 50 مليوناً؛ وأخذ التلفزيون 10 سنوات ليصل عدد مشاهديه لنفس الرقم. فنجد أن الأنترنت كوسيلة اتصال تجاوز عدد مستخدميها رقم الخمسين مليون في مدة لم تتجاوز 4 سنوات منذ ظهورها؛ ليس إن هذا الرقم تجاوز 707 مليون مستخدم في جميع أنحاء العالم مع بداية عام 2001. ولهذا كان من الضروري للعلاقات العامة أن تتطور. وأن تتجه للاستغلال الأنترنت كوسيلة للوصول للناس وتلبية احتياجات عملائها؛ وإنقل انتشار استخدامها في البلاد العربية. إلا أن بعض المبادرات الحديثة جاءت لنشر مفهومها ومن أبرز هذه المبادرات التي قامت بها شركة SPRK للعلاقات العامة والتي تعد من أولى الشركات التي تهتم بالعلاقات العامة الإلكترونية في مصر؛ حيث قامت بعمل مجلة إلكترونية تشرح العلاقات العامة بالعربي -بالعربي PR- وتصب تركيزها على مفهوم العلاقات العامة الإلكترونية وكل ما يخصها؛ هذا بالإضافة لإطلاقهم لحملة اضغط علاقات عامة -Click PR- التي تسعى لتسهيل عملية الحصول على خدمات العلاقات العامة الإلكترونية؛ فكل ما عليك هو أن تسجل ما تريد لتحصل على خدمات العلاقات العامة التي تريد.¹

- يعود ظهور العلاقات العامة الإلكترونية إلى التطورات الحديثة المتلاحقة في ثورة التكنولوجيا الرقمية؛ التي أدت إلى التغيير في طبيعة المجال العام الذي يعيش فيه الأفراد؛ حيث أصبح لديهم القدرة على التعبير عن آرائهم في قضايا السياسة العامة؛ وقد انعكست هذه التطورات على مجال ممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية للمؤسسات والمنظمات المختلفة.
- مما أصبح لزاماً على ممارسي العلاقات العامة إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية في ضوء التطورات الحادث في التكنولوجيا الحديثة ومن أهمها الإنترنت؛ لذا لا يمكن أن يبقى معزولاً عن هذا التطور الحادث وإلا سيجد نفسه عديم التأثير والتأثر على كافة شرائح المجتمع.
- فأصبحت الحاجة إلى استخدام الإنترنت في مجال العلاقات أمر ضروري حتى تتمكن من التواصل مع فئات جمهور المنظمة وتقديم المعلومات اللازمة له. لأن العلاقات العامة

1- عبان الربيع؛ جويني عبد الوهاب؛ دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأخبار الكاذبة والمضللة -دراسة ميدانية بمديرية الصحة والسكان لولاية تبسة- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر جامعة تبسة؛ 2022/2021؛ صص 38؛ 39.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

الرقمية تتميز بالمرونة والحركية والتأقلم مع كل ما هو جديد؛ إذ فتحت الإنترنت لها مجالاً جديداً للإبداع والتميز.

• توسع نشاط العلاقات العامة الإلكترونية إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة؛ والتطبيقات الإلكترونية والوسائل التكنولوجية الجديدة للتواصل مع أصحاب المنظمات؛ بعد أن أصبحت المعلومات والتكنولوجيا ضرورة حياتية لتحقيق أهداف المنظمة وبرامجها وخططها والوصول إلى الأسواق المحلية العالمية؛ مع الاستمرار في توطيد العلاقة بين الجمهور والمنظمات. وأصبح يتعامل معها مباشرة لكي يأخذ قراره. وتشعب له حاجاته وتلبي له متطلباته.¹

المبحث الرابع: أهداف وأهمية العلاقات العامة الرقمية:

-لم تظهر العلاقات العامة الإلكترونية وأهميته بين يوم وليلة بل هي نتائج تطور الفكر الإداري وتغيير ثقافة المؤسسة الحديثة؛ التي تقف بشكل أساسي على اتجاهات الجمهور. وحسن استهدافه فتدرس نفسيته وحاجاته وسبل التأثير فيه؛ وقيادة الرأي العام وطرق التعامل معه واستغلاله لصالحها خاصة في ظل تضاعف شدة المنافسة يوماً بعد يوم فلأن العلاقات العامة في حلقة الوصل بين المنظمة وجمهورها الذي يعتبر العامل الأساسي الذي يضمن بقائها. وعليه فإن العلاقات العامة تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة أقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة الحادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة أمام الجمهور؛ كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه.

كان لابد لها أي -العلاقات العامة- من مواكبة التطورات الحاصلة والولوج إلى العالم الإلكتروني تلبية لاحتياجات جماهيرها والتقرب منهم من جهة وإدارة ومراقبة سمعتها والتركيز على صورة الهوية التي ترغب في إيصالها للمستهدف من جهة أخرى؛ لهذا تكتسي العلاقات العامة الإلكترونية اليوم أهمية بالغة لنجاح المنظمة التي تجلّى في النقاط التالية:

• تقريب الجمهور المستهدف إلى المنظمة بإزالة الجمود الرسمي بين الطرفين من خلال التفاعل الدائم واليومي.

• مساعدة ممارسي العلاقات العامة على تقديم معلومات فورية وكاملة للجمهور؛ حيث مكنت مختلف الوسائل الإلكترونية القائمين على العلاقات العامة من نشر معلومات وتفاصيل أكثر

¹- بن يوب حنان وآخرون، فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدمية -دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية قلمة- مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر؛ جامعة قلمة؛ ص 30؛ 31.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

حول المؤسسة ومنتجاتها وأنشطتها وقياداتها إلى جماهيرها الأساسية بسرعة وبشكل مباشر؛ مع إمكانية مشاركة الجمهور في هذه التفاصيل.¹

• زيادة قدرة المؤسسات على متابعة كل ما ينشر حولها في وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية أولاً بأول ودون الحاجة إلى تكليف فريق عمل القيام بذلك؛ حيث أصبحت لدى المنظمات العديد من الوسائل التكنولوجية التي تمكنها من القيام بذلك من الاشتراك في خدمة وسائل الإعلام التي تقوم بإرسال الأخبار للمؤسسات عبر البريد الإلكتروني بصورة فورية ومستمرة بالإضافة إلى الاشتراك في قواعد البيانات من "Lesxis Nexus and Dow Jones" التي تقوم بمتابعة اسم المؤسسة أو ما يبيث أو يشير أو يذاع عنها في كل الوسائل الإعلامية وإرساله لها هذه الميزة التي زادت من فاعلية المؤسسات في الاستجابة لأية اتهامات أو انتقادات أو إشاعات توجه لها وبالكاد تدخلها في أزمة فنتمكن بهذه التقنية من تصحيح سوء الفهم أو السلوكيات غير المقبولة.

• المساعدة في إجراء البحوث الكمية والكيفية التي كانت تستغرق وقتاً طويلاً وتكلف المؤسسة ميزانية كبيرة فقد قامت العديد من المؤسسات بتنفيذ بحوث للمجموعات المركزة عبر مواقعها على الإنترنت خصوصاً في المواضيع التي يصعب مقابلة الجماهير فيها أو المواضيع شديدة الحساسية؛ أو البحوث التي تتطلب السرية (مثل تقييم المؤسسة إستراتيجية نفسها). كما يمكن إعداد استطلاعات رأي إلكترونية تختزل الجهد والوقت وتصل الجمهور المستهدف بشكل أنجع وبالمقابل تستخدم المؤسسة برامج إحصائية خاصة لتحليل النتائج البحث وقد يتم تصميم هذه البحوث غالباً على شكل سؤال واحد يطرح لعهه أيام.²

المبحث الخامس: أدوات العلاقات العامة الرقمية:

- 1- تحسين الظهور في محركات البحث.
- 2- التواصل مع الجمهور من خلال المنتديات والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- صناعة الوسائط المتعددة كالفديوهات والمواد المسموعة؛ ونشر الإصدارات الإعلامية المختلفة؛ والتواصل مع المؤثرين.

1- جميلة قادم؛ "العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات الحديثة: قراءة تحليلية في ظل البيئة الافتراضية"؛ مجلة الإعلام والمجتمع؛ العدد (01)؛ المجلد (06)؛ جوان 2022؛ ص151.

2- جميلة قادم؛ المرجع السابق؛ ص ص151؛ 152.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

- 4- التعرف على اتجاهات الجماهير من خلال البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- إيصال المعلومة الصحيحة للجمهور المستهدف بشرائحه المختلفة من خلال المراسلات الإخبارية الإلكترونية الدورية.
- 6- التواصل مع الجماهير بلغات متعددة.
- 7- إجراء الأبحاث واستطلاعات الرأي لمعرفة تقييمات الجمهور وانطباعاتهم.
- 8- التوعية بالدور الاجتماعي من خلال المسؤولية الاجتماعية "GSR"
- 9- تصميم أحداث على الإنترنت بشكل مبتكر لجذب اهتمام الجمهور المستهدف.¹

المبحث السادس: أسس العلاقات العامة الرقمية:

إن أهم عنصر في العلاقات العامة الإلكترونية الناجحة هو الاستماع إلى عملائك؛ حيث تجد أنهم لا يخبروك بما يريدون فحسب بل يخبرونك أيضًا بمدى تلقي رسالتك؛ إن العلاقات العامة الإلكترونية في التعامل والتواصل مع عملائها تتعلق بالرد عليهم من خلال إشراكهم في محادثة قنوات الاتصال التي يتم من خلال إجراء المحادثة رغم أنه لا يمكنك التحكم في الرسالة إلا أن تقود المحادثة من خلال اتصالات شفافة.

- استمع إلى عملائك: إن إدارة السمعة عبر الإنترنت "ORMOn Line Reputation Management" من الاستماع إلى ما يقال عنها عبر الإنترنت من المهم بشكل خاص مراقبة جميع القنوات التي يستخدمها العميل للاتصال بالشركة أو التحدث عنها بانتظام.
- تسليط الضوء على المشكلات التي تحتاج إلى الاهتمام والمجالات التي يتم تنسيقها بنجاح.
- التجاوب مع الآخرين: إن الرد على الاستفسارات وتعليقات الجمهور والتعاطي مع إحدى الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة الرقمية وإلا ستظهر غير مبالية وتسوء صورتها.
- التحلي بالشفافية والصدق: إن فقدان الثقة يعتبر مظهر من مظاهر الخداع لذلك تتحلى العلاقات العامة الرقمية بالشفافية والصدق وكونها أمران حيويان.

¹- المرجع الإلكتروني للمعلوماتية <https://almerja.net> الإطلاع عليه بتاريخ: 2024/04/18 عل الساعة 18:28.

- استخدمت الإمكانيات التي تتيحها شبكة الإنترنت وتطبيقاتها والتي تتطور من حين لآخر.¹

المبحث السابع: مزايا ومميزات العلاقات العامة الرقمية:

- تتعدد مميزات العلاقات العامة الرقمية بشكل كبير؛ وفقا لدورها وما تساهم في القيام به؛ ومن مميزاتها:

أولاً: حسن الاتصال: ويعتبر من أهم علامات نجاح هذه الإدارة في المؤسسات؛ حيث أنها باتت من أهم عوامل التفوق للمجتمعات عموماً، والجهات العاملة فيه على الصعيدين العام والخاص، فالعلاقات العامة كعلم إنساني وإداري لا يمكن أن تستخدمها شركة أو مؤسسة وتبقى معزولة عن آخر التطورات والابتكارات الجديدة في عالم تقنيات الاتصالات والابتكارات الجديدة.

ثانياً: سرعة التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية بالمؤسسة: ومن أهم مزايا العلاقات العامة الرقمية؛ أنها تتسم بالسرعة في التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية داخل المؤسسة. ففي حالة وجود أي اعتراضات من الجمهور على ما تقدمه المؤسسة تقوم تلك الإدارة بالتواصل مع الإدارات المعنية داخل المؤسسة بشكل سريع لحل الأزمة.

ثالثاً: الشفافية: من مميزات العلاقات العامة: أنها تمتاز بالشفافية وإضفاء الشفافية على التواصل مع العملاء أو الجمهور الخاص بالمؤسسة؛ حيث لا يكون المتحدث الرسمي بشكل دائم على المنصة الرقمية.

رابعاً: تقييم وقياس الأداء: وتعمل إدارة العلاقات العامة على قياس أدائها داخل المؤسسة بشكل مستمر؛ من خلال تقييم تواصلها مع قاعدتها الجماهيرية.²

المبحث الثامن: الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والرقمية:

قبل أن نخوض في الفروق التي تميز العلاقات العامة الرقمية عن التقليدية؛ يمكن القول أن العلاقات العامة الرقمية هي امتداد للعلاقات العامة التقليدية؛ وكلاهما تسعيان لتحقيق أهداف العلاقات العامة؛ ولهما نفس المراحل من بحث وتخطيط واتصال وتنسيق وتقييم؛ لكن الاختلاف بينهما في الوسائل المستخدمة في تنفيذ الجهود والأنشطة؛ حيث تستخدم العلاقات العامة الرقمية

1- حسين نيازي الصيفي، مبادئ العلاقات العامة الرقمية عن مذكرة "خولة برباق خديجة غربية؛ دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات".

2- إسماعيل محمد عامر؛ العلاقات العامة والتطور الرقمي؛ ط1؛ بدون دار النشر؛ فلسطين؛ 2021؛ ص ص 107؛ 108.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

وسائل ونظم رقمية حديثة؛ وهذا ما يميزها عن العلاقات العامة التقليدية؛ وفيما يلي عرض الفروق بين العلاقات العامة التقليدية والرقمية:

العلاقات العامة الرقمية	العلاقات العامة التقليدية
<p>الوسيلة الاتصالية: تستخدم وسائل الإعلام الجديد في نشر المعلومات والأخبار والتواصل مع الجمهور؛ ومن هذه الوسائل: المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي؛ والمدونات؛ وأجهزة الهاتف الذكية وتطبيقاتها؛ وغيرها من الوسائل الرقمية الحديثة.</p>	<p>الوسيلة الاتصالية: تستخدم وسائل الاتصال الشخصي والجمعي من محاضرات ولقاءات ومؤتمرات وندوات؛ إلى جانب وسائل الاتصال الجماهيري من تلفزيون وراديو وصحف ومجلات وكتب وبرشورات وملصقات في نقل الرسالة الإعلامية التي يود ممارس العلاقات العامة إيصالها إلى الجمهور المستهدف.</p>
<p>التحكم بالمحتوى الإعلامي: بإمكان العلاقات العامة نشر المحتوى الذي ترفضه أو تتحكم به وسائل الإعلام التقليدية في الموقع الإلكتروني للمنظمة أو صفحتها على الفيسبوك أو تويتر؛ والحصول على استجابة وردود أسرع من الجمهور.¹</p>	<p>التحكم بالمحتوى الإعلامي: يتعرض المحتوى الذي تنشره العلاقات العامة للفلتر من قبل حارس البوابة في وسائل الإعلام التقليدية؛ ويتم ترشيح المحتوى وفقا لما يتناسب مع سياسة تحرير الوسيلة الإعلامية والمحتوى الوحيد الذي يتم التحكم به من قبل العلاقات العامة التقليدية هو الإعلانات فضلا عن المحتوى الذي يتم نشره عبر النشرات والمجلات.</p>
<p>الاتصال الخطي مقابل الاتصال المزدوج: اعتمدت بدرجة أعلى على النموذجين</p>	<p>الاتصال الخطي مقابل الاتصال المزدوج: العلاقات العامة التقليدية ضلت خلال عقود تمارس نموذجي الوكالة الصحفية</p>

1- نسرين زيادة؛ العلاقات العامة الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن المؤسسات الخدمية دراسة وصفية تحليلية لعينة من مضامين صفحة Algérieooredoo عبر موقع الفيسبوك (جانفي 2020 ديسمبر 2021)؛ أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال؛ تخصص: اتصال وعلاقات عامة؛ جامعة الجزائر 03؛ 2023/2022؛ ص ص86/87.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

<p>الثالث والرابع من نماذج جرونج (الاتصال المزدوج) في ممارسة أنشطتها؛ مستفيدة بذلك من الوسائل الرقمية التفاعلية التي أتاحت التفاعل وتبادل الأدوار بين أطراف العملية الاتصالية.</p>	<p>والإعلام العام (الاتصال الخطي) بدرجة كبيرة يسودها الاتصال الخطي حيث غاب التفاعل والمرونة والتقييم الفوري لعملية الاتصال ورغم الجهود الحديثة لتطوير تفاعلية هذه الوسائل في حدود ما يسمح به التطور التقني إلا أنها لم ترق لمستوى التفاعلية والمشاركة التي وفرتها مستحدثات التقنيات الرقمية.</p>
<p>أما العلاقات العامة الرقمية فقد أصبح الجمهور مشارك في صناعة المحتوى الإعلامي ومشارك في صناعة القرار؛ ويتفاعل مع كل ما تنشره المؤسسة عبر فضائها الافتراضية ومن خلال الآراء والتعليقات التي يتركها الجمهور وعبر الوسائل التفاعلية.</p>	<p>ظل الجمهور في العلاقات العامة التقليدية متلقي لما تنشره العلاقات العامة عبر وسائل الإعلام التقليدية يقرأ ويسمع ويشاهد وبدون أن يبدي رأيه أو يتفاعل؛ نظرا لأن طبيعة الوسائل المستخدمة لا تخوله ذلك.</p>
<p>حيث تفضل وسائل الإعلام الإلكترونية تحقيق السبق الصحفي ولو على حساب نشر التفاصيل لاحقا في حال عدم اكتمال التقارير أو القصص الإخبارية وهذا ما أضاف ضغوطا جديدة على الصحفيين وعلى ممارسي العلاقات العامة.</p>	<p>ضغوط الموعد النهائي للنشر: اعتاد الممارسون في العلاقات العامة التقليدية على الالتزام بالموعد النهائي للنشر الذي تحدده وسائل الإعلام التقليدية سواء كان الموعد يوميا أو أسبوعيا أو شهريا؛ ووجود الموعد النهائي؛ للنشر موعد النهائي للنشر.</p>
<p>يتم صياغة عناوين وصفية بدقة تعبر عن مضمون القصة لجذب محركات البحث الرقمية التي تتعامل مع الكلمات عند إجراء البحث.¹</p>	<p>كتابة التقارير والقصص الإخبارية: يتم صياغة العناوين جذابة للتقارير والقصص الإخبارية باستخدام السجع والجناس والتورية والأساليب الأدبية بهدف جذب وإثارة وتشويق</p>

¹- نسرين زيادة؛ المرجع السابق؛ ص ص87؛ 88.

الفصل الأول: مدخل للعلاقات العامة الرقمية

القراء.	
قياس التأثير: واجهت العلاقات العامة التقليدية عدة صعوبات في تحديد تأثير أنشطتها الإعلامية على الجمهور المستهدف؛ إذ أن عدد قراء الصحف المبيعة أو الموزعة تقدم تقديرات جول الجمهور المحتمل قراءته للمادة وليس الجمهور الحقيقي الذي وصلته الرسالة؛ إلى جانب ذلك فإن المادة الإعلامية المنشورة في وسائل الإعلام التقليدية قد تصل إلى الجمهور غير المستهدف.	قياس التأثير: تركز العلاقات العامة الرقمية على نشر معلومات متعددة عبر عدة وسائط تسهل عملية تفاعل ومشاركة الجمهور في بيئة اتصالية عالمية عبر الأنترنت أصبح من السهولة تتبع المواد المنشورة في العالم الرقمي لحظة بلحظة فالفيديو المنشور عبر موقع اليوتيوب يقدم مؤشرات دقيقة حوله. ¹

ومنه نستنتج أن بعض ممارسي العلاقات العامة يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية الجديدة بنفس طريقة استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية كوسائل نشر وتوزيع وإغراق الجمهور بالرسائل والمعلومات؛ سمحت الوسائل الرقمية للعلاقات العامة كونها وسائل إستراتيجية للتفاعل والحوار بين المؤسسة وجماهيرها.

¹- نسرين زيادة؛ المرجع السابق؛ ص88.

**الفصل الثاني: أخلاقيات العلاقات
العامّة الرقمية**

الفصل الثاني: أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية

المبحث الأول: مفهوم الأخلاقيات لغويا واصطلاحا:

أ- الاصطلاح: ينهض أي مجتمع من المجتمعات على مجموعة من القواعد التي تحكم العلاقة بين أفرادها ومؤسساته، فتتضبط سلوكهم وتحدد حقوقهم وواجباتهم، ومهما تعددت مصادر هذه القواعد واختلفت درجاتها في الإطار الهرمي للمجتمعات إلا أنها لا تستطيع النهوض بالمهمة المنوطة بها: إلا إذا كانت تتمتع بقوة الالتزام الواجبة الاحترام من المخاطبين بها، وهذا الالتزام هو الذي يطلق عليه اصطلاحا "بالأخلاقيات أو الأخلاق"

فالأخلاق ميزان صادق لقياس رقي الأمم والشعوب، وهذه حقيقة واضحة وسنة من سنن القواعد الملموسة الأثر في حياة الشعوب أفرادا ومجتمعات، وكما يقول الشاعر:

إنما الأمم الأخلاق ما بقيت *** فإن ذهبت أخلاقهم ذهبوا

والحق يقال أنه لا قيمة لأية برامج تربوية أو تعليمية، أو دورات تدريبية، أو تطويرية ما لم تؤسس وتقام على القاعدة الصلبة والرصينة، قاعدة الأخلاق أو ما اصطلح على تسمية "الأخلاق المهنية" والتي تعارف -ويتعارف- عليها جمهور العاملين بالمهنة وقادتها، والذين يشتركون كذلك في صياغتها والاتفاق عليها، والتعامل على صدى منها.

فإذا كانت دراسة الأخلاقيات في بعض المهن، ومنها مهنة العلاقات العامة تعد كدراسة فرعية لدراسة الأخلاقيات بصفة عامة، فليس هناك اتفاق على التعريف المحدد لمصطلح الأخلاقيات، فالبعض يستخدم المصطلح بطريقة عامة ليعني الحق، أو العدل، أو السلوك السليم، وهناك أيضا من يستخدمون المصطلح للدلالة على:

أ- طريقة الحياة التي يرتضيها مجتمع معين.

ب- مجموعة من القواعد السلوكية التي تضبط نسيج المجتمع نحو الخير والصواب في

مواجهة الشر والخطأ.¹

وهي وثيقة تحدد المعايير الأخلاقية والسلوكية المهنية المطلوب أن يتبعها أفراد جمعية معينة. وتعرف بأنها "بيان بالمعايير المثالية لمهنة من المهن، تتبناه جماعة معينة أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحصل مسؤولياتهم المهنية".

1- وليد خلف الله دياب، أخلاقيات ممارسات العلاقة العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية؛ عمان، 2014، ص ص64، 65.

ب- اللغوي: جاء في المعجم الوسيط عن علم الأخلاق انه علم موضوعه أحكام قيمة تتعلق بالأعمال التي توصف بالحسن أو القبح كما جاء عن السلوك أو التعامل الأخلاقي في المعجم نفسه: "هو ما يتفق وقواعد الأخلاق، أو قواعد السلوك المقررة في المجتمع وعكسه: "لا أخلاقي" والأخلاقيات أو الأخلاق: مفردتها "خُلِقَ"، و"الخُلُق: السجية والطبع، والمروءة، والدين. وفي وصف سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم لعائشة -رضي الله عنها- حين قالت: "كان خُلُقُه القرآن؛ أي متمسكا بأدابه وأوامره، ونواهيته وما يشتمل عليه، ومنه قوله تعالى: «وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ». والخلق بضم اللام وسكونها، "هو الدين والطبع والسجية، وحقيقته أن لصورة الإنسان الباطنة؛ وهي نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة بها بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة، وأوصافها ومعانيها، ولهما أوصاف حسنة، وقبيحة، والثواب والعقاب يتعلقان بأوصاف الصورة الباطنية، أكثر ما يتعلقان بأوصاف الصورة الظاهرة.

أما في القرآن الكريم فلم ترد إلا آيتان ذكر فيهما الخلق لفظاً، ووردت آيات أخرى كثيرة مجازة تؤكد على القيم الأخلاقية وتحت عليها، وهاتان الآيتان: «إِنَّ هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ» «وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ».

وقد جاء في قاموس لنجمان Longman بأن الأخلاقيات Ethics تعني:

- 1- دراسة طبيعية المبادئ الأدبية والقيم.
- 2- مجموعة من المبادئ الأدبية والقيم.
- 3- مبادئ السلوك أو الآداب التي تحكم الفرد أو الجماعة.
- 4- استقامة أدب التصرفات والأحكام وأخلاقياتها.¹

تعريف الأخلاق لغة: جمع خُلُق، وهو السجية والطبع.

الأخلاق اصطلاحاً: فقد تعددت تعريفات علماء التربية لمعنى الأخلاق، ولعل المختار منها أن الخُلُق: "هيئة للنفس راسخة، عنها تصدر الأفعال بسهولة ويسر، من غير حاجة إلى فكر وروية"، فإن كانت الهيئة بحيث تصدر عنها الأفعال الجميلة عقلاً وشرعاً سميت الهيئة: خُلُقًا حسنًا، وإن كان الصادر منها الأفعال القبيحة سميت الهيئة خُلُقًا سيئًا.

¹- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق، ص65، 66، 67.

فالخلق إنما هو حصيلة التفاعل بين الصفات الفطرية والمكتسبة، بحيث تصبح عادة خاضعة للمبادئ والقيم الوحي لتنظيم حياة الفرد والمجتمع.¹

المبحث الثاني: مفهوم أخلاقيات العلاقات العامة:

يعرف أندرسون Anderson أخلاقيات الاتصال بشكل عام بأنها: "المعايير التي توجه المشاركين في النشاط الاتصالي، أو التي يمكن أن يستخدمها الناقد في الحكم على النوعية الأخلاقية للاتصال.

• أما فيما يختص بأخلاقيات العلاقات فنجد أنه ليس هناك تعريف جامع مانع لأخلاقيات العلاقات العامة، ولكن هناك بعض المحاولات التي تربط مفهوم الأخلاقيات بالعلاقات العامة ومن أهمها:

• يعرف كل من بيترسون وويلكنز (Patterson and Wilkins) الأخلاقيات "بأنها دراسة القيام بالاختيارات عقلانية وبطرق مدروسة لما هو جيد، وما هو سيئ، وبين الفعل المبرر أخلاقياً للتصرف به في ممارسة العلاقات العامة وغير المبرر أخلاقياً.

• يعرف ماكليث (Mork P. McIreath) الذي يعمل في الإدارة التنظيمية لأخلاقيات العلاقات العامة بقوله: "إنها مجموعة من المعايير بواسطتها تصدر القرارات حول ما هو صحيح وما هو خاطئ"، وهو يستمر في افتراض أن وظيفة مدير العلاقات العامة هي: أن يؤسس المعايير التي بها يتم إصدار القرارات في المنظمة، ومن ثم فإن المديرين يرسمون الخطط الإرشادية التي تساعد الموظفين في تحديد ما هو صواب وما هي خاطئ".

• الأخلاقيات هي فرع الفلسفة الذي يتعامل مع المكون الأخلاقي للحياة الإنسانية، وهي تمثل أفكار المجتمع وقيمه كما هو صحيح أو خاطئ من تصرفات معينة، والتمييز بين الفضيلة والرذيلة، وغالبًا ما يتم التفكير في موضوع الأخلاقيات كنظام أو كمنظومة من المبادئ أو الموثيق التي تحكم السلوك الأخلاقي، وبالتالي فإن دراسة الأخلاقيات وخاصة في مجال العلاقات العامة يمكن أن يقدم أدوات صناعة الاختيارات الخلقية الصعبة من الناحية الشخصية والمهنية، والهدف هو ليس إصدار قرارات خليقة أو أخلاقية يتفق معها الجميع، لكن الهدف هو لزيادة قدرتنا على الدفاع عن الأحكام النقدية على أساس عقلائي.

1- دايمان قاسم، ديمامة كشكول، ربا عبد الستار، أخلاقيات المهنة، الجامعة المستنصرية، كلية الفنون، المرحلة الأولى، الدراستين الصباحية والمسائية، 2019، 2020، ص ص01، 02.

• وينطوي السلوك المقبول في المنظمات على مقابلة ما يسمى بخلق أو أخلاقيات العمل (work ethics) ويشير خلق العمل إلى الخصائص السلوكية أو التصرفات المرغوبة أو المطلوبة في الموظف.¹

وهناك ما يسمى بأخلاقيات العمل المهني (Vocational work ethics) والتي تعرف بأنها: "القيم والاتجاهات التي ترشد أو توجه السلوك في مكان العمل، أو التي تحدد للفرد ما يجب عمله وما لا يجب عمله".²

المبحث الثالث: نشأة الأخلاقيات وظهورها وعلاقتها بالعلاقات العامة:

إن البحث الأخلاقي كما يحدثنا التاريخ قد وجد عند الكثير من الشعوب التي كانت تعمر الأرض منذ القدم، وأن تميز هذا البحث بالجانب العملي بمعنى القواعد والنظم التي استلزمها حياتهم، فقد عرف قدماء المصريين أهمية السلوك المنظم وأهمية العدالة، ومحاكمة الموتى، كما عرف قدماء الهند والديانتين البرهمية والبوذية، وقد تضمنت كلا الديانتين بعض الوصايا التي يعني بتقوية الروابط الاجتماعية والإخاء العام، وكذلك تضمنت ديانة زرادشت عند الفرس التمييز بين الخير والشر، ولكل منهما إله، وأن هناك صراعاً بين الخير والشر، والخير هو سبيل الفضيلة لمساعدة إله الخير للتغلب على إله الشر، فإذا انتقلنا إلى الكونفوشيوسية في الصين، وجدنا الصينيين أسبق الشعوب القديمة إلى استلهام فلسفة الأخلاق والبحث فيها بحثاً نظرياً عملياً مجرداً من الميثافيزيقا.

ومما لا جدال فيه أن التفكير الفلسفي الأخلاقي على مستوى المذاهب النظرية الكاملة لم يعرف لأمة قبل اليونان. وهذا يعني أن دراسة الأخلاقيات في العالم الغربي بدأت تقريباً منذ عام 2500 عام عندما جال سقراط كما يحكي تلميذه المؤمن به أفلاطون في اليونان يتحرى ويتحدى أفكار رفاقه حول هذه المفاهيم المجردة، مثل: "العدالة والاستقامة"، وهذه الطريقة السقراطية من الاستفسارات التي تحتوي على الأسئلة الجافة، والإجابات على طبيعة السلوك الأخلاقي ثبت كونها أسس قوية تستمر في تفجير المناقشات الساخنة حول الأخلاقيات في حجرات الدراسة، ومن ثم فإن

1- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق، ص ص70، 72، 73.

2- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق، ص ص74، 73.

المكون الأخلاقي بدأ في هذا الصراع ليأخذ مداه في حيز الوجود، وبالتالي فهي أول مدرسة أخلاقية فلسفية منظمة عرفتها الإنسانية عبر التاريخ.¹

وأما فيما يتعلق بأخلاقيات العلاقات العامة ففي أواخر عام 1900 م، التقت مجموعة تتكون من (15) من الأخلاقيين والفلاسفة الاجتماعيين وعلماء الاجتماع في واشنطن لكي يناقشوا اهتماماتهم حول المجتمع الأمريكي، وقد تبناوا الاسم، وأكدوا أن الوقت حان كي نتنبه جميعاً لمسؤولياتنا وواجباتنا نحو المجتمع الذي يجب أن نتعاون جميعاً لخدمته، وقد كان الهدف هو المساعدة على إيجاد التوازن بين حقوق الأفراد والمسؤولية الاجتماعية، بالإضافة إلى المسؤولية الأخلاقية للمجتمع.

وظهر مفهوم أخلاقيات العلاقات العامة جلياً، ولقي اهتماماً ملحوظاً من قبل النقابات والهيئات التنظيمية وممارسي العلاقات العامة لعدة أسباب.

1- الممارسون على وعي بأنه إلى حد ما علاقاتهم ممتدة في نواح شتى مما له سمعة بالسلوك الأخلاقي.

2- العلاقات العامة غالباً هي مصدر القرارات الأخلاقية عن منظمة ما، وهي مصدر السياسات الاجتماعية والأخلاقية لهذه المنظمات.

3- إن الممارسين يتصرفون نيابة عن منظماتهم كمحققين أخلاقيين للجماهير التي يخدمونها، وبالتالي فهم واجهة مهنهم، ولا بد أن يلتزموا بالمعايير الأخلاقية التي يعطونها مكانتها

4- لقد كافح الممارسون للمهنة لخلق ميثاق أخلاقية لأنفسهم تلزمهم بها، وتكون نبراساً لمهنتهم.

ونظراً لما تقوم به العلاقات العامة من دور مهم للمجتمع وباعتبارها ضمير الإدارة وصوتها الحيوي، وحيث إنها تعمل على حافة المنظمة كصلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، ولما لها أيضاً من دور متخصص في استشارة المنظمات للعملاء مع الأخذ في الاعتبار الاستنتاجات العامة من القرارات، فإن الالتزام بالتركيز على الأخلاق² والاهتمام به كعلم في جميع العلوم المهنية ينشأ من الاعتقاد بأن السلوك الأخلاقي ونجاح العلاقات العامة في العمل يمكن -بل ويجب- أن يكونوا متوافقين.

1- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق، ص 75، 74.

2- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق، ص 76، 77.

المبحث الرابع: المسؤولية الأخلاقية وقواعد أخلاقيات المهنة:

يطلق على أخلاقيات المهنة، "شرف المهنة" وآداب المهنة، والقيم المهنية، وأخلاقيات العمل وغيرها من المصطلحات التي تدل على تفاوت مفاهيم الباحثين في هذا الموضوع حسب اجتهاداتهم في تعريفه، فنجد:

- تعريف جابر محجوب بقوله: "هي مجموعة القواعد التي تحدد الواجبات المهنية، أي تحدد السلوك الذي يجب على المهني التزامه في ممارسته لأعمال مهنته".

- هي مجموعة القواعد والأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة، التي تستلزم من الموظف سلوكًا معينًا قائمًا على الالتزام، بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة وشروطها، والإخلال بها خروج عليها وعلى شرفها.

- ويرى على خالد مضوي: بأن أخلاقيات المهنة، هي القيمة الحقيقية للعمل الوظيفي، إذا التزم بها الموظف، لأنها ليست فقط مجموعة الضوابط التي تحدها لائحة السلوك الوظيفي في المؤسسة التي يعمل بها الفرد، وإذا ما غادر مكان العمل لم يعد ملزمًا بها في حياته الخاصة، فهي سلوك ملازم له، يفترض أن يكون انعكاسًا للعقيدة الإسلامية التي تحكم حياته كلها.

- أما بومان (Bowman)، فيستمد قناعته بأهمية الأخلاقيات المهنية من كونها تمثل جودة المهنة، لأن ممارسة العمل لا تعني فقط القدرة المهنية على تحليل المشكلات، وإنما يفترض أن تكون القدرة على تحديد هذه المشكلات على نحو منسجم مع المبادئ المهنية المسؤولة الدور؛ والاستقامة الذاتية.

- وقد قرنها محمود الزقالي: بأنها من بين المعايير والقواعد التي تحكم سير العمل حيث صنف المعايير التي تحكم العمل في المؤسسات إلى ثلاثة أشكال كالتالي:

- القوانين واللوائح: وتمثلت تلك المجموعة من القواعد في السلوكيات المحددة التي تحدها المنظمة، وتحكم سلوك العاملين في المنظمة، وتضع عقوبة (أو عقوبات) محددة لمن يخالفها.¹

- توقعات الدور: وتمثل مجموعة الأفعال المتوقعة، والمرغوب فيها من الفرد نتيجة شغله منصبًا أو وظيفة محددة (الأداء كمثال).

¹- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق، ص ص80، 81.

- أخلاقيات المهنة: وهي تمثل مجموعة الأفعال والقواعد الأخلاقية المميزة والملزمة لأعضاء المهنة أو الحرفة، وهي مجموعة المعايير أو قواعد السلوك التي تم تثبيتها من خلال الممارسة والخبرة، والتي يكون في صوتها التمييز بين السلوك الصحيح والسلوك الخاطئ.¹

المبحث الخامس: أهم القيم الأخلاقية للقائم بالعلاقات العامة:

- يجب أن يقدر عمله ويحترمه، ويضع نصب عينه أنه يقدم خدمة جيدة للجميع يكافئ عليها.
- أن يقدر عمله ويؤمن بقيمة هذا العمل.
- أن تكون رسالته نابعة من ضميره.
- أن لا يجد العوض إلا من الله سبحانه وتعالى.
- أن يتوافر لديه الإخلاص في عمله، والإتقان له بدقة وذوق سليم، وصدق وأمانة وعدل.
- الموضوعية في الأحكام، وعدم التحيز العنصري أو الشعبوي أو السياسي.
- السمعة الطيبة والسلوك القويم ودمائة الخلق.
- أن تتوفر فيه صفات الصبر والحكم الحسنة والشخصية المحببة.
- القدرة على الابتكار والمبادرة.
- امتلاكه تخصصاً مهنياً يتناسب وطبيعة المؤسسة.
- أن يتصف بمعرفته لأسلوب البحث العلمي، وأن يمتلك حصيلة علمية في الدراسات الإنسانية.²

المبحث السادس: أخلاقيات التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي:

- أ- **الجمهور الداخلي:** ويتكون من كافة العاملين في المؤسسة على اختلاف محتوياتهم الإدارية والتقنية، وتسعى العلاقات العامة من خلال الجمهور الداخلي إلى تحقيق الاستقرار له وأن تجعله يشعر بالانتماء إلى مؤسسته، وهذا ما يجعل هذه الجماهير تميل إلى تبني سياسات المؤسسة وأهدافها، والدفاع عنها، وهذا بفضل وضع إدارة العلاقات العامة لسياسة اتصالية محكمة تستعمل

1- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق، ص 82.

2- كريم مشط الموسوي، أخلاقيات العاملين بالعلاقات العامة في الصحافة العراقية، دراسة ميدانية للعاملين في الصباح والعدالة والمدى، جامعة بغداد، الكلية الإعلام، ص 112- 113.

من خلالها وسائل الاتصال معينة ترى بأنها الجدية في الاتصال بهذا النوع من الجمهور وبهذا يستطيع تكوين مشاعر إنسانية نتيجة المعاملة الإنسانية، وإشباع الحاجات النفسية الاجتماعية والمادية لتلك الجماهير والعمل على رفع معنوياتها وتحقيق التماسك وكسب رضاها.

فاهتمام إدارة العلاقات العامة بتنفيذ مخطط اتصال في مؤسسة أمر ضروري حتى تستطيع أن تتفهم جمهورها الداخلي، وتكشف عن احتياجاتهم ورغباته وتعمل على تنميه العلاقات بينهم وبين رؤسائهم وبين بعضهم البعض، وهذا من أهم مقومات نجاح أي مؤسسة، لا يتوقف هذا النجاح على قوة نظام الاتصال ووسائله وهنا يبرر دور العلاقات العامة في هذا الميدان حيث أنها تمثل وسيطاً بين الإدارة والعلاقات العامة في هذا الميدان حيث أنها تمثل وسيطاً بين الإدارة والعاملين وبين العمال وأنفسهم وهذا ما يخلق علاقة طيبة مع الجمهور الداخلي اتجاه مؤسسته.

ب- **الجمهور الخارجي:** ويضم الأفراد خارج المؤسسة من بينهم الموردين الموزعين والمستفيدين من خدمة ما؛ وهذا ما يسمى بالجماهير الخارجية والخاصة. أما الجماهير الخارجية العامة فهي تشمل المجتمع المحلي الذي تتواجد به المؤسسة وعلى المؤسسة أن تطبق سياسة اتصالية محكمة؛ وتختار الوسائل الاتصالية لاختلافها وتكون علاقة دائمة به، وحتى يبقى هذا الأخير على صلة وطيدة بالمؤسسة، وبهذا ينشأ تفاعل اجتماعي بين المؤسسة وجمهورها الخارجي وهذا أمر ضروري وأساسي ولبقاء المؤسسة واستمرارها لأن رضا الجمهور عن سياسة المؤسسة وأعمالها يجعله على استعداد للوقوف من المجتمع المحلي ذلك من خلال اجتذاب¹ المؤسسة للعمال الممتازين بها.

فالالاتصال الجيد للجمهور الخارجي وكذا الداخلي لتوفير ظروف جيدة للمستخدمين والعناية بهم يؤدي إلى نجاح المؤسسة وتطورها².

المبحث السابع: الواجبات الأخلاقية للعاملين بالعلاقات العامة:

أما أهم الواجبات الأخلاقية للعاملين بالعلاقات العامة يمكن إجمالها بما يأتي:

- واجب الاضطلاع الشخصي بمهام وظيفية.
- الالتزام باحترام الشرعية والقانون.

1- رزيقة لقصير؛ دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة قسنطينة، 2006، 2007، صص 107، 108.

2- رزيقة لقصير، المرجع السابق، صص 108، 109.

- الاسترشاد بالمصلحة العامة.
- المحافظة على المال العام.
- إتقان مهنة العلاقات العامة.
- المحافظة على هيبة الوظيفة وحسن سمعتها.
- المحافظة على أوقات الدوام الرسمي.
- أن يدرك أن هناك مسؤولية للمؤسسة نحو المجتمع.
- تتطلب أخلاقيات المهنة احترام رأي الفرد والإيمان بالرأي العام.
- أن يلتزم رجل العلاقات العامة بتقديم الحقيقة ولا يعتمد التكتم والتستر.
- أن تلتزم المؤسسة بمبادئ الأخلاق والصدق والأمانة.
- يجب أن لا تتعارض برامج العلاقات العامة مع تقاليد وأعراف المجتمع.¹

¹- كريم مشط الموسوي، المرجع السابق، ص111.

**الفصل الثالث: أخلاقيات القائم بالعلاقات
العامّة الرقمية**

الفصل الثالث: أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة الرقمية.

المبحث الأول: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة:

يقول جودة (1996) إن العلاقات العامة تعتمد على الصدق والأمانة وكشف الحقائق الكاملة أمام الجمهور؛ ويرى بأن هناك عوامل ساعدت في تطور موضوع أخلاقيات مهنة العلاقات العامة؛ وهي ظهور حركات الدفاع عن المستهلك؛ وارتفاع مستوى التعليم والثقافة؛ ويؤكد أيضا على مبادئ الدستور الأخلاقي الذي وضعته جمعية العلاقات الأمريكية PRSA؛ ومنها أن موظف العلاقات العامة يجب أن يتعامل بطريقة عادلة مع الزبائن؛ ويكرس حياته المهنية لخدمة المصلحة العامة؛ ويلتزم الحقيقة والدقة والذوق السليم وتمثيل المؤسسة أو المنظمة وتبني مواقفها؛ ويحافظ على أسرار العمل؛ ولا يسيء إلى السمعة المهنية لأي عضو آخر.

• ويقول ويلكوس وآخرون إن العاملين في العلاقات العامة يعملون من أجل تلبية رغبات الجماهير وأصحاب المؤسسات وأخلاقيات المهنة؛ ومن أجل القيم الشخصية؛ وعلى العاملين في العلاقات العامة أن يقولوا الحقيقة؛ ويوفوا بوعودهم ويخلصوا في عملهم؛ ويلتزموا به لذا يجب أن يتمتعوا بشيء من الاستقلالية وتحمل المسؤولية؛ ويظهروا انتماء كبيراً؛ وأن يكونوا على قدر عال من الأمانة؛ ويحترموا أخلاق المهنة؛ ويدافعوا عن كل قضايا المؤسسة؛ وأن تكون أهداف المؤسسة واضحة عندهم.¹

• وتتمثل معظم أخلاقيات ممارس العلاقات العامة حيال مهنته بالمحافظة على كرامة المهنة؛ والإسهام في رفع شأنها؛ والالتزام بقواعدها الأخلاقية؛ والقدرة على تحمل الأعباء والمسؤوليات؛ وتعلم وإجادة مهاراتها؛ والرغبة في الانتماء إلى المهنة والاعتزاز بها؛ وتقبلها كمهنة تربوية وتعليمية وإعلامية وتنقيفية؛ والانتساب لعضوية جمعيات العلاقات العامة؛ وحضور اللقاءات والمؤتمرات المهنية؛ والإسهام بنشاطاتها للارتقاء بمستوى المهنة؛ وممارسة النقد الذاتي والنقد البناء للمهنة؛ ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة؛ ومحاسبة الذات عن السلوكيات التي يجب أن يلتزم بها أكثر في ممارسة المهنة؛ وتوضيح وبيان نقاط الضعف والقوة في آداب وسلوكيات وقواعد أخلاقيات المهنة؛ وعرضها في الندوات والمؤتمرات المهنية لتداولها ومناقشتها؛ وإن يضع

1- نجم العيساوي، "أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية؛ (دراسة مسحية على عينة من ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية)"؛ المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي؛ العدد (03)؛ المجلد 05؛ مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس؛ الجزائر؛ 2018؛ صص 222؛ 223.

نصب عينه دائماً أن العلاقات العامة هي مهنة حساسة؛ وأن أي عمل غير سليم يمكن أن يشوه المهنة؛ وأن يتصف بصفات لا تتوافر في الآخرين؛ للحفاظ على مكانة المهنة؛ وأن يتحلى بالضوابط والمعايير الأخلاقية ليزيد من وقار المهنة؛ ويزيد من قدرها وشأنها. ومنه نرى أن أخلاقيات القائم بالاتصال تقترن بمهنته ومكانته وسلوكياته؛ وأن أين نجاح مهني يحققه يعود إليه بالنفع والتقدير؛ والعكس صحيح.

• وهناك أخلاقيات لممارس العلاقات العامة أحياناً حيال الإدارة التي يعمل فيها وتتمثل بإحاطة الإدارة علماً بالمعايير المهنية والفنية المستخدمة من قبله ومن قبل الإدارة العامة؛ وعن الأعمال الخلاقية الجارية؛ وعن الإنجازات القيمة المحققة وأن يكون حلقة وصل بين الإدارة وزملائه في إدارة العلاقات العامة؛ وإيضاح سياسات الإدارة واتجاهاتها لهم؛ أن يتسامح مع حرية الرأي والمشورة؛ وتقديم الاقتراحات لحل المشكلات العارضة؛ وعليه احترام التعليمات واللوائح الصادرة عن الإدارة؛ وتفهمها وتقديرها وأن يضعها نصب عينيه لأنها في صالحه وليست عبئاً عليه؛ وأن يكون ولاؤه تاماً لمؤسسة؛ وأن لا يغدر بها أو يخونها؛ أو يعمل لحساب الجوانب؛ وأن يبذل قصارى جهده لمواجهة الأزمات الطارئة التي تتعرض لها مؤسسته؛ وأن يضحى من أجل الخروج منها وأن يحافظ على أسرار الهيئة أو المؤسسة أو المنظمة التي يعمل فيها.¹

المبحث الثاني: أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة نحو زملائه والإدارة:

أ- أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة نحو زملائه:

- 1- في إطار أخوي يجب تقديم كافة المساعدات لأي موظف جديد يلتحق بالعمل؛ وإحاطته علماً بقواعد وأخلاقيات المهنة ونظمها الخاصة.
- 2- يجب أن يسود روح التعاون بين موظفي العلاقات العامة واضعين شعاراً أن إنجاز العمل وإتقانه هو الهدف الأسمى بينهم.
- 3- المعاملة الحسنة والتبادل المنفعي؛ واحترام كل منهم للآخر؛ وتقديم يد المساعدة والعون؛ والتصرف في المواقف بحكمة ويسر.

¹- نجم العيساوي؛ المرجع السابق؛ ص ص223؛ 224.

- 4- عند حدوث خلاف أثناء العمل؛ فإنه يجب عدم رفع أو تصعيد أي خلاف بين العاملين إلى الرؤساء إلا بعد مناقشته بشكل بناء وموضوعي فيما بينهم؛ واحترام الرأي الفاصل الحكيم؛ حيث أن الاختلاف في الرأي لا يفسد في الود قضية.
- 5- يجب أن تكون علاقاتهم مبنية على الثقة والاحترام؛ وأن يسود التفاهم وأن يكونوا مثلاً يحتذى بهم؛ ويطبّقون مبادئ ونظم المعايير الأخلاقية بين بعضهم البعض حيث إن فاقد الشيء لا يعطيه.
- 6- التضامن في الدفاع عن الحقوق الأدبية والمادية في وجه أي اعتداء على حقوق أي منهم؛ أو حرمانه من التعبير من ممارسة عمله على الوجه الأكمل أو المساس بكرامته؛ أو إعاقة نشاطه المهني؛ فهذه الحقوق أساسية لقيام موظفي العلاقات العامة بمسؤولياتهم.
- 7- الامتناع عن التجسس عن الزملاء؛ وكتابة التقارير عنهم لرؤسائهم.
- 8- يجب عليه أن يتعاون مع زملائه في مختلف المجالات لتحقيق أرفع مستوى لخدمة الجماهير؛ وبالتالي فإن عدم مراعاة رجل العلاقات العامة لحقوق الزمالة يعبر تعبيراً صادقاً عن عدم مراعاته لأبسط أدبيات مهنته التي ينتمي إليها؛ فتشهيره بزميله؛ وتلفيق التهم إليه؛ والتطاحن بالكلمات والتجريح؛ كل هذا يؤدي يؤكد عدم مراعاته لأخلاقيات المهنة؛ وموathيق الشرف؛ وأيضا عدم مراعاته لمصداقيته أمام نفسه.¹

ب- أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة نحو الإدارة (المؤسسة):

- 1- إحاطة الإدارة علمًا بالمعايير المهنية والفنية المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة؛ وكذلك الأعمال الخلاقة؛ وكافة الإنجازات ذات القيمة.
- 2- على القائمة بالاتصال أن يعي جيدا أن الإدارة أو المؤسسة هي الهيكل التنظيمي لعمله؛ وبالتالي يحرص أن يقدم كل ما يستطيع القيام به نحو إدارته (إدارة العلاقات العامة)؛ لأن نجاح الجزء يتوقف عليه نجاح الكل.
- 3- على مدير العلاقات العامة الذي يمثل حلقة الوصل بين الإدارة وزملائه بإدارته في العلاقات العامة يجب أن يوضح لهم سياسات الإدارة واتجاهاته؛ ويسمح لهم بحرية الرأي والمشورة؛ وتقديم الاقتراحات للإدارة؛ مما يكون له قدر من الحلول لبعض مشكلات الإدارة.

1- وليد خلف الله، المرجع السابق،

- 4- يجب على القائم بالعلاقات العامة احترام التعليمات واللوائح الصادرة من الإدارة؛ وتفهمها وتقديرها واضعا نصب عينه أن هذه اللوائح هي في صالحه؛ وليست كاهلا أو عبئا عليه.
- 5- الولاء التام لمؤسسته؛ وعدم الغدر أو الخيانة؛ أو العمل لحساب مؤسسة أخرى مهما كانت الظروف.
- 6- كذلك فإن تصعيد الخلافات إلى الإدارة لا يتم إلا بعد بحث الأمر من جميع جوانبه.
- 7- يجب على القائم بالعلاقات العامة أن يبذل قصارى جهده في مواجهة الأزمات الطارئة للمؤسسة؛ وأن يضحى بوقته في سبيل الخروج من مثل هذا المأزق.
- 8- أن يحتفظ بأسرار العمل والمنظمة التي يعمل بها.¹

المبحث الثالث: المبادئ الأخلاقية لرجل العلاقات العامة

- أ- يجب عليه أن يكرس جهده في العمل وحسن أداء الخدمة للجماهير دون استعلاء.
- ب- أن يراعى أداء الأعمال بالدقة والذوق السليم والصدق والأمانة والعدل.
- ج- أن يلتزم بحفظ أسرار العمل والمنظمة التي يعمل بها.
- د- أن يتعاون مع زملائه في العلاقات العامة وفي مختلف المجالات لتحقيق أرفع مستوى لخدمة الجماهير.
- هـ- الاهتمام بجميع السبل التي تؤدي إلى رفع مستوى العمل من الناحية الفنية والعلمية والعملية وللعاملين في مجال التخصصات العامة.
- و- العمل على فرص مفاهيم خاصة بالمحافظة على أموال الدولة ومحاربة الانحراف والتسبب والإسراف وحماية المال العام.²

المبحث الرابع: الإطار العام لمواصفات العاملين في أجهزة العلاقات العامة.

إن النجاح في اختيار العاملين في أجهزة العلاقات العامة يتوقف أساساً على الفهم الواضح لما تتوقعه المؤسسة من هذه الأجهزة من العاملين فيها. وهذا التوقع يمثل الهدف الذي يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة بإمداد جهاز العلاقات العامة بالعاملين ذوي المقدرة والكفاءة.

1- وليد خلف الله دياب؛ المرجع السابق؛ ص 151؛ 152.

2- غريب عبد السميع؛ الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر؛ مؤسسة شباب الجامعة للنشر؛ الإسكندرية؛ 2006؛ ص 168؛ 169.

- أما بالنسبة لعدد العاملين فلا يخضع لقانون أو لقواعد ثابتة أو نسبية فعددهم يتوقف على حجم المؤسسة أولاً وحجم جهاز العلاقات العامة ومهامه وطبيعة هذا الجهاز من حيث البساطة والتعقيد وأهدافه وخطته ثانياً.
- ومن جهة أخرى إن تسميات المسؤوليات الوظيفية في جهاز العلاقات العامة تختلف من مؤسسة لأخرى ومن دولة لأخرى فهناك من يستعمل مصطلح الرئيس أو مدير للتعبير عن مسؤول جهاز العلاقات العامة وهكذا بالنسبة للمسؤوليات الأخرى كمدير شعبة أو رئيس شعبة؛ أو ملاحظ شعبة؛ فإن طبيعة المسؤولية يمكن معرفتها عن طريق وصف الوظيفة.
- وبشكل عام إن العاملين في جهاز العلاقات العامة لا بد أن يتميزوا ببعض الصفات والمميزات لما لهذه الوظيفة من أهمية وخصوصية في العمل؛ إضافة إلى التخصص الدراسي والخبرة؛ ويعطي أحد الخبراء بعلم النفس وصفاً عاماً لصفات رجل العلاقات العامة: (القدرة على النظر إلى المسائل من وجهة نظر شخص آخر؛ والعمل بما يعود بالنفع على هذا الشخص؛ والقدرة على تبين التفاصيل؛ وعلى أداء الأشياء تلقائياً؛ والرغبة في مساعدة الأشخاص الآخرين؛ ليس في معنى تبادل المجاملة). وإنما عن طريق تعرف هوية مصالح الآخرين ويتسم رجال العلاقات العامة؛ عادة؛ بروح الصداقة؛ وهم محبوبون؛ وليس لديهم غرور وإعجاب بالذات؛ نسبياً¹.
- إن الذي يعمل في مجال العلاقات العامة له موقع مؤثر في الحياة الاجتماعية والرسمية؛ فعليه أن يلتزم القصد والرصانة والجد في أحاديثه وأعماله؛ ويتجنب التفاخر والمباهاة؛ وعليه أن يلتقي الناس في صعيد واحد على قدم المساواة متجاوزاً الفوارق الثقافية والاجتماعية؛ بل وأن يكون ودوداً؛ فإن خير ما يتسم به المرء في المعاملات هي صفات الصريحة؛ الصلابة الخالية من الادعاء؛ وهذه تميزه عن غيره ممن يتظاهرون بالكبر والزهو.
- ويتميز رجل العلاقات العامة بالتبصر والحرص والأمانة والنزاهة والسمعة الطيبة؛ والهدوء والمرونة؛ وغيرها من السمات الذاتية الخاصة لكونها تؤثر بدرجة كبيرة، في مهنته؛ إضافة إلى أن هذه الصفات هي أصلاً صفات اجتماعية مستحبة في العالم كله.
- إلى جانب مهارات مهنية ينبغي أن يتزود بها حتى يستكمل الصفات التي تجعله أداة صالحة للإشاعة الصدق كمدخل لا غنى عنه في مهنة العلاقات العامة.

1- لبنان هاتف الشامي؛ العلاقات العامة "المبادئ والأسس العلمية"؛ دار اليازوري العلمية للنشر؛ ط1؛ 2013؛ ص ص159؛ 160.

• ومن أجل أن يكون رجل العلاقات العامة صالحًا لأداء عمله؛ عليه أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام؛ كما يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها؛ وأن يؤمن إيمانًا كاملاً بعمله ورسالته التي يؤديها متيقظًا لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتيح له طريق الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه سواء بنقل المعلومات إليه؛ أو بالرد على أسئلته؛ أو بأداء خدمة واقعية له. وهذه اليقظة أيضًا تتيح له فرصة اتخاذ القرار السريع في العمل؛ وهي صفة أساسية لرجل العلاقات العامة؛ حيث يتطلب الأمر من رجل العلاقات العامة أن يبيت مثلًا في مدى أثر نشر خبر في نفوس الجمهور؛ خلال عدة دقائق.

• وكذلك أن يكون رجل العلاقات العامة موضوعيًا في تفكيره؛ وأن يهتم بمشكلات الجمهور؛ وأن يتميز بالشجاعة في نقل اتجاهاتهم وأن يكون اجتماعيًا بطبعه وذا شخصية مكتملة ونضج عاطفي؛ وذاكرة قوية وعقل منظم؛ وأن يكون مؤدبًا؛ لبقًا؛ سريع الخاطر ولديه القدرة على الاستمالة والاعتراف بالخطأ حين الوقوع فيه.¹

المبحث الخامس: المهارات الاتصالية للقائم بالاتصال في العلاقات العامة.

هناك عدة مهارات يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال؛ وتكون له القدرة على اكتساب مثل هذه المهارات ولعل من أهمها:

• **مهارة الاستماع:** تتضمن مهارة الاستماع اليقظة التامة لما يقال وفهمه والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة سواء كان ذلك في استطلاع للآراء أو توجيه لمناقشة، فقد يجيب المبحوث عن سؤال بنعم، وقد تحمل "نعم" هذه أكثر معنى طبقًا لنغمة الصوت أو اختيار الألفاظ المعبر عنها، وبالتالي يجب على القائم بالاتصال أن يدرك جيدًا معاني الكلمات ومدلولها.

• **الحس الفني:** يستخدم رجل العلاقات العامة بالإضافة إلى الوسائل المطبوعة، والأفلام والمعارض والإذاعة الداخلية، والشرائح والصورة، وكذلك وسائل الاتصال العامة من (الراديو والتلفزيون) وهذا يحتم عليهم أن يعرفوا خصائص هذه الوسائل، والفروق الفنية بينها لكي يتحقق الاستخدام الأمثل لكل منها في المجال المناسب له.

1- لبنان هاتف الشامي؛ المرجع السابق؛ ص ص160؛ 161.

● **الكتابة:** فالقدرة على الكتابة من أهم الخصائص التي ينبغي توافرها في المشتغلين بالعلاقات العامة، وليس معنى ذلك الارتفاع بها إلى مستوى الأدب الرفيع، وإنما المقصود الكتابة الواضحة المقنعة والمقروءة، وحيث أن العاملين في العلاقات العامة يحاولون البلوغ إلى مجموعة كبيرة من الناس فإن الكلمة المطبوعة أداة مهمة وهي تتمثل في التقارير والأنباء المنشورة والكتيبات والخطب، ونصوص الأفلام والرسائل الإخبارية وتقارير المساهمين، وغيرها من الاتصالات الإدارية الموجهة نحو كل من الموظف المنظمي والمجموعات الخارجية.

● لا بد أن يدرس رجل العلاقات العامة الفنون الصحفية المختلفة كفن الخبر والتحقيق والحديث والمقال، بالإضافة إلى فن الإخراج، لأن هذه الفنون هي الأساس الذي يعتمد عليه في تقديم مادة الاتصال إلى الجمهور.

● يتطلب تنفيذ برامج العلاقات العامة على المتخصصين والمساعدين في هذا التنفيذ ومن هنا لا بد لقائد فريق العمل في العلاقات العامة أن تتوافر لديه¹ المقدرة الإدارية والتنظيمية التي تمكنه من أداء مهمته على خير وجه، ولنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم أسوة حسنة، حيث إنه أدار عملية الدعوة وقام بها خير قيام، فخطط ونفذ ونظم وأعطى مسؤولية الإدارة لكل شخص على شؤون جماعة فقال صلى الله عليه وسلم: "كلكم راع وكل راع مسؤول عن بيته، وهو مسؤول عنهم، والمرأة راعية على بيت زوجها، وهي مسؤولة عنه، والعبد راع على مال سيده ومسؤول عنه". وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم يتوخى في اختياره للعمال بعض الصفات الحميدة مسندا إلى قوله سبحانه وتعالى: "إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ" وهذا الأمر يتمثل في مدير إدارة العلاقات العامة، وما يقوم به من دور في اختياره لموظفيه شريطة أن تكون مبنية على أسس عملية راسخة سليمة.

● **الإنتاج:** لا بد أن تكون لدى ممارس العلاقات العامة خلفية معرفية عن التقنية الحديثة للإعدادات اللازمة للنشر، وأن يكون ملماً ببعض الشيء في نواحي التخطيط والطباعة والتصوير وبرامج الميديا المتعددة.

● **مهارة الحديث:** إن عمل العلاقات العامة غالباً يتطلب مهارات في التوصل وجهاً لوجه، وإجادة الحديث الجيد، كذلك إعداد الخطب للآخرين وإقائها وبالتالي فإن مهارة التحدث

¹- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق؛ ص ص137؛ 138.

بنوع من الثقة والعرض المؤثر سيكون لها وقع الصدى على الجمهور أكثر منها في الكتابة وغيرها.¹

المبحث السادس: الخصائص الواجب توفرها بالعاملين في أجهزة العلاقات العامة.

● **النشاط:** العلاقات العامة عمل مستمر وحيوي ومتعدد المجالات وجهد متواصل مما يتطلب أن يتصف من يعمل بالعلاقات العامة بالقدرة على التحرك السريع ودون ملل وبذل أقصى الجهود لنجاح مهمته.

● **حسن المظهر والمنطق والجاذبية:** من مظاهر هذه الشخصية سماحة الوجه ورقة الحديث والكلام، وتناسب القوام وحسن الهندام وقادر على التعبير الكلامي بشكل مؤثر وأن يتميز بالشخصية الجذابة لينال إعجاب الآخرين ويرشدهم باللفظ والعبارة وقوة الشخصية فالناس يجتذبون لما هو محبب لهم.

● **الشخصية المستقرة والمتزنة:** لا بد أن يتصف رجل العلاقات العامة بالشخصية المستقرة والمتزنة والهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم وخلق انطباع طيب عند الجماهير عن المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة.

● **الشجاعة:** لا بد أن يكون رجل العلاقات العامة قوي الشخصية متصفا بالشجاعة ليتمكن من عرض آرائه واقتراحاته بقوة والدفاع عن وجهة نظره أمام الإدارة العامة لأن ضعف مدير العلاقات العامة يعني تأخر علاج المشكلات الناتجة عن أخطاء الإدارة العليا وبالتالي يزداد الأمر سوء. فرجل العلاقات العامة مسؤول عن إسداء النصح للمؤسسة وإيضاح مواطن الخلل ومصادر الأزمات وأسبابها قبل وقوعها.

● **الإقناع:** ومن المميزات المهمة لرجل العلاقات العامة أن تكون له القدرة على التأثير في نفوس الناس، وإقناعهم بلباقة، فهو ليس بشرطي الذي يستعمل القوة كما أنه ليس ساحرا أو مختالا يستغل الدعاية الكاذبة وإنما هو خبير بالنفوس البشرية، والجماعة الإنسانية يعرف كيف يوجه ويرشد وكيف يقنع باللفظ والعبارة وقوة الشخصية فلا بد أن يكون قادرا على استمالة الغير للأفكار التي يعبر عنها وإمكانية تحليله لوجهات النظر المعروضة قبل تقديم أفكاره.²

1- وليد خلف الله دياب، المرجع السابق؛ ص ص138؛ 139.

2- صفوت محمد العالم؛ فنون العلاقات العامة؛ ط1؛ دار النهضة العربية للنشر؛ القاهرة؛ 2002؛ ص ص175، 176.

● **الذكاء:** لا بد أن يكون رجل العلاقات العامة ذكياً، ناضج الشخصية، أهلاً للثقة، فالذكاء عنصر هام في تكوين شخصية رجل العلاقات العامة، فهو يقوم بتمثيل المؤسسة وحل مشكلاتها الإنسانية وتوطيد علاقتها الاجتماعية.

● **التكيف:** عامل أساس في العلاقات العامة الطيبة ومن الحقائق المتفق عليها أن الناس والجماعات والهيئات يعوزها أن تتكيف فيما بينها إذا أريد أن يكن لنا مجتمع متجانس فمن واجبات العلاقات العامة تحقيق التفاهم عن طريق الاتصال بالآخرين. لذا من الواجب أن يكون رجل العلاقات العامة مقبلاً على الغير محباً للاندماج معهم، لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم فالمؤسسة لا تتكيف اتجاهاتها وأعمالها مع الجمهور، سيرتب عليها الفشل هذا وأن التكيف يركز على نقل المعلومات والإقناع.

● **الاستقامة والصدق:** ينبغي لكل من يعمل في العلاقات العامة أن يكون قادراً على عرض الحقائق عرضاً سليماً على الجمهور، لكي يظفر بتأييده ويكسب ثقته وأن يتحلى بالسمعة الطيبة والأخلاق الفاضلة وأن هذه الصفات هي من الصفات الاجتماعية التي يؤكد عليها المجتمع والدين وأنها تدل على خلفية وتاريخ العائلة والمجتمع، ويقول إدوارد برينيز في كتابه "العلاقات العامة" "إن من واجب أخصائي العلاقات العامة أن تدعم سمعته وسمعته مهنته وأن الخبرة الملحوظة في هذا المجال تتطلب لائحة أخلاقية تتضمن مجموعة من المبادئ الأخلاقية الصارمة، ويجب عليه أن يعكس أخلاقه على الجمهور. وما لم يؤكد أخصائي العلاقات العامة هذه اللائحة الأخلاقية بأفعاله ويؤدها بأقوالها فإن النجاح سوف لا يكون بجانبه وكما سيفقد ثقة الآخرين به، تلك الثقة التي لا غنى عنها من أجل التقدم والنجاح في أساليب الاتصال التي يستخدمها".

● **الموضوعية:** وهي القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل وتجنب التمييز العنصري أو الشعبي أو الديني أو الاجتماعي وما إلى ذلك من الاتجاهات التي تفسد سلوك الفرد ولهذا فإن الموضوعية تعني التجرد من الآراء والأفكار والاتجاهات والمعتقدات، فمن الضروري أن يكون رجل العلاقات العامة موضوعياً مع نفسه في حكمه على مقدرته في أن يعمل كأخصائي للعلاقات، لأنه إذا لم يكن موضوعياً إزاء نفسه لسوف يكون من العسير أن يكون موضوعياً اتجاه الآخرين.¹

¹ - صفوت محمد العالم؛ المرجع السابق، ص 177، 178.

المبحث السابع: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الانترنت

تعدد استخدام الانترنت في عمل العلاقات العامة وتبوأ مكانا بارزا حيث إن كل المؤسسات الآن بدءًا من كبرى الشركات إلى الصغيرة منها غير الربحية لها مواقع على الشبكة، والذي بدوره بمثابة الوجه الأول لتلك المؤسسة أمام مئات الملايين من الجمهور، وسخرت أقسام العلاقات العامة أخصائيين ومجموعات لتطوير تلك المواقع، بينما ازدهر عمل وكالات العلاقات العامة المتخصصة في وسائل الإعلام الجديدة والاتصالات المباشرة.

نتنبأ بأن مستقبل التجارة بالانترنت سيكون مزدهرا جدا، لأن معظم الشركات أخذت تسوق منتجاتها وبضائعها، وكل ما لديها عبر الانترنت وبات سحر الاتصال المباشر مع الزبائن والمستثمرين والموردين والجيران، وحتى الأوساط الإعلامية مثيرا للغاية وممتعا في الوقت ذاته، ونتيجة للازدهار الهائل في اتصالات الانترنت فليس ثمة وسيلة للاتصال بالجمهور أفضل من تطوير المواقع على الشبكة والعمليات بين مواقع الانترنت، وعلى الشاكلة ذاتها هيمن الاهتمام بالكمبيوتر وما يقدمه لموظف العلاقات العامة كثيرا على معظم نقاش صناعة العلاقات العامة، ومثل هذا التطور ليس وقتيا، بل سيتواصل غدا.¹

مبادئ أخلاقية لممارسة العمل على شبكة الانترنت

- ينبغي لموظفي العلاقات العامة وفي ظل التحول الهائل السريع وشبه تلقائي للعالم الذي بات أشبه بقرية عالمية توظيف هذه الثورة الهيكلية لمعلوماتهم، والتعامل مع القضايا التي تظهر فجأة وتغييرات السوق.
- بات عن المؤسسات وموظفي العلاقات العامة على حد سواء وأمام التحدي بوجود أكثر من 500 قناة تلفزيونية أن يوجهوا اتصالاتهم مع الجمهور بحيث تكون مركزة أكثر ومحددة بشكل أكبر، ويتم ذلك من خلال تحديد الأفكار وتكثيفها، ومعرفة الشريحة التي يخاطبونها.
- البعد عن اللغة الرنانة والإيجاز في عرض البيانات والمعلومات على شبكة الويب، نظرا للتطور التعليمي للزبائن الذين باتوا أكثر نكاه وقدرة على استخدام أوساط الإعلام وأجهزة الكمبيوتر.

1- إسماعيل محمد عامر؛ المرجع السابق؛ ص81.

• وقد حاول العالم على انتشار الانترنت وظهور مخاطر عديدة من بينها المخاطر الأخلاقية، وضع قوانين منظمة لعمله فقامت الولايات المتحدة بسن أول قانون باسم القانون الفيدرالي للثقة بالاتصالات الذي تم إقراره في فبراير عام 1996، وفي 15 ديسمبر 2000 م أقر الكونجرس قانون حماية الأطفال من الانترنت، وبعد هجمات سبتمبر أصدرت الولايات المتحدة قانون تقديم الوسائل المناسبة المطلوبة لاعتراض وإعاقة الإرهاب الذي تم إقراره في 26 أكتوبر 2000 م وفي عام 1990 صدر في الولايات الخمسين الأمريكية ألفا قانون لتنظيم عمل الانترنت، وأقر البرلمان الأوروبي قوانين خاصة بالنشر عبر الانترنت في فبراير عام 2001 م.¹

¹- إسماعيل محمد عامر؛ المرجع السابق؛ ص ص81؛ 82.

الجانب التطبيقي

1- تعريف مؤسسة ميناء مستغانم:

مؤسسة ميناء مستغانم هي مؤسسة عمومية اقتصادية/ شركة ذات أسهم، حيث يبلغ رأس المال الاجتماعي 1500000000 دج تحت العبارة الكاملة لمجمع الخدمات المينائية " SERPORTS SPA " تأسست في يوم 14 أوت 1982م بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 82-287 الصادر بتاريخ 14 أوت 1982م، تاريخ استقلالية المؤسسة: 29 فيفري 1989م، تقع في الطريق الرئيسي إلى صلامندر ص ب: 131 مستغانم 27000.

2- الموقع الجغرافي لميناء مستغانم:

يقع ميناء مستغانم في الجهة الشرقية لخليج أرزيو بين خطي عرض 35° و 56° شمالا وخطي طول 00° و 05° شرقا.

3- نشأة مؤسسة ميناء مستغانم:

يقدم ميناء مستغانم نوعين من الخدمات: الخدمات التجارية وخدمات الصيد البحري، وتشرف على تسييره مؤسسة ميناء مستغانم وهي مؤسسة عمومية اقتصادية/ شركة ذات أسهم EPE/EPM/SPA أنشأت في إطار إصلاح النظام المينائي الجزائري بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 82-287 الصادر بتاريخ 14 أوت 1982م.

ورثت مؤسسة الميناء ابتداء من شهر نوفمبر 1982م، الخدمات والتجهيزات الخاصة بالديوان الوطني للموانئ المنحل (ONP) وكذلك تلك الخاصة بالشركة الوطنية لشحن والتفريغ المنحلة أيضا (SONAMA)؛ كما أسندت إليها من جهة أخرى مهام القطر الموكلة فيما قبل للشركة الوطنية للملاحة (CNAN) فأصبح دورها منوطا بما يلي:

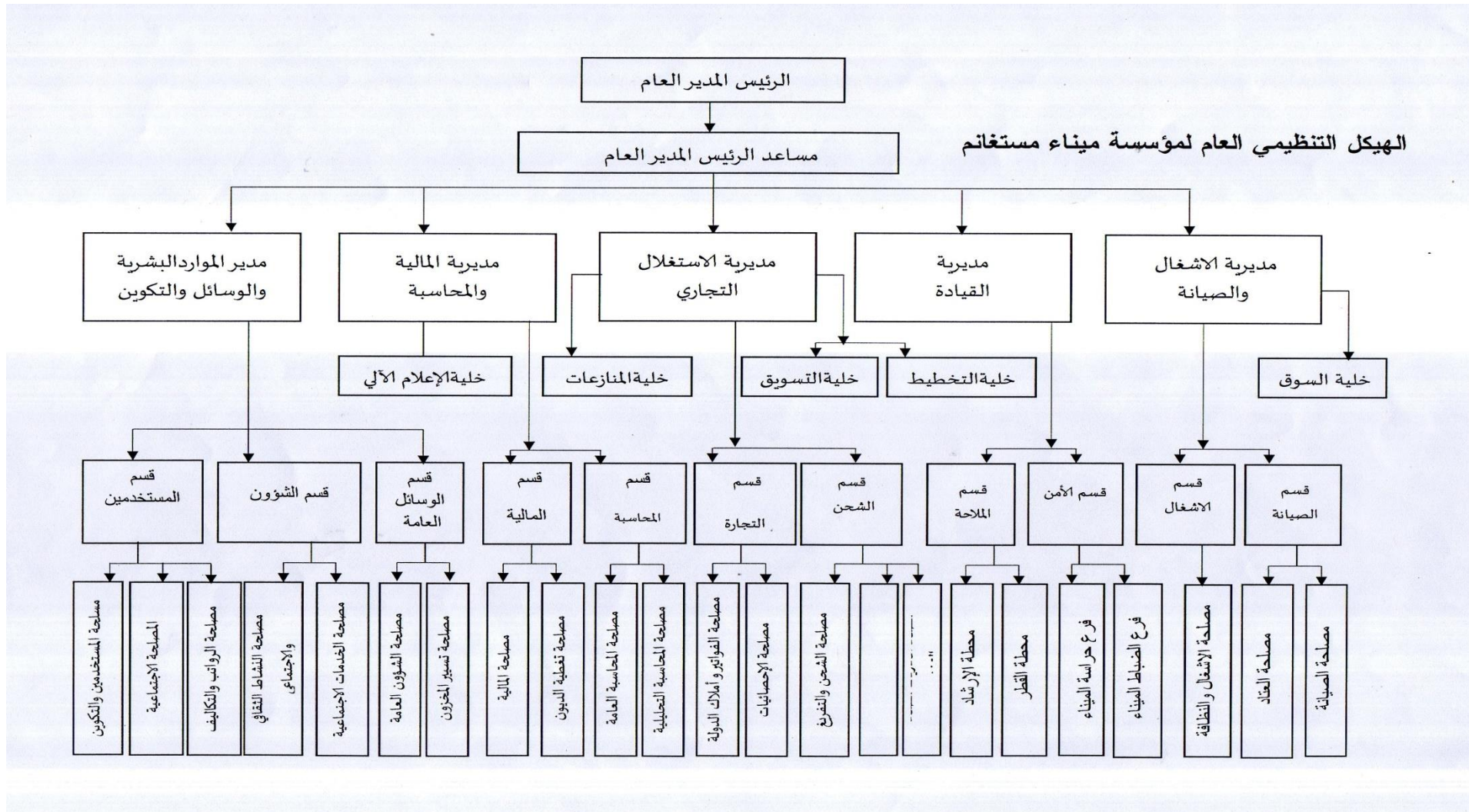
تسيير أملاك الدولة المينائية والإنشاءات الخاصة واستغلال وتنمية الميناء.

احتكار خدمات الشحن والتفريغ، القطر والإرساء.

في 29 فيفري 1989م شقت مؤسسة ميناء مستغانم طريقها نحو الاستقلالية على غرار المؤسسات التي كشفت عن استقرار في وضعيتها المالية؛ حيث تم تحويلها بموجب عقد موثق من شركة عمومية ذات طابع اجتماعي إلى شركة عمومية اقتصادية / شركة ذات أسهم رأس مالها 25.000.000 دج تحت الحيازة الكاملة لشركة تسيير مساهمات الدولة "الموانئ" «SOGEPORTS»؛ تحمل السجل التجاري رقم 88.B.01 وتخضع للقانونين التجاري والمدني

طبقا لأحكام القوانين 01-88 و 03-88 و 04-88 الصادرة بتاريخ 101-88 الصادر بتاريخ 12
جانفي 1988م والمرسوم 119-88 الصادر بتاريخ 16 ماي 1988م والمرسوم 177-88 الصادر
بتاريخ 28 سبتمبر 1988م.

الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة ميناء مستغانم¹



1 - وثيقة مقدمة من طرف المؤسسة.

مهام المؤسسة:

- * استثمار وتطوير ميناء مستغانم.
- * استقلال الآلات والإنشاءات المينائية.
- * إنجاز أعمال الصيانة وتهيئة تحديث البنى المينائية الفوقية.
- * إعداد برامج بناء صيانة وتهيئة البنى المينائية التحتية بالتعاون بالتعاون مع الشركاء الآخرين.

- * مزاولة عمليات القطر، القيادة، الإرساء وغيرها.
- * القيام بكل العمليات التجارية، المالية، الصناعية والعقارية ذات الصلة المباشرة أو غير المباشرة بموضوع مؤسسة ميناء مستغانم.

أهداف المؤسسة:

- * تأمين أحسن الظروف لعبور البضائع من حيث المدة الزمنية، النوعية، الحماية والسعر.
- * تقديم تسهيلات حقيقية (وسائل عبور ومعالجة وتخزين ذات كفاءة عالية).
- * عون الأذان الصاغية لاهتمامات المتعاملين الاقتصاديين.
- * خلق فرص العمل.
- * تنمية الاستثمار البشري.
- * دعم الاستقلال الاقتصادي والسياسي للدولة¹.

مميزات ميناء مستغانم:

- موقع جيو استراتيجي هام.
- وفرة طرق مواصلات نحو منطقة خلفية تتألف من 12 ولاية.
- محطات رسو متخصصة لسفن الداء لتأمين الخطوط البحرية المنتظمة.
- انشاءات متخصصة لمعالجة ناقلات الحبوب، السكر، الخمور، وناقلات الزفت.
- قدرات تخزين مغطاة وغير مغطاة.
- حماية جيدة للبضائع.

1 - وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

- تنوع طرق تسليم البضائع (السكة الحديدية، الطريق الأرضي والمساحة الوطنية).
- بنى فوقية وتجهيزات وفق طموح المتعاملين الاقتصاديين.
- إطارات وعمال مسيروون ومدربون على عمليات الشحن والتفريغ.
- ساعات عمل متواصلة: 24 ساعة / 24 ساعة و 7 أيام / 7 أيام.

امتيازات الميناء:

بوجود ميناء مستغانم في منطقة فلاحية بين وهران، أرزيو والجزائر العاصمة، فهو يعتبر من جهة منفذ طبيعيا لعدة ولايات: مستغانم، شلف، غليزان، معسكر، تيارت، تيسمسيلت، سعيدة...، ومن جهة أخرى يعتبر ملتقى لأهم الطرق المؤدية إلى الجنوب الجزائري (الأغواط، غرداية، بشار، عين الصفراء...)

كذلك فإن ميناء مستغانم يقع في محور تتقاطع فيه أهم شبكات المواصلات (طرق لتنمية المشاريع الصناعية والتجارية فهو موصول بشبكة السكك الحديدية عن طريق السكة الحديدية مستغانم-المحمدية (محطة الفرز) كما أنه يوفر إمكانية الوصل بالشبكة الحديدية مع ولاية تيارت دون المرور بالمحمدية بما يصفه في اتصال مباشر مع منطقتة الخلفية (الجنوب والجنوب الغربي للجزائر إلى غاية تمراست) وهذا من أجل نقل مختلف السلع والتجهيزات الموجهة إلى الشركات الوطنية والأجنبية المتخصصة في التنقيب عن البترول التي تنشط في الجنوب الجزائري.

ومن الامتيازات الأخرى التي تميز ميناء مستغانم هي وجود شبكة طريق بطول 4885 متر خطري داخل الميناء تربطه مباشرة بالطرق الوطنية لشرق وغرب و جنوب الجزائر وهذا دون المرور بوسط مدينة مستغانم.

الموقع الجيو استراتيجي لميناء مستغانم والشبكة الطرقية هي تربطه مع منطقتة الخلفية المتكونة من 12 ولاية يعدان من أهم ما يقدمه الميناء لمتعامليه الاقتصاديين من امتيازات كما أنه يوفر لمستعمليه أحسن الخدمات بأقل كلفة¹.

الأداء الجيد والمتواصل للخدمات المينائية من حيث الانتاجية، المردودية، معدلات الشحن والتفريغ، قصر مدة المكوث في الميناء والمحافظة الجيدة للبضائع يفسر اختيار ميناء مستغانم من قبل عدد كبير من المتعاملين الاقتصاديين ومجهزي السفن من مختلف الجنسيات.

1 - وثائق مقدمة من طرف المؤسسة

النبذة التاريخية للصفة الرسمية:

أصبحت المؤسسات في وقتنا الحالي تواكب التطورات التكنولوجية وأصبحت بحاجة إلى التعريف بخدماتها أو منتوجاتها عبر الوسائل التكنولوجية والمواقع الالكترونية ومن ثم جاءت فكرة إنشاء صفحات رسمية ومواقع الكترونية ومن هنا قامت مؤسسة ميناء مستغانم بتصميم صفحة رسمية عبر موقع من مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لأن أغلب الجماهير تستخدم الفيسبوك، وتم اختيار هذا الموقع عشوائياً بدون دراسة مسبقة حول الموقع التواصل الاجتماعي، حيث تأسست سنة 25 جويلية 2018م، وتم تأسيسها من قبل المدير لأنه واكب التطور الذي شهدته الوسائل بغرض التحقيق الربح المادي لأنها مؤسسة ربحية ذات أسهم حيث تقدم نوعين من الخدمات التجارية وخدمات الصيد البحري ولديها اسم خاص بها وهو *Enterprise Portuaire de Mostaganem Officiel* حيث تضم 4.4 k جام و 6.7 k متابعين والقائمين بالعلاقات العامة الرقمية هم المسؤولون عن نشر الصور والفيديوهات عبر الصفحة وكل هذا بموافقة من المدير عند النشر.

والذي يقوم بالتصوير والمونتاج من أحداث التي تقع داخل المؤسسة أو خارجها وحتى في الصالون الدولي للنقل واللوجيستيك هي أحد القائمين بالعلاقات العامة الرقمية.¹

¹ - وثيقة مقدمة من طرف المؤسسة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس- مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

دليل المقابلة

نحن الطالبتين السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة، في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر؛ تحت عنوان "أخلاقيات القائم بالعلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم"، لذا نرجو منكم التعاون أرجو التعاون معنا بالإجابة على هذه الأسئلة بكل صدق وموضوعية ونحيطكم علما أننا نستخدمها لغرض البحث العلمي.

1) السمات العامة:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 20-25 30-25 +30
- 3- المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي
- 4- المهنة:

أسئلة المقابلة:

المحور الأول:

- * ما هي الوسائل التكنولوجية التي يمكن للقائم بالعلاقات العامة الرقمية أن يستخدمها؟
- * كيف غيرت الوسائل التكنولوجية في خدماتكم؟
- * ما هي الصعوبات التي تواجهكم في استخدام التقنيات الحديثة؟
- * هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟

المحور الثاني:

- * ما هي الخطوات التي تتخذها للتحقق من صحة المصادر والمعلومات قبل نشرها في

العلاقات العامة الرقمية؟

* كيف تتعامل مع التحديات الانتشار السريع لأخبار الكاذبة والمعلومات غير موثوقة في وسائل التواصل الاجتماعي؟

* هل يمكنك توضيح المصادر التي استخدمتها للحصول على هذه المعلومات؟

* هل يتم التعامل مع البيانات الشخصية للمستخدمين بسرية واحترام؟

* كيف يتم التعامل مع التعليقات والمشاركات السلبية؟

المحور الثالث:

* كيف تتعامل مع الردود الفعل السلبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

* ما هي الصفة التي تجعل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مميزا في عمله؟

* هل تعتقد أن الصدق هو صفة هامة للقائم بالعلاقات العامة الرقمية؟ لماذا؟

* هل تعتقد أن الثقة هي صفة هامة للقائم بالعلاقات العامة الرقمية؟ لماذا؟

* هل تعتقد أن القائم بالعلاقات العامة الرقمية يجب أن يكون قادرا على مواكبة

التغيرات السريعة في الوسائط الاجتماعية والتكنولوجية؟

* كيف يمكن للقائم بالعلاقات العامة الرقمية أن يظهر القدرة على التواصل الجيد وبناء

علاقات؟

* كيف يتعامل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مع التحديات لدى القائم بالعلاقات العامة

الرقمية؟

تحليل البيانات وتفسيرها:

انطلاقا من الاشكالية المطروحة في هذا البحث نسعى إلى تحليل وتفسير جميع البيانات والمعلومات التي تحصلنا عليها والمتعلقة بأخلاقيات القائم بالعلاقات العامة الرقمية في المؤسسة. وكذا المعلومات المتحصل عليها من خلال بعض المطويات والمجلات التي تعتمد عليها المؤسسة، وكذا تصفحنا لمختلف مواقع المؤسسة، وعليه قمنا بتقسيم هذه المرحلة التحليلية وفقا لثلاث محاور أساسية.

الجدول رقم 01:

السؤال	الإجابة
ما هي الوسائل التكنولوجية التي يمكن للقاءم بالعلاقات العامة الرقمية أن يستخدمها؟	الإجابة كانت على النحو التالي: الكمبيوتر، صفحة الفايسبوك، البريد الإلكتروني، الهاتف الشخصي، إشهار، الموقع الإلكتروني، مطويات، مجلات، البرمجيات.
كيف غيرت الوسائل التكنولوجية في خدماتكم؟	الملاحظة: من خلال ملاحظتنا وزيارتنا للمؤسسة تم اكتشاف أن هناك وسائل أخرى لم يتم ذكرها من طرف المبحوثين وهي كالتالي: الاتصال المباشر، الفاكس، الانترنت، بطاقة العمل، آلة الطباعة.
ما هي الصعوبات التي تواجهكم في استخدام التقنيات الحديثة؟	كانت إجابة المبحوثين أنها ساهمت في ربح الوقت وساعدت في تسهيل الخدمة.
هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟	الملاحظة: في نظرنا ساهمت في تحسين كفاءة الخدمات والوصول إلى المعلومات بسرعة ولا يوجد تأخير في العمل.
هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟	لا يوجد صعوبة بل سهلت لنا الخدمة لأن كلما كانت تقنيات جديدة تكون عنها دورات تكوينية.
هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟	ملاحظة: من خلال ملاحظتنا لا يوجد صعوبات في استخدام التقنيات الحديثة لأنهم متمكنين فيها من خلال الدورات التكوينية للموظفين خاصة بكل تقنية جديدة.
هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟	لا يوجد تفاعل مع الجمهور الخارجي.
هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟	لا يوجد تفاعلية على صفحة الفايسبوك لأن معظم التعليقات تكون سلبية ويتم حذفها.

التحليل:

المحور الأول: استخدام الوسائل التكنولوجية ومدى التحكم فيها.

يتضح لنا من خلال القيام بالمقابلات التي أجريناها مع عدة مجموعة من المبحوثين في المؤسسة توصلنا أن المبحوثين بمؤسسة ميناء مستغانم يمارسون العلاقات العامة الرقمية من خلال ملاحظتنا استخدامه لوسائل التكنولوجيا الرقمية، والغرض من استعمال العلاقات العامة الرقمية لتحقيق الربح المادي حسب ما صرح به "القائم بالعلاقات العامة" "المدير" لأنها مؤسسة حكومية اقتصادية تخضع لقانون العرض والطلب وتقديم خدمات تجارية وخدمات الصيد البحري، كما وضحناه في الفصل التطبيقي. فاستخدمت المؤسسة الوسائل التكنولوجية الحديثة وذلك لتوسيع النطاق الجغرافي لها لاستقطاب أكبر عدد لها من الجماهير؛ وأيضا لجذب أكبر عدد من العملاء.

إذ ذكر أحد المبحوثين أن " الوسائل تساعد الموظفين في اقتصاد الوقت والجهد كالبريد الإلكتروني والمجلات والمطويات، الموقع الإلكتروني؛" والقائم بالعلاقات العامة الرقمية في نظرنا "يجب أن يكون نشطا حول كل ما هو جديد ومبتكر من وسائل تكنولوجيا رقمية، ويجب عالية مواكبة التطورات الجديدة والتماشي مع كافة الوسائل المتطورة الجديدة لأنها تسهل في عمله وله القدرة على التكيف مع هذه الوسائل التكنولوجية من خلال الدورات التكوينية التي صرحت به أحد المبحوثين "أنهم كلما كانت هناك برمجيات أو تقنيات حديثة يتم القيام بدورات تكوينية لمدة 15 يوم داخل المؤسسة لمعرفة كيفية التحكم فيها وسهولة العمل بها". ومن ها يتضح لنا أهمية التكوين في التكنولوجيا الجديدة "إذ يساعد في رفع كفاءة الموظفين وزيادة إنتاجيتهم، حيث يتمكنون من استخدام التكنولوجيا لتنفيذ المهام بشكل سريع وفعال"⁽¹⁾. فالمكلف بالعلاقات العامة في المؤسسة هو المسؤول الأول "المدير" على التواصل مع الجمهور. وعلى هذا يجب عليه أن يحسن التواصل من أجل إيصال الرسالة وإقناع الجمهور بها ولإيصال هذه الرسالة يجب استخدام أفضل وسائل الاتصال لتصل إلى أكبر عدد من الجمهور.

ومن بين هذه الوسائل التي يستخدمها المكلف بالعلاقات العامة الرقمية؛ حسب رأي المدير والمبحوثين الصفحة الرسمية على الفيسبوك؛ وتم "اختيار موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك عشوائيا، ولم يتم دراسة الوسيلة المراد استخدامها". والهدف من وضع هذه الصفحة حسب رأي المبحوث الأول "من أجل أرباح مادية، لأنها مؤسسة ربحية" وقد صرح كذلك أحد المبحوثين "أن

1- المرجع الإلكتروني <https://ae.linkedin.com> المطلع عليه بتاريخ 2024/05/28 على الساعة 09:44.

الهدف من وضع هذه الصفحة من أجل أرباح مادية، وإذا لم يكن ربح مادي لا توجد فائدة. إذا تم التعرف على المؤسسة عبر الصفحة فقط دون رجوع الصدى لأرباح مادية لا فائدة من هذه الصفحة".

فالمكلف بالعلاقات العامة الرقمية قد نرى أنه تم فتح هذه الصفحة فقط لتحقيق الربح المادي، وهنا للأسف عدم وعي القائم بالعلاقات العامة الرقمية بأهمية الصفحة لما تقدمه من فائدة للمؤسسة، ومن بينها تحسين صورة المؤسسة والتعريف بالمؤسسة وخدماتها.

وأكدت أحد المبحوثين كذلك من بين الوسائل التكنولوجية الحديثة المستخدمة في المؤسسة "الهاتف الذكي الشخصي وذلك نظرا للمميزات التي يتمتع بها مثل: إمكانية البث المباشر، المشاركة الصور والفيديوهات من عين المكان، عبر التواصل الاجتماعي في وقت وجيز بدلا من الكاميرا".

وكانت تتمحور إجابة المبحوثين حول كيفية تغيير الوسائل التكنولوجية في خدماتهم "أنها ساهمت في ربح الوقت، الجهد، وتسهيل الخدمة"، إلا أن في نظرنا الوسائل التكنولوجية لها مزايا أخرى منها: تحسين كفاءة الخدمات والوصول إلى المعلومات بسرعة وتبادلها بكل سهولة، وكذلك سمحت بتوسيع نطاق الخدمات المقدمة ولا يوجد تأخير في الأعمال.

وأكد المبحوثون عن السؤال الثالث أنه "لا توجد صعوبات في استخدام التقنيات الحديثة نظرا لقيام المؤسسة بدورات تكوينية لمدة 15 يوم للموظفين" كما ذكرنا سابقا، إذ نرى أنهم متمكنين فيها على حسب ما لاحظنا من استخدامهم لكل تقنية جديدة.

صرح المبحوث الأول في مؤسسة مينا مستغانم أنه "لا يوجد تفاعلية مع الجمهور الخارجي"، وكذلك أكدها المدير في تصريحه "لا يوجد تفاعلية وذلك يرجع السبب إلى أنهم لا يتعاملون مع المؤسسة كما كنا نهدف من أجل تصميم الصفحة مثلا: أنا كنت أريد عند نشر صورة أو فيديو لباخرة سلع أو خدمات ننتظر أن يكون الرد في التعليقات على شكل أسئلة لمعرفة الباخرة لأي سلعة، وكيف تم شحنها؟ وما هي تكلفة شحنها؟ وكيف يتم تفريغ هذه السلعة؟ وكذلك قال: أريد أن يأتي أحد الجماهير الخارجية إلى المؤسسة أو يتصل بي على الصفحة لاستفسار أن إذا أتيت بباخرة كيف بإمكانكم العمل معي؟ ولكن للأسف الحلم لم يتحقق". وهذا السبب راجع لعدم وعي الجمهور بأهمية العلاقات العامة الرقمية "وتأسيسا على ما سبق يمكن القول بأن العلاقات العامة

الرقمية تفتح أفقا جديدة للتواصل بين المنظمة والجمهور وتسهم في تحرير المؤسسة من القيود على رسائلها عبر وسائل الاتصال التقليدية⁽¹⁾ غير أن التوظيف الفاعل والكفاء للعلاقات العامة الرقمية يعتمد في المقام الأول على نشر معلومات متعددة الوسائط تسهل عملية تفاعل ومشاركة⁽²⁾. وأدى إلى عدم تفاعلية بين المؤسسة والجمهور. وهنا حسب وجهة نظرنا لاحظنا أن الجمهور الخارجي ليس له فكرة العلاقات العامة بعكس المدير الذي لديه رؤية حول العلاقات العامة الرقمية وهو واع بها، وتكون هنا تفاعلية حسب إجابة المبحوث الرابع والخامس عند طلبيات العمل عبر الخص والتعليقات على المنشورات تعزية فقط.

الجدول رقم 02:

السؤال	الإجابة
- ما هي الخطوات التي تتخذها للتحقق من صحة المصادر والمعلومات قبل نشرها في العلاقات العامة الرقمية؟	- الإجابة كانت على النحو التالي: - التحقق من مصداقية الموقع التي تم الحصول على المعلومات منه والتحقق من مصداقية البيانات. المقدمة ومقارنتها بمصادر أخرى قبل نشرها.
	- يجب التحقق من تاريخ النشر أن المعلومات ليست قديمة والتأكد من صحتها.
- كيف تتعامل مع التحديات الانتشار السريع للأخبار الكاذبة والمعلومات الغير موثوقة في وسائل التواصل الاجتماعي؟	- لا نتعامل مع الأخبار الكاذبة والمعلومات الغير موثوقة لأن لا يوجد لها مصدر موثوق.
	- في نظرنا يجب على المكلف بالعلاقات العامة الرقمية التعامل مع الأخبار الكاذبة عن طريق تنظيم ندوة صحفية أو منشور على الصفحة الرسمية يبين أن هذه الإشاعة لا صحة لها من المعلومات لأن لا يوجد لها مصدر رسمي.
- هل يمكن توضيح المصادر التي استخدمتها	-- نعم يمكننا توضيح المصادر التي استخدمناها للحصول على هذه المعلومات لأنها مصادر رسمية وموثوقة.

1- مركز القرار للدراسات الإعلامية [HTTPS://alqararSa.com](https://alqararSa.com) الاطلاع عليه بتاريخ 2024/05/28 على الساعة 19:43.
2- المرجع الالكتروني للدراسات الاعلامية [HTTPS://alqararSa.com](https://alqararSa.com) الاطلاع عليه بتاريخ 2024/05/28 على الساعة 19:43.

- نعم لقد تم توضيح هذه المصادر.	للحصول على هذه المعلومات؟
- نعم يتم التعامل مع البيانات الشخصية للمستخدمين بسرية واحترام لأنّ هناك قانون لا يسمح بمساس الشخصية.	- هل يتم التعامل مع البيانات الشخصية للمستخدمين بسرية واحترام؟
- نعم تمت ملاحظة التعامل بسرية واحترام لأنّ لكل موظف كلمة السر خاصة به في تقنية البرمجيات	
- لا يتم التعامل مع التعليقات والمشاركات السلبية بل يتم حذفها نهائياً من الصفحة الرسمية.	- كيف يتم التعامل مع التعليقات والمشاركات السلبية؟
- من خلال الاطلاع على الصفحة الرسمية على الفايسبوك لم نجد أي تعليقات سلبية.	

المحرر الثاني:

تحليل: وفي إجابة السؤال الأول حسب المبحوثين من بين الخطوات التي يتخذها في المؤسسة للتحقق من صحة المصادر قبل نشرها في العلاقات العامة الرقمية، لكي لا يتم نشر أي خبر أو معلومة كاذبة ومغلوبة، يؤدي إلى انتهاك سمعة المؤسسة وسقوط مصداقيتها. "إنّ الثقة تأتي عندما يكون هنالك مصداقية في عملك، فعندما تكتسب ثقة العملاء ستكون قد كسبت عملاء مخلصين أيضاً، وبالتالي سيكونون مستعدين لدعمك عند إطلاقك لأي منتج أو خدمة جديدة، بالإضافة إلى تقديم النقد البناء عندما تحتاج لتطوير عملك"¹. ويجب التأكد من تاريخ وصدق المعلومة، والمواقع والمصادر الموثوقة لتجنب الوقوع في الخطأ، إذ نرى أنه يجب التحقق كذلك من تاريخ النشر والوقت لكي يتم التعرف على أن المعلومات ليست قديمة والتأكد من صحتها، ولا يجب نشر أي معلومات لأن القائمين بالعلاقات العامة الرقمية هم المشرفين على الصفحة حسب ما أكدت أحد المبحوثين وقالت: أنا لا أنشر أي شيء بدون موافقة من المدير. وذلك لتجنب أي خطأ أو خبر غير لائق بالمؤسسة، وصرحت أحد المبحوثات الخاصة بقسم مصلحة التكوين في السؤال المتعلق بكيفية التعامل مع التحديات الانتشار السريع للأخبار الكاذبة والمعلومات الغير الموثوقة في الرسائل التكنولوجية أنا لا أتعامل معها لأنها لا يوجد مصدر لها. وفي إجابة المبحوثين

1- مقابلة مع المبحوث (أ) بيوم 2024/05/19 على الساعة 11:00.

الآخرين كذلك لا يتم التعامل معها لأن لا يجب نشر أي شيء دون التحقق من مصداقيته وأيضا التحقق من الموقع الذي ينشر الخبر المعلومة، إذا كان رسمي أولا، وحتى لا يتم تداول مواضيع تم تداولها لأنها تفقد المعنى ويصبح الموضوع دون فائدة، وفي نظرنا يجب على المكلف بالعلاقات العامة الرقمية التعامل مع الأخبار الكاذبة عن طريق تنظيم ندوة صحفية أو منشور على الصفحة الرسمية يبين أن هذه إشاعة لا صحة لها من المعلومات لأن لا يوجد لها من مصدر رسمي، وعند تنظيم هذه الندوة الصحفية تبين أن هذه الأخبار كاذبة هي فقط من أجل تشويه سمعة المؤسسة وخسارة أرباحها وقد أجاب المبحوث الأول أنه يمكننا توضيح المصادر التي استخدمناها للحصول على هذه المعلومات لأنها مصادر من مواقع رسمية وتؤكد مصداقيتها من معلومات موثوقة وأخبار صادقة وذات ثقة.

- وقد أجاب المبحوثين في مؤسسة مينا مستغانم أنه يؤكد حرص المؤسسة على حماية البيانات الشخصية للمستخدمين بسرية واحترام لأن هناك برمجيات حديثة تستخدمها المؤسسة من أجل العمل بسرية فكل موظف كلمة السر خاصة به، ولا يمكن اختراقها من طرف شخص آخر وذلك لضمان سرية المستخدمين والمعلومات وعدم خسارة العملاء الذين يتم التعامل معهم، وكذلك استخدام تشفير البيانات والوصول المحدود للمعلومات. وفي تصريح المبحوث الثالث أنه نعم يتم التعامل مع البيانات الشخصية للمستخدمين بسرية واحترام لأن هناك قانون لا يسمح بمساس الشخصية إذ رأينا رأينا من خلال مقابلاتنا أنه لكل موظف كلمة السر خاصة في تقنية البرمجيات ولا يسمح له القانون بإعطائه لشخص آخر، وقد صرح أحد المبحوثين: بأن المؤسسة تقوم بتطبيق سياسات وإجراءات صارمة لحماية البيانات وتدريب الموظفين على كيفية التعامل مع المعلومات بشكل آمن وكل هذا من أجل الحفاظ على ضمان السرية التامة لكسب راحة العملاء في بيئة العمل الرقمية، مما يؤكد حرص المؤسسة على حماية البيانات من خلال كسب دقة الموظفين لها فأي تلاعب ببيانات الموظفين أو العملاء يجب التوجه نحو الإنذارات والتوجيهات والعقوبات بدرجات.

أجاب المبحوثين القائمين بالعلاقات العامة الرقمية أنه لا يتم التعامل مع التعليقات والمشاركات السلبية عبر الصفحة لأنها أغلب التعليقات تهدف إلى السخرية هذا من ناحية، وكذلك هناك إجابة أخرى من طرف أحد المبحوثين إذا كانت هناك تعليقات إيجابية يعني في مجال العمل هنا نتعامل معها باهتمام وجدارة.

ومن وجهة نظرنا يجب على المكلف بالعلاقات العامة الرقمية أن يتعامل مع هذه التعليقات السلبية بذكاء أن يكون فطن ويجب استغلال الموقف وكسبه لمصلحة المؤسسة عن طريق التعليق السلبي وتحويله إلى التعليق الإيجابي ويجب على المكلف أن يتفهم المشكلة من خلال التعليقات السلبية بحسن نية، وإيجاد الحلول لها والتحاور معهم حتى يقتنع.

الجدول رقم 03:

السؤال	الجواب
- كيف تتعامل مع ردود الفعل السلبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟	كانت الإجابة على النحو الآتي: - لا توجد ردود فعل سلبية وإن وجدت لا نتعامل معها بشكل نهائي.
	- عند ملاحظتنا لا يتم التعامل معها وكأقترح التعامل معها بحسن النية لفهم المشكلة ومحاولة حلها بشكل إيجابي.
- ما هي الصفة التي تجعل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مميزا في عمله؟	- الصفة التي تجعل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مميزا في عمله الأمانة والصدق والذكاء.
	يجب على القائم بالعلاقات العامة الرقمية أن يتحلى بعد صفات وأهمها الشفافية والمصادقية.
- هل تعتقد أن الصدق هو صفة هامة للقائم بالعلاقات العامة الرقمية؟	- نعم لأن كل ممارس أو قائم على العلاقات العامة الرقمية يجب أن يتحلى بها.
- هل تعتقد أن الثقة هي صفة هامة للقائم بالعلاقات العامة الرقمية؟	- نعم لأن كل قائم بالعلاقات العامة الرقمية يجب أن يتحلى بصفات أخلاقية كالثقة.

- من خلال ما قضيناه من وقت في المؤسسة لاحظنا أن القائم بالعلاقات العامة الرقمية يتحلى بمجموعة من الصفات ونذكر منها الصدق، الشفافية، المصادقية والنزاهة في عمله والاحترام.

- هل تعتقد أن القائم	- من خلال إجابات المبحوثين بأن القائم بالعلاقات العامة
----------------------	--

<p>الرقمية قادرا على مواكبة التغيرات بتطوير الاستراتيجيات الجديدة ومبتكر للتواصل مع الجمهور بشكل فعال ومؤثر.</p>	<p>بالعلاقات العامة الرقمية يجب أن يكون قادرا على مواكبة التغيرات السريعة في الوسائط الاجتماعية والتكنولوجية؟</p>
<p>- يجب على المكلف بالعلاقات العامة الرقمية أن يواكب التطور التكنولوجي بضرورة متابعة التطورات التكنولوجية.</p>	<p>- كيف يمكن للقائم بالعلاقات العامة الرقمية أن يظهر القدرة على التواصل الجيد وبناء علاقات؟</p>
<p>- استعمال كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة لتوصيل رسالة واضحة إلى الجماهير والتفاعل معهم من خلال الرد على تعليقاتهم باحترام.</p>	<p>- كيف يتعامل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مع التحديات لدى القائم بالعلاقات العامة الرقمية؟</p>
<p>- الاهتمام بمتطلبات الجمهور وتلبية رغباتهم إضافة إلى الإجابة على كل ما يرغب فيه حتى يتمكن من التواصل الجيد وبناء علاقات على أساس الثقة والاحترام من خلال التفاعل.</p>	<p>- كيف يتعامل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مع التحديات لدى القائم بالعلاقات العامة الرقمية؟</p>
<p>- التعامل مع التحديات من خلال اتباع بعض الاستراتيجيات مثل مواكبة التطورات التكنولوجية، تحديث الأنظمة والبرمجيات بانتظام تدريب الموظفين بشكل فعال.</p>	<p>- يجب أن يكون على دراية بأي تطورات جديدة وأدوات الرقمية المتاحة وضمان سرية المعلومات.</p>

المحور الثالث:

التحليل:

• من خلال الدراسة الميدانية ومن خلال المقابلات التي أجريناها في المؤسسة المبحوثة، فقد صرح المبحوث في الإجابة على السؤال الأول الذي تمحور حول كيفية التعامل مع ردود الفعل السلبية عبر التواصل الاجتماعي " أنه لا يوجد ردود فعل سلبية؛ حتى وإن وجدت عبر الصفحة الرسمية لا نتعامل معها بشكل نهائي ويتم حذفها لكي لا تشوه سمعة المؤسسة وتعطي نظرات سيئة للجماهير الخارجية"، وقد أجاب كذلك مبحوث آخر عن هذا السؤال إذ قال: "أن بعض التعليقات السلبية تكون خارج مجال العمل"؛ وسبب ذلك راجع لعدم وعي الجمهور الخارجي بالعلاقات العامة الرقمية؛ وبأهمية وأهداف التفاعل في الصفحات الرسمية ومنها صفحة

مؤسسة ميناء مستغانم، "بالإضافة إلى أن القائم بالعلاقات العامة الرقمية داخل الشبكة يستطيع إقامة علاقات إلكترونية مع الجماهير غير متجانسة والردشة معهم؛ والاستحواد على أفكارهم والتأثير فيهم بالإيجاب، وتحويلهم إلى متفاعلين نشاط على الخط يحملون تصورات إيجابية عن المؤسسة يدافعون عنها أينما تواجد وداخل المواقع وفي الصفحات الإلكترونية"¹.

● وفي حين نرى أنه يجب على القائم بالعلاقات العامة الرقمية أن يكون ذكيا في فن الرد وفطن؛ كذلك يجب الرد على التعليقات السلبية وتوجيهها من السلب إلى الإيجاب؛ وهذا باستخدام استراتيجيات الإقناع والتواصل الجيد والرد عليها باحترافية؛ لأن من خلال تعليقات الجماهير الخارجية يتم معرفة رأي الجمهور عن المؤسسة ووجهة نظره حولها.

● وقد وضع أحد المبحوثين أن الصفة التي تجعل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مميزا في عمله: "هي الأمانة والصدق والذكاء"²؛ وفي نظرنا يجب على القائم بالعلاقات العامة أن يكون آمنا في عمله لكسب ثقة العملاء والموظفين وكذلك أن يكون صادقا في قوله وفي إتقان عمله. لأن في وقتنا الحالي أصبحت الجماهير من الصعب أن تؤمن بأي شيء لهذا على القائم أن يكون ذكيا في أسلوب الرد عليهم؛ وبطريقة مخلصه. فالقائم بالعلاقات العامة الرقمية يجب أن يتحلى بعدة صفات وليس كما ذكر المبحوثين؛ لأن الجمهور أصبح يبحث عن الشفافية؛ فعلى القائم أن يكون صادقا وشفافا في التواصل مع الجمهور الرقمي؛ وعليه أن يقدم معلومات واضحة وصادقة؛ بالإضافة كذلك إلى المصداقية أن يكون صادقا وموثوقا في عمله وتعاملاته؛ فعندما يكون للقائم بالعلاقات العامة الرقمية مصداقية عالية يعني ذلك أن الناس يثقون به وبالمعلومات التي يقدمها. وهذا يساعد في بناء علاقات قوية وموثوقة مع الآخرين؛ فالمصداقية تجعل القائم بالعلاقات العامة الرقمية أهداف واضحة ومسطرة.

● وكانت إجابات المبحوثين تتمحور على أن الصدق والثقة هما صفتان هامتان للقائم بالعلاقات العامة الرقمية لأن حسب المبحوث الثالث: "كل ممارس أو قائم على العلاقات العامة الرقمية يجب أن يتحلى بصفات أخلاقية لتجعله مميزا في عمله". وحسب رأينا أن القائم بالعلاقات العامة الرقمية أن يتحلى بمجموعة من الصفات في مهنته وبالإضافة إلى هذه الصفتان النزاهة

1- طال ابتسام، صوالحية الزهرة؛ مهارة القائم بالعلاقات العامة على الواب 2,0 في إدارة السمعة الإلكترونية للمؤسسات؛ مجلة آفاق الفكرية؛ المجلد 10؛ العدد 02؛ أكتوبر؛ الجزائر؛ 2021؛ ص48.

2- مقابلة مع المبحوث (أ) على الساعة 10:20 بتاريخ 2024/05/16.

والاحترام؛ فهذه الصفات تجعله متواصل بطريقة مباشرة دون حواجز بينه وبين الجمهور فهي تلعب دورا كبيرا في التعامل مع العملاء والزبائن؛ فيجب على المكلف أن يحترم رأي الجمهور حول المؤسسة؛ وأن يكون في خدمته لأن لكل صفة خاصيتها في تأثيرها على عقل الجمهور؛ وكذلك أن يكون لديه مهارات اتصال فعالة للتفاعل مع الجماهير عبر وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت. وأيضا يجب عليه أن يكون قادرا على إيجاد حلول إبداعية وابتكارية للتفاعل مع الجماهير بشكل ملفت وجذاب؛ وبناء علاقات قوية وإيجابية؛ والالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تعامله معهم.

● من خلال إجابات المبحوثين على سؤال –هل تعتقد أن القائم بالعلاقات العامة الرقمية يجب أن يكون قادرا على مواكبة التغيرات السريعة في الوسائط الاجتماعية والتكنولوجية؟- فكانت أغلب إجابات المبحوثين: "نعم قادرا على مواكبة التغيرات السريعة بتطوير الاستراتيجيات الجديدة والمبتكرة للتواصل مع الجمهور بشكل فعال ومؤثر"؛ ودليل ذلك في "أن يتحتم أو يتوجب على ممارسي العلاقات العامة أن مواكبة هذا التطور بشكل فعال: "ومن وجهة نظرنا يجب على المكلف بالعلاقات العامة أن يواكب التطور التكنولوجي؛ بضرورة متابعة التطورات التكنولوجية؛ وعليه أصبح لزاما على العديد من المؤسسات تدريب موظفيها على استعمال هذه الوسائل والتقنيات المتطورة في مجال الاتصال والتواصل.

● أكد المبحوثين الإجابة على أن يمكن للقائم بالعلاقات العامة أن يظهر القدرة على التواصل الجيد وبناء علاقات ب: "استعمال كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة لتوصيل رسالة واضحة إلى الجماهير؛ والتفاعل معهم من خلال الرد على تعليقاتهم باحترام والاستماع إليهم؛ وعندما تكون التعليقات تستحق الرد". فمن خلال إجابات إضافة إلى ما لم يتم ذكره من قبل المبحوثين يجب الاهتمام بمتطلبات الجمهور وتلبية رغباتهم؛ كذلك فهم الجمهور المستهدف بشكل جيد؛ وعلى القائم بالعلاقات العامة أن يثبت قدرته على التواصل الجيد من خلال إنشاء محتوى جذاب وقيم يلفت ويثير اهتمام الجمهور.

● وقد صرح المبحوثين في مؤسسة ميناء مستغانم عن السؤال الأخير في كيفية التعامل القائم بالعلاقات العامة الرقمية مع التحديات: " من خلال إتباع إستراتيجيات كالتخطيط الاستراتيجي؛ فيجب على القائم وضع خطة إستراتيجية تتضمن تحليل الوضع الحالي؛ وتحديد

الأهداف والخطوات اللازمة لتحقيقها¹؛ كذلك وضح أحد المبحوثين أنه يتعامل مع التحديات من خلال: "بعض الاستراتيجيات كمواكبة التطورات التكنولوجية؛ تحديث الأنظمة والبرمجيات بانتظام وتدريب الموظفين بشكل فعال".

وفي رأينا حول كيف نتعامل مع التحديات من خلال فهم هذا التحدي ودراسته ومعرفة طرق معالجته ووضع خطط قصيرة المدى لعدم تضخم التحديات.

نتائج الدراسة

- القائم بالعلاقات العامة الرقمية هو مدير مؤسسة ميناء مستغانم وهو من يشرف على الصفحة الرسمية بصفة غير مباشرة من خلال توجيهاته، وأوامره للمكلفين بالاتصال.
- من أبرز الصفات التي يلتزم بها القائم بالعلاقات العامة الرقمية هي الأمانة / والصدق كما يتحلى بالذكاء، وأداء التكوين المستمر في مجال استخدام التقنيات الحديثة.

¹- مقابلة مع أحد المبحوثين بتاريخ 2024/05/20 على الساعة 13:30.

- تطبيق العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم من خلال فتحها للصفحة الرسمية على موقع فايسبوك فقط.
- تؤثر التقنيات الحديثة تأثيرا إيجابيا في إدارة أنشطة العلاقات العامة الرقمية.
- يؤخذ وعي وفهم لدور العلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم ولكنها غير كافية، وليس هناك وعي إذ تتمظهر في مجموعة من القائمين بالعلاقات العامة الرقمية إذ لا يوجد مدى وعي بأهميتها من طرف القائمين عليها الذين أكدوا أنه مواكبة للتطور لا غير.
- مكتب الاتصال والعلاقات العامة الرقمية في مؤسسة ميناء مستغانم هي نشر صور وفيديوهات حول أنشطتها الروتينية.
- أبرز التحديات ضرورة التكوين المستمر في التقنيات.
- من أبرز الأخلاقيات التي يتحلى بها القائمون بالعلاقات العامة الرقمية الصدق والأمانة.

خاتمة

خاتمة

نستنتج من خلال ما سبق أنّ العلاقات العامة الرقمية مجال واسع في الميدان العلمي والعملية، وهي تقنية اتّصالية تعتمد عليها المؤسسات من أجل تحسين خدماتها والتواصل مع محيطها الخارجي باستخدام العديد من الوسائط كشبكات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني وغيرها إلا أنّ مؤسسة ميناء مستغانم واكبت التّطور، إلا أنه لا يوجد وعي حقيقي بأهمية العلاقات العامة الرقمية والتي بواسطتها يمكن أن تحقق للمؤسسة مجموعة من المزايا كتحسين صورة المؤسسة والتعريف بها وخدماتها وكذلك لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة الرقمية في المؤسسة ميناء مستغانم ولكنها غير كافية وليس هناك وعي إذ تتمظهر في مجموعة من القائمين بالعلاقات إذ لا يوجد مدى وعي بأهميتها من طرف القائمين عليها الذين أكّدوا أنه مواكبة التّطور لا غير.

وفي الختام أردنا أن نوجه بعض النّقاط: يجب توظيف أخصائيين متمكنين في مجال العلاقات العامة الرقمية في المؤسسة وكذلك أيضا يجب على المؤسسة بالإضافة إلى إدراج العلاقات العامة الرقمية ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الخدماتية ميناء مستغانم.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قواميس والمعاجم

- مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، ط2، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2005، PDF.
- محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دون طبعة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نفسية، إعلامية)، ط1، الدار الثقافية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

الكتب

- إسماعيل محمد عامر؛ العلاقات العامة والتطور الرقمي؛ ط1؛ بدون دار النشر؛ فلسطين؛ 2021.
- جمال محمد أبو شنب، البحث العلمي (المناهج، والطرق والأصوات)، بدون طبعة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
- حسين نيازبي الصيفي، مبادئ العلاقات العامة الرقمية عن مذكرة "خولة برباق خديجة غربية؛ دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات".
- خيرت معوض عياد؛ مبادئ العلاقات العامة (التاريخ؛ المفاهيم؛ الأسس والعمليات؛ أخلاقيات الممارسة)؛ الشارقة: المكتبة الوطنية للنشر؛ ط؛ 2020.
- صفوت محمد العالم؛ فنون العلاقات العامة؛ ط1؛ دار النهضة العربية للنشر؛ القاهرة؛ 2002.
- عدنان عوض، مناهج البحث العلمي، بدون طبعة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات للنشر، القاهرة، 2008.
- غريب عبد السميع؛ الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر؛ مؤسسة شباب الجامعة للنشر؛ الإسكندرية؛ 2006.
- لبنان هاتف الشامي؛ العلاقات العامة "المبادئ والأسس العلمية"؛ دار اليازوري العلمية للنشر؛ ط1؛ 2013.

- محمد سلبي، المنهجية في التحليل السياسي للمفاهيم (المناهج، الاقترابات، والأدوات).
- محمد عبده الحافظ؛ العلاقات العامة؛ ط1؛ دار الفجر للنشر والتوزيع؛ القاهرة؛ 2009.
- ناهد عرفة، مناهج البحث العلمي، ط1، بدون دار النشر، القاهرة، 2006.
- وليد خلف الله دياب، أخلاقيات ممارسات العلاقة العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية؛ عمان، 2014.

المجلات

- جميلة قادم؛ "العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات الحديثة: قراءة تحليلية في ظل البيئة الافتراضية"؛ مجلة الإعلام والمجتمع؛ العدد (01)؛ المجلد (06)؛ جوان 2022.
- حاتم محمد عاطف، ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية "دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية"، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، العدد السادس، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مارس، 2015.
- إيمان مرسي، دور العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية خلال أزمة كورونا "دراسة ميدانية على ممارسي العلاقات العامة، مجلة البحوث المصرية، المملكة العربية السعودية، بدون سنة.
- بسمة محمد إبراهيم بلال؛ "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة الإلكترونية في مؤسسة مصر للطيران نحو استخدامات الذكاء الاصطناعي مؤسسة مصر للطيران نموذجاً"؛ مجلة الدراسات الإعلامية؛ عدد (26)؛ مجلد 11؛ برلين: المركز الديمقراطي العربي؛ فيفري؛ 2024.
- طال ابتسام، صوالية الزهرة؛ مهارة القائم بالعلاقات العامة على الواب 2,0 في إدارة السمعة الإلكترونية للمؤسسات؛ مجلة آفاق الفكرية؛ المجلد 10؛ العدد 02؛ أكتوبر؛ الجزائر؛ 2021.
- مليكة حاسي، العلاقات العامة عبر الفضاء الإلكتروني (أدار ومتطلبات جديدة- دراسة نظرية)، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد (02)، المجلد 05، ديسمبر، 2021.

- نجم العيساوي، "أخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية؛ (دراسة مسحية على عينة من ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية)"؛ المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي؛ العدد (03)؛ المجلد 05؛ مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس؛ الجزائر؛ 2018.

الرسائل والأطروحات

- بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2010.
- بن يوب حنان وآخرون، فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدماتية -دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية قالمة- مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر؛ جامعة قالمة.
- نسرین زیادة؛ العلاقات العامة الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن المؤسسات الخدماتية دراسة وصفية تحليلية لعينة من مضامين صفحة Algérieooredo عبر موقع الفيسبوك (جانفي 2020 ديسمبر 2021)؛ أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال؛ تخصص: اتصال وعلاقات عامة؛ جامعة الجزائر 03؛ 2023/2022.
- كريم مشط الموسوي، أخلاقيات العاملين بالعلاقات العامة في الصحافة العراقية، دراسة ميدانية للعاملين في الصباح والعدالة والمدى، جامعة بغداد، الكلية الإعلام.
- دايمان قاسم، ديمامة كشكول، ريا عبد الستار، أخلاقيات المهنة، الجامعة المستنصرية، كلية الفنون، المرحلة الأولى، الدراسات الصباحية والمسائية، 2019، 2020.
- حاج أحمد كريمة؛ العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الاتصالية -مؤسسة أوريدو للاتصالات نموذجاً- أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه؛ جامعة وهران 2؛ 2018 /2017.
- خولة برباق؛ خديجة غربية؛ دور العلاقات العامة الإلكترونية في تسويق خدمات مؤسسة الاتصالات -دراسة عينة من مستخدمين خدمة "سما ميكس" موبيليس بطولقة-؛ مذكرة

مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإعلام والاتصال؛ تخصص: اتصال وعلاقات عامة؛ جامعة بسكرة؛ 2022 / 2023.

• عبان الربيع؛ جويني عبد الوهاب؛ دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة الأخبار الكاذبة والمضللة – دراسة ميدانية بمديرية الصحة والسكان لولاية تبسة- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر جامعة تبسة، 2021/2022.

• رزيقة لقصير؛ دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة قسنطينة، 2006، 2007.

المقابلات

- مقابلة مع أحد المبحوثين بتاريخ 2024/05/20 على الساعة 13:30.
- مقابلة مع المبحوث (أ) بيوم 2024/05/19 على الساعة 11:00.
- مقابلة مع المبحوث (أ) على الساعة 10:20 بتاريخ 2024/05/16.

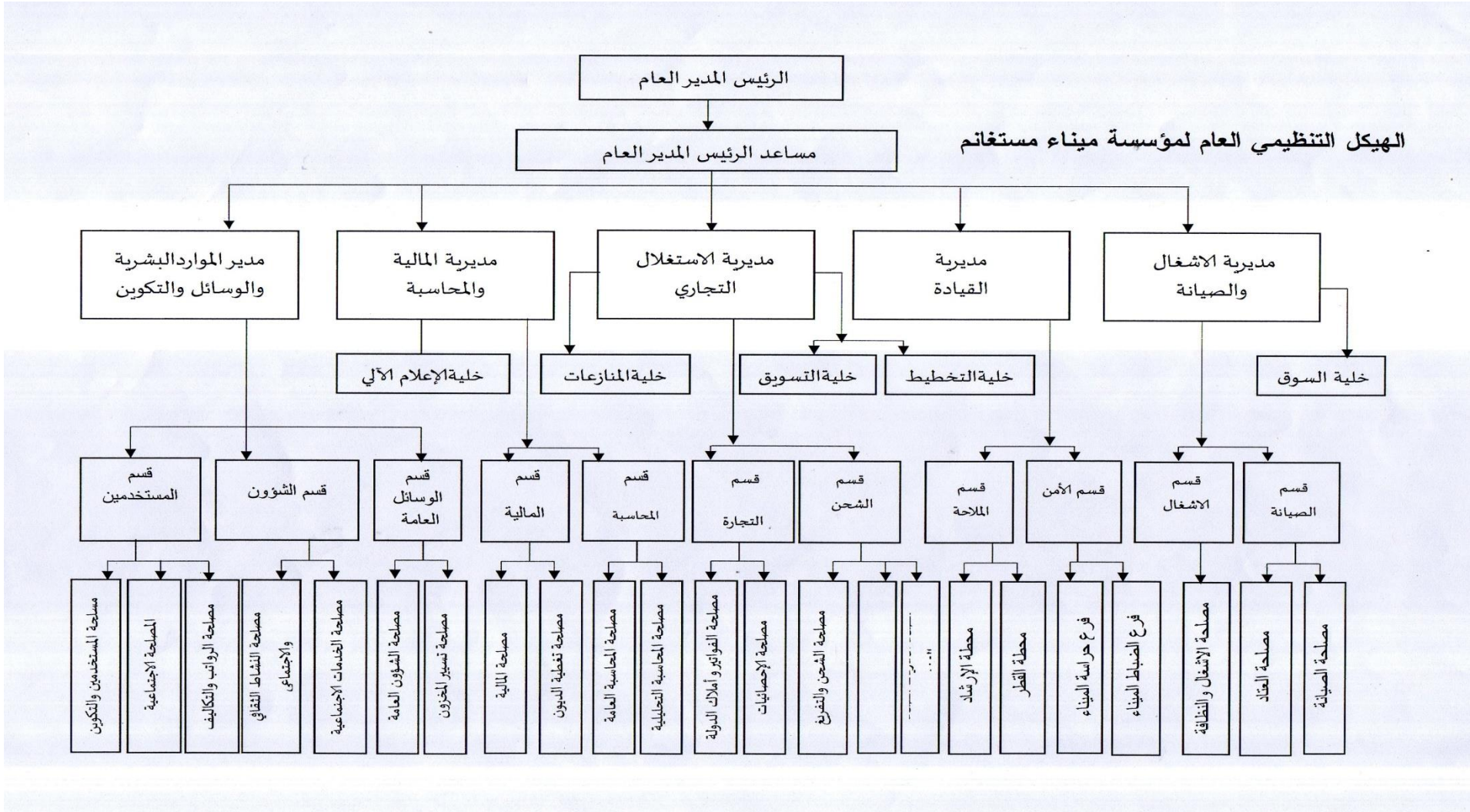
مواقع الأنترنت

- المرجع الإلكتروني <https://ae.linkedin.com> المطع عليه بتاريخ 2024/05/28 على الساعة 09:44.
- المرجع الإلكتروني للدراسات الاعلامية <HTTPS://alqararSa.com> الاطلاع عليه بتاريخ 2024/05/28 على الساعة 19:43.
- المرجع الإلكتروني للمعلوماتية <https://almerja.net> الإطلاع عليه بتاريخ: 2024/04/18 على الساعة 18:28.
- مركز القرار للدراسات الإعلامية <HTTPS://alqararSa.com> الاطلاع عليه بتاريخ 2024/05/28 على الساعة 19:43.



الملاحق

الملحق رقم 1: الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة ميناء مستغانم





ENTREPRISE PORTUAIRE DE MOSTAGANEM

TEL : 213 (0) 45 35 13 22 / FAX : 213 (0) 45 35 11 15

Site web : www.port-mostaganem.dz/

Email: epm@port-mostaganem.dz

Responsable Management Qualité

Email: rmq@port-mostaganem.dz

Directeur des finances et de la comptabilité

Email: dfc@port-mostaganem.dz

Directeur de l'exploitation et commerciale

Email: dec@port-mostaganem.dz

Directeur de la capitainerie

Email: harbourmaster@port-mostaganem.dz

Directeur des travaux et de la maintenance

Email: dtm@port-mostaganem.dz

Directeur de l'administration générale

Email: drh@port-mostaganem.dz

Bureau de la sureté portuaire

Email: portmosta@gmail.com

pfso@port-mostaganem.dz

Responsable d'audit

Email: audit@port-mostaganem.dz



EL BAHRI

ENTREPRISE PORTUAIRE DE MOSTAGANEM

Revue périodique d'information éditée par l'EPM - N°12 JUIN 2023

CAMPAGNE D'IMPORTATION DE POMME DE TERRE DE SEMENCE

LE PORT DE MOSTAGANEM DANS LA TRADITION



M.CHERIGUI Benyebka, directeur général de l'EPM à El Bahri :

« Le port joue un rôle vital
dans le développement

Monsieur Cherigu
Benyebka, nouvea



ENTREPRISE PORTUAIRE DE MOSTAGANEM

TEL : 213 (0) 45 35 13 22 / FAX : 213 (0) 45 35 11 15

Site web : www.port-mostaganem.dz/

Email: EPM@port-mostaganem.dz

Responsable Management Qualité

Email: RMQ@port-mostaganem.dz

Assistante du PDG Chargée des Etudes et du Développement

Email: assistantepdg@port-mostaganem.dz

Directeur des finance et de la comptabilité

Email: DFC@port-mostaganem.dz

Directeur de l'exploitation

Email: DEC@port-mostaganem.dz

Directeur de la capitainerie

Email: harbourmaster@port-mostaganem.dz

Directeur des travaux et de la maintenance

Email: DTM@port-mostaganem.dz

Directeur des ressources humaines et formation et moyens

Email: DRH@port-mostaganem.dz

Bureau de la sureté portuaire

Email: portmosta@gmail.com

PFSO@port-mostaganem.dz

Directeur d'audit

Email: AUDIT@port-mostaganem.dz

• Les Atouts du Port

- Mise en place d'un Système de Management Intégré (Qualité/ Santé - Sécurité/ Environnement) selon ISO 9001 :2015/ ISO 14001 :2015/ et ISO 45001 : 2018 ;
- Une position géostratégique centrale à l'Ouest du pays et un vaste hinterland composé de 12 wilayas ;
- Une liaison directe à son hinterland via l'autoroute Est-Ouest ;
- Une évacuation des produits par route et réseaux ferroviaires ;
- Des postes spécialisés pour navires RO/RO, car-carriers et car-ferries assurés par des lignes régulières ;
- Des installations spécialisées pour les navires céréaliers, sucriers et bitumiers ;
- Des infrastructures et des équipements en mesure de satisfaire les exigences des opérateurs économiques ;
- Des capacités de stockage couvertes et non couvertes considérables et une bonne préservation des marchandises ;
- Des professionnels au service des Clients pour des prestations de qualité ;
- Des horaires de travail à la convenance des opérateurs : 24H / 24H et 7 jours sur 7 ;
- Des tarifs défiant toute concurrence ;

• Une Communauté Portuaire dynamique



En outre, l'Entreprise Portuaire de Mostaganem regroupe un ensemble d'intervenants dont les performances et l'efficacité sont les atouts et la fierté de la Communauté Portuaire. Par ailleurs, la solidarité qui existe au sein de cette Communauté Portuaire permet également au Port de Mostaganem de maintenir et renforcer sa qualité d'intervention et contribue au développement de l'économie de la ville



Gare maritime



Superficie totale des terres - pleins destinés pour le trafic passagers : 9 747 m² dont

- Superficie de la Gare Maritime (infrastructure) : 1 620 m² ;
- Superficie des espaces dédiés aux véhicules passagers : 8 127 m² ;
- Superficie des aires de stockage des remorques frigorifiques : 1 323 m² ;

Nbre de prises de force pour alimenter les remorques frigorifiques : 48 prises de 32 ampères.

- Caractéristiques du poste 03 du quai du Maghreb affecté à la réception des Car -Ferries :

Longueur du poste : 137 m ;

Tirant d'eau du Poste : - 07 m 50 cm.

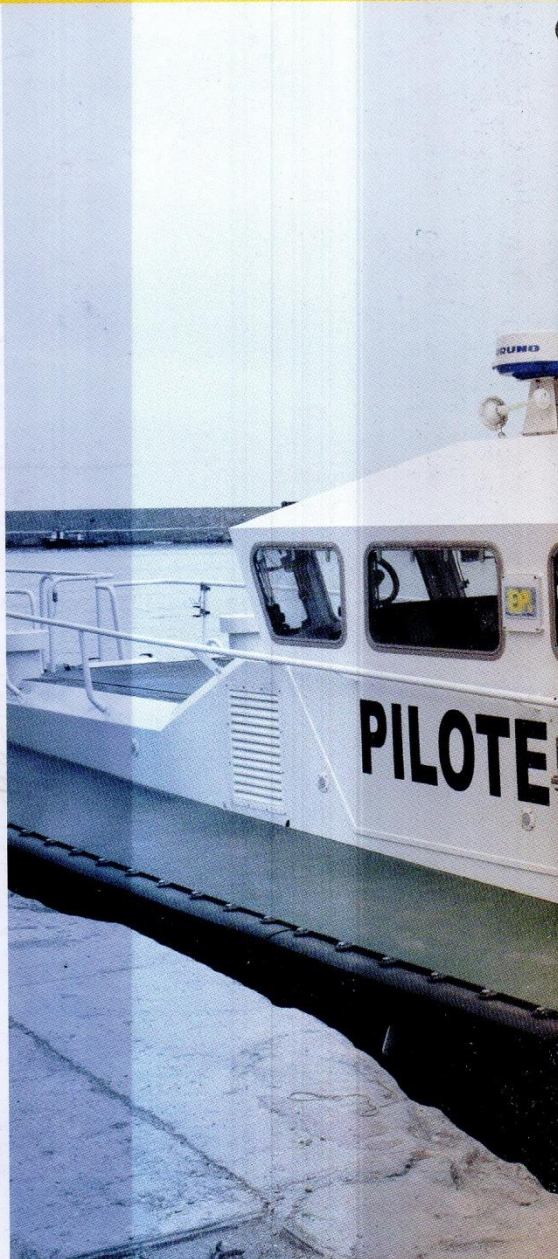
Equipements & accessoires de manutention



- 09 Grues de 50 à 250 tonnes ;
- 53 Chariots élévateurs de 1,5 à 28 tonnes ;
- 05 Mini chargeurs d'une capacité de 0,98 m³ ;
- 01 Pelle retro chargeur d'une capacité de 0,98 m³ ;
- 03 Pompes à grains d'un débit horaire de 160 à 180 tonnes ;
- 06 Reach Stakers de 45 tonnes ;
- 04 Tracteurs RO / RO de 35 tonnes ;
- 04 Benches ;
- 02 Spreaders automatiques ;
- 04 Remorques de 32 à 50 tonnes ;
- 02 Trémies.

Engins de servitude :

- 02 Remorqueurs d'une puissance de 1 250 KW & 2 800 KW ;
- 03 Pilotines ;
- 02 Canots d'amarrage ;
- 01 Engin (embarcation) antipollution.





• Activité Céréales

Bénéficiaire : Spa Comptoir du Maghreb – Groupe METIDJI ;
 Activité : Réception, manipulation, stockage, transit et la livraison des grains et produits connexes ;
 Localisation : 2ème Bassin du Port ;
 Surface : 4 136 M2 d'assiette de terre-plein ;
 Capacité : 03 silos à céréales d'une capacité de 6 000 tonnes chacun ;
 Date de mise en exploitation : Juillet 2011.

• Missions & Domaines d'activité

Missions

Traiter, dans les meilleures conditions de délai, de coût et de sécurité, l'ensemble des passagers, des navires et des marchandises.

Domaines d'activité

- La gestion et l'exploitation de l'infrastructures et de la superstructure ;
- La manutention et l'acconnage des marchandises ;
- Le transit des passagers et leurs véhicules par la gare maritime ;
- Le pilotage, le remorquage et le lamanage des navires dans les limites de la zone de pilotage du Port de Mostaganem ;
- La sécurité et la sûreté dans les limites terrestres et maritimes du domaine portuaire ;
- La mise à dispositions des infrastructures et des équipements nécessaires aux activités relatives aux exportations.

• Catégories des produits manutentionnés



Produits agricoles : Céréales, bois, pomme de terre de semence, fruits, dattes à l'export, ... ;

Denrées alimentaires : Légumes secs, fruits séchés, viande, poissons surgelés à l'export... ;

Produits pétroliers : bitumes ;

Produits métallurgiques : Produits ferreux (fer rond à béton, fils machines, tubes, ...), produits non ferreux (cuivre, ...), autres (billettes en acier, ...);

Combustibles & minéraux solides : Charbon ;

Minéraux & matériaux de constructions : Ciment, baryte, clinker, argile, blocs de granites, blocs de marbres, pierres poncées, pierres de calcaire ... ;

Engrais : Naturels & chimiques ;

Produits chimiques : Produits cosmétiques, produits de peinture, sulfate de sodium, silico manganèse, hélium à l'export... ;

Marchandises diverses : Equipements de transport (véhicules, camions, engins de travaux publics...), matériels et appareillages, articles divers ...

Implanté dans le golfe d'Arzew, le port de Mostaganem bénéficie d'un abri naturel et d'une position stratégique qui le destine à jouer un rôle prépondérant dans l'essor économique de la région. Construit à partir de 1844, le port n'a pas cessé de voir ses infrastructures se développer pour servir de plateforme logistique à l'exportation des produits agricoles vers l'Europe. Situé dans un des plus grands bassins agricoles du pays, le port de Mostaganem vient de voir son hinterland s'enrichir de l'implantation d'un grand nombre d'unités industrielles. Ceci confère à la région, une activité économique importante à même de dynamiser le trafic portuaire et favoriser les échanges commerciaux avec l'étranger. La prochaine livraison de la bretelle autoroutière reliant le port à l'autoroute Est-Ouest confèrera au trafic une fluidité certaine, permettant l'évacuation des marchandises dans des délais très rapprochés. Le port de Mostaganem a, comme principal atout, l'expérience acquise par ses équipes dans les opérations de chargement et déchargement et, surtout, une écoute de la préoccupation des clients et la réaction rapide à y répondre.



● Position géographique

Le port est situé dans le golfe d'Arzew :
Latitude : 35° 56' nord
Longitude : 00° 05' Est

● Une capacité d'accueil considérable sur la région Ouest du pays

Le Port de Mostaganem est le poumon de l'économie de la ville et du pays. Il dispose une capacité d'accueil importante sur la région Ouest avec :

09 postes à quais commerciaux dont 02 rampes Ro/Ro ;
 Un plan d'eau de 30 hectares ;

Bassins :

1er bassin : 14 ha avec un tirant d'eau de - 6.80 à - 7.50 m ;

2ème bassin : 16 ha avec un tirant d'eau de - 7.01 à - 8.22 m ;

Passé d'entrée Nord / Ouest : largeur : 100 m, profondeur : - 12 m ;

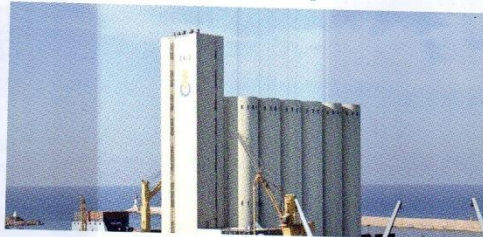
Terres - pleins d'entreposage : 196 971 m² ;

12 docks - magasins : 6 790 m² dont 5 950 m² à usage commercial ;

Une zone d'extension de 15 hectares dédiée à l'entreposage de diverses marchandises (conteneurs, véhicules, matériels, et autres) dont 08 hectares sont exploitables ;

De multiples liaisons, routières et ferroviaires de qualité, avec la mise en service notamment de la bretelle autoroutière reliant le port à l'autoroute Est-Ouest au niveau de la localité de H'madna (le tronçon dépendant de la wilaya de Mostaganem est déjà opérationnel).

● Des installations spécialisées



Silo à céréales : Mis en service en 1986 sur le môle de l'indépendance, doté de 12 cellules et 02 portiques à grain d'un débit horaire de 300 tonnes chacun, d'une capacité de stockage de 30 000 tonnes ;

Station d'émulsion de bitume : Construite en 1929 sur le quai Nord-Est, dotée de 03 bacs de stockage d'une capacité totale de 4 200 tonnes.

● Concessions portuaires

Activité Bitume

Bénéficiaire : Sarl Bitume Ouest ;

Activité : Réception, stockage & expédition de Bitumes liquides purs chauffés ;

Localisation : Zone d'extension du Port ;

Surface : 6 457 M² d'assiette de terre-plein & 500 ML de canalisation sous terrainne ;

Capacité : 02 bacs de stockage de 2500 tonnes chacun ;

Date de mise en exploitation : Juin 2008.



ENTREPRISE PORTUAIRE
DE MOSTAGANEM

Ecoute,
Qualité de Prestation
& Compétences

