



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
كلية العلوم الانسانية  
جامعة مستغانم- عبد الحميد ابن باديس



قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بالعنوان :

العلاقات العامة داخل المؤسسات الإعلامية

إذاعة مستغانم نموذجاً-الظهرة-

تحت إشراف الاستاذ

- مرواني محمد

- من اعداد الطالبتين :

- بلعيدي فاطمة الزهراء

- بن علي إيمان

-السنة الجامعية 2021/2020



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
كلية العلوم الانسانية  
جامعة مستغانم- عبد الحميد ابن باديس



قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بالعنوان :

العلاقات العامة داخل المؤسسات الإعلامية

إذاعة مستغانم نموذجاً-الظهرة-

تحت إشراف الاستاذ



- مرواني محمد

- من اعداد الطالبتين :

- بلعيدي فاطمة الزهراء

- بن علي إيمان

كلية للدراسات والبحوث  
مرواني محمد

-السنة الجامعية 2021/2020



# شكر وتقدير

إذا عجزت أيدينا عن المكافأة فلن يعجز لساننا عن  
الشكر فأولى شكرنا لله عز وجل الذي نحمده على  
توفيقه لنا في اتمام هذه الرسالة القائل في حكم  
تنزيله "وان شكرتم لازيدنكم" ثم نسدي بخالص تقديرنا  
وعرفاننا الى استاذنا المشرف مرواني محمد الذي  
قضى معنا الساعات الطويلة ليوضح لنا ماتعسر  
ويرشدنا مافيه الخير والصلاح , كما لا يفوتنا ايضا ان  
نشكر كل الطاقم الاداري وعميد كلية الاعلام  
والاتصال.

# الإهداء

إلى من تعبداني بالتربية في الصغر وكانا لي ضياءا يضيء فكري  
بالنضج والتوجيه في الكبر أُمي ، وأبي

-حفظهما الله-

إلى من شملوني بالعطف ، وأمدوني بالعون ، وحفزوني للتقدم  
إخوتي

رعاهم الله---

إلى كل من علمني حرفا ، واخذ بيدي في سبيل تحصيل العلم  
والمعرفة إليهم جميعا أهدي ثمرة جهدي ، ونتاج مذكرتي  
المتواضعة والى جميع صديقاتي في الإقامة الجامعية

والى كل طلبة السنة الثانية ماستر دفعة 2020

فاطمة الزهراء

# الاحاديث

اهدي ثمرة جهدي هذا إلى من قال في شأنهما  
الرحمن " واخض لهما جناح الذل من الرحمة " الى  
خليل روي ومصدر فخري أبي الحبيب أطال الله  
عمره وجعل له منزلة في الفردوس الاعلى . الى منبع  
المحبة والحنان , الى رمز الوفاء والعطاء امي الغالية  
الى جدتي ادامها الله تاجا فوق رؤوسنا الى كافة  
عائلة بن علي ومنخور بارك الله فيهم وجعلهم من  
الصالحين الى رفيقاتي في الاقامة.

ايمان

نلخص دراستنا المندرجة تحت عنوان دور العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية التي من خلالها سلطنا الضوء على واقع العلاقات العامة والدور التي تؤديه بالمؤسسة في تفعيل الرسالة الإعلامية وتطوير الإعلام المحلي في سبيل تحسين صورتها على الصعيد الداخلي والخارجي ، وفي ظل غياب جهاز العلاقات العامة او جهة بديلة لكن بقيت قائمة من خلال ممارسة أنشطتها من قبل الموظفين ومن خلال هذا جاء موضوع بحثنا ليعالج الإشكالية التالية : كيف تمارس العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية؟ .

### Traduction

Nous résumons notre étude incluse sous titre les rôles des relations publiques dans l'organisation des medias a travers laquelle nous éclairons la réalité des relations publiques et le rôle que je joue dans l'institution activer les messages médiatiques et développer les médise locaux afin d'améliorer son image au niveau interne et externe. Et en absence de relation publiques ou d'organisme alternatif. Mais il est reste en place grâce a exercice de ses activer par les salaries.

Grace à cela. le juste de notre rechercher en est venu a aborder le problème suivant comment les relation publiques sont –elles ?pratiquées dans l'intitulation médiatiques ?

قطعت العلاقات العامة في رحلتها التاريخية عبر العصور المختلفة شوطاً طويلاً وكان كل عصر يضيف إلى ما سبقته في مجال العلاقات العامة إيضاحاً لمفهومها وأرساء لقواعدها، فقد احتلت مكانتها داخل الهيكل التنظيمي في إدارة العديد من المنظمات والمؤسسات الحديثة على الرغم من تفاوت الاهتمام بها داخل المنظمات إلا أنه أصبح من المسلم به أن الحاجة إلى العلاقات العامة حاجة ملحة على انشطتها وتنفيذ برامجها لا يعد ترفاً بل له مبرراته الموضوعية فالعلاقات العامة في الوقت الراهن جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة الإعلامية وتزايد الاهتمام بإدخال هذه الوظيفة كنتيجة لما أثبتته الدراسات الحديثة في الإدارة الإعلامية لأهميتها كوظيفة تهدف إلى تحقيق التوافق مع أفراد المجتمع كما أثبتت الدراسات في مجال العلاقات العامة أهمية الجهود التي تبذل في تكوين الصورة الطيبة لأي مؤسسة لدى جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي فأصبحت بذلك عنصراً مهماً يقوم عليه نجاح أي مؤسسة مهما كان طابعها ولتدعيم هذا الاهتمام ارتأينا أن نتناول موضوع واقع العلاقات العامة داخل المؤسسة الإعلامية لإثراء توضيح الوظائف الحقيقية لهذا الاختصاص وكذا الوقوف على بعض المشاكل التي تتحد من فعاليتها.

# الجانب المنهجي

### تحديد الإشكالية:

ارتبطت الحياة البشرية أكثر بوسائل الاتصال وتكنولوجيات الإعلام بعد ان اثبتت قدراتها الفائقة على نقل الرسائل وتبادل المعلومات من هذا المنظور اصبح الاتصال وسيلة ضرورية لاغنى عنها في التعامل البشري ,وفي تشكيل الروابط ومد الجسور بين المنظمة ومحيطها الداخلي والخارجي ,فظهرت العلاقات العامة كنشاط متخصص في اقامة وتدعيم العلاقات الجيدة بين المنظمة و جماهيرها وذلك من خلال مهامها الساعية الى التعريف بالمؤسسة وبنشاطاتها والاخذ بها في رسم سياسة المؤسسة المبنية على التفاهم المشترك بينها وبين جمهورها,اذ تعتبر العلاقات العامة عنصرا فعالا وهاما في الحياة الانسانية,حيث برزت اهميتها وفعاليتها مع زيادة التقدم في عدد المؤسسات ففرضت التحولات ضرورة اقامة العلاقات العامة من اجل القيام بعملية التواصل بين المجتمعات والمؤسسات,التي تهدف الى القيام بدراسة العلاقات العامة.

فالعلاقات العامة عملية اتصالية تعتمد عليها المؤسسة في بناء علاقاتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية خاصة مع التطورات التكنولوجية الواسعة التي عرفتتها في القرن الواحد والعشرين.

ان موضوع العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية يدرس حالة العلاقات العامة وفعاليتها داخل هذا النوع من المؤسسات ومعاملاتها الخارجية وكيفية ممارسة نشاطها الذي هو موكل لها , فهي تعتبر عملية ضرورية في توفير جو ملائم داخل المؤسسة لانجاح ماتهدف اليه وكذلك تسعى الى تحقيق اهدافها بطريقة موضوعية تحافظ على علاقاتها بالافراد خاصة والمجتمع عامة.

هذا مادي الى طرح الاشكالية التالية :

كيف تمارس العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية؟

## الفرضيات :

كإجابة مؤقتة على الإشكالية يمكن بلورة الفرضيات الآتية:

- من ادوار العلاقات العامة السعي الى تكوين صورة ذهنية طيبة عن المنظمة او المؤسسة.

- العلاقات العامة هي نشاط اداري تقوم به المنظمة او المؤسسة وتختلف اهميتها باختلاف انواع المنظمات.

## تحديد المفاهيم الإجرائية:

### العلاقات العامة :

### اصطلاحا:

تعرف على انها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة، الهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والاقناع والاتصال المتبادل بين المؤسسة وجمهورها لتحقيق اهداف ومصالح الاطراف المعنية ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الاوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والافكار وتفسيرها وتطبيق كافة الاساليب المؤدية لذلك بواسطة افراد مؤهلين لممارسة انشطتها المختلفة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص346

### إجرائيا:

هي نشاط اتصالي له القدرة على المساهمة في ترقية البرامج وتمييزها في ترقية البرامج وتنميتها في المؤسسة الاعلامية وانشاء طريق اتصالي ذو اتجاهين من الاذاعة الى الجمهور الخارجي ومن الجماهير الى المؤسسة كما تكفل رضى الطرفين على الاتجاهات والخدمات الاعلامية.

### المؤسسة الإعلامية:

**المؤسسة لغة:** من الفعل اسس,جملة وتأسيسا انما يسمى تأسيسا لانه اشتق من اس الشيء,الاسس اصل البناء.<sup>1</sup>

مؤسسة (اسس),جمعية او معهد او شركة اسس لغاية اجتماعية او اخلاقية او علمية....<sup>2</sup>

**اصطلاحا:** حسب المدلول القانوني هي مجموعة القواعد القانونية والوظائف وتشكل متحدا منسقا ومنظم .

كذلك تعرف على انها الوحدة الاقتصادية التي تقوم بتقديم خدمة ما و تسمى مؤسسة خدمة او انتاج سلعة وتسمى مؤسسة تجارية,تعتمد أساليب ادارية من اجل تحقيق اهدافها بالكفاءة والفعالية المطلوبين ,وقد استعمل اوغست كونت مصطلح المؤسسة في مجالات المؤسسة العائلية والاقتصادية ,المؤسسة الثقافية والتربوية كما استخدم سبنسر هذا المصطلح ليعني بها جهاز ينجز وظائف مهمة للمجتمع ويحددها.<sup>3</sup>

**اجرائيا:** هي عبارة عن تجمع أشخاص ذوي الكفاءة المختلفة تملك رؤوس اموال وقدرات عقلية وجسدية واستخدامها لانتاج السلع وبيعها اغلى من تكلفتها لتحقيق اراح مادية .

<sup>1</sup> ابن المنظور,لسان العرب,دار صابر,بيروت,ط2, المجلد, السادس عشر ص8

<sup>2</sup> مرجع نفسه, ص 779

<sup>3</sup> عطا الله احمد شاكّر 'ادارة المؤسسات الاعلامية ,دار اسامة للنشر والتوزيع,عمان, 2011, ص 20

### المؤسسة الاعلامية:

اصطلاحاً: يعرفها ابتسام القوام: هي جهاز خاص للقانون العام يتمتع بالشخصية الاعتبارية ويسير مصلحة عمومية ادارية, صناعية او تجارية<sup>1</sup>.

اجرائياً: هي منظمة حكومية او خاصة تعمل في مجال من مجالات الاعلام المختلفة, ويكون دورها الاساسي بالضرورة العمل على نشر الوعي والثقافة والخبر الصحيح اما مكتوباً واما مسموعاً واما مرئياً, وتوظف هذه المؤسسات كفاءات علمية ضمن الامكانيات المتاحة للحصول على افضل النتائج.

### دواعي اختيار الموضوع:

لقد تم اختيار موضوع العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية لما لها من اهمية ودور كبير في الوصول الى الجماهير, كذلك تحقيق الرضى والمحافظة على ولائهم للمؤسسات الإعلامية, فمن بين اسباب اختيار الموضوع:

### أسباب ذاتية:

- الميل والرغبة في الاطلاع اكثر والتوسع في هذا المفهوم الذي اصبح ضرورة لاغنى عنها في نجاح سير المؤسسة.

- معرفة معنى العلاقات العامة ومكانتها في المؤسسة ولماذا لجأت المؤسسات اليها دون استخدام غيرها من النماذج كالتسويق والاعلام.

- التعرف على ان كان من الضروري وجود قسم علاقات عامة في مؤسسة اعلامية او انه بإمكان هذه الاخيرة الاستغناء عنها في تادية وظائفها.

- معرفة من المستفيد الاكبر بهذا المجال: هل المنظمة ام عمال المنظمة.

<sup>1</sup> عادل حسن, العلاقات العامة, بيروت, دار النهضة العربية للطباعة والنشر, 1984, ص35

-التعرف ان كانت العلاقات العامة مكلمة للاداء الوظيفي للمؤسسة إما إنها وظيفة منفردة عن ادارة المؤسسة.

-معرفة ان كانت مهمة العلاقات العامة مزدوجة بين المؤسسة والمجتمع

### أسباب موضوعية

يمكن تلخيص الاسباب الموضوعية وراء تطرقنا لهذا الموضوع في النقاط التالية:

-ندرة الدراسات حول هذا الموضوع .

-تجاهل الدور الذي يلعبه هذا النشاط في المؤسسات وعدم الاهتمام به من قبل الادارة العليا للمؤسسة.

-تضارب الاراء واختلافها في دور العلاقات العامة بالمؤسسات.

-ان معظم الدراسات لم تتطرق الى دراسة العلاقات العامة في المجال الاعلامي.

-عدم التمييز بين العلاقات العامة كوظيفة ونشاط وبين ادارات المؤسسة الاخرى ومختلف النشاطات التي تمارس بها.

-تستهدف العلاقات العامة اقناع الجماهير النوعية بتغيير او تعديل ارائها وسلوكياتها اتجاه المؤسسة الاعلامية مم يدفعنا فضولنا العلمي للبحث فيها.

### أهمية وأهداف الدراسة:

#### الأهداف :

كما نهدف من خلال هذه الدراسة الى ابراز ضرورة هذا النشاط الفعال في المؤسسات الاعلامية التي تسعى جاهدة الى ارضاء الجمهور .

-نسعى من خلال دراستنا هذه الى الوقوف على واقع نشاط العلاقات العامة للمؤسسات الاعلامية.

-اثبات ان فن العلاقات العامة يجعل من المنظمة شخصية مقبولة امام الجماعة.

-اثراء رصيد المكتبة العلمية ومحاولة افادة الطلبة الباحثين في الموضوع

-وضع بعض الاقتراحات والتوصيات على ضوء النتائج التي سيسفر عنها البحث.

#### أهميته:

- تحديد موقع ودور العلاقات العامة في صناعة القرار بالمؤسسة الاعلامية.

-البحث في مساهمة العلاقات العامة في تحقيق اهداف ادارة المؤسسة الاعلامية.

-التطرق الى العراقيل التي تواجه تطبيق العلاقات العامة في المؤسسة محل الدراسة .

-الاساليب التي تستخدمها المؤسسة محل الدراسة لتطبيق العلاقات العامة.

### منهج الدراسة:

**المنهج:** بعد تحديد الهدف الذي نسعى الى تحقيقه في هذا البحث وتحديد المفاهيم وتقديم الدراسات السابقة، واختيار الاسلوب الدراسة، وصياغة التساؤلات والفرضيات، نقوم بتحديد الطريق (المنهج) المؤدي الى هذه المعلومات، فالمنهج كما ورد في موسوعة "لاند" هو مجهود لبلوغ غاية، وهو طريقة نصل من خلالها وبها الى نتيجة معينة... كما انه ايضا خطة تنظم مسبقا سلسلة عمليات ينبغي اكمالها وتدل على بعض الاخطاء الواجب تجنبها بغية نتيجة معينة، انه مجموعة المراحل او الخطوات التي تتبع من طرف الباحث في دراسة موضوع ما او ظاهرة من الظواهر<sup>1</sup>.

وبما ان دراستنا تتناول دور العلاقات العامة في المؤسسة فالمنهج الملائم لها هو المنهج الكيفي الشائع في بحوث الإعلام والاتصال.

**مفهوم المنهج الكيفي:** يعتبر المنهج الكيفي احد انواع البحوث التي يتم اللجوء اليها في سبيل الحصول على فهم متعمق ووصف شمولي للظاهرة الاجتماعية فهو منهج قوامه دراسة الانسان والواقع الاجتماعي بابعاده المختلفة وينطوي على خيال منهجي كيفي يستقرا الواقع ويقرا المستقبل، ويدرس الانسان بمختلف ادواته المعرفية كالملاحظة بالمشاركة ومقابلة الخبراء والمحادثة الجماعية، يجيب على الاسئلة التي تبدأ ب: كيف؟ لماذا؟، وبأي طريقة؟ كما انه يتسم بالمرونة في البحث واختيار الادوات المناسبة في الفهم والتفسير والتاويل فهو يسعى الى تحقيق الفهم الاعمق الظاهر المدروسة والنفاز الى مجمل الحوافز والاتجاهات التي يتعذر الكشف عنها اعتمادا فقط على لغة الارقام، وهو اكثر تأثيرا في الجهاز المفاهيمي والنظري للعلوم الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> دفاتر التربية والتكوين، ملائمة المناهج والبرامج من اجل مدرسة الجودة ع 7,6 مزدوج ص120، امايو، 2012 (مترف).

<sup>2</sup> موريس انجلس، منهجية البحث في العلوم الانسانية ت بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، ط(2)، 2006، ص195

### اداة البحث:

تقتضي دراستنا هذه بالضرورة على ادوات تساعدنا على جمع المعلومات وتتمثل في المقابلة.

**المقابلة:** تدخل المقابلة ضمن ادوات البحث العلمي حيث يستخدمها الباحث ف جمع المعلومات من الاشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في اغلب الاحيان في اطار انجازه للبحث, والمقابلة لغة مشتقة من الفعل قابل, بمعنى واجه وهي بذلك مواجهة الشخص اي مقابلته وجها لوجه من اجل التحدث اليه في شكل ياخذ شكل طرح اسئلة من طرف الباحث, وتقديم الاجوبة من طرف المبحوث حول الموضوع المدروس, ومن ذلك فان المقابلة في البحث العلمي هي اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد او اكثر من ذلك في شكل مناقشة حول موضوع معين, قصد الحصول على حقائق معينة او اراء ومواقف محددة, اماما تعلق باستخدام المقابلة كاداة بحث فهي توظف في جمع المعلومات والبيانات على مستوى الابحاث الاستكشافية ذات الغرض المتعلق باستطلاع نقطة معينة في البحث غير معروفة من قبل او التعرف على الجوانب المجهولة منها في تحديد الاشكالية او وضع الفرضيات.<sup>1</sup>

### الاطار الزمني والمكاني:

-**المجال المكاني:** قمنا بدراسة على مستوى المؤسسة الاذاعية بمدينة مستغانم الواقعة بالغرب الجزائري, بالضبط اذاعة الظهرة.

<sup>1</sup> احمد بن مرسللي, مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال, ط4, 2010, ص213

-المجال الزمني:

-صعوبات البحث:

بدون شك ان اي جهد وبحث علمي يعترض صاحبه صعوبات في انجازه,حتى وان اختلفت من واحد الى آخر,ومن بين الصعوبات التي صادفتنا:  
-كثرة المادة العلمية واختلاطها علينا في اماكن توظيفها.

**الدراسات السابقة:**

ظهرت مؤخرا العديد من الدراسات حول العلاقات العامة ولهذا كان لزاما علينا ان نتطرق الى مدارسه غيرنا كي نفهم هذه الدراسات جيدا ونحاول ان نبدا من حيث انتهى الغير,ومن بين هذه الدراسات التي تحصلنا عليها:

**الدراسة الاولى:**

دراسة (نابتي خليفة) وهي دراسة واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية دراسة حالة جامعة محمد خيضر -بسكرة- قدمها الباحث لنيل شهادة (الماجستيرسنة 2008/2007 تحت اشراف الدكتور (عبد الرحمان برفوق).

ملخص الدراسة:

تعالج هذه الدراسة ان العلاقات العامة لها مكانة بارزة داخل الجامعة بحكم الوظائف التي تؤديها فموضوع الدراسة "واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية,من المواضيع ذات الصلة المباشرة بدراسة رأي العام لجمهور الجامعة فضلا على ان موضوع الدراسة يكتسى اهمية بالغة تجعله من المواضيع السوسولوجية الجادة الجديرة بالدراسة, فهو محاولة لفهم واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية التي تعتبر مرآة للمجتمع.

وقد حاول في هذه الدراسة :

- ابراز الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في معالجة المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الخدمية.

- محاولة معرفة الابعاد الايجابية للعلاقات العامة من خلال تجسيد مفهومها كمصطلح اتصالي داخل المؤسسات الخدمية.

- تطوير وسائل الاتصال التي تستخدمها ادارة العلاقات العامة في اتصالاتها بالجمهور الداخلية والخارجية على ان تكون متممة بالمرونة والسرعة.

### الدراسة الثانية:

دراسة (بضياف عاطف) وهي دراسة (فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية) وهي دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياة -سكيكدة- قدمها الباحث لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال سنة 2009-2010 تحت اشراف الدكتورة ليلي بن لطرش.

### ملخص الدراسة:

تعالج هذه الدراسة العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية للبتروكيمياة ويبرز في دراسته الى وجود مصلحة للاتصال والعلاقات العامة في هيكلها التنظيمي, الا انها لم تصل بعد الى المكانة اللائقة التي تسمح لها بمزاولة مهامها علناكمل وجه, وهذا يتضح من خلال الصلاحيات المحدودة وموقع المصلحة التابع لقسم للموارد البشرية في الهيكل التنظيمي, كما ان قدرة القائمين على هذه المصلحة تعتبر محدودة, وهذا راجع بدرجة الاولى الى عدم التخصص في ميدان الاتصال والعلاقات العامة.

فالمؤسسة الوطنية للبتروكيميااء لديها مصلحة للاتصال والعلاقات كباقي المؤسسات الكبرى على المستوى الوطني، وهي تسعى من خلالها الى كسب ثقة انتماء موظفيها وعمالها من جهة وترسيخ سمعة وصورة حسنة لدى جمهورها الخارجي وخاصة الزبائن، لكن نجدها لم تصل بعد الى المكانة والصلاحيات التي تؤهلها لممارسة نشاطها بصفة واسعة، هذه الاخيرة يسهر عليها موظفين غير متخصصين في الاتصال والعلاقات العامة، الامر الذي نتج عنه الاهتمام المتواضع مع الجماهير الداخلية لكن هذا، لم يمنع من الاهتمام الواضح مع الجمهور الخارجي.

### الدراسة الثالثة:

دراسة (نحايوس لونييس) وهي دراسة (أهمية العلاقات العامة في الرباطات الجهوية في حل المشكلات الادارية التي تواجه رؤساء الفرق للكرة الطائرة) دراسة ميدانية بالرابطة الجهوية للكرة الطائرة-بجاية-قدمها الباحث لنيل شهادة (الماجستير سنة 2011-2012) تحت اشراف الدكتور السعيد يحيوي.

### ملخص الدراسة:

تعالج هذه الدراسة ان لادارة العلاقات العامة دور فعال في التقليل من المشكلات الادارية التي تواجهها الفرق الرياضية للكرة الطائرة، لكن تبين ان جهاز العلاقات العامة بارباطات الجهوية يفتقر لكثير من البرامج والرؤية الواضحة لما يجب فعله عند وقوع المشكلات الادارية سواء في المرحلة الوقائية او العلاجية بالاضافة الى هشاشة التركيبة الادارية خاصة انه تم الوقوف على كثير من المشكلات الادارية.

اما في ما يتعلق بسهولة الاتصال فان عمل ادارة العلاقات العامة كمثل يقتدى به لدى فرقها يعتبر مهم جدا ليتسنى لفرقنا محاكاة طريقتها وجعله قابل للتطبيق من خلال تزويد

ادارتها بكافة مقتضيات العمل الاتصالي من وسائل واطارات تعنى بالكفاءة والتجربة المتطلبة لتحقيق الغرض المنشود.

وتعتبر هذه الدراسة محاولة للفت انتباه الباحثين لتقديم اجابات عن حالات الانسداد الذي تشهده الرياضة الجزائرية من بين مؤسساتها واتحاداتها ونواديها الرياضية وجمهورها واعطاء بديل عن صعوبات سياسة المحاكات المنتهجة للمدارس الاوروبية والعالمية في البيئة الجزائرية خاصة والبيئة العربية عامة.

### الدراسة الرابعة:

دراسة ساعد كريمة وهي دراسة حول العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية دراسة حالة جامعة قسنطينة قدمها الباحث لنيل شهادة الماجستير سنة 20011-2012 تحت اشراف الدكتور فضيل دليو.

### ملخص الدراسة:

تعالج هذه الدراسة بان العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية لها من الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية ما يؤهلها لان تكون لها مكانة هامة داخلها, فهي تسعى لتحقيق أهداف الجامعة اتجاه جماهيرها وذلك :

-الاعتماد على الوسائل الاتصالية المختلفة التي تساعد على التواصل الدائم والمستمر بين جماهيرها.

-قيامها بالوظائف والصلاحيات الموكلة لها في الجامعة وإمداد الإدارة العليا بكل ما يخص جماهيرها الداخلية والخارجية فهي بذلك تعتبر همزة وصل بين الإدارات العليا للجامعة وجماهيرها المختلفة.

-وهذه الدراسة قد سلطت الضوء على جوانب هامة من لظاهرة المدروسة,وفتحت آفاقا اخرى لدراسات علمية جديدة فهي لم تلم بكل جوانب المشكلة بل هناك جوانب اخرى لاتزال بحاجة الى دراسات كثيرة,فموضوع العلاقات العامة موضوع متشعب فبالرغم من تناوله في دراسات كثيرة ,الا انه موضوع جديد في المؤسسات الجامعة ويحتاج الى دراسات اكثر عمقا وتخصصا .

# الجانب النظري

# الفصل الأول

**تمهيد:**

تعتبر العلاقات العامة من الظواهر والمجالات المهمة التي لازمت البشرية منذ وجودها في هذه الحياة الدنيا, وقد مرت العلاقات العامة وتجارلها الحياتية بالعديد من التطورات والتغيرات على كافة المستويات والاصعدة اهمها تحولها من مجرد سلوك انساني او ظاهرة حاتية الى معرفة راسخة وعلم متخصص له اسسه ومنطقاته واهدافه ومبادئه وفنونه ووسائله وادواته وبرامجه وتقنياته.

## مفهوم العلاقات العامة:

يضم هذا المصطلحين مفهومين :

أ-العلاقات : وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين او اكثر وتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل ايجابي وتكون حصيلة علاقات اجتماعية تعاونية او على العكس من ذلك يكون اتجاها سلبيا ويقود الى علاقات متوترة قد تؤدي الى التفكك والاختلاف بين الافراد.

ب-العامة: وتعني الجمهور او الناس ويعد هذا المفهوم تحديد النطاق شمولية العلاقات اي ان العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور او الناس في المجتمع ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الابعاد متنوعة الاهداف بتعدد حاجات الافراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساع اهدافهم .

ولتحقيق ولتحقيق تفاعل ايجابي يجب استخدام اساليب فنية متطورة تقع في اطار مايمكن تسميته بتقنيات العلاقات العامة وتعتمد هذه على مهارات العاملين في هذا المجال وقدراتهم على انتقاء التقنيات المناسبة واستخدامها استخداما مناسباً ولذلك جاء التاكيد على ان العلاقات العامة علم وفن حسب فهم ابعاد السلوك الانساني والتحكم بمواقف الاخرين والتاثير في سلوكهم.<sup>1</sup>

-اما بالنسبة لتعريف العلاقات العامة هناك عدة تعاريف نذكر منها:

من الامور المتفق عليها انه يصعب تحديد المفاهيم تحديدا علميا ذلك لانه من الصعوبة لمكان ان يتفق جميع المهتمين بهذه العلوم حول مصطلحات محددة لان المصطلح الذي صلح بالامس قد لا يصلح اليوم بنفس الكفاءة , كما يرجع هذا الى ان هذه العلوم تجعل من

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي, المدخل الى العلاقات العامة , ط1, 2011م -1432, دار الثقافة للنشر والتوزيع. ص35-36

الانسان والمجتمع بؤرة الدراسة والتحليل وهذا المحتوى التحليل وهذا المحتوى الدراسي يتسم بالديناميكية والتغيير السريع وعدم التباث والاستقرار, كما ان المعاني والكلمات تصف هذه الامور وتلك الموضوعات تتسم بانها واسعة ويصعب استخدامها.

أ-نذكر التعريف اللغوي لهذا المصطلح public relation يعني حسب معجم "ويستر":انها نشاط مؤسسات صناعية او نقابة او شركة او حكومية او هيئة من الهيئات لاقامة علاقات سليمة مجدية بالجمهور العام وبفئات هذا الجمهور المتنوعة كالمستهلكين او الموظفين او المساهمين وغيرهم وذلك بغية التكيف وتفسير النشاط الاجتماعي<sup>1</sup>.

ب- ويعرفها ابراهيم امام بقوله :

"نشر المعلومات والافكار والحقائق مشروحة مفسرة لجماهير المؤسسة وذلك بغية الوصول الى الانسجام او التكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجمهير"<sup>2</sup>.

ج- ويعرفها الدكتور محمود الجوهري على انها :

"فن معاملة الجمهور وكسب رضائه او الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجماهير وتحقيق المصلحة العامة"<sup>3</sup>.

واوضح هذا التعريف التركيز على ان العلاقات العامة فن يحتاج الى مهارة وحسن تصرف وتجويد مستمر في تعاملها مع الجمهور وتحقيق كسب ثقته على ان يتم ذلك وفقا لسياسة مرسومة ومخططة للحصول على تلك الثقة والوصول الى تحقيق مصلحة الجانبين.

### التعاريف الاجنبية:

<sup>1</sup> ابراهيم امام, فن العلاقات العامة والاعلام, ط2, القاهرة, مكتبة الانجلو المصرية 1968-ص.14

<sup>2</sup> صالح خليل ابو صبح العلاقات العامة والاتصال الانساني, ط2, دار الشروق, 1998 ص84

<sup>3</sup> محمود مجد الجوهري, دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات, القاهرة, الدار القومية للطباعة والنشر, 1964, ص39

-كما عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة:

"الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لاقمة الفهم المتبادل بين اي منظمة وجماهيرها"<sup>1</sup>

-وتعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة في رأي الكثيرين من خبراء هذا التخصص انه من اكثر التعاريف تحديدا وشمولا حيث انه يحمل في ثناياه مقومات العلاقات العامة ويستند الى اساس علمي يتمثل في التخطيط المقصود للقيام بانشطة محددة من اجل تحقيق الفهم بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة, ليس هذا فحسب اينما ينص ايضا على استمرار هذه الجهود, وبذلك يشتمل على وظائف العلاقات العامة وهي البحوث وجمع المعلومات التي تستهدف التعرف على الاتجاهات والاراء الحالية للجماهير.

-تعريف جمعية العلاقات العامة الامريكية:

"نشاط اي صناعة او اتحاد او هيئة او مهنة او اي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة ومنتجة بينها وبين منتهجة بينها وبين فئة من الجمهور".<sup>2</sup>

تعريف قاموس اكسفورد:

"العلاقات العامة هي الفن القائم على اسس علمية البحث انسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق اهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والاخلاق العامة بالمجتمع".<sup>3</sup>

أما الجمعية الدولية للعلاقات العامة فتعرفها على انها:

<sup>1</sup> احمد كمال احمد, العلاقات العامة, ط2, القاهرة, مكتبة القاهرة الحديثة, 1992, ص22

<sup>2</sup> صالح ليري, مدخل الى العلاقات العامة, ط1, مكتبة الفلاح, ص38

منال هلال المزاهرة, ادارة العلاقات العامة وتنظيمها, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, عمان, 2015, ص20

<sup>3</sup> 29

"وظيفة ادارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة او الخاصة عن طريقها ان تحقق مع من تتعامل او يمكن ان تتعامل معهم,الفهم والتأييد والمشاركة ,وذلك بتقييم الراي العام المتعلق بها من اجل ربط سياستها واجراءتها قدر الامكان لتحقيق تعاون مثمر اكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة اكفاً عن طريق المعلومات المخططة ونشرها"<sup>1</sup>.

### تاريخ العلاقات العامة:

يبدو ان اصطلاح العلاقات العامة بمعناه الحديث قد استخدم لأول مرة في السنوات الاخيرة من القرن التاسع عشر .

أ-**الحضارة الفرعونية:** كان الاهتمام منصباً على تسجيل الاعمال الهامة لكل فرعون ,على حائط واعمدة المعابد الكبيرة وداخل المقبر التي كانت تحظى باهتمام خاص لدى افراد الشعب .

وكان الكهنة هم الوسطة التي تتولى الاتصالات بين الفرعون باعتباره ملك وبين افراد الشعب وكان هؤلاء الكنة يقومون بالامسك بخيوط العلاقات العامة داخل المملكة او الامبراطورية التابعة للفرعون ,ويستخدمون في ذلك اسلوب الاجتماعات التي كانوا يعقدونها في المعابد وكذلك أوراق البردي ,ويختارون المناسبات الشعبية او الدينية مثل مواسم الحصاد او موسم فيضان النل لتوصيل المعلومات والتوجيهات من الفرعون الى الشعب .<sup>2</sup>

### ب- في عصر الحضارة البابلية وحضارة آشور في ارض العراق:

<sup>1</sup> صالح ليري,مرجع سبق ذكره ,ص38-39

<sup>2</sup> حسن مجد خير الدين,أصول العلاقات العامة ,من الناحيتين النظرية والتطبيقية ,الطبعة الثالثة ,القاهرة,مكابه عين شمس ,دت ص 12

فقد شهد توسعا في استخدام الورق كأداة لتوصيل المعلومات والايخبار بين أفراد الدولة ونشأ مايمكن اعتباره صحفا تسجل فيها الاحداث السياسية والعسكرية للمجتمع وكذلك كان يسجل فيهما ما كان يود الملوك والامراء ابلاغه للناس, كما كانت تستخدم الاعياد والمناسبات لابلاغ الناس بالايخبار الهامة<sup>1</sup>.

### ج- الحضارة اليونانية:

فقد اعتمدت في توصيل الاخبار وبث الافكار على فن الخطابة في طرح افكار الفلاسفة اليونانيين ,وكذلك أسلوب المؤتمرات والاجتماعات التي كانت تشهد مناظرات بين اصحاب الفلسفات المختلفة وذلك لكسب تاييد الراي العام لفلسفة ما.

### د- الحضارة الرومانية:

فقد اهتمت بما يعرف اليوم بتعبير الراي العام ورفعت شعار ( صوت الشعب من صوت الله) او ان ارادة الشعب هي من ارادة الله, وقد نشط في هذا المجال كل من الشعراء والادباء الذين كانوا يتولون توجيه الجماهير الى اعمالهم ,واستخدم يوليوس قيصر(صحيفة لنشر نشاط (مجلس الشيوخ) والترويج للمبادئ والقيم التي كانت سائدة في تلك الحضارة .

### هـ- الحضارة الاسلامية:

<sup>1</sup> عزيب عبد السميع, الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر , مؤسسة شباب الجامعة ,الاسكندرية ,2006,ص34

اعتمدت في دعوتها الى الدين الجديد (الاسلام) على الاقناع واقامة البنية والدليل المعنوي والمادي ,واعتمد اسلوب الشورى في اتخاذ القرارات ونشر الدين من خلال دعاة منتورين في المساجد ومن خلال الاحتفالات الدينية والاجتماعية المختلفة<sup>1</sup>.

### العصر الحديث:

(1) ونقصد به الفترة منذ اواخر القرن التاسع عشر وحتى الان فقد اسهمت بعض العوامل والاحداث (قيام الحربين العالميتين-الازمة الاقتصادية الكبرى-الثورة الصناعية-زيادة الوعي والتعليم لدى الافراد-التقدم الهائل في وسائل الاتصال)كل هذه العوامل وغيرها ساهمت في بروز اهمية أنشطة العلاقات العامة.

وفي الحقيقة فان فترة ما بين الحربين العالميتين قد شهدت بالفعل النشأة الحديثة للعلاقات العامة من حيث الفلسفة الفكرية ,كما شهدت انشاء جمعيت للعلاقات العامة واصبحت ذا فكر وتطبيق متطور ونذكر في هذا المجال احد الرواد الاوائل اصحاب الفضل في ظهور فكرة ضج للعلاقات العامة هو (ايفي لي)الذي يمكن ان يعتبر بحق(ابو العلاقات العامة الحديثة),والذي نجح في اسس وبرامج لاغلب الشركات الامريكية منذ عام 1903 ومابعدها كما نجح ف ان يصبح اول من استخذ الاعلان كوسيلة من وسائل ممارسة أنشطة العلاقات العامة وتنفيذ برامجها واخراجها من بعض الازمات مع بعض فئات الجمهور .

وقد دعا(ايفي لي) الى ان تقوم المنظمات والمؤسسات باعلان سياساتها للجمهور وان تطلعه على الخلفيات والدواعي التي تستند اليها في تحديد اهدافها باعتبار ان ذلك افضل من ترك المجال للشائعات والاقاويل التي يتداولها الناس عن المنشأة.

كما دعا كذلك الى ضرورة وجود نشاط العلاقات العامة في اتجاهين بحيث يحترم وجهات نظر الجمهور التي تشكل الراي العام وتكون كهزمة وصل بين ادارة المنشأة

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان, عدنان محمود الطوباسي, الاتصال والعلاقات العامة, دار صفاء, عمان, ط1-2005ص227

والجمهور بحيث تكون حريصة على ايجاد توازن بين مالح الطرفين,وفي هذا المجال اقترح (ايفي)مشروع (اعلان المبادئ) الذي يؤكد على ضرورة مراعاة وجهات نظر الجمهور واحترامها عند وضع خطط وسياسات المنشأة<sup>1</sup> ومن العلماء الاخرين الرواد الذي كانت لهم جهود عظيمة في مجال العلاقات العامة كل من أموس كندال وادوارد بيرنيز والتون مايو وجون هيل وغيرهم من العلماء الاذاذ1929م.

وبعد ذلك تطورت العلاقات العامة تطورا كبيرا وانشئت جمعيات كثيرة متخصصة في هذا مجال مثل معهد العلاقات العامة البريطاني عام 1948 تم انشاء اول كلية متخصصة في جامعة ميرلاند عام 1949م,ثم انشئت جمعية العلاقات العامة الامريكية وفي عام 1955 اعلن عن انشاء الجمعية الدولية وتبعها انشاء جمعيات مماثلة للعلاقات العامة في العديد من الدول الاوروبية.

نلخص من ذلك ان العلاقات العامة مرت بتطورات عديدة ساعدت على انتشارها وتطورها لكسب ثقة الجماهير وتحقيق ربح مادي ومعنوي يعود على المؤسسات الاجتماعية والخدمية,من اهم تلك التطورات مايلي:

-لم تعد العلاقات العامة مجرد أنشطة او مجهودات يقوم بها اناس غير متخصصين بل اصبحت مهنة لها عملياتها ومراحلها.

-كونت العلاقات العامة لنفسها قاعدة معرفية استمدت اصولها من العلوم النفسية والاجتماعية والادارية لفهم الجمهور وخصائصه النفسية.

-امكن بلورة مفهوم العلاقات العامة بحيث اصبح واضحا الفرق بينه وبين غيره من المفاهيم الاخرى التي قد يخطط البعض الفرق بينهم مثل الدعاية,الاعلان,الشائعات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان,مرجع سبق ذكره ص-224-225

<sup>2</sup> جان شوميلي ويدين هويسمان,العلاقات العامة, ترجمة فريد انطونوس,بيروت,منشورات عديدة 1975م,ص17,16

## العلاقات العامة في المؤسسات:

يذهب الخبراء لاسيما من وجهة النظر الاقتصادية ان ابرز القطاعات التي تهتم المجتمع تتركز في ثلاث قطاعات وهي الزراعية والصناعية وقطاع الخدمات اذ يشمل قطاع الخدمات أنشطة مثل البنوك والتأمين والنقل والتعليم والاتصالات فالكفاءات البشرية تعد امرا اساسيا في جميع القطاعات ويجب تطوير هذه الكفاءات وتعمل العلاقات العامة على تحقيق الاهداف المرجوة من الشركة وذلك من خلال اشباع احتياجات المجتمع,ويمكن ايجاز ابرز المهام الاساسية للعلاقات العامة وبالتالي:

- العمل على تغيير الاستراتيجيات المتبعة لدى المؤسسة من اجل النمو والتوسع.

- التعرف على المشاكل المستقبلية التي يمكن ان تحدث وتواجهها الادارة سواء (داخليا او خارجيا).

- المساعدة على بناء صورة جذابة للمنظمة.

يلعب قطاع الخدمات دورا اساسيا في الاقتصاد اذ يقوم على مد جسر تواصل بين المنتجين والمستهلكين,وهذا هو السبب الرئيسي في زيادة الاهتمام بها,اذ انها تقوم على زيادة المنافع للمستهلكين ,كما يجب الاهتمام بقطاع الخدمات لانه الاساس في تنشيط الاقتصاد بشكل عام وفي بعض الدول النامية يلاحظ ان هناك اهتماما كبيرا في العلاقات العامة وتحسين فعالية موظفيها,لان تلعب دورا اساسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية كما انها تعمل على مواكبة التطورات الحديثة ,كل هذا من اجل اللحاق بركب الدول المتقدمة ولوحظ في بعض الدول النامية بروز موجة جديدة من التغيرات الاجتماعية اجتاحت البلاد خلال العقود الاخيرة الماضية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي, المدخل الى العلاقات العامة ,ط1,2011, دار الثقافة ,ص75

كما ان العلاقات العامة قائمة على مبدأ التحفيز, وتحديدًا تحفيز المواطنين على زيادة الإقبال على المنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة, كما ان الاهتمام بالزبون بعد الأساس في تقديم وصناعة الخدمة, كما ان هناك نظامًا خاصًا باستجواب الموظفين الذين يقومون على صنع القرار كما يجب ان يكون هناك عقوبة في حال عدم الوصول الى الأهداف المرغوب في تحقيقها ويجب على المنظمة القيام بتحفيز الموظفين وتدريبهم وتجهيزهم من أجل أداء أفضل كما يجب عليها ان تكون قادرة على زيادة قدرتها الإنتاجية في حال زيادة الطلب على المنتجات والخدمات التي تقدمها, كما يجب عليها توظيف موارد إضافية, وكذلك زيادة الإنتاجية من خلال دفع العاملين في مجال العمل الإضافي .

وكما ذكرنا سابقًا يجب الاهتمام بالمهارات البشرية من خلال القدرة على زيادة الإنتاجية كما يجب تحفيز العمال, وان تراعي المنظمة الشرائح الاجتماعية المختلفة, كما ان وظيفة العلاقات العامة هي الحفاظ على جسر من التفاهم والتواصل المتبادل بين المنظمة والجمهور<sup>1</sup>.

### إدارة العلاقات العامة في الهيكل الوظيفي والعوامل التي تتحكم فيه :

يتوقف وجود العلاقات العامة ونجاحها في أية مؤسسة على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة واقتناعها بضرورة تهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها من خلال جميع العاملين بها من ناحية, وعن طريق إدارة متخصصة لقيادة هذا العمل من ناحية أخرى . ولهذا ترتفع مكانة المسؤول في ممارسة النشاط هذا في كثير من الهيئات التي تعترف بدور العلاقات العامة ومسؤوليتها الى مسؤولية الإدارة العليا فنجد ان هذا المسؤول يشغل درجة نائب الرئيس لكي تكون له سلطة توجيه الإدارات الفرعية واضفاء لمساة العلاقات العامة على انشطتها.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي, مرجع سبق ذكره ص78,76

بالإضافة إلى مشاركته الفعلية في اتخاذ القرارات العليا مما يتيح له التطبيق المباشر لمبادئ العلاقات العامة في التوفيق بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير ووضع السياسات التي تحظى بالثقة الجماهير واحترامه وتساعد على توطيد سمعة المؤسسة ونقاء صورتها في أذهان الجماهير.

وفي الوقت الذي ترتفع فيه مكانة إدارة العلاقات العامة في بعض المؤسسات والمنظمات وخاصة في الدول المتقدمة نجد أن بعض المؤسسات في الدول النامية تأخذ بالحل الوسط فتنشئ بها إدارات متوسطة الحجم والمكانة وتترك لهذه الإدارات فرصة في رفع توصياتها للإدارة العليا التي قد تأخذ بها حسب ما تراه طبقاً لفلسفة القائمين عليها.

كما تلجأ بعض المؤسسات إلى إنشاء إدارة صغيرة الحجم والمكانة أو حتى إسناد هذه الوظيفة إلى الإدارات الأخرى مجارات منها لما هو سائد في معظم المؤسسات دون اقتناع حقيقي بوظيفة العلاقات العامة، وتأخذ بعض المؤسسات بالأسلوب المركزي لإدارة العلاقات العامة حيث يتركز جميع العاملين بالإدارة في المقر الرئيسي بينما يلجأ البعض إلى الأسلوب اللامركزي حيث يصبح لكل فرع من فروع المؤسسة إدارة العلاقات العامة الخاصة بها<sup>1</sup>.

### العوامل التي تتحكم في الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة:

أولاً: عدد فئات الجمهور المتصلة بالمنشأة:

<sup>1</sup> محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة، ط1، دار المسيرة، 2011، ص316

يختلف عدد فئات الجمهور من منشأة لآخرى فبينما نجد ان منشأة ما تتفاعل مع جماهير عديدة فكلما كان عدد الفئات اكثر كلما استلزم ذلك ان تكون ادارة العلاقات العامة كبيرة وتشمل ادارات واقسام.

### ثانيا: المركز المالي للمنشأة:

اي كلما كان مركز المنشأة المالي كبيرا انعكس ذلك على ميزانية العلاقات العامة بحيث يكون نصيب العلاقات العامة كبيرا وبالتالي تستطيع الادارة الانفاق على اوجه النشاط المختلفة.

### ثالثا: طبيعة نشاط المنشأة:

فاختلاف النشاط يؤدي الى اختلاف نوعية الجماهير المتعاملة مع المنشأة وعندما نحسن في المؤسسة الاعلامية نجدها تتعامل مع نوعيات مختلفة من الجماهير تتطلب تنظيما معيناً في اجارة العلاقات العامة.

### رابعا: مدى اقتناع الادارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة:

يعتبر هذا العامل من اهم العوامل التي تؤثر وتتحكم في الشكل التنظيمي لادارة العلاقات العامة فكلما كان هناك اقتناع من جانب الادارة العليا في المنشأة بأهمية العلاقات العامة واهمية الانشطة التي تقوم بها وقدرتها على تحقيق اهداف المؤسسة كلما انعكس ذلك في المستوى الاداري الذي تخصصه الادارة العليا للعلاقات العامة .

-كذلك التبعية الادارية وحجم الميزانية التي تخصصها الادارة العليا وقد يكون هناك اقتناع غير تام لوظيفة العلاقات العامة ويترتب عليه اهمال بعض متطلباتها كأن يكون في الميزانية او في الرجال الممارسين للعمل من حيث العدد او المؤهل او في المستوى الاداري او المغضوب عليهم او من له واسطة لراحته من كم العمل في المنشأة .

العلاقات العامة هي مسؤولية ادارة الجهاز قبل ان تكون مسؤولية الادارة المختصة بها وذلك ان العلاقات العامة هي سياسات واعمال قبل ان تكون اتصالات وإعلاما<sup>1</sup>

### -نشر الحقائق هو السبيل للقضاء على الشائعات:

كثيرا ماتواجه المنظمات العامة بشائعات تتناقلها وترردها الجماهير وغالبا , لا يكون لهذه الشائعات معايير محكمة من الدلائل والشواهد والبراهين ,على ان ذلك لاينفي انه في بعض الحالات تكون الشائعات صادقة ,ولكن بصفة عامة تكون غالبية الشائعات المتناقلة وغير صحيحة.

ولقد اسفرت عديد من الباحثين او الابحاث السلوكية على ان الشائعات تنتج عن وجود مصلحة او اهتمام بشيء معين , وكذا وجود غموض في موقف معين فاذا كان الموضوع لايشير اهتمام الشخص فلن يكون لديه حينئذ سبب لأن يطلق شائعات عن هذا الموضوع ,كذلك اذا لم يكن هناك غموض او ليس في موقف معين فلن يكون لدى الشخص ايضا سبب لاطلاق شائعات عن هذا الموضوع,كذلك اذ لم يكن هناك غموض اوليس في موقف معين فلن يكون لدى الشخص ايضا سبب لاطلاق شائعات حيث ان لديه معلومات ودلائل واضحة عن الموقف.

وطالما ان الشائعات تعتمد بصفة عامة على كل من (المصلحة)و الغموض (الغموض) بالنسبة للخص فانها تميل الى التغيير في تفاصيلها عندما تمر من شخص الى آخر لكن مع الابقاء على الموضوع العام فكل شخص يختار من الشائعة التفاصيل التي تتناسب مع مشاعره الخاصة وحالته النفسية وكذا مع اهتمامه واستدلاله الخاص- وقد يعدل الافراد بعض التفاصيل سواءا بوعي او بدون وعي حتى يعبروا عن النواحي والمجالات الاساسية لاهتمامهم بموقف معين.

<sup>1</sup> محمد صاحب سلطان ,مرجع سبق ذكره'ص 317

مثال ذلك قد تنطلق شائعة بين الجماهير على ان هناك خمسة طلاب في احدى المدارس<sup>1</sup>.  
 قد توفوا بسبب فساد الوجبات الغذائية المقدمة لهم او بسبب تلوث مياه الشرب بالمدرسة  
 او غير ذلك من الاسباب ,وما تلبث ان تنتقل الشائعة من شخص لآخر وكل شيء يرفع من  
 رقم الوفيات بين الطلاب حتى تصل الشائعة في النهاية الى وفاة خمسين طالبا.

والذي حدث هنا هو ان كل شيء نظر الى الموضوع من وجهة مشاعره واحاسيسه  
 الخاصة والتي تنحصر في شكل مخاوف وقلق على اولاده,ومن ثم فرقة الى رقم الوفيات  
 كان بمثابة تجسيم لمدى خطورة الموقف وتتبيه المسؤولين الى سرعة التدخل لمعالجة هذا  
 الموقف الخطير.

وحيث ان الشائعة كما سبقت الاشارة اليها غير صحيحة في غالب الاحوال فانه من  
 الضروري للمنظمة المعنية ان تسيطر على هذه الشائعة وذلك بالبحث عن سبب اطلاق هذه  
 الشائعة ونشر المعلومات عن الموقف.

وهكذا نرى انه يمكن ايقاف الشائعة او اضعافها عندما يعرض جهاز العلاقات العامة  
 كافة الحقائق امام الجماهير حيث تزيل بذلك الغموض عن الموقف ,وفي هذا المجال يفضل  
 نشر الحقائق والمعلومات على الجماهير بدون ذكر الشائعة او ترديدها اذ ان سماع  
 الجماهير للشائعة مرة اخرى في هذا الوقت قد يجعل بعضهم يسمعها ويهتم بها بدلا من ان  
 يسمع الرد عليها من جانب جهاز العلاقات العامة بالمنظمة .وبصفة عامة يجب ايقاف  
 الشائعة بسرعة كلما امكن ذلك حيث ان الافراد بمليون (بمجرد معرفة موضوع الشائعة  
 وتصديقها )الى تحريف الاحداث المستقبلية وتاويلها لكي تطابق الشائعة التي صدقوها.

<sup>1</sup> محمد الدبس السردى ,الاتصال والعلاقات العامة في ادارة المكتبات ومراكز المعلومات ,ط1,عمان,2011,ص326

ومن الافضل ان تصدر الحقائق من شخص يثق به الناس باعتبار انه في موقع يتيح له معرفة حقائق الامور. ويكون لهذه الشخصية اثرها في كسب ثقة الجماهير وتحريك مشاعره بالمعلومات والحقائق لتحويل اتجاه الجمهور الى اتجاه جديد مرغوب.<sup>1</sup>

### وظائف ونشاطات المكلف بالعلاقات العامة:

- اذا كان نشاط العلاقات العامة يعد تعبيراً عاماً عن نشاط المنشأة ككل فان العاملين في هذا المجال يعتبرون اداة تعبير عن اهداف وسياسات المنشأة امام الجمهور, لذلك فان اختيار الافراد في مجال العلاقات العامة يحظى باهتمام خاص في المنشأة الحديثة حيث يكون هدف المسؤولين الى السعي الى توفير الشروط والمواصفات الاتية في العاملين بهذا النشاط.

توافر الاخلاقيات التي تكفل الممارسة على أسس سليمة, وتمتد ابعاد هذه الاخلاقيات تشمل الصدق والامانة والسمعة الطيبة والسلوك القويم وغيرها من المعايير والقيم والانماط الاخلاقية اللازمة لممارسة مهنة العلاقات العامة, ومن المعلوم ان السمعة الطيبة والاخلاق الفاضلة تعبر عنها سمات مستمدة من التاريخ الاجتماعي للفرد والذي هو محطة تاريخ الاسرة ومستواه الثقافي والتعليمي والمهني ونشاطاته المختلفة وبصفة خاصة نشاطاته الفكرية وغيرها من السمات التي يمكن في ضوءها تقدير المستوى الاخلاقي للفرد وسمعته.

- قوة وتكامل الشخصية, ويشمل ذلك الاستقرار العاطفي والاتزان العقلي والقدرة على فهم الناس والقدرة على رؤية الاشياء والامور من وجهة نظر الاخرين, وحسن التعبير عن وجهة نظره بوضوح, والهدوء مع عدم الانفعال, والقدرة على تكوين صداقات بسهولة والدبلوماسية في التعامل مع الناس, وان ينصرف اهتمامه الى كل ما هو خارج الذات ولديه رغبة اكيدة في مساعدة الناس والاهتمام بمشاكلهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد الدبس السردى, مرجع سبق ذكره, ص 327.

<sup>2</sup> علي عوجة, العلاقات العامة والصورة الذهنية, القاهرة, عالم الكتب, 1983, ص 81.

-الموضوعية في الاقوال والافعال وفي الحكم على الامور مستندة في ذلك الى حقائق مدعمة بالبحوث والدراسات التجريبية التي توصل الى تفسيرات علمية وحقائق مدعمة بالبحوث والدراسات التجريبية التي توصل الى تفسيرات علمية والبعد عن اي تحيز لشعوره الشخصي.

-توافر مهارة التحدث والتخاطب وقوة الاقناع ايضا فان القدرة على الاستماع هي جزء هام وجوهري من خبرة الاتصال.

-الالمام بالاصول والاسس العلمية للعلاقات العامة وبطرق تحليل وقياس الرأي العام واتجاهات وازاء المجموعات التي تتعامل معها المنظمة سواء كانوا عاملين او عملاء او مساهمين او المجتمع المحلي او العام, كذلك التأثير في هذه الاتجاهات وتوجيهها, كذلك الالمام بالدراسات العلمية المرتبطة بالعلاقات العامة كعلم الاجتماع مثلا وغيرها من العلوم التي تلقي الضوء على مكوناتنا وابعاد النفس البشرية والاتجاهات النفسية للأفراد, وبذلك يكون في مقدور اخصائي العلاقات العامة فهم الناس ودوافعهم للتصرف معهم هذا الى جانب توافر الخبرة العلمية في الميدان هذا والقدرة كذلك على الاعداد السليم لبرامج العلاقات العامة والحملات الاعلامية, وتصميم وتنفيذ الرسائل والنشرات الاعلامية وتحديد الوسائل الاعلامية المناسبة لكل موقف.<sup>1</sup>

### دور موظف العلاقات العامة والمهارات المطلوبة لهذه الوظيفة:

موظف العلاقات العامة يعتبر الواجهة الرئيسية لاي مؤسسة وبالتالي يجب عليه في المقام الاول حسن المظهر واللباقة وحسن التعامل مع الاخرين فهو يساعدها على تحقيق اهدافها وفيمايلي ابرز المهام والواجبات التي يؤديها موظف العلاقات العامة:

<sup>1</sup> علي عجرة, مرجع سبق ذكره, ص, 83, 82

- تعريف الجمهور بالمنشأة ,وشرح السلعة او الخدمة التي تنتجها وذلك بلغة سهلة بسيطة بغية اهتمام الجمهور بها.
- شرح سياسة المؤسسة الى الجمهور ,او اي تعديل او تغيير فيها بغية قبوله اياها والتعاون معها<sup>1</sup>.
- متابعة الاخبار التي تنشر على الجمهور حول المنشأة والتأكد من صحة ذلك من حيث الشكل والموضوع.
- حماية المنشأة من اي هجوم قد يقع عليها نتيجة اخبار كاذبة او غير صحيحة عنها.
- اخبار الادارة العليا للمنشأة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة.
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الادارة العليا ,ورفعها اليها.
- تشجيع الاتصال بين المستويات الادارية والمستويات الدنيا في المنشأة.
- التأكد من أهداف المنشأة وأغراضها واعمالها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة.
- التنسيق بين الادارات المختلفة في المنشأة لتحقيق الانسجام بين بعضها وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي وسائر المؤسسات ولمصالح المؤسسات الرسمية وغير الرسمية, لاسيما هيئة الاستعلامات عن طريق تبادل المعارف والبيانات والاحصاءات لتنسيق العمل والعمل وتحقيق التعاون ,وربط السياسات المختلفة لسائر الفروع في الدولة.
- بث الشكاوي والرغبات التي تتصل باعمال المؤسسة في شتى فروعها بازالة مايقع عليهم من غش او اهمال ,وازالة اسبابها ورفع التقارير الى المسؤولين عن المسائل العامة التي تقتضي علاجها مهما,او بحثا عاما بالتماس أسباب العلاج واتخاذ القرار السديد .

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان ,عدنان محمود الطوباسي ,الاتصال والعلاقات العامة ط1,2005 , دار صفاء للنشر والتوزيع ,عمان,ص323

-تجميع البيانات والاحصاءات والخلاصات الوافية ,القوانين عن المشروعات والخطط وترتيبها ,وحفظها وفقا لنظام واضح يتيح الانتفاع في الاعلام والاستعلام في اسرع وقت.<sup>1</sup>

### العلاقات العامة ودورها بالنسبة للمنظمة وجمهورها :

فضلا عما تقدم من سرد لدور ومهام العلاقات العامة بوظيفتها الاساسية ,فان ثمة مزايا اخرى للمنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي وهي :

أ-بالنسبة للمنظمة:ضمن باب المزايا التي تقدمها العلاقات العامة للمنظمة تؤكد الدراسات في هذا الاطار على ان احدى مهام العلاقات العامة تتمثل ببناء الصورة الذهنية الايجابية للمنظمة لدى جماهيرها من خلال تفسير الحقائق والدفاع عن السياسات والانشطة التي تساعد على تكوين سمعة المنظمة واعادتها الى صورتها الطيبة عند حلول الازمات والهزات التي تلم بالمنظمات ,تستطيع من خلالها المحافظة على بقاء واستمرارية المنظمة وهي :

-الدعاية والترويج للمساعدة على تهيئة السبل لنشر وقبول الافكار والمنتجات الجديدة  
-الدوافع الداخلية ,ويمكن من خلالها خلق الانتماء بين فريق العمل وزيادة ما يبذلونه من جهد في عملهم.

-ازالة سوء الفهم من خلال تفسير الحقائق للمنظمة وجماهيرها.

-الفرص الجديدة التي تساهم العلاقات العامة في اكتشافها للمنظمة كالاسواق الجديدة المنتجات الجديدة والوسائل المستخدمة والافكار .

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان,عدنان محمود الطوباسي, مرجع سبق ذكره, ص 324

-حماية الوضع الحالي للمنظمة من خلال زيادة ادراك الجماهير عن أنشطة المنظمة وسياستها وقيمتها الحقيقية.

-التغلب على عزلة الإدارة العليا حتى تتمكن من الاحاطة بمجريات الامور كافة سواء داخل أو خارج المنظمة.<sup>1</sup>

### ب- بالنسبة للجمهور الداخلي:

تلعب العلاقات العامة دورا في التوجيه المهني, تهدف من خلاله الى مساعدة الفرد على تفهم حقيقة نفسه بالطريقة التي تمكنه من بذل قدراته واستغلال مواهبه في الناحية التي تعود عليه وعلى مجتمعه بالفائدة والمنفعة.

-تشكل ميول الفرد قيمة حيوية في اختيار المهنة التي يرغب في مزاولتها, الا ان هذه الميول وحدها غير كافية لتحديد نوع العمل الذي يصلح له, اذ ان قدرات الفرد واستعداداته وميزاته الشخصية اذ ماطبقت مع مطالب المهن المختلفة, فانها تعطينا صورة واضحة عن اصلح عمل يمكن للفرد ان يقوم به بنجاح.<sup>2</sup>

-كما ان العلاقات العامة تساعد الفرد حتى يقرر ما يصلح له من عمل بعد ان تمده بمعلومات كافية تشمل.

-المعرفة التامة لقدراته واستعداداته وميوله وسمات شخصيته بالقدر الذي يعنيه على تفهم حقيقة نفسه .

-المعرفة الدقيقة بمطالب المهنة المختلفة التي تلائم ميوله وقدراته واستعداداته.

-تقدير المدى الذي تتطابق فيه قدراته الشخصية مع مطالب الاعمال التي يقع عليها

### الاختيار

<sup>1</sup> حنان فاروق شكري, العلاقات العامة والتنظيم, مدخل ادارة, ط1, القاهرة, مكتبة عين شمس 1997, ص259, 257

<sup>2</sup> نوري الحافظ, تكوين الشخصية, ط1, بغداد, مطبعة المعارف, 1961, ص18

-الفرص التدريبية المكفولة بعد التحاقه بعمله<sup>1</sup>.

وتلك المزايا تحققها العلاقات العامة كخدمات تسهيلية لجمهور المنظمة الداخلي .

-من جهة اخرى ,يمكن الاستدلال على الكيف المهني, الذي يساهم في تفعيل العلاقات العامة من عاملين اساسين ,الرضا والارضاء ,فيشتمل الاول على الرضا عن العمل وتقبله بوضع عام فضلا عن تقبل الفرد للنواحي المختلفة للظروف البيئية للعمل.

اي ان الرضا يشمل اشباع حاجات الفرد وتحقيق اماله واهدافه ،اما الارضاء فيعبر عنه بمدى كفاءة الفرد واهليته للعمل وكفاءته الانتاجية بالطريقة التي يقدره بها رؤوساه وزملائه في العمل والمنظمة التي يعمل فيها.

كما تساعد العلاقات العامة على حسن التصرف العقلي الذي يقصد به تدريب النواحي الفكرية لامكان اداء العمل على الوجه الاكمل ,ويمكن تفسيرها بدرجة التفكير واستمراره والقدرة على وضع الخطط واليقظة العقلية التي يجب ان تتوفر لدى الفرد اثناء قيامه بالعمل كما تشمل التركيز الذهني بالنسبة لتنوع العمل والمشاكل المتعلقة به.

-كما تلعب العلاقات العامة دورا اساسيا في تنفيذ برامج الصيانة البشرية, لكون الموارد البشرية تعد اصلا من اصول اي منظمة وهذا الاصل شأنه شأن باقي اصول المنظمة لضمان فاعلية المنظمة.

ومن هذا المنطلق فان هنالك ادوار تنفيذية وتخطيطية واستشارية تقوم بها العلاقات العامة في تنفيذ برامج ونشاطات خاصة تبذل للمحافظة على قدرات الافراد واتجاهاتهم ومعنوياتهم وتتمثل هذه النشاطات في ضل خدمات عديدة تقدم للعاملين مثل تحسين بيئة

<sup>1</sup> حنفي محمد سليمان, السلوك التنظيمي والاداء , ط1, الاسكندرية , دار الجامعات المصرية.

العمل ,وتنظيم ساعات العمل وتوفير برامج الخدمة الاجتماعية وارعاية الصحية وكذلك توفير برامج الامن والسلامة وغيرها ,هذه المزايا تحفز العاملين وابقائهم في خدمة المنظمة<sup>1</sup>.

### ج-بالنسبة للجمهور الخارجي:

يرى الباحثون ان ممارسي العلاقات العامة في المنظمات المختلفة لديهم مستويات متعددة اتجاه فئات مختلفة من جماهير المنظمة الخارجية وهي :

-العملاء:حيث تتولى العلاقات العامة توطيد العلاقة بين عملاء المنظمة (الوسطاء,التجار) واجراء الدراسات للتعرف على اتجاهاتهم ورائهم نحو أنشطة ومنتجات وخدمات المنظمة ,وتوصيل النتائج الى الادارة العليا.

-وسائل الاعلام : ويتم ذلك عن طريق الاستخدام الملائم لقنوات الاتصال للوصول الى جماهير المنظمة وتوطيد العلاقات الطيبة مع تلك القنوات ,وامدادهم بالحقائق والمعلومات عن المنظمة وانشطتها.

-المؤسسات التعليمية :يعد جهاز العلاقات العامة بمثابة نظام اتصالي ذي اتجاهين حيث يساهم في اجراء الابحاث وتبادل المعلومات والافكار بين المنظمة وتلك المؤسسات الثقافية والتعليمية القائمة في المجتمع .

-المستهلكون :وتقوم العلاقات العامة بمهمة توفير انواع المعلومات والحقائق عن ارباح المنظمة او خسائرها والمنتجات والخدمات ونوعيتها وكميتها التي تقدمها الى المستهلكين الحاليين .

<sup>1</sup> زكي محمود هاشم ,ادارةالموارد البشرية ,ط1، الكويت , ذات السلاسل 1988 ,ص 37,379

- حملة الاسهم :يرتبط نشاط العلاقات العامة في كثير من الاحوال بالمساهمين والمستثمرين في مجال عمل المنظمة في ضله ولذا فانهم في حاجة دائمة للمعلومات كبيانات المركز المالي وتقاريره السنوية ,وتفسير واف عن مختلف التطورات التي حدثت في المنظمة.<sup>1</sup>

المجتمع: هنالك علاقة تبادلية بين المنظمات والمجتمع المحيط لها ,فهي في حاجة ملحة الى المعرفة المستمرة بما هو متاح في ذلك المجتمع من مواد خام ومصادر طاقة وعماله ونظم الضرائب السائدة وخطط التنمية فضلا عن ضرورة توثيق العلاقة مع اعضاء المجتمع التجاري والمجالات المتاحة التي يمكن للمنظمة ان تساهم فيها باستثمار رؤساء اموالها.

-المنافسون :تساهم العلاقات العامة من خلال انشطتها المختلفة في حماية المنظمة من عوامل المنافسة التسويقية ,وهذا الامر يتطلب توفير قاعدة من المعلومات والبيانات عن نشاط المنافسين وخصائصهم واماكن تواجدهم وافضل الوسائل الممكنة لمواجهة القائمة الجماعات المؤثرة:تتولى العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة مسؤولية مواجهة الانتقادات التي تتعرض لها المنظمة من قبل جماعات الضغط والمجموعات المؤثرة بمسؤوليتها الاجتماعية للبيئة المحيطة عن طريق تحقيق الاتصال المباشر وتدعيم اوامر الصلة بين المنظمة وبيئتها من خلال التحكم في جوانب الغموض التي ربما تربط العلاقة بين المنظمة وبيئتها .

### التكنولوجيات الحديثة الموظفة في مصالح العلاقات العامة:

تعد العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة ,ووسائل الاعلام والاتصال علاقة اعتمادية متبادلة لذلك اوضحت في هذا الصدد دراسات عديدة ان العلاقات تسهم بالنسبة 50 بالمئة من التغطية الاخبارية لوسائل الاتصال العامة .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حنان فاروق شكري , العلاقات العامة والتنظيم ,مدخل ادارة ,ط1,القاهرة ,مكتبة عين شمس ,ص 362,365.  
كموش مراد ,العلاقات العامة وادارة الازمة ,مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ,جامعة الجزائر ,يوسف بن خدة 2007-2008,ص,4847

فالعلاقات العامة مع وسائل الاعلام تقوم على التوازن بين الوصول الى الجمهور المستهدف من جانب ومراعاة الاعتبارات والقيود الخاصة بوسائل الاتصال منقجهة اخرى وعلى ذلك تحرص المنظمات على بناء علاقات استراتيجية مع وسائل الاتصال وفي هذا الاطار توجد ثلاثة مداخل اساسية توضح أنشطة المنظمات في علاقاتها مع وسائل الاتصال وهي: ردة<sup>1</sup> الفعل, الاستعداد للتفاعل, ومدخل التفاعل المتكامل, لذلك لا يختلف احد من الباحثين على اهمية وسائل الاتصال الحديثة لبرامج العلاقات العامة, فهي تشكل ادراكات الافراد ومعتقداتهم حول الاحداث والاشخاص والمؤسسات, وخاصة تلك التي لا يكون هناك اتصال مباشر معها, ومن ثم فان وسائل الاتصال الحديثة تمثل اهمية خاصة للمنظمات المختلفة باعتبارها الوسائل التي تساعد على بناء سمعتها وهويتها, وتشكيل الرأي العام حولها, او تعدها كنظام يراقب سير هذه المؤسسات ويضبط تصرفاتها.

ومع تطور تكنولوجيا الاتصال وانتشارها بصورة كبيرة جعلها تدخل جميع مجالات الحياة الاجتماعية ومنها المؤسسات بمختلف أنواعها ويغص النظر عن نشاطاتها, حيث ان متطلبات العمل باتت تحتم بالضرورة استخدام هذه التكنولوجيا التي تتمثل اساسا في جهاز الحاسوب ومنظومة الشبكة.

1- جهاز الحاسوب : نعيش اليوم ثورة في المعلومات, وتعتبر الحاسبات الالكترونية المختلفة هي بالاساس جزء من هذا العصر المتطور, حيث يعد هذا الاختراع من اهم الانجازات التكنولوجية الحديثة التي اثرت على جميع المستويات في فترة وجيزة, ذلك انه وفره الجهد الفكري والعضلي وحسن من الطريقة التي تؤدي بها اغلب الاعمال واصبح في اعلى المشتريات بالنسبة للافراد, المؤسسات والحكومات.

2

2

1 محمد شوقي شادي, الحاسب الالكتروني ونظم المعلومات (بيروت: دار النهضة, 1983), ص16

- مفهومه : يعرف الحاسب الالكتروني بانه وسيلة لتجهيز البيانات بمعنى انه يستلم البيانات كمدخلات ويجهزها في صورة معلومات كمخرجات ,اي انه مصمم على اساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلة وتخزينها ثم انجاز العمليات الحسابية عليها واجراء المقارنات المنطقية المتعلقة بها واخيرا الامداد بالمعلومات المطلوبة ,وذلك كله بمعدل سرعة كبيرة .
- ان انتشار الحاسوب في الوقت الحالي بهذه الطريقة الهائلة راجع الى تمتعه بمجموعة من الخصائص كالسرعة الفائقة في الاداء ,الدقة والكفاءة العاليتين اثناء تنفيذ العمليات وادارة البيانات ,كما يمكنه تنفيذ مهام معقدة ومختلفة كادارة المشروعات ,ومن مميزاته الاخرى التي تشجع المؤسسات على استخدامه في مصالح العلاقات العامة .
- مرونة الحاسوب من حيث تحمل عبئ اكبر في حالة النمو السريع دون الحاجة الى زيادة العناصر البشرية<sup>1</sup> .
- قلة الاخطاء او انعدامها اذا حكمت الرقابة على المدخلات.
- عنصر التكلفة :حيث اثبتت الممارسات ان تكلفة الحصول عليها يدويا .
- العائد الاستثماري :تشير التقديرات الى جاذبية الاستثمار في الحاسوب من خلال متوسط عائد يتراوح من 35 بالمئة الى 45 بالمئة من الاستثمارات الكلية كل عام ,وذلك بالنسبة للمؤسسة متوسطة الحجم وتمثل هذه النسبة معدلا استثماريا مغريا بالقياس الى البدائل المختلفة<sup>2</sup> .

ويستخدم الحاسوب في المؤسسات لإعداد وانجاز العديد من المهام الادارية في وقت قصير ,بعد ان كانت تتفرق وقت وجهد كبيرين كاعداد التقارير المذكرات ,ومختلف

<sup>1</sup> عبد الباسط محمد عبد الوهاب ,الفكر المعاصر في التنظيم والادارة ط2, ( القاهرة :مركز وايد سيرقيش ,1988) ص124

<sup>2</sup> محمد عبد الهادي ,تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات ( القاهرة , المكتبة الاكاديمية ,2001),ص 130

الاحصائيات وكذا تخزين الوثائق التي يتم انجازها فيما يخص اعمال المؤسسة واخيرا تسهيل عملية الاتصال بقواعد البيانات عن طريق منظومة الشبكات الموصولة بالجهاز .

## 1-2 الشبكات :

حيث يتمكن الكمبيوتر من الاتصال بأخر لابد من توافر قنوات اتصالية لنقل البيانات , كما يجب ان تتواجد مجموعة من الاساليب والقواعد والادوات التي تعمل على تحويل البيانات من الشكل الرقمي للحاسوب الى الشكل التناظري لقناة الاتصال والعكس , هذه القنوات الاتصالية تعرف بالشبكات والشبكة أساسا هي الربط بين البيانات الطرفية للحاسبات بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الالى والنهايات الطرفية المتصلة به , في اطار النقل على الخط المباشر للبيانات .

1-2 شبكة الانترنت : تعد الانترنت احد اهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في عالمنا المعاصر , بل ربما هي أكثر قوة فقد بات بإمكان أي شخص استخدام الانترنت التي لاتحتاج الى شفرات او اجهزة كمبيوتر خاصة , إضافة الى إمكانية الولوج اليها من أي مكان في العالم الذي وصلت الانترنت الى أقطابها كلها<sup>1</sup>.

## 2-1-2 خدماتها :

-البريد الالكتروني : وهو عبارة عن نظام للتواصل الالكتروني , أي ارسال واستقبال الرسائل الالكترونية , اي إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية ولإستخدامها يشترط وجودبرنامج بريد إلكتروني وعنوان بريد إلكتروني للمرسل إليه يمكن من خلاله إرسال الرسائل وقواعد البيانات والصور والتسجيلات الصوتية والبرامج وغير ذلك من البيانات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> غالب عوض النوايسة ,خدمات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات , (عمان , دار الصفاء 2000), ص285-283  
<sup>2</sup> عاطف السيد , العولمة في ميزان الفكر , دراسة تحليلية ( القاهرة , مطبعة الانتصار 2001), ص.49

-تلفونات الانترنت :حيث بإمكان الحصول على برنامج الهاتف والتحدث الى الناس عبر الانترنت من خلال تثبيت بطاقة الصوت والميكرفون في جهاز واحد .

-خدمة التقصي أو أو البحث:معظم حاسبات الانترنت تقدم خدمة مجانية تسمح بالسؤال عن المعلومات ,وهذه الخدمة تسمى بخدمة البحث .

-استخدامات شبكة الانترنت في المؤسسات :اصبحت معظم مؤسسات الاعمال تستخدم الحاسبات الآلية المرتبطة بشبكة الانترنت في اداء اعمالها المتنوعة لتأثيرها الايجابي على الاداء , حيث ان المؤسسات تعمل ضمن بيئة تحتوي على متغيرات عديدة تتصل بالسياسة والاقتصاد والاجتماع والتكنولوجيا . مما يحتم دراسة هذه المتغيرات دراسة متأنية وواقية والعمل على عدم الاكتفاء بادراكها فحسب ,بل التنبؤ ايضا بما سوف يحدث في المستقبل القريب .

2-2 شبكة الانترنت :ادت التطورات التكنولوجية الى ظهور انظمة اتصالية حديثة للحد من مختلف العوائق والانحرافات التي تعترض العملية الاتصالية داخل المؤسسات ,مع توفير ظروف أحسن لنقل الرسائل وتبادلها في اسرع وقت , وقد أدى ربط اجهزة الكمبيوتر المتواجدة في أقسام المؤسسة بكوابل الى تكوين شبكة معلوماتية تسمح بتنظيم المعلومات بشكل متناسق تسمى , هذه الشبكة بالانترانت.

مفهومها: شبكة الانترانت هي شبكة داخلية تقوم المؤسسات باننتاجها على اختلاف أحجامها,هذه الشبكة تستعمل بروتوكولات انترنت مثل http و FTP وتستخدم خدمات الانترنت مثل البريد الالكتروني ,ولا تستطيع شخص من خارج المؤسسة ان يدخل لها ,ويمكن القول ان شبكة الانترانت هي شبكة الانترنت مصغرة ومقتصرة على مؤسسة معينة وفروعها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد المالك رد مان الدناني ,الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت (بيروت :دار الراتب الجامعية , 2001),ص62.

-الخدمات التي تؤديها المؤسسة : توفر شبكة الانترنت للمؤسسات العديدة من الخدمات تتلخص في:

-المشاركة في الملفات .

-نقل وتحويل الملفات.

-المشاركة في التطبيقات.

-البريد الالكتروني.

-إمكانية الاتصال عن بعد.

-الوصول المباشر.

**شبكة الاكسترنات :** ظهرت شبكة الاكسترنات نتيجة الانتقادات التي وجهت الى نظام الانترنت وفي مقدمتها "الاستقلالية", والبعد عن الاطراف الخارجية ,حيث يرى البعض ان نجاح أي مشروع ,لن يأتي الا بعلاقة متواصلة واتصال داشم مع موزعيه وعملائه والذي يؤدي في النهاية الى علاقة متشابكة .

**ماهيتها :** هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم لتلبية احتياجات الناس من المعلومات,ومتطلبات المؤسسات الاخرى الموجودة في بيئة الاعمال<sup>1</sup> وتستخدم في هذه الشبكة ايضا تقنيات الحماية ويتطلب الدخول اليها استخدام كلمة المرور ,ذلك ان الشبكة ايضا غير موجهة الى الجمهور العام.

**أهمية وفوائد الاكسترنات للمؤسسة:**

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين, الادارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية (الرياض :معهد الادارة العامة , 2005),ص45

إن خدمات شبكة الاكسرانت هي نفسها خدمات شبكات الانترنت ماعدا أنها موجهة انها نوجهة الى جمهور اوسع ,وتتمثل اهم فوائدها:

-تسهيل عملية الشراء اذ يمكن أن تقوم مؤسسة من الشرق بارسال طلب الى المؤسسة التي بالغرب عبر الاكسرانت التي ترتبط بينهما

-متابعة الفواتير اذ تسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة .

-خدمات التوظيف :تستخدم الاكسرانت لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة.

-وباختصار يمكن القول ان شبكات الاتصال خلقت فرصا غير متوقعة للمؤسسات ,لأنها حققت التعاضد الداخلي عن طريق شبكة الانترنت ,والتعاضد الخارجي عن طريق الانترنت والاكسرانت زخلقت قيمة متراكمة ومتجددة مكنت المؤسسات من التعامل الفوري مع عنصر التغيير في الوقت والمعلومات ذات العلاقة بهيكل المنافسة في السوق ,ومن ثمة وفرت تكنولوجيا الشبكات القدرات التقنية في الادارة<sup>1</sup>.

### خلاصة:

في الاخير نستنتج ان العلاقات العامة واحدة من اهم المجالات في علم الاتصال والاعلام حيث تتجلى اهميتها من خلا دورها الفاعل في خلق علاقة اتصالية ايجابية بين المؤسسات والجمهور , وقد ادى تطور المؤسسات المعاصرة الى احتلال العلاقات العامة

<sup>1</sup> علي محمد رحومة , الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية (بيروت :منشورات مركز دراسات الوحدة العربية 2001) ص27,30

ضرورة كبرى فرضتها المنافسة التي تسعى اليها المؤسسات لاجل البقاء والمحافظة على الجمهور.

# الفصل الثاني

**تمهيد :**

أدى التنافس المتزايد بين المؤسسات والتطور في وسائل وأدوات التواصل مع الجمهور الى استخدام الاعلام المسموع وفي مقدمة مكوناته الاذاعة التي تميزت عبر التاريخ الاعلامي بحفاظها على كم مقدر من الجماهير التي تتابع وسائل الاعلام المختلفة , كما استفادت العلاقات العامة من الوسائل المسموعة المعاصرة التي ارتبطت بتقنيات الحاسب الالى والانترنت لكونها من الادوات الاعلامية المسموعة ذات التأثير الفاعل على الجمهور خاصة اجيال الشباب او الأجيال المعاصرة التي تتجه بشدة نحو التعامل مع مثل هذه الأدوات والوسائل .

## العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية:

### اولا :مدخل الى وسائل الإعلام في العلاقات العامة:

هناك عدد كبير من وسائل الإعلام التي يستغلها خبراء العلاقات العامة وقد تكون هذه الوسائل هي اجهزة النشر العامة كالصحافة والاذاعة والسينما والاعلانات وغيرها مما تتجه اليه مؤسسات النشر العامة وهي التي تعرض على سائر أفراد الجمهور العام او انها قد تكون وسائل اعلام خاصة تصدرها المؤسسة او المنظمة نفسها لحسابها الخاص ومنها صحيفة المؤسسة او مجلتها او اذاعتها .

وتمتاز وسائل الاعلام الخاصة بانها تحت سيطرة خبير العلاقات مباشرة وهو يستطيع ان يتحكم فيها كما يشاء ,بشرط ان تنفق مواردها مع سياسة المؤسسة كما تتناسب صياغتها مع ميول الجماهير واتجاهاتهم ومستويات تفكيرهم .

يستغل خبراء العلاقات العامة وسائل الاعلام الخاصة لاغراض الاعلام والنشر الداخلي أي جماهير المؤسسة في الداخل كالعمال والمستخدمين او الطلاب ,ومن اهم وسائل الاعلام الخاصة مجلة المؤسسة والدليل الذي يفسر نواحي النشاط والنشرات والملصقات , ولا يقتصر الاعلام الخارجي الموجه الى جماهير المؤسسة في الخارج على وسائل الاعلام العامة كالصحافة والاذاعة وغيرها , اذ نجد ان بعض مجلات المؤسسات لها ذبوعها وانتشارها خارجة المؤسسة وهناك المعارض التي تقام للجماهير<sup>1</sup>.

ان وسائل الاعلام التي يستغلها خبراء العلاقات العامة كثيرة ومتنوعة والمشكلة الكبرى التي تواجههم هي كيف يختارون الوسيلة الملائمة لاداء الرسالة الاعلامية ,ولاشكان الاجابة عن .

<sup>1</sup> محمد عبد الفتاح محمد , العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية , ط 1, المكتب الجامعي الحديث, 2006, ص 180

هذا السؤال الجوهري تتطلب معرفة مزايا كل وسيلة , وامكانياتها بالنسبة لطبيعة الجماهير من جهة اخرى.

لذلك يجدر بنا ان نستعرض اهم وسائل الاعلام المستعملة في العلاقات العامة لنتحدث عن قيمتها ومزاياها وطرق الاستعانة بها.

### 1/ الاعلام الصحفي :

تعتبر الصحيفة المطبوعة احدى وسائل التأثير على العاطفة الانسانية والتفكير والسلوك , وهي تتفرد بنقطة ضعف معينة تمثل في نفس الوقت مصدر لقوتها اذ انها وسيلة الاتصال الجماهيرية الوحيدة التي لاتحظى بالصوت الانساني , ومن ثم فهي تفقد عنصرا معيناً يمثل بالنسبة لكل من الاذاعة والتلفزيون , مصدرا الفاعلية والجاذبية ولكن نقطة . الضعف تمثل نقطة قوة من منظور اخر , فاصحافة المطبوعة هي الوسيلة الوحيدة التي يمكن للجماهير فيها ان يحدد درجة الحركة والنشاط فهو يتمكن من الاستمرار في القراءة الا ان هذه الايجابيات او المميزات التي تتميز في الصفحة المطبوعة , قد لاتكون ذات اهمية كبرى بالنسبة للجماهير العادي, ولكنها تمثل كل شيء بالنسبة للجماهير المهتم ومن ثم فهي تعتبر بمثابة المصدر الرئيسي للمعلومات عند هذا الاخير .

وتتمتع الصحافة والمجلات المطبوعة باحترام عظيم وثقة كبيرة يكلفها الشعب لها , وخاصة غيرها من الامم المحتضرة , وهي تمثل وسيلة ذات افضلية في مصدر عن الاذاعة , ولاشك ان مرد ذلك الى تاريخ الصحافة المصرية الحافل بالمواقف الجهاد الوطني , ودليل على ذلك ان الكثير من الاميين في مصر يشترون الصحف ليقراها له بعض المتعلمين , او يجتمعون في المقاهي الدور الريفية للاستمتاع الى قراءة الصحف<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> نفس المرجع سابق ص 182-181

وتمتاز الصحف ايضا بالسعة الانتشار بحيث يتمكن خبير العلاقات العامة من الاعتماد على ذبوعها اعتمادا كبيرا , الا ان خبير العلاقات العامة لا يستطيع ان يعتمد عليها كل الاعتماد فهناك قراء كثيرون لا يقرأون من الصحيفة الا العناوين وبعض المقدمات ، كما ان المتقفين وحدهم هم اللذين يصبرون على قراءة مواد إعلامية .

اما عامة الناس فيضيقون لها ذرعا كما ان الباحثون قد وجدوا ان الغالبية العظمة من قراءة الصحف هم من الرجال والاقلية من النساء ومع ان خبير العلاقات العامة يود ان يتصل بالجميع .

### الراديو والتلفزيون :

لقد شهد القرن العشرين منافسة جديدة للصحف تتمثل في الاذاعة (الراديو) ثم (التلفزيون) , واصبح الكثيرون يطلقون على الراديو ( الصحافة المسموعة ) وعلى التلفزيون (الصحافة المرئية او الشاشة الصغيرة) نسبة الى شاشة السينما .

وتحظى الاذاعة باعتبارها وسيلة اعلامية بمميزات عديدة اهمها سعة الانتشار وقوة التأثير في البلدان النامية , وذلك لعدة اسباب يمكن ايجازها فيما يلي :

-قلة التعليم او ندرته في بعض الاماكن المسموعة اسهل بل وربما تصبح الوسيلة الاعلامية الوحيدة الممكنة عندما ينقطع او ينعدم عداد القارئ الكاتبين في قرية ما.

-انخفاض المستوى المادي فلا تجد الاسر فائضا تذهب به الى السينما او المسرح اسبوعيا

- قلة الثقافة بحيث لا يصبح الكتاب هو المنافس القوي للاذاعة .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عماد الدين تاج السر فقير عمر , اعداد وانتاج المواد الاعلامية للعلاقات العامة , ط1, دار البداية , 2013, ص 56

-كثرة اوقات الفراغ وعدم تنظيمها او الاستفادة منها وبخاصة في المجتمعات الزراعية ما دفع الى الملل فلا يجد المستمع امامه غير ( الراديو) يدير مفاتيحه ليدفع عن نفسه السأم والملل .

-انتشار ظاهرة الاستماع الجماعي في بلدان النامية ,بما يتيح فرصة لرد الفعل الجماعي ليتضاعف التأثير وعلى ضوء هذه الحقائق يمكننا ان ندرك تاثير الاذاعة واهميته في البلدان النامية.

هذا بالاضافة الى ان المذياع موجود في معظم البيوت , بل اننا نجد في المدن الصغيرة والاحياء يخلو منه المقهى حيث يجتمع الناس لسماعه كما ان الراديو يميز التنقل مع المسافر وله مميزات الانتشار في السيارة والقطار ... والاستماع اليه لايتطلب جهد فليست هناك قراءة او استعمال النظر في المتابعة وقلب الصفحات كما يحدث في المطالعة الصحفية وتتميز كلمة المذاعة بالسرعة فإذا تصورنا حدث وقع الان واذيع بعدا نصف ساعة فانه يصبح قبل مضي ساعة على وقوعه موضوع المناقشة وتعليق من الناس.

وبالرغم من ذلك فان الاذاعة باعتبارها وسيلة الاعلام لاتخلوا من بعض العيوب فالبرنامج الذي لايشد المستمع اليه عديم الفائدة من العيوب الخارجة عن ارادة الاذاعيين هو حدوث اي تداخل صوتي او خارجي ليفسد الاستماع كما ان هناك عيوب طبيعية الوسيلة ذاتها هي ان الراديو يلزم المستمع وقته ويجبره على هذا الحديث , وكثيرا ما تفوت فرصة سماع برنامج معين لان الشخص مشغول في عمله او في امر هام , ومن الصعب ان تسمعه مرة ثانية , وذلك لان الاذاعة بطبيعتها وسيلة زمانية تتعلق بالوقت وصفحاتها وسطورها هي ساعات او دقائق<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق , ص 57-58

وعندما نتحدث عن تلفزيون وهو الصق وسائل الاعلام "بالراديو" حتى ان الحديث عن احدهما يكاد يعني الحديث عت كليهما معا , فإننا نلاحظ انه يجمع بين الوسيلة السمعية والوسيلة البصرية وفي وقت واحد وعن طريق التلفزيون ان لحظة ميلاده ووقت حديثه هذا بالاضافة الى جاذبية التلفزيون الملون الذي ينتشر يوما بعد يوم في كثير من بلدان العالم , ولاشك ان حديث صورة والصوت والموسيقى له تأثير بالغ على الجمهور وخاصة عندما يقدم له وهو في بيته وفي جلسته المريحة دون ان يكلف نفسه مشقة الذهاب إليه كما يحدث في المسرح والسينما .

### تطور أنشطة وسائل الاعلام: (الاعلام الجديد):

-يدخل الاعلام الجديد ضمن الثورة الاتصالية الرابعة التي بدأت منذ استعمال جهاز الحاسوب ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة بما تمثله من أدوات تفاعلية اصبح للمستقبل القدرة على مشاركة الانشطة في العمليات الاتصالية واصبح من الصعب التمييز بين المرسل والمتلقي (بيارليفي) الى أن انبثاق المنظومة التفاعلية الالكترونية يعني نهاية الجمهور, وولادة الذات الجماعية,<sup>1</sup> لأن النموذج التقليدي خدم النخب التي تتحكم في إنتاج الخطابات العامة فلامح ومؤشرات الاعلام الجديدة تتجلى من خلال تدقيقات الكبرى لتقنيات الاتصال والتواصل المفهوم "العالم قرية" اصبح العالم داخل الغرفة إن الانترنت واستعمالاتها كآلية من آليات الاتصال والتواصل تجاوزت الكثير من القيم , فلم يعد معنى للحدود الجغرافية, وسيادة الدول صارت عل المحك الثورة المعلوماتية والاتصالية , بل حتى النموذج التواصلي التقليدي بدأ في الانحلال تدريجيا بسبب تغيرات المعاصرة والثقافية " والدفعة التكنولوجية القوية " التي اتاحت البث التلفزيوني المباشر بدون وسيط ولا تعطيل .

<sup>1</sup> انتصار ابراهيم عبد الرزاق , سعد حسام السموك , الاعلام الجديد التطور الاداء وسيلة والوظيفة , الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة الطبعة الاولى , بغداد, 2011, ص 22,24,37

إمكانية الغاء او منع هذا البث ترك السلطة في اي بلد تفقد سيطرتها وسيادتها واحتكارها الاعلامي ويعد هذا منعطفًا هامًا في الحياة الاتصالية .

-يعد الاعلام الجديد , فهو رأي العالم الناتج عن التواصل والتفاعل الاجتماعي مع الاحداث عبر تطبيقات الانترنت , فقد احدث ظهور الانترنت تحولات جمهورية في طبيعة التواصل الانساني , فهي مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الاراء والافكار واصبحت افضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الافراد والجماعات واليوم أصبح .

### العلاقات العامة عبر الانترنت:

ساهم الاعلام الجديد عبر الانترنت في بروز نموذج التسويق الشامل غير التقليدي لمؤسسات العلاقات العامة, فقد استفادت من المجالات المتاحة عبر الانترنت في محاولة تحسين الصورة الذهنية لدى أكبر قدر من الجمهور مما ينعكس على تعاملهم مع ماتقدمه المؤسسات من سلع وخدمات وانشطة واعمال<sup>1</sup>.

تستخدم العلاقات العامة جميع الفرص المتاحة عبر الانترنت والاعلام الجديد للوصول الى هذه الاهداف وقد سمي النموذج المعاصر لممارسة العلاقات العامة وانشطتها وبرامجها عبر الانترنت ب العلاقات العامة التفاعلية عطا على ثنائية العلاقة او التشاركية والتفاعل التي اتاحها الانترنت لصياغة الرسالة الاعلامية للعلاقات العامة من قبل إدارات واقسام العلاقات العامة والجمهور .

وملخص الامر ان العلاقات العامة كظاهرة اجتماعية وممارسة إعلامية تستفيد من جميع المجالات والتقنيات التي افرزها الاعلام الجديد في تحقيق اهدافها .

<sup>1</sup> عماد الدين تاج السر فقير عمر, مرجع سبق ذكره ص 195

بل وصل الامر بنموذجها المعاصر ( التفاعلي ) ان يستوعب كافة انواع الاتصال التقليدي من إعلام مقروء متمثل في الصحف والمجلات واعلام مسموع متمثل في الاذاعة وجميع الصوتيات واعلام مرئي متمثل في التلفزيون وجميع تقنيات الصورة الثابتة والمتحركة , اعادة تقديمها عبر الانترنت والوسائط الاعلامية المتعددة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> عماد الدين تاج السر فقير عمر , مرجع سبق ذكره ص 196

## العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية :

## اولاً: التخطيط في المؤسسات الإعلامية :

التخطيط لا يعدو ان يكون وسيلة منهجية ضمن وسائل اخرى كثيرة ,تسعى الى تحقيق الهدف الاكبر ,وهو رفاهية المجتمع ,فالتخطيط ليس هو ذاته الذي يحدث التنمية انما هو يعمل على تنظيم الظروف التي تحدد وتنسق عواملها , فتدعمها وتؤدي الى التعجيل بها فالواقع ان التخطيط كما يرى "محمود فهمي كردي" يعتبر وسيلة عملية لتجميع القوى وتنسيق الجهود, تنظيم النشاط ,داخل اطار وحدات تتكامل فيه الاهداف بحيث يمكن الاقناع بذكاء الافراد ومعلوماتهم ومقدرتهم العملية والعلمية واستغلال الامكانيات البيئية , ولافادة من خبرات الماضي , ونجارب الحاضر , للوصول الى أهداف تقابل احتياجات المجتمع<sup>1</sup>.

## ثانياً : اهداف التخطيط:

يمكن تحديد أهداف التخطيط بطريقتين ,إما عن طريق تحديدها بطريقة ثابتة ,أو بالتوصيل الى أهداف مثلى تبعا للموارد المتاحة والقيود المفروضة على الاقتصاد القومي :

-فالتخطيط باهداف ثابتة (او محددة) :هو ان تحدد السلطة السياسة والاهداف المراد تحقيقها مسبقا , ثم يقوم القائمون بالتخطيط ببيان كيفية ذلك .

-أما التخطيط باهداف مثلى : فيتم تحديد أهداف الخطة بطريقة الحلول المثلى : ان كان البعض يضيف الى ذلك التخطيط باهداف مرنة , وهي لاتحتوي على درجة كبيرة من التحديد ويمكن تطويرها وفقا لمقتضى الحال.

ويمكن تصنيف التخطيط طبقا للاهداف المرجو تحقيقها الى ثلاث فئات رئيسية :

<sup>1</sup> . محمود فهمي الكردي , التخطيط للتنمية الاجتماعية , القاهرة , دار المعارف , 1977,ص 26,21

1 - التخطيط الاستراتيجي :تحدد فيه الاهداف العامة للمؤسسة, ويهتم التخطيط الاستراتيجي بالشؤون العامة للمؤسسة ويبدأ بوجه من قبل المستوى الاداري الاعلى, على أن تشارك جميع المستويات الادارية فيه لكي تعمل بما يؤدي الاهداف المرسومة , بمعنى أن يكمل عمل كل تطوير ادارة اعمال الادارات الاخرى -وغاية التخطيط الاستراتيجي هي:  
-وضع خطة عامة طويلة المدى تبين مهام مسؤوليات المؤسسة.

-إيجاد مشاركة متعددة المستويات في عملية التخطيط.

-تطوير المؤسسة من حيث تآلف خطط الوحدات الفرعية بعضها مع بعض

2-**التخطيط التكتيكي** : يهتم بالدرجة الاولى بتنفيذ الخطط الاستراتيجية على مستوى الادارة الوسطى ويركز التخطيط التكتيكي على تنفيذ الانشطة المحددة في الخطط الاستراتيجية.  
2 - **التخطيط التنفيذي** : يركز على تخطيط الاحتياجات لانجاز المسؤوليات المحددة للمديوين او الاقسام او الادارات .

**ثالثا : التخطيط الاعلامي** : فكرة التخطيط الاعلامي ليست جديدة تماما, فكل دولة تضع خططا منفصلة لكل قطاع من القطاعات فيها ,ولكل وسيلة من وسائل الاعلام وقد طرأ على التخطيط الاعلامي في السنوات الاخيرة تطور هام ظهر في التاكيد على أهمية النظر الى مختلف عناصر النظام القومي ككل متكامل يهدف الى تحقيق أهداف إجتماعية واقتصادية وسياسية مع أخذ التطورات التكنولوجية الحديثة مثل ( الاقمار الصناعية والوسائل الصغيرة : الفيديو )<sup>1</sup>.

ولقد تطورت وسائل الاعلام واجهزة الاتصال الحديثة تطورا سريعا بفضل التقدم التقني المعاصر ,فاتسعت رقعة انتشارها , وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع , وبرزت خطورة الدورة الذي تلعبه الحياة الاجتماعية اذ لم تعد وسائل الاعلام والاتصال

<sup>1</sup> جيهن رشتى , مفهوم التخطيط الاعلامي , واهميته , القاهرة , المنظمة العربية للتربية والعلوم , 1980, ص 11

ادوات لنقل المعلومات بل اصبحت من اهم العوامل المؤثرة في اتجاهات الافراد والجماعات وتكوين مواقعهم الفكرية والاجتماعية , بالاضافة الى قدرتها غير المحدودة في تطوير العمليات التعليمية , والمساهمة في نشر الوعي العلمي وتزويد جميع أوجه النشاط الحيوي والفكري للمجتمع بطاقات عظيمة من التوجيه والاقناع , ومن ثم فقد أصبح من الضروري وخاصة في المجتمعات النامية أن يوضح هذا النشاط الاعلامي في إطار خطة طويلة المدى , ترسم في ضوء الاحتياجات الاعلامية الاساسية للمجتمع وتحدد أهدافها بما يتلائم مع خطط الثقافة والتعليم والاجتماعية , وتساعد على تحقيق اهدافها<sup>1</sup>

وهناك غرتباط يكاد يكون مباشرا بين دور وسائل الاعلام والتخطيط في مجال التنمية وهي مهمة تفرد بها الدول النامية بنوع خاص , فالاعلام يمكن ان يلعب دورا مهما في إقناع المواطنين بفوائد التنمية و التضحيات التي تتطلبها , وتشجيعهم على الادخار والاستثمار , وهو ما قد يبدو احيانا متناقضا مانقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية من نماذج الترف الاستهلاكي وأنماط الحياة التي قد تغرى بالتقليد من خلال الاعلانات والدعاية المتكررة التي تحقق انماطا موحدة من الذوق والسلوك , فوسائل الاعلام يمكنها ان تحدث أثارا هامة على الاقتصاد القومي , كما ان الاعلام بوصفه قطاعا اقتصاديا , اصبح عنصرا بارزا في الاقتصاد القومي .

### التنظيم في المؤسسات الإعلامية :

التنظيم كوظيفة (او عنصر) من عناصر الادارة , يقصد به التطبيق العملي لسياسة المؤسسة وتنفيذ خطتها , وتطبيق النظم واللوائح والقوانين المتعلقة بأعمالها , سواءا في

<sup>1</sup> أسامة أمين الخولي ( تقديم ) قضية التخطيط الاعلامي في الوطن العربي , القاهرة , المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم 1980, ص 5

محيطها الداخلي بين عالها وموظفيها، أو في محيطها الخارجي من المجتمع الذي تتعامل معه كما يشمل التنظيم توزيع الاعمال وتقسيمها بين الادارات والاقسام المختلفة توزيعا يكفل سرعة العمل وتدفقه ، كما يشمل تحديد اختصاصات العاملين وتحديد العمل وتدفقه ، كما يشمل تحديد اختصاصا العاملين وتحديد العمل اللزم لكل قسم ومسؤوليته .

-التنظيم عبارة عن توزيع للعمل ورسم العلاقات وتحديد للسلطات وذلك بقصد تحقيق الاداء المقرر بكفاية اقتصادية جيدة يسعى الى إقامة علاقات فعالة بين أفراد المؤسسة من خلال ترتيب الوظائف وتحديد السلطات الممنوحة لكل منها وتوضيح المسؤوليات التي يضطلع بها كل أفراد "أقسام " التنظيم ، وجعلهم يعملون كشخص واحد (تجميع أوجه النشاط أو الجهود الجماعية ) بما يكفل الوصول الى الاهداف بأقل جهد ونفقات وأسرع وقت ممكن <sup>1</sup> .

#### -أهمية التنظيم :

إن وجود تنظيم جيد يعتبر أمرا جيد يعتبر امرا مهما وضروريا كان لدينا من أفراد على درجة عالية من الكفاءة والفعالية فإن ذلك لن يغني عن وجود التنظيم الجيد الذي يعمل على حسن الاستفادة بطاقات الافراد وتوجيهها الوجهة الصحيحة .

ومن أهم مظاهر أهمية التنظيم كوظيفة لاي مؤسسة بصفة عامة ما يأتي :

1-حسن توزيع وتحديد المهام على الافراد والاجهزة المختلفة بما يتناسب مع قدرات كل منهما دون زيادة أو نقص .

2-تحقيق اقصى درجة من التكامل والتنسيق بين هؤلاء الافراد ,والاجهزة بما يؤدي الى توجيه كافة طاقاتهم وجهودهم نحو وجهة واحدة متناسقة متكاملة تعمل على تحقيق الاهداف التنظيمية باعلى درجة من الكفاءة والفعالية.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي , مبادئ الادارة , مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع , عمان , الاردن 2012,ص,108

3- إيجاد مناخ عمل داخلي مشجع على تفجير روح الابداع والابتكار لدى كافة العاملين بما ينعكس على تحسين الاداء وزيادة فعاليته.

4- وضع هيكل تنظيمي يضمن تحقيق التنسيق والتكامل في جهود مجموعات الافراد التي تعمل في المنظمة في تخصصات مختلفة من أجل تحقيق أهدافها.

وحتى يمكننا تخيل أهمية وجود التنظيم الفعال بصورة أوضح فعلينا أن نتخيل عدم وجوده ماذا لو لم يوجد تنظيم جيد؟.

لاشك أن الاجابة عن مثل هذا السؤال يمكن تخيلها لاي فرد مهما كان مستوى تفكيره

أو تخصصه ففي غياب التنظيم الجيد سوف يتحول الافراد الى مثل حبات عقد مبعثرة ومتناثرة لا يوجد الخيط الذي يجمعها ويضع منها عقدا من الجواهر المتين , أو كقطع من الطوب المتناثر لم يوجد البناء الذي يضعه طريقه تجعل منه مبنى نافعا .

فالإمكانيات البشرية الفردية والموارد المادية الفنية سوف تهدر في حالة عدم وجود تنظيم فعال , وكثيرا مانجد أن التنظيم السيء قد يحول الى معوق ومحبط ومقيد بطاقات الافراد , ومصدر للموارد البشرية بدلا من أن يكون مفجرا للطاقات ومستغلا للموارد.

فاذا ماتوفرت الامكانيات المادية والامكانيات البشرية لاي تنظيم فإنه يجب تصميم هيكل

تنظيمي يحدد بعد كل فرد في التنظيم ويحقق التكامل والتناسق في جهود مجموعات الافراد من أجل تحقيق الاهداف المحددة ويتطلب ذلك مايلي :

1- تحديد الاعمال التي يجب توافرها من أجل تحقيق أهداف المنظمة .

2- تجميع هذه الاعمال في مجموعات.

3- تحديد الواجبات والمسؤوليات لكل مجموعة عمل.

4- تحديد سلطات كل فرد وكل مجموعة عمل ومسؤولياته كل منها وتفويض هذه السلطات الى المسؤوليات التالية .

### مبادئ التنظيم:

1- **ضرورة التنظيم** : الكل يعمل في نظم والنظم تتكامل في نظام واحد لتحديد هدف أو حد سامي وهو تحقيق أعلى مستوى كفاءة للبشرية .

2- **وحدة الهدف** : نجد أن في النظام الواحد هدف يصبو عليه جميع العاملين من أعلى قمة المستوى الوظيفي الى أدناه .

3- **أساس الوظائف** : يقوم العاملين في النظام باداء اعمالهم في وظائف تخصصية تتفاعل جميعا لتصل الى تحقيق الهدف.

4- **نطاق الاشراف** : ويقصد به عدد المرؤوسين الذين يشرف عليهم إداري واحد يخضعون لسلطته وأوامره في تنفيذ القرارات.

5- **توزيع السلطة** : وهي حق صنع واتخاذ القرار والمشاركة فيه.<sup>1</sup>

6- **التخصيص وتقسيم العمل** : وهي أن يكون لكل وظيفة وعمل ومسؤوليات وواجبات يؤديها من يقوم بها دون التدخل في عمل الاخرين الذين يكونوا على قدر أكبر من الكفاءة في مجال التخصص وتقسيم العمل يؤدي الى سرعة تنفيذه وتحسين جودته .

7- **تحديد الوظائف** : ان توضع كل وظيفة في مكانها من الهيكل التنظيمي طبقا لنوع النشاط والادارة والقسم الذي تتبعه والاعمال المطلوب القيام بها.

8- **الاستمرارية**: هو أن يستمر الهيكل التنظيمي في تأدية الاعمال الفعلية طبقا لمدة و جدولة الاعمال الموضوعه في التخطيط.

<sup>1</sup> محمود عزات اللحام وآخرون , إدارة المؤسسات الاعلامية , ط1, دار الاعصار العلمي 2015, ص 105

9- زيادة العلاقات التنظيمية: إن إضافة المزيد من الوحدات التنظيمية الى هيكل التنظيم يترتب عليه زيادة العلاقات التنظيمية بمعدل أكبر من عدد الافراد او الوحدات المضافة<sup>1</sup>.

### التوجيه في المؤسسات الاعلامية:

إن الوظيفة الاولى للمدير أن يوجه جهود الآخرين ,وفي بعض الاحيان قد يستطيع المدير ان يتهرب من بعض مسؤولياته في التخطيط والتنظيم , ولكن لا يستطيع أن يتخلى عن مسؤولياته في توجيه جهود الناس تحت إشرافه , إن كفايته الادارية تتوقف , الى حد كبير -على مدى مهارت في التوجيه.

وفي المعنى الشامل للكامة ، فغن التوجيه يعني الارشاد الذي يحتاج اليه الفرد لكي يمارس مسؤولياته في العمل ويمثل التوجيه ، ايض الاتصال بالمرؤوسين وارشادهم عن كيفية أداء الاعمال باصدار التعليمات والشرح والوصف ويمثل التوجيه النشاط الرئيسي للقائد الاداري وعمله اليومي , والتوجيه الاداري بصفة عامة هو إحدى وظائف الادارة واحد مكونات العمل الادارة , ويتضمن الكيفية والاسس التي يمكن للمدير في أي مستوى إداري ان يتبعها في توجيه عمل مرؤوسيه بشكل جيد وباتجاه الاهداف المطلوبة , وفي ظل تحقيق التعاون بينهم وجعلهم يطيعون أوامره وتعليماته عن رغبة واقتناع , وعليه فأن التوجيه يسعى الى توفير بيئة عمل نفسية ومادية مناسبة , فهو عمل مستمر طالما أن العمل في حالة تنفيذ فالمدير يواجه المشكلات ويحلها ويوجه مرؤوسية لتطبيق الحل وتقويم الانحراف فالتوجيه الجيد اذا هو دعامة اساسية لنجاح التخطيط.

اذا يمكن القول ان التوجيه يستند وبشكل أساسي على طبيعة السلوك الانساني وتوجيه هذا السلوك بشكل فعال نحو تحقيق اهداف المنظمة بكفاءة عالية , وهذا العمل ليس بالسهل بل عمل في غاية الصعوبة , وذلك لان المدير في عملية توجيه لمرؤوسيه يتعامل مع

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي , مرجع سبق ذكره ص 115

سلوكهم الذي يعتبر قوة مركبة غامضة يستوجب الامر منه دراستها وفهمها جيدا ,ليتمكن من التعامل مع سلوكهم الذي يعتبر قوة مركبة غامضة , يستوجب الامر منه دراستها وفهما جيدا ليتمكن من التعامل والتفاعل معها بشكل صحيح وتحقيق الاهداف<sup>1</sup>.

**عناصر التوجيه:** تكون وظيفة التوجيه الاداري من ثلاث عناصر اساسية هي :

1- التعرف بالفلسفة العامة واسياسات والقاعد التي تسيير عليها المنشأة والادارة التي تعمل بها الفرد.

2- تدريب الفرد على الوصول الى أقصى كفاءة ممكنة في أداء عمله الحالي , كذلك إعداده للترقي الى وظائف أعلى

3- اصدار تعليمات محددة لارشاد الفرد في عمله اليومي .

**مبادئ التوجيه :**

1- **تجانس الاهداف :** يشير هذا المبدأ الى ضرورة تحقيق التوافق والتكامل ما بين اهداف

الفرد واهداف الجماعة , واهداف الجماعة مع اهداف المنظمة , وهذا الامر يتعلق بربط المصالح الفردية مع المصلحة الجماعية , وهذا يتطلب من المنظمة احداث التوازن بين المساهمات ( عمل وجهد ونشاط ..... الخ ) التي يقدمها العاملون للمنظمة مع ماتقدمه لهم من حوافز متنوعة لاشباع حاجاتهم ورغباتهم .

2- **وحدة الامر :** يشير الى ضرورة إصدار الاوامر للمرؤوسين من جهة رئاسية واحدة , منعا للارتباك والاحتكاك , فلا يعقل أن يمارس الامر والتوجيه من رئاسيتين , وذلك لان هذا الامر يجعل المرؤوس مشوشا ومضطربا لايعرف لاي جهة يتبع و وهذا فيه تقسيم لمسالة

<sup>1</sup> السامة امين الخولي, مرجع سبق ذكره, ص 10

الطاعة والامتثال وبالتالي الولاء اذا يمكن القول ان وحدة الامر تسهل وتدعم عملة الادارة والتوجيه السليم .

**3- توفير المعلومات :** عندما يطلب الرئيس من مرؤوسيه أداء مهمة ما وتحمل مسؤولياتها بشكل جيد يلزم ان يزودهم بالمعلومات التفصيلية الكافية التي تمكنهم من العمل الجيد بفاعليه , وتبرز هذه الناحية بشكل خاص في توجيه المرؤوسين الجدد الذين جرى تعيينهم حديثا في المنظمة , فالرئاسة القيادية الجيدة هي التي تصرف الوقت في سبيل جمع المعلومات الضرورية وتوفيرها لمرؤوسها بالكم والكيف والوقت المناسب<sup>1</sup>.

**4- السلطة:** تحتاج عملية الاشراف والتوجيه الى سطة رسمية تمنح للرؤساء لتمكينهم من إصدار الاوامر لمرؤوسيهم , من اجل تحريك العمل ودفعه للامام في سبيل تحقيق الاهداف فالسلطة تعطي الرؤساء حق إصدار الامر الذي يعتبر اداة توجيه وارشاد لتنفيذ العمل ولضمان تنفيذ الامر وبالتالي التوجيه لابد من وجود عقوبات يستخدمها الرئيس عند الضرورة لضمان تنفيذ أوامره بالشكل المطلوب والى جانب ذلك لابد من توفير المكافئات والحوافز من أجل خلق الدافعية الايجابية للعمل.

#### - وسائل الاتصال والتوجيه :

يهتم علماء الادارة اهتماما خاصا بوسائل الاتصالات في التوجيه , ففي اي مؤسسة او هيئة يتم الاتصال بوسائل مختلفة منها :

1-الوسائل غير الشفهية : القرارات مذكرات خطايا .

<sup>1</sup> أسامة أمين الخولي , مرجع سبق ذكره ص 10

2- الوسائل الشفهية : محادثة شخصية مع شخص آخر أو أكثر في لقاء مباشر محادثة هاتفية .

3-الوسائل الرمزية : الايحاءات الایماءات باليد او بالرأس إشارة العين.

ويضيف بعض الاساتذة : المجلات والجرائد والافلام والملصقات على الحوائط كوسائل إتصال تلجأ اليها الهيئة أو المؤسسة لانجاز أعمال التوجيه الاداري<sup>1</sup>.

### العلاقات العامة في الإذاعة:

لا تقتصر المواد الاعلامية التي تستخدمها إدارات واقسام العلاقات العامة لغرض اىصال رسائلها في المواد المكتوبة او المقروءة , بل يمكن للعلاقات العامة ان تستفيد في تنفيذ برامجها وانشطتها من مختلف مجالات الاتصال ومنها المواد الاعلامية المسموعة بشكل عام والاذاعية بشكل خاص وقد ادى التنافس المتزايد بين المؤسسات والتطور في وسائل

<sup>1</sup> جيهن رشتى , مرجع سبق ذكره ص 15-20.

وادوات التواصل مع الجمهور الى استخدام الاعلام المسموع وفي مقدمة مكوناته الاذاعة التي تميزت عبر التاريخ الاعلامي بحفاظها على كم مقدر من الجماهير التي تتابع وسائل الاعلام المختلفة , كما استفادت العلاقات العامة من الوسائل المسموعة المعاصرة التي ارتبطت بتقنيات الحاسب الالى والانترنت لكونها من الادوات الاعلامية المسموعة ذات التأثير الفاعل على الجمهور خاصة اجيال الشباب او الاجيال المعاصرة التي تتجه بشدة نحو التعامل مع مثل هذه الادوات والوسائل .

وتتنوع طرق واشكال استخدام العلاقات العامة للوسائل الاعلامية المسموعة خاصة الاذاعة بحسب طبيعة الرسائل الاعلامية الموجهة للجمهور , فمن ذلك الاعلانات الاذاعية والمسموعة ذات الطبيعة الترويجية أو التسويقية لانشطة وخدمات و سلع وأعال المؤسسات ومنها المواد والبرامج الاذاعية المعلوماتية وكذلك المواد الاذاعية الوثائقية وغيرها من الانواع البرمجية المختلفة , كما تختلف طبيعة استخدام المواد الاذاعية في مجال العلاقات العامة من مؤسسة لاخرى بحسب الحاجة غليها وقد تصل الى تقديم برامج إذاعية تستمر لدورات برمجية باكملها<sup>1</sup>.

### الإذاعة وخصائصها:

تعرف الاذاعة على أنها وسيلة الاتصال الجماهيري المسموعة , التي تخاطب حاسة السمع وتعزز خيال المتلقي إيجابيا بمضمون الرسالة الاعلامية المستهدفة , بما تقدمه من

<sup>1</sup> الخلفي طارق 2011, فن الكتابة الاذاعية والتلفزيونية , الاسكندرية , دار المعرفة الجامعية ، ص 38.

أنواع برمجية تعتمد في إعدادها وإنتاجها وإخراجها على مجموعة من المكونات<sup>1</sup> وتتبع فيها العديد من الخطوات .

-أما فيما يتعلق بخصائص الاذاعة ومميزاتها من بين وسائل الاتصال والاعلام الاخرى من اهم هذه الخصائص:

-تخاطب حاسة السمع.

-فهم الرسالة يعتمد على خيال المتلقي .

-تلقيا لايتطلب التواجد في مكان معين .

-لا تتطلب أن يكون المتلقي متعلما.

ويكون التعرف على هذه الخصائص التي تتميز بها الاذاعة هاما بالنسبة لممارسي العلاقات العامة لاجل تمكينهم من الاستفادة منها في تصويب رسائلهم الاعلامية نحو الجمهور الداخلي والخارجي كما يكون من الاهمية بمكان أن يتعرف ممارسي العلاقات العامة على أهم الامور التي تمكنهم من إعداد وإنتاج رسائل مسموعة ( إذاعية ) أهمها:

**اولا : خطوات إعداد وإنتاج البرامج الاذاعية للعلاقات العامة:**

**1-**وضع الفكرة البرمجية : تعد الفكرة البرمجية أول الخطوات نحو إعداد وإنتاج البرامج الاعلامية المسموعة أو الاذاعية للعلاقات العامة ويتم اختيارها بناءا على الهدف أو الرسالة التي يطلب إيصالها الى الجمهور والتأثير بها عليهم , وتكون العلاقة بين أهداف العلاقات العامة والافكار التي تترجم الى برامج وأنشطة ومواد متداخلة الى حد كبير اذ يمكن وصفها بالغاية والوسيلة فالافكار التي تترجم الى مواد وبرامج إذاعية تعتبر وسائل إتصالية تخدم العلاقات العامة في تحقيق اهدافها تجاه الجمهور المستهدف ويرتبط النجاح في اختيار

<sup>1</sup> عماد الدين تاج السر فقير عمر , مرجع سبق ذكره , ص 103

الافكار البرمجية الاذاعية كثيرا بمدى فهم ومعرفة ممارسي العلاقات العامة للمطلوبات او الاهداف منها والاشكال أو القوالب البرمجية التي تتناسب معها , وخصائص الجمهور المستهدف بتلك المواد والبرامج , فكلما كانت قدرة أقسام وإدارات العلاقات العامة على معرفة هذه المعطيات كبيرة أدى ذلك الى سلامة اختيار الافكار التي تصلح لان تكون برامج إذائية متميزة لها أن تخدم العلاقات العامة .

\*ومن شروط اختيار الفكرة الاذاعية:

-مناسبتها للوسيلة :هناك أفكار برمجية تصلح للتلفاز ولا تصلح للاذاعة.

-صلاحيتها للتعبير عنها : أي وجود مواد فيليمية لها وإمكانية التقاط مشاهد عديدة للتعبير عنها.

-ملائمتها للمجتمع :مراعاة المنظومة المجتمعية للعادات والتقاليد والثقافات<sup>1</sup>.

2-إجراء البحث : تتمثل هذه الخطوة في عملية جمع المعلومات التي تدعم الفكرة البرمجية وتجعل تحويلها الى مادة إذاعية شيئاً سهلاً ذلك لان وضع فكرة البرامج والمواد الاذاعية غالباً ما تكون خطوة تخطيطية خيالية ترد في ذهن من يضعها ويعتبرها ممكنة لمجرد ورودها في مخيلته , لكن عملية تحويل تلك الفكرة الى خطوات عملية نحو إنجاز المادة الاذاعية تبدأ عملياً بمحاولة جمع المعلومات التي تحقق تلك الفكرة من ناحية وتهيئة ومتطلبات تنفيذ المواد والبرامج الاذاعية من ناحية أخرى أي أن عملية البحث تخدم جانبيين هما:

-البحث الخاص بمضمون فكرة البرنامج.

البحث الخاص بالموضوعات الفنية والادارية.

<sup>1</sup> هاشم عوض 2003, فن إنتاج البرامج برامج الراديو , د.ن, ص, 72

3/ وضع السيناريو المبدئي : استفادت البرامج الاذاعية الاخرى في الاذاعة والتلفزيون من فكرة السيناريو في عمليو وضع التصور المبدئي لكيفية إعداد وإنتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية فمن خلالها يتم تقسيم عملية تنفيذ البرامج الى مراحل يتم تحديدها كتابة ويشار فيها مبدئيا الى متطلبات كل مرحلة حتى يسهل على المعنيين وتنفيذها .

ولا يطلب بالضرورة من المعنيين التقيد بما جاء في السيناريو حرفيا اذا كانت مصلحة العمل قد طرأ عليها من المستجدات ما يجعلها أكثر إجابا وأكثر فاعلية , لكن اللجوء الى السيناريو وكتابته يتسبب دائما في تنظيم عملية إعداد وتنفيذ البرامج الاذاعية للعلاقات العامة , فمن خلالها يتم تحديد عناصر أو مكونات البرامج والقوالب والاشكال التي تناسبها وكيفية وتنفيذ الصوت الاذاعي واستخدام المؤثرات الصوتية وغيرها.

4/ وضع خطة الانتاج : تتطلب عملية إنتاج البرامج الاذاعية العديد من الاجراءات التحضيرية التي تسهم في تسهيل خطوات التنفيذ والخروج بالبرامج والمواد في شكلها النهائي<sup>1</sup>.

ومن اهم مكونات وضع خطة الانتاج :

\* تحديد متطلبات إنتاج وتنفيذ المواد والبرامج المسجلة المباشرة مثل الاشخاص والاماكن والتقارير والنصوص والمؤثرات وغيرها .

\* تحديد طبيعة المادة الاذاعية : ويرتبط هذا المكون باختيار الشكل أو القوالب البرمجية التي تصاغ بها المواد والبرامج الاذاعية وهي متنوعة ومتعددة مثل البرامج الاخبارية والحوارية والدرامية والمنوعات والثقافة والترفيهية والمتخصصة وغيرها.

<sup>1</sup> هاشم عوض , مرجع سبق ذكره ص74.

\* تحديد طريقة ا والية تنفيذ العمل والمعالجة الفنية له: كلا من البرامج الاذاعية المسجلة والمباشرة له بلياته وطرق تنفيذه وقد يتقاطع كل من النوعين في بعض الاشياء ويتشابه في تنفيذها ويختلف في أخرى.

\*وضع تصور شامل لكافة خطوات إنتاج العمل الاذاعي : وتساعد هذه العملية في سهولة تنفيذ البرامج الاذاعية , لان التصور الجزئي يختلف عن التصور المتكامل الذي ينظر فيه الى جميع المكونات في إطار خطة واحدة ومترابطة تتحرك ديناميكيا بمجرد البدء في عملية إنتاج البرامج .

5/تنفيذ البرامج الاذاعية : تشتمل هذه الخطوة على عملية البدء في تنفيذ المادة الاذاعية وإنتاجها وإخراجها في الشكل النهائي الذي تقدم أو تبث به للجمهور , وعلى قدر اهمية هذه الخطوة الخامسة وحساسيتها الا انها لاتتفك أبدا من عن الخطوات السابقة بل يتحدد نجاحها وإنجازها بدقة وتتطلب هذه الخطوة ركنين أساسيين هما :

-عملية إعداد المادة الصوتية : يشير هذا الركن الى المؤثرات الصوتية وكذلك , الصوت التفاعلية التي تعد شكل من أشكال المادة الاذاعية المعاصرة التي فرضها دخول الانترنت ووسائط الاتصال .

ثانيا:مكونات او عناصر البرامج الاذاعية :من الضرورة بمكان ان يتعرف ممارسي العلاقات العامة على مجموعة المكونات أو العناصر التي تتشكل منها المواد او البرامج الاذاعية ولايقتصر دوره الى هذا الحد بل يمتد الى معرفة كيفية الافادة من العناصر في تكوين البرامج الاذاعية التي تخدم رسائل ومضامين العلاقات العامة , وتعتبر هذه المكونات بمثابة الاساس المتين الذي تتبني عليه البرامج الاذاعية وهي :

-الصوت الاذاعي.

-المؤثرات الصوتية .

-وحدثنا اضيفت لها الاصوات التفاعلية.<sup>1</sup>

ثالثا:العلاقات العامة والاستوديو الاذاعي :

يستفيد ممارس العلاقات العامة من تعرفه على الاستوديو الاذاعي ومكوناته في القدرة على إنجاز البرامج الاذاعية , اذ تمكنه المعرفة من استخدام الاجهزة والادوات والامكانيات المتاحة فيه , أو التوجيه الايجابي في إعداد ونتاج البرامج الاذاعية في حال التعامل معاوين في هذا المجال وقد تكون عملية اعداد ونتاج البرامج الاذاعية للعلاقات العامة صعبة في حال عدم قدرة الممارسين على التعامل مع الاستوديو الاذاعي ومكوناته وينقسم الاستوديو الاذاعي الى قسمين :

-غرفة الاستوديو أو مساحة الاستوديو ( البلاتو):وهي المكان المخصص لتقديم البرامج أو المواد الاذاعية بمختلف أشكالها , أو المكان التي فيه تقديم الصوت البشري مثل قراءة الاخبار أو الحديث في حال البرامج الحوارية والحوارية ويكون في الجهة المقابلة لغرفة المراقبة ويفصل بين الحجرتين حاجز زجاجي يساعد على التواصل الاشاري الاشاري بين المخرجين ومقدمي البرامج .

-غرفة التحكم أو المراقبة : تسمى المطبخ الاذاعي باعتبار أن كافة عمليات إنتاج البرامج الاذاعية تتم من خلالها سواء كانت هذه البرامج مسجلة أم مباشرة وهي تضم من فريق العمل المخرجيين وفنيي المونتاج ومهندسي الصوت وغيرهم , وفيها تتم عملية تنفيذ الصوت الاذاعي ومعالجته والخروج بأشكال النهائية للبرامج بعد معالجة دمج أو مزج العديد من العناصر من العناصر الصوتية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ابو يعقوب , إباد عمر ,2012, الاعلام الاذاع والتلفزيوني نظرة إعلامية , هندسية , مهنية , عمان , دار البداية ص 28.  
<sup>2</sup> عبد الرحمن , علي 2008, فتون ومهارات العمل في الاذاعة والتلفزيون , دراسة تطبيقية , القاهرة , عالم الكتب ,ص 87

### خلاصة:

وفي الاخير نستنتج أن طرق وأشكال استخدام العلاقات العامة للوسائل الاعلامية المسموعة خاصة الاذاعة بحسب طبيعة الرسائل الاعلامية الموجهة للجمهور , فمن ذلك الاعلانات الاذاعية والمسموعة ذات الطبيعة الترويجية أو التسويقية لانشطة وخدمات و سلع وأعمال المؤسسات ومنها المواد والبرامج الاذاعية المعلوماتية وكذلك المواد الاذاعية الوثائقية وغيرها من الانواع البرمجية المختلفة, كما تختلف طبيعة استخدام المواد الاذاعية في مجال

العلاقات العامة من مؤسسة لآخرى بحسب الحاجة إليها وقد تصل إلى تقديم برامج إذاعية تستمر لدورات برامجية بأكملها.

خاتمة

## خاتمة

اكتسب نشاط العلاقات العامة اهتمام كبير في المؤسسات الحديثة وقد برز دور العلاقات العامة نتيجة التطورات الاقتصادية والتغيرات المعاصرة, مما أدى الى تزايد أهميتها لتدعيم اسم المؤسسة وتكوين صورة ذهنية محببة لدى الجمهور الداخلي , حيث ان الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة يؤدي الى تحسين أدائهم وتعاملهم وبالتالي يمهد العلاقات العامة في رسم صورة جيدة للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي .

ولقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن واقع العلاقات العامة المؤسسات الاعلامية بحيث يدرس العلاقات العامة وفعاليتها داخل هذا النوع من المؤسسات ومعاملاتها الخارجية وكيفية ممارسة نشاطها الذي هو موكل لها فهي تعتبر عملية ضرورية في توفير جو ملائم داخل المؤسسة , واضف الى ذلك فإنها تساعد على تحسين وتحفيز أداء العاملين داخل المؤسسة لانجاح ماتهدف اليه المؤسسة وكذلك تسعى الى تحقيق اهداف المؤسسة بطريقة موضوعية تحافظ على علاقاتها بالأفراد والمجتمع عامة.

# قائمة المراجع

## قائمة المصادر و المراجع

- 1- ابن المنظور , لسان العرب , دار صابر , ط2, المجلد السادس عشر .
- 2- احمد بن مرسل , مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال, ط4, 2010.
- 3- ابراهيم امام, فن العلاقات العامة والاعلام ط 2, القاهرة , مكتبة الانجلو المصرية 1968.
- 4- احمد كمال احمد , العلاقات العامة , ط2, القاهرة و مكتبة القاهرة الحديثة 1992.
- 5- انتصار ابراهيم عبد الرزاق ,سعد حسام السموك , الاعلام الجديد التطور الاداء والوسيلة والوظيفة , الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة الطبعة الاولى , بغداد 2011.
- 6- جان شومبلي ويدن هويسمان العلاقات العامة , ترجمة فريد انطونيوس , بيروت , منشورات عديدة 1975.
- 7- حسن محمد خير الدين , أصول العلاقات العامة , من الناحيتين النظرية والتطبيقية , الطبعة الثالثة.
- 8- حنفي محمد سليمان , السلوك التنظيمي والاداء , ط 1, الاسكندرية , دار الجامعات المصرية.
- 9- حنان فاروق شكري , العلاقات العامة والتنظيم , مدخل إدارة , ط 1, القاهرة, مكتبة, عين شمس .
- 10- دفاتر التربيته والتكوين , ملائمة المناهج والبرامج من أجل مدرسة الجودة .
- 11- ربحي مصطفى عليان عدنان محمد الطوباسي , الاتصال والعلاقات العامة , دار صفاء, عمان, ط1, 2005.

- 12-زكي محمود هاشم , ادارة الموارد البشرية , ط1, الكويت ,ذات السلاسل 1988.
- 13-صالح خليل أبوصبع العلاقات العامة والاتصال الانساني ,ط2, دار الشروق .1998.
- 14-صالح ليبي , مدخل الى العلاقات العامة, ط1, مكتبة الفلاح .
- 15-عادل حسن , العلاقات العامة , دار النهضة العربية للطباعة والنشر 1984.
- 16-عطا الله احمد شاكر , ادارات المؤسسات الاعلامية , دار أسامة للنشر والتوزيع , عمان ,2011.
- 17- عبد الرزاق محمد الدليمي , المدخل الى العلاقات العامة , ط 1 , 2011 , 1432دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 18-عبد الباسط محمد عبد الوهاب , الفكر المعاصر , في التنظيم والادارة , ط 2,(القاهرة .مركز وايد سبرقيش 1988) ص124.
- 19-عاطف السيد,العولمة في ميزان الفكر , دراسة تحليلية القاهرة, مطبعة الانتصار 2001.
- 20-علي محمد رحومة , الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية ( بيروت منشورات مركز دراسات الوحدة العربية 2001).
- 21-عماد الدين تاج السر فقير عمر , إعداد وانتاج المواد الاعلامية للعلاقات العامة , ط 1, دار البلدية 2013.
- 22-عزيب عبد السميع , الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر , مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية 2006.

- 23- غالب عوض النوايسية , خدمات المستفيدين من المكتبات ومرتكز المعلومات ( عمان , دار الصفاء 2000).
- 24- كموش مراد , العلاقات العامة وادارة الازمة ,مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال , جامعة الجزائر يوسف بن خدة 2007-2008.
- 25- محمد منير حجاب , المعجم العلامي , دار الفجر للنشر والتوزيع ط1, 2004.
- 26- موريس انجلس ,منهجية البحث في العلوم الانسانية , بوزيد صحراوي واخرون , دار القصبة للنشر , الجزائر , ط2,2006.
- 27- محمود محمد الجوهري , دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات القاهرة , الدار القومية للطباعة والنشر ,1964.
- 28- منال هلال المزاهرة ,إدارة العلاقات العامة وتنظيمها , دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة , عمان 2015..
- 29- محمد صاحب سلطان , العلاقات العامة ط1, دار المسيرة 2011.
- 30- محمد الديس السردى , الاتصال والعلاقات العامة في ادارة المكتبات ومراكز المعلومات ,ط1, عمان 2011.
- 31- محمد شوقي شادي , الحاسب الالكتروني ونظم المعلومات (بيروت دار النهضة 1983) .
- 32- محمد محمد عبد الهادي , تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات القاهرة, المكتبة الاكاديمية ,2001.

33- محمد عبد الفتاح محمد , العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية , ط 1 المكتب  
الجتمه الحديث, 2006.

34- نوري الحافظ , تكوين الشخصية , ط1, بغداد , مطبعة المعارف , 1961.

# الفهرس

-الشكر والتقدير

-الإهداء

أ - مقدمة

01 - ملخص الدراسة

### الجانب المنهجي:

02 1-تحديد الاشكالية

03 2-الفرضيات

03 3-تحديد المفاهيم الاجرائية

03 4-دوافع اختيار الموضوع

07 5-اهمية واهداف الدراسة

08 6-منهج الدراسة

09 7-اداة البحث

09 8-الاطار الزمني والمكاني

10 9-صعوبات البحث

10 10-الدراسات السابقة

### الجانب النظري

#### الفصل الاول:مدخل الى العلاقات العامة

17 -تمهيد

18 1-مفاهيم وتعريفات العلاقات العامة

25 2-العلاقات العامة في المؤسسات

31 3-وظائف ونشاطات المكلف بالعلاقات العامة

33 4-العلاقات العامة ودورها الاتصالي

39 5-التكنولوجيا الحديثة الموظفة في المصالح العلاقات العامة

45 6-خلاصة الفصل

#### الفصل الثاني:العلاقات العامة ودورها في المؤسسات الإعلامية

47	1- تمهيد
48	1-العلاقات العامة في المؤسسة الاعلامية
52	2-تطور أنشطة وسائل الاعلام
55	3-العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية
65	4-العلاقات العامة في الازاعة
72	5- خلاصة الفصل
74	-خاتمة
76	قائمة المراجع