

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تنصص إتصال وعلاقات عامة

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر

أهمية العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية

دراسة ميدانية بمؤسسة موستا لاند - مستغانم -

تحت إشراف

الأستاذ: بوجمعة عماري

من إعداد الطالبتين :

بن تركي مختارية

بلعدي فاطمة الزهراء

لجنة المناقشة

أ / محرز سـ..... رئيسة

أ / عماري بوجمعة..... مشرفا مناقشا

أ / صفاح أمال..... مناقشة

شكر

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على اشرف الخلق

النبي الأمين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد

يشرفنا أن نتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى أستاذنا القدير عماري بوجمعة

الذي اشرف على هذه المذكرة وتابعنا منذ كانت فكرة حتى اكتملت بهذا الشكل

ونتقدم بجزيل الشكر إلى جميع الأساتذة الذين درسونا خلال مسارنا الدراسي

وأسمى العبارات والتقدير

إهداء

إلى من لا نور إلا نوره ولا عظمة إلا عظمته الله عز وجل
إلى كل من يصلي على أفضل خلق الله محمد المصطفى صلى الله عليه وسلم
إلى الشمس التي أنارت دربي بوجودها إلى التي لم أوفيتها حقها
مهما قلت فيها ... أمي فاطمة حفظها الله ورعاها وأن يشفيها في أقرب الآجال
إلى الروح التي طالما حلمت أن تراني أتخطى درجات العلم والنجاح تاج رأسي أبي
الكريم بن تركي الحاج أطل الله في عمره
إلى النجوم المتألئة في حياتي ومن يقاسمني الحياة بحلاوتها ومرها إخوتي توفيق وعماد
و أخواتي ... عليا- هجيرة - ليندة - فاطمة
إلى رفيقة دربي وتوأم روحي وصديقتي ... زيتوني صفية
إلى أستاذي الكريم : بوجمعة عماري
والى كل عائلة بن تركي بأكملها
إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي
إلى كل من أكن لهم ويكونون لي كل الحب والاحترام
أهدي لهم هذا العمل

مختارية

إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي هذا العمل إلى :

من ربّتي وأنارت دربي ، إلى أغلى إنسان أُمّي حفظها الله وأطال في عمرها
إلى من عمل بجد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح و أوصلني إلى ما أنا عليه أبي الكريم
أدامه الله لي

إلى إخوتي وأخواتي وكل من صديقاتي : حياة ، ياسمين ، شهرزاد و صفاء

وأخيرا الشكر للأستاذ عماري

فاطمة الزهراء

الفهرس

المقدمة

08	الفصل الأول : مدخل للعلاقات العامة
09	تمهيد
10	نشأة العلاقات العامة
13	مفهوم العلاقات العامة
17	أهمية العلاقات العامة
19	أهداف العلاقات العامة
20	وظائف العلاقات العامة
23	الفرق بين العلاقات العامة والمفاهيم المشابهة
24	وسائل الاتصال في العلاقات العامة
31	خلاصة
32	الفصل الثاني : الثقافة السياحية
33	تمهيد
34	مفهوم السياحة
37	نشأة السياحة
38	أنواع السياحة
39	مفهوم الثقافة السياحية
40	نبذة عن الثقافة السياحية
41	مبادئ الثقافة السياحية
42	أنواع الثقافة السياحية
46	خلاصة

47	الفصل الثالث:دراسة ميدانية في مؤسسة موستا لاند بولاية مستغانم.....
48	تمهيد.....
50	تعريف مؤسسة موستا لاند و لاية مستغانم.....
52	الهيكل التنظيمي لمؤسسة موستا لاند
53	خدمات المكاتب لمؤسسة موستا لاند.....
54	المقابلة والتحليل.....
59	خلاصة.....
60	الخاتمة.....
61	المراجع
67	الملاحق.....
69	الملخص.....

مقدمة

مقدمة عامة

العلاقات العامة هي توجيه الرأي العام نحو منتجك من خلال مشاريع الكترونية أو غير الكترونية ، أو عرض منتج ما لجمهور معين وخلق هالة ايجابية حوله ، ويمكن أن تعرف العلاقات العامة بأنها الجهاز الذي يربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي

تعرف الثقافة السياحية على أنها نوع من أنواع السياحة التي تهتم بثقافة دولة معينة ، ونمط حياة الناس فيها وطبيعتها الجغرافية وهي انتقال الأفراد من مناطق الجذب الثقافي خارج مكان إقامتهم وذلك لجمع المعلومات وتلقي تجارب جديدة من اجل تلبية احتياجاتهم الثقافية

يعد تطوير الثقافة السياحية أحد أهم الاختيارات الإستراتيجية الهادفة إلى تعزيز القدرة التنافسية بإتباع أساليب عملية حديثة حيث تسعى المنظمة في ظل التغيرات السريعة التي تشهدها البيئة إلى تحسين وتطوير خدماتها لجذب الزبائن وإرضائهم

إشكالية الدراسة:

وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما مدى تأثير العلاقات العامة في زيادة تنمية الثقافة السياحية في مؤسسة موسنا لاند ؟

التساؤلات الفرعية:

ما هي العلاقات العامة ؟

ماذا يقصد بالثقافة السياحية ؟

ماهي الطرق التي تعتمدھا حظيرة موسطا لاند بولاية مستغانم في بناء العلاقات العامة لتنمية الثقافة السياحية ؟

الفرضيات:

مساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة الخدمة في مؤسسة موسطا لاند

دور العلاقات العامة في تطوير الثقافة السياحية في مؤسسة موسطا لاند

أهمية الدراسة :

المكانة التي تحتلها العلاقات العامة في القطاع السياحي

التعرف على أهمية العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية

تسليط الضوء على مدى اعتماد مؤسسة موسطا لاند على العلاقات العامة

أهداف الدراسة:

التعرف على الثقافة السياحية من قبل حظيرة موسطا لاند بولاية مستغانم

دور العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية

منهج الدراسة :

اعتمدنا في معالجتنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي وهذا بتقديم مختلف التعاريف والمفاهيم وهذا لكونه يصف واقع ومكانة العلاقات العامة في الثقافة السياحية ومعرفة الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة كما يصف مدى اعتماد المؤسسة بتطويرها من طرف العلاقات العامة

أدوات الدراسة :

لقد اعتمدنا في دراستنا على مصادر للحصول على كافة المعلومات المطلوبة

المصادر الثانوية:

تم الحصول على بعض المعلومات من الكتب باللغة العربية ومذكرات و مجلات والمواقع الالكترونية التي تناولت موضوع الدراسة

المصادر الأولية :

المقابلة الشخصية ، وكانت مع مديرة حظيرة موستا لاند

المصطلحات والمفاهيم :

العلاقات العامة: هي سمعة وقيمة وبناء علاقات للشركات أو الأفراد على حد سواء

السياحة : مجموعة من الأعمال والوظائف التي تخدم السياح وتساهم في توفير أماكن إقامة وسائل النقل وتعتبر وسيلة من وسائل النقل

الثقافة : تدل الثقافة على مجموعة من السمات التي تميز أي مجتمع عن غيره منها ، الفنون والموسيقى التي تشتهر بها والدين والأعراف والثقافة السائدة كالقيم وغيرها

الثقافة السياحية : هي انتقال الأفراد إلى مناطق الجذب الثقافي خارج مكان إقامتهم لجمع المعلومات وتلقي تجارب جديدة.

صعوبات الدراسة:

قد واجهنا بعض العراقيل في الأعداد لهذه الدراسة

عدم الإجابة عن بعض الأسئلة بشكل موسع

مسافة البعد بين مؤسسة مستا لند ومكان إقامتنا

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية

تناسق موضوع الدراسة مع تخصصي

الميل الذاتي والاهتمام بالموضوع

أهمية القطاع السياحي

أسباب موضوعية :

التوافد الكبير للسياح لولاية مستغانم

إقبال كبير للجمهور الخارجي لمؤسسة مستا لاند من كل الولايات حتى خارج البلاد

مكانة العلاقة العامة في تنمية الثقافة السياحية .

حدود الدراسة:

1- البعد الموضوعي في الجانب النظري ، سلطنا الضوء في هذه الدراسة لمختلف الجوانب المتعلقة بالعلاقات العامة والثقافة السياحية وتطرقنا إلى تنمية الثقافة وفي الجانب التطبيقي تطرقنا إلى المقابلة لمعرفة مدى أهمية العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية.

2- البعد الزمني : امتدت فترة إعداد هذه الدراسة من : 2022/02/20 إلى

2022/05/05

3- البعد المكاني : قمنا في الدراسة النظرية على جمع المعلومات من شتى ومختلف المراجع كما تمت الدراسة الميدانية في مؤسسة موستا لاند " مستغانم "

هيكل الدراسة :

- لدراسة هذا الموضوع قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة فصول ، فصلين مخصصان للجانب النظري والفصل الثالث والأخير مخصص للجانب التطبيقي
- يتضمن الفصل الأول مدخل للعلاقات يتناول فيه ستة مطالب بالتطرق إلى نشأة وتطور العلاقات العامة ، مفهوم وأهمية وأهداف العلاقات العامة ، كما تطرقنا إلى وظائف العلاقات العامة ووسائل الاتصال في العلاقات العامة
- وفي الفصل الثاني تطرقنا إلى الثقافة السياحية ويتضمن نشأة ومفهوم السياحة ، تعريف الثقافة السياحية وأنواعها، نبذة عن الثقافة السياحية ومبادئها ، أنواع الثقافة السياحية وطرق تطوير الثقافة السياحية .

وفي الفصل الثالث: الجانب التطبيقي والذي يبرز أهمية العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية ولاية مستغانم اعتمدنا على مؤسسة موسّتا لاند في هذه الدراسة وتطرقنا في هذا الفصل الى تعريف حظيرة موسّتا لاند ، الهيكل التنظيمي لحظيرة موسّتا لاند وفي الأخير تطرقنا إلى المقابلة والتحليل.

الدراسة السابقة :

- دلال بو لغوس ، مسعود نويصر بعنوان إسهام العلاقات العامة في تطوير الخدمات السياحية ، دراسة حالة فندق الجزيرة بولاية جيجل مذكرة لنيل شهادة الماستر جامعة جيجل
- عمراوي أسماء ، حقاني حليلة بعنوان دور العلاقات العامة في الترويج السياحي ، وكالة نجمة للسياحة والإسفار بمستغانم – نمو ذجا – مذكرة لنيل شهادة الماستر جامعة مستغانم
- نوانا عبد الله الزين ، عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية ، دراسة تقييمية في الأردن ، مذكرة لنيل الماجستير جامعة الشرق الأوسط.

الفصل الأول مدخل للعلاقات العامة

تمهيد:

تقوم العلاقات العامة بالتعريف بأنشطة المؤسسة وتمهد لاستقبال المعلومات من الجمهور ليعمل من خلال هذه المعلومات على تطوير الجهاز ، وكما أن لها دور في تلبية رغبات وحاجات الجمهور الداخلي من نواحي مختلفة فيما يتعلق بثقافة النشأة وخلق صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي.

لهذا سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى أهم ما في العلاقات العامة من خلال التطرق إلى نشأتها ، مفهومها وظائفها ، خصائصها ، أهميتها ، أساليبها ، أهدافها ومجالاتها .

نشأة العلاقات العامة :

إن نشاط العلاقات العامة بإطاره العام نشاط قديم جدا إلا أنه يمكن القول بان جذور العلاقات العامة بشكلها ومعناها الحديث تعود إلى عام 1802 ، حيث يذكر أن الرئيس الأمريكي الثالث توماس جيفرسون أول من استخدم اصطلاح العلاقات العامة في رسالته السابعة الى الكونغرس ، وأشار آخرون إلى ذلك في عام 1807 كما أن هناك من ذكر أن أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة هو المحامي الأمريكي دورمان ايتون وذلك في عنوان محاضراته " العلاقات العامة وواجبات المهن الشرعية عام 1906 وكذلك في عام 1913 من خلال أحاديث مديري شركات السكك الحديدية في بلتمور وأوهايو حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة وهناك من يرى أن أول من استخدم تعبير العلاقات العامة هو تيودور فيل ، رئيس شركة الهاتف والتلغراف الأمريكية عام 1908 حيث ظهر هذا التعبير على رأس تقرير الشركة المتضمن تأكيد حرص الشركة على مراعاة مصالح الجماهير وتجنب ما يتعارض مع هذه المصالح¹

يجد الباحث أن العلاقات العامة كنشاط قد مورس منذ قديم الزمان أي مرتبط بتاريخ الإنسان ووجوده فلقد مرت العلاقات العامة بعدة مراحل شهدت خلالها تطورا مذهلا وهي كالآتي.

أولا العلاقات العامة في المجتمعات البدائية:

لقد كانت القبائل في المجتمعات البدائية تهتم بإقامة علاقات بينها وبين القبائل الأخرى درعا للحروب وان تقوم في الاتصالات الودية لإقامة الصلح بينهم ولذلك بين القول أن الاهتمام بنشاط العلاقات العامة قد وجد منذ أن وجد الإنسان فقد احتاجت القبائل البدائية إلى إعلام من أجل رعاية مصالحهم والحفاظ على بقائها قد كان رئيس القبيلة من يقوم بحشد الرأي العام عند الحاجة إلى ذلك ثم اسند إلى شخص متخصص يجيد الفنون مثل الأطباء²

¹ عبد الناصر أحمد جردات ، لبنان هاتف الشامى ، امس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، 2009 ، ص 27-28

² عبد صبطي ، كلثوم مسعودي ، مدخل للعلاقات العامة ، دار الحمونية ، الجزائر 2010 ص 11

ثانيا العلاقات العامة عند المصريين : قد تم ممارسة بعض العلاقات العامة عند قدماء المصريين حيث كانوا كهنتها يهتمون بالاتصال بالأهالي في كافة المناسبات فيقوم الكهنة بإبلاغ الأحكام الإلهية للناس كما ينقلون إلى الملك مصالحهم التي يمكن للشعب التعرض لها كما كانت الدولة تهتم بتسجيل ووصف الانتصارات العربية والبعثات التجارية والمشروعات الكبرى في حياة المجتمع وذلك كان بهدف الإعلام لكسب تأييد الجماهير وإقناعهم بأن الحاكم في خدمة الشعب

ثالثا العلاقات العامة في عصر الحضارة البابلية والأشورية :

أدرك البابليون والأشوريون بعض مفاهيم العلاقات العامة حيث كان لملوك بابل صحف تسجل فيها الحوادث اليومية كما توجه عن طريقها التعليمات حيث كان الملك حمورابي يدعو عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وبذلك يذيع أوامره وتعليماته في حضوره هذا العدد الكبير من المسؤولين ويضمن بذلك وصول تعليماته إلى كافة أنحاء العالم

رابعا العلاقات العامة عند الرومان واليونان :

لقد استخدم اليونان الخطابة والمناقشات كوسيلة إعلامية للتأثير في الناس وبذلك أولوا اهتمامهم بنشاط العلاقات العامة بتطوير الإعلام والنشر وطرق التأثير على الناس حيث كانوا يعتمدون على ثقة الجمهور وتأييده وهم أكثر اتصالا بالجماهير عكس الحضارات الأخرى البابلية والأشورية التي كانت تسلط الضوء على الملوك فقد نصت العلاقات العامة خاصة بعد ظهور المبادئ الديمقراطية خاصة اليونانية حيث اهتموا كذاك بالاتجاهات السائدة وميول الناس وتقاليدهم.¹

¹ عمر اوي أسماء ، حقاني حليلة ، دور العلاقات العامة في الترويج السياحي وكالة " نجمة " للسياحة والأسفار مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة عبد الحميد ابن باديس ، ولاية مستغانم 2016/2017

خامسا العلاقات العامة في العصور الوسطى:

كانت أوروبا في العصور الوسطى تعاني من ظلم الملوك و طغيان رجال الدين فقد أطلق عليها بالعصور المظلمة ، حيث كانت العلاقة بين الملوك والإجراء تقوم على النظام الإقطاعي وكان ذلك نتيجة الجهل والفساد والتعصب الديني ومنذ الثورة البروتستانية عملت الكنيسة الجديدة على إخراج مختصين في الدعوة الدينية والتبشير عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك ومن هنا بدأ الاهتمام يتجه نحو العلاقات العامة مكن استخدامها في المجالات الدينية بجانب الحالات الاقتصادية والسياسية عن طريق الكتاب والمؤلفين وغيرهم مما ساهموا في نشر الإعلام لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم

سادسا العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية : تطورات كثيرة من بينها مفهوم العلاقات العامة والأساليب والوسائل التي تستخدم فيها وذلك بفضل تعاليم الإسلام كالشورى والكرم والإنسانية في معاملة الناس فالفكر الإسلامي له منهجه الخاص بالإعلام يستمد أصوله من القرآن الكريم والسنة

سابعا العلاقات العامة في العصر الحديث : ويعود تاريخ العلاقات العامة الحديثة إلى سنة 1807 إذ يعتبر الرئيس الأمريكي توماس هيفرسون هو من استخدم لأول مرة مصطلح العلاقات العامة في تصريح له موجه إلى الكونغرس و به يمكن القول أن العلاقات العامة نشأت في "الوم أ" مع بداية القرن العشرين بعد أن مهدت لها نشاطات أخرى ، يعتبر " ايڤلي " المؤسس الحقيقي للعلاقات العامة الحديثة¹

¹عمر اوي أسامة ، حقاني حليلة ، مرجع سابق

مفهوم العلاقات العامة :

لقد استخدم اصطلاح العلاقات العامة في أواخر القرن التاسع عشر ، إلا أنه أصبح شائعاً بمعناه الحديث في منتصف القرن العشرين وذلك من الناحيتين النظرية والتطبيقية، وقد تمثل ذلك في العديد من الدراسات والمؤلفات العربية والأجنبية وفي اتساع ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات العامة والخاصة في أنحاء العالم¹

- تعد العلاقات العامة بمفهومها الحديث من الوظائف الإدارية الحديثة التي أملت لها عوامل وتطورات العصر الحديث مثل التقدم العلمي و الثورة التكنولوجية وغير ذلك من العوامل بحيث توفر العلاقات العامة أساليب ووسائل اتصال مناسبة لكل القطاعات ولكل الفئات المعنية أو المستهدفة من عمل العلاقات العامة ، لذلك فإن العلاقات العامة كأساليب ووسائل وتقنيات وأهداف ما تزال تشهد تطورات و تعديلات عديدة لتستطيع مواكبة التطورات الكبيرة في العلم وفي التكنولوجيا وفي الوعي والتعليم وغير ذلك من التطورات ويشير سمير حسين إلى أن باب الاجتهاد النظري والتطبيقي ما يزال مفتوحاً أمام المزيد من تطوير أساليب الممارسة وطرائقها ، وصقل المفاهيم النظرية للعلاقات العامة في ضوء الممارسة .
- تشكل العلاقات العامة حلقة الوصل ما بين المؤسسة والجمهور ، فالمؤسسات اليوم بجميع أنواعها تبذل كل الجهود لتكون سمعتها جيدة لدى جمهورها ولتكتسب رضاه وتعاونها معها²
- ويعرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة : بأنها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة والتي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها
- كما تعرفها الجمعية الفرنسية أنها مجموعة الوسائل التي تستخدمها المؤسسة لخلق جو من الثقة لدى الموظفين والهيئات المتصلة بها¹.

¹نواف عبد الله الزين ، عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الأردن " دراسة تقييمية " مذكرة مكملة لنيل

الماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط 2011

²برغوث علي " الوظائف المستحدثة للعلاقات العامة في ضوء العولمة وثورة المعلومات " مؤتمر العلاقات العامة ، في ظل ثورة المعلومات ، جامعة الشارقة 2004، ص2

وجمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت أنها نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جديدة بينها وبين جمهورها كالعلماء والموظفين والمساهمين والجمهور العام²

ويعرفها البعض بأنها الأنشطة التي تقوم بها المنظمة الإدارية التي تتولى تقييم الاتجاهات العامة وزيادة الإنتاج بشكل مباشر أو غير مباشر وهي فن تحليل الاتجاهات وتنفيذ برامج مخططة تخدم مصالح المنظمة والصالح العام ولها تأثير قوي داخل المجتمع وذات قواعد وأصول وتهتم بأوجه النشاطات التي تهم المجتمع

كما عرف الدكتور عادل حسن العلاقات العامة بأنها وظيفة من وظائف الإدارة تهدف إلى تقدير أهمية الرأي العام وترمي إلى تخطيط وتنظيم الجمهور لتوضيح معالم سيادتها وحقيقة أهدافها للأفراد العاملين بها وال جماهير التي تتعامل معها والمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه لغرض إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهم

تعرف العلاقات العامة بأنها وظيفة الإدارة التي تساعد في تأسيس خط متبادل وتفاهم وقبول وتعاون بين المؤسسة وجماهيرها وتتضمن إدارة المشكلات والقضايا وتساعد الإدارة على التواصل والتعاطي مع الرأي العام

العلاقات العامة هي فن الحصول على رضا الجمهور وتأييده والوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافيين³

¹ درود عثمان شرياتي ، واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية ، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الخليل ، 2011 م

² درود عثمان شرياتي ، مرجع سبق ذكره ، ص 13-14

³ دلال بولفوس مسعودة نويصر ، إسهام العلاقات العامة في تطوير الخدمات السياحية ، دراسة حالة فندق الجزيرة بولاية جيجل ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات ، جامعة جيجل 2013/2014

كما تعرف بأنها كل الأنشطة التي تسعى إلى خلق علاقات طيبة وإيجابية بين المنظمة والقطاعات وجمهورها المختلف سواء كان هذا الجمهور داخل المنظمة أو خارجها وتعرف أيضا أنها مجموعة الجهود الواعية المخططة والمتابعة التي تهدف إلى إقامة العلاقات وتنمية الفهم والثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها المختلفة

تعريف الدكتور على عجوة " إن العلاقات العامة هي الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع

تعريف الدكتور إبراهيم إمام علم العلاقات العامة هو العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أساس من التعاون والمحبة¹

إن المتفحص لمفهوم العلاقات العامة يجد أن هذا المفهوم غير ثابت ويدور حوله جدل كبير ، لذا فإن حصره في تعريف موحد جامع بعد ضربا من المستحيل ، يقول جرادان والشامي في كتابهما " أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق " إنه لا يوجد تعريف جامع للعلاقات العامة ، إلا أنهما يريان أن العلاقات العامة وظيفة مهمة للمؤسسة تعمل على توثيق علاقتها مع الجمهور الداخلي والخارجي لخلق صورة طيبة في أذهان الجمهور وفق التعامل الإنساني والأخلاقي السليم من خلال وسائل الاتصال والإعلام المتاحة وهي التي تنتقل بأمانة آراء الجمهور ورغباته إلى إدارة المؤسسة فهي عملية اتصال ذات اتجاهين وهذا ما أيده رشوان في كتابه " العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع حين قال " من الصعب أن نضع تعريفا شاملا جامعاً مانعاً لمصطلحات العلوم

¹وليد مرزرق الفضيلي ، الدور التوعوي والارشادي لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الإدارة العامة للإطفاء ، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط

الاجتماعية لأنها حسب قوله تفتقر إلى لغة علمية وإلى القدرة على تحديد المفاهيم والتضييق الجيد حتى تصبح علوما كسائر العلوم الطبيعية¹

في حين لا تجد العلوم الطبيعية أي تعارض في تعريف مصطلحاتها

لقد اختلفت تعاريف العلاقات العامة باختلاف العلوم الاجتماعية بحيث التعريف الذي يعطيه علم الاقتصاد يختلف عن التعريف الذي يعطيه علم النفس وتختلف عن التعريف الذي تعطيه مختص في السياسة أو في الاجتماع ولهذا لا يمكن أن نجد تعريف شامل وعام للعلاقات العامة بل هناك عدة تعاريف نذكر منها المعهد البريطاني " يعرف بأنها جهود مخططة مرسومة يقصد منها²

إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها أما الجمعية الدولية للعلاقات العامة فتعتبر أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخطط لها تسعى للمنشآت العامة والخاصة

كما قام ريكس هرلو REX HARLOW بدراسة مسحية لتعريفات العلاقات العامة فإنه يشتق منها التعريف الشامل التالي للعلاقات العامة هي وظيفة مميزة للإدارة تساعد وتحافظ على خطوط الاتصال المتبادل

ينبغي التأكيد على أن العلاقات العامة علم مرتبط ارتباطا وثيقا وهو مجموعة من العلوم الاجتماعية ، حيث استعان بتطوره بعلم النفس وعلم الاجتماع وعلم الاقتصاد وعلم الإدارة وعلم الاتصال وغيرهما من العلوم التي تتعرض لفهم ودراسة السلوك البشري أفرادا وجماعات ، لقد أتاحت هذه العلوم للعلاقات العامة فرصة التأثير على السلوك الإنساني وتعديل اتجاهاته من خلال الاستمالة والترغيب والاقتناع وكافة الوسائل المشروعة³

أهمية العلاقات العامة:

¹ جاسم رمضان الهلالي ، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية ، عمان ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، 2012 ، ص 39-40

² أسماء بركات ، دور العلاقات العامة في الترويج السياحي ، مجلة الاقتصاد الجديد العدد 12، المجلد 01، 2015 ص 298

³ رافع أحمد أبو الرين دراغمة دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة " دراسة مسحية مقارنة " قدمت هذه الأطروحة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة ، كلية الصحافة والإعلام ، جامعة لاهاي 2011 ص12

إن حاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة في عالم اليوم أصبح ضروريا حيث أن هذا النشاط يدرس سلوك الأفراد والجماعات ويتعرف على الرغبات والمؤثرات والعوامل المحركة لهذا السلوك ويعمل على الاتصال الصادق السليم ذي الاتجاهين بهدف تنظيم العلاقات بين طرفين على أسس من الثقة والتفاهم المتبادل حتى يتم الانسجام بين خلايا المجتمع

ومع ازدياد أعداد المؤسسات والتوسع الكبير في أحجامها وتداخل المفاهيم كانت الضرورة لإقامة إدارة العلاقات العامة من أجل تفسير المصطلحات والرد على الشبهات والقيام بدور التواصل بين المجتمعات والفئات والشركات العاملة فيها ولا شك أن التطور الصناعي والتكنولوجي القائم على الإنتاج الكبير والذي يستلزم أسواقا كبيرة للتصريف في ظل سيادة المنافسة الشديدة وتطور وسائل الإعلام والإعلان والترويج والدعاية قد شكل عاملا ضاغطا على وحدات العلاقات العامة على وحدات العلاقات فأصبح لابد للشركات والمؤسسات المنتجة والمسوقة من وسائل وأساليب تستطيع من خلالها وبواسطتها كسب ثقة جمهور المستهلكين

ومما ضاع من أهمية العلاقات العامة في حياة الأفراد والمنظمات على حد سواء اتساع نطاق ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي جعلت عملية الحصول على البيانات والمعلومات أمرا سهلا للغاية علاوة على الكثير من القوانين والتشريعات التي صدرت في العديد من بلدان العالم وجعلت الحصول على المعلومات حقا من حقوق الأفراد ويمكن أن تتلخص أهمية العلاقات للمنظمات على النحو الآتي

1- تسعى العلاقات العامة في المنظمات إلى إقامة علاقات جيدة مع المشاهير الخاصة بالمنظمات والمحافظة على مثل هذه العلاقات وصيانتها¹

¹ نواف عبد الله الزين ، عملية العلاقات العامة في المنشآت السياحية في الاردن مرجع سابق ص 27-28-19

- 2- تعمل على تحسين صورة المنظمات لدى جماهيرها بشكل مستمر مما يسهم في تكوين سمعة جيدة سواء لمنتجات أو خدمات هذه المنظمات
- 3- تعزز ثقة العاملين بالمنظمات بزيادة ارتباطهم بها وتفهمهم لأهدافها وأنظمتها
- 4- تزيد من ثقة الجماهير الداخلية والخارجية للمنظمات وبخاصة الجماهير الأساسية من مساهمين ومهتمين وذلك عن طريق إضافة علاقات جيدة معهم وتقبل اقتراحاتهم وتزويدهم بالمعلومات اللازمة التي تسهم في إدخال الطمأنينة إلى قلوبهم حول مسيرة المنظمة
- 5- تعمل على ترسيخ الثقة بين أي منظمة والمنظمات التي تتعامل معها وبخاصة المنظمات المالية التي تقدم التمويل والإقراض للمنظمة وهي بذلك تمنح المنظمة ميزة تنافسية
- 6- تسهم في إقامة علاقات جيدة مع الموردين لضمان الحصول على احتياجات المنظمة وبخاصة في وقت الأزمات أو للحصول على أفضل الشروط لدى توقيع العقود مع الموردين
- 7- تضمن الحصول على التغذية الراجعة الناتجة عن ردود فعل جماهير المنظمة واتجاههم ، إذ تقوم العلاقات العامة بإبلاغ ردود الفعل هذه للإدارة العليا للمنظمة وإحاطتها بكل المستجدات المتعلقة بجمهورها العام
- 8- أهداف العلاقات العامة : إن الهدف الأساسي الذي تدور حوله أنشطة العلاقات العامة هي أن تكون صورة طيبة ومحبة لمنشأة لدى الجمهور ، من أهم تلك الأهداف نذكر ما يلي
 - بناء اسم وسمعة وشهرة طيبة لمنشأة عند الجماهير التي تتعامل مع المنشأة
 - ضمان توظيف أفضل للعناصر البشرية في المنشأة وذلك سعياً لجمع أكبر الكفاءات من أجل الالتحاق بالمنشأة ، إذا ما اشتهرت تلك المنشأة بسمعة جيدة¹

¹صالح ليري ، مدخل العلاقات العامة الطبعة الأولى ، الكويت ، 2005 ص 21، 22

مساعدة إدارة البيع على زيارة مبيعات المنشأة وتحسين خدمات الجمهور ودعم سمعتها

- الحصول على رضا المجتمع واعتراف الرأي العام وكسب تأييده ومحاولة جعل جمهور المنشأة متفهماً لخططها وسياساتها وخلق الانطباع المناسب والجيد عن المنشأة لدى ذلك الجمهور
- للعلاقات العامة دور فعال في خلق الصلات الطيبة وتكوين السمعة الحسنة وهي تتميز بأنها اتصال ذو اتجاهين لغرض أحداث التجاوب الفعال من خلال الاهتمام برغبات وآمال ووجهة نظر الجماهير ونقلها لإدارة المؤسسة من جهة ومن جهة أخرى نقل أهداف وخطط ونشاط المؤسسة إلى جمهورها ، سواء كان جمهوراً داخلياً يشمل الموظفين والعمال الذين يعملون داخل المؤسسة أو جمهورها خارجياً ويشمل جميع المتعاملين مع المؤسسة¹
- أهداف العلاقات العامة
- تهدف العلاقات العامة إلى تحقيق الفهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها ، ومن أهم أهدافها ما يلي :
- تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق التفاهم والتوافق بين المؤسسة وجماهيرها وبين عناصر المجتمع والتنسيق بين مصالحها.
- الكشف عن اتجاهها للرأي العام الداخلي والخارجي وإعلام الإدارة العليا
- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها
- تنمية التعاون بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية
- حماية المؤسسة من أي هجوم عليها " إشاعات .. أخبار كاذبة "
- توسيع قاعدة التمويل للمؤسسة لضمان استمرارية برامجها
- التعاون بين المؤسسة والجمهور واستمرار التعاون والوصول إلى تفاهم أفضل مع أجهزة الإعلام من صحافة وإذاعة ... إلخ
- تنمية المستوى الثقافي والاجتماعي للعاملين في المؤسسة

¹ورود عثمان شرباتي، واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية ص 17/16

تهدف العلاقات العامة إلى التوعية لأهداف المنظمة وأسلوب عمل ونوع نشاطها وخططها للجماهير فالأهداف تعد مقياساً للتقويم والرقابة طالما أنها تحدد المطلوب عمله وتؤدي أيضاً إلى عمليات تعديل استراتيجيات المنظمة وهكذا فإن انعدام الهدف وعدم وضوحه يعتبر من العوامل التي تضفي مجهودات كبيرة للمنظمة¹

وظائف العلاقات العامة

- تسعى العلاقات العامة إلى القيام بالأعمال المتنوعة التي تقوم بها الإدارات الأخرى ومساعدتها فهي تقوم بمساعدة مديرية الموارد البشرية على توظيف الممتازين من العمال ، تشجع على الاتصال بين مختلف الأجهزة الإدارية وغيرها
- إنشاء الصلات الطيبة بين المستهلكين والمنظمة ، فلا شك أن المستهلك هو سيد السوق فبفضله تدور عجلة الإنتاج ، ومن خلال تشجيعه ، وإقباله على السلعة يعيش المنتج ومن ثم لابد من الاستجابة إلى رغباته فهو قوة رئيسية تؤثر في نجاح المنظمة أو فشلها
- وظائف العلاقات العامة :
- جرت عدة محاولات لمعرفة وظائف العلاقات العامة فهي وظيفة تسهل المهام لدى دوائر الحكومات ومحاوله إيجاد نوع من التعاون بين الموظفين وبين الأجهزة الحكومية وقبل التطرق للوظائف الإدارية للعلاقات العامة يمكن القول أن هناك من يرى العلاقات العامة تقوم بمجموعة من الوظائف يمكن معالجتها بثلاث محاور أساسية وهي :

أ- وظائفها بالنسبة للجمهور بصفة عامة : ومن أهمها تعريف الجمهور بالمنظمة أو إنتاجها أو خدماتها بلغة مبسطة للحصول على تأييد الجماهير للمنظمة وأنشطتها وشرح سياسة المنظمة للجمهور وإبلاغه بالتعديلات أو التغييرات التي تطرأ عليها بهدف قبوله إياها والتعاون معها مع مساعدته على تكوين رأي سليم وفي الأخير تهيئة جو صالح بين المنظمة والأفراد وبعضهم البعض داخل المنظمة²

¹ كرمية ابراهيم ، العلاقات العامة في المنظمة السياحية الجزائرية : دراسة حالة لوزارة السياحة ، مذكرة ماجستير قسم علوم الاعلام والاتصال " كلية العلوم السياسية والاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 2004/2005 ص 36 ص 38

² دلال بو لفوس ، مسعودة نوبصر ، مرجع سابق ذكره ص 25

ب- وظائفها بالنسبة للمنظمة ككل: ومن بينها مد المنظمة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام ، وحماية المنظمة ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها ، والتأكد من أن أهداف المنظمة وأغراضها وأعمالها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور

ج- وظائفها بالنسبة لإدارة المنظمة : وتتمثل في إخبار الإدارة العليا برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة ، وبحث وتحليل المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها وكذا مستعدة وتشجيع الاتصال بين الإدارة العليا والدنيا والعكس وتعمل العلاقات العامة كمنسق بين الإدارات المختلفة بالمنظمة لتحقيق انسجام بيت هذه الإدارات ، وبينها وبين الجمهور وتعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة وجميع مديري الإدارة العليا للمنظمة وتقوم بإسداء النصح للمسؤولين عند إصدار القرارات

- الوظائف الإدارية الأساسية للعلاقات العامة :

- 1- البحث : وتتمثل الدراسات والبحوث في قياس الرأي العام بين الجماهير المنظمة الداخلية والخارجية ومعرفة آرائهم واتجاههم عن طريق سبر الآراء¹
- 2- التخطيط: ويقصد به رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للنشاط من خلال تحديد الأهداف وتصميم برامج الدعاية والإعلام في الوقت المناسب وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانيات
- 3- التنسيق : وهو كل عمل أساس يهدف إلى توحيد وجهات النظر للمنشأة والاتصال مع المسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج بهدف تزويدهم بالمعلومات والأخبار والبيانات وخاصة ما يؤثر منها على سمعة المنظمة وشهرتها .

¹ محمد عبد حافظ ، العلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، جامعة الاسكندرية ط 2009/1

- 4- الإدارة : تقديم الخدمات لدى سائر الإدارات الأخرى ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة يلزم لتتقيفهم ورفع بال جماهير فهي تساعد إدارة شؤون العاملين في الاتصال بهم إعداد روحهم المعنوية وتساعد الإدارة بالاتصال بال جماهير
- 5- الإنتاج : وتتمثل تلك الوظيفة في إنتاج الأفلام السينمائية الموجهة إلى الجمهور حول نوعية إنتاج المنظمة وأنشطتها ومواقعها وإمكانياتها وتتصل بعدد من الوظائف الهامة المتعلقة بالإعلام والنشر لإنتاج الأفلام الموجهة إلى العاملين في المنظمة بغية توعيتهم بشؤون منظماتهم¹
- خصائص العلاقات العامة :
- إن العلاقات العامة ليست من الأنشطة التي لها أهمية ثانوية بل تشكل عنصرا أساسيا في الأنشطة فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث²
- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية فهي نشاط تمارسه كل إدارة ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله والوصول إلى علاقات عامة طيبة ويعتبر أحد المسؤوليات الكبرى لكل مدير في المنظمة
 - إن العلاقات العامة هي عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات وال جماهير التي تتعامل معها سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو الخارجية وكلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية واستمرارية وقوة الفاعلية بين الطرفين
 - القصدية فالعلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لأحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين مختار .

¹ على عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، الطبعة الأولى عالم الكتب ن القاهرة 2003/ص 13

² محمد منير حجاب ، العلاقات العامة في المنظمات الحديثة ، الطبعة الأولى ، دار النشر ، مصر 2007، ص 16

العلاقات العامة عبارة عن فلسفة للإدارة ، وهذه الفلسفة تقتض أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها القانون فحسب وإنما ينبغي أيضا أن تلعب دورا اجتماعيا ولهذا فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة

- الفرق بين العلاقات العامة والمفاهيم التقريبية
- إن العلاقات العامة عبارة عن وسيلة للتعامل مع الأطراف التي لها علاقة مع المنظمة لكنها ليست العلاقات الإنسانية ، أو الإعلان ، أو الدعاية ، أو الإشهار إلا أنها تتداخل فيما بينها ويصعب التفرقة فيما بينها .
- سنتطرق فيما يلي لأهم الفروق ما بين العلاقات العامة والمفاهيم التقريبية لها ¹
- 1- الفرق بين العلاقات العامة والدعاية :
- تعرف الدعاية بأنها النشر المجاني لأمر تتعلق بأنشطة منظمة ما أو سياستها ، وتستهدف الدعاية حمل المعلومات المقنعة عن منظمة ما إلى جماهير محددة سلفا ، ثم العودة بردود الفعل التي صاحبت ذلك.
- يوجد هناك من يخلط بين العلاقات العامة والدعاية ويرجع هذا الخلط إلى اتجاه أهدافها ، والدعية هي الاتصال بالرأي العام ومحاولة بلورنه وتعديله والتأثير فيه ، فالدعاية هي أحد أنواع الاتصال والتأثير يمكن القول أن العلاقات العامة تعتمد على الإعلام الصادق ونشر الحقائق والمعلومات بأمانة ودقة كبيرة وسنبين في الجدول الموالي أهم الفروق الجوهرية بين العلاقات العامة والدعاية

¹ دلال بولفوس ، مسعودة نويصر ، مرجع سابق ص 17

الفرق بين العلاقات العامة والدعاية¹

العلاقات العامة	الدعاية
تقوم بنشر الحقائق والمعلومات بأمانة إعلام صادق تساعد على تثبيت الأخلاق والمبادئ تعطي حرية الاختيار توصل المعلومات إلى الفرد وتسعى للتصرف على ردود الفعل فلسفة منبثقة عن الديمقراطية تستعمل جانب التفكير الهادئ بلا تعصب تهدف إلى الصالح العام تضم الجانب الإنساني في المقام الأول	تخفي الحقائق وتنتشر المعلومات إعلام مشوه بنشر الأكاذيب تهدم المبادئ وتهدم الأخلاق تستعمل وسائل الضغط والسيطرة في اتجاه واحد لا اعتناق فكرة أحادية الجانب تغير الأفكار بشكل ديكتاتوري تعتمد على إثارة التعصب والغوغائية تهدف إلى المنفعة من جانب واحد ليس للإنسانية أي اختيار في سياستها

- وسائل الاتصال في العلاقات العامة

- العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية

العلاقات العامة إطار عام يشمل في طياته العلاقات الإنسانية التي تعتبر جزءا من العلاقات العامة فهي تشمل العلاقة المنظمة مع الجمهور الداخلي والخارجي وقد ظهر مصطلح العلاقات الإنسانية ليشير إلى العلاقات التي تهتم بالجمهور الداخلي أي العاملين في المنظمة وبذلك أصبح مداول العلاقات العامة

¹دلال بولفوس ، مسعودة نوبصر ، مرجع سابق ، ص 18

ينصرف في أول وهلة إلى التعامل مع الجمهور الخارجي و الاختلاف¹ هو أن العلاقات تهتم بالجمهور الداخلي فاستخدام مصطلح العلاقات الإنسانية لا يتبع لعموم أعمال العلاقات العامة و إنما يقتصر على التعبير عن التعامل مع الإنسان في محيط بيئة العمل بشكل يشعره بقيمته الفردية لما يقدمه للمنظمة مقارنة مع ما تؤديه الآلات ،ولذلك قيل عن العلاقات الإنسانية أنها الهندسة الإنسانية تهتم بالموائمة بوصفه فردا و بين المؤسسة بحيث يؤدي للمؤسسة ما يستطيعه و تؤدي له المؤسسة ما يشعره بالرضا و الطمأنينة فإن العلاقات العامة تتناول الفرد كأساس للمجموعة أي كواحد من جمهورنا سواء كان هذا الجمهور داخلي أو خارجي لتتخذ نواة لتكوين جمهور راض عن المؤسسة ومتعاطف معها

- العلاقات العامة والإعلام:

يعرف الإعلام بأنه تزويد الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم

تتحدد وظائف الإعلام بوسائله المختلفة في النقل و التعبير والتغير أو الخلق فرغم أن المادة الخام للإعلام تتكون من الحقائق والأحداث إلا أن وسائل الإعلام لا تخلق تلك الظواهر بل تنقلها إلى الآخرين وعلى هذا نجد أن الإعلام يعني نشر الأخبار والمعلومات الصادقة والآراء على الجماهير خدمة للمصالح .

¹ دلال بولغوس ، مسعودة نويصر ، مرجع نفسه ، ص 19

العامة بينما العلاقات العامة هي نشر الأخبار الصادقة والآراء وتلقي ردود الفعل من جانب الجماهير فهي عملية ذات اتجاهين ، تستخدم في نشاطها الإعلام الصادق الأمين لتبني عملية الرأي العام والتأثير فيه والتأثير به ومن هنا توجد العلاقة القوية بين الإعلام والعلاقات العامة وهي الوصول بالرسالة الاتصالية إلى الجماهير وتقبل رد الفعل من الجماهير غير أنه كلما كان الإعلام مشتملا على المعلومات الصحيحة والحقائق التي يمكن إثبات صحتها كان إعلاما سليما وقويا ومؤثرا

- العلاقات العامة والإعلان¹
- يعرف الإعلان بأنه عبارة عن وسيلة مدفوعة الأجر وغير شخصية من وسائل ترويج السلع والخدمات والأفكار
- كما يمكن تعريفه على انه وسيلة اتصال غير لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع
- وتختلف العلاقات العامة عن الإعلان في مجموعة من النقاط ويمكن توضيح أهم هذه النقاط فيما يلي :

- أ- يستعمل الإعلان للتأثير على سلوك واتجاهات الجمهور لصالح موضوع الإعلان بغض النظر عن مدى صدق وصلاحيّة المعلومات المقدمة
- ب- يركز الإعلان على تسويق السلع والخدمات بهدف زيادة المبيعات وتحقيق الأرباح دون اعتبار المنظمة التي تنتج هذه السلع أو الخدمات ، أما هدف العلاقات العامة فهو تعزيز سمعة المنظمة ومكانتها في المجتمع وتقوم بتوثيق الصلة فيما بينها

¹ دلال بولفوس ، مسعودة نوبصر ، مرجع سابق ، ص 20

ج- يقوم الإعلان بعرض الحقائق بصورة جذابة ومغرية ، ويذكر الايجابيات دون السلبيات
عكس العلاقات العامة التي تظهر المنظمة على حقيقتها وتعالج المشاكل التي تبرز بصورة
صادقة¹

د- يعمل الإعلان على زيادة الشعور بالحاجة الكامنة وخلق الرغبات المختلفة بينما تقوم
العلاقات العامة بتلمس حاجات الجماهير ورغباتهم وإرشاد المنظمة للتصرف على ضوءها
هـ- يعتمد الإعلان في نقل الأخبار والمعلومات على وسائل الاتصال المدفوعة الأجر مما
يعطيه حق التحكم في صياغة الرسائل الإعلانية ومكان ووقت عرضها عكس العلاقات
العامة التي تقوم بتزويد الجمهور بالمعلومات دون مقابل وبالتالي عدم التحكم في صياغة
وشكل الرسائل

- كما يعد الإعلان عاملاً مساعداً لبرامج العلاقات العامة واحد أساليبها يستخدم خاصة
لعرض الحقائق على الجمهور وتثقيفه ، والعلاقات العامة تستفيد من خبرة الإعلان في
ميدان البحث ودراسة الجماهير
- العلاقات العامة والشؤون العامة :
- يوجد خلط بين العلاقات العامة والشؤون العامة ، فقد سعت بعض المنظمات إلى إنشاء
أجهزة تقوم بنشاط العلاقات العامة وتطلق عليها خطأ تسمية إدارة الشؤون العامة
والشؤون العامة تعني موضوعات مختلفة تختلف باختلاف الناس وهي تعني الأمور
التي تهم الرأي العام ، مثل الأمور السياسية والحكومية والانتخابات المجالس النيابية ،
وكذلك العلاقات مع المجتمع المحلي ومشاكل الهجرة ، وسياسة الأسعار وغيرها وفي
حدود هذا المفهوم تدرس الجامعات

¹ وقنوني باية ، العلاقات العامة على سلوك المستهلك النهائي ، دراسة حالة شركة أوراسكوم ، رسالة ماجستير ، كلية
العلوم الاقتصادية ، والتسيير وعلوم تجارية ، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس ، 2007/2008 ص 82

في الخارج ضمن برامج " الشؤون العامة " المشاكل الدولية ، والموضوعات الهامة المعاصرة والعلوم السياسية والاقتصادية والإدارة العامة

- وسائل الاتصال في العلاقات العامة

أ- الوسائل المباشرة:

هي أكثر الوسائل فاعلية وتأثيرا في الجمهور لان المرسل والمستقبل يكون عادة مباشرة كما أنها تحتاج إلى مهارة خاصة وقدرات من القائمين بالاتصال المباشر حتى يكسبوا احترام وتقدير يقدم الاتصال لهم وتأخذ هذه الوسائل عدة أشكال منها تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة كذلك الاشتراك في المسابقات العامة ومنها أن تقدم المنشأة هدايا عديدة للمشاركين أيضا المشاركة في الحياة العامة مثل الاحتفالات التي تقدمها الدولة وأجهزتها لكي تشارك فيها الإدارة بمجهود ملحوظ وتساهم بعمل أو تقديم هدايا أو عمل باقات ورد أيضا خدمة المجتمع المحلي مثل إنشاء حضانة لأبناء الحي.

- كذلك رعاية العاملين بالمنشأة ففيها تقدم الخدمات في حالات العجز والإصابة وكذلك في حالات الوفيات وغيرها من المواقف التي تستدعي وقوف المنشأة إلى جوار عمالها ، كذلك تعتبر المقابلات الشخصية من بين الوسائل المباشرة ولها أصول وقواعد يجب أن يتقنها الشخص لكي يستطيع أن يقنع الطرف الآخر بما لديه ليحقق أهدافه الموجودة منها التخطيط الجيد للمقابلة وكل ما تتضمنه مختلف الجوانب.¹

¹د- مامية بن عمر وظيفة العلاقات العامة في الميدان السياحي ، مجلة علوم الانسان والمجتمع ، العدد 08 ، ديسمبر 2013 ، ص 371

ب- الوسائل المقروءة والمكتوبة :

- إن الإنتاج الفكري من خلال الكلمات لم يفقد أهميته بل على العكس من ذلك تماماً لقد أصبحت الكلمة المقروءة والمكتوبة المعبرة عن المجتمع والإنسان غير فكرية وعلمية ومعرفية يمكن أن تمتلكها الشعوب ولأهمية الكلمة في تحقيق أهداف تكنولوجيا الاتصال والإعلام والثقافة الجماهيرية أصبح قياس تفوق وكالات الأنباء العالمية وقدرتها على تغطية الأحداث والمواقف المتعددة من خلال عدد ما يمكن أن ينتجه الفريق العلمي والبحث الثقافي والإعلامي في كل وكالة دولية¹

ج- الوسائل المسموعة :

- الخبر الإذاعي هو وصف موضوعي دقيق كحدث أو رأي أو الموقف أو فكرة أو قضية تتوافر قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه إلى جمهورها والخبر الإذاعي هو أساس كافة الأشكال الإخبارية الأخرى في الإذاعة ، فعليه تقوم ومنه تستمد مضمونها وبه يمكنها الاستمرار

د- الوسائل المرئية :

- وهي التي تتمثل في الصوت والصورة معا والتي يمكن أن تظهر على شاشة التلفزيون أو شاشة السينما أو بواسطة أجهزة الفيديو كما تستخدم الأقمار الصناعية في نقل البيانات والمعلومات والأحداث العالمية التي لها تأثير على أسواق التجارة والمال.

¹سامية بن عمر ، مرجع سابق ، ص 371 ، 372

قنوات الاتصال الرديئة:

- هناك قنوات الاتصال توصل بين طرفين إلا أنها لا تحقق علاقة واضحة وسليمة بل غالبا ما تكون كاذبة أو وهمية لا تمثل الحقيقة ومن هذه القنوات البروبجندا وتطلق على الأشياء المبالغ فيها أو الدعاية الهادفة إلى إقامة صرح من الوهم والخداع حول شخص أو حدث يهتم به الناس¹

هـ- الاتصالات الداخلية والخارجية :

الفرق بين الاثنين الاتصالات الخارجية تعني خارج المنشأة وفي المجال الدولي أي خارج حدود الدولة أما الاتصالات الداخلية فهي لا تخرج عن حدود المنشأة والعاملين فيها.

¹سامية بن عمر مرجع نفسه ص 372 ، ص 373

خلاصة

وفي الأخير يمكن القول أن العلاقات العامة عبارة عن فلسفة إدارية تساعد في تحديد وإبراز هوية المنظمة وتسعى إلى القيام بمجموعة من الوظائف التي تقوم بها الإدارات ، وهذا بهدف إقامة علاقات طيبة وودية مع الجماهير الداخلية والخارجية

الفصل الثاني

الثقافة السياحية

تمهيد :

أصبحت السياحة اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية ، باعتبارها قطاعا إنتاجيا يكتسي أهمية كبيرة في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزات المدفوعات ومصدر العملات الصعبة ، وإتاحة فرص التشغيل للأيدي العاملة وهدفا لتحقيق برنامج التنمية الاقتصادية فقد ظهرت السياحة مع الإنسان وتوسع انتشارها لعدة أسباب لتظهر أنواع سياحية جديدة تلبي أغراض ودوافع إنسانية مختلفة

مفهوم السياحة

لفظ السياحة *touriste* مشتق من لفظ *tour* يعني باللغة الانجليزية رحلة يقوم بها الشخص ويعود إلى نفس النقطة التي بدأ منها أي رحلة دائرية تم التخطيط لها لزيارة عدد أماكن من أجل المتعة والاستجمام أو التعليم وخاصة خلال العطلات

- وفي اللغة العربية تعني السياحة والتنقل من بلد لآخر طلباً للترفيه أو الاستطلاع والكشف عن مناطق طبيعية أو حضارية
- ومن التعريفات المعاصرة في التسعينات لمؤتمر أوتارا بكندا جوان 1991
- السياحة هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية دون أن يكون غرضه من السفر داخل مكان الإقامة الكسب ، ويستبعد الهجرة المؤقتة لممارسة أنشطة الكسب وقد اقترح المؤتمر الأخذ بتعريف آخر للسياحة بأنها ظاهرة اجتماعية تمثل انتقال شخص أو أشخاص في مجال إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى داخل دولهم وهذه هي السياحة الداخلية أو خارج حدود حولهم وتعتبر سياحة خارجية أو دولية ، السياحة ظاهرة إنسانية تتصل بالجانب النفسي للسائح الذي يفضل زيارة دولة أو إقليم معين في دول أخرى والسياحة مظهر للتغيير في حياة السائح وهروبه من البيئة الاجتماعية إلى بيئة أخرى¹

¹ فتحي محمد الشرقاوي نزمين خطاب ، وائل أمين مبادئ علم السياحة مكتبة بستان المعرفة ، ط1 ، 2003 ص3 سائح وهروبه من البيئة الاجتماعية إلى بيئة أخرى

الغرض تجديد القيمة النفسية والمعنوية وإعادة التوازن الفصلي والعاطفي

وعنصر ساكن وهو الإقامة في المنطقة المختارة وعنصر الإنسان وفاعل حركتي الحركة والسكون وعناصر مكانية وتشمل الجوانب الجغرافية البيئية والتاريخية والحضارية وعناصر التسهيلات والخدمات السياحية وعناصر التنظيم والإدارة والنقل والواقع أن هذا التعريف جمع بين السياحة كظاهرة اجتماعية وكونها مركبة مثل النقل والفنادق ونشاط منظمي الرحلات وشركات السياحة وصناعة الماديات وغير ذلك كي تنتج كلا واحدا وهو العرض السياحي أي أن السياحة نشاط خدمي في جهة العرض يقوم على تألف عديد في الصناعات التي تنتج خدمات غير متجانسة ولكنها تتألف معا لكي تحدث الإشباع للسائحين ويلاحظ أن المنتج سياحي عبارة عن مجموعة خدمات متكاملة وتعتبر كصناعة يقوم فيها المستهلك بالانتقال بنفسه إلى المنتج من مكانه والمنتج السياحي هنا يتمثل في عوامل الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية والأثرية والتي لا تباع كالأمن خلال السياحة فعوامل الجذب لا تذر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت مع الخدمات والتسهيلات من خلال مشروعات البنية الأساسية ووسائل الاتصال والأمن ومنشآت الإقامة كالفنادق وغيرها¹

كما تطور مفهوم السياحة ومعناها مع التقدم الحضري الذي يحيى في ظله المجتمع ومن هنا ظهرت العديد من التعاريف المختلفة للسياحة من قبل الباحثين والمؤسسات الدولية والقائمين عليها كما ارتبطت بها العديد من المصطلحات

¹فتحى محمد شرقاوي مرجع سابق

- وظهور علم السياحة كعلم جديد مميز للقرن العشرين في النصف الثاني منه صاحبه غايات مختلفة لتحديد تعريف السياحة ومن أهمها نذكر:
 - غاية إحصائية : إحصاءات السياح وعدد الزيارات
 - غاية قانونية : وذلك للوصول إلى قواعد واضحة للنشاط السياحي
 - غاية علمية : من المهم تحديد ماهية السياحة وتنظيم أشكالها لكي يتسنى دراستها
 - غاية نظرية : وهي عبارة عن مجموعة من المعارف المتعلقة بالنشاط السياحي عامة
 - ومن بين أبرز تعاريف السياحة نذكر ما يلي :
- 1- تعريف أجوبة فول الألماني : عرفها في عام 1905 بأنها ظاهرة من ظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة ذات طبيعة خاصة¹
- 2- تعريف هيرمان فوت النمساوي : عرفها سنة 1910 على أنها إملاء يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية

¹ الموقع الإلكتروني : www.mawdoo.com ليوم الاثنين 2022/05/02 / 15:40

نشأة السياحة

بعد التطرق إلى مفهوم السياحة وبمعني التطرق إلى أهم المراحل التي مر بها هذا المفهوم وكان ذلك كما يلي¹

1- مرحلة الحضارة القديمة :

من المعتقد أن ظاهرة السفر المنظم بدأت في عصر الإمبراطوريات الكبرى (الفارسية ، الآشورية ، اليونانية ، المصرية ، والرومانية) في الفترة ما قبل الميلاد ببضع آلاف السنين وكان السفر خلال هذه الفترة بغرض التجارة وأداء المهام العسكرية وتتميز هذه المرحلة بمعرفة الطرق بدرجات متباينة من حيث مما أسهم في سهولة السفر و الترحال ثم الفينيقيون وهم من أشهر الشعوب القديمة التي مارست الترحال بحثا عن المعرفة والمكاسب المادية أما المصريون القدماء فمن المعتقد أنهم أول من مر في الطرق وإصلاحها

2- مرحلة العصور الوسطى : استغرقت الفترة الممتدة بين حوالي القرن الخامس

ونهاية القرن الخامس عشر الميلاديين وتسمى هذه المرحلة بالنشاط وتعدد الرحلات التي قام بها كل من الأوروبيين والعرب واقتصرت على السياحة الدينية حول المعابد المسيحية وبعد فترة من الركود الفكري والاقتصادي والسياسي في أوروبا نتيجة سيطرة الكنيسة نشطت رحلات الكشف والتي قام بها عدد من الرحالة داخل أوروبا وخارجها

3- المرحلة الحديثة : تمتد بين القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر تهدف الى

تكثيف الرحلات الكشفية لأوروبا صوب الأجزاء الداخلية من قارة إفريقيا وأيضا اكتشاف مضيق ماجلان سنة 1522 وأستراليا 1605 واكتشاف الأقاليم

¹ الموقع الالكتروني : www.magol.com يوم الاثنين 2022/05/02 ، 15:59

أنواع السياحة

- 1- السياحة الترفيهية : وهي السفر إلى الوجهات السياحية المعروفة على مستوى العالم
- 2- السياحة البيئية : السفر بهدف زيارة المحميات الطبيعية مثل المحميات الطبيعية في أفريقيا
- 3- السياحة العلاجية : السفر بهدف العلاج والاستجمام في المنتجعات الصحية في مختلف بقاع العالم كما في الهند على سبيل المثال
- 4- السياحة الدينية : السفر بهدف زيارة الأماكن المقدسة مثل مكة والمدينة
- 5- سياحة المؤتمرات : وهي الأنشطة السياحية المصاحبة لحضور المؤتمرات العالمية وهي تكون بالعواصم المختلفة حول العالم
- 6- سياحة التسوق : وهي السفر من أجل التسوق من الدول التي تتميز بوفرة في مجتمعات الشراء وجودة الأسعار ومنها في لندن وباريس فهي وجهات للتسوق والسياحة الرياضية بأنواعها
- 7- ساحة المغامرات والاطلاع على الغرائب ومراقبة السكان وعاداتهم
- 8- السياحة الرسمية : وتنقسم إلى سياحة اقتصادية من خلال المعارض التجارية والصناعية ، سياحة رسمية سياسية من خلال زيارة الوفود من أجل المشاركة في اللقاءات السياسية أو احتفالات دولية
- 9- السياحة الاجتماعية : تكون من أجل زيارة الأقارب وهي معروفة في الدول التي لها جاليات في الدول المجاورة
- 10- السياحة الثقافية : تهدف إلى زيادة المعرفة والغرض منها دراسة عادات الشعوب وتقاليدها¹

¹ عصام حسن المعيدي نظم المعلومات السياحية ، دار الراية للنشر والتوزيع الطبعة الأولى ص 111 ص 112

الثقافة السياحية

تعريف الثقافة السياحية

يتمثل التعريف القانوني للسياحة الثقافية على أنها كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث مثل المدن والمعالم التاريخية والحدائق والمباني الدينية وتراث روعي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية¹

- أما المنظمة العالمية للسياحة تعريفها هي الأخرى على أنها تنقلات الأشخاص المحفزة بالدوافع الثقافية مثل الدراسات ، الدورات الفنية التنقلات من اجل المشاركة في التظاهرات الثقافية والمواقع والمعالم الأثرية
- تعتبر السياحة الثقافية نوع من أنواع السياحة عاملها الأساسي هو وجود تراث ثقافي مادي وغير مادي
- والثقافة السياحية هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم التي تتمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتكلات والمظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح²

¹ المرجع السابق الموقع الالكتروني www.mawdoo3.com

² هناء حمدان زهران الثقافة السياحية وبرامج تميمتها ، عالم الكتاب ، الطبعة الأولى القاهرة ، 2004 ص 24

نبذة عن السياحة الثقافية

برزت السياحة كمصطلح مستقل في انجلترا عام 1811 ، المتمثل في مجموعة العلاقات والظواهر الناتجة عن السفر والإقامة خارج عن مكان العيش المعتاد لمدة لا تتعدى السنة لأغراض الترفيه ، التسلية ، إرضاء الحاجة الثقافية ولدوافع أخرى بينما ترجع إرهاصات السياحة الثقافية إلى السفر الثقافي الذي كان قائما منذ العصور اليونانية القديمة عندما كان الكثير من الطلبة اليونان يحاولون دراسة تاريخ مدينتهم فوجدوا أنفسهم ملزمون بزيارة المعالم التاريخية التي لا تزال تشهد عن الأحداث التي ميزت ماضيهم ومن بين هذه المعالم والنصب التي وصفت من طرف العديد من الكتاب خلا رحلاتهم السياحية والثقافية والاكتشافية والتي أشاروا إليها في قصص وأدلة السفر والإرشاد السياحي مثل كتاب هيرودوت *lèvre de enquêtes*

الذي كان يصف فيه برج بابل وفي العصور الوسطى ظهر السفر الثقافي الذي مثل الحج وصارت زيارة الآثار التاريخية التي كانت من أهم الأنشطة الثقافية والسياحية في تلك الفترة تعزز الممارسة الدينية وتوسع معارف النصوص المؤسسة للمسيحية والإسلام والبوذية حيث أن التردد على المناطق التاريخية الدينية مثل روما وبيت لحم وتواصل الاهتمام بنشر الديانات عبر مختلف البلدان خلال عصر النهضة ولكن في القرن 18 بدأت تسطر الخطوط الأولى للممارسات التي تعتبر الآن ركائز السياحة الثقافية وهذا ابتداء من مرحلة الجولة الكبرى وظهور المقاربات العلمية لعلم الآثار وكذلك فتح المتاحف للجماهير وكانت مرحلة الجولة الكبرى منظمة من طرف شباب من الطبقة الارستقراطية

¹ Valéry , patin , tourisme et patrimoine , paris la documentation française 2005,p10

مبادئ الثقافة السياحية :

الثقافة السياحية تقوم على مجموعة من المبادئ¹

- تعد الثقافة السياحية عملية متكاملة معرفيا وجدانيا
- على الدولة ومؤسساتها أن يهتموا بتنمية السياحة
- مشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية
- إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج التنمية الشاملة للثقافة السياحية لدفع عملية التنمية
- الثقافة السياحية تهتم بالجوانب الثقافية والاجتماعية للمجتمع
- المحافظة على البيئة والاهتمام بها
- تبقى نظرة مستقبلية من اجل ثقافة سياحية أفضل للفرد
- إشراك أفراد المجتمع والمتقنين في إعداد برامج تنمية الثقافة السياحية

أهمية الثقافة السياحية

تكمّن أهمية الثقافة السياحية في :

- فهم وتنمية التراث ، أن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري والتي تعمل الثقافة السياحية على تنميته والمحافظة عليه وتعريف المجتمع به وكيفية المحافظة عليه واستغلاله بطريقة أمثل بزيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته
- عالمية الثقافة السياحية : صارت الثقافة السياحية تقدم المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات لجميع أفراد المجتمع محليا ودوليا وذلك من خلال ما أصبح اليوم يسمى بظاهرة العولمة²

¹ هناء حمدان زهران ، المرجع نفسه ، ص 25

² هدير عبد القادر ، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها ، مذكرة ماجستير جامعة الجزائر 2005 ، 2006 ص

أنواع السياحة الثقافية

سياحة المدن الثقافية :

وهي عبارة عن جولات ثقافية في المدن التي تشمل أماكن جذب ثقافي مثل المدن التي تحتوي على مناطق تاريخية وأثرية فتكون الجولات بشكل كلاسيكي لاكتشاف معالم المدينة¹

سياحة تراثية :

وترتبط بشكل أكبر بالمدن التي تحتوي على مناطق طبيعية وهي تنتمي إلى السياحة البيئية بشكل أكبر مثل التراث المعماري أو التراث العالمي أو النصب التذكارية أو التراث الثقافي مثل الفنادق أو البنايات العامة أو المناطق التي تقدم الفنون والتراث الشعبي للمدينة والآداب التي تميزها

سياحة الأفراد والتقاليد :

وهي التي تهتم بالتعريف إلى العادات والتقاليد لمنطقة معينة والتعرف على الثقافة المحلية لها وتنوع السكان فيها وأنماط الحياة المختلفة لهذه المنطقة

سياحة دينية :

وهي التي تهتم بزيارة الأماكن الدينية في كل منطقة سواء كان ذلك لأهداف دينية أو لأهداف غير دينية

المهرجانات السياحية

وهي تشمل حضور الفعاليات الثقافية أو المهرجانات أو الفعاليات الموسيقية أو معارض الفنون في المناطق المختلفة حول العالم

السياحة الإبداعية

وهي تشمل حضور الفعاليات الثقافية التقليدية أو الأنشطة الفنية أو الصناعات الثقافية أو أنشطة الإنتاج السمعي البصري لمنطقة معينة

¹ المرجع السابق ، ¹ الموقع الإلكتروني : www.magol.com يوم الأربعاء 2022/05/04 ، 15:59

طرق تطوير الثقافة السياحية

- توافر الموارد السياحية المناسبة بدون هذه الأشياء ذات الطبيعة التاريخية والثقافية فإن أي محاولات لتطوير نوع السياحة التي تهتم بها محكوم عليها بالفشل
- المعالم الأثرية : تلال، مدافن ،موقف سيارات، رجل قديم، بقايا الهياكل المعمارية القديمة
- المعالم التاريخية : المنازل والمباني المرتبطة المتعلقة¹
- المعالم المعمارية : أنواع مختلفة من الهياكل ذات مزايا معمارية معينة تعكس سمات بعض الأساليب المعمارية الكلاسيكية ، أسلوب الحداثة البنائية... الخ
- آثار التخطيط الحضري مناطق حضرية ذات قيمة جمالية عالية
- المعالم الأثرية للفنون : منحوتات في الشوارع والميادين وعناصر الزخرفة الداخلية لبعض المباني
- مراكز الفنون والحرف الشعبية : الاهتمام بزيارة هذه المراكز مرتفع للغاية يمكن للسائح دراسة التقنيات التقليدية وزيارة المتاحف التي أنشأتها شركات الحرف اليدوية

¹ الموقع الإلكتروني www.mawdoo3.com 16:00/2022/05/03

الفرق المسرحية والموسيقية

وفي الوقت الحالي تعتبر هذه الفئة هي الأكثر قدرة على إقامة الأنشطة الثقافية التي ترتبط بالنشاط السياحي في الدول المختلفة ويعتبر التراث الاجتماعي والأدبي والموسيقى من أهم الموارد الثقافية السياحية الحية التي تعتبر واقع البلاد والذي يمكن التعريف به من خلال إقامة الحفلات والعروض المسرحية في المناطق الأثرية التاريخية¹

المعارض

وخاصة التي تقوم على عرض الصور والمعالم السياحية الخاصة بكل دولة فهي تساعد على خلق تفاعل مع المشاهدين وتحفيزهم على زيارة الدولة بناء على القنوات التي يكونها من خلال مشاهدته للصور

المؤتمرات

الحلقات الدراسية والمهرجانات التاريخية وحفلات الفولكلور الشعبي والاحتفالات الدينية والفنية وغيرها فكل هذه العوامل تعتبر من محفزات السياحة الثقافية وتشغل اهتمام الكثير من الدول لكونها من أهم عوامل الترويج السياحي ومصادر دعاية في غاية الأهمية لكل دولة

¹ الموقع الإلكتروني www.mawdoo3.com 18:00 / 2022/05/05

العلاقات العامة السياحية

إن السياحة وحدة تتكون من أجزاء وأنظمة فرعية تتداخل وتتبادل العلاقات فيما بينها وتعتمد كل منها على الآخر بشكل متكامل لتحقيق أهداف النظام السياحي الذي يشمل عدة أنظمة فرعية أهمها:¹

- السياح
- الأجهزة الرسمية
- المنشآت السياحية التي تقدم الخدمة للسائح
- أماكن الزيارة
- الخدمات المختلفة
- الجماهير التي ترتبط بالأنشطة الفرعية ولها تأثيراتها
- البيئة الخارجية التي تخرج عن سيطرة وأجهزة السياحة الرسمية ورقابتها
- نقصد بالعلاقات العامة في مجال السياحة بأوجه النشاط المرسومة والمستمرة لإيجاد وتحسين واستمرار التفاهم المتبادل بين المهتمين والمثقفين بالسياحة في بلد ما أو بين بلدين أو أكثر مما يتيح تكوين والمحافظة على السمعة والصورة الطيبة للدولة السياحية من أجل تحقيق أهداف زيادة عدد السياح في الاتجاهين أو أحدهما .

¹ نواف عبد الله الزين ، مرجع سابق ، ص 29 ، ص 30

خلاصة

إن تنمية الثقافة السياحية يكون عن طريق تطوير مجموعة من الأساليب في تقديم المنتجات السياحية للسياح والتي تمر بعدة مراحل لها دور أساسي في تطوير الثقافة السياحية

الفصل الثالث دراسة ميدانية
في مؤسسة موستا لاند
بولاية مستغانم

تمهيد

تعتبر العلاقات العامة نشاط يقوم على تحسين وتوطيد العلاقة مع الأطراف والزبون ولذا تبرز أهمية سعي المؤسسات الترفيهية الجزائرية بتطوير خدماتها السياحية ومن اجل معرفة دور العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية قمنا بإجراء دراسة ميدانية في مؤسسة موستا لاند ، قمنا بتعريف ولاية مستغانم ، عرفنا مؤسسة موستا لاند ، الهيكل التنظيمي للمؤسسة ، الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة ، في الأخير قمنا بالمقابلة والتحليل

تعريف ولاية مستغانم

1- التقسيم الإداري

- ولاية : مستغانم

- دائرة : مستغانم

2- خصائص جغرافية

- المساحة 20 كلم²

- ارتفاع : 104م

3- عدد السكان 2018-

- المجموع 395.000

مستغانم مدينة جزائرية ساحلية تطل على البحر الأبيض المتوسط وعاصمة ولاية مستغانم بلغ عدد السكان أكثر من 445 ألف نسمة سنة 2018 وبذلك تعد ثاني أكبر مدينة في الغرب الجزائري ورابع أكبر مدينة ساحلية في الجزائر وهي مرفأ على خليج أرزيو تزخر المدينة بثاني أكبر ميناء في غرب الجزائر الذي يعد من أهم الموانئ في الجزائر وشمال إفريقيا اقتصادها قائم بشكل كبير على السياحة حيث تعد من الوجهات السياحية في الجزائر وبشكل أقل على النقل البحري والصيد البحري وكذا التجارة وتعد المدينة التوأم لمدينة بجاية في نظر أغلب المؤرخين والجغرافيين ، تعتبر قطب ثقافي وحضاري هام في المغرب العربي نظرا لتاريخها الكبير وتعاقب الحضارات عليها

تعريف مؤسسة موستا لاند

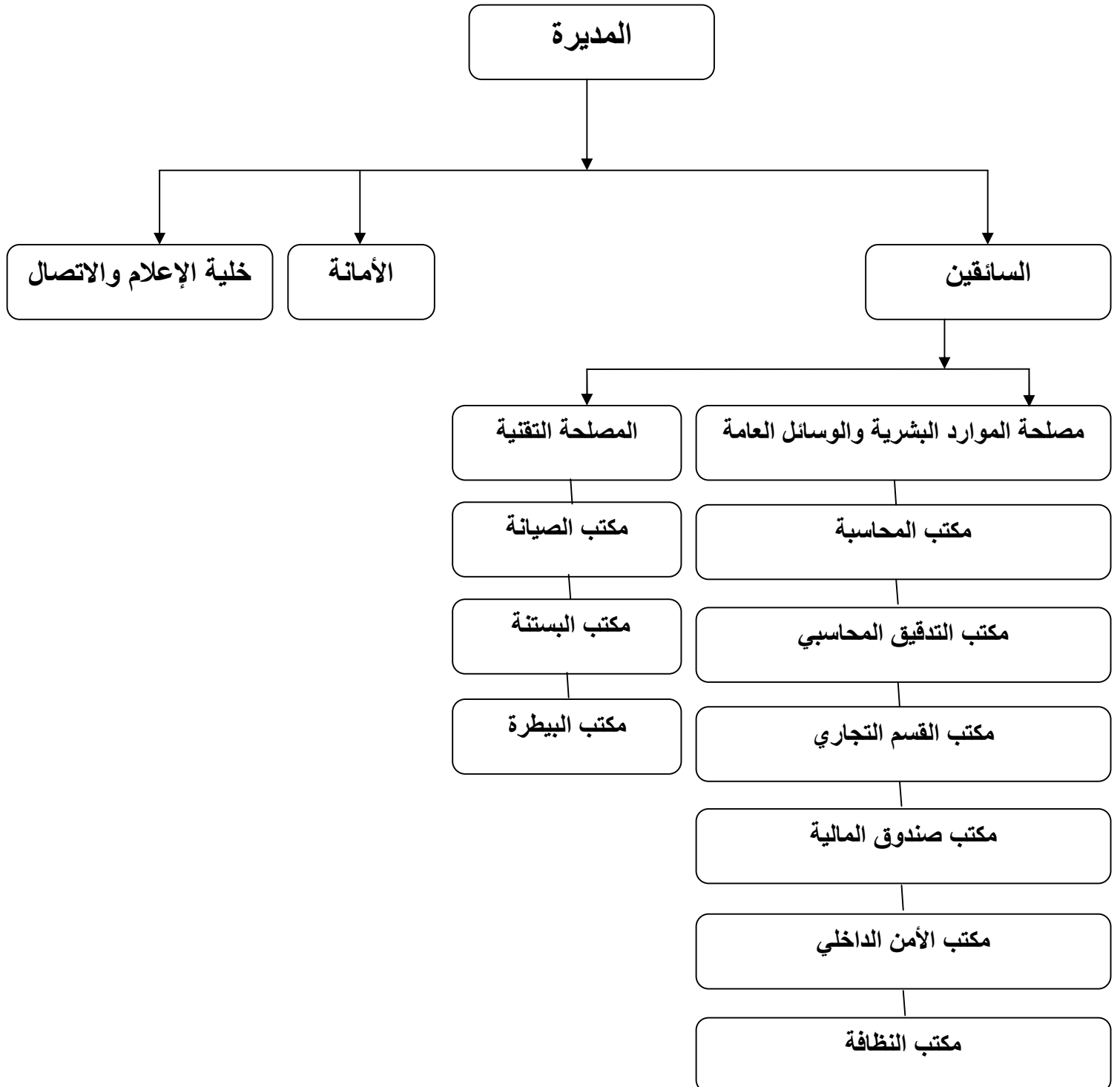
" موستا لاند بارك " فضاء ترفيهي يطل على المتوسط ،تصنف حديقة التسلية بمدينة مستغانم من بين أكبر الحدائق بالجهة الغربية للبلاد إذ تمتد على مساحة تقدر بنحو 57 هكتار وقد أصبحت منذ افتتاحها مؤخرًا مقصد المئات من الزوار من مختلف مناطق البلاد من أجل اكتشاف روعة وسحر جمالها وموقعها الذي يطل مباشرة على البحر الأبيض المتوسط

- لحظة وصولك إلى المكان المسمى " الخروبة " بالجهة الشرقية لعاصمة الولاية مستغانم على الطريق الوطني رقم 21 تدرك شغف المواطنين وحاجاتهم للترفيه والتسلية في مثل هذه الفضاءات الواسعة ، خصوصا في فترة الصيف حيث ينتظر الجميع ضمن طوابير طويلة دورهم للدخول عبر البوابة الرئيسية للحديقة التي اختير لها إسم " موستا لاند " وتمتد و تمتد على مساحة 57 هكتار وفق المخطط البياني المثبت على المدخل الرئيسي وقد خصص 32 هكتار كحظيرة للحيوانات تضم حسب العامل بالحديقة ما يربو عن 80 فصيلة من الحيوانات ومن المرتقب تدعيمها لاحقا بأنواع أخرى إلى جانب حوض الأسماك
- وأضاف محدثنا بأن عمال الحديقة تلقوا تكوينًا مركزًا بحديقة الحيوانات بآبن عكنون في مجال تغذية الحيوانات والتعامل معها خصوصا المفترسة منها وتابع زميله على الذي حصل لأول مرة على عقد عمل دائم إلى جانب أزيد من 500 عامل بأن الحديقة تعد مفخرة للمنطقة الغربية للبلاد ويجب الحفاظ عليها لكونها تتوفر على مساحات خضراء ومشاتل ومسطحات مائية للطيور وأحواض للزواحف فضلا عن ملاحق إضافية كمخبر طبي ومركز للأمن والحماية المدنية والغابات والصحة
- وأشار ذات المتحدث إلى أن المساحة المتبقية تتوزع عبرها ألعاب التسلية للكبار والصغار على غرار العجلة الكبيرة ، الباخرة العملاقة وألعاب التزحلق على الماء ومساح كبيرة ولكل شخص حرية اختيار ما يريد منها حيث يذكر القابض بوجود 80 لعبة .

وأمام شباك التذاكر يصطدم الأولياء برغبة الأبناء في اختيار الألعاب المحظورة وعنادهم الذي لا ينتهي ، كما قال رب عائلة قادمة من ولاية غليزان فيما يلح البعض على أوليائهم لشراء الفريد من للتذاكر لاستنفاد طاقتهم في الترفيه والتسلية وبين هذا وذاك يتعالى صراخ الأطفال وسط زحمة الزوار

- أهم ما يميز حديقة التسلية " موستا لاند بارك " تلك الأضواء المتنوعة التي تنبعث من ألعاب التسلية بعد غروب الشمس وتزيدها النافورة الموسيقية التي تتوسط المكان روعة وجمالا وتبعث أنغامها على الراحة والاطمئنان كما تستقطب الكثير من الزوار لالتقاط صور عائلية وصور سيلفي
- وأعرب الدكتور مصطفى من جامعة عبد الحميد بن باديس عن إعجابه الشديد بهذا المرفق السياحي الذي يغني الكثيرين عن البحث عن أماكن بعيدة ودفع أتعاب التنقل ومن المفروض أن تعمم هذه الفضاءات كما قال عبر مختلف الولايات مع الحفاظ عليها
- وبين أحضان سحر الطبيعة في الحديقة لا تكاد تشعر بمرور الوقت لكن على الزوار وضع احتياطاتهم اللازمة فإما العودة إلى الديار مبكرا أو المبيت في أحد مرافق لؤلؤة البحر الأبيض المتوسط

الهيكل التنظيمي لمؤسسة " موستا لاند "



خدمات المكاتب لمؤسسة موستا لاند

المكتب التجاري : يقوم هذا المكتب بترتيب وتنظيم علاقات المستأجرين وتحرير الاتفاقيات والعقود والوقوف على دفع مستحقات الإيجار ، الكهرباء الماء

مكتب الصيانة : يضم رئيس مكتب الصيانة و 13 فرد عامل وهو الصيانة الدورية المتمثلة في أشغال الكهرباء ، التلحيم ، البناء ، وغيرها

مكتب البيطرة : ويضم 3 أطباء بيطريين و 10 أفراد معتنين بالحيوانات ويقوم هذا المكتب بمعالجة وتتبع صحة الحيوانات

مكتب البستنة : الفضاء الأخضر وفيه مهندسين فلاحين و 22 فرد عامل يقوم بزرع النباتات والأشجار والاعتناء بها وتقليم الأشجار والنباتات والاعتناء بها

مكتب الأمن الداخلي : يضم 2 مسؤولي الأمن و 23 عون للأمن يقومون بحماية المؤسسة داخليا

مكتب النظافة : يضم 1 رئيس مكتب و 14 فرد عامل نظافة مهمتهم نظافة المؤسسة برمتها

مكتب صندوق المالية : فيه 1 رئيس مكتب و 9 عمال الصندوق

المقابلة والتحليل

لقد قمنا بمقابلة مع مديرة مؤسسة موستا لاند ومكلفة بقسم الإعلام والاتصال وطرحنا عليهما بعض الأسئلة وكانت الإجابة كالتالي

س1- هل تم توظيفك مباشرة أم بعد مسابقة ؟

ج1- المديرة سامية بن محال : قد تم توظيفي مباشرة في المؤسسة وهذا حسب الشهادات المكتسبة

التحليل :

نستنتج أن المديرة سامية بن محال تم توظيفها مباشرة

س2- ماهي أقدميتك في المؤسسة ؟

ج2- المديرة : تم توظيفي في سنة 2016

التحليل : المديرة سامية بن محال تم توظيفها في 2016 أي تتواجد في المؤسسة حوالي 6 سنوات

س3- هل اتصالك بمديرة المؤسسة مباشرة أو غير مباشرة ؟

ج3- المديرة أكيد الاتصال بمديرة المؤسسة مباشرة مع الموظفين والعمال لمعرفة سيرورة العمل .

التحليل : نستنتج أن الاتصال بمديرة المؤسسة يكون مباشرة مع الموظفين لمعرفة سير العمل والعراقيل التي تواجههم من أجل إيصال الحلول للمؤسسة

س4- هل تستخدمون تكنولوجيا معينة في التواصل ؟

ج4- المديرة نعم نستخدم مواقع التواصل الاجتماعي والهاتف الثابت و الإيميل من أجل التواصل مع الموظفين والجماهير

التحليل :

نستنتج أن المؤسسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي والهاتف الثابت والإيميل للتواصل.

س5- هل العلاقات العامة دور هام ؟

ج5- نعم إن العلاقات العامة دور هام وفعال فهي تحرص على تسيير المؤسسة بطريقة حديثة ووسائل حديثة لاكتساب الجمهور وتعمل على توثيق العلاقات بين العمال وبين الجماهير

التحليل : للعلاقات العامة جانب هام في المؤسسة للحرص على استقرارها والسير الجيد فيها

س6- ماهي المهام التي تقوم بها العلاقات العامة لتطوير العلاقة بين الموظفين في المؤسسة ؟

ج6- ترقية الموظفين وتقديم لهم الهدايا وإقامة حفلات

التحليل :

تعمل العلاقات على توطيد وتحسين العلاقات بين العمال في المؤسسة

س7- هل الجمهور الخارجي لديه دور في تطوير المؤسسة ؟

ج7- نعم للجمهور الخارجي دور كبير في تطوير وتنمية المؤسسة فالحظيرة موجودة لأجل الترفيه وزرع الفرح في الجماهير والقيام بفيديوهات وصور ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي مما يزيد تلهف الجماهير الأخرى بالإقبال على المؤسسة

التحليل:

نستنتج أن للجمهور دور كبير في تنمية وتطوير المؤسسة من خلال دفع ثمن التذكرة ومشاركة الفيديوهات والصور في جميع مواقع التواصل الاجتماعي

س8- ماهي الخدمات التي تقوم بها مصلحة الإعلام والاتصال ؟

ج8- تقوم هذه المصلحة بالحرص على التسيير الجيد للمؤسسة والتنسيق مع مختلف

المصالح والاعتناء بالزوار بالتوفير لهم الرفاهية والأمان

فيما تتمثل الأنشطة التي تقدمها مصلحتهم:

- إقامة حفل خاص بعيد المرأة بتكريم الموظفات بالمؤسسة وإقامة حملات توعية داخل الحظيرة ، حملة شتاء دافئ ، حملة ضد داء السكري ، حملة الاهتمام بمرضى السرطان ، القيام بمسابقة الطبخ وعروض أزياء للتعريف باللباس المستغانمي
- التحليل : إن مصلحة الإعلام والاتصال تقوم بتوفير الأمان والرفاهية والعديد من الأنشطة بإقامة حفلات وحملات توعية ومسابقات وهذا قصد كسب رضي الجمهور وصناعة صورة أيجابية لمؤسسة موستا لاند

س9- هل مكتب الإعلام والاتصال ضروري لمؤسسة موستا لاند ؟

ج9- نعم إن مكتب الإعلام والاتصال ضروري لمؤسسة موستا لاند وضروري في كل مؤسسة فهو يساعد في الوصول إلى مبتغاها و التسيير الحسن لها فهو يربط بين المؤسسة وال جماهير ويكسب توافد الجماهير في كل الأوقات

التحليل :

إن خلية الإعلام والاتصال لها دور فعال و مهم في جميع المؤسسات تعمل على تخفيف المتاعب وجذب الجمهور للمؤسسة وكسب أرباح وهي حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور

س10- ماهي الوسائل والتقنيات المتاحة التي يتم من خلالها التعامل مع الجمهور الخارجي ؟

ج10- مكلفة بالإعلام والاتصال : تتعامل مع الجمهور الخارجي من خلال المقابلة

الشخصية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المديرة سامية بن محال : نتعامل مع الجمهور الخارجي بشتى الطرق منها وسائل التواصل

الاجتماعي أو الهاتف أو الايميل

التحليل : أن الوسائل المعتمد عليها في المؤسسة هي الوسائل التي أصبحت ضرورية في

كل مؤسسة وهي مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك التواصل عن طريق الهاتف الثابت

والايميل الخاص بالمؤسسة

س11- كيف يتم إيصال المعلومات للجمهور الخارجي عندما يكون هناك أنشطة في

مؤسستكم ؟

المديرة سامية بن محال : هذا دور مصلحة الإعلام والاتصال فتقوم بإعلانات ونشر في

صفحات الفيسبوك والانستغرام

المكلفة بالإعلام والاتصال : نقوم بإيصال المعلومات للجمهور الخارجي على الأنشطة التي

ستقام في المؤسسة عن طريق الإعلانات والجرائد وفي الإذاعة وفي مواقع التواصل

الاجتماعي

التحليل :نستنتج أن قسم الإعلام والاتصال مكلف بإعلام الجمهور بنشاطات المؤسسة بإعلانات ونشر في الجرائد والإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي

س12- هل لديكم صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وفيديوهات تقوم بالترويج لمؤسستكم ؟

المديرة : نعم نحن نقوم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها وصور الترويج للمؤسسة

المكلفة بالإعلام والاتصال : توجد قنوات على على اليوتيوب تقوم بربورتجات عن مؤسستنا ومن قبل وسائل الإعلام كقناة الباهية والشروق

التحليل : هي أنه تتواجد فيديوهات في مواقع التواصل الاجتماعي وفي مختلف قنوات اليوتيوب وقنوات التلفزيون للترويج لمؤسسة موستا لاند

س12- هل لمؤسسة موستا لاند علاقة مع باقي المؤسسات ؟

المديرة سامية بن محال " نعم تملك مؤسستنا علاقات مع مختلف المؤسسات العمومية منها وخاصة ومن بينها المعرض التجاري المسمى " بالخيمة العملاقة "يضم التجار من مختلف الولايات والدول ، مسابقات الطبخ

وعلاقات خارج الوطن مثل السيرك الإيطالي " فلورانجيو " المعروف بسيرك عمار ، سلسلة فنادق AZ

إن مؤسسة موستا لاند لديها علاقات جيدة مع مختلف المؤسسات وخارجها الذي يزيد من تحسين صورة المؤسسة

خلاصة

ومن أجل معرفة دور العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية ارتأينا إجراء دراسة ميدانية في مؤسسة موستا لاند بولاية مستغانم قمنا بالمقابلة مع مديرة المؤسسة سامية بن محال ومع المتكلفة بقسم الإعلام والاتصال واستنتجنا أن العلاقات العامة ساهمت في تطوير الخدمات والثقافة السياحية وبناء الصورة الإيجابية للمؤسسة لدى جماهيره وعليه يمكن القول أن المنظمات الجزائرية أصبحت تولي اهتماما بنشاط العلاقات العامة.

الخاتمة

وفي الأخير يمكن القول أن العلاقات العامة هي النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها.

- وتعتبر السياحة احد الأولويات في برامج التنمية للدول المتقدمة أو السائرة في طريق النمو
- والمؤسسات الترفيهية التي تقدم خدمات للزبائن قادرة على تلبية الحاجات من خلال القيام بدراسة ما مدى تأثير العلاقات العامة في تنمية الثقافة السياحية على مستوى مؤسسة موسنا لاند توصلنا إلى مجموعة نتائج :
- نتائج الجانب النظري :
- العلاقات العامة مجهودات إدارية تهدف إلى التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها
- السياحة هي العديد من الأنشطة المتعلقة بالسفر والإقامة خارج مقر السكن
- الثقافة السياحية : هي انتقال الأفراد إلى مناطق الجذب الثقافي خارج مكان إقامتهم لجمع المعلومات وتلقي تجارب جديدة
- الجانب التطبيقي:
- العلاقات العامة هي النشاط الذي بواسطته يكون الاتصال الدائم مع الزبائن لذلك تقوم مؤسسة موسنا لاند بالقيام بعدة نشاطات كحملات توعية ، إقامة حفلات مثل عيد المرأة عيد الطفولة ... إلخ إقامة حفلات للموظفين وتكريمهم ، المشاركة في مسابقات الطبخ

top chef

اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى :مساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة الخدمة في مؤسسة مستا لاند

- بعد الدراسة الميدانية وبعد الإجابة عم الأسئلة يمكن القول ان العلاقات للعامة دور كبير بإبراز وتحسين صورة مؤسسة مستا لاند وإعطائها نظرة إيجابية وهذا ما يؤكد صحة الفرضية

الفرضية الثانية : دور العلاقات العامة في تطوير الثقافة السياحية في مؤسسة مستا لاند

- يمكن القول أن العلاقات العامة لها دور في تنمية الثقافة السياحية وهذا بقوة جذب السياح لها وخصوصا في الآونة الأخيرة تعتبر الفرضية الثانية مقبولة .

المراجع

قائمة المراجع

الكتب بالعربية :

- عبد الناصر أحمد جردات ، لبنان هاتف الشامي أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، 2009
- عبيدة صبطي ، كلثوم مسعودي ، مدخل العلاقات العامة ، دار الحمدونية ، الجزائر 2010
- جاسم رمضان الهلالي ، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية ، عمان دار النفائس للنشر والتوزيع 2012
- صالح لبيري ، مدخل العلاقات العامة ، الطبعة الأولى ، الكويت 2005
- محمد عبد الحافظ ، العلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، جامعة الإسكندرية 2009
- على عجوة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، ط الأولى عالم الكتب القاهرة 2003
- محمد منير حجاب ، العلاقات العامة في المنظمات الحديثة ، ط الأولى ، دون دار النشر ، مصر 2007
- فتحي محمد الشرقاوي ، نرمين خطاب ، وائل أمين ، مبادئ علم السياحة مكتبة بستان المعرفة ، ط 1 ، 2006
- عصام حسن الصعيدي ، نظم المعلومات السياحية ، دار الراية للنشر والتوزيع الطبعة الأولى ، 2011

هناء حمدان زهرات ، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها ، عالم الكتب

الطبعة الأولى ، القاهرة ، 2004

المذكرات :

- عمراوي أسماء ، حقائق علمية ، دور العلاقات العامة في التوزيع السياحي " وكالة نجمة " للسياحة والأسفار مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، ولاية مستغانم 2017/2016
- نواف عبد الله الزين ، عملية العلاقات في المنشآت السياحية في الأردن " دراسة تقييمية " مذكرة مكملة لنيل الماجستير في الإعلام الآلي ، جامعة الشرق الأوسط 2011
- ورود عثمان شرباتي ، واقع إدارة العلاقات العامة في الجامعات العامة في الضفة الغربية قدمت هذه الرسالة إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الخليل 2011
- رافع أحمد أبو الزين دراغمة ، دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة " دراسة ومقارنة " قدمت هذه الأطروحة إستكمالا للحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة كلية الصحافة والإعلام جامعة لاهاي 2011

- دلال بولفوس ، مسعودة نويصر ، إسهام العلاقات العامة في تطوير الخدمات السياحية ، دراسة حالة فندق الجزيرة بولاية جيجل مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات جامعة جيجل 2011/2013
- كرمية ابراهيم العلاقات العامة في المنظمة السياحية الجزائرية دراسة حالة لوزارة السياحة ، مذكرة ماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 2005/2004
- وقنوني باية ، العلاقات العامة على سلوك المستهلك النهائي ، دراسة حالة شركة أوراسكوم ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية جامعة أمحمد بوقرة بومرداس 2008/2007
- هدير عبد القادر ، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها مذكرة ماجستير جامعة الجزائر 2006/2005
- وليد مرزوق الفضيلي ، الدور التوعوي والإرشادي لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الإدارة العامة للإطفاء ، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط 2013/2012

مجلات

- أسماء بركات ، دور العلاقات العامة في الترويج السياحي ، مجلة الإقتصاد الجديد العدد 12 ، المجلد 2015/01
- د- سامية بن عمر وظيفة العلاقات العامة في الميدان السياحي ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع العدد 08، ديسمبر 2013

المواقع الإلكترونية

- 15:40 2022/05/02 الاثنين www.mawdoo3.com
- 10:40 2022/05/04 الأربعاء www.maqal.com

المقابلات

مقابلة مع السيدة سامية بن محال ، مديرة مؤسسة موست لاند : يوم 2022/05/04 / 11:22

الكتب باللغة الفرنسية

- Valéry patin , tourisme et patrimoine ,paus la docomentation francaise ,2005 p 10

الملاحق

أسئلة المقابلة

- هل تم توظيفك مباشرة أم بعد مسابقة ؟
- ماهي أقدميتك في هذه المؤسسة ؟
- هل اتصالك بمديرة المؤسسة مباشرة أو غير مباشرة ؟
- هل تستخدمون تكنولوجيا معينة في التواصل ؟
- هل للعلاقات العامة دور مهم ؟
- ماهي المهام التي تقوم بها العلاقات العامة بتطوير العلاقات بين الموظفين في المؤسسة ؟
- هل للجمهور الخارجي دور كبير في تطوير وتنمية المؤسسة ؟
- ما هي الخدمات التي تقوم بها مصلحة الإعلام والاتصال ؟
- هل مكتب الإعلام والاتصال ضروري لمؤسسة موستا لاند ؟
- ما هي الوسائل والتقنيات المتاحة في مؤسستكم التي يتم من خلالها التعامل مع الجمهور الخارجي ؟
- كيف يتم إيصال المعلومات للجمهور الخارجي عندما يكون هناك أنشطة في مؤسستكم ؟
- هل لديكم صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- هل لمؤسسة موستا لاند علاقة مع باقي المؤسسات ؟

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى مدى أهمية العلاقات العامة في تطوير الثقافة السياحية بمؤسسة موستا لاند ، حيث للعلاقات العامة أهمية كبيرة في كل مؤسسة ، وهذا بتقديم مستوى أفضل من الخدمات ، والعمل على تطويرها لإرضاء الزبون .
وتعتبر الثقافة السياحية أحد أهم القرارات الذي يجب على مؤسسة السياحة أخذها بعين الاعتبار .

الكلمات الدالة

العلاقات العامة ، السياحة ، الثقافة السياحية ، تطوير الثقافة السياحية

Summary :

This study aims at the importance of public relations in the development of tourism culture in the Mosta Land Corporation, where public relations are of great importance in each institution, and this is by providing a better level of services, and working to develop them to satisfy the customer.

Tourism culture is one of the most important decisions that a tourism institution must take into consideration.

Key words

Public relations, tourism, tourism culture, development of tourism culture