

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الاتصال
مطبوعة بيداغوجية للتأهيل الجامعي لرتبة الأستاذية

وحدة تطبيقات العلاقات العامة

موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر اعلام و اتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الدكتورة:

د كريمة بنان

السنة الجامعية 2021 – 2022

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الاتصال
مطبوعة بيداغوجية للتأهيل الجامعي لرتبة الأستاذية

وحدة تطبيقات العلاقات العامة

موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر اعلام واتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الدكتورة:

د كريمة بنان

السنة الجامعية 2021 – 2022

مدخل:

تعد العلاقات العامة من المواضيع الهامة التي تحظى باهتمام عدد كبير من الباحثين والتي فرضت نفسها على المؤسسات والمنظمات بشكل عام، لهذا على الطالب في مجال علوم الاعلام والاتصال خاصة في تخصص الاتصال أن يلم بكل المعارف النظرية والتطبيقية الخاصة بالعلاقات العامة في المؤسسة

إن أهمية العلاقات العامة باعتبارها وظيفة إدارية اتصالية أبرزت فعاليتها كونها تساعد الإدارات العليا في اتخاذ القرارات وتعديل سياستها واستراتيجيتها على ضوء المعلومات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة وذلك سواء كان الأمر يتعلق بالبيئة الداخلية للمؤسسة أو الخارجية، لهذا نجد أنها تحظى بموقع في الهيكل التنظيمي يجعلها في صلة مباشرة مع الإدارات العليا في المؤسسة

الجزائر هي الأخرى عرفت بصفة متأخرة العلاقات العامة، في سنوات التسعينيات عند دخول المؤسسات الأجنبية للاستثمار في السوق الجزائرية ووجدت نفسها في منافسة شرسة معها مما جعلها تعيد النظر في سياساتها وتبني مفاهيم جديدة في ادارتها من بينها العلاقات العامة، لتلميع صورتها الذهنية في أذهان جمهورها، هذا الجمهور الذي تفتنت إليه المؤسسة وأصبحت ملزمة بأعلامه، التعرف على حاجاته ورغباته، وخاصة كسب ثقته والحصول على تأييده

نظرا لهذه الأهمية، سنحاول من خلال هذه المحاضرات الكشف عن الممارسات والتطبيقات الفعلية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية، وذلك مهما كانت طبيعتها خدمتية، إنتاجية، عمومية وذلك من خلال عرض واقعها بالتركيز على موقعها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة وكذا ممارساتها الفعلية أي برامج العلاقات العامة التي يتم اعدادها وكذا المشاكل التي تواجهها وهذا وفق ما هو مقرر.

وصف محتوى المادة

أهداف التعليم: تهدف إلى مد الطالب بتطبيقات العلاقات العامة مع التركيز على تمكينه من توسيع فهم العلاقات العامة وربطها بمجال العمل الميداني وتعريفه ببعض الحالات في مجال العلاقات العامة في الجزائر

المعارف المسبقة المطلوبة: أن يكون الطالب قد اكتسب مهارات ومعارف في: مناهج إعداد مواد العلاقات العامة وأدواتها، والعناصر الأساسية في إنجازها والقدرة على بلوغ الأهداف المسطرة التي سطرت من أجلها العلاقات العامة

محتوى المادة:

هي مادة تطبيقية بالأساس بمعنى أن توجه الطلبة سيكون على الميدان وذلك بإعطاء أمثلة من البيئة المحلية والتي تعرض ممارسات حية لحملات تسويقية عالجت قضايا محلية

في المنطقة التي يعيش فيها، كما يتم في هذه المادة تكليفهم بتقسيم المجتمع إلى أقسام فرعية من أجل توجيه

- استعراض بعض الحالات الدراسية الخاصة ببرامج العائلات العامة في الجزائر وتحليلها وتقويمها

- استعراض بعض الحالات الدراسية الخاصة بمشكلات العلاقات العامة في الجزائر وتحليلها وتقويمها

- استعراض بعض الحالات الدراسية الخاصة بمؤسسات العلاقات العامة في الجزائر وتحليلها وتقويمها

البرنامج:

▪ مدخل

▪ المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة

- أولاً: مفهوم العلاقات العامة

- ثانياً: أهدافها

- ثالثاً: أهميتها

▪ المحاضرة الثانية: وظائف العلاقات العامة ومهام القائمين عليها

- أولاً: وظائف العلاقات العامة

- ثانياً: مهام القائمين بالعلاقات العامة

- ثالثاً: المهارات الاتصالية للمشتغلين في العلاقات العامة

▪ المحاضرة الثالثة: جمهور وسائل العلاقات العامة

- أولاً: جمهور العلاقات العامة

- ثانياً: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

▪ المحاضرة الرابعة: تنظيم إدارة العلاقات العامة

- أولاً: أساليب إدارة العلاقات العامة

- ثانياً: النماذج التنظيمية لإدارة العلاقات العامة

▪ المحاضرة الخامسة: برامج العلاقات العامة ومشكلاتها

- أولاً: مفهوم برامج العلاقات العامة وأنواعها

- ثانياً مشكلات تطبيق العلاقات العامة

▪ **المحاضرة السادسة: واقع تطبيق وممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية**

الجزائرية

- **أولاً:** التعريف بمديرية البناء والتعمير أم البواقي
- **ثانياً:** موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمديرية البناء والتعمير لولاية

أم البواقي

- **ثالثاً:** ممارسات العلاقات العامة في مديرية البناء والتعمير بولاية أم البواقي
- **رابعاً:** صعوبات ممارسة العلاقات العامة في مديرية البناء والتعمير بولاية أم البواقي.

▪ **المحاضرة السابعة: واقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية**

المؤسسة الاستشفائية محمد الصديق بن يحيى بجيجل أنموذجاً

▪ **المحاضرة الثامنة: واقع ممارسة العلاقات العامة في البنوك الجزائرية حالة القرض**

الشعبي الجزائري

- **أولاً:** التعريف بالقرض الشعبي الجزائري وهيكله التنظيمي
- **ثانياً:** موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري
- **ثالثاً:** ممارسات أنشطة العلاقات العامة في القرض الشعبي الجزائري

■ **المحاضرة التاسعة: تطبيقات العلاقات العامة في مجلس الأمة**

أولاً: مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي الخاص بمجلس الأمة

ثانياً: مهام ووظائف العلاقات العامة

ثالثاً: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة العاشرة: تطبيقات العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية حالة أمن ولاية

أدرار

أولاً: مفهوم العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية

ثانياً: متطلبات العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية

ثالثاً: مكانة العلاقات العامة في أمن ولاية أدرار

رابعاً: وسائل العلاقات العامة في جهاز أمن ولاية أدرار

المحاضرة الحادية عشر: عوائق ممارسة العلاقات العامة في الجزائر

المحاضرة الأولى:

مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة

أولاً: مفهوم العلاقات العامة

لقد حظي موضوع العلاقات العامة باهتمام كبير سواء من طرف الأكاديميون أو الممارسون، وذلك نظراً للدور الكبير الذي يؤديه في المؤسسة باعتباره وظيفة اتصالية وإدارية، تعريفات كثيرة ومختلفة قدمت للعلاقات العامة كل حسب زاوية تخصصه، فمنهم من ركز في تعريفه على جانب إداري وآخر على جانب تسويقي وآخر على جانب اتصالي، وعليه سنقوم بالتعرض إلى بعض التعريفات وشرحها.

لقد عرف كالفيلد ومور (Canfield et Moore) العلاقات العامة بكونها الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتقائمه¹.

¹علي السيد ابراهيم عوجة، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، التعليم المفتوح، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص 17.

أما بول جاريت (Paul Garret) يرى بأن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه¹.

من خلال التعريفين يتضح لنا بأن العلاقات العامة عبارة عن جهود مستمرة تحاول من خلالها المؤسسة كسب ثقة جمهورها وتقديم صورة حقيقية عن نفسها.

في نفس السياق، يعرف معجم مصطلحات العلاقات بأنها عملية نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة ومفسرة للجماهير وكذلك نقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الانسجام والتكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجماهير². إذن، تتوقف عملية العلاقات العامة على الجمهور، حيث أنها تسعى دائماً إلى توطيد علاقتها مع الجمهور ونشر المعلومات والحقائق عن المؤسسة، فالعلاقات العامة يجب أن تكون صادقة في كل ما تنقله للجمهور، فهي ليست وسيلة دفاعية وإنما عملية منظمة.

¹ علي السيد ابراهيم عجوة، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، مرجع سبق ذكره، ص 18.

² ياسر عبد الله طبت، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مطبعة أبو عمار للنشر والتوزيع، جامعه افريقيا الإعلامية،

المعهد البريطاني للعلاقات العامة هو الآخر قدم تعريفا للعلاقات العامة حيث اعتبرها الجهود المقصودة والمخططة المستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة و جماهيرها¹.

من هذا التعريف، يتضح لنا بأن العلاقات العامة ليست جهود عشوائية وإنما هي جهود مخططة تهدف إلى ربط علاقاتها مع جماهيرها حيث أن التفاهم المتبادل بينها هو أساس هذه العلاقة التي تربط المؤسسة بالجمهور.

اما " ايف لي " أب العلاقات العامة، فلقد عرفها بأنها مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح وإعلام الناس بذلك، مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح المؤسسات بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم².

دائما في تعريف العلاقات العامة، نجد بأن الأستاذ سام بلاك (Sam Black) يرى بأن العلاقات العامة اتصال ذو طرفين لحل المشاكل والمنازعات المتعلقة بتضارب المصالح والمنافع، وذلك بالتوعية عن الوجه الصالح لتبادل المنفعة بالإضافة إلى أنها تعنى بإقامة الفهم المتبادل على أساس الحقائق والمعرفة³.

¹ياسر عبد الله طبت، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 23.

²جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، الميسرة للنشر والتوزيع، 1998، ص 22.

³عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هادف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 19.

أما مجلة العلاقات الأمريكية، فقد قدمت تعريفا للعلاقات العامة من خلال بحث ميداني قامت به، اعتبرته وظيفة الإدارة التي تعمل على تحليل وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور وربط سياسات وإجراءات المؤسسة مع الصالح العام وبتنفيذ برنامج للعمل والإعلام يهدف إلى كسب تفهم الجمهور للمؤسسة وتأييده لها¹.

هذا التعريف الذي قدمته مجلة العلاقات العامة، يعتبر العلاقات العامة وظيفة تقوم بها الإدارة أي أنها من اختصاص الإدارة، فوضح وظائفها التي تتمثل حسب التعريف في تحليل وتقييم اتجاهات الجمهور، وكذا الربط والتزواج بين المصلحتين، مصلحة المؤسسة ومصلحة الجمهور، كما حدد هذا التعريف أهداف العلاقات العامة الذي يتمثل في كسب الجمهور وتأييده للمؤسسة.

نريد الإشارة أيضا في هذا الصدد إلى بعض التعاريف التي قدمت عن العلاقات العامة في القطاع العام والاشتراكي، من بينها التعريف الذي قدمه الدكتور عبد المالك عودة أستاذ العلاقات العامة في جامعة القاهرة والذي يرى أن العلاقات العامة هي عمليات إعلام تهدف إلى شرح تفاصيل وأهداف نشاط الإدارة الحكومية وقيامها بتحمل أعبائها ومسؤولياتها ونجاحها في تحقيق هذه الأعباء والمسؤوليات وبيان الأسباب التي أدت في بعض الأحيان إلى عدم تحقيق تلك النتائج وهذا يعتمد آثاره الاهتمام الدائم لدى المواطنين عامة وطالبو الخدمة

¹ عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هادف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سبق ذكره، ص 20.

الحكومية خاصة، وتهدف أيضا إلى تعريف المواطنين بأسهل وأقصر الطرق لإنجاز أعمالهم في ميدان الإدارة الحكومية¹.

من خلال كل ما تقدم من تعاريف، نستنتج أنه لا يوجد تعريف واحد للعلاقات العامة، بل يوجد زوايا محددة قام الباحثون بالتركيز عليها في تعريفهم، لكن مع ذلك أغلبها تشترك في مجموعة من العناصر تكون في مجموعها المركب تعبيراً عن مفهوم العلاقات العامة لهذا فالعلاقات العامة هي²:

- ✓ أنها فلسفة للإدارة اتجاء المجتمع
- ✓ أنها سياسات وأعمال وظيفية إدارية ثم اتصال وإعلام
- ✓ أنها نشاط إعلامي باتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور بشكل برامج إعلامية، ومن الجمهور إلى المؤسسة بشكل قياس وتقييم الرأي العام لجماهير المؤسسة.
- ✓ أن العلاقات العامة نشاط يهدف إلى خدمة المصلحة العامة للجمهور ومصلحة المؤسسة معا.
- ✓ تعد العلاقات العامة نشاط مستمر لا يتوقف عند حدود إقامة علاقات طيبة مع الجمهور، بل يهدف إلى الحفاظ عليها.

¹ عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 24.

² المرجع نفسه، ص 24.

من خلال هذه التعاريف، نستخلص أنه يوجد جانب اتصالي في العلاقات العامة، تتمثل

خصائصه في¹:

1-تعد العلاقات العامة عملية اتصالية بالجمهور

2-تستخدم العلاقات العامة كل الأشكال أو الأنشطة الاتصالية كالإشهار، الإعلام.

3-تقوم العلاقات العامة بتزويد الجمهور بالمعلومات الكاملة والحقيقية التي تساعده على

تكوين صورة حسنة عن المؤسسة.

4-تؤكد خصائص العلاقات العامة على مدى تفاعلها كنشاط مع الاتصال وباعتبار

نشاطها جزءا مندرجا مع جزئيات النشاطات الاتصالية الأخرى، وإمكانية الاستفادة من الجهود

الاتصالية الأخرى.

5-تستخدم العلاقات العامة في اتصالها مع الجمهور مختلف الوسائل الاتصالية كوسائل

الاتصال الجماهيري عند الاتصال بالجمهور الخارجي.

مبادئ العلاقات العامة:

هناك مجموعة من الأسس والمبادئ تركز عليها ممارسة العلاقات العامة، تتمثل هذه

المبادئ في:

¹وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الاتصال ووسائله الشخصية والجماهيرية والتفاعلية، دار الكتاب الجامعي، 2017،

✓ تبدأ العلاقات العامة من البيئة الداخلية أي من داخل المؤسسة:

تبدأ العلاقات العامة الناجحة من داخل المؤسسة، حيث تسعى العلاقات العامة إلى تجنيد العاملين وتنمية إحساسهم بالانتماء إلى مؤسساتهم وتوثيق الصلات معهم للحصول على تأييدهم لإدارة المؤسسة وسياساتها¹.

✓ الديمومة والاستمرارية:

باعتبار عملية العلاقات العامة عملية أو جهود منظمة ومستمرة، فكسب ثقة الجماهير سواء الداخلية أو الخارجية لن يتحقق إلا عن طريق العمل المستمر والدؤوب الذي يقوم على أساس ما يصدر عن المؤسسة حرصاً على كسب ثقة الجمهور².

✓ مراعاة الصدق والأمانة واتباع الأسلوب العلمي:

لكي تبلغ المؤسسة أهدافها، يجب اتباع مناهج البحث العلمي خاصة فيما يتعلق بتحليل المعطيات، كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بمجموعة من القيم الأخلاقية في جميع تصرفاتهم³.

¹منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص 31.

²عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجية الإعلام والاتصال (الدعاية والإعلان والعلاقات العامة)، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996، ص 283.

³أحمد كمال أحمد، العلاقات العامة، ط 2، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، 1972، ص 122.

✓ عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور:

إن أنشطة العلاقات العامة تعمل على مد الجمهور بكل المعلومات الصحيحة والحقائق

السليمة الخاصة بالمؤسسة مع مراعاة عدم إفشاء أسرار العمل.

عملياً، أضاف الباحثين مجموعة من المبادئ يعتمد عليها تطبيق العلاقات العامة في

المؤسسة وهي¹:

✓ عدم تعارض الأفكار المرتبطة بالعلاقات العامة مع ثقافة وأفكار المجتمع.

✓ المحافظة على الصدق والأمانة في التعامل مع العملاء.

✓ الالتزام باحترام كافة المعلومات الخاصة والشخصية للأفراد الذين يتعاملون مع المؤسسة.

✓ توفير كافة الوسائل التي تساعد في رفع مستوى العمل في المؤسسة.

ثانياً: أهدافها

إن الهدف الأسمى والأساس للعلاقات العامة هو تحقيق التوافق والتوازن بين خدمة أهداف

المؤسسة وخدمة أهداف الجمهور، لهذا فالهدف الاستراتيجي لإدارة العلاقات العامة هو تحقيق

الانسجام والتوافق بين المؤسسة وجمهورها بهدف الوصول إلى تحقيق الرضا لكل من الطرفين

أي الجمهور والمؤسسة وهذا هو الهدف الذي تشترك فيه جميع المؤسسات².

¹ أحمد كمال أحمد، العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، 123

² حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات). مؤسسة الطويحي للتجارة للطباعة والنشر، القاهرة، 2008،

لتحقيق هذا الهدف الاستراتيجي يرى بعض الخبراء أن العلاقات العامة يجب أن تعمل

من خلال ثلاثة محاور أساسية وهي¹:

✓ جهود إيجابية لتحقيق الثقة بالمؤسسة أو المنظمة.

✓ العمل على حماية سمعة المؤسسة.

✓ العلاقات الداخلية.

وهناك من الباحثين كذلك من يرى أن أهداف العلاقات العامة يمكن حصرها في²:

✓ توفير مناخ ملائم يساعد المؤسسة والمنظمة على بناء سمعة طيبة أو تعزيز

سمعتها.

✓ الترويج لمختلف منتجاتها وخدماتها.

✓ الحفاظ على علاقات طيبة مع العاملين وتعزيز الشعور بالانتماء إلى المؤسسة

والعمل على كسب تأييدهم وولائهم.

✓ الثقة المتبادلة بين المؤسسة والجمهور الخارجي.

✓ تقديم تفسير للإدارة عن آراء الجماهير بأداء المؤسسة.

✓ إرشاد الإدارة في اتخاذ القرارات ورسم السياسات الصحيحة لها.

¹ حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات)، مرجع سبق ذكره، ص 33.

² عبد الكريم سرحان، عائدة فخر الدين مدخل إلى العلاقات العامة والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 25.

إن من خلال كل ما رأيناه يتضح لنا أن أهداف العلاقات العامة متعددة لكن الهدف الأسمى هو تحقيق الانسجام والتوافق بين مصلحة المؤسسة ومصلحة جمهورها، بالإضافة إلى أن العلاقات العامة تهدف إلى بناء صورة طيبة للمؤسسة وكذا الحفاظ على سمعتها، كما أنها تعمل على توطيد العلاقة مع جمهورها الداخلي من العاملين وخلق أو تنمية شعور الانتماء للمؤسسة لديهم، كما أنها تعمل على الحفاظ على جمهورها الخارجي كذلك.

كما يمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة إلى محورين أساسيين هما¹:

- أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي.

- أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي

أ- أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي: وتتمثل في:

✓ نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهميته في كسب ثقة الجمهور الخارجي.

✓ تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا بشأن المشكلات والمواقف التي تعوق العمل

أو تطوير نوعية المنتج أو الخدمة أو بشأن سياستها وخططها الحالية والمستقبلية.

✓ التنسيق بين جميع قطاعات المنظمة أو المؤسسة وتسهيل تناقل المعلومات

والخدمات فيما بينها في سبيل تحسين نوعية السلعة أو الخدمة.

¹حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة، الأسس والمهارات، مرجع سبق ذكره، ص ص 34-35.

✓ التنسيق مع وحدة إدارة العلاقات الإنسانية بالمؤسسة لحل مشكلات العاملين والمشاركة في تحسين ظروف العمل المادية والنفسية والاجتماعية والثقافية في

سبيل رفع أو تحسين الكفاءة الإنتاجية أو الخدمات الجماهيرية.

ب- أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي: وتتمثل في:

✓ تحسين سمعة أو صورة المؤسسة الذهنية لدى جماهيرها وذلك من خلال شرح

السياسات المنتهجة من طرف المؤسسة، التقديم الجيد للمؤسسة، تقديم أهدافها

وهذا في مختلف المناسبات.

✓ التعرف على اتجاهات الجماهير نحو المؤسسة وما تقدمه من سلعة أو خدمة

وتقديم التقارير إلى الإدارة العليا التي ستتخذ القرارات اللازمة بناء على المعلومات

والتقارير التي تقدمها إدارة العلاقات العامة.

✓ المشاركة في حل مشكلات المجتمع في إطار ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية

للمنظمة أو المؤسسة، وذلك بهدف ترسيخ دور المؤسسة أو المنظمة وصورتها

الطيبة لدى جماهيرها.

✓ إمداد الإدارات المختلفة بالمعلومات التي تحتاجها كمنوعية الجماهير، وتطلعاتها،

وكذا المواصفات التي ترغبها في الساعة أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة.

ثالثاً: أهميتها

يرى مجموعة من المختصين بأن أهمية العلاقات العامة تعود إلى الفوائد التي تحققها المؤسسة أو المنظمة ويمكن تلخيصها في:

✓ كسب ثقة الجمهور.

✓ زيادة شهرة المؤسسة.

✓ تحسين سمعتها.

✓ ارتفاع مكانتها لدى الجمهور مما يزيد من مصداقيتها ومن حجم المبيعات في

المؤسسات الصناعية والتجارية.

وتؤدي العلاقات العامة الحسنة في المؤسسات الخدمائية إلى فهم وتقدير الجمهور للرسالة

وانجازاتها وخدماتها.

هذا بالإضافة إلى أن العلاقات العامة تعمل على توفير علاقات عمل طيبة في المؤسسة

مما يؤدي إلى الانسجام واستقرار أفراد المنظمة أو المؤسسة، كما تساهم العلاقات العامة في

حسن تقدير وتفهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين أو الجمهور¹.

¹علي بن فائز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006،

وعليه، فإن أهمية العلاقات العامة تنبع من قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها، هذه الأهمية تختلف من مؤسسة إلى أخرى، حسب طبيعة التنظيم فيها، طبيعة نشاطها، وترجع أهمية العلاقات العامة إلى الأسباب التالية¹:

- تزايد تدخل الدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية مما يتطلب ضرورة تبني جمهورها للخطط التي تضعها والقرارات التي تتخذها والتي تمس حياة مواطنيها.
- اتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج وتعاضم النفقات مع وجود منافسة حادة تهدف إلى جذب أكبر عدد من المستهلكين.
- تعاضم قوة الرأي العام واتساع المشاركة السياسية، وازدياد ثقافة الجماهير مما يتطلب اتصال الدولة ومؤسسات الأعمال بالجماهير.
- كسب تأييد الجمهور الخارجي.
- اكساب المؤسسة شهرة تلقى استحسان وقبول لدى الجمهور.
- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا.
- التوعية بأهداف المؤسسة والعمل على إيضاح خططها للجمهور.
- الارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة.

¹علي بن فائز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص 24.

- التنسيق والتعاون مع المؤسسات والمنظمات الأخرى في المجتمع.
 - تنمية وتدعيم التفاهم المستمر مع وسائل الإعلام.
 - مواجهة الأزمات والطوارئ التي قد تتعرض لها المؤسسة.
 - توفر وسائل الاتصال الحديثة ساعد على إيجاد الكثير من منافذ الوصول إلى الجمهور.
 - الاهتمام المتزايد بالمجتمع ومصالح أفراد.
 - زيادة الاتصال بين دول العالم لإقامة أسس علاقات طيبة بين أعضاء الأسرة الدولية.
 - بناء سمعة حسنة للمؤسسة وذلك لدعم بقائها واستمراريتها.
- إن تحقيق كل هذه الأهداف يتم من خلال مختلف الوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة والتي سنتعرض لها في المحاضرة الموالية.

المحاضرة الثانية:

وظائف العلاقات العامة ومهام القائمين عليها

أولاً: وظائف العلاقات العامة

بالرغم من اختلاف وظائف العلاقات العامة في المؤسسات حسب طبيعة نشاط المؤسسة وكذا الأهمية التي توليها الإدارة العليا أو بالأحرى القيادة العليا للعلاقات العامة، إلا أنه يوجد مجموعة من الوظائف في أغلب إدارات العلاقات العامة.

هذه الوظائف يمكن ذكرها في النقاط التالية¹:

1/ تقديم المشورة: تقوم إدارة العلاقات العامة بتقديم المشورة للإدارة العليا فيما يخص

السياسات الخاصة بالمؤسسة واتجاهات وسلوك الجماهير التي تتعامل معه وسائل الإعلام.

2/ البحوث: من وظائف العلاقات العامة القيام ببحوث من أجل التعرف على اتجاهات

وسلوكيات الجماهير الداخلية والخارجية.

3/ العلاقات بوسائل الإعلام: حيث أن إدارة العلاقات العامة أو ممارسو العلاقات العامة

في المؤسسة يجب عليهم إقامة علاقات جيدة مع وسائل الإعلام.

¹علي فرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص 31.

4/ ربط علاقات جيدة مع العاملين: وذلك من خلال إعلامهم عن كل ما يخص المؤسسة

وسياستها وكذا مختلف قراراتها.

5/ التخطيط الإداري: ويقصد به تحديد كل العمليات الإدارية الضرورية مرفقة

بالإمكانات المادية والبشرية.

6/ التنسيق: حيث أن إدارة العلاقات العامة تعمل على خلق وإيجاد التناسق والانسجام

بين مختلف الوحدات في المؤسسة.

7/ التسجيل: ويتعلق الأمر بكتابة الحقائق أو المعلومات بكل صدق وأمانة بقصد الرجوع

إليها عند الحاجة.

ودائماً في نفس السياق يرى بعض الباحثين أنه يمكن تلخيص بعض وظائف العلاقات

العامة في¹:

(1) العلاقات المجتمعية: والمقصود هو توجيه كل نشاطات العلاقات العامة نحو

المجتمع.

(2) العلاقات الداخلية: والمقصود هنا علاقة المؤسسة بجمهورها الداخلي من

العاملين، وهنا على القائم أو ممارس العلاقات العامة أن يحافظ على علاقته مع

العاملين وتنشيط الموظفين فيما بينهم.

¹ عبد الكريم سرحان، عائدة فخر الدين، مدخل إلى العلاقات العامة والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 36.

(3) العلاقات الحكومية: حيث تتولى العلاقات العامة مهمة التواصل مع المؤسسات

الرسمية والهيئات الحكومية لاستصدار الوثائق اللازمة أو للتنسيق لإقامة

الفعاليات وإدارتها.

(4) العلاقات الإعلامية: وهي العلاقات التي تربط المؤسسة بوسائل الإعلام.

إذن من خلال ما تعرضنا إليه أعلاه، نلمح أن وظائف العلاقات العامة متعددة ومختلفة

من مؤسسة إلى مؤسسة أخرى، لكن يبقى أن أهم وظيفة تقوم بها العلاقات العامة هي التنسيق

بين مصالح المؤسسة ومصالح الجمهور وتحقيق التوافق بينهما، ولقد قامت الجمعية الأمريكية

للعلاقات العامة بتحديد ثماني وظائف أساسية للعلاقات العامة تتمثل فيما يلي¹:

✓ كتابة التقارير وتحليل البيانات الصحفية والكتيبات وكتابة نصوص البرامج

الإذاعية والتلفزيونية، أي بصيغة أخرى التعامل مع وسائل الإعلام.

✓ تحرير النشرات الداخلية وتقارير المساهمين وكذا كل المعلومات الموجهة من

الإدارة إلى الجمهور الداخلي والخارجي.

✓ العمل على تحسين صورة المؤسسة من خلال النشاطات التي تقوم بها إدارة

العلاقات العامة كتنظيم المعارض، الحفلات، الزيارات... إلخ.

✓ إنتاج ما يسمى بـ مواد العلاقات العامة من مطويات، نشرات.

✓ تقديم المشورة والنصح إلى الإدارة.

¹علي فرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 31.

✓ توظيف الإشهار لخدمة أهداف المؤسسة وبناء صورة لها أو تحسينها أو الحفاظ

عليها.

✓ بناء علاقات مع رجال الإعلام وذلك بهدف إثارة اهتمامهم لنشر موضوعات

والقيام بروبورتاجات حول المؤسسة وذلك من أجل بناء صورة طيبة للمؤسسة.

وفيما يلي تلخيص للأنشطة المنوطة بالعلاقات العامة

شكل رقم (1) يوضح مهام وأنشطة العلاقات العامة

تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا

المشاركة في اتخاذ القرارات

تخطيط برامج العمل الزمنية والدورية للعلاقات

العمل على التعاون مع الإدارة الوسطى

العمل على التعاون مع الجمهور الداخلي

اعداد وتقديم الخطب والمحاضرات

تحضير مواد اعلامية لكل مناسبة

اعداد وتنظيم وإدارة المؤتمرات الصحفية

كتابة مقالات أو اخبار عن المؤسسة في الصحف

قياس الرأي العام ودراسته وتحليله

المصدر: (الفرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال مرجع سبق ذكره، ص 33)

إضافة إلى كل ما سبق ذكره، فإن وظائف العلاقات العامة تكمن أيضا في¹:

✓ البحث

✓ التخطيط الاداري

✓ الاتصال

✓ التنسيق

✓ التقويم

1-البحث: ويقصد بالبحث الدراسات التي تكشف من خلالها إدارة العلاقات العامة عن

مدى نجاح الحملات والبرامج التي تقوم بها وكذا فعالية الوسائل والأساليب المستخدمة، كما

تقوم إدارة العلاقات العامة بالتعرف على آراء جماهيرها وقياس مدى فعالية الاستراتيجية التي

تتبنها.

2-التخطيط: والمقصود رسم وتخطيط سياسة العلاقات العامة الخاصة بالمؤسسة، وذلك

بتحديد خطتها والبرامج التي تنفذها مع تحديد الفترة الزمنية لكل خطوة تقوم بها.

3-الاتصال: ويقصد بالاتصال تنفيذ كل الخطط التي تم تحضيرها، فالعلاقات العامة

ستقوم بتحديد الوسائل المناسبة للاتصال بجمهورها الداخلي أو الخارجي.

¹عبد الكريم سرحان، عائدة فخر الدين، مدخل إلى العلاقات العامة والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 35.

4-التنسيق: لا تعمل إدارة العلاقات العامة بمعزل عن الإدارات والوحدات الأخرى، فهي

تقوم بالتنسيق بين أقسامها أي على مستواها بالدرجة الأولى ثم مع باقي الوحدات والإدارات كل حسب اختصاصها.

5-التقويم: ويقصد به قياس نتائج برامج العلاقات العامة المتبعة وتعديلها إن تطلب

الأمر ذلك.

ثانيا: مهام القائمين بالعلاقات العامة

تطلق تسميات مختلفة على المشتغلين في إدارة العلاقات العامة، كالقائم بالعلاقات

العامة، القائم بالاتصال في العلاقات العامة، رجل العلاقات العامة (دون النظر إلى الجنس)،

المكلف بالإعلام، المكلف بالاتصال... إلخ.

وعلى العموم كفاءة المشتغلون في العلاقات العامة مسؤولا كان أم موظف مطلوبة من

أجل تحقيق أهداف المؤسسة، فالقائم بالعلاقات العامة من مهامه المشاركة في اتخاذ القرارات

وتزويد الإدارة العليا بكل المعلومات الضرورية التي من شأنها أن تحسن أداء المؤسسة من

جهة وتحسن إنتاجيتها من ناحية أخرى.

وهنا يمكن الإشارة إلى أن المشتغلون في العلاقات العامة ينقسمون إلى قسمين حيث

نجد المدير أو الرئيس أو المسؤول على العلاقات العامة والموظفون ومع ذلك فحسب رأينا كل

من يشتغل في جهاز العلاقات العامة يجب أن يتمتع بمجموعة من المواصفات تمكنه من أداء مهامه وفيما يلي وصف وظيفي لكل منهما.

1- الوصف الوظيفي لمدير العلاقات العامة

رغم اختلاف نشاط وحجم المؤسسة، ورغم اختلاف المكانة والأهمية التي توليها الإدارة للعلاقات العامة إلا أنه يوجد اتفاق حول الوظائف المنوطة بمدير العلاقات العامة والتي تتمثل في:¹

- 1/ المشاركة في رسم السياسة العامة لمديرية العلاقات العامة
- 2/ المشاركة في تحديد أهداف المؤسسة التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها
- 3/ إعداد برامج العلاقات العامة مع أفراد إدارته
- 4/ المشاركة في وضع الميزانية وتحديد قيمتها لتنفيذ برامج العلاقات العامة
- 5/ توجيه العاملين في إدارته للقيام به هامه على أكمل وجه
- 6/ متابعة تنفيذ برامج العلاقات العامة ومحاولة حل العقبات التي تعترض تنفيذها
- 7/ تقييم البرامج ودفع التقارير اللازمة عن مدير العمل في برامج وأقسام مديريته
- 8/ التنسيق والتكامل مع الوحدات الأخرى في المؤسسة

¹ فهد محمد العدوي. مفاهيم جديدة في العلاقات العامة. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 153.

9/ المشاركة في اختيار موظفي إدارته

10/ المشاركة في اللجان وعقد اجتماعات إدارته

11/ تطبيق معايير الجودة في المنظمة

12/ احترام زملاء العمل والرؤساء وتمثيل صورة إيجابية للمنظمة في المجتمع

13/ إتباع سياسات وإجراءات الصحة المهنية والحفاظ على أصول المنظمة في جميع

الأوقات

14/ إبداء المرونة لأداء أي مهام أخرى كما هي مطلوبة من قبل رئيسه من وقت لآخر

وحتى يتسنى للمدير بأداء هذه الوظائف، يجب عليه أن يتمتع ببعض الصفات والمهارات

تمكنه من أداء مهامه وتنظيم العمل بين مختلف أعضاء إدارته وبث روح العمل الجماعي.

2- الوصف الوظيفي لموظف العلاقات العامة:

تختلف مهام موظف العلاقات العامة من مؤسسة لأخرى وعلى العموم يمكن أن نلخص

المهام الرئيسية في:¹

- خلق علاقة طيبة مع الجمهور الداخلي والخارجي
- اعتبار موظف العلاقات العامة ناطق رسمي باسم المؤسسة

¹ فهد محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره ص 126.

- تصميم استراتيجية الاتصال
 - السهر على تصميم وتحرير المعلومات المختلفة ومواد العلاقات العامة
 - ربط صلة وعلاقات مع الصحافة وتزويدها بمختلف الأخبار الخاصة بالمؤسسة
 - اختيار إدارة العلاقات العامة للوسائل الاتصالية المناسبة النجاح عملية التخطيط
- إن كل هذه المهام الموكلة لموظف العلاقات العامة، يؤديها تحت إشراف مسؤوله الأول الذي له مهمة التوجيه والتصويب والإرشاد وكذا تقديم النصح، ومن ثم السهر على تنفيذ وسير برنامج العلاقات العامة الذي قام بتسطيره.

إن أداء هذه المهام سواء بالنسبة للمدير أو الموظف في جهاز العلاقات العامة، يتطلب وجود مهارات واستعدادات ومؤهلات مختلفة سنتناولها بالتفصيل مع التركيز على المهارات الاتصالية وكيفية توظيفها في مجال العلاقات العامة.

ثالثاً: المهارات الاتصالية للمشتغلين في العلاقات العامة

يمكن تعريف مهارات الاتصال بأنها قدرة القائم بعملية الاتصال على استخدام المعلومات والخبرات التي لديه من خلال عناصر الاتصال الأساسية لتحقيق أهداف محددة في الوقت والإمكانات المتاحة لديه¹.

¹ نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال الأسس والنظرية العلمية ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص123

من خلال هذا التعريف، يتضح لنا بأن مهارات الاتصال هو التحكم في وسائل الاتصال لإرسال المعلومات، اختيارها بطريقة تتلاءم مع جمهور المستهدفين وفي توقيت ملائم ومناسب وذلك من أجل تحقيق الأهداف التي رسمها.

تكمُن أهمية مهارات الاتصال في:¹

✓ أن مهارات الاتصال الوسيلة الأساسية لتطوير وتحسين بيئة العمل من جهة وتحقيق أداء المؤسسة

✓ لمهارات الاتصال دور في عمليات التخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة.

✓ تساهم بشكل كبير في زيادة ثقة الفرد بنفسه وقوة شخصيته كما تساهم في صناعة القيادات كما تساعد المهارات الاتصالية على إدارة الأزمات والتعامل معها

✓ تسهّل عملية إصدار الأوامر والتعليمات بالصيغة التي تلقى قبولاً من المرؤوسين.

✓ تفيد مهارات الاتصال في عملية التوجيه وإحداث التأثير الإيجابي في سلوكيات الأفراد ودفعهم نحو تطوير الأداء وزيادة الإنتاجية.

وفيما يلي سنعرض بعض المهارات الاتصالية التي يستخدمها القائم بالعلاقات العامة في مختلف الأنشطة الخاصة بمجاله.

¹ أحمد عبد الله العنزي، أثر الاتصالات الإدارية في تحقيق فعالية القرارات التنظيمية. رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 15.

أ- مهارات الكتابة:

تتميز الكتابة في العلاقات العامة بخصائص معينة تجعلها تختلف عن الكتابة في الصحافة المكتوبة والصحافة السمعية البصرية، حيث أنّ الهدف من الكتابة في العلاقات العامة هو توصيل الرسالة إلى الجماهير المستهدفة الداخلية منها والخارجية، ولتحقيق ذلك عبر الكتابة، هو استخدام لغة صحيحة يستطيع أن يستوعبها بسهولة، احترام القواعد اللغوية والأساليب البسيطة وكذا الإيجاز في التعبير والوضوح في العرض والهدف والمضمون¹.

ويستخدم القائم بالعلاقات العامة مهارة الكتابة في مختلف الأنشطة، ككتابة تقارير، تحرير مقالات للمجلة الداخلية للمؤسسة، تحرير مختلف المواد الخاصة بالعلاقات العامة كالكتيبات، المطويات... الخ

كما قلنا سابقاً، تختلف الكتابة في العلاقات العامة عن باقي أشكال الكتابات فهي تتطلب²:

- تحديد الأهداف والأولويات
- دراسة الجمهور
- اختيار فكرة الموضوع
- جمع المادة اللازمة

¹ محمد محمد عبد البادي. فنون الكتابة في العلاقات العامة، دار النهضة للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص9.

² أمال عميرات ، مهارات الاتصال في العلاقات العامة، دار اسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2019، ص83 .

- تحديد الطريقة الأمثل للكتابة

إذن تعتبر مهارة الكتابة من أهم المهارات الاتصالية التي يحتاج إليها القائم بالعلاقات العامة وذلك سواء مع رؤسائه أو الجمهور الذي يتوجه إليه الداخلي منه والخارجي.

ب- مهارة الاستماع والإصغاء:

وهي مهارة يمكن اكتسابها وتعلمها وتحسينها من خلال الممارسات العملية.

وللاستماع مجموعة من العناصر تتمثل في العناصر اللفظية والعناصر غير اللفظية،

فالعناصر اللفظية تشمل¹:

✓ الالفاظ والصياغات

✓ توجيه المناقشة

✓ التصرف العملي

✓ الصوت

أما العناصر غير اللفظية فتتمثل في:

✓ حركة الجسد والأيدي

✓ تغييرات الوجه والعينين

✓ المناخ والبيئة

¹ أمال عميرات، مهارات الاتصال في العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 47.

وفي مجال العلاقات العامة، على القائم بالعلاقات العامة أن يراقب الناس ويستمع إليهم، فالأفراد عادة يعكسون أنفسهم من خلال إيماءاتهم وتعبيراتهم المصاحبة لكلماتهم أو حتى خلال صمتهم، كما أن الإنصات الجيد أو الإصغاء يبدو واضحا على ملامح الشخص المنصت مما يشجع المتكلم على مواصلة حديثه وإبداء وجهة نظره دون تردد¹ لذلك على القائم بالعلاقات العامة أن يراعي كل هذه العناصر وينتبه إليها، لأن كل حركة، نبرات الصوت، استخدام الألفاظ لها دلالة يمكن أن يكتشف ويفهم الآخرين.

ت- مهارة الاقناع والحوار:

على القائم بالعلاقات العامة أن يراعي ما يلي²:

- ✓ الالتزام بالوقت المحدد في المحاورة وعدم الإطالة على الآخرين، مما يترك أثرا سلبيا، لذا يجب تقدير الطرف الآخر واحترامه.
- ✓ عدم الكلام دون علم، لذلك يجب قول الصدق عند نقل المعلومات، والمحافظة على الأخلاق الحسنة وكذا العمل على تقييم الرأي المقدم بأدلة علمية وعملية.
- ✓ العمل على رفع معنويات المحاور.

¹ محمد عليوات. مهارات الاتصال الفعال القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة التربوية، ثانوية ناصر باي سليمان نموذجا. مجلة دراسات نفسية وتربوية 2017، ص29.

² المرجع نفسه، ص29.

ث- مهارة التحدث:

يمكن تعريف مهارة الحديث بأنها استخدام الرموز اللفظية ونبرة الصوت في التواصل مع الآخرين، وتعتبر وسيلة أو طريقة أساسية يعبر من خلالها المرسل عن أفكاره أو آرائه للمستقبل أو قد يقوم بنقل معلومات أو حقائق له¹

إن هذه المهارة تتكامل مع المهارات الأخرى كمهارة الكتابة، القراءة والإصغاء التي يجب أن تكون متوفرة لدى القائم بالعلاقات العامة، هذا الأخير الذي يجب أن يحدد قبل حديثه الجمهور المستهدف أي الذي سيتوجه إليه، تم اختيار الموضوع الذي سيركز عليه حديثه مرتباً، لذلك أفكاره في شكل نقاط رئيسية يتم التركيز عليها في مرحلة أخيرة، عليه أن يحدد طريقة تقديم الحديث، حيث يجب على القائم بالعلاقات العامة تجنب اللزمات اللفظية والحركية التي من شأنها أن تثير اهتمام المستمع وتجعله يركز عليها أكثر من تركيزه على مضمون الحديث.

ج- مهارة القراءة:

ترجع أهمية مهارة القراءة بالنسبة للقائم بالعلاقات العامة إلى سبب سببين رئيسيين

¹ باسل محمد صوان. مهارات الاتصال والتعلم دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 61.

1-الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المنشورة أو الخطبة وفهم ما تتضمنه من معلومات ثم تقديمها إلى الإدارة العليا التي من شأنها أن تأخذ قرارات من أجل التغيير للأحسن.

2-القراءة تمكن القائم بالعلاقات العامة من اكتساب لغة سليمة، وأسلوب تفكير وتعبير مناسب ومنظم.

وهنا، يمكن القول أن تحديد المادة المقروءة أهم خطوة يجب تحديدها وذلك حتى يتم الاستفادة من القراءة.

هذه أهم مهارات الاتصال الذي يجب أن يتمتع بها القائم بالعلاقات العامة بالإضافة إلى مهارة الاتصال الرقمي أي التحكم في استخدام التكنولوجيا التي أصبحت اليوم جزء لا يتجزأ من عمل العلاقات العامة التي ستقوم من خلال أنشطتها الاتصالية تحسين وبناء الصورة والسمعة الإلكترونية.

بالإضافة إلى المهارات الاتصالية التي يجب أن يتمتع بها القائم بالعلاقات العامة، هناك مجموعة من الخصائص الواجب توفرها بالعاملين في أجهزة العلاقات العامة والتي يمكن تلخيصها فيما يلي¹:

¹فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 169.

1-النشاط:

إن العلاقات العامة عمل مستمر وحيوي، يتم ممارستها في العديد من المجالات هذا ما يجعل القائم بالعلاقات العامة يجب أن يتصف بالقدرة على التحرك السريع دون ملل ودون بذل أقصى الجهود لنجاح مهمته.

2-حسن المظهر والمنطق والجاذبية:

يجب على القائم بالعلاقات العامة أن يتسم بسماحة الوجه، رقة الحديث والكلام، تناسب القوام وحسن الهندام وقادر على التعبير الكلامي بشكل مؤثر.

كما أنه يجب أن يتميز بالشخصية الجذابة لينال إعجاب الآخرين والشخصية القوية.

3-الشخصية المستقرة والمتزنة

من أجل تحقيق التفاهم مع باقي أطراف المؤسسة وكذا الجمهور، على القائم بالعلاقات العامة أن يتصف بالشخصية المستقرة والمتزنة والهادئة وذلك من أجل التأثير بالآخرين وخلق انطباع طيب عند الجماهير.

4-الشجاعة

كما ذكرنا سابقا، يجب أن يتميز القائم بالعلاقات العامة بالشخصية القوية والشجاعة ليتمكن من عرض آرائه واقتراحاته وكذا الدفاع عن وجهة نظره أمام الإدارة العامة.

5- الإقناع

من المميزات المهمة لرجل العلاقات العامة أن تكون له القدرة على التأثير في نفوس الآخرين وإقناعهم بلباقة.

6- الذكاء

لا بد أن يكون القائم بالعلاقات العامة ذكيا، أهلا للثقة حيث يعتبر الذكاء عنصرا مهما في تكوين الشخصية.

7- التكيف

ويعد التكيف عامل أساسي في العلاقات العامة الطيبة، حيث أن القائم بالعلاقات العامة يجب أن يتقبل التغيير، يجب الاندماج مع الآخرين وذلك للتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم، فالمؤسسة التي لا تتكيف اتجاهاتها وأعمالها مع الجمهور، ستفشل حتما في تحقيق مكانة لها في السوق وفي المجتمع ككل.

8- الكياسة

إن المثل الأعلى لرجل العلاقات العامة هو الاتصاف بالكياسة ودقة السلوك.

9- الاستقامة والصدق

ينبغي لكل من يعمل في العلاقات العامة أن يكون قادرا على عرض الحقائق عرضا سليما على الجمهور وذلك حتى يتمكن من الحصول على تأييد وكسب ثقة الجمهور، كما أنه يجب أن يتحلى بالسمعة الطيبة والأخلاق الفاضلة.

وفي ذات السياق يقول إدوارد برينز في كتابه (العلاقات العامة): "إن من واجب أخصائي العلاقات العامة أن تدعم سمعته وسمعة مهنته وأن الخبرة الملحوظة في هذا المجال تتطلب لائحة أخلاقية تتضمن مجموعة من المبادئ الأخلاقية الصارمة، ويجب عليه أن يعكس أخلاقه على الجمهور وما لم يؤكد أخصائي العلاقات العامة هذه اللائحة الأخلاقية بأفعاله ويؤيدها بأقواله، فإن النجاح سوف لا يكون بجانبه وكما سيفقد ثقة الآخرين به، تلك الثقة التي لا غنى عنها من أجل التقدم والنجاح في أساليب الاتصال التي يستخدمها"¹.

10- الموضوعية

وهي قدرة القائم على العلاقات العامة على النظر إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وكذا أسلوب العمل بطريقة مجردة من الذات أي فصل ذاتيته عن كل ما يقوم به.

¹ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 176.

11-الإحساس العام

والمقصود هو أن يتميز رجل العلاقات العامة بالقدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير

أو العكس.

12-الخيال الخصب

تقوم العلاقات العامة على الإبداع والمبادرة والابتكار في مواجهة المشكلات وكسب ثقة

ال جماهير.

المحاضرة الثالثة:

جمهورية وسائل العلاقات العامة

أولاً: جمهورية العلاقات العامة:

قبل الحديث عن جمهورية العلاقات العامة وأنواعه، سنتطرق ولو باختصار إلى تعريف الجمهور.

1- تعريف الجمهور:

تعريفات مختلفة ومتعددة قدمت للجمهور، فمنها من يعرف الجمهور بأنه الجماعات التي تشارك بفاعلية في مناقشة القضايا العامة¹.
ومنهم من يرى بأن الجمهور يواجه مشكلة واحدة، ويدرك أن المشكلة موجودة ويحاول القيام بعمل ما اتجاه هذه المشكلة².

¹خبرت معوض عياد، مبادئ العلاقات العامة، التاريخ، المفاهيم، الأسس والعمليات-أخلاقيات الممارسة، ط 3، بيرثير أوريزون، الشارقة، 2020، ص 229.

²المرجع نفسه، ص 229.

أما جنكز فهو يرى بأن الجمهور جماعة من الناس تتصل بهم المؤسسة على المستوى الداخلي والخارجي¹.

في حين يعرف "أجبرن" الجمهور بأنه عبارة عن أفراد أو هيئات أو منظمات لها ميول وآراء واتجاهات وقيم وتوقعات مشتركة².

وهناك من يرى كذلك بأن الجمهور هو مجموعة أو جماعات من الناس يجمعهم موطن معين وتجمعهم مصالح واحدة وقيادة واحدة وظروف بيئية واحدة³.

أما إذا تحدثنا عن الجمهور في العلاقات العامة فنقول بأن أي مؤسسة أو منظمة مهما كانت طبيعة نشاطها، فهي تتعامل مع جماهير سواء داخلية أو خارجية، ويستخدم الباحثون والممارسون مصطلح الجمهور للإشارة إلى الجماهير التي تتعامل مع المؤسسة أي الفعلية أو المحتمل استهدافها من خلال الرسائل الاتصالية.

كما يشير مصطلح الجمهور كذلك إلى قطاع معين من السوق أي قطاع سوقي معين (Segment).

¹ابراهيم بلحيمر، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 4، العدد 1، 2016، ص 50.

²المرجع نفسه، ص 50.

³أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1990، ص 157.

إذن من خلال ما تعرضنا إليه من تعاريف للجمهور يتضح لنا أنه لا يوجد تعريف موحد للجمهور لكن الشيء الذي نستخلصه هو أن هذا الجمهور عنصر أساسي وضروري يتوقف عليه نجاح المؤسسة أو المنظمة، حيث تشير الدراسات المعاصرة إلى أهمية الجمهور وتحديده، والتي تعتبر خطوة مهمة في تحديد باقي عناصر الاتصال كاختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة، تحديد أو بالأحرى تصميم الرسالة الموجهة إليه.

2- أهمية تحديد الجمهور في العلاقات العامة:

تكمُن أهمية تحديد الجمهور في مجال العلاقات العامة في النقاط الآتية¹:

✓ إن تحديد الجمهور يساهم بشكل كبير في صياغة أهداف برامج العلاقات العامة، لهذا يجب على مصمم برامج العلاقات العامة أن يفهموا جيدا طبيعة وخصائص الجمهور الذي يستهدفونه من برامجهم، فالأهداف الاستراتيجية والإجرائية تتجه مباشرة إلى الجمهور المستهدف.

✓ تحديد الجمهور يساعد في تحديد استراتيجية العلاقات العامة، حيث تقوم المؤسسة بتبني استراتيجية العلاقات العامة الملائمة والتي تتناسب مع طبيعة جمهورها الذي تم تحديده مسبقا وذلك من أجل التأثير عليه.

وهنا نشير بأنه يوجد أربع استراتيجيات للعلاقات العامة وهي:

¹خيرت معوض عياد، مبادئ العلاقات العامة، التاريخ، المفاهيم، الأسس والعمليات-أخلاقيات الممارسة، مرجع سبق ذكره، ص ص 230-231.

- استراتيجية الإعلام
- استراتيجية الإقناع
- استراتيجية بناء الإجماع
- استراتيجية الحوار

- ✓ تعمل عملية تحديد الجمهور وتساعد في بناء الرسالة الاتصالية في العلاقات العامة.
- ✓ يؤسس تحديد الجمهور لتحديد مزيج الوسائل الاتصالية المناسبة لتحقيق أهداف الحملة.
- ✓ يساعد تحديد الجمهور في تحديد ميزانية برامج وحمولات العلاقات العامة، فعندما يكون الجمهور كبيرا ومتنوعا منتشرا في أكثر من مكان يتم اختيار وسائل الاتصال الجماهيرية التي لها إمكانية الوصول إلى عدد كبير من الجمهور، وهذا ما يحتاج لميزانيات ومخصصات مالية كبيرة، وإذا كانت الحملة متعلقة بقضية أو موضوع جديد أو جدلي يلقى معارضة من فئات كثيرة من المجتمع، هنا يجب التركيز على مختلف الوسائل الاتصالية وهذا ما يتطلب ميزانية كبيرة ووقتا طويلا وجهدا كبيرا.

3-أنواع الجمهور العلاقات العامة:

- لقد قام خبراء العلاقات العامة بتصنيف الجماهير التي تعد محور اهتمام العلاقات العامة إلى نوعين، جمهور داخلي وآخر خارجي، كأحد التصنيفات الكلاسيكية في مجال العلاقات العامة.

أ-الجمهور الداخلي: والمقصود جميع العاملين في المؤسسة أو المنظمة في مختلف

المستويات الإدارية والوحدات التي تتكون منها المنظمة.

يتصف هذا الجمهور الداخلي بمجموعة من الصفات تتلخص في¹:

- أنها جماعة من الناس تربط بين أفرادها وحدة اجتماعية وتجمع بين أفرادها عناصر الولاء للوحدة الاجتماعية التي تضمهم ويقرون بالصدقة والتعاون والتضامن.
- يتميز جمهور الداخلي بقدر من الاستقرار نتيجة تواجدهم داخل بناء تنظيمي له قواعده وأنظمتها وإجراءاته التي تطبق عليهم.

ب-الجمهور الخارجي: حسب ممارسي وخبراء العلاقات العامة فإن الجمهور الخارجي

لا يشمل فقط الأفراد الذين تتعامل معهم المؤسسة أو المنظمة وإنما يتضمن كل المجموعات والهيئات التي تتأثر بسياسات المنظمة ولديها مصالح فيها، والذي يتوقف عليهم نجاح المؤسسة أو المنظمة، ويمكن تسميتهم بال جماهير الأساسية للمنظمة².

هذه الجماهير تتمثل في:

✓ الاتحادات العمالية

✓ المستثمرون والمستهلكون

¹علي فرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 48.

²خيرت معوض عياد، مبادئ العلاقات العامة، التاريخ، المفاهيم، الأسس والعمليات-أخلاقيات الممارسة، مرجع سبق ذكره،

✓ العملاء

✓ الموردون والمساهمون

✓ المجتمع المحلي

✓ المؤسسات التشريعية والتنفيذية

✓ وسائل الإعلام

هذه الجماهير الأساسية في العلاقات العامة هي التي تؤثر في مستقبل المؤسسة.

دائماً في نفس السياق، يرى باحثون آخرون أن جماهير العلاقات العامة تتواجد على

الشكل التالي¹:

أ-المجتمع المحلي: تعتمد العلاقة مع المجتمع المحلي على طبيعة المؤسسة وما تقدمه

من خدمات، هذا بالإضافة إلى أنه هناك من يرى بأن المجتمع المحلي هم السكان القريبين

من موقع المؤسسة بما فيهم عائلات الموظفين ومؤسسات مجتمعية وإعلامية وتعليمية وقادة

مجتمعيين محليين².

¹ابراهيم بلحيمر، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 53.

²خيرت معوض عياد، مبادئ العلاقات العامة، التاريخ، المفاهيم، الأسس والعمليات-أخلاقيات الممارسة، مرجع سبق ذكره،

ب- **جمهور المؤسسات الأخرى:** ويتمثلون في الأفراد الذين يتواجدون في مؤسسات أخرى ويرتبطون بعلاقات خاصة مع المؤسسة، وقد لا يكونون أعضاء في مؤسسة معينة بالذات وإنما يقدمون خدماتهم لكل مؤسسة ويكونون ناقلين للصورة الذهنية الجيدة عن المؤسسة¹.

ج- **الجمهور الخارجي:** وهم الأفراد الذين يتعاملون ويرتبطون بالمؤسسة سواء ارتباط مباشر أو غير مباشر.

د- **الجمهور النوعي:** وهو عبارة عن جماعات من الأفراد لها مصالح واحدة، أي تشترك في وجود مصلحة تجمعهم، وفي هذا السياق ذكر عالم الاجتماع الأمريكي كارل كلارك أن أهم السمات الأساسية للجماهير النوعية تتمثل فيما يلي²:

- ✓ وجود مصالح مشتركة تربط بقوة بين أفرادها.
- ✓ وجود مصالح متشعبة قد تؤدي إلى انقسام أفراد الجمهور النوعي.
- ✓ المناقشات المتبادلة لوجهات النظر.
- ✓ اتخاذ الاتصال وسيلة للتحرك الاجتماعي من أجل الوصول إلى قرار جماعي وتحويله إلى سلوك جماعي.

وللإشارة فقط، فإن الجمهور النوعي يمكن أن يكون داخلي أو خارجي.

¹ إبراهيم بلحيمر، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 53.

² المرجع نفسه ص 53.

هـ-الجمهور الداخلي: يتكون الجمهور الداخلي من كافة العاملين في المؤسسة وفي مختلف التنظيمات الإدارية، حيث يسعى القائم بالعلاقات العامة إلى تدعيم علاقاته بالجمهور الداخلي كخطوه أساسية للانطلاق إلى علاقات جيدة مع الجمهور الخارجي.

إذن، من خلال ما تعرضنا إليه، يتضح لنا بأنه يوجد عدة تقسيمات لجمهور العلاقات العامة، فمنهم من يصنفه إلى جمهور داخلي وجمهور خارجي أو بالأحرى جمهور أساسي، هذا الجمهور الأساسي الذي يتكون من الاتحادات العمالية، المستثمرون، العملاء، الموردون، المساهمون، المجتمع المحلي ووسائل الإعلام.

وفريق آخر يصنفه إلى جمهور داخلي يتكون أساسا من العاملين أي الجمهور الداخلي، وجمهور نوعي يمكن أن يكون داخلي أو خارجي، جمهور المجتمع المحلي، الجمهور الخارجي. إذن تكتسي عملية تحديد الجمهور في العلاقات العامة أهمية كبرى حيث أنه يوجد عدة معايير أو أسس لتصنيف الجمهور كالخصائص الجغرافية، الخصائص الديمغرافية، الخصائص الثقافية، اتجاهات الجمهور والصورة التي يحملها حول المنظمة أو المؤسسة، خصائص الجمهور حسب مستوى المعرفة والاهتمام، وعلى القائم بالعلاقات العامة اختيار وتحديد الجمهور وفق المعايير والأسس التي يراها مناسبة.

ثانياً: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

تعد عملية اختيار وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة مهمة جداً حيث أنها تساهم وبشكل كبير في إيصال الرسائل الاتصالية ومن ثم تحقيق الأهداف التي تجعل المؤسسة إلى تحقيقها.

ومن أهم العوامل التي تتحكم في اختيار الوسائل الاتصالية يمكن ذكر:

- طبيعة الرسالة المراد إيصالها للجمهور.
- درجة الاستعجال والسرعة.
- حجم المعلومات المرسلة.
- الإمكانيات المادية التي تتوفر عليها المؤسسة والصورة التي ترغب أن تظهر بها المؤسسة¹.

وهناك عدة تصنيفات لوسائل الاتصال التي تستخدم في مجال العلاقات العامة فمنهم

من يقسمها إلى²:

- الوسائل المباشرة: كالمحاضرات والاجتماعات والاتصال الهاتفي والندوات...إلخ.
- الوسائل غير المباشرة: كالإذاعة والتلفاز والصحف والكتب...إلخ.

¹فاطمة مروة، الاتصالات المهنية، دار النهضة العربية، لبنان، 2004، ص 28.

²عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سبق ذكره، ص 119.

وفريق آخر يقسمها إلى¹:

- 1) الوسائل المقروءة كالكتب والمجلات والنشرات والمراسلات...إلخ.
- 2) الوسائل المرئية كالمعارض والمتاحف والصور والسينما الصامتة...إلخ.
- 3) الوسائل السمعية كالمذياع، الهاتف وأجهزة الاتصالات الداخلية...إلخ.
- 4) الوسائل السمعية والمرئية كالسينما والتلفاز والمؤتمرات والندوات...إلخ.
- 5) الوسائل الصامتة: اللغة الصامتة والإشارات.

وهناك من الباحثين كذلك من يقسمها إلى وسائل الاتصال بالعاملين (الجمهور الداخلي)

ووسائل الاتصال بالجمهور الخارجي.

وعليه سنعمد على أحد هذه التصنيفات²:

1-الوسائل المكتوبة:

أ-الصحف: وهي تلك التي تصدر بطريقه منتظمة أي فترة صدورها منتظمة، تعالج من

خلال صفحاتها مختلف المواضيع السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الوطنية منها والدولية.

¹عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هادف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سبق ذكره، ص 119.

² بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياة سكيكدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة،

2010، ص ص 47-48.

ب-مجلة المؤسسة: ويمكن لمجلة المؤسسة أن تكون داخلية موجهة للجمهور الداخلي أو خارجية موجهة للجمهور الخارجي أو مختلطة تتوجه للجمهور الداخلي والخارجي معا. تعالج مجلة المؤسسات ثلاث ميادين.

- الميدان الأول: متعلق بأخبار العاملين كأعياد ميلادهم وميلاد أبنائهم، الأنشطة الرياضية المختلفة التي يزاولونها وما يحققونه من نجاحات، صور من جوانب العمل المختلفة...إلخ.

- الميدان الثاني: أخبار عن جماهير المؤسسة ويشمل التعرض إلى جوانب من تعامل الجمهور الخارجي مع المؤسسة.

- الميدان الثالث: ويشمل أخبار المؤسسة ويضم هذا الميدان:

✓ التطرق إلى بعض التعليمات الجديدة وشرحها.

✓ التطرق إلى نشاط بعض الوحدات الجديدة.

✓ التطرق إلى نشاطات المؤسسة وتنقلات القيادة الإدارية العليا.

ج-النشرات والكتيبات: يكون الهدف من هذه الكتيبات شرح وتقديم الخدمات الجديدة

للمؤسسة، وتهتم إدارة العلاقات العامة بهذا النوع من النشرات والكتيبات من ناحية نوع الورق المستخدم والغلاف وكذا الإخراج الفني.

د-البريد: تقوم إدارة العلاقات العامة باستخدام البريد للاتصال بالجمهور وايصال المعلومات عن طريق إرسال الرسائل الكتيبات والنشرات.

هـ-التقرير السنوي: وهو تقرير موجه إلى المساهمين بالدرجة الأولى ثم إلى الجمهور.

2-الوسائل المسموعة البصرية:

أ-الإذاعة: يستخدمها القائم بالعلاقات العامة لإذاعة الأخبار المتعلقة بمؤسسته.

ب-التلفزيون: يعتبر التلفزيون من الوسائل التي يمكن توظيفها للاتصال بالجمهور.

ج-السينما: تشكل إحدى القنوات الاتصالية الرئيسية التي يستخدمها القائم بالعلاقات

العامة فهي تؤثر تأثير قوي في مشاهديها إذا ما تم إعدادها بعناية¹.

د-أشرطة الفيديو: تقوم المؤسسات بإمداد إدارة العلاقات العامة بأجهزة الفيديو لتصوير

الحفلات والمناسبات والاجتماعات².

3-وسائل أخرى:

كالندوات الصحفية، المعارض، تنظيم الحفلات، الملتقيات والمؤتمرات والجولات

الميدانية.

¹جعرون أمينة، أثر مهارات الاتصال على فاعلية العلاقات العامة، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر ورقلة، مذكرة لنيل

شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018، ص 56.

²المرجع نفسه، ص 56.

4-الوسائل الإلكترونية:

الموقع الإلكتروني، صفحات الفيس بوك وبعض التطبيقات التي تضعها المؤسسة تحت

تصرف جمهورها.

المحاضرة الرابعة:

تنظيم إدارة العلاقات العامة

أولاً: أساليب إدارة العلاقات العامة

لا يوجد تنظيم معين لإدارة العلاقات العامة في المؤسسة، فهو يختلف من وحدة إلى أخرى وفقاً لمجموعة من العوامل كحجم المؤسسة، مدى فهم القائمين بالإدارة فيها للعلاقات العامة وكذا بنائها التنظيمي¹.

ويذكر الباحثون أنه يوجد عدة أنماط مختلفة لتنظيم وظيفة العلاقات العامة، تتمثل في:

- ✓ يقوم بها وحدة خاصة.
- ✓ يقوم بها شخص أو قسم متفرغ لها.
- ✓ يقوم بها شخص غير متفرغ من مستوى بسيط أو رئيس قسم.
- ✓ جميع الموظفين مسؤولون عن العلاقات العامة.
- ✓ ليس لها قسم ولا إدارة ولا يقوم بها أحد.

¹ علي عوجة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، عالم الكتب، القاهرة، ص 11.

توجد عدة أساليب لتنظيم العلاقات العامة في المؤسسة، تتمثل هذه الأساليب في¹:

1- الأسلوب الاتصالي العام: ويقدم هذا التنظيم على أساس توزيع مسؤوليات الأقسام،

على أساس وسائل الاتصال الجماهيرية التي توجه رسائلها إلى الجمهور العام، فيكون هناك

قسم الصحافة مهامه هو صياغة البيانات الصحفية وتوزيعها، تنظيم المؤتمرات الصحفية،

رعاية العلاقات مع الصحفيين...إلخ.

- قسم آخر موجه ومخصص للإذاعة والتلفزيون.

- قسم آخر موجه للإنتاج السينمائي.

- قسم رابع للندوات.

- قسم خامس لإنتاج المطبوعات والنشرات.

وفي بعض إدارات العلاقات العامة، يخصص قسم مستقل للتخطيط الإعلامي.

إن اعتماد هذا الأسلوب على وسائل الاتصال الجماهيري يجعل البعض يطلق عليه اسم

الأسلوب الإعلامي أو الوظيفي.

2- الأسلوب الاتصالي النوعي: يعتمد هذا الأسلوب على توزيع العمل وتصميم الأقسام

على أساس الجماهير النوعية، حيث يصبح كل قسم مسؤول على علاقة المؤسسة مع جمهوره،

¹ علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، مرجع سبق ذكره، ص 11.

وعلى هذا الأساس، يمكن تقسيم إدارة العلاقات العامة على أساس الجماهير المتعامل معها إلى:

- قسم الاتصال بالمستثمرين.
- قسم الاتصال بالمستهلكين.
- قسم الاتصال بالموزعين.

وهكذا، تتعدد الأقسام حسب تنوع الجماهير المتعامل معها.

3- الأسلوب الاتصالي المزدوج: يعتمد هذا الأسلوب على تخصيص بعض أقسام الإدارة

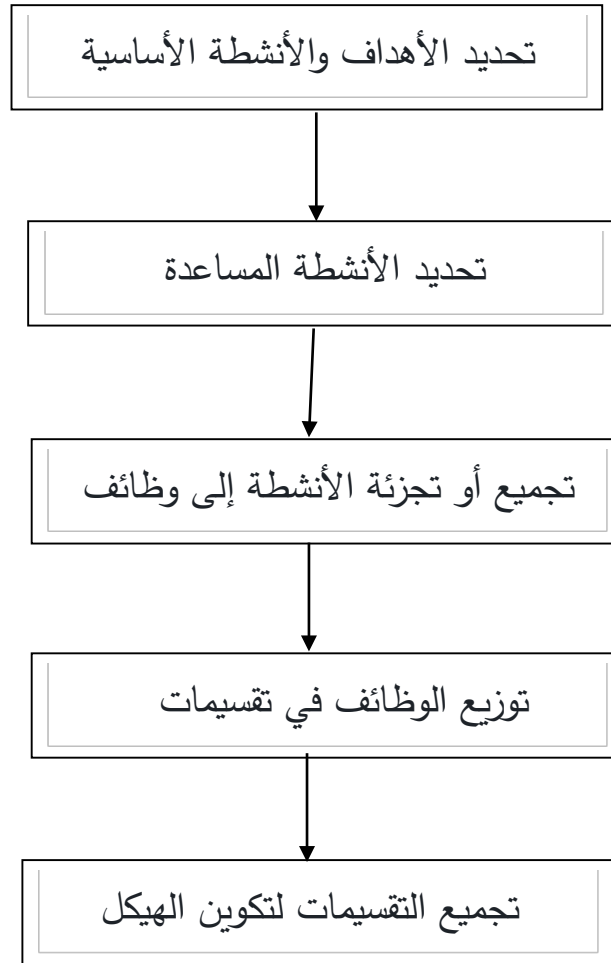
للاتصال بقطاعات الجماهير المؤثرة على المؤسسة بشكل مباشر وكذا الأقسام الإعلامية التي تقوم بإنتاج مواد الاتصال لخدمة هذه الجماهير.

إلى جانب هذه الأساليب، هناك بعض المؤسسات تخصص قسما للنشاطات الداخلية كتنظيم الحفلات والرحلات والمعارض...إلخ.

في الحقيقة هذه الأساليب لا يمكن المفاضلة بينها، فالمؤسسة هي التي تختار لنفسها أسلوبا مناسباً لإدارة العلاقات العامة فيها حسب حجمها، طبيعة أهدافها وكذا الأهمية التي يوليها المسؤولين في المؤسسة للعلاقات العامة.

ولإعداد الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة، يجب مراعاة مجموعة من الخطوات

موضحة في الشكل الآتي:

الشكل رقم 1 نموذج لعملية التنظيم¹

¹علي عوجة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، مرجع سبق ذكره، ص 17.

ثانياً: النماذج التنظيمية لإدارة العلاقات العامة

النماذج الأساسية لإدارة العلاقات العامة

يرى غروننج Gruning أن إدارة العلاقات العامة يمكن أن تتخذ أحد الأشكال التالية

حتى تتمكن من تنفيذ برامج أنشطة العلاقات العامة، هذه النماذج تتمثل فيما يلي¹:

أ- نموذج المستوى المصغر: والمقصود بهذا النموذج، أن تكون العلاقات العامة إحدى

وظائف المدير في الإدارة العليا، أو اعتبارها وظيفة فرعية من التسويق أو أن توكل وظيفة

العلاقات العامة إلى مجموعة مديرين في الإدارة العليا.

ب- نموذج المستوى الكبير: وهنا يكون:

- مدير العلاقات العامة له قوة داخل مجلس الإدارة.

- مدير العلاقات العامة يمارس سلطة حقيقية وليست تفويضية في المؤسسة.

- تكون إدارة العلاقات العامة ضمن الإدارات التي ترسم السياسة العليا للمؤسسة.

ج- نموذج المستوى الإداري التنفيذي: وهو النموذج الذي تكون فيه إدارة العلاقات

العامة:!

✓ صغيرة لكنها قائمة بذاتها

¹علي عجوة، محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، التعليم المفتوح، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005،

✓ صغيرة لكن لمديرها مكانة مرموقة على الهيكل الإداري

والأشكال التالية تلخص النماذج التي تكون عليها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة.

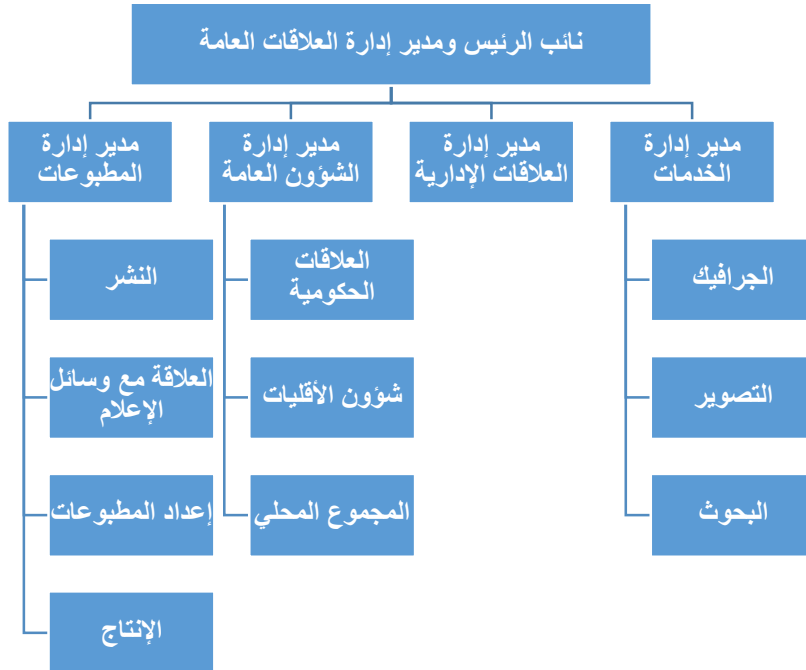
شكل رقم 2 يوضح نموذج إدارات العلاقات العامة الصغيرة¹.



إن العلاقات العامة حسب هذا النموذج تلعب دورا استشاريا فقط، فهي لا تكون على

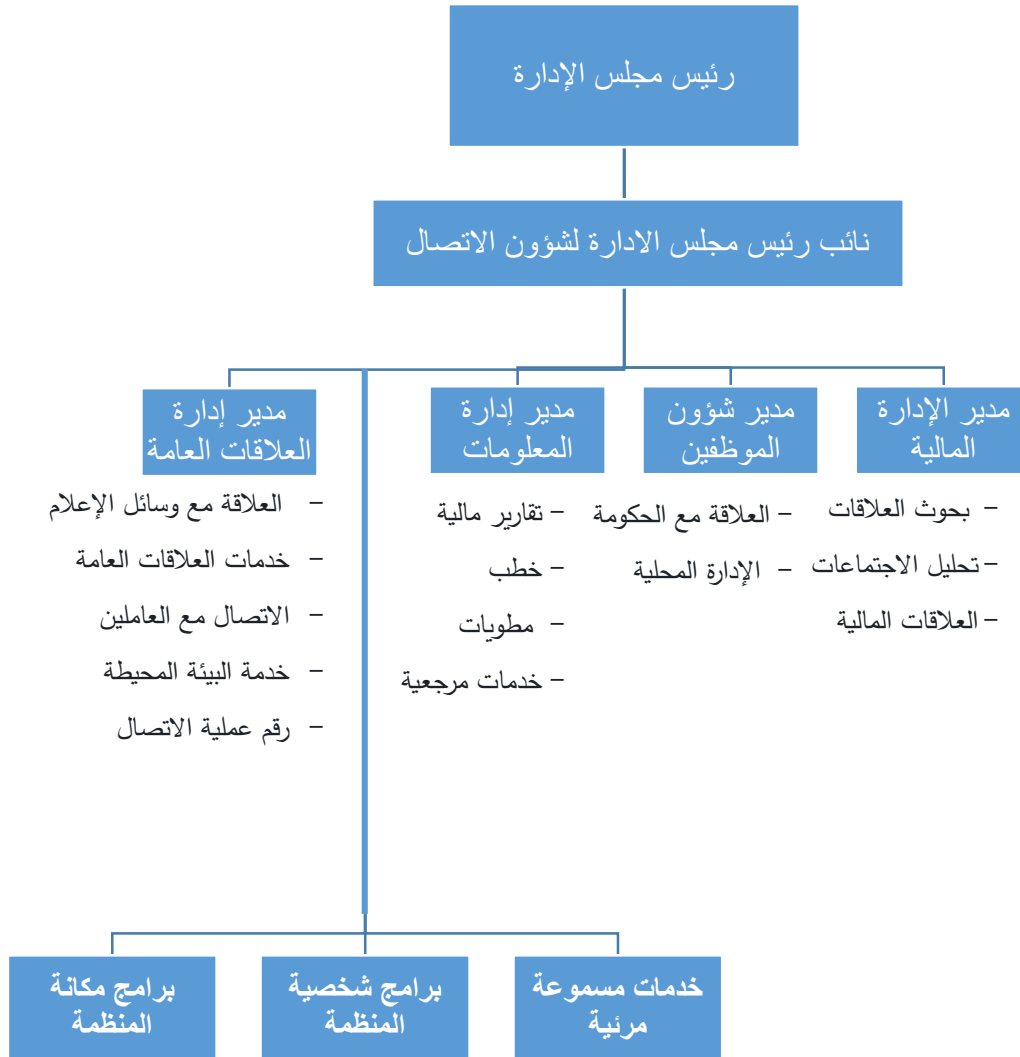
اتصال مباشر بالإدارة العليا.

¹علي عوجة، محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، التعليم المفتوح، مرجع سبق ذكره، ص 23.

شكل رقم 3 يوضح نموذج العلاقات العامة متوسطة الحجم¹

من خلال هذا النموذج يتضح أن لمدير العلاقات العامة دور رئيسي في المؤسسة حيث أنه يساهم في اتخاذ القرارات ويشارك الإدارة العليا في كل قراراتها وعليه فإن العلاقات العامة تحتل مكانة مهمة في المؤسسة بحكم ازدواجية من تولى إدارة العلاقات العامة، حيث أن مدير العلاقات العامة هو نفسه نائب رئيس المؤسسة وعليه فإن العلاقات العامة تعتبر مهمة ودورها أساسي وفعال في المؤسسة.

¹علي عوجة، محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 24.

شكل رقم 4 يوضح نموذج العلاقات العامة كبيرة الحجم¹¹ علي عوجة، محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 25.

من خلال هذا النموذج يتضح لنا بأن مدير إدارة العلاقات العامة بصلة مباشرة مع نائب رئيس مجلس الإدارة وهذا يدل على الأهمية التي يوليها هذا النوع من المؤسسات للعلاقات العامة.

من جهة أخرى إن الأنشطة المنوطة بإدارة العلاقة العامة متنوعة وهي تتركز على مبدأ المسؤولية الاجتماعية وذلك حسب ما يوضحه الشكل رقم (4) كما تتركز على صورة المؤسسة ومكانتها في المجتمع، هذا إضافة إلى نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة وكذا علاقتها بوسائل الإعلام.

المحاضرة الخامسة:

برامج العلاقات العامة ومشكلاتها

أولاً: مفهوم برامج العلاقات العامة وأنواعها:

1- مفهوم برامج العلاقات العامة: لقد ذكرنا فيما سبق أن العلاقات العامة ليست عمل

عشوائي وإنما هي عملية مخططة ومنظمة، لهذا على المؤسسة أن يكون لها برامج دقيقة يتم إعدادها من قبل إدارة العلاقات العامة.

يعرف البرنامج بأنه مجموعة من الأنشطة والحملات الموجهة لتحقيق هدف ما خاص بجمهور معين أو بجماهير محددة أو بالجمهور العام، وهو جزء من الخطة ويشكل العمود الفقري ويمكن اعتباره التخطيط على المستوى الجزئي¹.

وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في تصميم برامج العلاقات العامة، ترتبط هذه العوامل بمحيط المؤسسة الداخلي والخارجي.

¹فاطمة عبد الكاظم الربيعي، العلاقات العامة واستراتيجية بناء وتعزيز سمعة المنظمة، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 10، العدد 8، آذار 2010، ص 167.

بالنسبة للعوامل الداخلية فهي تتمثل في¹:

- نقص المتخصصين في مجال العلاقات.
 - الإمكانيات المالية للعلاقات العامة، وانخفاض الميزانية المخصصة للعلاقات العامة تؤثر على برامجها.
 - عدم تقدير الدور الذي تقوم به العلاقات العامة.
 - المفاهيم الخاطئة للعلاقات العامة ونشاطاتها.
 - افتقار العلاقات العامة إلى أسلوب علمي في التخطيط.
 - تداخل الاختصاصات بين جهاز العلاقات العامة وبعض الأجهزة الأخرى.
- أما العوامل الخارجية فهي تلك العوامل المرتبطة بالبيئة التي تعمل فيها المؤسسة، لذلك على المؤسسة أن تربط علاقات طيبة سواء مع العاملين باعتباره الجمهور الداخلي، وكذا الجمهور الخارجي، فهذا النوع من العلاقات وطبيعتها يؤثر على برامج العلاقات العامة.

2-أنواع برامج العلاقات العامة:

تتنوع برامج العلاقات العامة بتنوع المجالات التي تحتويها أو تعالجها، وعليه فهي تتواجد

على عدة أشكال:

¹شلغام سجية، رتيبة قسارى حبيلس، برامج العلاقات العامة ودورها في تحقيق المواصفات التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2018، ص 89.

أ- البرامج البسيطة والمحدودة التأثير: وهدفها الحفاظ على علاقة ذات قيمة للمؤسسة

أو إقامة علاقة معينة¹.

ب- البرامج الكبيرة والمتعددة الاتجاهات والتأثير: هذه البرامج يشترك فيه إعدادها

مجموعة من المتخصصين في العلاقات العامة من ذوي الخبرة الطويلة نسبيا، ويقوم بإعدادها

مستشار أو أكثر².

تهدف البرامج الكبيرة والمتعددة الاتجاهات والتأثير إلى إقامة علاقات طيبة لكن هذه

المرّة ليس مع مجموعة من الأفراد وإنما مع مجتمع معين أوسع من الأول.

ج- البرامج الإعلامية الدفاعية: تهدف هذه البرامج الى إزالة الآثار الناتجة عن

الإشاعات والأكاذيب التي تعرضت إليها المؤسسة.

هذا النوع من البرامج يحتاج من القائم بالعلاقات العامة أن يكون حريصا ودقيقا في

تعامله مع المعلومات والمعطيات والحقائق التي يستخدمها للدفاع عن المؤسسة.

¹علاء الدين خنوف، دور برامج العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية، دراسة ميدانية، مؤسسة الأمن الولائي بالمسيلة،

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال،

جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020، ص 47.

² فريد محمد الصحن، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق، دار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 190.

د-البرامج الإعلامية الهجومية: وتستخدم لمنع وقوع الضرر أي أن المؤسسة تستخدم هذا النوع من البرامج إذا أحست بأن خطرا يحقق بها، قد يكون هذا الخطر مثلا من المنافس. إلى جانب هذه البرامج، هناك برنامج الشكاوى والرد عليها، برامج الإعلام الداخلي الموجه للعاملين كالنشرات الداخلية مثلا، عقد اجتماعات أو تنظيم رحلات جماعية، برامج وقائية وهي برامج طويلة المدى ذات أهداف محدودة، برامج علاجية والتي يطلق عليها كذا تسمية برامج الأزمات والتي تستخدم لمعالجة المشكلة أو الأزمة¹.

كما يمكن إضافة برامج أخرى في مجال العلاقات العامة كالبرامج الإخبارية، برامج المشكلات... إلخ².

من خلال كل ما تعرضنا إليه، يمكننا القول بأن برامج العلاقات العامة متنوعة ومتعددة، تختلف من مؤسسة إلى أخرى باختلاف أهدافها، إمكانياتها وطبيعة جماهيرها، حيث أنه رأينا بأن برامج العلاقات العامة تتوجه إلى الجمهور الداخلي، والجماهير الخارجية.

¹فتيحة بوعزة، وهيبه عباس، دور برامج العلاقات العامة في الجذب السياحي، دراسة ميدانية بولاية جيجل، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016، ص 90.

² المرجع نفسه، ص 91.

في نفس السياق، ورغم اختلاف برامج المؤسسة إلى أخرى، إلا أنها تشترك في الأسلوب العلمي الذي تتبعه لوضع خطة سليمة ناجحة للوصول إلى الأهداف بأقصر وقت ممكن وأقل نفقات وجهد.

هناك مجموعة من الخطوات يجب اتباعها من طرف القائمين على العلاقات العامة لإعداد البرامج، تتمثل هذه الخطوات في¹:

1-دراسة شاملة للمؤسسة: وهي الخطوة الرئيسية للتخطيط حيث يتم الاطلاع فيها على كل صغيرة وكبيرة ودراستها للتعرف على وضعها ومشاكلها.

2-دراسة الجمهور وتشخيصه: إن دراسة الجمهور، أي جمهور المؤسسة خطوة ضرورية جدا، حيث أن الهدف النهائي من برامج العلاقات العامة هو تحقيق رغبات الجمهور مع تحقيق مصالح المؤسسة، وللوصول إليه يجب التعرف جيدا من أجل تصميم برنامج يتناسب مع متطلبات هذا الجمهور.

3-تحديد المشاكل: بعد دراسة كل من المؤسسة والجمهور، يتضح للقائم بالعلاقات العامة، جميع المشاكل والعقبات التي تواجه المؤسسة حيث يتم تحديد مهام العلاقات العامة ودورها في حل هذه المشكلة.

¹فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 82.

4- معالجة مشاكل الجماهير: على القائم بالعلاقات العامة أن يكتشف المشاكل التي قد

يعاني منها الجمهور الداخلي والخارجي وذلك لضمان أكثر فعالية لبرامج العلاقات العامة.

فبالنسبة للجمهور الداخلي، يشمل التخطيط الداخلي حل مشاكل العاملين وذلك من

خلال¹:

✓ دعم العلاقات العامة ماديا ومعنويا لتمكينها من إعداد برامج خاصة لتوثيق العلاقات

الإنسانية بين العاملين والإدارة.

✓ تدريب وتأهيل الهيكل الإداري.

✓ فتح الدورات التكوينية.

✓ الاهتمام بعقد الندوات والاجتماعات الداخلية من أجل مناقشة المشاكل.

أما بالنسبة للجمهور الخارجي، فعلى القائم بالعلاقات العامة أن يكشف كل خصائصه

وكل ما يمكن أن يؤثر فيه وذلك لإنجاح عملية التعامل معه وضمان مصلحة المؤسسة، فعلى

القائم بالعلاقات العامة أن يعمل على كسب ثقة هذا الجمهور.

¹ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 84.

ثانياً: مشكلات تطبيق العلاقات العامة

على الرغم من أهمية العلاقات العامة على مستوى الممارسة إلا أنها تواجه عدة مشكلات

في تطبيقها، وسلبيات عديدة تحيط بعملية ممارسة العلاقات العامة، يمكن ذكرها كآلاتي¹:

أ-عدم وجود معايير لانتقاء العاملين في إدارة العلاقات العامة التي تركز فقط على

المظهر الخارجي.

ب-عدم حصول العاملين في إدارات العلاقات العامة على خلفية علمية مناسبة لممارسة

المهنة، حيث يؤكد تقرير جمعية العلاقات العامة الأمريكية على أن المستقبل سيكون باهرا

لمهنة العلاقات العامة إذا عمل بها أشخاص ذو تعليم عال، حيث أن المقومات والسمات

الشخصية غير كافية للعمل في مجال العلاقات العامة².

ج-عدم حصول العاملين في إدارات العلاقات العامة على تكوين مناسب لممارسة المهنة

كالكتابة الصحفية، مهارات الاتصال...إلخ.

¹غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمة، أطلس للنشر والإنتاج العلمي، 2017، ص 41.

²المرجع نفسه، ص ص 41-42.

د- عدم الالتزام بأخلاقيات ممارسة مهنة العلاقات العامة، فأغلب ممارسي المهنة يتم اختيارهم دون أسس علمية ويمارسون أنشطة قد تكون بعيدة عن المجال الحقيقي للعلاقات العامة.

هـ- عدم اهتمام الإدارة العليا بالعلاقات العامة وعدم اقتناعها بأهميتها.

ل- ضعف مشاركة العاملين في إدارات العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرار.

ك- عدم وضوح اختصاصات إدارة العلاقات العامة وتداخلها مع وظائف أخرى.

ل- عدم وضع العلاقات العامة في مستوى إداري مناسب.

هـ- عدم توافر الموارد المالية لإدارات العلاقات العامة بشكل كافي وهي تعود مرة أخرى

إلى عدم اقتناع الإدارة العليا بأهمية العلاقات العامة.

ت- عدم الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام في تحقيق أهداف العلاقات العامة.

د- عدم توظيف التكنولوجيا في العلاقات العامة في بعض المؤسسات.

ذ- البيروقراطية الحكومية من قبل الموظفين الحكوميين التي تعطل عمل العلاقات العامة.

المحاضرة السادسة:

واقع تطبيق وممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية

"مديرية البناء والتعمير أم البواقي"

بعدما تطرقنا في المحاضرات السابقة إلى مفهوم العلاقات العامة، أهدافها، وظائفها وكيفية تنظيم إدارة العلاقات العامة في المؤسسة سنتعرض في هذه المحاضرة إلى واقع ممارسة العلاقات العامة في الجزائر، والبداية ستكون بالعلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية حالة مديرية البناء والتعمير أم البواقي.

نريد الإشارة فقط إلى أنه تم الاعتماد على مذكرات الماستر لطلبة علوم الإعلام والاتصال على مستوى الجامعات الوطنية لاستخلاص واقع العلاقات العامة في هذه المؤسسات التي حظيت بدراسة من طرف الطلبة.

▪ دراسة بلال بولعام، ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية،

2017¹.

أولاً: التعريف بمديرية البناء والتعمير أم البواقي

أسست مديرية البناء والتعمير لولاية أم البواقي سنة 1980 بعد انفصالها عن مديرية

التجهيز آنذاك والتي كانت تضم أربع مديريات وهي:

- مديرية السكن البناء والتعمير

- مديرية الأشغال العمومية

- مديرية الراي

- مديرية النقل

ثم ألحقت سنة 1986 بديوان الترقية والتسيير العقاري فأصبحت تسمى بمديرية البناء

والتعمير والسكن.

قسمت المديرية سنة 2000 إلى مديرتين هما:

¹بلال بولعام، ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من موظفي مديرية البناء

والتعمير بولاية أم البواقي، منكره لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن

مهدي أم البواقي، 2017.

- مديرية البناء والتعمير كالقوة العمومية تهتم بأوضاع التعمير.
- مديرية السكن والتجهيزات العمومية مهامها تتمثل أصلا في إنجاز المشاريع القطاعية للتمية الولائية.

إن مديرية البناء والتعمير لولاية أم البواقي تحتوي على ثلاث مصالح تتمثل في المصالح

التالية :

✓ مصلحة التعمير

✓ مصلحة البناء

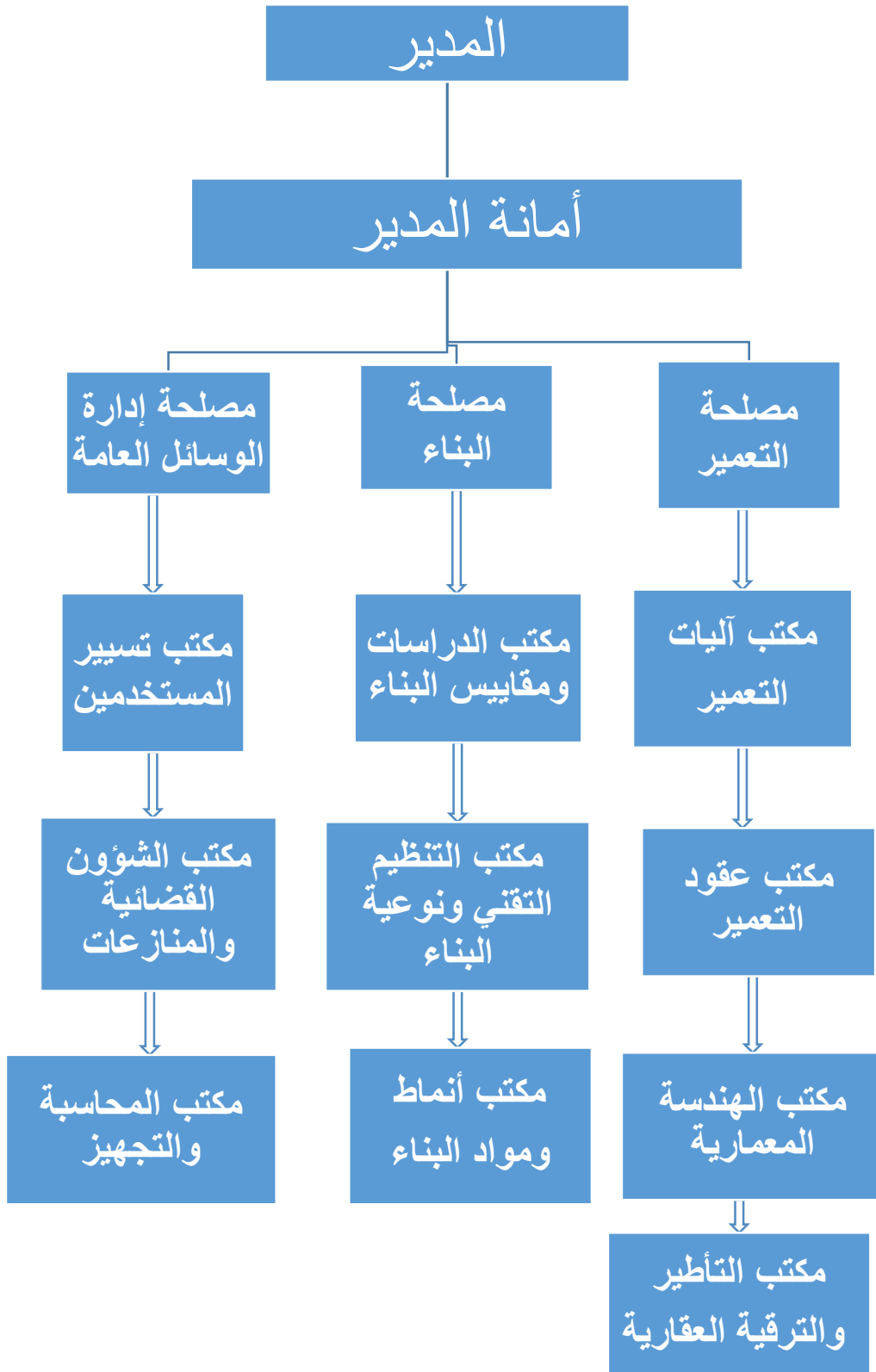
✓ مصلحة إدارة الوسائل العامة.

ولكل مصلحة من هذه المصالح مجموعة من المكاتب.

للإشارة، إن هذه المصالح التي تحتويها مديرية البناء والتعمير لولاية أم البواقي، مرتبطة

ارتباطا مباشرا بأمانة المدير التي ترتبط هي الأخرى مباشرة مع المدير العام لمديرية البناء والتعمير.

والشكل رقم (5) يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية البناء والتعمير لولاية أم البواقي



ثانيا: موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمديرية البناء والتعمير

لولاية أم البواقي:

من خلال تعرضنا للهيكل التنظيمي الخاص بمديرية البناء والتعمير لولاية أم البواقي، نلمح أنه لا يوجد قسم أو مديرية أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة في هذه المديرية، فلا يوجد إشارة في الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة، فكما رأينا أن هذه المديرية تتكون من ثلاث مصالح، مصلحة التجهيز، مصلحة البناء، مصلحة إدارة الوسائل العامة.

حسب هذه الدراسة، إن الجهة المسؤولة عن ممارسة العلاقات العامة في هذه المديرية هي مصلحة إدارة الوسائل العامة التي تحتوي تحت إدارتها على:

- مكتب تسيير المستخدمين

- مكتب الشؤون القضائية والمنازعات

- مكتب المحاسبة والتجهيز.

تقوم مصلحة إدارة الوسائل العامة على توفير كل الظروف الملائمة للعمل، حيث تقوم بترشيد الأداء الإداري والفعال، كما تقوم بنقل صورة متكاملة ودقيقة في هذا المجال. حسب الهيكل التنظيمي دائما، يتضح لنا بأن مصلحة إدارة الوسائل العامة لها ارتباط مباشر بأمانة المدير وهذا ما جعلها تلعب دورا في صناعة القرار بين عمال المؤسسة.

ثالثا: ممارسات العلاقات العامة في مديرية البناء والتعمير بولاية أم البواقي

يبدو من خلال هذه الدراسة، أن العلاقات العامة كممارسة موجودة خاصة على المستوى الداخلي أي العلاقات العامة الداخلية الموجهة للعاملين.

وتتمثل وظائف مديرية البناء والتعمير في:

1-تنظيم مقابلات مع المدير

2-استقبال الزوار والمراجعين بشكل أنيق وحضاري

3-التنسيق بين الإدارات والمصالح المختلفة لتحقيق الانسجام في الأداء فيما بينها.

وبعد عملية التحليل لمعطيات هذه الدراسة التي قام بها الطالب بولعام بلال يتضح أن العلاقات العامة في هذه المديرية عبارة عن وسيلة أو أداة إدارية أكثر مما هي أداة اتصالية، حيث تنحصر وظائفها الأساسية في توفير ظروف العمل الملائمة للعامل من أجل تحسين أدائه، كما أن ارتباط المصلحة مباشرة يجعلها في مركز قوة.

رابعا: صعوبات ممارسة العلاقات العامة في مديرية البناء والتعمير بولاية أم

البواقي.

تتمثل صعوبات ممارسة العلاقات العامة في مديرية البناء والتعمير بولاية أم البواقي في

النقاط التالية:

- 1/ غياب قسم خاص بالعلاقات العامة.
- 2/ غياب الكادر البشري المؤهل والمختص في ممارسة العلاقات العامة.
- 3/ القيام بوظائف إدارية لا علاقة لها بالعلاقات العامة.
- 4/ تمثل العلاقات العامة في هذه المديرية همزة وصل بين الإدارة العليا والموظفين.
- 5/ غياب الدورات التكوينية المتخصصة في مجال العلاقات العامة.
- 6/ غياب برامج مخططة في العلاقات العامة.
- 7/ اعتبار العلاقات العامة وظيفة إدارية أكثر مما هي اتصالية.

المحاضرة السابعة

واقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية

▪ دراسة نورة فقعا، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية -دراسة

ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية محمد الصديق بن يحيى بجيجل - 2015¹.

من المفروض أن تكتسي العلاقات العامة أهمية كبيرة في القطاع الصحي الخدماتي،

حيث أنها ستوظف العلاقات العامة على مستويين: المستوى الداخلي مع الجمهور الداخلي

وذلك بغية تحسين العلاقة بين الإدارة ومستخدمي المؤسسة الاستشفائية، ومع الجمهور

الخارجي الذي يتمثل في الجمهور العام من مرضى وأهاليهم وكل من يستفيد من الخدمات

الصحية، كما أن العلاقات العامة تعمل على تحسين صورة المؤسسات الاستشفائية لدى

الجمهور خاصة بعدما عرفته من اضطرابات وسوء تنظيم ينعكس سلبا على صورتها.

في هذا الإطار سنحاول الكشف عن واقع العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية

محمد الصديق بن يحيى، جيجل منطلقين في ذلك من دراسة الطالبة نورة فقعا التي أنجزتها

لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص علاقات عامة من جامعة محمد الصديق بن

يحيى، والتي جاء عنوانها: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية -دراسة ميدانية

¹ نورة فقعا، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بجيجل، مذكرة

لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل 2015.

بالمؤسسة العمومية الاستشفائية محمد الصديق بن يحيى بجيجل للموسم الجامعي 2014-2015.

إن العلاقات العامة في أي مؤسسة استشفائية تسعى إلى تحقيق¹:

✓ تحسين العلاقات وذلك من خلال تطوير وسائل الاتصال المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة مع عموم أفراد المجتمع وكذا إعلام الجمهور بمختلف شرائحه بأهمية آرائهم.

✓ إعلام الجماهير بقرارات الإدارة من خلال الاعتماد على كل وسائل الاتصال الجماهيرية والشخصية لتوضيح أبعاد ونتائج هذه القرارات.

✓ اعتماد أسلوب المقترحات والآراء التي يمكن تسلمها من الجمهور عبر صندوق الشكاوي أو الاستماع إلى الموظفين.

كما قلنا سابقا قامت الطالبة بمحاولة الكشف عن العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية وذلك بطرح تساؤل الإشكالية يتمحور حول: هل يوجد اهتمام بالعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية الجزائرية؟

ويندرج تحت سؤال الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية:

¹ تامر ياسر البكري، إدارة المستشفيات، ط 1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ص 236.

1- ما هي مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟

2- ماهي العراقيل التي تحد من فعالية نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الصحية

الجزائرية؟

وبعد توظيفها لمجموعة من الأدوات المنهجية كالمقابلة والاستمارة والملاحظة توصلت

الطالبة إلى مجموعة من النتائج، قبل عرضها نريد الإشارة فقط إلى أن هذه الدراسة أجريت

على عينة من الجمهور الداخلي للمستشفى.

من النتائج المتوصل إليها:

1- غياب جهاز خاص بالعلاقات العامة والجهة المكلفة بالاتصال هو مكتب الإعلام

والاتصال الذي لا يرتبط بصورة مباشرة بالمديرية العامة.

2- إن وظائف هذا المكتب بعيدة عن نشاطات العلاقات العامة، فوظيفته منحصرة في

قراءة الصحف والرد عليها، التغطية الإعلامية لنشاطات المستشفى، تبليغ الموظفين

بالمستجدات داخل المستشفى.

3- غياب التخصص في مجال الاتصال والعلاقات العامة، حيث أن مسؤول المكتب

وأعضاؤه غير متخصصين في العلاقات العامة ولا في الاتصال.

4- سوء فهم العلاقات العامة ووظائفها في الأوساط الداخلية (الجمهور الداخلي)

للمستشفى.

5- أن العلاقات العامة داخل المستشفى لا تحظى باهتمام كبير ولا تحتل مكانتها.

6- محاولة المكتب لكسب ثقة وتأييد الجمهور الداخلي للمستشفى.

7- عدم اختيار الأساليب الاتصالية الفعالة للاتصال مع الجمهور الداخلي، فالوسيلة

الأولى المستخدمة هي الإعلانات عن طريق الملصقات.

8- الأمانة العامة والمديرية العامة هما اللتان يقومان بوظائف العلاقات العامة.

المحاضرة الثامنة

واقع ممارسة العلاقات العامة في البنوك الجزائرية

- دراسة ياسمين مسيلي، بشرى ميهوبي، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة المالية العمومية الجزائرية، حالة "القرض الشعبي الجزائري" CPA، 2022.¹
- من خلال هذه المحاضرة، سنحاول الكشف عن ممارسة العلاقات العامة في إحدى البنوك الجزائرية وهي القرض الشعبي الجزائري، وذلك بالاعتماد كما ذكرنا على الدراسة المشار إليها أعلاه

إن السياسة المتبعة من طرف البنك تعكس على وضع العلاقات العامة فيها، ففي البنوك الجزائرية نجد أن العلاقات العامة تمارس خاصة مع الجمهور الخارجي لكونها تسعى إلى بناء صورة طيبة عن البنك في أذهان الجماهير، هذه الممارسة تختلف من بنك لآخر على أساس المكانة التي تحتلها العلاقات العامة في البنك والأهمية التي تمنح لها من طرف المسؤولين.

¹ مسيلي ياسمين، ميهوبي بشرى، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة المالية العمومية الجزائرية دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، 2022.

أولاً: التعريف بالقرض الشعبي الجزائري وهيكلها التنظيمي

تأسس القرض الشعبي الجزائري بعد الاستقلال بقرار 66/366 الموافق لـ 1966/12/29 الصادر في الجريدة الرسمية وبرأس مال قدره 15 مليون دينار جزائري. لقد عرف البنك عدة مراحل في تطوره، وأهم مرحلة كانت في سنة 1990 حيث أصبحت المؤسسة ذات أسهم، هذا بالإضافة إلى صدور قانون النقد والقرض رقم 10/90 الصادر في 1990/04/14 والذي شجع البنك لتعيش في جو المنافسة مع البنوك التجارية الأخرى، خاصة وأن السوق المالية عرفت دخول بنوك أجنبية مثل: Société Générale, BNP Paribas وغيرها من البنوك التي دفعت البنوك الجزائرية إلى تغيير سياستها خاصة في مجال الاتصال وفرض نفسها في السوق لمواجهة المنافسة.

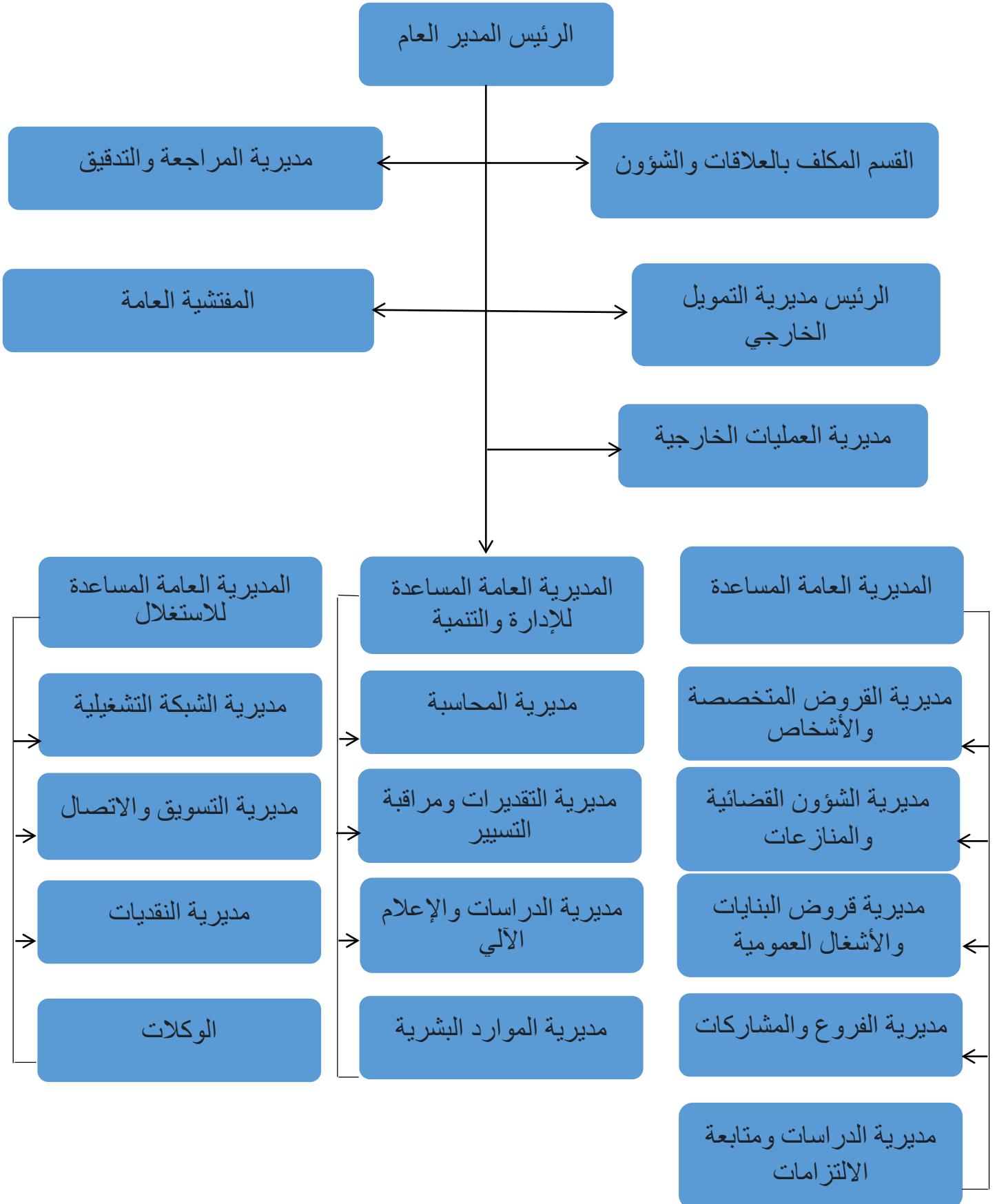
وحسب التقرير السنوي لعام 2019، فإن عدد المديريات الجهوية للقرض الشعبي الجزائري بلغ 15 مديرية، في حين وصل عدد الوكالات التجارية للبنك إلى 157 وكالة.

تتمثل أهم خدمات البنك في:

- ✓ تمويل سوق العقار والمساهمة في تطويره.
- ✓ تمويل قطاعات الصحة، والصيدلة والتجارة والتوزيع.
- ✓ تمويل قطاع الفنادق والسياحة.
- ✓ تمويل نشاطات الحرف التقليدية.

- ✓ تقديم خدمات ومنتجات الصيرفة الإسلامية.
 - ✓ تقديم خدمات مبتكرة مثل الدفع الإلكتروني.
 - ✓ توفير خدمات الدفع الإلكتروني (CPA CIB)
- إلى آخره من الخدمات التي تقدمها وتوفرها للزبون.
- أما عن هيكلها التنظيمي فيتمثل في الشكل التالي:

شكل رقم (6) يوضح الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري

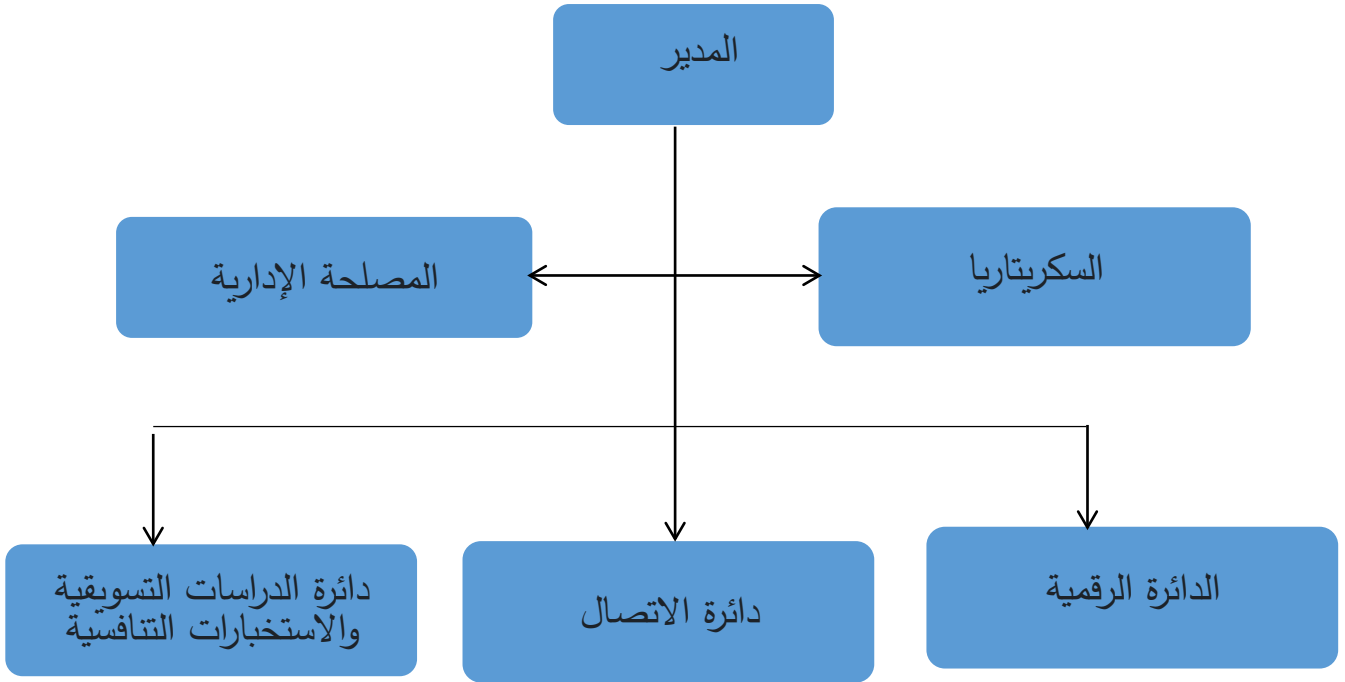


ثانيا: موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري

من خلال عرضنا أعلاه للهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري نلمح غياب كامل وتام لقسم العلاقات العامة وأن مديرية الاتصال والتسويق هي التي تتكفل بكافة أنشطة العلاقات العامة.

رغم أن مديرية الاتصال والتسويق هي التي تقوم بممارسة وظائف العلاقات العامة، إلا أننا نلاحظ أن هيكلها التنظيمي خال من أي قسم للعلاقات العامة كما يوضحه الشكل الموالي:

شكل رقم (7) يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية الاتصال والتسويق



- قطاع إدارة المواقع الإلكترونية
- قطاع وسائل التواصل الاجتماعي
- قطاع الدراسة والتطوير
- قطاع الاستقبال / الرسوم البيانية
- قطاع الاتصال الداخلي
- قطاع الترويج التجاري
- وصورة العلامة التجاري
- معارض وفعاليات الرعاية
- قطاع مركز الاتصال
- قطاع الاستخبارات التنافسية
- قطاع دراسة التسويق
- تصميم القطاع

إذا تمعنا النظر في الهيكل التنظيمي لمديرية الاتصال والتسويق نلمح أنها لم تخصص ولو قسما للعلاقات العامة، فالدوائر الثلاثة التي تحتويها خصصت للرقمنة وهذا لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل وهنا يمكن أن تؤدي فيه وظائف العلاقات العامة الإلكترونية الرقمية. دائرة الاتصال والذي يسند له من خلال القطاعات المسندة إليه، وظيفة الاتصال الداخلي والخارجي.

أما الدائرة الثالثة فهي مخصصة للدراسات التسويقية والاستخبارات التنافسية.

بشكل رسمي لا مكانة للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لمديرية الاتصال والتسويق رغم أن النشاطات موجودة.

ثالثا: ممارسات أنشطة العلاقات العامة في القرض الشعبي الجزائري

كشفت هذه الدراسة للطالبتين ياسمين مسيلي، بشرى ميهوبي، أن المسؤولين أي مسؤولو البنك على دراية بأهمية العلاقات العامة حيث أصبحت ضرورية بل أساسية، خاصة بالنسبة للبنوك التي تسعى إلى ترويج خدماتها، ومن بين أهم الوظائف التي يقوم بها البنك نجد حسب ما توصلت إليه الطالبتين:

✓ إعطاء صورة حسنة عن البنك وهي من بين الوظائف الأولية التي تقوم بها مديرية التسويق والاتصال.

✓ تعزيز علامة القرض الشعبي الجزائري.

- ✓ إعطاء رؤية إيجابية للبيئة المتعامل معها، ومحاولة توضيح جل الأعمال والوظائف والمستجدات التي يقوم بها البنك، ومتابعة الأحداث.
- ✓ تفعيل عملية الاتصال باعتباره الجسر الذي يربط بين المؤسسة وبنيتها وذلك من خلال الاتصالات الشفهية أو المكتوبة.
- ✓ القيام بالعمل الترويجي لمنتجات وصورة البنك من خلال الإشهار.
- ✓ التعريف بمنتجات البنك وإظهارها للزبائن عن طريق العمل التسويقي.
- ✓ إضفاء وتفعيل العلاقات العامة وذلك بالاتصال الدائم مع البيئة الخارجية.

إن ما نستنتجه من هذه الوظائف المتعلقة بالعلاقات العامة هو اعتبار العلاقات العامة أحد أدوات المزيج الترويجي الذي يشكل أحد عناصر المزيج التسويقي، فهي وظيفة لصيقة بالتسويق، استخدمها البنك من أجل الترويج لخدماته ولصورته الذهنية.

المحاضرة التاسعة

تطبيقات العلاقات العامة في مجلس الأمة

- دراسة فطيمة لبصير، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري مجلس الأمة أنموذجا، 2008¹.

سنعرض في هذه المحاضرة إلى تطبيقات العلاقات العامة في مجلس الأمة وذلك من خلال إبراز مكانة العلاقات العمومية في هذه الهيئة ووظائف العلاقات العامة فيها.

للتعرف على ذلك، اعتمدنا على الدراسة المشار إليها

أولا مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي الخاص بمجلس الأمة:

حسب ما توصلت إليه الباحثة لبصير فطيمة من خلال دراستها لواقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري مجلس الأمة أنموذجا، فإن العلاقات العامة كجهاز أو قسم أو إدارة قائمة بذاتها غير موجودة، وذلك رغم وجود خلية للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي الذي نشره

¹ فطيمة لبصير، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، مجلس الأمة أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال

والعلاقات العامة، جامعة محمد منتوري، قسنطينة، 2008.

موقع جهاز الأمة على شبكة الأنترنت www.magliselouma.dz، لكن الواقع ينفي وجود خلية أو قسم للعلاقات العامة وذلك حسب إجابات الباحثين وكذا الملاحظة الشخصية للباحثة لهيكل المجلس، حيث أن مهام العلاقات العامة يقوم بها مكتب خلية الاتصال إضافة إلى مكتب التشريعات، ولقد أكد حسب النتائج المتوصل إليها من طرف الباحثة مسؤول الاتصال بالمجلس السيد عمار بوخوش، أن العلاقات العامة يتكفل بها حسب الحالة مختلف مصالح المجلس حسب التخصص وعند الضرورة، هذا ما جعل موقع العلاقات العامة والجهة المشرفة عليه غير واضح، حيث تتكفل بها أكثر من جهة.

كما أشارت الباحثة في النتائج المتوسطة إليها إلى أن مهام العلاقات العامة أسندت للإداريين رغم وجود متخصصين في علم الاجتماع والإعلام.

ثانيا مهام ووظائف العلاقات العامة:

حسب ما توصلت إليه الباحثة فإن وظائف العلاقات العامة في مجلس الأمة تتمثل في:

- ✓ التعامل مع وسائل الإعلام وضمان الإعلام الإيجابي للمؤسسة أي المجلس.
- ✓ القيام ببعض العمليات التشريفية كاستقبال الضيوف، تنظيم الزيارات.
- ✓ إصدار النشريات والمطبوعات.
- ✓ تحسين صورة المؤسسة.
- ✓ متابعة ما ينشر عن المؤسسة في وسائل الإعلام.

لذلك فالعلاقات العامة في المجلس لم تتعد عملية التنسيق مع وسائل الإعلام والقيام ببعض المهام التشريفية كاستقبال الضيوف والإعداد للمحاضرات والمؤتمرات

ثالثاً: وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

وفقاً ما تم التوصل إليه في هذه الدراسة، فإن الاتصال المباشر هو الأكثر استخداماً في مجلس الأمة، رغم التقدم التكنولوجي وتطور وسائل الاتصال الحديثة، مع استخدام وسائل أخرى كالدعوات، الهاتف، المعارض، التلفزيون وكذا الحاسوب في مقدمة الوسائل الحديثة.

المحاضرة العاشرة

تطبيقات العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية

▪ دراسة محمد سويدي ، رابح حمودي، العلاقات العامة بالأمن الوطني الجزائري دراسة

حالة أمن ولاية أدرار، 2019¹.

أولاً: مفهوم العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية

قبل أن نتعرض إلى تطبيقات العلاقات العامة في مديرية الأمن الوطني حالة أمن ولاية أدرار سنتطرق في البداية إلى بعض العناصر النظرية المتعلقة بطبيعة العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية.

من التعريفات المعاصرة للعلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ما يلي: "نشاط مزدوج يتضمن إسداء النصح لإدارة المؤسسة الأمنية بعد استقصاء اتجاهات الرأي العام، كما يتضمن إعلام الجماهير بما تحقّقه الأجهزة الأمنية من أعمال وذلك عن طريق الإعلام الصادق والهادف"².

¹ محمد سويدي، رابح حمودي، العلاقات العامة بالأمن الوطني الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، في تخصص تنظيم سياسي وإداري، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019.

² عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 120.

كما تعرف العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية كذلك بأنها الجهود الإدارية الخلاقة المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين الجهاز الأمني وجمهوره وذلك لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة الأنشطة المختلفة¹.

من خلال هذين التعريفين يتضح لنا أن العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية تسعى إلى تحقيق الانسجام الاجتماعي، حيث أنها تقوم على أساس الاتصال والإقناع والتفاعل بين الجهاز الأمني والجمهور وذلك عبر:

✓ إعلام الجمهور.

✓ إقناعه من أجل تعديل اتجاهاته.

✓ بدل الجهود من أجل تحقيق التوفيق بين مختلف الاتجاهات.

إن عملية التنسيق والتفاهم في الأجهزة الأمنية تتم عن طريق مجموعة من الأنشطة على

المستوى الداخلي والخارجي.

¹ المرجع نفسه، ص 120.

يتمثل النشاط الداخلي للعلاقات العامة في تصحيح الأخطاء.

بينما يستغل النشاط الخارجي جميع وسائل التعبير والنشر الممكنة.

ثانياً: متطلبات العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية

تحتاج إدارة العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية إلى مجموعة من العناصر قدمها الباحثون

في النقاط الآتية¹:

• تقوم العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية بربط العلاقات بينها وبين الأجهزة الإعلامية

والجمهور المستهدف.

• المعرفة بالأساليب والنظريات العلمية التي تساهم في تشكيل الرأي العام لدى الأجهزة

الإعلامية والجمهور المستهدف مما يتطلب فهم السلوك البشري.

• قدرة العاملين في العلاقات العامة على التخطيط وتعلم المهارات الإدارية والاتصالية

واكتساب مهارات التنسيق مع الآخرين.

• ضرورة تبعية إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية إلى مستوى الإدارة العليا

بالمؤسسة الأمنية حتى تضمن التنسيق بين سياسات المؤسسة، هذه السياسات التي يجب أن

¹عبد المحسن بدوي محمد أحمد، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره،

تتناسب وتتوافق مع سياسات الأجهزة الإعلامية والجمهور المستهدف أي أن الرسالة المنبثقة أو المرسله إلى الجمهور المستهدف يجب أن تكون مناسبة له، وهذا ما يتم تحديده عن طريق بحوث العلاقات العامة الميدانية.

• ضرورة ووجوب التزام أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الأمنية بالمصادقية والشفافية والقيم الأخلاقية العالية.

• إجراء التقييم والتقييم الدوري لأنشطة العلاقات العامة وذلك للتأكد من فعاليتها في تحقيق الأهداف.

ثالثا: مكانة العلاقات العامة في أمن ولاية أدرار

بعد تعرضنا فيما سبق إلى مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية، سنقوم بالكشف عن تطبيقات وممارسات العلاقات العامة في إحدى المؤسسات الأمنية وهي أمن ولاية أدرار وذلك بالاعتماد على الدراسة التي قام بها كل من الطالبين سويدي محمد، حمودي رابح، بعنوان العلاقات العامة بالأمن الوطني الجزائري دراسة حالة أمن ولاية أدرار، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تنظيم سياسي وإداري، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018-2019.

إن خلية الإعلام والاتصال هي خلية مستقلة عن جميع المصالح الداخلية والخارجية في أمن الولايات تابعة لمديرية الدراسات والاتصال والعلاقات العامة على المستوى المركزي، وتعتبر وظائفها امتدادا فرعيا لوظائف المديرية.

يشرف على خلية الإعلام والاتصال إطار من إطارات الشرطة برتبة ملازم أول فما فوق، وتعمل تحت سلطة رئيس أمن الولاية مباشرة على المستوى المحلي.

ودائماً حسب ما توصل إليه الطالبان في دراستهما فإن وظائف هذه الخلية تتمثل في:

✓ تدعيم صلة الأجهزة الأمنية مع الأجهزة الإعلامية على المستوى القاعدي للمزيد

من السبق في مجال الرسالة الإعلامية الأمنية.

✓ المشاركة في تنظيم المؤتمرات الصحفية.

✓ المشاركة في تصميم وإقامة المعارض.

✓ المشاركة في كتابة الخطب الرسمية لقادة الجهاز الأمني بتشكيلاته المتعددة.

✓ المشاركة في كتابة المقالات المنشورة في المجلة الداخلية للشرطة.

✓ التنسيق مع وسائل الإعلام.

✓ الحرص على توضيح المواضيع التي قد يحدث فيها سوء فهم من الجمهور لا

سيما فيما يخص القضايا المعالجة من طرف مصالح أمن ولاية أدرار لتفادي

انتشار المعلومات غير الصحيحة.

✓ التنسيق مع المصالح المختلفة الداخلية والخارجية لأمن الولاية في جميع الشؤون

المتعلقة بالعلاقات العامة مع الإدارة الخارجية والمجتمع المدني.

أما عن توظيف العناصر بخلية الإعلام والاتصال، فيؤكد الباحثان في دراستهما على أن التوظيف يكون بناء على كفاءات متعددة في مجال الاتصال، فغالبيتهم من ذوي شهادات في علم الاجتماع، علم النفس، علوم الاتصال، وذوي خبرة سابقة أو مكتسبة مع تمتعهم بمهارات اتصاليه متعددة في فن الخطاب، الحوار وتحرير التقارير والمقالات.

رابعاً: وسائل العلاقات العامة في جهاز أمن ولاية أدرار

حسب هذه الدراسة التي قدمها الباحثان سويدي محمد، حمودي رابح، من جامعة أحمد دراية أدرار، فإن هذه الوسائل تتمثل في:

- ✓ مشروع إشراك المواطنين في الإبلاغ عن الجرائم وذلك عن طريق تسهيل الطرق والقنوات لوصول بلاغات المواطنين عن الحوادث الإجرامية، ومن أمثلة هذا المشروع نجد:
- وضع عدة خطوط هاتفية مجانية للاتصال بالمصالح العملياتية للشرطة المتمركزة في أمن الولايات مثل رقم 1548 و 17 للتبليغ عن أي طارئ يستدعي تدخل الشرطة.
- ✓ التطبيقات الخاصة بهواتف الأندرويد: أطلقت المديرية العامة للأمن الوطني تطبيقاً جديداً على الهواتف الذكية «ALLO CHORTA» حيث يسمح هذا التطبيق للمواطن بطلب المساعدة وتدخل مصالح الأمن والذي يحمل شعار: "أساهم في سلامتي، أشارك في أمن وطني".
- ✓ الموقع الإلكتروني الرسمي للمديرية العامة للأمن الوطني.

✓ الندوات واللقاءات التوعوية وتشمل البرامج التوعوية في الثقافة الأمنية ما يلي:

- الثقافة المرورية.
- المخدرات والمشروبات الكحولية.
- الممتلكات العامة حق للجميع.
- الجرائم الواقعة على النفس والمال.
- إرشادات خاصة بالوقاية من سرقة السيارات والحقائب الخاصة.
- السلامة الشخصية.
- مخاطر وضوابط استعمال الأنترنت.

ومن خلال طرح هذه المواضيع، تهدف المديرية إلى تحقيق:

- ✓ إرشاد الجمهور لوسائل الأمن والسلامة التي تجنبه الوقوع في الحوادث.
- ✓ رفع درجة الوعي والإدراك لدى الجمهور بكيفية التصرف لدى وقوع الحادث.
- ✓ التأثير على سلوكيات الجمهور بحيث تترسخ وتتأصل تعليمات وإرشادات الأمن والسلامة في نفوسهم.

أما عن البرامج الاجتماعية، فحسب ما توصلت إليه هذه الدراسة فإن أمن ولاية أدرار

تقوم ببرامج اجتماعية وخدمات إنسانية تتمثل في:

✓ زيارة المرضى في المستشفيات وتقديم التهاني في المناسبات والأعياد الدينية والوطنية.

✓ إرسال رسائل للمواطنين عن طريق شبكات النقال مع شبكات الاتصال الوطنية تشمل تهاني العيد، نصائح توعوية وهذا الشق تتكفل به المديرية العامة نيابة عن أمن الولايات.

✓ تنظيم حملات التبرع بالدم والمشاركة فيها.

✓ مجلة الشرطة وكذا النشريات والكتيبات والتقارير السنوية والدورية... الخ.

المحاضرة الحادية عشر

عوائق ممارسة العلاقات العامة في الجزائر

من خلال كل ما تم التعرض إليه من خلال عرض نماذج عن المؤسسات الجزائرية، يتضح لنا أن العلاقات العامة في الجزائر مازالت بعيدة عن تأدية الوظائف المنوطة بها، فظهورها المتأخر في الجزائر (سنوات التسعينيات) عند دخول المؤسسات الأجنبية إلى الجزائر ربما هو الذي جعلها إلى حد اليوم تشهد صعوبات في ممارستها.

إن العلاقات العامة أو بالأحرى أهمية العلاقات العامة في المؤسسة من الأهمية التي يوليها المسؤول الأول عن المؤسسة لهذه الوظيفة الأساسية التي تجمع بين الإدارة والاتصال، كما أن أسلوب تنظيمها يختلف من مؤسسة إلى أخرى على أساس حجمها، مواردها وإمكانياتها وكذا أهدافها، سياستها العامة، لذلك لا يوجد تنظيم واحد موحد لجميع المؤسسات.

الجزائر هي الأخرى من الدول التي عرفت العلاقات العامة متأخرة ومازالت متأخرة في ممارستها، فواقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة يكشف عن حدودها ومشكلاتها في المؤسسة والتي يمكن حصرها في:

- غياب قسم أو مديرية أو خلية للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، حيث أنها غير مجسدة بطريقة رسمية
- نشاطات العلاقات العامة، بعضها يكون مجسدا وممارسا لكن من طرف أقسام أخرى لا تمت بصلة للعلاقات العامة.
- ربط العلاقات العامة بالتسويق في المؤسسات الخدمانية كالبنوك مثلا، واستخدامها كأداة لترويج خدماتها.
- جهل وعدم وعي المسؤولين بأهمية العلاقات العامة كأداة إدارية واتصالية ودورها في مساعدة الإدارة العليا لاتخاذ القرارات.
- نقص الإمكانيات والموارد المخصصة للعلاقات العامة.
- غياب الكوادر والأشخاص المتخصصين لممارسة العلاقات العامة في المؤسسة، فمعظم من يمارس العلاقات العامة ليسوا متخصصين.
- التداخل الموجود بين وظائف العلاقات العامة والمديريات في المجالات الأخرى.
- القيام في مجال العلاقات العامة بنشاطات آنية تخضع للمواقف وليست ببرامج محددة ومدروسة.
- غياب وظيفة البحث في مجال العلاقات العامة.

- تهتم المؤسسات بصورتها خاصة المؤسسات التجارية منها مما يجعلها تعمل من أجل تحسين صورتها، لذلك تنحصر مهام العلاقات العامة فيها، حيث تتوجه إلى الجمهور الخارجي.

قائمة المراجع:

I- الكتب:

- أحمد كمال أحمد، العلاقات العامة، ط 2، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، 1972.
- جرادات أحمد عبد الناصر، الشامي هادف لبنان، أسس العلاقات العامة، بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- جودت محمد ناصر، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- دويدار محمد عبد الفتاح، سيكولوجية الإعلام والاتصال (الدعاية والإعلان والعلاقات العامة)، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996.
- راضي فاضل وسام، التميي مهند حميد، الاتصال ووسائله الشخصية والجماهيرية والتفاعلية، دار الكتاب الجامعي، 2017.
- رشوان حسن عبد الحميد، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003.
- الصرايرة محمد نجيب، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، جامعة اليرموك، الأردن، 2001.
- صوان محمد باسل، مهارات الاتصال والتعلم دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 2014.

- طبت ياسر عبد الله، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مطبعة أبو عمار للنشر والتوزيع، جامعه افريقيا الإعلامية، 2019.
- طلعت محمود منال، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002.
- عبد البادي محمد محمد، فنون الكتابة في العلاقات العامة، دار النهضة للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
- عوجة علي السيد ابراهيم، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، التعليم المفتوح، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
- عوجة علي، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، عالم الكتب، القاهرة.
- عوجة علي، محمود يوسف، إدارة وتخطيط العلاقات العامة، التعليم المفتوح، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
- العدوي محمد فهد، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- عميرات أمال، مهارات الاتصال في العلاقات العامة، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.

- الفرجاني علي، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2018.

- محمد صالح نجلاء. مهارات الاتصال الأسس والنظرية العلمية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

II- المذكرات والرسائل الجامعية:

- بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياء سكيكدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.

- بولعام بلال، ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من موظفي مديرية البناء والتعمير بولاية أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2017.

- جعرون أمينة، أثر مهارات الاتصال على فاعلية العلاقات العامة، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر ورقلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018.

- سويدي محمد، حمودي رابح، العلاقات العامة بالأمن الوطني الجزائري، دراسة حالة أمن ولاية أدرار، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تنظيم سياسي واداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019.
- شلغام سجية، حبيلس رتيبة قساري، برامج العلاقات العامة ودورها في تحقيق المواصفات التنافسية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2018.
- العنزي محمد عبد الله، أثر الاتصالات الإدارية في تحقيق فعالية القرارات التنظيمية. رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- فقعاص نورة، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية محمد الصديق بن يحي جيجل ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2015.
- لبصير فطيمة، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري مجلس الأمة أنموذحا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.

- مسيلي ياسمين، ميهوبي بشرى، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة المالية العمومية الجزائرية، دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2022.

III- المقالات المنشورة:

- بلحيمر إبراهيم، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 4، العدد 1، 2016.
- فاطمة عبد الكاظم الربيعي، العلاقات العامة واستراتيجية بناء وتعزيز سمعة المنظمة، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 1، العدد 8، أذار 2010.
- محمد عليوات. مهارات الاتصال الفعال القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة التربوية، ثانوية ناصر باي سليمان نموذجا. مجلة دراسات نفسية وتربوية 2017.