

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم التاريخ

تخصص إعلام و إتصال

## إنعكسات تكنولوجيا الإتصال على الأداء الوظيفي لموظف العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية

منكرة لنيل شهادة ليسانس تخصص إعلام وإتصال

إشراف الأستاذة :

بالعربي سميرة

من إعداد الطالب:

علواش عبد النور

السنة الدراسية (( 2020/2019 ))

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرس المحتويات

شكر و عرفان

إهداء

المقدمة

## الفصل الأول :الاطار المنهجي

تحديد مشكلة الدراسة

الفرضيات

اسباب اختيار الموضوع

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

تحديد المفاهيم

منهج البحث

الدرست السابقة

## الفصل الثاني : الاطار النظري

### ❖1- ماهية تكنولوجيا الإتصل

ظهور وتطور تكنولوجيا الإتصل

أشكال تكنولوجيا الإتصل و إستخداماتها

خصائص وأثار تكنولوجيا الإتصل

نقد تكنولوجيا لإتصل

### ❖ ماهية العلاقات العامة

النشأة والتطور العلاقات العامة

أنواع العلاقات العامة

خصائص العلاقات العامة

وظائف العلاقات العامة

أهمية و أهداف العلاقات العامة

### ❖ ماهية موزف العلاقات العامة

التعريف بموزف العلاقات العامة

وظيفة موظف العلاقات العامة  
مميزات موظف العلاقات العامة  
المهام الأساسية لموظف العلاقات العامة  
المهارات اللازمة توفرها في موظف العلاقات العامة

#### ❖ ماهية المؤسسة الخدماتية

نشأة وتطور المؤسسة الخدماتية  
عناصر وخصائص المؤسسة الخدماتية  
أهداف ووظائف المؤسسة الخدماتية  
دور وأهمية المؤسسة الخدماتية

#### ❖ العلاقة الثلاثية بين تكنولوجيا الإتصال والعلاقات العامة والمؤسسة الخدماتية

دور موظف العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية  
علاقة تكنولوجيا الإتصال بالمؤسس الخدماتية  
علاقة تكنولوجيا الإتصال بموظف العلاقات العامة  
مثل عن مؤسسة الخدماتية جزائرية

### ● الخاتمة

قائمة المصادر و المراجع

# شكر و عرفان

إنني أتقدم بأحر كلمات الشكر والعرفان والتقدير إلى الأستاذة  
الفاظلة بالعربي سميرة على ماقدمته لي من مساعدة وإرشاد  
في إعداد المنكرة و أشكرها على حلمها وعطفها وطيبتها  
وأتمنى لها دوام الصحة والعافية

كما أشكر كل من ساهم من قريب أو بعيد سواء بفكرة أو بدعم  
مادي أو معنوي، تقبلو مني أفضل عبارات الشكر والعرفان

# إهداء

أهدي هذا العمل إلى روح والدي الطاهرة ، وأسأل الله أن يتغمده برحمته الواسعة ويسكنه  
فسيح جنانه

كما أهدي هذا العمل إلى أروع امرأة في حياتي أُمي الغالية التي قامت بدور الأب والأم  
وأسأل الله أن يرزقها الصحة والعافية وطول العمر

أما في الأخير فأهدي هذا العمل إلى كل أفراد عائلتي وأصدقائي و أساتذتي الكرام

## المقدمة :

التكنولوجيا إنتشرت في عالمنا واصبحت من النقاط المهمة التي لا يمكن الإستغناء عنها ومن جهة أخرى أصبحنا نبحث عن المؤسسات التي تقدم أفضل الخدمات بجودة ومميزات مختلفة وفي المؤسسة هناك نقطة جد مهمة هوا جهاز العلاقات العامة لأنه الموجه الأول للمؤسسة وهذه الأخيرة النوع الأكثر إعتقادا على تكنولوجيا الإتصال هي المؤسسات الخدمائية وهنا نعرف أنه توجد علاقة بين موظف العلاقات العامة وتكنولوجيا الإتصال أو بصفة أدق هناك إنعكست للاخيرة على الأول ولمعرفة هته الإنعكست قمنا بهذه المنكرة التي هي تحت عنوان أنعكست تكنولوجيا الإتصال على الأداء الوظيفي لموظف العلاقات العامة وقد قسمنا منكرتنا إلى فصلين الأول بمثابة إطار منهجي وثاني هوا إطار نظري وفيه أربعة عناوين أساسية هم ماهية تكنولوجيا الإتصال ثم العلاقات العامة ثم موظف العلاقات العامة ثم مؤسسة الخدمائية ثم إظهار العلاقات فيم بينهم لنختم منكرتنا بخاتمة قصيرة مفتوحة لأن نهاية البحث الأول بداية الثاني وكل معلوماتنا أخذناها من مجموعة من الكتب بصيغة ال bdf وكل العنوين موجودة في قائمة المراجع

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي

اهداف الدراسة

اسباب اختيار الموضوع

الدراسات السابقة

مفاهيم الدراسة

منهج الدراسة

### 1\_1..تحديد المشكلة:

تكنولوجيا الاتصال هي الثوره الحقيقيه في عالمنا اليوم لانها الغت كل الحواجز الجغرافيه وحولت العالم الواسع الى قريه صغيره وقد تبين ان تأثيرها يزداد يوما بعد يوم وهذا التأثير يظهر في تغير نمط حياة البشر وسلوكياتهم وافكارهم وعلاقتهم وقيامهم وادارة انشطتهم وبسببي ذلك التطور الهائل الحاصل في تكنولوجيا الاتصال فقد زادت الحاجه اليها من قبل المجتمعات الانسانيه التي اصبحت تتسابق في توظيف التكنولوجيا الحديثه في منظوماتها المختلفه وادراك منها باهميه هذه الوسائل في خلق التقدم والتطور اتسعت استخداماتها في المجتمع وشملت مختلف القطاعات أهمها القطاع المؤسساتي ما ساهم في تشكيل الروابط ومد الجسور بين المؤسسه وجمهورها

المؤسسه الخدمائيه، تعد أبرز نوع من أنواع المؤسسات التي تعتمد على التكنولوجيا ، على اعتبار أنها تنشط في مجالات مهنيه، حيث تسهر على تقديم خدمات ذات مستوى مرغوب من الجوده ، بوسائل خاصه تعتمد على لتسهيل وظائفها ومهامها، كما تمكننا من الوصول إلى قواعد البيانات على نحو سريع وفعال، فالمؤسسه الخدمائيه لا تستطيع الاستمرار بدون هذه التقنيات، من أجل تحسين نوعيه الخدمه المقدمه، وارضاء الجمهور بتحقيق إشباعاته، كما أن هذه التقنيات أو الوسائل الحديثه تسهل العمليه الاتصاليه من القمه نحو القاعده، أو العكس، وكذلك بين العمال فيم بينهم، وذلك لتقليل الجهد والوقت، نظرا لتمييز هذه التكنولوجيات بالآنيه، كما أنها تضمن للمؤسسه استمراريه العمليه الإداريه، لأنها توفر لها قاعده البيانات الضروريه، فأصبحت هذه التكنولوجيات تعتمد كمعيار لنجاح أو فشل المؤسسه الخدمائيه . ومن جهة أخرى فإن أهم موظف في المؤسسه هو موظف العلاقات العامه لإن قراراته ترتبط ارتباطا كبير بنجاح المؤسسه من خسارتها أي لقراراته إنعكسات على الشركه ،وكذلك للتكنولوجيا الإتصال إنعكسات عليه.

ومن هذا المنطلق وبناء على ما سبق ذكره ارتدعينا ان نقوم بهذه الدراسه بغرض التعرف على انعكاسات تكنولوجيا الاتصال على الاداء الوظيفي لموظف العلاقات العامه في المؤسسه الخدمائيه ويمكن تحقيق هذا الغرض من هذه الدراسه بالاجابه على التساؤل الرئيسي التالي:

التساؤل الرئيسي:

ما هي انعكاسات التكنولوجيا الاتصال على الاداء الوظيفي لموظف العلاقات العامه في المؤسسه الخدمائيه ؟

وانطلاقا من ذلك يمكن افتراض الفرضيات التاليه :

\_ تكنولوجيا الإتصال تنعكس إجابيا على الأداء الوظيفي لموظف العلاقات العامه

\_ تكنولوجيا الإتصال تنعكس سلبيا على الأداء الوظيفي لموظف العلاقات العامه

### 1\_2..أسباب إختيار الموضوع :

أسباب الشخصيه :

الإهتمام الشخصي والرغبة في دراسة هذا الموضوع

الميل الشخصي للبحث في قطاع المعلومات والخدمات

## الأسباب الموضوعية :

- \_ اعتبار تكنولوجيا الإتصال أحد أهم العوامل التي تعمل على زيادة كفاءة وفعاليات المؤسسات
- \_ تزايد إحتياجات المؤسسات المتكررة في الوقت الحالي إلى الإعتماد على التكنولوجيا الإتصال
- \_ معرفة الجيدة بأن للتكنولوجيا أن لها إنعكاسات على مختلف نقاط الحياة

### 1\_3... أهمية الدراسة :

تكمن أهمية دراستنا في كونها تفسر وتشرح مختلف أشكال التأثير التكنولوجي الإتصال على موظف العلاقات العامة وتبينها سواء كانت إيجابية أو سلبية

تبين العلاقة الثلاثية بين التكنولوجيا الإتصال وموظف العلاقات العامة و المؤسسة وإظهار إنعكاسات الأولى على موظف العلاقات العامة التي تؤثر قراراته بشكل مباشر على المؤسسة

### 1\_4... أهداف الدراسة :

- \_ معرفة كيف تؤثر تكنولوجيا الإتصال على أداء موظف العلاقات العامة
- \_ التعرف على نوع تكنولوجيا الإتصال التي يستخدمها موظف العلاقات العامة
- \_ تحديد إذا كانت إنعكسات تكنولوجيا الإتصال سلبية أو إيجابية على أداء موظف العلاقات العامة

### 1\_5\_ الدراسات السابقة:

#### الدراسة الأولى :

هي دراسة بعنوان تكنولوجيا الاتصال الحديثة واثارها على الاداء المهني للموظفين الجزائريين الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ام البواقي نموذجاً 2012 شهادة ماجستير للطالب علاوة محمد

ودراسته عبارته عن دراسة وصفية تحليلية اشكاليته تتمحور حول متغيرين احدهما مستقل والتمثل في العلاقة التي تربط الموظفين بالمؤسسة محل الدراسة بالتكنولوجيا الاتصال الحديثة, وانعكاساتها على الاداء المهني كمتغير تابع وذلك من اجل الضمان تحقيق الاداء المهني واقناع الجمهور

وقد تم طرح التساؤل الرئيسي التالي كيف اثر التكنولوجيا الاتصال الحديثة لمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي على اداء الموظفين العاملين بها

وقد هدفت هذه الدراسة الى الوقوف على اهم الجوانب التي اثرت فيها تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تحسين الاداء المهني بالمؤسسة مع تحديد المعوقات التي تواجهها واقتراح بعض الحلول للاستفادة من التقنيات فكانت النتيجة الرئيسية ان اغلب موظف مؤسسة صندوق الوطني للضمان الاجتماعي يرون ان لتكنولوجيا الاتصال الحديثة الفضل في خلق الارتياح الاداء المهني وانها اثرت على مستوى اداءهم المهني ايجابيا وسهلت لهم العمل

اوجه الاستفادة من الدراسة:

يظهر من خلال الدراسة ان هناك اشتراك مع دراستنا في المجال المتعلق بتكنولوجيا الاتصال ودورها في التأثير على اداء العاملين وهو مجال هام في دراستنا المرتبط اساسا بتكنولوجيا الاتصال وكذلك تاثيرها على الموظف وقد استفدنا من هذه الدراسة فهي قد اتاحت لنا المرتكز الذي يدعمنا في بحثنا مما قد ساعدنا في بناء منهجنا صحيحا وبناء الاطار المناسب نظريا للموضوع دراستنا



بعنوان واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية دراسة حالة لجامعة محمد خيضر بسكرة من اعداد الطالبة نباتي خاليدة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية السنة الجامعية 2007 / 2008 تتمحور الدراسة حول اذا كان نجاح المؤسسة يتوقف على المكانة التي توليها لوظيفة العلاقات العامة ومن هذا المنطق يمكن طرح التساؤل العام الاتي ما هو واقع العلاقات العامة في الجامعة؟

كان المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي باعتبار هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وذلك للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث والتأكد من جمع كل البيانات ضرورية وتحليلها باكبر دقة ممكنة وقد استخدمت الباحثة هذا المنهج لوصف الظاهرة المدروسة وقياس واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية وقد كان الهدف الاساسي من تلك الدراسة هو دراسة جوانبها الادارية والتعرف على ماذا تطور الذي لحق بها ودراسة الطرق الاتصالية التي تستخدمها والتعرف على اهم المشكلات التي تعوق ادائها لوظائفها كما اعتمدت الباحثة في بحثها على ادوات جمع البيانات وهي الملاحظة؛ المقابلة الإستمارة وخلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج يمكن تلخيصها في:

ومن خلال ما قدم فيما يخص شكل التنظيم العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية الجامعية تبين من ان الشكل التنظيمي الذي تتبعه ادارة العلاقات العامة في الجامعة يعتبر اسلوب الاتصال وهو اسلوب معين في تنظيم الاداري الحديث وكذلك ان منصب رجل العلاقات العامة و مدير العلاقات العامة يتم تعيينه على اساس اختيار المسؤول فقط وليس على اساس التخصص الذي من المفروض يعتبر المعيار الوحيد لاختياره

أوجه الإستفادة من الدراسة :

نستفيد من هذه الدراسة لكونها تبين واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية في الجزائر و الطرق التي تعتمد عليها في تحقيق أهدافها وبالتالي تساعدنا هذه الدراسة من الناحية وضع العلاقات العامة في المؤسسة وماستخدمه من أدوات وبالتالي هته الدراسة تعتبر جسر آخر لتحقيق هدفنا من دراستنا

**منهج الدراسة :**

يساهم المنهج في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث، فهو خطوة أساسية تسهل وصول الباحث إلىالنتائج المنطقية. يعرف المنهج على أنه "الطريق المتبع للكشف عن هذه الدراسة بواسطة استخدام مجموعة من القواعد والتي ترتبط أساسا بتجميع البيانات، وتحليلها حتى تساهم في التواصل إلى نتائج ملموسة . كما يمكن تعريف المنهج حسب الدكتور عبد الوهاب أبو سليمان بأنه : "استعمال المعلومات استعمالا صحيحا في أسلوب علمي سليم، يتمثل في أسلوب العرض، والمناقشة الهادئة، والبرام الموضوعية التامة" ومن هذا المنطلق فإنه لكل منهج شروط ومتطلبات في البحث والتقصي، تفرض على الباحث توظيفه في حالات معينة، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أهمية هذه الخطوة في إجراء البحث العلمي المنهجي<sup>1</sup>.

إن عملية اختيار المنهج المناسب للدراسة يجب أن لا تكون بطريقة عشوائية، وإنما تكون منطلقة من طبيعة الموضوع ونوعيته.

ومن أجل الإجابة على إشكالية بحثنا، ولمحاولة اختبار صحة التساؤلات المقدمة، تم الاعتماد على نظرية الإستخدامات والإشبعات لأنها تساعدنا على فهم طرق ومدى إستخدام الوسائل وهذا هو الذي نريد الوصول إليه أي دراسة مدى وكيفية إستخدام موظف العلاقات العامة لوسائل التكنولوجيا الإتصال

<sup>1</sup> محمد الهادي محمد، أساليب توثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، الجزائر، 1995، ط 1، ص 28

## تعريف التكنولوجيا:

التكنولوجيا:

تقنيك لعنجلطكنغ بأم فكالبه تقويق "تعمى أزكه أنج" لك لمدب أه "تق شعع ب" ه "تفك كجج" تعمى لك كلك كدي يخذ ز اكقك شمعقن  
 ده فقن عم "تق كة تفك كجج" مى "كقك كج كك امطلك كك لى لارة نخل لك اح ت لك كك لى غى فق هي ذ آركي أنج كك كك لى لأمة كجج ب. ه ه  
 لك كك كى ي سهاندهظ لك كك شهذه لاري هذك كك كة شهذك زك ل كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 ه كق كك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 ه أشك فكالبه تفك كجج كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 ه كق كك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 اصطلاحا:

تق كة تفك كجج مى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى

هي سيذ لك كك كك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى  
 لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى لك كك كك كك لى

تعريف الاتصال:

لغة: الاتصال من الناحية اللغوية نجد أن أصله في اللغة العربية وصل بمعنى بلغ أو وصل إليه، أي بلوغ الهدف بمعنى وصوله إليه وصولاً أي بلغه ويعني هذا المفهوم في معجم الوسيط في مادة: وصل، أصل الفعل وهو بمعنى يصل فلان وصولاً أي وصل الشيء أي بلغه وانتهى إليه ويعود أصل communication في اللغات الأوروبية والتي ترجمت إلى اللغات الأخرى، وشاعت في العالم إلى جذور الكلمة اللاتينية communis التي تعني الشيء المشترك، أما الفعل اللاتيني لجذر كلمة communicare، فمعناه يذيع أو يشيع، ومن هذا الفعل اشتقت من اللاتينية الفرنسية communiquer الذي يعني بلاغاً رسمياً، أو بياناً، أو إخباراً، والربط واقامة الصلة، أو التتابع والاستمرار في التواصل اصطلاحاً: يشير مفهوم الاتصال إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار، والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، تختلف من حيث الحجم، ومن حيث محتوى العلاقة المنظمة فيه، بمعنى هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين، أو جماعة صغيرة، أو مجتمع محلي، أو قومي، أو حتى المجتمع الانساني ككل. وهو عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل في تبادل المعلومات<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد السيد عبد السلام، التكنولوجيا الحديثة، عالم المعرفة للنشر و التوزيع، (د.ط)، الكويت، 1982 - 1978 ، ص54<sup>2</sup> بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر، الأردن، ط 1 ، 2011 ، ص24

هو إيصال الشيء إلى المرسل إليه يقال فلان أدى الشيء أي أوصله إلى جهته بمعنى عمل ما عليه وقام بما هو ملزم به اصطلاحاً:

يعرف الأداء بأنه أي نشاط أو سلوك يؤدي إلى نتيجة وخاصة السلوك الذي يغير المحيط بأي شكل من الأشكال كما يشير الأداء إلى انجاز المهام في شكل أنشطة أو سلوكيات آنية ومحددة قابلة للملاحظة والقياس. أما ماكس فيبر فعرف الأداء على أنه "كل ما ينجم عن التسيير العقلاني للإدارة، و إحترام مبادئ التنظيم البيوقراطي وتطبيقه<sup>1</sup> تعريف تكنولوجيا الإتصال:

تعرف على أنها الأجهزة المادية، والبرمجيات التي تربط المكونات، والعناصر المختلفة لعتاد الحاسوب، وتحويل البيانات من موقع إلى آخر.

وتعرف كذلك على أنها مجمل المعارف، والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات، والوسائل المادية والتنظيمية، والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات، ومعالجتها، وانتاجها، وتخزينها، واسترجاعها، ونشرها، وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات

تظهر تكنولوجيا الإتصال من خلال الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة، والصور الساكنة والمتحركة، وبين الاتصالات السلكية و اللاسلكية، أرضية أو فضائية، ثم تخزين المعطيات، وتحليل مضامينها، وإتاحتها بالشكل المرغوب، وفي الوقت المناسب، وبالسرعة اللازمة.

يعرفها الكاتب معالي فهمي خيضر بأن "تكنولوجيات الاتصال تشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، ونقل، وتخزين المعلومات في شكل الكتروني. وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية، ووسائل الاتصال، وشبكات الربط، وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات<sup>2</sup> ". مفهوم العلاقات العامة:

لغة: العلاقات العامة مركبة من كلمتين: علاقات، عامة.

العلاقات: هي الروابط والاتصالات المتبادلة، التي تنشأ استجابة لنشاط، أو سلوك مقابل، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقة اجتماعية، وفي الواقع الاجتماعي قد تكون العلاقات بين فرد وجماعة، وقد تكون علاقات متبادلة بين النظم والظواهر، وقد تكون العلاقات الخارجية بين جماعة وجماعات أخرى، ومعظم العلاقات تقوم في الحقل الاجتماعي سببية أو وظيفية، ومن هنا تأتي أهمية دراسة العلاقات كركيزة للوصول إلى القوانين العلمية، التي هي عبارة عن تقرير العلاقات الضرورية الكامنة في طبائع الأشياء<sup>3</sup> العامة:

أما العامة فهي عكس الخاصة، وتعني مجموع الجماهير المختلفة التي ترتبط مصالحها، ونشاطاتها بالهيئة أو المؤسسة، فالعلاقات العامة هي: تلك الصلات والروابط بين الهيئة والمؤسسة، وجماهيرها المختلفة.

اصطلاحاً: رغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين أو الممارسين، أو من جانب الهيئات المهمة بالعلاقات العامة، فإن هناك سمة مشتركة بين هذه التعريفات.

1 فاروق مداس، التنظيم وعلاقات العمل، دار مدني للنشر، الجزائر، 2002، ص30  
2 عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، الطبعة الأولى، دار الفجر العربي للنشر، القاهرة، 1996، ص. 11  
3 المنجد الأبجدي، دار الشرق المؤسسة الوطنية الجزائرية للكتاب، بيروت، ط 2، ص1

تعريف الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة:

عرفت الجمعية العلاقات العامة بأنها: "نشاط أي صناعة، أو اتحاد، أو هيئة، أو حكومة، أو مهنة، أو حكومة، أو أي منشأة أخرى، تساعد في بناء وتدعيم علاقات سليمة، ومنتجة بينها وبين فئة من الجمهور، كالعلاء والموظفين، أو المساهمين، أو الجمهور بوجه عام، لكي تحول سياستها حسب الظروف المحيطة، وشرح هذه السياسة للمجتمع هذا التعريف ركز على دور العلاقات العامة في إيجاد العلاقات الناتجة بين المنظمة و جمهورها الداخلي و الخارجي.

تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني:

وقد عرفها بأنها "الجهود الإدارية المرسومة المستمرة، التي تهدف إلى إقامة تدعيم و تفاهم بينالمنشأة وجمهورها .ركز هذا التعريف على أهمية م ا رعاة القواعد العلمية في أنشطة العلاقات العامة، وذلك بغية إيجاد الثقة و التفاهم بين المنظمة و جماهيرها.

تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة:

تعرفها على أنها "الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة، واستم ا ررها بين أعضائه وبين الفريق، وبين الجماهير التي تنتفع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية، والاجتماعية التي تحققها المؤسسة.

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة:

تعرف العلاقات العامة بأنها: "وظيفة إدارية ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة من طريقها أن تحقق مع من تتعامل معهم أو يمكن أن نتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة . هذا التعريف أكثر دقة لإرشاداته بمسؤولية الإدارة عن وجود العلاقات العامة لضم أكبر عدد من الجمهور<sup>1</sup>

تعريف المؤسسة:

لغة:

إن كلمة مؤسسة عندما نبحث عن أصلها في الواقع ترجمة للكلمة " ENTREPRISE " ، أما في اللغة العربية واستنادا إلى القاموس العربي المورد، فكلمة مؤسسة مشتقة من الفعل أسس، يؤسس، مؤسسة، وحسب القاموس العربي (الشامل) فالمؤسسة جمع مؤسسات، تعني جمعية أو معهد أو شركة لغاية اجتماعية، أو خيرية، أو اقتصادية.

اصطلاحا:

فالمؤسسة هي وحدة اقتصادية، تضم عددا من الأشخاص، وتستخدم مختلف عناصر الإنتاج لتحويلها إلى مخرجات، عن طريق قيامها بالأنشطة والفعاليات، وذلك بهدف إشباع حاجات ورغبات المستهلكين من سلع وخدمات I . كما تعرف المؤسسة أيضا على أنها كل وحدة قانونية، سواء كانت شخص مادي أو معنوي، والتي تتمتع بالاستقلال المالي في صنع القرار ، تنتج سلع وخدمات تجارية.<sup>2</sup>

تعريف الخدمة:

ويقصد بالخدمة أي سلعة اقتصادية غير مادية، ينتجها شخص، أو مشروع، أو صناعة لمنفعة الآخرين، فالبنوك، وشركات التأمين، والمدرسون، والموسيقيين على اختلاف أنواعهم هؤلاء جميعا ينتجون خدمات تلعب دورا هاما في الحياة المجتمع، وبالمقارنة مع السلع المادية، فالخدمات يجري عموما استهلاكها بمجرد انتاجها.

يعرفها كوتلر: "على أنها أي نشاط، أو إنجاز، أو منعة يقدمها طرف ما لطرف آخر .وتكون أساسا غير ملموسة، ولا ينتج عنها أي ملكية، اون إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس، أولا يكون"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد السلام أبو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، المكتب العربي الحديث، ط 01 ، مصر، ص. 22

<sup>2</sup> ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة للنشر والتوزيع، الجزائر، 1998 ، ص. 11

<sup>3</sup> راشد البراري، الموسوعة الاقتصادية، ط 2 ، مكتبة النهضة المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1987 ، ص241

## تعريف المؤسسة الخدمائية:

هي عبارة عن نظام يتكون من مجموعة من الأشخاص، والوسائل المنظمة، والمتفاعلة فيما بينها لإنتاج قيمة غير مادية لإشباع حاجات ورغبات العميل. وتعرف أيضا: هي كل مؤسسة يتحدد غرضها الأساسي في تقديم خدمة للعميل، ومن أمثلة مؤسسات تقديم الخدمة: الفنادق، المطاعم، المستشفيات، المؤسسات الأمنية والتعليمية... بالإضافة إلى مؤسسات خدماتية أخرى متنوعة<sup>1</sup>

## التعريف الإجرائي للمصطلحات السابقة :

**1) التعريف الإجرائي للتكنولوجيا:** و من خلال ما سبق نستخلص بأن التكنولوجيا هي تطبيق المعرفة، والخبرات، والمهارات المكتسبة في المهام العلمية للمؤسسة، وتتمثل مجموع الوسائل والأساليب والتقنيات التي تستخدمها المؤسسة في مختلف النواحي الإدارية، والعلمية، أي تمثل مركب قوامه المعدات والمعرفة والخبرة المتراكمة.

**التعريف الإجرائي للتكنولوجيا الإتصال :** ومن خلال ما تم التطرق إليه نجد أن التكنولوجيا الإتصال تتمثل في جميع الاستعمالات من حواسيب، شبكات اتصال، وأجهزة تداول المعلومات السلكية واللاسلكية، حيث تتمثل عادة في الأجهزة **التعريف الإجرائي للأداء :** من خلال ما سبق يمكن استنتاج تعريف إجرائي للأداء على أنه ذلك المستوى الذي يحققه العامل عند قيامه بالعمل، وجودة و كمية العمل المقدمة من طرفه داخل المؤسسة.

**التعريف الإجرائي للعلاقات العامة :** العلاقات العامة هي وظيفة إدارية و استشارية في المؤسسة، يقوم بها جهاز مختص، تساعد في صنع و اتخاذ القرار، هدفها تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجمهور الداخلي والخارجي وتحقيق مكانة ايجابية و مثالية.

<sup>1</sup> أحمد عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمائية، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2006، العدد 4، ص8

## طلب شكلي تسمى في الأصل دُنطيمطنى

### (1) لذي بة قهكدهجئى لآة شك:

#### (1\_1) \_نشأة وتطور تكنولوجيا الاتصال :

قبل أن تصل إلى ما هي عليه الآن مرت تكنولوجيا الاتصال بعدة مراحل تاريخية أهمها:  
المرحلة 1 : ثورة اللغة:

بدأت ثورة الاتصال الأولى عندما ظهرت اللغة لتعبر عن صياغة لرغبة الإنسان في بناء إطار موحد للتفاهم، و المعاني المشتركة من أجل التواصل مع باقي أجناس البشر ، ولكي ينقل الإنسان خبراته للآخرين ابتكر وسائل بدائية حسب ما أتيج له، فاستخدم الصوت، والرموز، والإشارات

#### المرحلة 2 : ثورة الكتابة:

من خلال الرموز و الإشارات توصل الإنسان إلى الكتابة بالحروف الهجائية، وظهرت الكتابة كوعاء تاريخي منضبط لحفظ وتسجيل المعاني البشرية المشتركة، وبالتالي إنقاذها من الضياع، خاصة بعد اكتشاف ورق البردي الذي استخدم للكتابة  
المرحلة 3: ثورة الطباعة:

بدأت هذه الثورة عندما اخترع الألماني جوتنبورغ المطبعة في القرن الخامس عشر، لتنتقل بذلك المجتمعات الإنسانية إلى عهد جديد من الاتصال و التواصل ، و أتاح بذلك للغة المكتوبة قدر كبير من الانتشار بعد إن انتشرت الطباعة في أوروبا، ومنها إلى العالم كله

#### المرحلة 4 : ثورة الاتصالات السلكية و اللاسلكية:

رغم أن المطبعة أتاحت للغة المكتوبة الفرصة لتخطي حاجز المكان والمسافة ، لكن في المقابل ضلت اللغة المنطوقة عاجزة عن تخطي هذا الحاجز ، حتى جاءت ثورة الاتصال في منتصف القرن 19 فظهر التلغراف ، ثم الراديو، ثم التلفزيون فتخطت بذلك الحواجز الجغرافية ،حواجز الزمن تتحطم هي الأخرى عندما ظهرت آلة التصوير الفوتوغرافي لتسجل، وتحفظ، وتجمد اللحظة المرئية المنقضية ، وتطورت إلى السينما لتحرر تلك الصور الثابتة وتمنحها الحركة ، ثم ظهر التلفزيون ليزيل حاجز الزمن تماما وينقل لنا اللحظة الحالية بكل وقائعها

#### المرحلة 5: ثورة الاتصال الالكتروني:

بدأت هذه المرحلة في منتصف الثمانينات من القرن الماضي، ومازالت مستمرة إلى الآن وتتميز بصورة أساسية، وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية، تمثلها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي، وهي توصيل الرسالة الاتصالية ، ويطلق على التكنولوجيا السائدة او المميّزة لهذه المرحلة التي تعيشها بالتكنولوجيا الرقمية أو التكنولوجيا متعددة الوسائط<sup>1</sup>

#### (1\_2) أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها :

لقد كان لانتشار وتطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة الأثر البالغ على جميع القطاعات عموماً، والمؤسسات بمختلف أنواعها خصوصاً، وأصبحت هذه الأخيرة لا تقوى على القيام بنشاطاتها دون اعتمادها على التكنولوجيا الحديثة للاتصال، وفيما يلي سنتطرق إلى أبرز تلك التكنولوجيات، أشكالها، واستخداماتها :

#### (أ) جهاز الحاسوب :

يعتبر الحاسب الالكتروني وسيلة لتجهيز البيانات فهو يستلم بيانات كمدخلات، ويجهزها في صورة معلومات كمخرجات، فهو مصمم لاحتواء البيانات، وتخزينها مهما كانت كبيرة، ثم انجاز العمليات الحسابية عليها وإجراء المقارنات المنطقية ع الإمداد

مكونات الحاسوب بالمعلومات المطلوبة بسرعة فائقة وعليه فيمكن القول أن الحاسب الالكتروني يقوم باستلام بيانات أولية، يعالجها، ويجهزها، ويقدمها في شكل مخرجات منطقية<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري، مكتبة الأكاديمية، (د.ط)، القاهرة، 1994 - ص 19  
<sup>2</sup> محمد شوقي شادي، الحاسب الالكتروني ونظم المعلومات، بيروت، دار النهضة للنشر، 1983 - ص 61

مكونات الحاسوب:

\*وحدة التشغيل.

\*وحدة التخزين الداخلية.

\*الوحدة الحسابية.

\*وحدات رصد النتائج المستخرجة من الحاسب.

\*وحدة التغذية بالمعلومات.

\*وحدات التخزين الخارجية: والتي تكون في شكل اسطوانات، اشريطة.

ولقد مر الحاسب خلال مراحل تشكله تاريخيا بعدة مراحل، حيث يرجع تاريخ صناعته إلى ما بعد الحرب العالمية الثانية، وبالتحديد في الولايات المتحدة الأمريكية، التي قامت بصناعة أول حاسوب الكتروني " eniac " من مميزاتة كبر حجمه، وتعد مكوناته .

خصائصه:

سرعة الأداء مع الدقة والكفاءة اثناء تنفيذ وإدارة البيانات.

قلة الأخطاء اذا كانت الرقابة جيدة على مدخلاته.

قلة تكلفة الحصول على المعلومات باستخدام الحاسوب والتي اثبتت من خلال الممارسات أنها اقل بكثير من الحصول عليها يدويا .

مرونة الحاسوب من حيث تحمله في حالة النمو السريع لعبء أكبر دون الحاجة إلى زيادة العناصر البشرية.

**ب) الهاتف :**

يعد الهاتف من وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية، حيث ينقل الصوت على شكل نبضات كهرومغناطيسية، بين جهازين، تفصل بينهما مسافات تتراوح بين مئات الأمتار إلى آلاف الكيلومترات ،وعن طريقه يمكن تحقيق التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية ( المرسل المستقبل)، وقد عملت بعض الشركات على تطوير أنواع من أجهزة الهاتف لاستخدامها في مجال التعليم ، وقد ساعدت هذه الأجهزة على توافر فرص التفاعل بين المعلم والمتعلم، عندما يواجه احدهما صعوبة في الذهاب إلى المدرسة كالمرضى في المستشفيات

**ج) شبكة الإنترنت :**

هي عبارة عن مئات الملايين من الحاسبات الالكترونية حول العالم، مرتبطة ببعضها البعض والتي نتج عنها ارسال كم هائل من الرسائل الالكترونية فيما بينها بلمح البصر، وكذا تبادل الملفات، والصور، والأصوات، وقد تم الاتفاق على نظام موحد لتبادله جميع هذه الأنماط من المعلومات، تم تسميته بالنسيج العالمي. كما يمكن تعريفها على أنها شبكة من الحاسبات الالكترونية، سواء المتشابهة أو المختلفة الأنواع، والأحجام، ترتبط مع بعضها البعض، عن طريق بروتوكولات تحكم عملية التشارك في تبادل المعلومات <sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد شوقي شادي، نفس المرجع ،ص63

## تاريخها:

في عام 1950 ، وفي أوج الحرب الباردة، دخل القلق لوزرة الدفاع الأمريكية حول ما سيحدث لأنظمة الاتصالات القومية عند حدوث حرب نووية ، كان واضحا أن نظام الاتصالات سوف يكون حيويا في حالة حدوث حرب عالمية ، ولكن كان من المؤكد ان الصراع النووي سيقضي عمليا على نظام الاتصالات الموجود عام 1962 ، ووصف " بول باران " وهو باحث يعمل لحساب الحكومة حلا للمشكلة في مقال بعنوان " حول شبكات الاتصالات الموزعة"، قد اقترح نظاما من الحواسيب المتصلة ببعض يشمل كافة الولايات المتحدة، وذلك باستخدام شبكة لامركزية، بحيث تولف بقية العقد اتصالاتها ديناميكيا إذا دمرت بعض العقد. نوقش الاقتراح وتم تطويره وتوسيعه من قبل العاملين في حقل الحوسبة ، وفي عام 1969 أطلقت أول شبكة لتبديل الطرود من قبل وكالة الأبحاث المتقدمة AARP التابعة للبيتاغون وقد دعيت ARPA.NET ضمت هذه الشبكة أربعة مراكز أبحاث جامعة كاليفورنيا في لوس انجلوس، ومعهد أبحاث ستانفورد، و جامعة كاليفورنيا في سانتا باربارا وجامعة أوتا.

توسعت شبكة ARPA -NET لتضم في نهاية عام 1971 حوالي 15 عقدة وفي نهاية 1972 أصبحت تضم 40 عقدة، كما ظهرت مجموعة عمل تربط الشبكات GROUP INTERNET WORKING التي انحصرت مهمتها في تآسي بروتوكولات للنظم التي بدأت تنمو بسرعة كبيرة بفضل كونها لامركزية، كان من السهل على مديري النظام إضافة الحواسيب لشبكة ARPA NET ، وكل ما يتطلبه الأمر هو خط هاتفي وأجهزة قليلة العدد وبروتوكول NCP مجاني. خلال بضعة سنوات أصبح هناك أكثر من مئة حاسوب ضخم مرتبط بالشبكة التي عبرت البحار، وسرعان ما أصبحت ARPA NET مكانا لتبادل المعلومات و الأفكار، وقد كان التعاون بين العلماء والمدرسين هو المجال الأكثر شيوعا للنظام ، و أصبحت الرغبة لدى الآخرين للارتباط بالشبكة. ولم يكن مستغربا ان ناول تطبيق رئيسي طور للاستخدام على الشبكة كان البريد الالكتروني الذي طوره RAY TOMLINSON في 1972 ، ومن خلاله استطاع الباحثون المرتبطون بالشبكة تأسيس اتصال مستقل مع كل فرد على الشبكة في العالم، واستطاعوا تبادل الأفكار، والأبحاث، والمعلومات بسرعة وسهولة، مع إضافة إمكانية إرسال البريد إلى عدة أشخاص معا، وبعدها ظهر ما يعرف بلوائح البريد، وبدأ المستثمرون يتناقشون حول المزيد من الموضوعات في هذا المجال و هكذا تطورت الإنترنت

## خدمات الإنترنت :

**البريد الالكتروني:** وهو عبارة عن نظام للتراسل الالكتروني أي إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية، ولاستخدامها يشترط وجود برنامج بريد الكتروني عنوان بريد الكتروني المرسل اليه .يساهم في إرسال الرسائل، وقواعد البيانات، والصور، والتسجيلات الصوتية، والبيامج...

**الدردشة:** كتابة وتبادل الرسائل والمعلومات في اتصال حي مباشر يشبه البريد الالكتروني التقليدي وخطوط الدردشة هي ارتباطات مفتوحة حيث يمكن لمجموعة من الناس الاتصال عمليا بشكل فوري ويمكن لمجموعة المشتركين مشاهدة أي فرد. **خدمة البحث:** أو التقصي فمعظم حاسبات الإنترنت تقدم خدمة مجانية، تسمح لك بالسؤال عن المعلومات وهو ما يعرف بخدمة التقصي

**نظام الفهرسة:** نظام يرشدك إلى الملف المطلوب ومكان حفظه في البروتوكول وهو وسيلة لإرسال واستقبال الملفات بين أجهزة الكمبيوتر عن طريق الإنترنت، دون الحاجة إلى إرسالها بالبريد العادي أو الفاكس، مما يقلص فواتير البريد والتليفون.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد شوقي شادي، نفس المرجع، ص 64\_65



استخدامات شبكة الانترنت في المؤسسات:

### ❖ دراسة السوق والتأثير على التسويق:

وذلك من خلال مساهمتها في زيادة زبائن المؤسسة، وكذا الموردين، والبائعين، والموزعين... وبذلك أصبح في إمكان أي مؤسسة أن تقوم بأكثر من مجرد إرسال المعلومات عن منتجاتها وخدماتها عبر الإنترنت، إذ يمكنها أيضا عمل دراسات عن الأسواق ودراسة أوضاع المنافسين.

### ❖ خدمات الاتصال: حيث ساهمت الأنترنت في تطوير هذا الجانب من خلال:

- الوصول إلى العميل في كل موقع ونقل المعلومات إليه باقل تكلفة مع المحافظة على سرية المعلومات.

- توفير الوقت بإيصال الرسائل إلى المرسل إليه في أي مكان من العالم عبر البريد الإلكتروني.

- إجراء عمليات الشراء والبيع عبر الأنترنت.

### ❖ خدمات المؤتمرات المفتوحة: هي عبارة عن إمكانية عقد المؤتمرات عن بعد بين ممثلي المؤسسات عبر العالم، عن

طريق نقل الصوت، والصورة عبر الإنترنت إلى كل أعضاء المؤتمر في نفس الوقت

### (د) شبكة الأنترانات :

هي شبكة داخلية، تقوم المؤسسات بإنتاجها على اختلاف أحجامها، هذه الشبكة تستعمل بروتوكولات إنترنت مثل FTP و HTTP، وتستخدم خدمات الإنترنت مثل البريد الإلكتروني بحيث لا يستطيع شخص من خارج المؤسسة أن يدخل لها، ومحتوياتها تحددها المؤسسة، وعادة تحتوي خدمات البريد الإلكتروني، وتنظيم مساحات النقاش، و قاعدة بيانات للمعلومات والخبرات.

### (ه) شبكة الإكسترنات:

هي شبكة المؤسسة الخاصة، التي تصمم لتلبية احتياجات الناس من المعلومات، ومتطلبات المؤسسات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال، وتستخدم فيها تقنيات الحماية، ويتطلب الدخول إليها باستخدام كلمة المرور، وهي شبكة متعلقة بالمؤسسة، و غير موجهة للجمهور العام. ويمكن تعريفها على أنها هي الشبكة التي تربط شبكات الإنترنت الخاصة بالمتعاملين، والشركاء والمزودين، ومراكز الأبحاث الذين تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد، أو تجمعهم مركزية التخطيط ويؤمن لهم تبادل المعلومات، والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الإنترنت المحلية لكل شركة.

### أهمية وجود شبكة إكسترنات في المؤسسة:

- تسهل عمليات تبادل المعلومات، واقتناء ما يحتاجه المستفيد لدى المؤسسات والشركات المعنية بالإكسترنات.

- متابعة قوائم الشراء وأحجام البضائع والمعلومات المتبادلة.

- تستخدم لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة لكل الطرفين.

-تقليل التكاليف والبنى التحتية اللازمة لإقامة الشبكات ذات الوظائف الخاصة، إلى جانب التسهيلات الكبيرة التي تقدمها

في العمليات الإدارية والتفاعل مع العمليات التي يتولاها العملاء<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد شوقي شادي، نفس المرجع، ص66

### (1\_3) خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة :

هناك خصائص تتميز بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تميزها عن التقليدية ومن أبرزها:

- ❖ التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على ادوار الآخرين، واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة، أو التفاعلية
- ❖ اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت): وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
- ❖ التوجه نحو التصغير (قابلية التحرك أو الحركية): تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك.
- ❖ قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة، وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية.
- ❖ قابلية التوصيل والتركيب: لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض، فقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال.
- ❖ اللاجماهيرية (الرسائل الإعلامية الشخصية): ومعناه أن رسائل الاتصال قد توجه إلى مجموعة من الأفراد، أو قد توجه إلى فرد بعينه، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد إن يستقبل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها.
- ❖ الشبوع والانتشار: ونعني به التوسع المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها طرف ثم تتحول إلى ضرورة، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية.
- ❖ الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي البيئة العالمية الدولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة، و تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم<sup>1</sup>.

### (1\_4) نقد تكنولوجيا الإتصال:

#### إيجابيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة :

- أدى التطور الهائل الذي مسى تكنولوجيا الاتصال إلى استفادة الجمهور بمميزات أضفتها تلك التقنيات على مختلف الأصعدة، ومن بين هذه المميزات أو بالأحرى الإيجابيات التي نتجت عن تكن ولوجيا الاتصال الحديثة ما يلي:
- تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتنوعة، التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجاً للتطور الغير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، الذي استفاد منه الاتصال الرقمي، وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها في شتى المجالات بفضل خصائص تكن ولوجيا الاتصال والمعلومات .
- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخدامه، و يتيح هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات سواء استخدام شخصي، أو الاستفادة من خدمات الأنترنت.
- توسع استخدام الشبكات، ما أتاح اختصار المسافات، وتوفير الجهد، والوقت، والمال<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> خلود عاصم، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية"، مذكرة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، بغداد، 2013، ص 235

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال ( المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية)، ط 1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص. 23

لقد افرز التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من السلبيات التي يمكن حصرها في الآتي:  
- تعتبر نتاج ثقافي غربي ظهرت لتلبي حاجات موضوعية لصيقة بثقافة هذه المجتمعات، هذا ما جعلها تشكل خطرا على مجتمعاتنا، وتمس بالقيم، والتقاليد، والمبادئ الإسلامية المتعارف عليها في مجتمعاتنا.  
\_ عدم القدرة على التحكم في التدفق الهائل للمعلومات التي تنتجها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ما يؤثر سلبا على المحتوى المقدم الذي قد لا يخضع للرقابة.  
- ساهمت في إشاعة وفرض النموذج الثقافي الغربي في مجتمعاتنا<sup>1</sup>.

## (2) ماهية العلاقات العامة:

### (2\_1) نشأة العلاقات العامة :

تعود الأصول الأولى للعلاقات العامة حسب عدد من الباحثين إلى عمليات الاتصال، ومحاولات الاستمالة، والتأثير التي يقوم بها الإنسان منذ أزل في مجتمعه، أو في الجماعات التي ينتمي إليها، وبالتالي فقد وجدت العلاقات العامة مع وجود الجمهور حيث سيطر القادة في المجتمعات البدائية بطرق متعددة، كاستخدام التهديد وقوة الإقناع.  
وبتطور الإنسان قامت حضارات إنسانية كانت لها علاقات بالجماهير مثل الفراعنة الذين كتبوا على واجهات المعابد قوانينهم، كما استعملوا النقوش والرسائل لنشر إخبارهم، وحروبهم، وانتصارا تهم لغرض التأثير على أتباعهم، كما عرف الأشوريون، والبابليون باستخدام النقوش، والتماثيل لإبلاغ أتباعهم بالمعلومات التي يريدون اعلامهم بها.  
أما الإغريق والرومان فقد اهتموا بال أري العام، واستخدموا الخطابة، والمجادلة كوسيلة للإقناع والاستمالة، وقد استخدم يوليوس قيصر الرومان وقائدها العظيم هذا المصطلح في مؤلفه " أحداث الحرب العالمية الغالية"، والذي يعتبر مؤلفا من الطراز الأول في العلاقات العامة آنذاك.

أما عند العرب فقد لعب الشعر دور أساسيا في نقل وجهة نظر قبيلة إلى قبائل أخرى، محاولين استمالتهم إليهم، وطوال الفتات الأولى للحكم الاسلامي كان الخلفاء يلتقون بالمواطنين في المساجد ليحدثوهم، ويتعرفوا على مشاكلهم وطلباتهم، وبمجرد انقطاع العلاقة بين الخلفاء وجموع المسلمين عمدوا إلى تكوين جمعيات سرية لمحاولة قلب نظام الحكم، حيث كان الناس يعتمدون في هذه الجمعيات على الدعوة والاستمالة، أي كانوا يمارسون العلاقات العامة .  
أما في أوروبا قديما فلم يكون للإنسان قيمة ولا وجود لنشاط العلاقات العامة، وبعد اكتشاف القارة الجديدة أمريكا ظهرت أهمية الاهتمام بالإنسان الذي يعتبر الصانع الحقيقي للمال، وهو المنتج والمستهلك. وفي خضم الاهتمام بالناس ولدت العلاقات العامة الحديثة التي تعتبر ظاهرة جديدة من العلاقات بين مختلف الفئات.  
ورغم عدم وجود تاريخ متفق عليه لبداية استخدام مصطلح العلاقات العامة إلا أن الرئيس الأمريكي جيفرسون استخدمه عام 1807، عندما وجه رسالته إلى الكونغرس فشطب عبارة " حالة من الفكر " ووضع بدلا منها مصطلح " العلاقات العامة"<sup>2</sup>

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان، نفس المرجع، ص 24.

<sup>2</sup> محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر، الأردن، ط 2، 2011، ص 41 - 40

وبعد ذلك بدأت العلاقات العامة كمنشآت تمارسه المؤسسات، وكفرع من فروع العلوم الاجتماعية والإدارية، حيث تطورت تطورا متسارعا بسبب النمو التقني، والثقافي، وما نتج عنه من تعقيدات في العمل والإنتاج، مما دعا إلى الاهتمام بالفرد والتعمق في دراسة تصرفاته، وما يؤثر بسلوكه من متغيرات، ومنه فقد أصبحت العلاقات العامة فلسفة اجتماعية هدفها إيجاد الحلول للمشاكل التي يعاني منها الإنسان في المجتمع، ولم تعد فقط ذلك النشاط الذي تمارسه المنظمة لتحقيق التفاهم المتبادل مع الجمهور، والحفاظ عليه، حيث أن العنصر البشري، فهو الأساس في تنفيذ سياسة المؤسسة، وبالتالي إنجاح إستراتيجية تيجيتها من خلال العلاقات العامة.

أما فيما يخص المفهوم الحالي للعلاقات العامة فقد أوجده إيفلي، أولي أطلقه على مجموعة من الأعمال التي كان يقوم بها في عام 1919 في شركات الأعمال، و أول نداء وجهه " إيفلي " هو ضرورة تقديم النصح للمؤسسات التجارية الكبرى، والإبتعاد عن السرية، وإعلام الجمهور بأعمالهم، وقد كان يعمل مع كثير من المؤسسات، وبذلك فقد كان المؤسس الحقيقي للعلاقات العامة الحديثة، حيث اشتهر فيها بنصائحه ووضع لمبادئها، وأساليبها، حيث أنه توجه إلى تغيير الصورة التي ارتسمت في ذهن الجمهور، وتحسينها بواسطة الإقناع، وأكد أن مهمة العلاقات العامة هي مهمة مزدوجة، تبدأ بدراسة الوأي العام واستطلاع حاجات الجمهور، ذلك من أجل وضع السياسة العامة للمؤسسة وتعديلها على ضوء هذه الدراسة وبعد ذلك يتم إبلاغ الجمهور بأعمال المؤسسة وسياستها، كما ركز " إيفلي " على الاهتمام بالمعاملة الإنسانية، وتقديم أجور مناسبة للعمال وذلك من أجل تدعيم العلاقات الداخلية، إضافة إلى ضرورة التركيز على مصالح الجمهور الخارجي للمؤسسة من المستهلكين وغيرهم، لأن العلاقات الخارجية السلمية مع الجمهور هي من أهم أركان العلاقات العامة<sup>1</sup>.

## (2\_2) أنواع العلاقات العامة :

اكتسبت العلاقات العامة قوة هائلة في المجتمع الحديث، بعد أن أصبحت من أهم العلوم التي لا يستطيع كثير من المجالات الاستغناء عنها، لأنها تؤدي الكثير من الخدمات في مختلف الميادين الاقتصادية، والتي ينتج عنها في النهاية الارتقاء بالإنتاج، وزيادته، ولقد تغلغت العلاقات العامة في كثير من نواحي الحياة، ومن أهم أنواعها:

- **العلاقات العامة التجارية:** وهي تتمثل في العلاقات بين المنتج وكل من المورد والمستهلك، وكذلك العلاقات بين الأقسام المختلفة للمنشأة التجارية، فالعلاقات العامة تبدأ عملها دائما من الداخل، فكلما كانت هناك علاقات طيبة بين أقسام المنشأة التجارية سادت روح الأسرة بين جميع العاملين، وتمكنت المنشأة من القيام بواجبها بصورة جيدة، وتقديم الخدمة الحقيقية للعميل القائمة على المنفعة المتبادلة، والأمانة، والصدق ليصبح رضي العميل عن المؤسسة ناتج عن قناعة.
- **العلاقات العامة الصناعية:** أدى التطور الذي شاهده الحياة الصناعية إلى قيام العلاقات العامة بتنظيم العلاقة بين المؤسسة وعمالها، ومحاولة تحسين هذه العلاقات حتى تضمن استقرار العمل وانتظامه، وقد ساعد على ذلك مراعاة التشريعات العمالية للقواعد الجديدة في علاقة العامل بصاحب العمل، والتي تضمن حقوق الطرفين.
- **العلاقات العامة السياسية:** يعتبر المجال السياسي من الميادين الأولى التي استعانت بفنون العلاقات العامة، ويبرز دور العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية، كما يبرز في اهتمامها بمحاولة التقارب والتفاهم بين الشعوب المختلفة بإقامة علاقات الصداقة والمودة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد صاحب السلطان، نفس المرجع، ص 42

<sup>2</sup> محمد صاحب السلطان، نفس المرجع، ص 59

العلاقات العامة العسكرية: يبرز دور العلاقات العامة العسكرية في أوقات الحروب، حيث تقوم بجهود كبيرة لرفع الروح المعنوية للشعب والجيش على حد سواء، كما تقوم بتهيئة الجماهير لتحمل تبعات الحرب التي يمكن أن يمر بها المجتمع، وفي حالة السلم أيضا تلعب العلاقات العامة دورا هام في الإبقاء على الروح المعنوية للجنود، وتوفير المناخ المناسب للارتقاء بمستواهم العسكري

- العلاقات العامة في المجال السياحي: تعتبر العلاقات العامة في مجال السياحة حلقة الاتصال لتوجيه، وتنمية علاقات

المهتمين والمنتفعين بالسياحة في بلد ما، أو بلدين، أو أكثر، وتغذية كل طرف للآخر بالمعلومات، والأفكار، والآراء المتعلقة بالسياحة، مما يساعد على إقامة جسور الصداقة، والتفاهم، والثقة مع أبناء البلدان المختلفة، وذلك من خلال توظيف كافة إمكانيات وسائل الإعلام المختلفة، وتطبيق كافة الأساليب المؤدية إلى ذلك في إطار السياسات العامة السياحية والإعلامية المحددة.

- العلاقات العامة في نواحي الحياة الأخرى: تعتبر العلاقات العامة خير معين للعديد من المؤسسات الاجتماعية، والتربوية، والخيرية، والصحية، وأيضا الهيئات الدينية، حيث تسهم في الإعلام عن حقيقة نشاط هذه المؤسسات، وتعريف الجمهور بما تقدمه من خدمات<sup>1</sup>

### (2\_3) خصائص العلاقات العامة:

السمات والخصائص التي تميز العلاقات العامة يمكن إيجازها في الآتي:

العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية القليلة الأهمية بل تشكل عنصرا من عناصر الأساسية للمؤسسة.

العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة وهي وظيفة مستمرة ومخططة لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود الأفعال لمواجهة المشكلات و الأزمات التي تواجه المؤسسة.

العلاقات العامة وظيفة اتصالية تأثير متبادل، حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا و

تعكس وجهة نظر الإدارة للكافة الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الوسائل، والأشكال، و القنوات للأساليب الاتصالية المتاحة للمؤسسة.

الوأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة، و هدفها الأساسي من خلال التأثير على اتجاهات وكسبته عاطفه و تأييده بما يحقق الصالح العام للمؤسسة ولجماهيرها

### (2\_4) وظائف العلاقات العامة:

صنفت إلى خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة هي:

البحث: ويقصد به الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الوأي العام بين جماهير المؤسسة، سواء في الداخل أو في الخارج،

وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية، ورسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة.

التخطيط: ويقصد به رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة، وذلك بتحديد الهدف والجماهير المستهدفة، وتصميم

البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات، وتحديد الميزانية، وتوزيعها على الأنشطة.

الاتصال: ويقصد به القيام بتنفيذ الخطط أو الاتصال بالجماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور

وكذا الاتصال بالأفئاد والهيئات بالخارج، وقادة الوأي ومراكز المعلومات المختلفة .

التنسيق: تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، كما تعمل كحلقة اتصال بين

الموظفين والشخصيات المختلفة، كما تنسق بين إدارة التسويق والمستهلكين<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد صاحب السلطان، نفس المرجع، ص 60

<sup>2</sup> محمد صاحب السلطان، نفس المرجع، ص 149

التقويم: يقصد بالتقويم قياس النتائج الفعلية المحققة من تنفيذ برنامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات التصحيحية في حال الكشف عن وجود انحرافات في النتائج عما هو مخطط له، من أجل ضمان فعالية النتائج المرجوة.

(2\_5) أهداف العلاقات العامة :

إن الهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله باقي أهدافها الأخرى، هو كما يقول الدكتور إبراهيم إمام: تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعثره التغيرات السريعة في نظم الحكم، والسياسة، والمخترعات العلمية، والمستجدات الجديدة التي غيرت وجه التاريخ، والتي خلقت التخصص، وأوجدت المؤسسات المسؤولة عن توثيق أوامر المجتمع حتى لا يحل الصراع من أجل الربح العاجل، دون اعتبار للصالح العام.

وعليه يمكن حصر الأهداف التي يجب أن تنطلق من خلالها إدارات العلاقات العامة تكمن في:

توضيح الأهداف والفلسفة التي تقوم عليها المؤسسة.

بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الداخلي والخارجي.

دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.

تكوين صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة لدى الجماهير.

تشكيل جملة من التوافق المصلحي بين المؤسسة وجماهيرها.

تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.

العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات في حالة الأزمة.

تنمية شعور العاملين بالانتماء للمؤسسة وكسب تأييدهم وولائهم لها . وتهدف العلاقات العامة إلى التوعية بالأهداف العامة للدولة، وتعليم الجمهور عن السياسة العامة، ومسؤوليته في تنفيذها. كما تهدف المنظمات إلى التوعية بالأدائها وأسلوب وعمل ونوع نشاطها وخططها للجماهير كما تسهل التنسيق بين جهات الأفراد، فعندما يعرف كل شخص في المجموعة الأهداف المطلوب الوصول إليها فإنهم يعملون متعاونين في الوصول إليها.

تسعى العلاقات العامة إلى القيام بالإعمال المتنوعة التي تقوم بها الإدارات الأخرى ومساعدتها فهي تقوم مثلا بمساعدة إدارة العلاقات الصناعية باجتذاب الممتازين من الموظفين والعمال وهي تشجع الاتصال بين المستويات العليا في الإدارة والمستويات الدنيا، وبالعكس وهي تساعد إدارة المبيعات في ترويج المنتجات المنظمة سواء المنتجات الحالية أو الجديدة. تهدف العلاقات العامة إلى رفع الكفاية الإنتاجية بتوفير العامل المادي والمعنوي وزيادة الفوائد التي تعود على أصحاب الشركة، وعملها، ومستهلكي منتجاتها، والجماعات التي تعمل فيها، وذلك عن طريق وضع برنامج لتحسين المصانع والمنتجات، والاستغناء عن الآلات البالية، وتنفيذ برنامج لترتيب أحدث أنواع الآلات، وكذلك العمل على إنتاج السلع الجديدة في أقرب موعد يتناسب مع الانتهاء من الاختبارات اللازمة، وإعادة تنظيم الأعمال المكتبية وزيادة منافذ التوزيع.

\*تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات ودية مع المساهمين وهؤلاء ينحصر اهتمامهم في تأمين استثماراتهم والوقوف على أحدث تطورات الإنتاج، والمشروعات التوسعية، والأسواق الجديدة، ومن ثم ينبغي إحاطتهم علما بجميع خطط الشركة، ومشروعاتها، مع تعليلها، وتبيان ما ينتظر أن يعود عليهم من منفعة من حيث ضمان أموالهم المستثمرة، ومن حيث فائدة كافية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد نجيب الصرايرة، العلاقات العامة (الأسس و المبادئ)، مكتبة الرائد العلمية، دط، الأردن، 2001، ص 19

### (3) ماهية موظف العلاقات العامة :

#### (3\_1) تعريف موظف العلاقات العامة :

موظف العلاقات العامة هو الشخص المسؤول عن عمليات التواصل التي تتم داخل المؤسسات بين موظفي المؤسسة أو خارجها مثل الشركات أو المؤسسات الأخرى و الصحفيين أو الجمهور. فهو يعتبر المتحدث باسم المؤسسة حيث يعمل على التفكير والابتكار لجعل صورة المؤسسة التي يعمل بها أكثر تميزاً ورقياً.

في المؤسسات والشركات الصغيرة يكون دور مسؤولي العلاقات العامة هو أن يقوم بالتواصل في جميع الأقسام داخل المؤسسة مثل النشر وإدارة الأحداث وإدارة الأزمات والعلاقات مع الصحافة ووسائل الإعلام. أما في المؤسسات الكبيرة فيكون دوره محدد ومحوري.

#### (3\_2) وظائف مسؤول العلاقات العامة

أهم وظيفة بالنسبة ل موظف العلاقات العامة هو أن يعمل على تحسين صورة المؤسسة ، وتقويتها وإظهارها في السوق كشركة متماسكة ذات مصداقية عالية . وتختلف وظائف مسؤول العلاقات العامة من شركة إلى أخرى ، حسب حجم الشركة فاحيانا يكون مسؤول عن التواصل أو قسم لتواصل إن وجد . و احيانا أخرى قد يكون تابعا للإدارة العامة في الشركات الصغيرة.

#### (3\_3) مميزات مسؤول العلاقات العامة

يجب ان يتقن تقنيات الاتصال وأدواته وأن يكون لديه دراية جيدة بتكنولوجيا المعلومات المتطورة. يجب عليه أن يضع استراتيجيات ناجحة للتواصل داخل الشركة وخارجها يجب عليه أن يكون قادراً على إدارة الوقت بطريقة جيدة حتى يقدر على إتمام مهامه بسهولة. يجب أن يكون لديه خبرة عن الطريقة المثالية لبث المعلومات. يجب أن يتقن مهارات انشاء العلاقات المهنية الجيدة، حتى يتمكن من إدارة الموظفين. ويكون لديه خبرة بالأسلوب الأمثل للتواصل معهم.

يجب أن يكون لديه الخبرة في إعداد المشروعات بالكامل في وقت وجيز.

#### (3\_4) المهام الأساسية لمسؤول العلاقات العامة

مسؤول العلاقات العامة هو المتحدث باسم المؤسسة وعلى دراية وتوجهاتها ومن أهم مهامه: الاهتمام بالسياسة الإعلامية في الشركة وتنظيمها. تطوير نظام الاتصال مع الجهات المختلفة داخل وخارج الشركة. تحديد الوسائل الهامة والمختلفة للاتصال. الرقابة على أدوات التواصل مثل كتيب الشركة والنشرات والملفات الصحفية، وحتى صفحات التواصل الاجتماعي تنظيم فعاليات الشركة. إدارة التواصل على الانترنت.

متابعة مصادر المعلومات في مختلف وسائل الإعلام.

#### (3\_5) المهارات اللازمة لتوافرها في مسؤول العلاقات الداخلية:

في بعض المؤسسات يخصص موظف واحد للتواصل الداخلي بالشركة. وهذا بالطبع يتطلب خبرة ومرونة للقيام بهذه المهمة . وأهم المهارات المطلوبة في ذلك هي:

إتقان استخدام التكنولوجيا المتطورة.

إتقان برامج البيانات.

أن يكون الموظف على دراية كاملة بأفضل طرق التواصل بمختلف أنواعها.

التعرف على حقوقه القانونية كمؤلف

معرفة أساليب تقييم المشروعات وإجراءات التواصل

إتقان اللغات وخصوصاً اللغة الانجليزية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>مقال منشور على موقع المرسل بعنوان موظف العلاقات العامة الخصائص والمميزات، في 16\07\2017 على الساعة 20:55 www.elmrsal.com

## 4) المؤسسة الخدمائية :

### 4\_1) مراحل تطور المؤسسة الخدمائية :

تمر المؤسسة الخدمائية بمجموعة من المراحل خلال دورة حياتها يمكن اختصارها في ما يلي:  
**المرحلة 1:**

تعرف هذه المرحلة بمرحلة البناء أو التأسيس، وتتعلق بإيجاد، وتلبية حاجيات، ورغبات جديدة من خلال التنسيق بين الوسائل المادية والمعنوية، بهدف تقديم خدمة جيدة، أو تحسين خدمة موجودة مسبقاً وتقديمها بتركيبة مختلفة، وعلى المؤسسة الخدمائية خلال هذه المرحلة الالتزام بالخطوات التالية:

- توطيد مفهوم الخدمة.
- تحديد مستويات عرض الخدمة المطلوبة.
- تحديد الفئات المستهدفة.
- تحديد نظام الإنتاج ووضعه قيد التطبيق داخل المؤسسة .

### المرحلة 2:

التطور الجغرافي والتنظيم العقلاني للفروع، وذلك بهدف اختيار التشكيلة أو الصياغة التنظيمية التي تسمح للمؤسسة الخدمائية بإعادة إنتاج الخدمة الأصلية في المؤسسة بطريقة تضمن النمو (زيادة إنتاج الخدمة) والمردودية (كسب يد عاملة مؤهلة)، وعلى المؤسسة الخدمائية خلال هذه المرحلة الالتزام بالنقاط التالية:

- تحديد معايير الخيارات الإنتاجية المتاحة.
- تحديد مختلف النشاطات الإنتاجية لتسهيل إنتاج الخدمة.
- تحديد الاحتياجات المالية للمؤسسة ومصادر التمويل

تحديد نوع الموارد البشرية في كل وحدة من وحدات المؤسسة أما الخصائص الأساسية لهذه المرحلة فهي تتعلق بالتسيير والانضباط.

### المرحلة 3 :

النمو في هذه المرحلة قد يكون نمواً سريعاً، مما يساعد المؤسسة الخدمائية على توسيع حجم نشاطاتها، والانتقال من سوق محلي صغير إلى تغطية أكبر، مع إمكانية استعمال وسائل إعلام واتصال أخرى تسمح لها باستثمار صورتها بشكل أفضل، كما تسمح بتوسيع نشاطاتها، واستثمارها بسرعة، وللإستراتيجية السريعة ميزة حماية لبعض المؤسسات الخدمائية من تقليد المؤسسات المنافسة لها، وتتمثل العناصر الأساسية لهذه المرحلة في:

- اختيار شكل التمويل لتغطية نفقات التوسيع والنمو.
- اختيار طريقة التوسع المناسبة.
- بناء شبكة عمل مناسبة وفعالة .

إنشاء الوظائف الأساسية للمؤسسة التي أهمها إرساء القواعد التسويقية بالمؤسسة كالاتصال الى جانب مراقبة التسيير والنوعية...

والتي من شأنها تزويد وحدات المؤسسة المختلفة بأنجع الوسائل اللازمة لتقديم الخدمة بجودة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم والإستراتيجيات، (د.ط) الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2002، ص. 37



#### المرحلة 4 :

النضج وفي هذه المرحلة يتسم نشاط المؤسسة الخدمائية بالاستقرار حيث يتوقف نمو رقم أعمالها بسبب تشبع السوق المحلية، وحدود المنافسة، ما يصعب على المؤسسة الحصول على عملاء جدد، وبالتالي توسيع حصتها السوقية، ويصبح من الصعب إنشاء المؤسسات الجديدة ذات مردودية في أسواق ضيقة أو صغيرة جدا. في هذه المرحلة تظهر مجموعات من المخاطر أبرزها:

إهمال مراقبة التكلفة بدقة

تكاليف إضافية ناتجة عن ظهور أسواق فرعية.

- إمكانية ارتفاع معدل تاركي العمل الأكثر فعالية نتيجة تخوفهم من توقف نمو المؤسسة.
- وعن الشروط الواجب على المؤسسة الخدمائية إتباعها لضمان نجاح نموها خلال هذه المرحلة هي :
- تطوير سياستها التسويقية الاتصالية لتحافظ على عملائها والتميز في عرض خدماتها من أجل التصدي للمنافسة.

-القدرة على تطوير وتنوع خدماتها.

-الاهتمام بالإدارة وتسيير الإطار الدائمة للمؤسسة.

في هذه المرحلة ينبغي الاهتمام أكثر بالمعايير الاستراتيجية من انفتاح على الأسواق.

#### المرحلة 5:

الانحدار: بعد مرور المؤسسة الخدمائية بالمراحل حل السابقة هناك احتمال دخولها في مرحلة الرجوع، اولتي يمكن أن تتفادها إذا طبقت ما ورد من شروط في المرحلة الراجعة، وفي حالة انحدارها ورجوعها يمكن إعادة تحديد نشاط المؤسسة الخدمائية ومساعدتها على الاستقرار من خلال شكلين هما:

• إدخال تعديلات جديدة على الخدمة.

• تطوير خدمات جديدة من خلال:

- إنشاء خدمات متكاملة وموجهة لنفس العملاء.

- محاولة تكييف الخدمات الأساسية للمؤسسة مع أسواق جديدة.

- اقتراح خدمات جديدة لفئات معينة من العملاء<sup>1</sup>.

#### (4\_2) عناصر المؤسسة الخدمائية :

مجملة العناصر المؤثرة في أداء المؤسسة الخدمائية ما يلي:

**الزبون:** أول مستهلك يعتبر الركيزة الأساسية والعنصر البشري الرئيسي في الخدمة حيث أن هذه الأخيرة لا تتحقق إلا بوجوده.

**الدعم:** يتمثل في الوسائل اللازمة، والمستعملة في إنتاج الخدمة، حيث يحتاج إليها منتج الخدمة، أو المستفيد منها، أو الإثنين معا، حتى يتم حرية حق الإنتاج واستهلاك هذه الخدمة، ويتشكل الدعم من قسمين: الوسائل اللازمة للخدم كالألات... و المحيط: وهو كل ما يحيط بالوسائل كالديكور، الموقع...

<sup>1</sup>سعيد محمد المصري، نفس المرجع ، ص41

**موظفي الاتصال والاستقبال:** هم الأشخاص العاملون لدى مؤسسات الخدمات، وهم على علاقة دائمة مع الزبون من خلال ما يقدمونه من خدمات متنوعة، وتتمثل مهمتهم في الاتصال المباشر بالزبائن، ويمكن أن يكون مقدم الخدمات عبارة عن الآلات، أي إمكانية غياب موظفي الاتصال في المؤسسة الخدماتية .

**الخدمة:** ونعني بها كل عمل أو جهد يبذل لتلبية، وسد احتياجات الآخرين، أو طلباتهم، وهي أنشطة غير ملموسة، يرتبط استخدامها بسلع مادية ملموسة، وهي في نفس الوقت الهدف الذي يقوم من أجله هذا النظام، والنتيجة التي يتوصل إليها. التنظيم الداخلي: إن المحيط، والدعم المادي، وموظفي الاتصال يمثلون الجانب الظاهري في المؤسسة الخدماتية، أما الأهداف المرجوة، والإستراتيجية، والأعمال المتبعة من طرف المؤسسة الخدماتية يتمثل في الوظيفة المالية للتسويق، وبالتالي فإن التنظيم الداخلي يؤثر تأثيراً مباشراً على الجانب الظاهري<sup>1</sup>.

### **(4\_3) خصائص المؤسسة الخدماتية:**

تتميز المؤسسة الخدماتية بمجموعة من الخصائص تجعلها مختلفة عن مثيلاتها من بقية المؤسسات في المجالات الأخرى وأهم هذه الخصائص كونها:

- إن لهذه المؤسسات ثقافة خدمية تقوم على أساس:
- اتباع مدخل شمولي للأنشطة الوظيفية يقوم على وجود أهداف وقيم واضحة والتي يجب الانطلاق منها.
- أن يكون العميل هو المحور الرئيسي لنشاطها وأن تعمل على الحفاظ عليه.
- أن تؤخذ جودة الخدمة على أنها المحور الرئيسي والمنطلق الذي ينبغي الثبات عليه والانتظام في تقديمه بذات المستوى وذلك بتفعيل العلاقات مع عملاء المؤسسة.
- تتميز المؤسسة الخدماتية بكون عملائها يحصلون على ما يطلبونه من خدمات في أماكن إنتاجها، ويشاركون أحياناً في إنتاجها مباشرة، والعمل في هذا النوع من المؤسسات لا يمكنه امتلاك ما يحصل عليه من خدمات وتخزينها بالمعنى الاقتصادي، بالإضافة إلى المخرجات الخدماتية لتلك المؤسسات فيجب تمييزها، وذلك بالنظر لطبيعتها المعنوية فهي دائماً متغيرة حسب ما يطلبه العميل .
- كما تتميز المؤسسة الخدماتية بحاجة مستمرة إلى المعلومات الصحيحة، والمراقبة الدقيقة لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها التسويقية، لسبب الطبيعة غير الملموسة لمنتجاتها، وطبيعة العمل الذي تمارسه هذه المؤسسات، والتي تحتاج إلى عمليات الإقناع أكثر من غيرها، وبسبب ما تتميز به منتجاتها من إنتاج، وتقديم وانتفاع في وقت واحد وبأتابع.
- إن ما يميز المؤسسة الخدماتية كونها تقوم بتحويل المدخلات المادية وغير المادية إلى مخرجات غير ملموسة ولكنها محسوسة .
- تتميز الخدمة بعدم قابليتها للتجزئة، أو التقسيم، أو الانفصال فهي مزيج متكامل ومندمج حتى يتحقق الغرض منها إذ لا بد من توفير الخدمات في المكان والوقت المناسبين.
- غالباً ما تمتلك المؤسسة الخدمية شبكة متكاملة من الفروع، تنتشر جغرافياً بشكل متناسب لتقديم الخدمات، وتحقيق المنفعة المكانية للعميل، بشكل فعال سواء على المستوى المحلي أو القومي الدولي
- تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات الخدمية لمقابلة الاحتياجات المتنوعة للمستهلكين، فالمعتاد أن يركز العميل معاملاته مع مؤسسة واحدة تقدم له نوعاً معيناً من الخدمات، وهنا يمكن تمييز المؤسسة الخدماتية كونها دائمة التطور<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سعيد محمد المصري، نفس المرجع ، ص 42  
<sup>2</sup> سعيد محمد المصري، نفس المرجع، ص 52

والابتكار لتقديم الجديد للعملاء، ليس فقط من أجل الاحتفاظ بهم، ولكن من أجل جذب عملاء المؤسسات الأخرى التي تقدم نفس المنتج الخدمي .

#### **(4\_4) أهداف و وظائف المؤسسة الخدمائية:**

##### **(أ) أهداف المؤسسة الخدمائية:**

تسعى المؤسسة الخدمائية إلى تحقيق جملة من الأهداف مرتبة بمختلف الأصعدة والمجالات نلخصها في الآتي:  
**المجال الاقتصادي:**

- تحقيق عائد مناسب ل رأس مال المستثمر.
- تحقيق التكامل الاقتصادي وطنيا.
- ضمان استمرار نشاط المؤسسة الخدمائية حتى يتحقق الاكتفاء الذاتي وحتى لا يلجأ أفراد المجتمع إلى طلب الخدمات من الخارج كطلب قروض من بنوك أجنبية مما يؤثر على الاقتصاد الوطني.
- تحقيق مكانة جيدة بين المؤسسات الخدمائية وخاصة الدولية منها حتى لا تغزوا هذه الأخيرة السوق الوطنية

##### **المجال الاجتماعي:**

- امتصاص الفائض في العمالة بتأمين فرص العمل وامتصاص البطالة.
- رفع مستوى المعيشة لأفراد المجتمع.
- إنتاج وتقديم خدمات معتدلة الثمن.
- تلبية حاجيات المستهلك وتحقيق الرضى في المجتمع.

##### **المجال الثقافي:**

تهدف المؤسسة الخدمائية في المجال الثقافي إلى توعية المجتمع ككل بصفة عامة لمواكبة سيرورة التقدم الحاصل في المجتمعات والخدمات.

##### **المجال الإداري:**

تهدف المؤسسة الخدمائية في المجال الإداري فهي تسعى إلى ترقية العمل من خلال تنظيم دورة الإدارة وتوفير الجو المناسب لأداء العمال للعمل ومنحهم الحوافز لتقديم خدمات بشكل أفضل .

##### **(ب) وظائف المؤسسة الخدمائية:**

تعكف المؤسسة الخدمائية على تقديم جملة من الوظائف تتمثل في:

**الوظيفة الإدارية:** وذلك من خلال مختلف المهام داخل الإدارة حيث تكون أو تتمثل هذه المهام في التنظيم والرقابة من أجل تقديم خدمة جيدة.

**الوظيفة المالية:** وهي الوظيفة الجامعة لأوجه الاستخدام المالي لرأس المال والحسابات المالية، إذ تقوم المؤسسة الخدمائية بكل مؤسسة في بداية كل دورة وأثناء وضع الميزانية بعدة دراسات هي:

- تحديد الحاجة ودراسة الإمكانيات للحصول على الأموال.
- اختيار أحسن الإمكانيات التي تسمح بالسير الحسن للمؤسسة.
- اختيار المزيج المالي الملائم للأموال، ومتابعة البرامج التي تم تنفيذها ومقارنتها.
- وظيفة الرقابة:** تعمل المؤسسة الخدمائية كغيرها من المؤسسات الأخرى على مراقبة سير العمل من بداية وضع الخطط إلى مرحلة التنفيذ، وتحليل المراحل لمعرفة نقاط الضعف، ووضع الحلول<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>سعيد محمد المصري، نفس المرجع، ص54

**الوظيفة المحاسبية:** حيث تقوم بالتسجيل اليومي للعمليات التي تقوم بها، باستعمال طرق وتقنيات المحاسبية

**الوظيفة التقنية:** يقوم بهذه الوظيفة مختصون من أجل جلب الزبائن والتسويق أكثر للخدمات المنتجة، فيقومون بنشاط التحويل الحسن بما يتماشى مع أذواق الزبائن، ورفع المردودية، وخفض التكاليف، وذلك باستعمال أحدث تقنيات الاتصال، كاستخدام الاتصال الجيد من الإعلام بالخدمات المقدمة

#### **(4\_4) دور المؤسسة الخدمائية:**

ينحصر دور المؤسسة الخدمائية في الآتي:

##### **المستوى الاقتصادي:**

تقوم المؤسسة باستخدام الموارد المتاحة لديها لتقديم أفضل الخدمات لعملائها، ونتيجة لهذا تكون المؤسسة مسؤولة عن التوفيقية المثلى للموارد المستخدمة في عملية تقديم الخدمات، للحصول على أفضل استخدام ممكن طبق لهدف المؤسسة، سواء كان من أجل تحقيق أكبر عائد من الربح، أو رفع مستوى الاقتصاد من خلال الخدمات التي تقدمها.

##### **المستوى الاجتماعي:**

فهي تسمح بتحقيق التوازن بين المستوى الاجتماعي للمعيشة، وبين المستوى المهني للعمال، عن طريق العمل البشري يمكن من:

- زيادة المهارات المهنية للعمال.

- إخضاع العمال إلى دورات تكوين وتدريب، من أجل رفع المستوى المهني لديهم، ولاكتساب الخبرة، ومواكبة التطور الحاصل في الدول المتقدمة لتمكينهم من الصعود في السلم الوظيفي<sup>1</sup>

#### **(5) العلاقة الثلاثية بين موظف العلاقات العامة وتكنولوجية الإتصال والمؤسسة الخدمائية :**

##### **(5 1) أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية:**

إذا كانت العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية تمثل أهمية خاصة، ففي المؤسسات الخدمية هي أكثر أهمية، لأنه في الوقت الذي تسوء فيه العلاقة بين المؤسسة الصناعية والمستهلكين قد يستمرون في شراء السلعة، لأنهم مضطرين لها لعدم وجود غيرها في السوق مثلاً، أو لأن مزاياها تفوق غيرها من السلع المنافسة، ولكن في وجود منشأة خدمية قد تكون الخدمة غير ضرورية بالنسبة للفرد، أو توجد بدائل عديدة عنها يسهل على المتعامل معها أن يستبدلها، وهذا يصعب من دور العلاقات العامة، ويفرض عليها دور أكثر صعوبة فمثلاً في شركة الطيران التي لا تهتم بعملائها، ولا تقدم لهم الخدمات على الوجه المرضي، أو لا تقوم طائراتها في المواعيد المحددة لها، فأمام الجمهور بدائل كثيرة، منها الشركات الأخرى التي تعمل في خدمة الطيران والتي تتبع أحسن الخدمات، وبنفس التكلفة، أو ربما أقل. وهناك أمثلة كثيرة في المنطقة العربية عن عدم اهتمام الإدارة بالعلاقات العامة في كثير من مؤسسات القطاع العام العاملة في الخدمات العامة، مما أدى إلى انصراف الجمهور عنها إلى مؤسسات القطاع الخاص، أو مؤسسات القطاع الأجنبي، أو المشترك.

فالدور الأساسي الذي يلعبه قسم العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية هو التكيف النفسي، والاجتماعي، ومدى استقطاب جماهير العمال داخل المؤسسة، و جماهير المستهلكين خارج المؤسسة الخدمائية، هذه الأخيرة تقدم خدمات متعددة تصل إلى العديد من الجماهير الخارجية، والمنشآت الأخرى التي تتعاون معها، وتمدها باحتياجاتها المختلفة، وكذلك جمهورها الداخلي الذي يتمثل في العاملين<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سعيد محمد المصري، نفس المرجع، ص 59\_60

<sup>2</sup> حسين علي، الدليل العلمي، الإستراتيجيات و الخطط التسويقية، دار الرضا للنشر، سوريا، 2000، ص 268

تعتبر العلاقات العامة بمثابة الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة عامة، و المؤسسة الخدماتية خاصة، على اعتبار أنها أحد أهم الوظائف التي لا يمكن أن يستغنى عنها، وأصبحت المؤسسة الخدماتية تعتمد عليها كونها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر، تهدف من خلالها المؤسسة كسب تفاهم وتأييد الجماهير من جهة، وبناء سمعة طيبة و صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة لدى مختلف الجماهير من جهة أخرى، مستعملة في ذلك جميع الأساليب الاتصالية التي تعمل على تقييم اتجاهات الجمهور، وهذا من أجل تطابق إجراءات المؤسسة، وتعزيز الفهم والثقة مع الزبائن، والجمهور عامة. وعليه يمكن وصف العلاقة بين المؤسسة الخدماتية والعلاقات العامة بأنها علاقة تبادلية، حيث يتجلى ذلك من خلال انعكاسات أهمية العلاقات العامة، ومكانتها على المؤسسة، والتي ساهمت كذلك في تحسين الأداء الوظيفي بخلق جو ملائم للعمل، بتوفير المعلومات، و سرعة تدفقها، وكذا إحساس العمال بالتواصل والربط بين أهدافها وأهداف الأفراد العاملين بها، من خلال تدعيم سبل التعاون والتنسيق بين مختلف المكاتب، والمصالح، وذلك دون إهمال العلاقات الإنسانية والشخصية بين العمال<sup>1</sup>

**(5\_2) موظف العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية :**

لن نبالغ إذا قلنا إن العلاقات العامة تمثل ضمير المؤسسة، وهي أشبه ما يكون بجهاز حساس يستشعر اتجاهات الرأي العام نحو القرارات التي تتخذها المؤسسة، وموظف العلاقات العامة دوره إسداء النصح للمسؤولين والرؤساء عند إصدار القرارات، أو تعديل سياسة المؤسسة و تعطى قيادة جهاز العلاقات العامة لمتخصص في مجال العلاقات يهتم بقياس الرأي العام وتحليل اتجاهات الجماهير من خلال أجهزة النشر وغيرها ثم صياغة القرارات الصائبة والصحيحة ثم العمل على توجيه سياسة المؤسسة إلى الوجهة السليمة إنطلاقاً من دراساته الدقيقة

وفي الأخير يمكننا القول موظف العلاقات العامة وجهازه جد مهم في المؤسسة لأنه يزيل عبئ غتخاذ القرارات الخاطئة، وفي أوروبا لقد تأكدا أصحاب المؤسسات أن موظف العلاقات العامة وجهاز العلاقات العامة لا يمكن التخلي عنهم وإزالتهم من الهمم الإداري<sup>2</sup>

### **(5\_3) علاقة تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة الخدماتية :**

إن تكنولوجيا الإعلام و الاتصال تساعد على جعل كل معلومة مسموعة، أو رمزية، أو مرئية أو تقرا على الحاسوب، أو الكتب، أو المذئوات تخزن في مذئوات الكترونية. وتعتبر ثورة الاتصالات لاسيما الإنترنت من أبرز العوامل التي ساهمت في بلوغها تلك المكانة، فبالإضافة إلى أنها خدمة كونية موضوعة في متناول المجتمعات، يقول فيها كل فرد كلمته، فهي تشجع الممارسة الحقيقية للديمقراطية، برفع نسبة المشاركة لدى المواطن في اتخاذ القرار، كما تشجع تعاون الأمم في المجال الاقتصادي.

هذا الكلام يختصر الوجه التقدمي للاتصالات من حيث شموليتها، و سهولتها، وغايتها، وأهميتها فهي المحرك الأساسي للممارسات الإدارية حالياً وهي السبيل إلى إنتاج المعرفة، ومن ثم تعميمها، ولهذا فتكنولوجيا الاتصال اليوم تعتبر البنية التحتية للدول المتقدمة.

ويلعب الكمبيوتر، و الهاتف النقال، وغيرها دوراً محورياً فيها، وتتطلب هذه التكنولوجيات اتجاهات جديدة تعتمد على محركات، ودوافع أهمها التنافس في أجواء ما يعرف بالعولمة الجديدة، والتي من شأنها التخفيف من الأعباء والتكاليف<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين علي، نفس المرجع، نفس ص

<sup>2</sup> محمود يوسف، فن العلاقات العامة، مركز جامعة القاهرة، 2011، ص122

<sup>3</sup> زهير ياسين الطاهات، سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011،

وهذا جزء يسير مما تقدمه. وعليه يمكن القول إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة عبارة عن توليفة من الدعائم الاتصالية التي تمثل مصدر التعبير في المنشآت، فهي أدوات مساعدة على التوجيه والحركة المهنية

دائما وفي الجانب المتعلق بعلاقة تكنولوجيا الاتصال بالمؤسسة نجد إنها تسهل بدون شك من عمل هذه الأخيرة عن طريق إمداد الإدارة الوصية بالمعلومات اللازمة، و في الوقت المطلوب وهذا يشكل في حد ذاته ميزة تنافسية تواجه بها المؤسسة تقلبات المحيط بوقت وجهد اقل بالنسبة لتنظيم المؤسسة، وهذا يمس بالدرجة الأولى الهيكل التنظيمي بجميع مستويات الوظيفية.

تلك الميزة التنافسية التي تقدمها تكنولوجيا الاتصال للمؤسسة تتمثل في رفع كفاءة وفعالية نظام المعلومات المتبع داخل المؤسسة، وذلك ممكن خلال سرعة انتقال المعلومة بين المرسل والمستقبل، سواء داخليا أو خارجيا، كما تحقق السرعة في إحداث التغذية الراجعة، وهذا ما سيسهم دون شك في تسريع عملية اتخاذ القرار داخل المؤسسة، فيعطي ذلك للمؤسسة ميزة سرعة رد الفعل كميزة تنافسية.

كما يمكن إبراز العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمؤسسة من خلال إسهاماتها في تحقيق الرقابة على العمليات التشغيلية وهي بذلك تسهم في توفير الوقت والجهد، خاصة بالنسبة للإدارة العليا، مما يسمح لهذه الأخيرة بالتفرغ لمسؤوليات أكثر أهمية. وعلى ضوء ما سبق ذكره يمكن إسقاط ما قلناه عن العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمؤسسة عامة على موضوع بحثنا، أو بالأحرى المتغير المتعلق بالمؤسسة الخدماتية نجد نفس العلاقة اعتمادية<sup>1</sup>.

### **العلاقة بين العلاقات العامة و تكنولوجيا الاتصال الحديثة :**

تعد العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة، ووسائل الإعلام و الاتصال علاقة اعتمادية متبادلة، لذلك أوضحت في هذا الصدد دراسات عديدة أن العلاقات العامة تسهم بنسبة 50 % من التغطية الإخبارية لوسائل الاتصال العامة. فالعلاقات مع وسائل الإعلام تقوم على التوازن بين الوصول إلى الجمهور المستهدف من جانب، ومراعاة الاعتبارات و القيود الخاصة بوسائل الاتصال من جهة أخرى، وعلى ذلك تحرص المنظمات على بناء علاقات إستراتيجية مع وسائل الاتصال، وفي هذا الإطار توجد ثلاثة مداخل أساسية توضح أنشطة المنظمات في علاقاتها مع وسائل الاتصال وهي: رد الفعل / الاستعداد للتفاعل / ومدخل التفاعل المتكامل ، لذلك لا يختلف أحد من الباحثين على أهمية وسائل الاتصال الحديثة لبرامج العلاقات العامة، فهي تشكل إدراكات الأفيول و معتقداتهم حول الأحداث و الأشخاص و المؤسسات، و خاصة تلك التي لا يكون هناك اتصال مباشر معها، ومن ثم فإن وسائل الاتصال الحديثة تمثل أهمية خاصة للمنظمات المختلفة باعتبارها الوسائل التي تساعد على بناء سمعتها، و هويتها، و تشكيل الرأي العام حولها، أوتعدّها كنظام يراقب سير هذه المؤسسات و يضبط تصرفاتها<sup>2</sup>

<sup>1</sup> زهير ياسين الطاهات، نفس المرجع، ص 118

<sup>2</sup> كموش مراد، العلاقات العامة و إدارة الأزمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة ، 2008 - 2007 ، ص 44

## الخاتمة:

في نهاية دراستنا يمكننا القول التكنولوجيا تنعكس بصفة إيجابية عل موظف العلاقات العامة ولكن الذي يثير الإنتباه هو هل موظف العلاقات العامة في الجزائر يستطيع إستخدام التكنولوجيا الحديثة أم هناك عوائق ؟

## قائمة المراجع :

### الرسائل الجامعية :

كموش مراد، العلاقات العامة و إدارة الأزمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة 2007 \ 2008 الموسوعات :

رشد الدياري، الموسوعة الاقتصادية، ط 2 ، مكتبة النهضة المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1987  
المجلات :

احمد عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمائية، مجلة الباحث، جامعة قاصدي م رباح، ورقلة، 2006 ، العدد 4

## الكتب:

عبد الرحمان المشاقبة .نظريات الاتصال .دار أسامة للنشر .الأردن، ط 1 ، 2011 ،

حسين علي، الدليل العلمي، الإستراتيجيات و الخطط التسويقية ، دار للنشر، سوريا، . 2000

عيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم والإستراتيجيات، (د.ط)الدار الجامعية للنشر الإسكندرية، . 2002

شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال ( المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية)، ط 1 ، دارالمصرية اللبنانية، القاهرة، 2000