



جامعة أسيوط

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



التخصص: إعلام واتصال

مشروع مقدم لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام والاتصال

واقع العلاقات العامة في المؤسسات الادارية

إشراف الأستاذ:

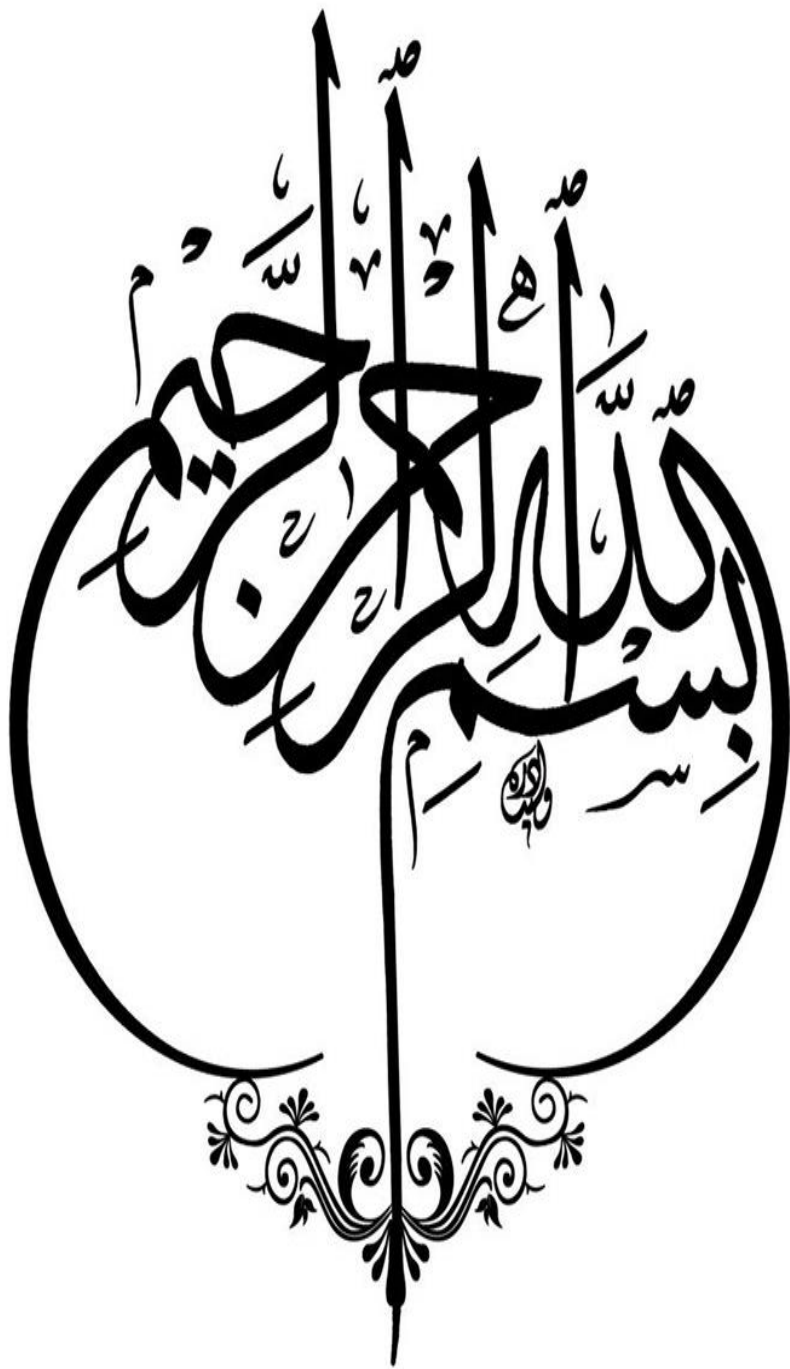
د. بورحلة سليمان

إعداد الطالبتين:

- غربي بهية فاطمة

- العوفي فردوس

السنة الجامعية 2020/2019



شكر و تقدير

قال تعالى: " وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ... سورة لقمان الآية 12.

وقال رسولہ الكريم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "من لم يشكر الناس، لم يشكر الله عز وجل".

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي

لولا أن هدانا الله، الحمد لله الذي بفضلہ أتممتنا هذه الدراسة التي أرجو أن تنال رضا، الحمد لله

والشكر له أولاً، الذي شرح لنا صدرنا، ويسر لنا أمرنا، وخفف عنا وزرنا وأحل عقدة من لساننا،

وأفقه قولنا ووفقنا لإتمام هذا العمل.

لا يسعنا إلا أن نتقدم بوافر وجزيل الشكر إلى الدكتور الفاضل "بورهة سليمان" الذي

تكرم بقبول الإشراف على إنجاز هذه الدراسة أولاً وعلى ما أحاطنا من فيض علمه و

خبرته وسعة صدره لإنجاز هذا البحث المتواضع حيث ساهم ثرائه بنصائحته و

إرشاداته القيمة.

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل عمال وعاملات قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية.

كما أننا مدينين بالشكر إلى كل من وقف إلى جانبنا منذ بداية البحث إلى نهايته

بالكثير أو القليل حتى ولو بكلمة

طيبة أو إبتسامة عطرة.

الإهداء

عَلَى اللَّهِ تَعَالَى وَسَلَّمَ".

إلى من أحاطتني بالحنان والأمان، ومنحتني العزم والإرادة للوصول إلى ما أطمح عليه أُمِّي الغالية "حفظها الله".

إلى الذي علمني معنى الحياة والكرامة وما معنى أن يكون لي طموحاً أرفع، والذي "رحمه الله".

إلى منبع سروري عائلتي التي أحاطتني بالحب، وإلى كل من يحمل لقب "خبري بهية".

إلى زميلتي في العمل إلى من سعيينا معاً من أجل هذا العمل المتواضع "فردوس".

إلى من سرنا سوياً ونحن نشق الطريق معاً نحو النجاح والإبداع إلى صديقتي وزميلاتي الغاليات.

إلى من كانو قلبه قوسين أو أذن من التنبيه منزلة الرسل أساتذتي الكرام.

أهدي هذا العمل المتواضع

فطيمة



الإهداء

وَجَلَّ".

إلى من بَلَغَ الرسالة وأدى الأمانة، نصح الأمة، إلى النبي ونور العالمين سيدنا محمد صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ "إلى من علمتني العطاء دون إنتظار المقابل، يامن زرعتني في قلبي أسمى معاني الأفاضل أمي "حفظها الله"
إلى ذلك الصرح العظيم الذي علمني الخلق الكريم، والذي صاحب الفضل الكبير.
إلى أخواتي سندي في حياتي، وابن أختي الغالي، بنت عمتي وهي بمثابة أختي.
إلى جميع الأخوة الذين أثبتوا أن الأخوة ليست فقط في الرحم، إلى منيع السرور والحجج عائلتي "العوفي، طروم"
إلى صديقتي وزميلتي في العمل "فطيمة".
إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات صديقاتي ورفيقات دربي، أخصم "أمينة"
إلى كل من وسعهم قلبي ولم تتسعهم ورقتي....

فردوس



الفهرس

الصفحة	العنوان
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال
أ-د	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
3	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
3	أسباب إختيار الموضوع
4	أهمية الدراسة وأهدافها
4	منهج الدراسة ونوعه
5	تحديد مجتمع البحث وعينته
5	أدوات جمع البيانات
5	تحديد المفاهيم والمصطلحات
5	الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: مدخل للعلاقات العامة
7	تمهيد الفصل الثاني
8	المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة
8	نشأتها وتطورها
11	مفهومها وخصائصها
13	أهميتها وأهدافها

الفهرس

14	مبادئها
16	أنواعها ووظائفها
18	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث: عموميات حول المؤسسة الإدارية	
19	تمهيد الفصل الثالث
20	المبحث الأول: ماهية المؤسسة الإدارية
20	تعريفها
20	السلوك الإداري في المؤسسة
23	وسائل الإتصال داخل المؤسسة
24	المبحث الثاني: واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإدارية
24	دور العلاقات العامة في ترشيد القرارات الإدارية
29	التنظيم الإداري لإدارة العلاقات العامة
30	خلاصة الفصل الثالث
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي	
32	تمهيد
33	بطاقة فنية عن المؤسسة
34	الهيكل التنظيمي للمؤسسة
37	الاستبيان
	الخاتمة
42	المراجع

مقدمة

يعتبر ميدان العلاقات العامة من الميادين المعاصرة التي ظهرت في صورتها الحالية مع بداية القرن العشرين، على الرغم من قدمها ورجوع تاريخها الى العصور الغابرة، اذ قام الانسان البدائي بعدة أنشطة قصد تحقيق التفاهم والتكيف مع الآخرين عن طريق وسائل الاتصال البدائية. ومع تطور الزمن واتساع رقعة النشاطات وكثرة الممارسات الاجتماعية وتعقدتها بين الأفراد والجماعات، سيما تلك الأنشطة المنجزة في اطر تنظيمية كالمؤسسات والهيئات والمنظمات على إختلاف أنواعها ومجالاتها تربوية كانت ام ثقافية، سياسية الاقتصادية. أو غيرها، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة حساسة وجوهرية في مختلف جوانب الحياة المهنية الخاصة بالمنظمات والمؤسسات بل وحتى بالجوانب الاجتماعية المتعلقة بالأفراد العاملين بها.

وقد أدى التوسع في إستخدام مفهوم العلاقات العامة إلى تنوع معناه وتعدد الاغراض من وراء استخدامه، وفي نفس الوقت شابه نوع من الغموض مع مفاهيم اخرى ذات صلة بميادين وعلوم كثيرة وخصوصا تلك المرتبطة بالعلوم الاجتماعية والانسانية، وعليه ومن خلال ما قدمه الخبراء والمختصون العاملون في هذا المجال يمكن القول ان العلاقات العامة في ابسط معانيها هي مجموع العلاقات التواصلية ذات الميزة الحسنة والطيبة بين المؤسسات والهيئات وبين جماهيرها الداخلية والخارجية من أجل تحقيق التفاهم والرضا والثقة بين الطرفين وذلك لضمان التقدم والرفي المتبادل على جميع المستويات.

وفي هذا الإطار سعت هذه الدراسة الى التركيز على مؤسسة هامة الا وهي المؤسسة الادارية، وعلى ما سبق يمكن القول إنه من الضروري معرفة واقع العلاقات العامة في المؤسسات الادارية، وهو الهدف الاساسي المرجو بلوغه من خلال هذه الدراسة.

1- الاشكالية:

مع زيادة عدد المؤسسات وتنوع انشطتها، ازدادت طبقاً لذلك الجماهير التي تتعامل معها، مما دفع مختلف هذه المؤسسات الى ضرورة تفعيل اتصال دائم يقيها على اتصال بجماهيرها وهو ما ولد ما يعرف بالعلاقات العامة التي تعمل على خلق جو من التكيف والتفاهم بين المؤسسة وجمهورها وفق تخطيط علمي مدروس.

تعتبر العلاقات العامة من سمات المجتمعات المتقدمة والمتحضرة واسلوب للعمل المنظم البناء، وخلال العقود الثلاث الاخيرة من هذا القرن باثت العلاقات العامة نشاط تتزايد فعاليته واهميته كوظيفة إدارية تسهم بنجاح المؤسسات والمنظمات في أي مجال كانت، وتعد المؤسسات التي تقدم خدمات من أخص المجالات التي تنشط فيها ادارة العلاقات العامة ومن بينها المؤسسة الادارية.

وتمثل العلاقات العامة وظيفة إدارية متميزة تساعد على الاقامة والمحافظة على خطوط الاتصال، والفهم والقبول والتعاون بين المنظمات وجمهورها، وتتضمن مشكلات الإدارة او موضوعاتها ونساعد الإدارة على ان تبقى محاطة علماً ومستجيبة لراي الجمهور وتؤكد على مسؤولية الإدارة لخدمة مصالح الجمهور.

وعليه وبما انتا بصدد البحث حول واقع العلاقات العامة في المؤسسات الادارية، وعليه نطرح السؤال التالي:

2- التساؤلات

ما هو واقع العلاقات العامة في المؤسسات الادارية؟

وندعم هذه الاشكالية بتساؤلات فرعية هي:

✓ ما تأثير العلاقات العامة داخل المؤسسة الادارية؟

✓ كيف تساهم العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة؟

3- اسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة اسباب دفعتني بإلحاح الى اختيار هذا الموضوع ومن اهمها:

3-1 اسباب ذاتية:

- الولوج في عالم المؤسسات للاطلاع على خباياها ومزاياها، وايضا معرفة النقائص الموجودة فيها.

- اثراء معارفنا فيه باعتباره تخصص اضحى اليوم مطلوباً.

3-2 اسباب موضوعية:

- التعرف على اهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة.

- اهمية الدور الذي تقوم به العلاقات العامة داخل المؤسسات.

- العمل على الحصول على شهادة الليسانس.

4- أهمية الدراسة واهدافها:

4-1 أهمية الدراسة:

تتمحور أهمية الدراسة حول اشكالية العلاقات العامة في المؤسسات الادارية بحيث تكتسي هذه الدراسة اهميتها من أهمية العلاقات العامة وان هذه الأخيرة تعتبر الشريان الذي يربط المؤسسة بجمهورها وهو ما يشبه فشل المؤسسات التي لا تتوفر على جهاز العلاقات العامة او لا تعطيه الأهمية التي تستحقها داخل هيكلها التنظيمي فنجاح اي مؤسسة يتوقف على فاعلية هذا الجهاز.

4-2 أهداف الدراسة:

لكل دراسة او بحث علمي اهداف يسعى الباحث للوصول إليها وتحقيقها ومن خلال هذه الدراسة ومن المنطلق حصرت أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- معرفة اهمية ومكانة ادارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي المؤسسة الادارية.

- معرفة وسائل الإتصال التي تعتمدها ادارة العلاقات العامة في التواصل مع جمهورها.

- معرفة مدى مساهمة وفاعلية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة والتعريف بها.

5- منهج الدراسة: يعتبر المنهج الطريق المؤدي الى التقدم من مجرد الشك والتصور والوهم الى الحقائق الموثوق فيها والنتائج السليمة والموضوعية.

تختلف مناهج البحث في وظائفها وخصائصها باختلاف طبيعة المواضيع، وكذا أهداف الباحث التي يسعى تحقيقها، لهذا فإن طبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث المنهج الذي سوف يتبعه في دراسته، بما ان دراستنا تتمحور حول واقع العلاقات العامة في المؤسسات الادارية. ولذلك نعتمد في دراستنا هذه على المنهج الوصفي.

- ويعرف المنهج الذي عرفه محمد شفيق بانه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة وللإجابة على الاسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها.¹

- ويعرف المنهج الوصفي بأنه طريقة لدراسة الظواهر او المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها لدلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع اطر محددة للمشكلة، ويتم إستخدام ذلك في تحديد نتائج البحث.

¹ محمد شفيق، البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية، مصر، 2001، ص86.

- العينة: العينة هي كل مجموعة من الأفراد يمكن أن تعمم على نتائج اي دراسة، ولكي يتحقق هذا يجب ان تكون العينة ممثلة لهؤلاء الأفراد.¹

• ادوات جميع البيانات: اي بحث يحتاج في دراسته الى أداة او ادوات تساعده في بحثه وتكون وسيلة له للحص ول على معلومات وبراهين حول اشكالية الموضوع، ومن بين هذه الادوات نختار الملاحظة والاستبيان

• الملاحظة: ان اغلبية الباحثون والمهتمون يجمعون على اهمية الملاحظة كأداة من الادوات الرئيسية التي تستخدم في البحث العلمي ومصدرا اساسيا للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لموضوع الدراسة. ادوات جمع البيانات: اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان، الذي عرفه زكي جمال والسيد ياسين على انه عبارة عن مجموعة من الاسئلة تعد اعدادا محددًا وترسل بواسطة البريد او تسلم الى الأشخاص المختارين لتسجيل اجاباتهم على صفيحة الاسئلة الواردة أثر اعدادها.

• وتكون الاستبيان من 3 محاور:

1- المحور الاول الذي تضمن البيانات الشخصية.

2- المحور الثاني والذي تناولنا فيه تأثير العلاقات العامة داخل المؤسسة الادارية.

3- المحور الثالث الذي تضمن مساهمة العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة. التعميم

6- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

الواقع: يعرف اصطلاحا على انه حقيقة ظاهرة ما في مجتمع معين كما هي لا كما يجب ان تكون.

العلاقات العامة: عرفتها الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة: انها الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين اعضائه وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع مباشرة او غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة.²

المؤسسة الادارية: الإدارة: يعرف لفجستون الإدارة على أنها نشاط لتحقيق الهدف بأحسن الوسائل واقل التكاليف، وبأفضل استخدام الموارد والتسهيلات المتاحة.³

7- الدراسات السابقة:

هناك كتب مختلفة تناولت موضوع العلاقات العامة من عدة زوايا ونجد من بينها:

¹ محمد الغريب عبد الكريم، منهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1999، ص19.

²

³

- كتاب الدليمي عبد الرزاق محمد: بعنوان المدخل الى العلاقات العامة، حيث تطرق من خلال هذا الكتاب الى ماهية العلاقات العامة ووظائفها، وأكد ان للعلاقات العامة اهمية كبيرة ودور فعال في ترقية المؤسسات وتطويرها والنهوض بها من خلال سعيها لتعزيز التفاهم والثقة بين المؤسسة وجمهورها.
- كتاب جميل احمد خضر: تحت عنوان العلاقات العامة، حيث تناول في هذا الكتاب اهمية العلاقات العامة في المؤسسات والمنشآت، وأكد ان العلاقات العامة هي من مسؤولية الادارة العليا للمؤسسات بالدرجة الاولى وعليه ينبغي ان تقتنع الادارة العليا بدور واهمية العلاقات العامة في المؤسسة، وتوصل الى ان اساس نجاح المؤسسات هو الاهتمام بالجمهور.

تمهيد

اصبحت العلاقات العامة ضرورية في كافة المؤسسات والمنظمات والهيئات على اختلاف انواعها ونشاطاتها، بحيث لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة او منظمة كانت، وهذا نظرا لأهميتها الكبيرة في تحقيق اهداف المؤسسة، وتلعب العلاقات العامة دورا هاما في تحسين صورة المؤسسة وسمعتها امام الراي العام، وكذا تتمين العلاقة بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي على اساس الثقة والتفاهم من خلال الاتصال الدائم والمستمر معه لكسب تعاطفه وتأييده، مما يعزز القدرة التنافسية للمؤسسة ويحقق نجاحها.

ولكن بالرغم من الاهمية البالغة التي تتميز بها العلاقات العامة الى انها تحتاج الى توضيحا وشرحا أكثر وهو الامر الذي سيتناول في هذا الفصل الثاني من خلال تناول نشأتها ومفهومها من اجل ازالة اللبس والغموض، كما ان الكشف على خصائصها ومبادئها واهدافها من الامور الهامة لتعريف بها لدى الافراد.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

1- نشأتها وتطورها:

قبل الخوض في تعريف العلاقات العامة رأينا أنه من الضرورة ان نقف أولاً على اهم محطاتها خلال العصور والحضارات من خلال الطرق الى نشأتها وتطورها عبر الحضارات.

لكن من الصعب تحديد الزمن الذي ولد فيه العلاقات العامة، ومن المحتمل أن لا يستطيع احد تأكيد او توضيح من كان مؤسسها او في اي بلد كانت نشأتها الاولى، وهذا ليس غريباً لان محاولات الانسان لإقامة علاقات طيبة مع الوسط الاجتماعي المحيط به قديمة قدم الوجود الإنساني، ولهذا لا بد من الوقوف عند محطات تطور هذا المفهوم منذ عصور ما قبل التاريخ، ففي العصور الاولى لحياة الانسان احتاجت القبائل البدائية الاعلام من اجل رعاية مصالحها والحفاظ على بقائها، ومع تقدم الحضارة تقدمت معها أساليب العلاقات العامة في جميع الحضارات التي تعاقب عليها الزمان.

ونحاول من خلال هذا الجزء الموالي الوقوف عند كل محطة للتعرف على مسيرة هذه الوظيفة منذ الامد البعيد في كل مرحلة من تاريخ التطور الإنساني.

1-1 العلاقات العامة في المجتمعات البدائية :

عرفت العلاقات العامة منذ قديم الزمن، ففي العصور الاولى لحياة الانسان كانت حاجة القبائل الى الاعلام يحفظ بقائها ويرعى مصالحها من اولويات الحياة، وكان رئيس القبيلة هو المناط به وحشد الراي العام عند الحاجة إلى ذلك بالاستعانة بالسحرة والاطباء ممن يجيدون فنون التعبير والتأثير.

كما لجأت المجتمعات البدائية الى التأثير في محكوميتها من خلال فنون النقش والرسم والشعر، اضافة الى تأثير رجال الدين وكبار المسؤولين في كسب الولاء للحكام.

كما كان رئيس القبيلة يتولى عمليات الاعلام بين اعضاء قبيلته، فيدعو الخروج لعمليات الصيد والقنص، او حفلات الزواج ويحرص على تدعيم العلاقات الداخلية بين اعضاء القبيلة ويفصل في منازعاتهم حتى يسود الوئام، بين فئات المجتمع.

1-2 العلاقات العامة عند قدماء المصريين:

أهتم قدماء المصريين بالسيطرة على افكار الجمهور وتحريك مشاعره واستخدموا في ذلك كل الاساليب منها تقديس الكهنة وتشبيد المعابد الفخمة والاهرامات، واتباع الطقوس الدينية المعقدة، كل ذلك من اجل اظهار هيبة الحكام وعظمتهم التأثير في عقول الناس وافكارهم، وقد كان ملوك مصر الفرعونية وكهنتها يهتمون بالاتصال بالأهالي في المناسبات لإبلاغهم الحكم الالهية، وينقلون المظالم للملك، وكانت الدولة آنذاك تهتم

بتسجيل ووصف الأحداث في حياة المجتمع كالانتصارات الحربية والبعثات التجارية والمشروعات الكبرى هادفة الى كسب تأييد الجماهير واقناعهم بان الحاكم يخدم لصالح شعبه. اما الوسائل التي ميزت فترة الفراعنة فكانت اوراق البردي في النشرات التي كان يصدرها فرعون وامراؤه محاربة المساوى ولإظهار محاسن المواقف إضافة الى واجهات المعابد لنقش التعاليم الدينية، وابرز الأحداث الهامة التي تشير الى جوانب اقتصادية، سياسية ودينية.

1-3 العلاقات العامة عند بابل وأشور:

كان الملوك والحكام يهتمون كثيرا بالتأثير في عواطف الناس وافكارهم، خاصة أوقات الأحداث السياسية والعسكرية والاقتصادية، وكان ملوك بابل يسجلون فيها الحوادث اليومية، وتوجه عبرها التعليمات للمحكومين. وفي الاعياد والمناسبات كان حمورابي يدعو عماله وموظفيه في الاقاليم الحضور الى بابل خاصة عيد جز القمح يمرر عبرها اوامره ويذيع تعليماته مستغلا فرصة حضور عدد كبير من المسؤولين الذين ينقلون تعليماته الى كافة انحاء المملكة.¹

ووجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها الى 1800 سنة ق.م ترشد المزارعين الى طريقة استخدام البذور وزراعتها وحصاد المحاصيل والقضاء على القوارض. ويعتبر الاشوريون اول من استخدم النشرات المصورة التي تروي احداث انتصاراتهم، حيث كانوا يصورون بالألوان الأسرى من ملوك وامراء ويعرضونها في قصورهم وساحاتهم العامة وشوارعهم الكبرى وهي تعمل عمل الملصقات واللافتات في الوقت الراهن.

1-4 عند اليونان والرومان:

أهتم اليونان والرومان بالاتصال بأفراد الشعب وتوسعوا في انشطة العلاقات العامة لان حضارتهم كانتا تعتمدان على ثقة أفراد الشعب وتأييده لما عرفوه عن ارادة الشعوب الحرة، ونمت العلاقات العامة واهتمت بالاتجاهات السائدة وميول الناس في المدن اليونانية خاصة بعد ظهور بعض المبادئ الديمقراطية. واستخدموا العديد من الوسائل منها القصائد الشعرية كإشعار هوميروس والنشرات اليومية عن اعمال مجلس الاشراف، وبهذا كان الاتصال يسير في اتجاهين من الحكام إلى الشعب، ومن الشعب إلى الحكام.

¹ جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 1998، ص37-38.

1-5 العلاقات العامة في الحضارة الاسلامية:

لقد طورت الحضارة الاسلامية مفهوم العلاقات العامة والاساليب والوسائل التي تستخدم فيها، بل انها قدمت الأساس الذي يمكن أن تستند عليه العلاقات العامة، بحيث ان الاسلام عني بالإنسان وكرامته وافكاره ورغباته، لذلك نجد ان الدعوة الاسلامية لم تأخذ نهج الفرض بل انها اعتمدت على البرهان والاقناع والحجة في نشرها.

1-6 العلاقات العامة في العصور الوسطى:

ويطلق على هذه العصور بالعصور المظلمة وهي اسوء العصور التي مرت بها البشرية، حيث تردت المجتمعات في ظلمات التعصب والجهالة نتيجة الجهل والفساد، والتعصب الديني. كما اتصفت هذه العصور بالانحلال الاقتصادي والاجتماعي وانتشار النفوذ الاقطاعي، وبعد الثورة البروتستانتية التي قام بها مارتن لوثر وتحديه لسلطات الكنيسة الكاثوليكية. عملت الكنيسة الجديدة على تخريج المتعلمين المتخصصين في الدين والنشر وذلك عن طريق الكتاب والمسؤولية وغيرها ممن ساهموا في النشر والإعلام وحدثت الكنيسة الكاثوليكية جذورها.¹

1-7 العلاقات العامة في العصور الحديثة:

يمكن القول بان جذور العلاقات العامة بشكلها ومعناها الحديث تعود الى عام 1802 حيث يذكر ان الرئيس الأمريكي الثالث توماس جيفرسون اول من استخدم اصطلاح العلاقات العامة في رسالته الموجهة الى الكونغرس الأمريكي.²

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل للعلاقات العامة، دار الثقافة للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2011، ص35.

² جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، المرجع السابق، ص39.

2- مفهومها وخصائصها:

أ- مفهومها:

العلاقات العامة هي عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها الى المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين المتعاملين معها والجمهور بشكل عام من خلال التحليل الذاتي ومن خلال جميع أساليب التعبير.

وتقدم Public Relation News تعريف على انها: وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور وترتبط بين السياسات والإجراءات الفرد او المنظمة بالمصالح العامة، وتنفيذ برنامج عملي للحصول على فهم الجمهور وتقبله.

ويعرف قاموس وسائل الاعلام والاتصال الصادر عن لونغمان Longman العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور، ويتبع هذه العملية المستمرة السياسات والانشطة المنظمة والتي تتماثل مع مصالح الجمهور.

ويعرف كريج ارونوف واوتيس باسكين العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تساعد على تحديد اهداف المؤسسة او المنظمة وتسهل التغيير فيها، ويقوم رجال العلاقات العامة بالاتصال بالجمهور الداخلي او الخارجي المؤسسة.

1. تشتق العلاقات العامة من التعبير الإنجليزي والتي تعني العلاقات بالجمهور حيث يتكون هذا المصطلح من كلمتين علاقات وعامة.

● **العلاقات:** وهي الحاصل الناتج عن التفاعل بين المؤسسة والجمهور المتعاملة معها.

● **العامة:** وهي كافة الجماهير التي تربطها مصالح وأنشطة المؤسسة¹.

2. عرفها المعهد البريطاني على أنه جهود مخصصة ومرسومة من أجل إقامة التفاهم المستمر بين المؤسسة وجماهيرها².

3. عرفتها مجلة العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية تقيم اتجاهات الجماهير وتحدد السياسات والإجراءات الخاصة والواجب اتباعها لتحقيق مصالح جماهير المؤسسة والحصول على تعاطفهم وتأييدهم وقبولهم المؤسسة ومنتجاتها وسياستها.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل للعلاقات العامة، دار الثقافة للنشر، ط1، عمان، الاردن، 2011، ص35

² زياد محمد الشومان، مبادئ العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر، ط1، عمان، الاردن، 2011، ص15.

4. ونعرف على أنها همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها حيث يركز عملها على نقل المعلومات وتفسيرها مع بذل جهود صادقة لجعل الجمهور يهتم بالمؤسسة.
5. عرفها "فيليب كولتر" على أنها مختلف النشاطات التي تقوم بها المؤسسة لأجل خلق أو إنشاء أو تدعيم الثقة بين الجمهور الداخلي والخارجي المؤسسة من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على مبدأ المسؤولية الاجتماعية.
6. تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة عرفتها بأنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة الى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين نهتم بهم وتحافظ على ثقتهم، عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من اجل ربط سياستها واجراءاتها قدر الامكان، ومن اجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن اجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها.
7. وتعرف ايضا العلاقات العامة بأنها نشاط اداري واتصالي يستخدمه مهنيون في العلاقات العامة في بناء سمعة المؤسسة لمساعدتها على النجاح من خلال البرامج البنائية، الوقائية ولتصحيح ما يطرأ على هذه السمعة من اوضاع خاطئة من خلال البرامج العلاجية المستخدمة في ذلك عملياتها المتمثلة في البحث والتخطيط والتنفيذ والمتابعة ملتزمة بقيم الجمال والاخلاق.

ب- خصائصها:

- تتسم العلاقات العامة لمجموعة من الخصائص يمكن تحديد اهمها فيما يلي:
- ✓ العلاقات العامة هي وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة وهي وظيفة مستمرة ومخطط لها، فهي نشاط تمارسه كإدارة ويجب على الإدارة ان نستخدمه في كل ما تقوله او تفعله للوصول إلى علاقات عامة طيبة.
 - ✓ العلاقات العامة وظيفة إستشارية تنفيذية لأنها تقدم للإدارة العليا مشور تحاني كيفية التعامل مع الجمهور وتنفيذه لأنها تنفذ الخطة والبرامج والحملات.
 - ✓ الرأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة وهدفها الأساسي وذلك عن طريق التأثير على إتجاهاته وكسب تعاطفه.
 - ✓ العلاقات العامة ليست نشاطا عشوائيا بل تعتمد في ممارسة أنشطتها على الأسلوب العلمي القائمة على الدراسات والابحاث المستمرة والتخطيط السليم.

✓ أن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة، وهذه الفلسفة تفترض ان اي منظمة لا تنشأ لتحقيق الاهداف المالية فحسب، وانما ينبغي ان تلعب دورا إجتماعيا، ولهذا فعليها ان تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعمق بسلوك المنظمة.

✓ ان العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين اساسين هما المؤسسات والجمهور التي تتعامل معها سواء الجماهير الداخلية المؤسسة او الخارجية وكلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت.

✓ العلاقات العامة ليست من الانشطة الثانوية قليلة الأهمية، بل تشكل عنصرا اساسيا في أنشطة المنظمات، فهي ضرورية في جميع المنشأة وعلى مختلف المستويات، يفرضها المجتمع الحديث.

3- أهداف و أهمية العلاقات العامة:

أولا: اهدافها :

تهدف العلاقات العامة إلى خلق تفاهم بين المؤسسة وجمهورها وإقامة سمعة جيدة لها في أوساط العمل، وهنا نذكر البعض من أهدافها:

❖ بناء سمعة طيبة داخل محيطها.

❖ نيل رضا الجمهور إتجاه المؤسسة.

❖ تكوين صورة جيدة عن المؤسسة.

❖ بناء علاقة جيدة بين المؤسسة وجمهورها.

وتنقسم أهداف العلاقات العامة بناء على علاقتها بجمهورها إلى:

أهداف متعلقة بالجمهور الداخلي:

○ بناء ثقة متبادلة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي.

○ نشر الوعي بين العاملين.

○ الإهتمام بالجانب الإجتماعي العاملين من خلال المشاركة في حل مشاكلهم.

○ شرح سياسات وخطط المؤسسة وتحديد دور كل عامل في إنجاز هذه السياسات.

أهداف متعلقة بالجمهور الخارجي:

○ جذب اليد العاملة المتميزة والمنافسة.

○ التدعيم والحفاظة على سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية.

○ الترويج النشاط الذي تقوم به المؤسسة والعمل على قبولها إجتماعيا.

- الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق التواصل معه.
- تولد للزبون الشعور بالرضا.

ثانيا: أهميتها:

تمثل العلاقات العامة مجالات من مجالات العمل في الإدارة، وظهور العلاقات العامة كمفهوم اداري وكوظيفة، نجد أنها حققت قبولا متزايدا خلال نصف القرن الأخير، ويرجع ذلك إلى أهمية الرأي العام وكسب ثقة الجمهور في نجاح أي منشأة أو مؤسسة أو منظمة مهما تنوع نشاطها بالإضافة إلى مدى إهتمام وإحساس الإدارة بمسؤولياتها الإجتماعية حيث تأخذ الإدارة قراراتها، وهذا التطور الذي يظهر اليوم إنما يكون فيما تنطوي عليه العلاقات العامة على مجموعة متنوعة من أوجه النشاطات المتعددة، والتي يؤدي تكامل أدائها إلى تحقيق أهداف المنظمات كما ان هناك أسباب ندفع المنشآت للإهتمام بالعلاقات العامة ومن هذه الأسباب ما يلي:

- خلق التفاهم والثقة بين الجمهور والمنشأة.
- محاربة الإشاعات غير الصحيحة والضارة.
- منع إصدار التشريعات الضارة.
- إجراء دفاعي ضروري للمبيعات ولسمعة المنشأة.
- إجراء دفاعي ضروري للمبيعات والعلاقات الصناعية.
- مساندة المؤسسة في تكوين سياساتها المختلفة عن طريق تقديم الإستشارة.
- عمل علاقات جيدة مع الأجهزة الإدارية الحكومية.
- توطيد العلاقات الجيدة مع الموردين.
- التمتع بعلاقات حسنة مع المجتمع المحلي.
- العمل على ترويج سلع وخدمات المؤسسة أو المنشأة.
- كسب ثقة الوكلاء وجذب العديد منهم، وكسب ثقة المساكين.

4- مبادئ العلاقات العامة.

تعتمد العلاقات العامة كعلم ومهنة وفن من فنون الاتصال الجماهيري على العديد من المبادئ الاساسية.

تتمثل فيما يلي:

احترام الرأي العام وكسب ثقة الجمهور:

من اهم المبادئ التي تعتمد عليها العلاقات العامة في عملها احترام الرأي الفرد وضمان حقه في التعبير عن ذلك الرأي وتقوم ايضا على توفير المناخ الحر الملائم لتكوين الرأي العام تجاه كل القضايا والموضوعات تستهدف كسب ثقة الجماهير والحصول على تأييدها ومساندتها وتدعيم العلاقات الود والتفاهم معها.¹

الالتزام بالمبادئ الأخلاقية:

يستهدف النشاط العلاقات العامة بصفة اساسية دعم شخصية المؤسسة بالهيئات الانسانية الايجابية لدى فئات الجمهور، وتقوم فلسفة العلاقات العامة بالمؤسسة على ضرورة الالتزام بالمبادئ الاخلاقية مثل الثقة والمصادقية والنزاهة والأمانة والموضوعية والتفاهم المتبادل والعلاقات العامة هي مهنة انسانية اخلاقية في المقام الاول.²

إتباع الاسلوب العلمي:

من المبادئ الاساسية للعلاقات العامة اتباع طريقة البحث العلمي في مواجهة مشكلاتها وذلك لاعتمادها على المنطق واهتمامها بالوصول الى حلول مناسبة عن طريق التحليل الدقيق والبعد عن كل تحيز وتبدأ هذه الطريقة بتعريف المشكلة وتحديد أهدافها وتحديد الأهداف.³

5- أنواعها:

أ- العلاقات العامة التجارية: تتمثل في العلاقات بين المنتج وكل من المورد والمستهلك وكذلك العلاقات

بين الاقسام المختلفة التجارية.⁴

ب- العلاقات العامة الصناعية: العلاقة بين المؤسسة وعمالها ومحاوله تحسين هذه العلاقة لضمان

استقرار العمل وضمان حق الطرفين.⁵

¹ عبد المحسن بدوي محمد احمد، العلاقات العامة في الاجهزة الامنية ودعم تنسيقها مع وسائل الاعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، ص 71 .

² زياد محمد الشمران، مبادئ العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، 15.

³ حسن الحلبي، مبادئ العلاقات العامة، منشورات عويدات، ط1، بيروت، لبنان، 1980، ص 34-40.

⁴ وليد خلف الله دياب، اخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، دط، جار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ص 51_52، 2014.

⁵ جمال مجاهد، العلاقات العامة رؤية النظرية، دط، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005 ص71

ج-العلاقات العامة السياسية: يبرز دورها في المؤتمرات الدولية ومحاولة التقرب والتفاهم بين الشعوب المختلفة بإقامة علاقات الصداقة والمودة.

كما اضاف محمد مصطفى كمال نوعان اخران من انواع العلاقات العامة هما:
العلاقات العامة الخارجية: يراقب المشروع بواسطة العلاقات العامة الخارجية وتأثيره على الجمهور ويعمل على كسب عاطفته وحسن نيته على العلاقات العامة بالدرجة الاولى.
العلاقات العامة الداخلية: عليها ان تقادم الافكار السيئة والآراء المغلوطة وان تقادم عدم الانجذاب الى العمل وان تقادم السدود بين الطبقات وان تقادم فقدان الامل والشعور بالغيب ومن اجل الحصول على هذه النتيجة عليها ان تتوسل الإعلام الصحيح المنزه.

6-وظائف العلاقات العامة:

ان العلاقات العامة يعتبر وظيفة رسمية يتعين على العاملين بها انجاز عدد من الوظائف العامة لتحقيق عدد من الأهداف العامة والخاصة والتي تعود بدورها بالنفع على المؤسسة ككل وهي:
الوظائف الاعلامية: وتتمثل فيما يلي:

- العمل على توعية الجمهور بالسلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة ومساعدته على كيفية الاستفادة منها.
- احداث التفاعل الايجابي مع جماهير المؤسسة من خلال تطوير تقنيات الانشطة الاعلامية.
- رفع الكفاءة لاستخدام وسائل الاتصال المتاحة.

الوظائف الاستعلامية: وتتمثل كما يلي:

- الاستمرار في عملية اجراء البحوث المسحية للجمهور او الرأي العام .
- العمل على تحليل مواقف الجماهير او الرأي العام، وذلك من اجل ما هو ايجابي ومعالجة ما هو سلبي.
- العمل على تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور¹.

¹ بن زروق جمال، العلاقات العامة الجامعية بين الواقع والافاق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص149.

الوظائف التنسيقية: تتمثل فيما يلي:

- العمل على ربط خطط العلاقات العامة مع خطط الادارات الاخرى.
- التنسيق لفعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج الادارة.
- كما ينظر للعلاقات العامة كعملية مستمرة ولا تنتهي عند نقطة محددة وتشمل عدة وظائف هي : البحث وجمع المعلومات، التخطيط، الانتاج، التنفيذ الاتصال، المتابعة، والتقييم، وان كان من الملاحظ ان هناك نوعا من التداخل بين هذه العناصر في الواقع العلمي.
- ويستعان في ذلك بالاتصالات الشخصية الجماهيرية عن طريق وسائل الاعلام مختلفة.
- ويرى بيرنانس Bernays بأن العلاقات العامة وظيفتها اعلام الناس واقتناعهم وادماج بعضهم مع البعض ووظيفة الادمج وظيفة هامة للعلاقات العامة التي تسعى الى تكييف الناس والى ان يقوموا بالتفسير واندماج الأفراد والجماعات والمجتمع وفهم الناس اساسي للوجود في ظل المجتمع التنافسي ومعرفة هامة لكل فرد للتعامل مع الجمهور¹.

¹ مختار التهامي، ابراهيم الداقوني، مبادئ العلاقات العامة في الدول النامية، ط1، دار بغداد، العراق 1980، ص42.

خلاصة الفصل الثاني

يتناول فصل مدخل للعلاقات العامة مفهوم وخصائص ووظائف العلاقات العامة، وكذلك اهميتها ومبادئها في تحقيق التفاهم والتعاون والود بين الافراد وجمهور المؤسسة (داخلي، خارجي). كما انه من خلال دراستنا استطعنا التعرف على ان العلاقات العامة اداة هامة لادراك امور حياة الفرد والمجتمع وايضا حياة المجتمع الخارجي.

تمهيد الفصل الثالث

اكتست العلاقات العامة في الوقت الراهن اهمية بالغة، واكتسحت جميع الميادين دونما استثناء لتصنع لنفسها مكانة مهمة ومرموقة، نتيجة التغيير الذي مس المجتمعات المعاصرة وجعل من الاتصال والعلاقات العامة ضرورة ملحة في جميع المؤسسات على اختلاف أنواعها مجالاتها الاقتصادية، تجارية، عمومية، خدماتية الخ.

وتعد الادارة عاملا اساسيا لنجاح المنظمات على اختلافها، او حتى فشلها، سواء كانت منظمات اقتصادية تعليمية وغيرها، وهي تشكل مفتاحا للتقدم على مستوى الدول ايضا، وتسعى الادارة الى التكيف مع شتى الظروف.

وستتعرف في هذا الفصل على تعريف الادارة ووسائل الاتصال داخل المؤسسة وكذلك سنتناول السلوك الاداري والعوامل المنتجة عن هذا السلوك.

الفصل الثالث: عموميات حول المؤسسات الادارية.

المبحث الاول: ماهية المؤسسة الادارية.

1-تعريف الادارة: هو تجميع الموارد المختلفة واستغلالها بفعالية للحصول على الاهداف والموارد يقصد بها

العوامل او العناصر الاساسية للإنتاج وهي:

التنظيم، الميزانية، القوى العامة، الاجهزة والمعدات.

تعريف اخر: الادارة كحقل من حقول المعرفة فإنها حديثة لأنها بدأت بداية حقيقة في العشرينات من القرن

الماضي ونسبة لتضخم المنظمات وتعقد وسائل العمل والانتاج¹.

2-السلوك الاداري في المؤسسة:

السلوك الاداري هو مجموع التصرفات التي تنتج عن موظف معين بتأثير عوامل عديدة شخصية وداخلية وخارجية، واعتاد عليها بحيث اصبحت جزءا من شخصية الوظيفة المعروفة عنه.

العوامل المؤثرة في السلوك الاداري:

أ- العوامل الشخصية:

تؤثر عوامل شخصية عدة في تكيف السلوك الوظيفي للموظفين مثل الخلفية الثقافية، والافكار الخاصة، والحالة الاقتصادية، والاضاع الاجتماعية والمشاكل الأسرية، ومدى بعد السكن من مقر العمل او قريه، والحالة الصحية والمؤهلات العلمية وغيرها.²

ب- العوامل الداخلية:

وهي العوامل التي تنبع من داخل المؤسسة مثل التنظيم الاداري جيد او رديء، اجراءات العمل مبسطة او معقدة، الحوافز موجودة او غير موجودة، مطبقة ام غير مطبقة، الجزاءات عادلة ام ظالمة، الترقيات في مواعيدها او تتأخر، تقييم الاداء على أسس ومعايير واضحة ام متروك للتقديرات الشخصية، العلاقات الانسانية تحظى باهتمام الإدارة والموظفين ام مهملة، التدريب متاح ام غير متاح، جو العمل المكتبي صحي ومناسب ام لا، التقنيات الحديثة مستخدمة في العمل أم لا وكفاءة الإدارة وغيرها.

¹ عبد الكرم درويش، أصول الإدارة العامة، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1977، ص32.

² أحمد محيو، محاضرات في المؤسسات الادارية، ط4، ديوان المطبوعات الجزائري، الجزائر، 2006، ص29.

ت- العوامل الخارجية:

وهي العوامل التي تتبع من خارج المؤسسة مثل: نظرة الآخرين الى المؤسسة ومكانتها الاجتماعية وموقعها بين المؤسسات المنافسة، ومدى وجود فرص عمل مناسبة خارجية وموقع هذه الفرص والاضاع الاقتصادية بصفة عامة، ومستويات الرواتب والمزايا المادية والمعنوية بصفة خاصة، ومدى توفر جملة نفس مؤهلات الموظف وكذلك خيراتة، والخدمات التي تقدمها المؤسسات الأخرى لموظفيها¹.

● تفاعل العوامل مع بعضها:

من الضروري عدم الفصل بين مجموعات العوامل الشخصية، الداخلية والخارجية، فكل منها يتأثر بالأخر، ويؤثر فيه، وان كانت درجة التأثير والتأثير تتفاوت من مؤسسة الاخرى، ومن موظف لآخر ومن وقت إلى آخر، والادارة هي التي توازن في اهتمامها بين كل العوامل، ولا تركز على مجموعة على حساب الاخرى.

3- وسائل الاتصال داخل المؤسسة:

وسائل الاتصال كثيرة ومتنوعة لها ما تحتاجه من أدوات وأجهزة أو معالجة موضوعات أو ما تسعى إليه المؤسسات من أهداف، والمقصود بوسيلة الاتصال (ما يستخدم في نقل الرسالة، فالرموز أو الشكل أو اللغة، تعتبر وسائل يستعملها المرسل ليعبر بها عن رسالته التي يرغب في توجيهها إلى المستقبل، فالأفكار والمهارات لا تنقل من تلقاء نفسها بل تحتاج إلى وسيلة تعبر عنها)². ومن المعلوم أن هناك العديد من الوسائل التي يمكن أن يستعملها المرسل في نقل رسالته، وقد تكون كتابية ولفظية كالإبرامات والإشارات والصور والرسوم التوضيحية.

وهناك ثلاث وسائل للاتصال في المؤسسة، وهي:

الاتصال الشفوي، الكتابي، التكنولوجي.

¹ أحمد محيو، محاضرات في المؤسسات الادارية، مرجع سبق ذكره. 50.

² محمد سلامة غبار والسيد عبد الحميد عطية، مرجع سبق ذكره، ص28.

أ- وسائل الاتصال الشفوي:

وهي الوسيلة التي بواسطتها تبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل شفاهة عن طريق الكلمة المنطوقة وليست مكتوبة¹، ويعتبر هذا الأسلوب أقصر الطرق لتبادل المعلومات والأفكار وأكثرها سهولة ويسرا وصراحة.

ومن بين وسائل الاتصال الشفوي داخل المؤسسة:

المؤتمرات ➤	المقابلات الشخصية ➤
المحاضرات ➤	الندوات والاجتماعات ➤

ب- وسائل الاتصال الكتابي:

وهي الوسائل التي يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل عن طريق الكلمة المكتوبة مثل البرقيات، التقارير، الأوامر والتعليمات المكتوبة، المنشورات الدورية، المجلات الجرائد، ملصقات الحائط. ويوضح العثيمين بأنه توجد خمسة شروط للرسالة المكتوبة تبدأ بحرف "C" وهي (تكون كلمة كاملة- Complete/مختصرة- Cocise/واضحة Clear/صحيحة Corect /لطيفة-Courteour)².

ج- وسائل الاتصال التكنولوجي:

هذا النوع يعتمد على وسائل اتصالية علمية ومتطورة تكنولوجيا ومستعملي هذا النوع من ذوي الخبرة والتكوين العلمي، كذلك يحتاج إلى إمكانيات مادية كبيرة ومن هذه الوسائل نجد:

- ✓ التيلكس
- ✓ الفاكس
- ✓ الإعلام الآلي
- ✓ الانترنت

ويتضح مما سبق أن الاتصال عملية تتم عن طريقها إيصال المعلومات من أي نوع، ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي بالمؤسسة إلى عضو آخر.

¹ فهد سعود العثيمين، الاتصالات الإدارية ماهيتها وأهميتها وأساليبها، الطبعة الثانية، مطابع شركة الصفحات الذهنية، السعودية، ص24.

² المرجع السابق، ص29.

فقد يكون الاتصال مكن مستوى أعلى أقل أو العكس، أو في مستوى أفقي بقصد إحداث تغيير من أي نوع وإلا كان مجرد ضوضاء لا فائدة فيه.

ويتم الاتصال في الإدارة إما للحصول على بيانات، معلومات أو لإعطاء تعليمات وتوجيهات بقصد أداء أو تسهيل العمل.

ويتوقف اختيار وسيلة الاتصال الملائمة للعمل على¹ :

- ✓ السرعة المطلوبة في الاتصال
- ✓ نوع الرسالة المطلوب إيصالها
- ✓ السرعة الواجب توفرها
- ✓ عدد المطلوب الاتصال بهم
- ✓ الظروف المتاحة بالمؤسسة
- ✓ فقرار حاجة الرسالة إلى الشرح والإيضاح

¹ محمود فهمي العطروري، العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة والشركات، عالم الكتب، مصر، 1969، ص357.

المبحث الثاني: واقع العلاقات العامة في المؤسسات الادارية:

1- دور العلاقات العامة في ترشيد القرارات الادارية:

يعمل فريق عمل العلاقات العامة على صناعة القرار، ولكن فرد واحد يتخذ القرار (راس الهرم)، وتحرض على اشراك مستويات ادارة كثيرة في عملية صنع القرار وللحصول على أعلى درجات التنوع والاتجاهات، ويتركز الدور الرئيسي العلاقات العامة في وضع ودعم عملية اتخاذ القرار في العمل على ترشيده وجعله يتناسب مع كافة المستويات الادارية ويراعي مصالح المؤسسة، والعاملين بها والادارة العليا، وجماهير المؤسسة، وصناعة القرار بواسطة العلاقات العامة يسهم في:

- 1- تحقيق المصالح المشتركة المؤسسة والاطراف المرتبطة بها داخليا وخارجيا
- 2- جعله مقبولا من قبل كافة الاطراف المرتبطة به من خلال التمهيد له.
- 3- اصفاء الطابع الإنساني على القرار.
- 4- تقديم القرار بكافة ابعاده (الثقافية) بتحديد اسباب اتخاذ القرار لمن يتعلق بهم.
- 5- اقناع من يطبق عليهم القرار بانه يأتي لتحقيق اهداف المؤسسة التي هم جزءا منها.
- 6- اقناع من يطبق عليهم القرار نفسيا.
- 7- توفير المعلومات والبيانات الاساسية حول القرار لمن يرغب بالتعرف على ابعاده.
- 8- تقديم توصيف كامل المشكلة او الموقف الذي أئخذ القرار من اجله، لما يزيد من درجة تبني القرار على مختلف المستويات، وهذا يشمل الإدارة العليا.
- 9- المساهمة في زيادة قدرة متخذ القرار على التنبؤ باحتمالات المستقبل لأي مشكلة او قضية.
- 10- بعد تطبيق القرار عليها اكتشاف السلبيات واقتراح أساليب لعلاجها، وتعزيز الانجازات المتحققة.
- 11- تقديم تقييم موضوعي لردود الافعال التي اسفرت عن تطبيق القرار.

2- التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة:

ان ادارة العلاقات العامة لا يمكن غن تؤدي واجبها على أكمل وجه ولا يمكن ان تحقق الأهداف المرجوة الا إذا كان هناك تخطيط لعملياتها وتنظيم لنشاطاتها فهذه الإدارة تعتبر بمثابة الوسيط بين المؤسسة وجمهور الذي تخدمه هذه المؤسسة وعليه يجب ان يكون لها موقع في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

-حسب تبعيتها في المؤسسة:

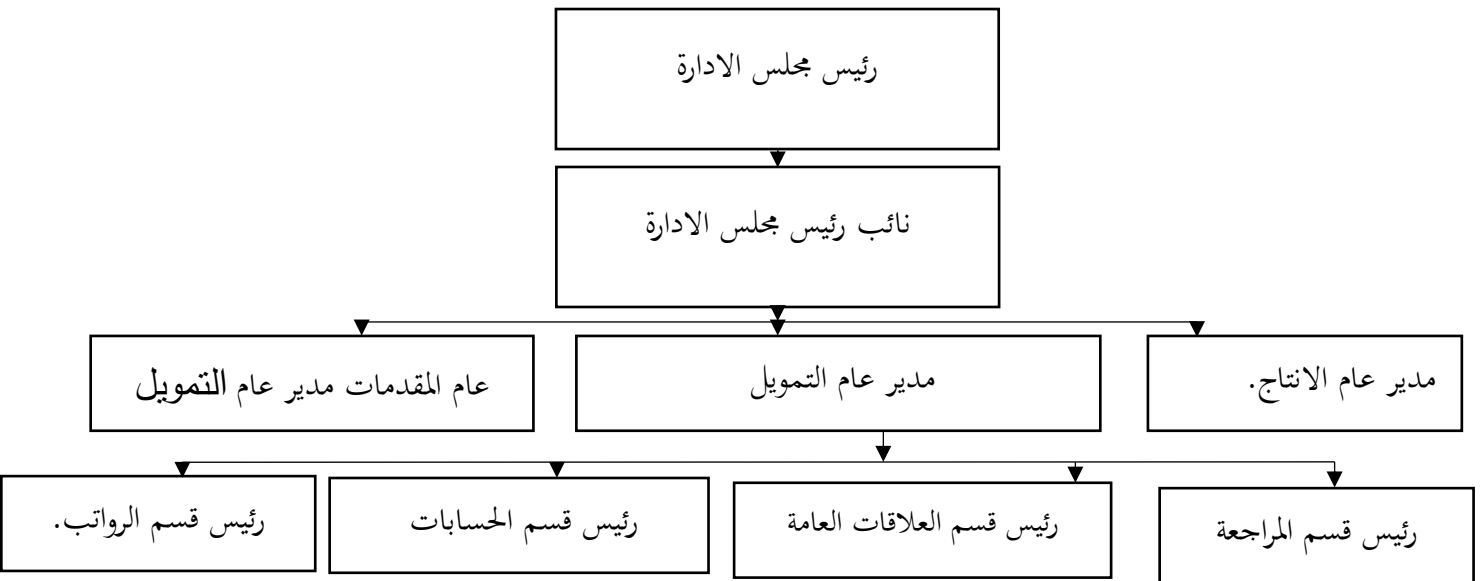
1 تبعية العلاقات العامة لرئيس مجلس الادارة ونائبه: في هذه الحالة تكون تبعية الادارة العلاقات العامة لرئيس مجلس الادارة او نائبه مباشرة، وذلك في شكل ادارة عامة يرأسها مدير عام، وهذا يجعل مدير العلاقات

العامّة أقرب من مصادر اتخاذ القرار مما يجعله قادراً على تأثير فيه إضافة إلى أنه يكون في أقرب من مصادر المعلومات الرسمية.

تبعية العلاقات العامة لإشراف إحدى الإدارات العامة

في هذه الحالة تأخذ إدارة العلاقات العامة شكل قسم له رئيس تحت إشراف مدير إحدى الإدارات أما حجم هذا القسم فيختلف من مؤسسة إلى أخرى وذلك تبعاً لحجم المؤسسة وإمكاناتها المادية وهنا يكون رئيس القسم العلاقات العامة بعيداً عن مركز اتخاذ القرار وبالتالي تأثير على القرارات يكون محدوداً وهذا مبيّن في الشكل التالي:

(الشكل رقم 01): العلاقات العامة كأحد أقسام التابعة لإحدى الإدارات العامة.

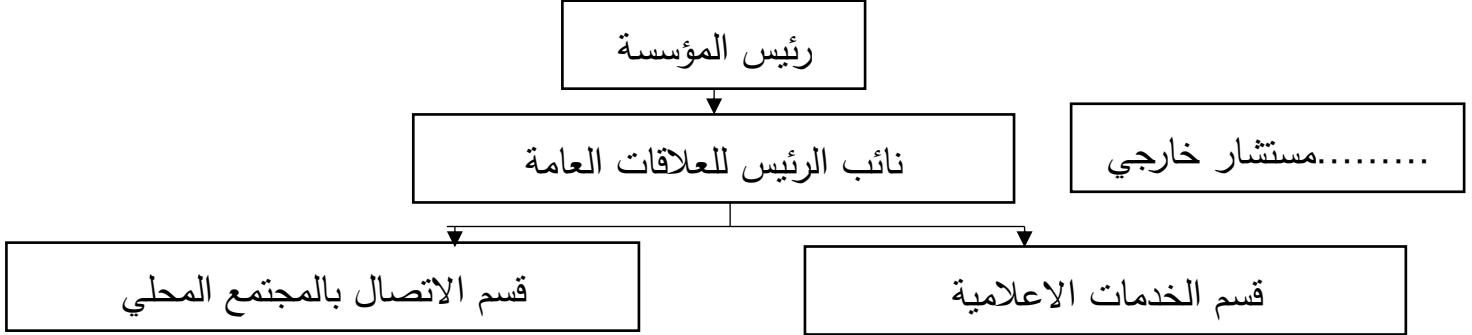


تبعية عدة أقسام لمدير العلاقات العامة: في هذه الحالة يوجد أكثر من 3 أقسام للعلاقات العامة في مؤسسة وذلك في حالة اتساع مشروعات وبرامج وخطط العلاقات العامة المدعومة بإمكانيات مادية مناسبة ويكون اتصال هذا المدير مباشرة ووثيقاً بالإدارة العليا. ولمدير العلاقات العامة الحق في حضور جلسات مجلس الإدارة بالمؤسسة إذ لم يكن عضواً فيه.

التنظيم حسب حجم المؤسسة: من البديهي أن تنظم العلاقات العامة يتأثر بعدة عوامل داخلية وخارجية منها حجم المؤسسة وطبيعتها ويمكن أن ندرج هنا ثلاثة أنواع من المؤسسات: مؤسسات صغيرة الحجم، مؤسسات متوسطة الحجم ومؤسسات كبيرة الحجم، ولكل نوع من المؤسسات تنظيمه الخاص.

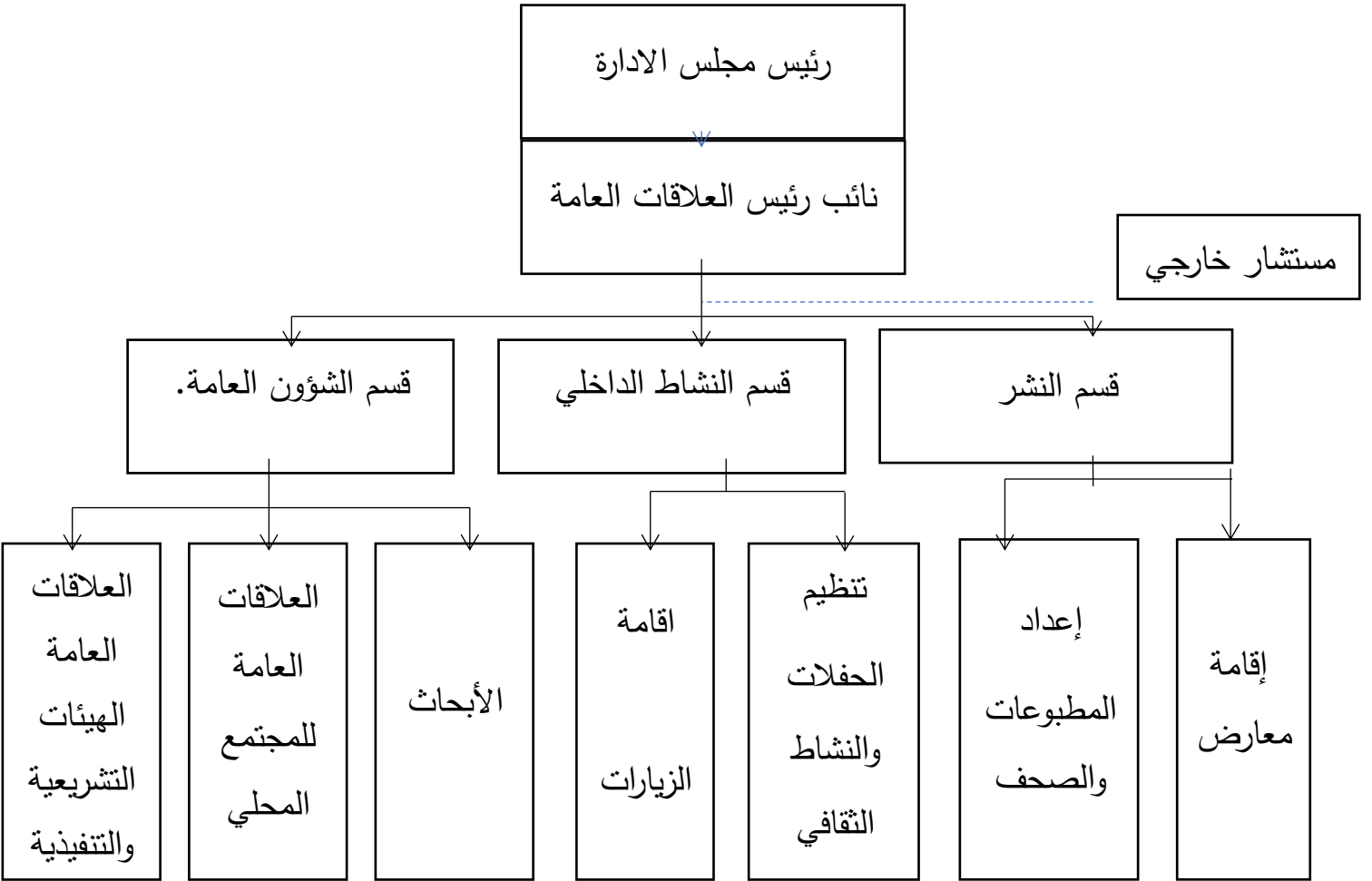
المؤسسات صغيرة الحجم: حينما تكون المؤسسة صغيرة الحجم لا تحتاج لأكثر من قسم واحد أو قسمين أحدهما خاص بالخدمات الاعلامية والاخر خاص بالاتصال مع الجماهير وفيما يلي بعض النماذج عن التنظيم الداخلي للمؤسسة صغيرة الحجم.

(الشكل رقم 02): التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في مؤسسة صغيرة الحجم.

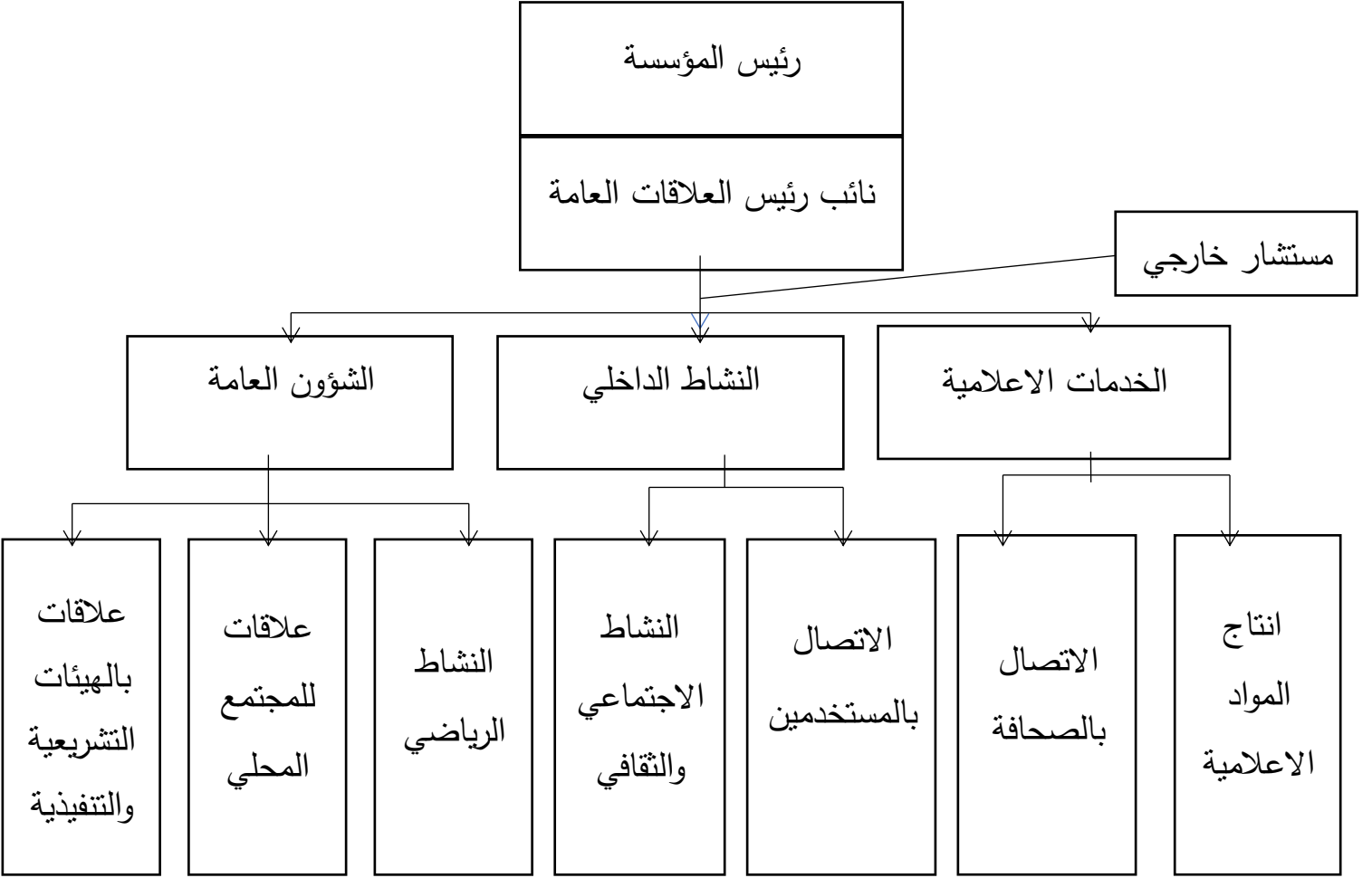


المؤسسات متوسطة الحجم: يمكن تصنيف هيكل ادارة العلاقات العامة متوسطة الحجم التي تضم عدة اقسام حيث يتم التنظيم على اساس المزج بين الانشطة الاعلامية والفئات الجماهيرية وهناك ايضا مجموعة من النماذج للتنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في هذه المنظمات منها:

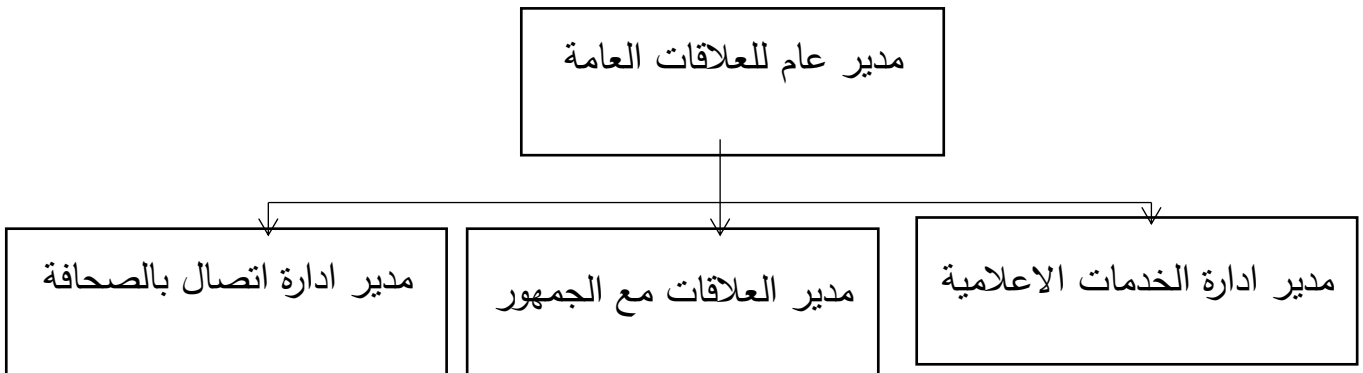
(الشكل رقم 03): يمثل نماذج التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في مؤسسة متوسطة الحجم.



(الشكل رقم 04): نماذج عن التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في مؤسسة متوسطة الحجم.



(الشكل رقم 05): نماذج عن التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في مؤسسة متوسطة الحجم.

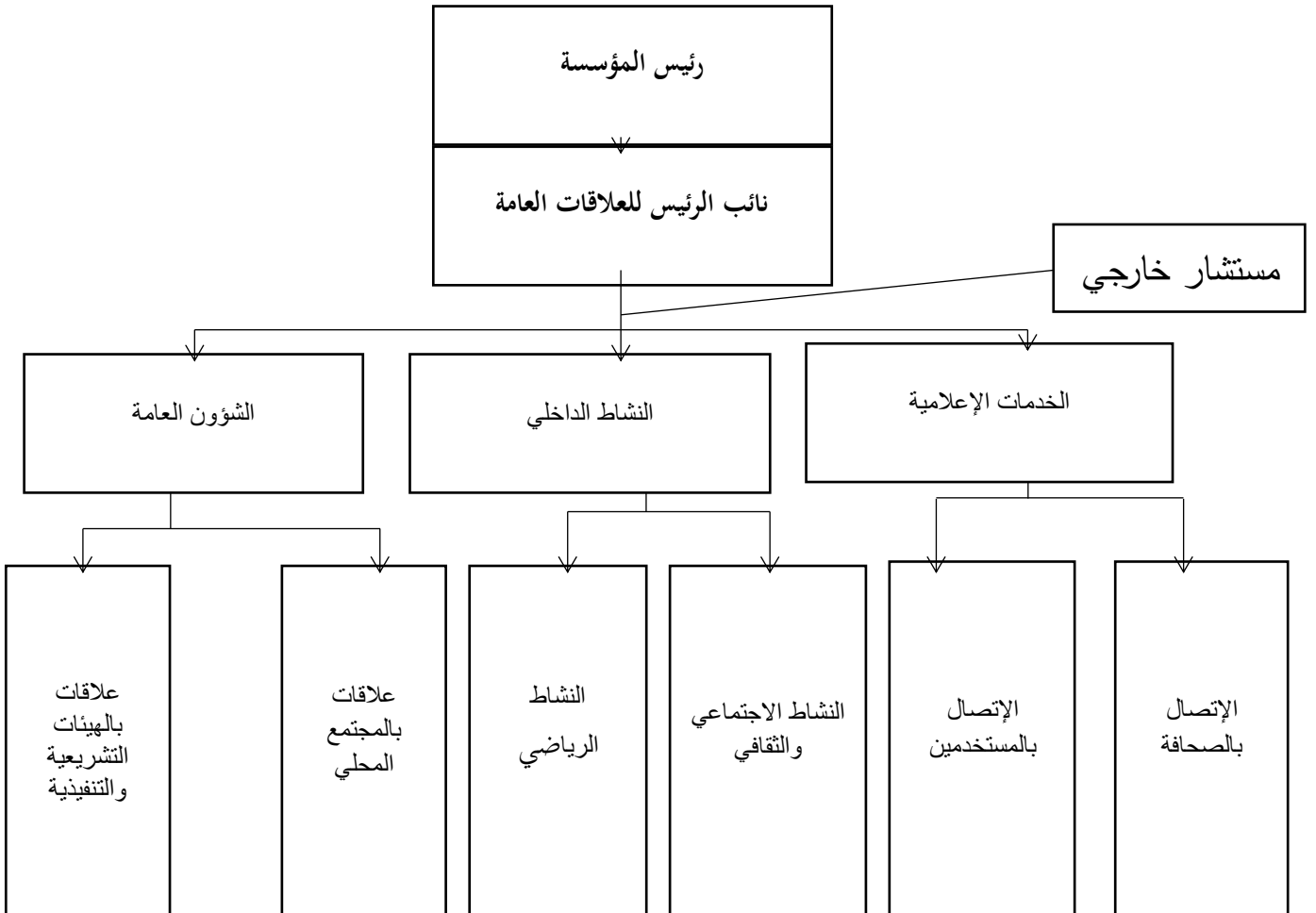


مؤسسات كبيرة الحجم

كلما كبر حجم ونشاط المؤسسة زادت اقسام العلاقات العامة تبعا لذلك لاسيما إذا كانت المؤسسة ادارات فرعية او اقليمية لذلك من الضروري تصميم الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بحيث يستوعب أنشطة العلاقات العامة استيعابا شاملا ويساعد في حسن اداء هذه الأنشطة ورفع كفاءتها وفيما يلي عرض لنموذج للتنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في مؤسسة كبيرة الحجم.

(الشكل رقم 06) نموذج عن التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة في مؤسسة كبيرة الحجم.

رئيس مجلس الادارة



خلاصة الفصل الثالث

يعتبر الاتصال جوهر العلاقات العامة، لهذا عكفت مختلف المؤسسات على الاهتمام بهذا العنصر الفعال من خلال توفير الوسائل الكفيلة بتحقيق اهدافها ومعرفة جمهورها دون اهمال القائم بالعلاقات العامة الذي يتطلب مهارات ومؤهلات ليقوم بهذا الدور الهام من خلال تكوينه للممارسة العلاقات العامة والوصول الى الهدف الأسمى تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي

تمهيد الفصل الرابع

ان العلاقات العامة في المؤسسة الادارية تهدف الى كسب ودعم جماهيرها الداخلية والخارجية من خلال الاتصال والتواصل المستمرين معها، والحرص على اقامة علاقة جيدة وطيبة معها مبنية على التفاهم والثقة مما يساعد على تنمية اداء المؤسسة، وزيادة انتاجياتها في ظل المنافسة، وبالتالي تحقيق اهدافها.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل الى ما يلي:

*التعريف بالمؤسسة.

*موقع المؤسسة.

*الهيكال التنظيمي لإدارة المؤسسة.

بطاقة فنية لمتوسطة بلعربي بعوش

1- التعريف بالمؤسسة:

هي مؤسسة تربوية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تابعة لوزارة التربية الوطنية تحت وصاية مديرية التربية لولاية برج بوعرييج انشئت سنة 1907، سميت بعد الاستقلال بإسم الشهيد بلعربي بعوش الذي استشهد يوم 5 فيفري 1960، هي ذات نظام خارجي، وتخضع لعدد تلاميذ من 400-3600 تلميذ.

2- الموقع:

تقع متوسطة بلعربي بعوش في ولاية برج بوعرييج بية برج بوعرييج في 12 شارع مصطفى بن بولعيد، تتربع على مساحة إجمالية قدرها 3138م منها المبنية قدرها 1407م وغير مبنية قدرها 1731م. 1

3- الهياكل:

حجرة دراسة 12ممبر+ورشة، مدرج، مكتبة، مخبر اعلامي آلي، مكاتب ادارية، مسكن.

الحدود المكانية: متوسطة بلعربي بعوش ولاية برج بوعرييج.

الحدود الزمانية: 1907.

الحدود البشرية: موظفين داخل المؤسسة

الهيكل التنظيمي لإدارة المؤسسة:

- المدير (الامر بالصرف): هو المسؤول الأول في المؤسسة التربوية وهو الأمر والنهي لديه كافة الصلاحيات، تقع على عاتقه كافة المسؤوليات المصالح الموجودة في المؤسسة يتولى عملية الالتزام بالنفقات وتصنيفها ودفعها.
- الأمانة: هي مستودع والوثائق الثبوتية والسجلات الخاصة بالمؤسسة وملفات الموظفين ومراقبة ملفاتهم وهي تحت تصرف المدير.
- مصلحة الاستشارة التربوية: تتكون من مستشار التربية والمشرفين التربويين والناظر.
- مستشار التربية: يحتل مكانة حساسة في المؤسسة وحلقة اتصال مع مختلف اعضاء الجماعة التربوية فهو يعوض المدير في حالة غيابه المؤقت وعليه يتوقف النظام والانضباط والمواظبة فهو مكلف بمراقبة تحركات التلاميذ وتطبيق القانون الداخلي للمؤسسة يعمل على تنظيم الخدمات المساعدين التربويين وتوزيع مهامهم السهر على الحفاظ على المرافق والتجهيزات ووسائل المؤسسة.

- **المسير المالي (المقتصد):** يعتبر عوناً محاسباً مكلفاً بالتسيير المالي والمادي للمؤسسة تحت إشراف المدير ومسؤوليته هو أحد المساعدين المباشرين لمدير المؤسسة في كل ما يتعلق بتوفير الشروط المادية والمالية الضرورية لتنظيم حياة الجماعة التربوية يلتزم بالحضور الدائم.

الإستبيان

I- المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: أقل من 30 من 30 إلى 40 أكثر من 40
- 3- المستوى التعليمي: بدون مستوى ثانوي جامعي
- 4- الفئة المهنية : اطار سامي عون تحكم اطار وسط
- عون تقنية
- 5- الأقدمية: أقل من خمس سنوات من 5 إلى 15 سنة
- أكثر من 15

II- المحور الثاني: تأثير العلاقات العامة داخل المؤسسة الادارية.

- 1- كيف تصنف العلاقة السارية داخل المؤسسة؟
 حسنة عادية سيئة سلبي
- 2- هل حصولك على المعلومة الضرورية المتعلقة بوظيفتك داخل المؤسسة يتم بشكل؟:
 نعم لا
- إذا كانت إجابتك بلا فما هي أهم المعوقات التي تواجهكم؟

.....

- سيطرة وتحكم الرؤساء في مصادر المعلومات
- ليس هناك قاعدة واضحة على مستوى المؤسسة لتوزيع المعلومات.
- أخرى أذكرها.....

3- إذا كنتم بحاجة للحصول على المعلومات في اطار انجازكم للمهام الموكلة اليكم إلى من تلجؤون؟

- رئيسكم المباشر في العمل زميلكم في العمل
- إلى من أقدم منكم وأكثر خبرة

..... أخرى أذكرها.....

III- المحور الثالث: مساهمة العلاقات العامة في تحسين اداء المؤسسة

1- هل تعتقد أن قسم العلاقات العامة يساعد في تحقيق أهداف المؤسسة؟

نعم لا

2- هل تعتقد أن ادارة المؤسسة قريبة من العمال؟

نعم لا

- إذا كانت الاجابة بنعم فما الذي ساهم في ذلك؟

.....

.....

ديمقراطية المسير فعالية وسائل الاتصال

.....أخرى أذكرها.....

3- هل يتصل رئيسك بك في العم؟

غالبا أحيانا نادرا أبدا

4- ما هي اهم وسائل الاتصال المستخدمة من خلال مؤسستكم؟

الهاتف الاجتماعات الاتصال الشخصي لوحة الاتصالات

.....أخرى اذكرها.....

5- هل ساعدتك هذه الوسائل في ذكرت صورة حسنة عن المؤسسة؟

نعم لا

6- هل يوجد تنسيق بين قسم العلاقات العامة وأقسام الادارة الأخرى

نعم لا

7- ما هي انواع التحفيز التي تعتمدھا الادارة مع عمالھا لرفع الكفاءة الانتاجية؟

دورت تكوينية

تشجيعات مادية

تشجيعات معنوية

أخرى اذكرها.....

8- هل تعتمد مؤسستكم العمل بإدارة الجودة الشاملة؟

أبدا أحيانا غالبا

9- هل للإدارة الالكترونية دور في تسيير مؤسستكم وتحسين ادائها بشكل:

جيد متوسط ضعيف

10- ما هي أحسن طريقة لتسوية خلافاتكم داخل المؤسسة؟

ودية عقوبات مادية اللجوء إلى العدالة

الخاتمة

الخاتمة

وفي الاخير يمكننا ان نقول ان العلاقات العامة الاخيرة باتت نشاطا تتزايد فعاليته في حياة المؤسسات، وأصبحت للعلاقات العامة أهميتها كنشاط اداري يسهم في نجاح المؤسسات سواء اكانت تجارية ام حكومية ام مؤسسات غير زكية، ولم تعد مجرد مجال لموهبة الفرد وقدراته الاتصالية.

وسوف تستمر العلاقات العامة في النمو في السنوات القادمة

من حيث الأهمية لان وسائل الإعلام وجماعات الضغط الاخرى ستستمر في اخضاع الشركات للفحص والرقابة ولهذا سوف تصبح العلاقات العامة جزء من عملية اتخذ القرار على مستوى العمال، بدلا من ان تكون شيئا ما يؤدي بعد ان تكون كل القرارات قد اتخذت.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

5. محمد الغرب عبد الكريم، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديون المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1999، ص 19.
- 1 احمد محيو، محاضرات في المؤسسة الادارية، ط4، الجزائر ديون المطبوعات الجزائرية، 2006.
4. زياد محمد الشerman، مبادئ العلاقات العامة، دار الصفاء للنشر، ط1، عمارة، الاردن، 2011، ص15.
9. جميل احمد خضر، العلاقات العامة، عمان، دار، الميسرة للنشر والتوزيع 1998، ص.ص 39_40.
- ابراهيم عجوة، مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة، 1999، ص21-22.
- البدر حمود العزيز، اسس العلاقات العامة وتطبيقاتها، الرياض، دار العلوم 2000، ص814.
- حسن عبد الحميد احمد رشوان، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، ط4، الأزراطة، المكتب الجامعي الحديث 2003، ص-11.174173.
- طاهر مرسي عطية، فن وعلم العلاقات العامة، دار، النهضة العربية، القاهرة، د.ت، ص26-27.
- عبد الرزاق محمد الدايبي، العلاقات العامة في التطبيق، عمان، دار، جرير للنشر والتوزيع 2005، ص1018.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل للعلاقات العامة، دار الثقافة للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2011، ص35.
- علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص67-68.
- علي عجوة، دراسات في العلاقات العامة والإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1985، ص8-10.
- غريب عبد السميع غريب، الاتصالات والعلاقات الإنسانية في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1996، ص37-38.
- محمد بن ابراهيم التويجري، موسوعة الإدارة العربية الإسلامية، المجلد4، المنظمة العالمية للتنمية الإدارية، 2004، ص03-04.
- محمد بهجت جاد الله كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2003، ص72.
- محمد منير حجاب، سحر محمد وهيبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة: المدخل الإتصالي ط1، القاهرة، دار الفجر، 1995، ص19-1420.
- محمد شفيق، البحث العلمي والخطوات المنهجية الإعداد البحوث الاجتماعية، المكتبة الجامعية، مصر، 2001، ص86 6.

موسوعة عالم التجارة وإدارة الأعمال، العلاقات العامة والإعلان الحديث، ص 47-48.