مقدمة

تعد العلاقات العامة كلمة تمخض عنها القرن 20م والتي أحدثت ثورة في عالم المؤسسات بأكمله حيث قلبت الموازين وتطور هذا المفهوم ليشمل المفهوم الإداري وكوظيفة مهمة في المؤسسة بتطور النسق الاقتصادي والاجتماعي، والسياسي، والثقافي الذي تعمل فيه، وقد حدث هذا التطور نتيجة للتعقد المتزايد للمجتمع الحديث وزيادة فهم دوافع وحاجات البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، ومع بلوغ هذه العلاقات درجة كبيرة من التعقيد والترابط في المجتمعات المعاصرة تطلب الأمر دراستها دراسة علمية موضوعية، بحيث أضحت العلاقات العامة تعبيرا شائعا في الفكر الإداري.

وقد عرف جمهور المؤسسات أهمية العلاقات العامة التي تعود على كلا الطرفين بالفائدة والتطور في شتى المجالات، وأصبح بذلك لا يكتفي بمعلومات سطحية عن السلع والخدمات وعن المؤسسات أيضا، وإنما يلج في جزئياتها وتفاصيلها، كما لا يقف عند حد استعمال المعلومات آنيا فقط بل يطمح إلى اكتساب خبرات تمكنه من معرفة سلعة أو خدمة معينة وتمييزها واكتشاف محاسنها من مساوئها، ومن ثم المقارنة بينها وبين أخرى، فكلما كان نصيبه من المعلومات أوفر عن مؤسسة معينة أو حول سلعة أو خدمة معينة، كلما زادت طبقا ثقته بها وزادت بذلك معقولية ومصداقية المؤسسة.

ومن هنا وجب تقليص هذه الهوة التي تساهم في اتساعها نشاطات المؤسسة المتعددة من جهة، وتغير طبيعة الجماهير وكبر حجمها من جهة أخرى باعتبار أن المؤسسة لا تستطيع أن تعيش بعيدة عن جمهورها، ولا يتسنى لها هذا إلا إذا أحدثت إدارة للعلاقات العامة تعمل على خلق جو من التكيف والتفاهم بينها وبين جماهيرها، وإعلامهم بسياساتها وأهدافها ومشاريعها المستقبلية وأوجه نشاطاتها المختلفة، وفق تخطيط علمي مدروس، هذا الأخير الذي يعمل على توطيد العلاقات بين المؤسسة وجماهيرها، وانجاز بحوث ميدانية تدرس فيها هذا الجمهور وتطلعاته ورغباته وحاجاته وأفكاره وتقيم تفاهم متبادل بتفعيل اتصال ثنائي دائم بينه وبين المؤسسة من اجل تحقيق النجاح والاستمرارية.

وبالرغم من أهمية العلاقات العامة ودورها الفعال داخل مختلف المؤسسات، إلا أنها كمفهوم لم تحظى بالدراسة والاهتمام الكاف، حيث شاب مفهوم العلاقات العامة النقص ونقصته الدقة والفعالية في التطبيق، نتيجة سوء الفهم الذي لطالما اعترى هذا المفهوم وطبيعته ، وهذا ما كون لدى بعض المهتمين

بهذا المجال ولو حديثا الرغبة في الاهتمام به أكثر خصوصا في البحوث ذات الطابع السوسيولوجي وتخصص علوم الإعلام والاتصال.

لقد استخدمت العلاقات العامة بمعناها الحديث في بداية القرن العشرين واعتبرت سمات المجتمعات المتقدمة والمتحضرة وأسلوبا للعمل المنظم البناء، ومن هنا كان الفهم الصحيح والتطبيق العلمي لها هو مفتاح النجاح لأي بناء أو تنظيم اجتماعي كان. أما من ناحية هذا المفهوم كعلم وتطبيق، في المجتمعات النامية فقد عد حديثا إلى حد ما، ومرد ذلك إلى أن العلاقات العامة نشأت في تلك المجتمعات كاستجابة للمتطلبات التنموية، ومن ثم انحصر دورها في جوانب ضيقة قد تكون جزءا هامشيا من مضمون قيمتها ودورها الهام في تحريك عجلة التنمية والتقدم، وهذا ما دفع بعض الحكومات في هذه الدول إلى محاولة الاهتمام أكثر بهذا الموضوع، حتى لو كان بعيدا عن المفهوم الصحيح للعلاقات العامة.

باتت العلاقات العامة نشاطا تتزايد فعالياته في حياة المؤسسات، وأصبحت للعلاقات العامة أهميتها كنشاط إداري يسهم في نجاح المؤسسات والمنظمات، سواء كانت تجارية أم حكومية أم مؤسسات غير ربحية ولم تعد مجرد مجال لموهبة الفرد وقدراته الاتصالية، فقد ركزت المؤسسات الحديثة على الموارد بشكل عام، وعلى العلاقات العامة كإدارة بشكل خاص، واعتبر نجاح المؤسسة مرهون بنشاط إدارة العلاقات العامة، وأصبح من المستحيل إهمالها أو اعتبارها نشاطا مكملا أو مقتصرا على أفراد معينين .فبرنامج العلاقات العامة الواسع الذي يضع كمخطط لتحقيق أهداف وطموحات، تكون ناجحة إذا ركزت على شد الانتباه والمساعدة على تأسيس جهد منسق ومركز تقوم بتحويل الأمور المرغوب فيها إلى مشاريع قابلة للتنفيذ.

تركز إستراتيجيات العلاقات العامة على كسب اكبر عدد من الجمهور وتحفيزه للاحتفاظ به، ومن أجل احتوائه تضع إدارة العلاقات العامة إستراتيجية على المدى الطويل تراعي فيها مختلف التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية السائدة في فترة معينة، كإعادة هندسة الإدارة، وكذا المسؤولية الاجتماعية المؤسساتية وكيفية التنافس، إضافة إلى التغير الذي يطرأ على اتجاهات ورغبات الجمهور.

وهذا ما جعلنا نختار موضوع بحثنا وانجذبنا له حيث تطرقنا في بحثنا إلى خطة قوامها الإطار المنهجي والإطار النظري الذي يحتوي على فصلين بالإضافة إلى الإطار التطبيقي.

يمثل **الإطار المنهجي** الحيثيات المنهجية المتبعة، ويحتوي على عدة عناصر تناولت إشكالية البحث وتساؤلاته وتحديد المفاهيم مع أسباب وأهمية وأهداف البحث، كما احتوى على منهج البحث المتمثل في دراسة حالة مرتبطة بمناهج مساعدة وهي المنهج المسحي والمنهج التاريخي، ومنه في هذه الدراسة استخدمنا أداة الاستمارة، بالإضافة إلى العينة حيث اعتمدنا على العينة القصدية، كما قمنا بتحديد الدراسات السابقة وفي الأخير الصعوبات التي واجهتنا في إنجاز المذكرة.

واشتمل **الإطار النظري** على فصلين أساسين:

الفصل الأول خصص للاتصال والاتصال المؤسساتي وتضمن مبحثين:

استعرضنا في المبحث الأول ماهية الاتصال والمبحث الثاني الاتصال المؤسساتي.

الفصل الثاني تناول العلاقات العامة وآليات تنفيذها وتضمن مبحثين:

المبحث الأول شمل ماهية العلاقات العامة، أما المبحث الثاني فشمل آليات تنفيذ العلاقات العامة.

الإطار التطبيقي وشمل التقديم العام للمؤسسة الخدماتية بلدية سيدي موسى بالجزائر العاصمة بالإضافة إلى تحليل النتائج.