جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام الاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلامو الاتصال

تخصص: إعلام واتصال

واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية

دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية

رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر في الاتصال والعلاقات العامة

من إعداد الطالبة :

- أمينة جعفر

تحت إشراف الأستاذة:

* بوزة باية

السنة الجامعية 2015/2014

شكر وعرفان

أولا: استكبر الله سبحانه وتعالي الذي وقفناو أنار دربنا لنحصل العلمو أوصلنا لعملنا هذا.

أتقدم بالشكر إلي من ساهم وساعدنا في انجاز هذا العمل المتواضعو اخص بالذكر صديقاتي يسمينة وهجيرة .

كما أتوجه بجزيل الشكر إلي كل من كان له الفضل في إرشادي وتوجيهي في هذا العمل أساتذتي بوزة باية وراشدي وردية .

شكرا جزيلاً لكم .

إهداء

إلى خالقي وبارئي ومولاي إلى منجي في الدنياو الآخرة...إلى من يعطي قبل أن أرفع يدي لأطلب إلى ساتري في الدنيا....إلى الله بأسمائه العظمى جل في علاه.

إلى من بأبيو أمي إلى جلاء همي‌و غمي إلى حبيبي الرسول صلى الله عليه وسلم.

إلى قرة العين...إلى من جعلت الجنة تحت قدميها...إلى التي حرمت نفسهاو أعطتني.و من نبع حنانها سقتني...إلى منو هبتني الحياةو منحتني الحبو الحنان.....إلى تلك المرأة العظيمة أمي الحبيبة و الحنونة.

إلى أعظم الرجال صبراو رمز الحبو العطاء.....إلى الذي تعب كثيرا من أجل راحتي.و أفنى حياته من أجل تعليميو توسم في درجات العلىو السمو.....إلى ذلك الرجل الكريم..أبي الحبيبو العزيز.

إلى من جمعتهم معي ظلمة الرحم.....إلى من يعيش في ظل وجودهم أملي..أختي العزيزة : صفية

إخوتـــــي: محمد.مصطفى.احمد.صالح

و إلى كل من تربطني بهم مودة إلى الأحبة الذين شاركوني طعم الحياة حلوها و مرها...حبيبتي يسمينة أنت رفيقة دربي و نجمة في عيني. هجيرة توئم روحي وانت بهجة وأمل ما أحلاكي إلى عقيلة الصريحة والعفيفة أنت رائعة إلى يسرى الجميلة والحنونة أنت روعة وإلى أخي الثاني عبد الرحمان.

إلى عمي الحسين أنت كأب ثاني بالنسبة لي إلى طاطة غنية أنت كأم ثانية بالنسبة لي خيركم فوق رأسي الله يحفظكم ونشكركم على كل شيء قدمتموه لي .

وكذا إلى كل أساتذة الإعلام والاتصال

إلى من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

أمينـــــة

خطة الدراسة



خطة الدراسة

مقدمة

أ)- الاطار المنهجي للدراسة

1-إشكالية الدراسة

2-تساؤلات الدراسة

3-فرضيات الدراسة

4-تحديد المصطلحات

5-أسباب الدراسة

6-أهداف الدراسة

7-أهمية الدراسة

8-منهج الدراسة

9-أدوات الدراسة

10-عينة الدراسة

11-الدراسات السابقة

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة وتطورها

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة ونشأتها

المطلب الأول :مفهوم العلاقات العامة.

المطلب الثاني :العلاقات العامة في العصور البدائية

المطلب الثالث:العلاقات العامة في العصور الوسطى.

المطلب الرابع: العلاقات العامة في العصور الحديثة.

المبحث الثاني: انواع واسس العلاقات العامة ومبادئها

المطلب الأول: انواع العلاقات العامة

المطلب الثاني: أسس العلاقات العامة

المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة

المبحث الثالث: اهمية ووظائف العلاقات العامة واهدافها.

المطلب الأول: اهمية العلاقات العامة

المطلب الثاني:وظائف العلاقات العامة

المطلب الثالث :أهداف العلاقات العامة

تهميش الفصل الأول

الفصل الثاني: إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة

المبحث الأول: مجالات العلاقات العامة

المطلب الأول: مجالاتها في المجال الاقتصادي

المطلب الثاني: مجالاتها في المجال السياسي

المطلب الثالث: مجالاتها الادارية والاجتماعية

المبحث الثاني: طبيعة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائري ونشطاتها

المطلب الأول:طبيعة العلاقات العامة

المطلب الثاني:نشاطات العلاقات العامة.

المطلب الثالث:تنظيمات العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية.

المبحث الثالث:استراتجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الجزائرية

المطلب الأول:استرتجية العلاقات العامة وتطورها.

المطلب الثاني: خطوات بناء استراتيجية العلاقات العامة:

المطلب الثالث: بعض النماذج للعلاقات العامة

المبحث الرابع: أخلاقيات مهنة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.

المطلب الأول:اخلاقيات مهنة العلاقات العامة.

المطلب الثاني:القائم بالاتصال في جهاز العلاقات العامة.

المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

تهميش الفصل الثاني

الفصل التطبيقي: ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية لاتصالات الجزائر بالمدية

مقدمة

المبحث الأول: بطاقة فنية عن مؤسسة اتصالات الجزائر.

المطلب الأول: تاريخ الاتصالات في الجزائر.

المطلب الثاني :ميلاد مؤسسة اتصالات الجزائر

المطلب الثالث: الإطار القانوني للمؤسسة.

المطلب الرابع: أهداف المؤسسة

المبحث الثاني: نشاطات وفروع مجمع اتصالات الجزائر وهياكلها.

المطلب الأول: نشاطات اتصالات الجزائر.

المطلب الثاني: فروع مجمع اتصالات الجزائر.

المطلب الثالث: هيكل المؤسسة

المبحث الثالث: تحليل مضمون المقابلات والتعليق عليها

المطلب الأول:استراتيجية العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية

المطلب الثاني : دور العلاقات العامة في ادارة الازمات بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.

النتائج العامة للدراسة

توصيات

مراجع الفصل التطبيقي

خاتمة

قائمة المراجع

مقدمة

مقدمة:

تعد العلاقات العامة من الموضوعات الحديثة نسبيا في العالم العربي والتي أصبحت تحظى باهتمام الحكومات والدول بالإضافة إلى اهتمام الشركات والمؤسسات الخاصة بها، فهي ظاهرة اجتماعية وجدت في المجتمعات البشرية وأدت إلى وجود العلاقات والاتصالات والمعاملات بين هذه المتجمعات حتى تستطيع أن تواجه مطالب اجتماعية والصناعية والاقتصادية والإدارية والاتصالية بالإضافة إلى انها توجد في المجتمعات، فالعلاقات العامة في حلقة وصل بين المؤسسة الحديثة وجماهيرها فأصبحت تحتل العلاقات العامة مكانة رفيعة داخل الهيكل التنظيمي في إدارات العديدة من المنظمات والمؤسسة الحديثة وبالرغم من تفاوت الاهتمام بها داخل تلك المنظمات إلا ان الحاجة لها أصبحت ملحة وأصبح الانفاق على أنشطتها وتنفيذ برامجها له ما يبرزه من الناحية الموضوعية.

فالعلاقات العامة لها أهمية بالغة في المؤسسات المعاصرة من خلال الأهداف التي تسعى لتحققيها كالتوافق والتكيف بينها وبين جماهيرها التي تعمل معها مما يؤدي إلى إيجاد مناخ نفسي أ كثر ملائمة لتطورها، تطورا سليما ومستقرا وتخلق علاقة جيدة في التعاون المشترك مع الجماهير المتعاملة معها لذلك لا تستطيع أي مؤسسة ان تقوم بأداء مهامها وأعمالها بمعزل عنها، فلا تقتصر إدارة العلاقات العامة على العلاقات بين المؤسسة والجمهور الخارجي فحسب بل تشمل كذلك العلاقات الداخلية في داخل المؤسسة

وفي هذه الدراسة تناولنا العلاقات العامة في المديرية العملياتية للاتصالات "اتصالات الجزائر" بولاية المدية التي تعتبر احد المؤسسات بالجزائر في ميدان الاتصال.

الإطار المنهجي للدراسة

أ)- الاطار المنهجي للدراسة:

1-إشكالية الدراسة:

أصبحت العلاقات العامة دعامة ركيزة أساسية في العملية الاتصالية ورسم الاستراتيجيات المختلفة للمؤسسة التجارية لتحقيق الأهداف المخططة والكشف عنها بصورة واقعية لتحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر لدى الجماهير وخلق نوع من الثقة والتآلف وحلقة وصل بين المؤسسة والجمهور التي تتعامل معه.

وهنا تأتي أهمية العلاقات العامة في التعامل مع الظروف المحيطة بها، وأصبحت العلاقات العامة تحتل المرتبة الثانية بعد المديرية العامة لأي مؤسسة إضافة إلى إسهامها المعتبر في صنع القرارات والتخطيط الاستراتيجي، كما تعد هذه الأخيرة وظيفة يتخصص فيها أفراد مؤهلون علميا لممارسة نشاطهم داخل المؤسسة التجارية.

وقد أدركت الجزائر أهمية العلاقات العامة ومكانتها لذا حاولت دمجها كنشاط وكوظيفة من خلال مؤسساتها ومنظماتها، ومن مجموع هذه المؤسسات نبرز مؤسسة اتصالات الجزائر "المدية" كنموذج لما هو عليه حال العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية خاصة التجارية منها والتي تخدم المجتمع المحلي لهذا فمحاولة التعرف على مكانة العلاقات العامة في المؤسسة التجارية لاتصالات الجزائر يستدعي طرح الإشكالية التالية:

- **ماهو واقع العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟**

2-تساؤلات الدراسة:

تتدرج ضمن إشكاليتنا مجموعة من التساؤلات وهي كالتالي:

- ما المقصود بالعلاقات العامة؟

- ما مدى أهمية العلاقات العامة داخل المؤسسة لاتصالات الجزائر بالمدية؟

- ماهي وظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية؟

3-فرضيات الدراسة:

تعد الفروض من أهم الدراسات التي تخص البحث العلمي لأنها تساعد الباحث في الاتجاه نحو الحقيقة التي إثارتها مشكلة البحث وتساؤلاته، بحيث تساعده على اقتصاد الجهد والمال وتبعده عن الوقوع في متاهات لا حصر لها[1].

والفرض العلمي هو عبارة عن عدة جمل تعبر عن إمكانية وجود علاقة بين عامل مستقل وعامل آخر تابع فهي كافة الاحتمالات أو الأفكار التي تتولد في عقل الباحث الذي يسعى إلى إثباتها أو نفيها[2].

أما افتراضات الدراسة فتمثلت في:

تحظى العلاقات العامة بإهتمام كبير داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية .

تعتبر العلاقات العامة القلب النابض لمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية وينعكس ذلك من خلال وجود إدارة مستقلة حد ذاتها تعتمد على وسائل حديثة لتأدية مهامها .

تصطدم العلاقات العامة بإهتمام كبير داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بجملة من العراقيل.

4-تحديد المصطلحات:

أ-واقع:

لغة: مشتقة من الفعل الثلاثي وقع يقع وقوع[3].

ومعناه الحاصل في الواقع، أي الشئ الموصوف بالواقع بمعنى الحصول والوجود.

والواقع هو" الشئ في ذاته " **LA CHOSE EN SOI أي** هو الموجود ثمة اصلا

اصطلاحا: يرى الدكتور "الخادمي" ان الوقع ليس الا جميع الوقائع الفردية والجماعية الخاصة والعامة، فيما عرفه الدكتور" النجار " بانه ما يجري عليه حيال الناس واحوالهم في مجالاتها المختلفة من اناط في المعيشة وما تستقر عليه من تقاليد واعراف وما يستجد فيها من نوازل واحداث سواء كانت عامة أو خاصة لمعرفة حيثياتها وآثارها ووسائل حماية المجتمع من اضرارها.[4]

كما ان الواقع هو: خاصية لما هو معطى في التجربة بمعنى مجموع الاشياء الحوادث الملموسة " الماضية والحاضرة ".

كما يعرف على انه فهم احوال الناس والوقائع المعاصرة والاحداث الجارية عامة أو خاصة بمعرفة حقيقتها واسبابها واثارها[5]

اجرائيا: الواقع هو احالة على التحقيق الملموس للاشياء والظواهر من خلال عملية الاحتكاك الواقعئ والملموس بالمواضيع والظواهر.

واقع العلاقات العامة في المؤسسة التجارية لاتصالات الجزائر بالمدية.

ب- العلاقات العامة:

لغة: العلاقات تعني صلات وروابط الاتصال بين المؤسسة والعامة.

العامة: يقصد بها عامة الشعب والناس، الجمهور المتعامل داخل المؤسسة وخارجها[6].

اصطلاحا: العلاقات العامة هي مجموع الجهود التي تبذلها أي منظمة من المنظمات وهذا بهدف ضمان الثقة والتفاهم المتبادل بين هذه المنظمات والجمهور الذي تتعامل معه بمختلف انساقه"نشاط اداري واتصالي"[7].

اجرائيا: العلاقات العامة هي مجموعة السياسات والنشاطات المختلفة من ورائها اقامة التفاهم المستمر بين مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية وعمالها.

ج_المؤسسة:

اصطلاحا: يعرف ناصر دادي عدون المؤسسة على أنها:" كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل مالياً, في إطار قانوني و اجتماعي معين, هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج, أو تبادل السلع و الخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين, أو القيام بكليهما معاً (إنتاج + تبادل), بغرض تحقيق نتيجة ملائمة, و هذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني و الزماني الذي يوجد فيه, و تبعاً لحجم و نوع نشاطه".

إجرائيا: تعتبر المؤسسة منظمة أو تنظيم تسعى من خلال تصرفاتها إلى القيام بنظام معين لتحقيق أهداف معينة ومحددة مسبقا, فهي تنظيم يضم مجموعات البنى والأفراد في حالة التفاعل المستمر من خلال تسلسل هرمي.

5-أسباب الدراسة:

هناك مجموعة اسباب دفعت الباحثة لاختيار هذا الموضوع وهي:

أ)- الاسباب الموضوعية:

- اثراء البحث العلمي عامة وجامعتنا خاصة بدراسة حول العلاقات العامة في دراسة واقع العلاقات العامة في احدى مؤسسات الجزائر "اتصالات الجزائر" باعتبارها احد اهم المؤسسات التي تقدم خدمات ببلادنا.

- اهمية العلاقات العامة في المؤسسة ومساهمتها في تطويرها واستمرارها.

ب)- الاسباب الذاتية:

اهتمامي بموضوع العلاقات العامة راجع إلى:

- الرغبة الشخصية في الاطلاع على طريقة عمل المكلف بالعلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر

- رغبتي في اكتساب الخبرة في الميدان العملي.

6-أهداف الدراسة:

- توضيح كيفية توظيف العلاقات العامة وتطويرها للوصول بكفاءة للجماهير بالشكل الذي يناسب أساليب استخدامها.

- إعطاء فكرة من واقع العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.

- التعرف على مختلف العراقيل التي تحول دون السير الحسن للعلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.

الاطلاع على وظائف و أهداف العلاقات العامة داخل اتصالات الجزائر بتسليط الضوء على كيفية تنفيذ نشاطاتها التي من شانها ان ترفع من مستوى العلاقات العامة داخل هذه المؤسسة.

7-أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة من بين جملة الدراسات التي تناولت العلاقات العامة بجوانبها المختلفة الا ان الفرق بينها وبين غيرها من الدراسات يمكن في ان هذه الاخيرة تحاول الكشف عن معنى العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية مبرزة اهمية ومدى وعي العاملين بهذه المؤسسة بدورها من جهة، وكذا محاولة طرح التحديات التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها من خلال الاهتمام البالغ بالعلاقات العامة.

8-منهج الدراسة:

اعتمدت في بحثي على منهج دراسة الحالة كمنهج رئيسي واساسي والذي يعرف على انه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات العلمية المتعلقة بوحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا ويقوم على اساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك بقصد وصول إلى تعميمات على الوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المتشابهة، كذلك عم ماضيها وعلاقاتها من اجل فهم اعمق للمجتمع الذي تمثله[8]، وعليه تم اختيار مؤسسة اتصالات الجزائر لتطبيق هذا المنهج.

حيث قمت بدراسة الواقع والاحوال والاحداث والمجريات بمؤسسة اتصالات الجزائر لاسيما العلاقات العامة بين العمال والموظفين بمؤسسة اتصالات الجزائر.

9-أدوات الدراسة:

الادوات التالية لجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بهذه الدراسة

- **الملاحظة:** عرفها الدكتور "عامر مصباح" في كتابه منهجية البحث في العلوم الساسية والاعلامية على انها اداة علمية تستخدم في جمع البيانات حول موضوع معين عن طريق الاستخدام الشخصي للباحث سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو عفوية أو منطقية[9].

أنواع الملاحظة:

- **الملاحظة البسيطة(بدون مشاركة):** تمثل اسلوب من اساليب جمع البيانات الذي يعتمد فيه الباحث على سلوكه فقط وتتم الملاحظة في صورة طبيعية دون تكليف ودون وضع تصنيفات مسبقة لانماط السلوك التي سيتم ملاحظتها[10].

وبالتالي هي ملاحظة الباحث للظاهرة المدروسة عن بعد ومن خارج اطاره من خلال رصد تفاعلات علاقات الافراد في الظاهرة دون أي احتكاك مباشر بواقع الظاهرة.

- **الملاحظة بالمشاركة:** هي مشاركة الباحث في نشاط أو حياة الجماعة التي يدرسها ويقوم بتسجيل ملاحظاته دائما وقت حدوثها وما مر به من خبرات وما قام به من اتصالات[11].

ان اغلبية الباحثين يجمعون على اهمية الملاحظة كاداة من الادوات الرئيسية التي تستخدم في البحث العلمي ومصدرا اساسيا للحصول على المعلومات اللازمة لموضوع الدراسة، يظهر ذلك من خلال استفادتي من اداة الملاحظة في الدراسة بعد الزيارات المتكررة التي قمت بها اثناء الدراسة إلى" اتصالات الجزائر"، حيث كان من الضروري ملاحظة بعض السيمات التي تميز بها مجتمع البحث، وكذلك ملاحظة العلاقات المتواجدة داخل المؤسسة، وذلك من خلال مختلف التعاملات التي تحدث بين افراد

المجتمع المبحوث، فالملاحظة المباشرة جعلتني اتعرف اكثر على الطاقم الاداري والعمال وسلوكاتهم اتجاه بعضهم البعض من جهة، واتجاه المديرة نحوهم من جهة ثانية.

– **المقابلة:** هي عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو اشخاص اخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من اجل تحقيق اهداف الدراسة.

ومن الاهداف الاساسية للمقابلة الحصول على البيانات التي يريدها الباحث بالاضافة إلى التعرف على ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة، ويمكن استعمال المقابلة بشكل فعال في المجتمعات الامية وفي الدراسات التي تتعلق بالاطفال[12].

انواع المقابلة: وتتمثل فيما يلي:

المقابلة الحرة: يقول الدكتور "عامرمصباح" أن أهم ما يميز هذا النوع من المقابلة هو أنها تأخذ شكلها بنفسها بناء على مسار الحوار الذي سوف يجري بين الباحث والمبحوث ليقول ما يشاء وذلك بهدف الوصول إلى البيانات الحقيقية التي تخالج المبحوث ولا يفصح عنها إلا عندما يفسح له المجال للتعبير الحر والمطلق.

المقابلة المقننة: تعني تحضير مجموعة من الأسئلة مرتبة ومنظمة على أساس تساؤلات البحث وفرضياته وعرضها على الخبراء قصد الاستشارة أو قياس صدقها ثم إجراء عليها الاختبار القبلي أو التجريبي لقياس ثباتها ثم تصبح اداة علمية مقننة.

اعتمدت في دراسة هذا البحث على المقابلات المفتوحة حيث سمحت لي هذه التقنية بكسب ثقة العمال ومختلف المشرفين من خلال جميع المقابلات المستخدمة مع الموظفين في المؤسسة ، من خلال تبادل الحديث واللقاءات الهامشية خارج أوقات العمل ،حيث تناولنا نقاط عديدة في الحوار فيما يخص طبيعة العمل والعلاقات ، وما ينتج عنهما من

تفاعلات والتزامات ،وكذلك آراء العمال حول ظروف العلاقات داخل اتصالات الجزائر كمنطلق لنجاح المؤسسة ،لأنها إذا ماكانت جيدة ،فإنها تضمن السير الحسن للمؤسسة

10-عينة الدراسة:

ان العينة لها اهمية بالغة في اجراء البحوث السيسيولوجية ويجب اختيار العينة بعناية فائقة تكون ممثلة تمثيلا صحيحا وكاملا لمجتمع البحث الاصلي للدراسة بطريقة علمية.

ان مجتمع البحث هو المجموع الكلي من المفردات والاشياء المحدودة والدراسة هذه تخص مجتمع القائم بالاتصال أي العاملين في مؤسسة اتصالات الجزائر، والعينة في دراستي هاته كانت قصدية عمدية، باعتبارها الفئة المختارة والتي هي فئة الجمهور الداخلي أي العمال والموظفين بالمؤسسة حيث تمثل الدراسة 30 بمختلف تخصصاتهم.

11-الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: قام بها الباحث "نبايس رضا" وهي دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص: وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة منتوري قسنطينة، سنة 2008 تحت عنوان:(واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية)، دراسة ميدانية اجريت بمؤسسة الاسمنت لعين الكبيرة سطيف.

وهي دراسة ميدانية استعمل فيها الباحث منهج دراسة الحالة، والمنهج الاحصائي، انطلاقا من الاشكالية التالية:

هل للعلاقات العامة مكانة في الهيكل التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

ودعم الباحث هذه الاشكالية بالتساؤلات الفرعية التالية:

1- ماهي الخصائص التي يجب ان تتوفر في هذا الجهاز، حتى يقوم بالمهام المنوطة به؟

2- ماهي الوسائل والاساليب التي تستخدم في العلاقات العامة لكسب تاثير وثقة الجمهور الداخلي والخارجي؟

3- ماهي مكانة العلاقات العامة في واقع الممارسة عند مسيري مجمع الاسمنت لعين الكبير ة؟

4- ماهي العراقيل التي تواجه سير العلاقات العامة في المؤسسة؟

نتائج الدراسة:

- تعتبر العلاقات العامة القلب النابض للمؤسسة التجارية، وينعكس ذلك من خلال وجود ادارة مستقلة بحد ذاتها تعتمد على وسائل حديثة لتادية مهامها.

- غياب مصلحة مستقلة والتي تعني بالعلاقات العامة والتي ترتكز على تقديم الخدمات وتحسين صورة المؤسسة والتعريف بها.

- صورة المؤسسة تعكس على اساس وضعية العلاقات داخلها وخارجها التي تؤول دون تحقيق مستوى معقول من العلاقات العامة داخل المؤسسة وخارجها.

- العلاقة الادية والرسمية، الروتينية التي تعيق التواصل الجيد بين العامل و الإدارة العليا، اذ ان طبيعة هذه العلاقة مبنية على مجرد الحصول على الوثائق، أي تواصل عملي بين العمال و الإدارة.

الدراسة الثانية:

قام بها الدكتور"حمدي شعبان" وهي مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه؟ تخصص علوم ادارية والشرطية بكلية الدراسات العليا بالقاهرة سنة 1992 تحت عنوان العلاقات العامة والانسانية، الاسس والتطبيق، دراسة تطبيقية في التجمعات العسكرية والشرطية، وهي دراسة استعمل فيها الباحث منهج دراسة حالة، والمنهج الاحصائي، اذ تنطلق الدراسة من مجموعة تساؤلات اهمها:

- ماهو واقع وممارسة العلاقات العامة والانسانية داخل التجمعات العسكرية والشرطية.
- إلى أي مدى ينطبق هذا الواقع مع حقائق واصول العلاقات العامة الانسانية الحديثة.
- ماهو التصور المستقبلي لدور الوظيفتين داخل التجمعات العسكرية.

نتائج الدراسة:

خلصت هذه الدراسة إلى وجود نقص واضح في مستوى اداء وظيفي للعلاقات العامة والانسانية داخل التجمعات العسكرية والشرطية ويتمثل هذا النقص في:

1| افتقار ضباط العلاقات العامة إلى الوعي الاداري والفني الخاص باداء وظائف العلاقات العامة والانسانية، مما يتطلب الارتقاء إلى مستواهم.

2| تخلف دور ضباط العلاقات العامة في التوعية العامة وعدم استخدام اساليب متطورة وذكية في جذب وتوعية المجندين، ومن ذلك اسلوب الرحلات والمسابقات العامة والحفلات الترفيهية.

3| عدم وفاء ضباط العلاقات باوجه الرعاية المادية والاجتماعية والنفسية، بالنسبة للمجندين.

الهوامش:

(1) زيتان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، مكتبة القاهرة، مصر، 1974، ص59.

(2) محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، طبعة1، الأردن، دار وائل للنشر، 1999، ص628.

(3) المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق للنشر والتوزيع، المكتبة الشرقية بيروت، 2000، ص913.

(4) مصطفي بن كرامة مختم ، تعريفات الواقع نقلا عن:
www.aramaashareah.net/mawak.php

(5) عبد العزيز صالح، الإدارة العامة المقارنة، الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000، ص3.

(6) سليمان فخري، العلاقات العامة، دار الكتاب والطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق، 1981، ص34.

(7) www.ust.edu/open/library/mang/55/exp11.doc 2015/06/11 على الساعة 10:00.

(8) عمار بوحوش، منهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص31.

(9) عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص15.

(10) مصطفى عمر التيسير، مقدمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، ليبيا، ص125.

(11) محمد عبدات وآخرون، "منهجية البحث العلمي، القواعد، المراحل والتطبيقات"، دار وائل للنشر، الجزائر، ص125.

(12) عبد العزيز صالح"الإدارة العامة المقارنة" الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع،الطبيعة الأولى،عمان 2000ص3 .

الفصل الأول:

ماهية العلاقات العامة وتطورها

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة ونشأتها

المطلب الأول :مفهوم العلاقات العامة.

اختلفت وجهات نظر الباحثين في وضع تعريف محدد للعلاقات العامة نظرا لتعدد مجالات نشاط العلاقات العامة في المنظمة فالباحث المتخصص في مجال الاتصال يتناول العلاقات العامة باعتبارها حالة اتصالية ،في حين ينظر اليها المتخصص في مجال الإدارة باعتبارها عملية ادارية،ونفس الحال بالنسبة للتخصصات الأخرى ، وفيما يلي اهم التعاريف:

لغة: بالنظر إلى اللفظتين المكونتين للمفهوم فان لفظ (علاقات) تعني الصلات والاتصالات القائمة بين الطرفين ،فالصلات والاتصالات في هذه الحالة تأخذ شكل العلاقة الدائرية التفاعلية التي تقوم على أساس التأثير والتأثر.

أما كلمة عامة فيقصد بها الجمهور،وبالنظر بشكل معمق في معنى كلمة عامة،لا بد من التمييز بين أربعة مفاهيم متقاربة هي:

-الجماعة: مجموعة صغيرة من الأفراد يعرفون بعضهم.

-الحشد: قطاع أعرض من الجماعة.

-العامة: قطاع أعرض من الحشد.

-الجماهير: قطاع أعرض بكثير من العامة[1].

إصطلاحا: هناك من الناحية الإصطلاحية،كما ذكرت سابقا،مجموعة كبيرة من التعاريف التي تعرضت لمفهوم العلاقات العامة ،ويمكن حصر بعضها فيمايلي:

ونجد الجمعية الدولية للعلاقات العامة عرفتها على أنها:وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر،تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة،إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم،بغية الحفاظ على ثقتهم عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق به،من أجل ربط سياستها،وإجراءاتها قدر الإمكان،ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر،ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة،عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها.

وعرفتها جمعية العلاقات العامة الأمريكية على أنها:نشاط،أو صناعة،أو إتحاد،أو هيئة،أو مهنة، أو حكومة،أو أي نشاطات أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة،منتجة بينها،وبين فئة من الجمهور،كالعملاء،أو الموظفين،أو الجمهور بوجه عام،لكي تحرر سياستها حسب الظروف المحيطة بها،وتشرح هذه السياسة للمجتمع.[2]

كما عرفها نظام الجمعية الفرعية للعلاقات العامة على أنها الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة الثقة واستمرارها بين الأعضاء ،وبين الفريق والجماهير المختلفة التي تنتفع بصفة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الإقتصادية أو الإجتماعية التي تحققها المؤسسة.[3]

كما قدم العرب تعريفات مختلفة للعلاقات العامة ،نجد منها:

تعريف منير حجاب الذي يرى أن العلاقات العامة هي أحد مجالات الإدارة المؤسساتية التي ظهرت وحققت قبولا متزايدا خلال الخمسين عاما الأخيرة ،ويرجع ذلك إلى تعاظم أهمية الرأي وكسب ثقة الجمهور لنجاح نشاط المؤسسات على اختلاف أنواعها .[4]

وبالنسبة لعلي الباز،العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المخططة والمستمرة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات العامة والخاصة لكسب تفاهم وتأييد وتعاطف الجمهور،الذي يهمها،والحفاظ عليه،ومن خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه مع سياستها قدر

الإمكان،ونشاطاتها وتحقيق المزيد من التعاون والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل.[5]

ويعرف محمد فريد الصحن،العلاقات العامة على أنها:النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها،سواء داخليا أو خارجيا،من خلال سياسات وبر امج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الإجتماعية.[6]

يتضح من كافة التعريفات السابقة أن العلاقات العامة تؤدي بصفة مستمرة وبطريقة مخططة،وهدفها إنشاء تفاهم مشترك بين المنظمة وجماهيرها،فتحسين الصورة الذهنية للمنظمة أمام الجمهور هي غاية العلاقات العامة الأساسية،وتبنى هذه الصورة الذهنية الجيدة على أساس تنقية برامج جيدة للعلاقات العامة ،تقوم على الأمانة والصدق،من خلال التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها،فقد تستطيع ان تخدع بعض الجماهير لفترة محدودة من الوقت، لكنك لن تستطيع ان تواصل خداعه لفترات عدة.

وخلاصة القول ان العلاقات العامة تقوم على الاتصال بالجمهور في سبيل خلق توافق وانسجام اكثر بين الأشخاص، في نطاق المؤسسة أو المجتمع،وفق برنامج خاص ومدروس.

ليس هناك اتفاق على تحديد تاريخ العلاقات العامة،إلا أنهم اتفقوا على أن مصطلح العلاقات العامة،لم يصغ ولم يدرس دراسة علمية منظمة إلا في القرن العشرين بأمريكا،على يد (إدوارد بيرنيز edward benays)

ومما لا شك فيه أن العلاقات العامة قديمة قدم الإنسان،وتطورت بتطور الحضارات،ومن ثم لا يمكن القول أنها ترتبط بتاريخ ظهور الصحافة ووسائل الطباعة،لأن الإنسان بطبيعته كائن اجتماعي،لا يمكن أن يعيش بمعزل عن الأخرين ومن ثم نشأت العلاقات بين افراد المجتمع،نتيجة تفاعلهم مع بعضهم،في أوجه الحياة اليومية..؟

المطلب الثاني :العلاقات العامة في العصور البدائية

لقد حرص ملوك مصر الفرعونية وكهنتها على الاتصال بالأهالي،حيث كان الكهنة ينقلون الأحكام الإلهية للناس كما ينقلون للملك المظالم التي يمكن ان يترض لها الشعب.

كما اهتموا بتسجيل مختلف الأحداث الهامة في مجتمعهم من انتصارات حربية وبعثات تجارية ومشروعات كبرى كحفر الترع وإقامة الجسور...كل هذا بهدف الإعلام بها وكسب تأييد الجماهير وإقناعهم بأن الحاكم يعمل من أجل رفاهيتهم ،كما استخدموا واجهات المعابر وجوانبها لنقش التعاليم الدينية وصوروا عليها الأحداث البارزة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو دينية ،كما حدث عندما اعتلى الملك مينا العرش ثم توحيد الوجهين بأن وضعوا نبات البردي المجلوب مع زهر الزنبق من الشمال تحت العرش.

كما كان لملوك بابل صحف تسجل فيها الحوادث اليومية كما توجه عن طريقها التعليمات ويحدثنا التاريخ بأن الملك حمو رابي كان يدعو عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وخاصة عيد جز القمح،وفي هذا الوقت يستطيع أن يذيع أوامره وتعليماته في حضور هذا العدد الكبير من المسؤولين وبذلك يضمن وصول تعليماته إلى كافة أنحاء المملكة،كما كان الأشوريون يستخدمون اللوحات الطينية التي تتضمن النشرات المصورة والتي تروي حوادث انتصاراتهم وما فعلته جيوشهم من التنكيل بالأعداء ويعرضونها في قاعاتهم وشوارعهم الكبرى.[7]

كذلك الحال بالنسبة للرومان واليونان فلقد اهتموا بالإتصال بأفراد الشعب وتوسعوا في أنشطة العلاقات العامة لأن حضارتهما كانتا تعتمدان على ثقة أفراد الشعب وتأييده،لما عرفوه عن إرادة الشعوب الحرة،ونمت العلاقات العامة واهتمت بالإتجاهات السائدة وميول الناس في المدن اليونانية خاصة بعد ظهور بعض المبادىء الديمقراطية

واستخدموا العديد من الوسائل منها القصائد الشعرية كأشعار هوميروس والنشرات اليومية عن أعمال مجلس الأشراف،وبهذا كان الاتصال يسير في اتجاهين من الحكام إلى الشعب ومن الشعب إلى الحكام.

أما فيما يخص العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية فلقد طورت مفهوم العلاقات العامة والأساليب والوسائل التي تستخدم فيها،بل أنها قدمت الأساس الذي يمكن أن تستند عليه العلاقات العامة ،حيث أن الإسلام عني بالإنسان وكرامته وأفكاره ورغباته ،لذلك نجد أن الدعوة الإسلامية لم تأخذ نهج الفرض بل إنها اعتمدت على البرهان والإقناع والحجة في نشرها .[8]

كما استخدم الرسول صلى الله عليه وسلم أساليب بنوعيها الشخصي وغير الشخصي حيث كان يوفد الرسل ويبعث بالكتب إلى الملوك والأمراء ويدعوهم إلى الإسلام.

المطلب الثالث:العلاقات العامة في العصور الوسطى.

يطلق على هذه العصور بالعصور المظلمة وهي أسوء العصور التي مرت بها البشرية،حيث تردت المجتمعات في ظلمات التعصب والجهالة نتيجة الجهل والفساد،والتعصب الديني،كما اتصفت هذه العصور بالإنحلال الاقتصادي والاجتماعي وانتشار النفوذ الإقطاعي.

لكن الثورة البروتستانتية التي قام بها مارتن لوثر وتحديه لسلطان الكنيسة ،جعل هذا الأخير يعيد النظر ويفكر في ضرورة توفير الرعاية المختلفة من أجل الدين ،حيث عملت الكنيسة على تخريج متخصصين في الدعوة الدينية والتبشير،عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك،ومن هنا اتجه الاهتمام نحو العلاقات العامة واستخدمت في المجالات الدينية بجانب المجالات الاقتصادية والسياسية ،عن طريق الكتاب والمؤلفين وغيرهم الذين ساهموا في النشر والإعلام لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم وتعاونهم،ثم حذت الكنيسة الكاثوليكية حذوها أيضا لكسب تأييد الجماهير التي تأخذ بالمذهب الكاثوليكي.[9]

المطلب الرابع: العلاقات العامة في العصور الحديثة.

إن اصطلاح العلاقات العامة بمعناها الحديث،قد استخدم لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر،وقد كان دومان ايتون من مدرسة بيل للقانون أول من استخدم الاصطلاح في خطاب ألقاه سنة 1882 بعنوان العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية ثم ظهر الاصطلاح سنة1906 م وكذلك سنة 1913م في الأحاديث التي ألقاها مديرو شركات السكك الحديدية في بلتيمور واومايو حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة التي تتصل بها،وقد أصبح الاصطلاح شائعا ومألوفا في العشرينيات عندما ابتدع بيرنيز عبارة مستشار العلاقات العامة رغم ما قوبل به من سخرية على أنه اصطلاح مرادف لعبارة السكرتير الصحي وإن كان ينطوي على تفخيم سخيف.[10]

ولم تظهر العلاقات العامة بشكل أكثر وضوحا حتى الثورة الأمريكية ،إذ كان الوطنيون الأمريكان وأعين بالدور الهام الذي يمكن أن يلعبه الرأي العام في الحرب مع الإنجليز،وبناءا عليه فإنهم خططوا نشاطاتهم،وعلى سبيل المثال فإنهم خططوا لإحداث حفلة شاي ببوسطن،لجذب انتباه الجمهور،واستخدموا مجموعة من الرموز كشجرة الحرية التي يمكن ملاحظتها بسهولة وتساعدهم في تصوير قضيتهم بشكل إيجابي .

وفي عهد رئاسة أندرو جاكسون والذي لم يكن رجل اتصال ناجح انطلقت العلاقات العامة السياسية ،إذ اعتمد على صحفي سابق وهو أموس كيندول ليكون السكرتير الصحفي ويتولى شؤون العلاقات العامة ويساعده في قضيته أما التكتيكات الأولى للعلاقات العامة الحديثة فترجع إلى العقد الأول من القرن العشرين،حيث يعتبر إيفل هو رائد العلاقات العامة إذ قام عام 1903م بافتتاح مكتب للاستثمار مع جورج باركر وبعد سنوات قليلة أصبح لي ممثلا لشركة الفحم ولسكة حديد بنسلفانيا [11]

وأكد أن مشكلة رجال الأعمال لا يمكن أن تحل باستخدام الدعاية الكاذبة ،بل أكد أن عصور الجماهير واستغلالها قد ولت ولا يمكن أن تعود،وأن النزعة الإنسانية والمسؤولية الاجتماعية والمعاملة الطيبة هي التي تحل فهم مشاكلهم، ونادى بضرورة معاملة المستخدمين والعامل معاملة انسانية ومنحهم الاجور المجزية، وكذلك ينبغي ان تعمل على رعاية مصالح الجمهور الخارجي.

وبهذا يكون"ايفي لي" قد نجح في تحديد معالم العلاقات العامة ويرجع اليه الفضل الأول في ارساء قواعدها على اسس علمية وخلقية سليمة، حيث يحددها نشاط مزدوج الاتجاه، بمعنى انها تتضمن ايضا اعلام الجماهير بحقيقة المؤسسة اعلاما صريحا لا موارية فيه ولا سرية ولا كتمان، كما اوضح"ايفي لي" ايضا ان الاعلام والنشرليسا هما العلاقات العامة، ولكنهما اداة واحدة من ادواتها،وكان لتقديمه كل هذه الافكار لقبوه برائد العلاقات العامة [12].

بعد الحرب العالمية الأولى ظهر رائدان في مجال العلاقات العامة وهما كارل بايوير وادوارد بيرناس الذي اصدر اول كتاب في العلاقات العامة بعنوان"بلورة الراي العام"والذي نشر عام 1923م، واما بايوير فقد انشاة مؤسسة للعلاقات العامة والتي مازالت اكبر مؤسسة للعلاقات العامة في العالم [13].

ومنذ الحرب العالمية الثانية فقد اكتسيت العلاقات العامة اهمية متزايدة لدى النشاط التجاري، ذلك ان معظم المؤسسات الكبيرة قد انشات اقساما للعلاقات العامة، اما المؤسسات الصغيرة فهي تفيد من الاخصائينفيها ايضا، كما ان المؤسسات التعليمية والجماعات المهنية في الطب والقانون وغيرها والاحزاب السياسية والهيئات الحكومية تبدي اهتماما بالعلاقات العامة في الوقت الحاضر وتكونت الجمعيات الوطنية والاقليمية والمحلية للعاملين في مجال العلاقات العامة، واضيفت المناهج الدراسية وانشئت اقسام

علمية بالجماعات لدراسة العلاقات العامة، وتمنح جامعة بوسطن في امريكا مثلا درجات الماستر والدكتوراه في العلاقات العامة والاتصال، وذلك في مدرسة"العلاقات العامة والاتصال يالاضافة إلى حوالي مائتي معهد اخر يمنح دراسات في العلاقات العامة بامريكا وحدها.

اما في الوطن العربي فقد عرفت العلاقات العامة في مصر منذ الخمسينات، ولعل"ابراهيم امام هو الرائد في هذا المجال اذ اصدر كتاب"العلاقات العامة والمجتمع" عام 1959م وقام بتدريس العلاقات العامة لطلبة قسم الصحافة بجامعة القاهرة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي[14].

(1957-1958) وهكذا كان كتاب ابراهيم امام هو مقدمة دخول علم العلاقات العامة إلى الوطن العربي ويتحدث ابراهيم امام عن التجربة بقوله:

" ولم اكن اتصور ان هذا العلم الذي قدمته لاول مرة سوف يلقى ذلك الاهتمام الكبير الذي لقيته داخل الجامعة وخارجها، وسرعان ما انشئت معاهد لدراسة هذا العلم في مصلحة الاستعلامات ومعهد الاعلام والمعهد الاشتراكي، ومعهد الارشاد القومي، كما اهتمت به وزارة الثقافة ووزارة الحكم المحلي وغيرها من الوزارات والهيئات"[15]

ومن بين العوامل التي ساعدت على نمو العلاقات العامة وزيادة فعاليتها ذلك التقدم الذي طرأ على وسائل الاعلام مما سهل عليه الاتصال بكفاءة الجماهير في كافة ارجاء العالم في وقت قصير، ولم تكن هذه الوسائل الحديثة متاحة من قبل[16].

وهناك مجموعة من العوامل التي ادت إلى نشات وتطور العلاقات العامة وهي:

1- ظهور الانظمة الديمقراطية الحديثة خلقت الاهتمام بتحليل ودراسة الراي العام كقوة مؤثرة للتعرف على الاراء في القضايا والمشكلات.

2- تنوع انماط المستهلكين وتعقد علاقات العمل بين العامل ورب العمل اقتضى العمل على كسب تاثير الجماهير.

3- تطوير وسائل الاتصال الجماهيري ساهم في تقريب المسافات بين بقاع العالم حتى اصبح العالم بمثابة قرية اعلامية، مما جذب العلاقات العامة إلى ان تساهم في الحرص على كسب تاييد الراي العام.

4- نمو الجماعات المهنية والتنظيمات ساعد على تصحيح اتجاهات الراي العام واصبح قوة يعتد بها.

المبحث الثاني: أنواع و أسس العلاقات العامة ومبادئها

المطلب الأول: أنواع العلاقات العامة

هناك عدة تصنيفات للعلاقات العامة، فهناك من يقسمها حسب مجال استخدامها إلى:

سياسية، تجارية، صناعية...الخ، كما تقدم ايضا حسب نوع النشاط إلى علاقات عامة دائمة مؤقتة، كما تقسم حسب جمهور المؤسسة إلى علاقات عامة داخلية وعلاقات عامة خارجية، والتقسيم الاخير هو الذي نتناوله بتفصيل اكثر لانه يتلاءم وطبيعة الموضوع.

- العلاقات العامة الداخلية:

تعمل العلاقات العامة على توطيد الصلة بالجمهور الداخلي للمؤسسة، وهذا الاخير الذي تتفاهم وتتخاطب معه المؤسسة دوما، في اعمالها الروتينية العادية[17] والجمهور الداخلي يشمل جميع العاملين في المؤسسة أو منظمة اتصالات الجزائر في مختلف المستويات الادارية، ومختلف الوحدات التي تتكون منها المنظمة، والعاملون لا يقصد بهم العمال فقط، ولكنه مفهوم يضم العمال والموظفين في مختلف الاقسام سواء كانت ادارية أو انتاجية[18]، وتسعى العلاقات العامة من خلال اتصالها بالجمهور الداخلي إلى الوقوف على مختلف المشاكل التي تواجهها، وتعمل في المقابل على حلها.

فالعلاقات العامة تقوم بدور اتصالي هام، يستطيع تعزيز العلاقات وتنظيم الخدمات التي تساعد في انتماء افراد المؤسسة لها، واشباع حاجاتهم، وذلك مثل القيام بالرحلات والرياضة والحفلات والتعاون في بعض المشاريع الاجتماعية كالانسان، والتامين الصحي، والتوفير من خلال المعلومات الراجعة التي يمكن ان تزود بها الإدارة العليا عن

المستخدمين، والعلاقات العامة السليمة هي التي تبدأ من داخل المؤسسة، وعلى الإدارة ان تجعل العلاقات مع العاملين(موظفين، رؤساء اقسام، اداريين...) تماما مثل العائلة المنظمة، لتصبح علاقات عضوية مترابطة بين اعضاء المجموعة، وان يشعر العضو فيها وكانه في منزله وبان المؤسسة هي حياته ومستقبله يدافع عنها بكل قناعة.

- العلاقات العامة الخارجية:

تسعى العلاقات العامة الخارجية إلى توسيع نطاق الاتصالات ،ونجد نوع من الامتداد لسمعة المؤسسة داخل حدود الدولة أو في المجال الدولي [19]

إذ تعتبر علاقة المؤسسة مع الجمهور الخارجي على درجة كبيرة من الاهمية ، إذ أن هذه المؤسسة لا يمكنها ان تستمر في أداء عملها إلا إذا حضيت بتأييد وتعضيد الجمهور الخارجي لها، والجمهور الخارجي لا ينظر له باعتباره جمهورا نوعيا واحدا، ولكنه يتضمن العديد من الجماهير النوعية التي تختلف باختلاف المؤسسات .

فالمؤسسات الصناعية على سبيل المثال لها جمهور المساهمين ،جمهور الموزعين،جمهور المستهلكين.

وكل جمهور من هذه الجماهير له أهمية بالنسبة للمؤسسة ،فجمهور المستهلكين يعتبر محور نجاح أو نجاح المؤسسة الانتاجية ،فاذا اقبل على انتاجها زادت دائرة اعمالها، واذا تجاهل انتاجها كان مصيرها الفشل، فهو الذي يدفع وبطريقة غير مباشرة الاجور ومرتبات العاملين، لذلك يجب اقامة علاقات طيبة معه والعمل على ارضائه، ومعرفة العوامل التي تؤثر في قراراته وعاداته الشرائية.

ولا تقل الجماهير النوعية الأخرى في اهميتها بالنسبة للمؤسسات عن اهمية جمهور المستهلكين.

اذ يمكن القول في الاخير ان العلاقات العامة بنوعيها تعمل من خلال اتصالاتها الدائمة بجماهير المؤسسة الداخلية والخارجية على كسب ثقتهم وتاييدهم، والمحافظة على استمرارية هذه الثقة والتاييد.

المطلب الثاني: أسس العلاقات العامة

أهم الأسس والدعائم التي تستند إليها عملية الممارسة الرشيدة للعلاقات العامة هي:

- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية بل تشكل عنصرا أو عناصر أساسية للمؤسسة.
- العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة، وهي وظيفة مستمرة، ومخططة لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود الأفعال لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المؤسسة.
- العلاقات العامة وظيفة استثمارية تنفيذية، فهي استثمارية لأنها تقدم للإدارة العليا منشوراتها في كيفية التعامل مع الجمهور، وهي تنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.
- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل حيث تعكس وجهة نظر الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الرسائل والأشطار والقنوات للأساليب الاتصالية المتاحة للمؤسسة[20].
- شمولية العلاقات العامة إن نشاط العلاقات العامة يجب أن يشمل جميع المجالات ولا يقتصر على مجالات معينة أو محددة، لأن العلاقات العامة ضرورية ولا بد منها في كافة الميادين التجارية والصناعية والإدارية والتعليمية والصحية وحتى على المستويين العام والخاص وبكل الفروع التابعة لهما وعلى الصعيد الداخلي والخارجي.

- أخلاقيات العلاقات العامة فهي تقوم على أسس من الثقة والاحترام المتبادلة بين المنظمة وجمهورها وهذا يتطلب منها أن تقوم على مبادئ أخلاقية يعني أن تبتعد عن التحيز والتفرقة والعنصرية والحزبية والدينية وعن وسائل الغش والتضليل والدعاية المزيفة، وأن تقوم في معاملتها مع الجماهير على أساس من الهدف والأمانة والثقة.
- إنسانية العلاقات العامة: وتعني التركيز على الجانب الإنساني واعتبار أن الإنسان هو محور كل نجاح في أية منظمة كانت والاهتمام بالعاملين كافة [21].
- العلاقات العامة تتطلب مهارات ومعارف متعددة منها الإدارة والاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس، والإعلان والسياسة والاقتصاد لذا فهي ظاهرة مركبة.
- أساس العلاقات العامة هو معرفة ودراسة وفحص الاتجاهات والميول والحاجات والتنبؤ بها، وبدون ذلك لا تستطيع العلاقات العامة أن تقوم بأدوارها بصورة علمية مؤثرة.
- البحث العلمي ركن أساسي من أركان العلاقات العامة، وعليه تعتمد المؤسسات في التخطيط وبناء سياستها وتنفيذ برامجها واستراتيجياتها الاتصالية.
- الإقناع بين العلاقات العامة في المنظمة والجمهور متطلب من متطلبات نجاح خطط وبرامج العلاقات العامة.
- الصورة الذهنية الطيبة عن المنظمة لدى الرأي العام هي الهدف الأساسي لعمل العلاقات العامة.
- العلاقات العامة لا بد وأن يمارسها كل من يعمل بالمنظمة[22].

المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة

لكي تؤدي العلاقات العامة دورها بتكامل ونجاح لابد وان تستند على مجموعة من المبادئ، لكي تكون هذه الاخيرة الدليل الذي يقودها نحو تحقيق الهدف المنوط بها، فالعلاقات العامة مبادئ يلتزم بها المختصون، اثناء ادائهم لنشطاتهم داخلها، والتي عادة ما تكون مخططة ومدروسة مسبقا.

وعلى الرغم من الاتفاق، على معظم واغلب المبادئ التي على العاملين بالعلاقات العامة الالتزام بها، الا انه من الممكن ان يكون هناك اختلاف من طرف تطبيقها، وهذا راجع لعة اسباب واعتبارات اهمها:

أ- **طبيعة نشاط المؤسسة:** فالمؤسسات التي تشتغل باعمال المرافق العامة، أو التي تقوم بانتاج وتوزيع السلع الاستهلاكية، تحتاج إلى نوع معين من التنظيم الاداري لاعمال العلاقات العامة وطبيعة ونوعية الممارسة فيه.

ب- **حجم ونوعية الجمهور**: والذي يكون على اتصال بالمؤسسة، سواء كان داخليا أو خارجيا ومدى القدرة على التأثيرفيه، ومدى استجابة هذه الجماهير لنشاطات المؤسسة والنوعية المستخدمة من وسائل الاتصال مع هذا الجمهور.

ج- **مدى اهتمام المؤسسة بالمسؤوليات:** وكافة الالتزامات الاجتماعية الملقاة على عاتق جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة بما يتماشى مع مصالح مختلف الجماهير المتصلة بها.

د- **شخصية عامل العلاقات العامة:** من حيث استعداده وخبراته ومهاراته وقدرته على التعامل مع جمهور المؤسسة [23]

ويختزل" ايدوارد بارنيز" مبادئ العلاقات العامة في نقطتين بالاحرى قاعدتين رئيسيتين هما:

الاداء النافع اولا والاخبار الصادق على نطاق واسع ثانيا ويضيف ان القاعدة الثانية مكملة للاولى، ولا يمكن ان تقوم بديلا عنها، حيث يمكن استنتاج مجموعة من المبادئ التي تقوم عليها العلاقات العانمة:

1- العلاقات العامة تبدا من المؤسسة أي يجب ان يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الافراد الذين يعملون بها، فمن غير المنطقي ان تبدا المؤسسة أو المنشاة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجي، وعلاقتها مع الجمهور الداخلي على غير ما يرام، فيجب اولا خلق روح الجماعة والتعاون بين افراد مؤسسة اتصالات الجزائر على اختلاف مستوياتهم الادارية، ثم بعد ذلك يبدا في تنمية وتوطيد العلاقات مع الجمهور الخارجي، عن أي مؤسسة هي تلك التي يراها في موظفيها، وعمالها وطريقة معاملتهم للناس وادائهم لواجباتهم، وفي ذلك ما يبرر ان تبدا العلاقات العامة من داخل المؤسسة، حيث لا يمكن تصور مؤسسة تسعى إلى كسب الجمهور الخارجي، وتمهل الجمهور الداخلي، لان الاهتمام بالجمهور الداخلي وكسب ثقته ورضاه هو اول خطوة لنجاح المؤسسة، لان عمال المؤسسة يمثلون مراة عاكسة لصورة مؤسستهم، فهم ينقلون الانطباع الحسن للجماهير الخارجية من خلال حديثهم عنها، اما اذا اهملت المؤسسة جمهورها الداخلي، فانه يسخط عليها وينقل عنها صورة سيئة.

2- مراعاة الصدق والامانة واتباع الاسلوب العلمي: يجب ان تتسم اعمال المنشاة "اتصالات الجزائر بالصدق والامانة، وان تتقيد بالعدالة والاخلاص في جميع تصرفاتها لان الحقيقة خير اعلام عن المنشاة، كما يجب ان يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الاخلاقية ةالاسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم.

3- انتاج سياسة عدم اخفاء الحقائق: ان الاساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير، وسياسة عدم اخفاء الحقائق كفيلة بان تقضي على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة، وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المشترك[24]

4- مساهمة الهيئة في رفاهية المجتمع: ان رفاهية المحتع هدف عام تسعى جميع هيئات المجتمع إلى تحقيقه ،وتشترك المؤسسات مع بعضها العض على انجازه، لذلك يجب ان تضع كل هيئة اهدافها في ضوء الاهداف العامة للمجتمع ،وبذلك تصبح عضوا نافعا فيه، فتقدم المؤسسة وتطورها يساعد على تحقيق اهداف المجتمع، وتطوره ينعكس على المؤسسات القائمة ،لذلك يجب ان لا تتعارض أهداف المؤسسة مع أهداف المجتمع .

5- نشر الوعي بين الجماهير: يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخطط التنمية، ودور المؤسسة أو الهيئة في ذلك، وعليها تقع مسؤولية توجيه الراي العام، ودفع الجماهير إلى تاييد الساسة العامة لمؤسسات الدولة وكسب ثقة الجماهير وتعاونها.

6- كسب ثقة الجماهير: تهدف العلاقات العامة في منظمة اتصالات الجزائر إلى العمل على كسب ثقة الجماهير حتى تتمكن من تحقيق اهدافها ومعنى هذا ان انشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن ان تنجح الا اذا رضيت جماهيرها عنها، وعلى ذلك يجب ان يدرب العاملون باتصالات الجزائر حتى يتمكنوا بالقيام بواجبهم لكسب ثقة الجماهير على الوجه الاكمل بحسن ادائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرهم.

7- تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى: لا يمكن مؤسسة اتصالات الجزائر ان تنجح في تادية رسالتها ما لم تتعاون مع غيرها، فلا يكفي مثلا ان تمارس نشاطها وتوطد علاقاتها بجماهيرها وتهمل تعاونها مع الهيئات الأخرى، ومن هنا نشاة الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين الهيئات بعضها مع البعض.

المبحث الثالث: اهمية ووظائف العلاقات العامة واهدافها.

المطلب الأول: اهمية العلاقات العامة

تتحقق العلاقات العامة التكيف الانساني اللازم بين الاجهزة والهيئات وبين الجماهير،وهذا التكيف الانساني أصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة ،وبدونه لايمكنها ان تصل إلى اهدافها المنشودة.

تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير ،وهذا يساعد المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي توجهها لان المشاركة بين الجماهيرية لا تجعل هذه الهيئات في عزله عن الجماهير

تتحقق العلاقات العامة لجمهورالداخلي لاتصالات الجزائر خدمات انسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة ،ويهيئ اسباب الحياة الكريمة للعاملين بالهيئات وبالتالي فان ذلك يساعد على نشر روح الاطمئنان في نفوسهم [25]

توضيح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير ،وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم وهذا التوضيح يساعد هذه الهيئات على إحداث تعديلات مناسبة في سياستها وخطط عملها بما يتماشى مع رغبات الجماهير ويحقق النفع لهم وللهيئات معا.

تهيئة الراي العام لتقبل افكار وآراء جديدة ،وإيجاد جمهور يؤيد ويساند الهيئات والتنظيمات والمؤسسات ،ما يقوي الروابط بين هذه الهيئات والجماهير ويوفر تعاونا بينهما ويساعد على تماسك المجتمع.

المطلب الثاني:وظائف العلاقات العامة

يرى معظم الباحثين الذين قاموا بتحليل وظائف العلاقات العامة للهيئات والمؤسسات ان هناك خمسة وظائف رئيسية، حيث وردت العديد من الآراء حول وظائف العلاقات العامة سنحاول ان نتطرق لاهمها فيما يلي :

1/ **البحث:**ويقصد به تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة في الداخل والخارج ،وكذا الحث في مدى نجاح الحملات الإعلامية والدعائية ووسائلها المختلفة.

2/**التخطيط:**ويقصد به رسم خطة دقيقة للعلاقات العامة تتفق مع الخطة العامة للمؤسسة، ولا تتعارض معها وفي ضوء الخطة القومية الشاملة ،وهذه الخطة تحدد الاهداف البعيدة والقصيرة المدى وترسم خطوات التنفيذ وتحدد الميز انية تحديدا دقيقا وتوزع المسؤوليات على القائمين بالتنفيذ [26].

3/**التنسيق:** وهو ترتيب الاتصال لمسؤولي الادارات في داخل المؤسسة ،وايضا تنسيق الاتصال بالمنظمات والجمهور في خارجها .ويعمل موظفي وخبراء العلاقات العامة على تزويد رؤساء الاقسام وكبار الموظفين داخل المؤسسة بالمعلومات والبيانات والاخبار المتعلقة بالعلاقات العامة ،إضافة إلى الاتصال بالأشخاص والمنظمات والصحافة واجهزة الاعلام ي الخارج

4/ **الإدارة** : ويعني بها تقديم الخدمات للادارات الباقية ضمن المؤسسة ،ومساعدتها في انتقاء الموظفين المناسبين والعمال ،وتدريبهم وإعداد برامج ثقافية ،والعناية برفاهيتهم ،وتكوين العلاقات الطيبة مع وكلاء الشركة وموزعيها [27].

5/ **الانتاج** :ويتصل بالانتاج عدد كبير من الاعمال الهامة المتعلقة بالاعلام والنشر، فإلىجانب الاتصالات بالصحفيين وإصدار البيانات وعقد المؤتمرات تقوم إدارة العلاقات العامة بإنتاج الأفلام السينمائية الموجهة إلى جماهير المؤسسة أو الهيئة ،وكذلك تقوم بتحرير المجلات وإصدار النشرات وإعداد المحاضرات وإقامة المعارض وإعداد الصور والرسوم ،وتعد صحيفة المؤسسة من أهم ما تنتجه العلاقات العامة بالإضافة إلى مجموعة المطبوعات الأخرى مثل الكتيبات والتقارير [28]

المطلب الثالث :أهداف العلاقات العامة

تهدف العلاقات العامة إلى نقل وتوصيل المعلومات عن المنظمة إلى الجمهور حتى تكون الجماهير على فكرة صحيحة عن هذه المنظمة يؤيدونها في خططها ، وفي أزماتها وتستخدم إدارة العلاقات العامة وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال في نقل هذه المعلومات إلى الجمهور ،وبذلك تصبح اتجاهاتهم مؤيدة للمنظمة فيقبلون على خدماتها، أو ما تنتجه من سلع [29].

معرفة آراء الجمهور واتجاهاته نحو المنظمة (نحو سياستها ،خططها ،برامجها ،أو مدلول ما تنتجه من سلع أو خدمات) وذلك من أجل العمل على تلبية رغباته ومتطلباته قدر الامكان ولتضمن أيضا استمرار تعامله معها ،والمضاعفة من فرض نجاحها .

معرفة آراء الجمهور واحتياجات العاملين (عمال ، موظفين) في المؤسسة من النواحي الثقافية والترويجية ،أو استحقاق المكافآت والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية.

المشاركة مع إدارات المؤسسة الأخرى في إعداد المواد الإعلامية ،والمتطلبات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة كإدارة التسويق أو الانتاج ...لتعريف

الجمهور بذلك ،وتقوم بإعداد الصور والتصاميم والإعلانات الخاصة ،لمجمل نشاط المؤسسة وكذلك بتوفير الدراسات والبحوث والأفلام والمطبوعات وكافة المواد الإعلامية التي تطلبها المؤسسة وإدارتها [30]

توثيق الاتصال بين المؤسسة والجهات أو المنظمات الأخرى ،المشابهة أو غير المشابهة، واستخدام مختلف وسائل الاتصال المكتوبة أو المرئية.

إذن فأهمية العلاقات العامة وأهدافها لا تقتصر على الجمهور الداخلي أو الخارجي بل ،بمحاولة تحقيق رضى الطرفين والسعي على خلق التكامل بين جماهيرها ،من اجل المحافظة على كيانها واستمرارية نجاحها .

التهميش:

(1) عبد المجيد محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، بدون طبعة، دار المعرفة الجامعية، الأردن، 2001، ص37.

(2) سمير حسن منصور، مناهج العلاقات العامة من منظرو الخدمة الاجتماعية، بدون طبعة، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص77.

(3) سمير حسن منصور، نفس المرجع.

(4) عبد المجيد محمود صالح وآخرون، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، المرجع السابق، ص38.

(5) محمد بهجت جاد الله عدل، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، بدون طبعة، دار المعرفة، الأردن، سنة 2001، ص33.

(6) إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، مرجع سابق، 1987، ص51.

(7) عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مرجع سبق ذكره، ص 105-106.

(8) إبراهيم إمام الدين، فن العلاقات العامة والإعلام، مرجع سبق ذكره، ص90.

(9) حسن خير الدين، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، بدون طبعة، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1991، ص20.

(10) زياد رمضان، العلاقات العامة في منشأة القطاع الخاص، بدون طبعة، الجامعة الأردنية، عمان، 1984، ص 280.

(11) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، طبعة 3، عالم الكتاب، مصر، 1886، ص41.

(12) هاشم زكي محمود، العلاقات العامة المفاهيم الأساسية العلمية، بدون طبعة، بدون دار نشر، الكويت، 1990، ص67.

(13) خالد العوضي، العلاقات العامة والإعلام، دون طبعة، مكتبة الجامعة الحديثة، مصر، 1997، ص91.

(14) محمد منير حجاب، سحر وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص17.

(15) محمد يوسف مصطفى عبدة، مقدمة في العلاقات العامة، مركز جماعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2004، ص163-164.

(16) زياد رمضان ، "مرجع سابق، ص39.

(17) زياد رمضان ، "مرجع سابق، ص39.

(18) محمد بهجت جاد الله كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص29.

(19) عمر وصفي عقلي وآخرون، وظائف منظمات الأعمال، بدون طبعة، دار زهران، عمان، 1994، ص28.

(20) عبد الكريم راضي، مرجع سابق، ص37.

(21) هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، أسس نظرية ومجلات تطبيقية، الطبعة الثانية، بيروت، 1980، ص58.

(22) محمد بهجت جاد الله كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص29.

(23) سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية – رؤية نظرية وعملية وواقعية، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص261.

(24) سليمان فخري العلاقات العامة دار الكتاب والطباعة والمنشر جامعة الموصل العراق 1981ص34.

(25) عمار بحوش" منامج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث،" الجزائر ديوان المطبوعات الجامعة، 2001ص31.

(26) حسن ناجي عارف، مبادئ العلاقات العامة، دار باف العلمية، عمان الأردن،2000.

(27) منى سعيد الحريري، سلوى إمام علي، المجتمع والإعلام، القاهرة، دار المصدرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2004.

(28) علي عجوة: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1، مطابع ابن سينا، القاهرة، مصر، 2001، ص 77.

(29) محمود يوسف، حنان جنيد: إدارة وتخطيط العلاقات العامة، كلية الاعلام، مركز جامعة القاهرة، مصر، 2004، ص 180.

(30) عبد السلام ابو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 1994، ص86.

الفصل الثاني

إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة

المبحث الأول: مجالات العلاقات العامة

تظهر مجالات ممارسة العلاقات العامة في جميع مرافق الفرد، وفي جميع المؤسسات على اختلاف احجامها وانشطتها فالمؤسسة الصغيرة والمؤسسة الكبيرة تعتمد في حياتها على سياسة العلاقات العامة التي تخطط لها وتنفذها بالقدر الذي تسمح به امكانياتها، وتقضي به حاجاتها وليس هذا بغريب اذ ان كلا منهما على علاقة بالجمهور وموضعا لرايه[1] ومنه تنقسم العلاقات العامة من حيث المجال إلى:

المطلب الأول: مجالاتها في المجال الاقتصادي

يمكن ان تطرح العلاقات العامة خارج المنظمة العديد من الموضوعات والافكار في هذا المجال والتي تنعكس بالتالي على المجتمع الذي تمارس فيه نشاطاتها وترتبط معه بعلاقات متبادلة ومن اهم هذه الافكار:

1- تنمية الوعي الادخاري كضرورة لتوفير الاستثمارات اللازمة لمشروعات المنظمة.

2- ترشيد الانفاق الحكومي ولا سيما اذا كانت المنظمة تتعامل خارجيا مع العديد من المصالح والهيئات الحكومية.

3- تنمية وتقوية الوعي الضريبي كاساس لبناء اقتصاد قوي.

4- نشر الوعي التاميني باعتباره احد اوعية الادخار اللازمة لتمويل المشروعات[2]

5- يمكن ان تؤدي العلاقات العامة دورا اعلاميا خارج المنظمة فعالا في مجال الارشاد الزراعي والامن الصناعي

6- تبصير الجماهير على مختلف انتماءاتها بحقيقة الاوضاع والتحديات التي تواجه التنمية داخل الدولة.

7- تهيئة الجو المناسب لادارة حوار فعال بين المنظمة والجماهير عن طريق وسائل الاعلام لضمان مشاركتهم الايجابية في شكل النشاطات الهامة المتعلقة ببلدهم ومنه فان ذلك يتلخص في الافكار التالية:

- تلقي شكاوى العاملين والجمهور ومتابعة بحثها ودراستها مع الاجهزة المعينة سواء ان كانت بالمؤسسة الصناعية أو الهيئة التابعة لها، وكذا الربط الدائم والمستمر بين علاقات المؤسسة الصناعية، وبين ادارة الشؤون الطبية، ومستشفيات التامين الصحي المختلفة للتعرف على مشاكل علاقة العامين بها[3]

- العمل على عقد الندوات لشرح وتفسير ما يصدر من الإدارة العليا من قرارات وتعليمات ولوائح خاصة ما يتعلق منها بشؤون العمل والعاملين من اجل المحافظة على الالتحام.

- العمل على رفع المستوى الاجتماعي، الثقافي والروحي للعاملين، ونشر روح التاخي بينهم بما تخلقه الاعمال الجماعية من ترابط وثيق بين العمال.

- القيام بالبحوث والدراسات العلمية الخاصة بالتعرف على اراء الجمهور وتطلعاته.

المطلب الثاني: مجالاتها في المجال السياسي

ويبرز الدور الاعلامي للعلاقات العامة خارج المنظمة في المجال السياسي اذ تدبرنا الفوائد التالية:

1- غرس الشعور بالانتماء الوطني والقومي لدى الموظفين لمؤسساتهم ومنظماتهم المختلفة، فشعور المواطن بالولاء لمنظمته أو شركته أو منشاته يدفعه إلى بذل التضحيات التي تتطلبها المصلحة العامة لتلك المنظمة أو المنشاة.

2-تشجيع الجماهير على المشاركة السياسية في اتخاذ القرارات وتدعيم الديمقراطية.

3- التنبه إلى محاولات التشكيك التي تستهدف النيل من النظام السياسي.

4- اتاحة الفرصة لكافة الاراء الوطنية لكي تعبر عن نفسها من خلال هذه الوسائل الاعلامية وبالتالي تكتمل دائرة الاتصال منها واليها.

5- كشف الانحرافات من جانب المسؤولية في مختلف القطاعات التي لها صلة بالجماهير والتنبه اليها لمعالجتها.

6-تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث وتفسير هذه التغيرات ومساعدة الجماهير على فهمها والتكيف معها.

المطلب الثالث: مجالاتها الادارية والاجتماعية

الاداري: وعلى اعتبار ان الجهاز الاداري لاي منظمة أو هيئة أو مؤسسة يلعب دورا فعالا في تنمية المجتمعات فان الدور الاعلامي الذي يمكن ان تقوم به العلاقات العامة خارج المنظمة في هذا المجال يتمثل في:

1- علاج مشكلات الإدارة والتغلب على التحديات التي تواجه التغيرات الجذرية لمواجهة التطورات الحديثة.

2- ابراز مظاهر التخلف في القوانين واللوائح التي تعجز عن توفير المرونة والحرية لمواجهة التطورات الحديثة.

3- تشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التي تهدف إلى التغلب على كل ما يعرقل سير العمل.

4- استشارة وتعميق روح الابتكار والمخاطرة والتصرف السليم بين الاداريين.

5- كشف الاداريين الذين يتعمدون عرقلة الاجراءات المتطورة في الإدارة وتعرف الراي العام بهم.

6- تنشيط وابراز المناقشات الموضوعية الهادفة إلى تطوير الجهاز الاداري.

7- تشجيع اجراءات تطبيق اللامركزية في الإدارة لتخفيف الاعباء عن الإدارة المركزية.

8- اعادة توزيع القوى العاملة بما يتفق وحسن سير العمل في الادارات المختلفة [4]

اما المجال الاجتماعي حيث يتمثل الدور الاعلامي للعلاقات العامة خارج المنظمة في المجال الاجتماعي فيما يلي:

1- اثارة الاهتمام بتعليم القراءة والكتابة بين الجماهير غير المتعلمين وذلك بالطبع يكون اكثر اهمية في البلاد النامية التي تزداد فيها نسبة الامية.

2- حث المتعلمين على المشاركة في الجهود المبذولة لمحو الامية وخلق الحوافز للتعلم.

3- تغيير العادات والسلوكيات السيئة لدى بعض القطاعات.

4- كسب التاييد للقضايا الصحية الهامة كتنظيم الاسرة وتعيم الابناء والبنات.

5- بث القيم والمبادئ والاخلاق الفاضلة بين المواطنين ولاسيما الشباب باعتبارهم عصب التنمية.

المبحث الثاني: طبيعة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائري ونشطاتها

المطلب الأول:طبيعة العلاقات العامة

ان موضوع العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الاعلامية يدرس حالة العلاقات العامة وفعاليتها داخل هذا النوع من المؤسسات ومعاملاتها الخارجية وكيفية ممارسة نشاطها الذي هو موكل لها فهي تعتبر عملية ضرورية في توفير جو ملائم داخل المؤسسة واضافة إلى ذلك فانها تساعد على تحسين وتحفيز اداء العاملين داخل المؤسسة لانجاح ما تهدف اليه المؤسسة.

اضحت العلاقات العامة في الوقت الراهن جزء لا يتجزا من النشاط بنختلف انواعها، وتزايد الاهتمام بادخال هذه الوظيفة كنتيجة لما اثبتته الدراسات الحديثة في الإدارة، السياسية والاجتماعية والاتصال لاهميتها كوظيفة تهدف إلى تحقيق التوافق والتكيف مع افراد المجتمع، كما اثبتت الدراسات في مجال العلاقات العامة اهمية الجهود التي تبذل في تكوين الصورة الطيبة لاي مؤسسة، فما هي طبيعة العلاقات العامة داخل الإدارة؟

لقد تزايدت اهمية الإدارة في الوقت الحاضر كعنصر اساسي في نجاح مختلف انواع المشروعات، سواء كانت تقوم بتقديم سلع مادية أو خدمات غير ملموسة بغض النظر عن اهدافها(منظمة الاعمال أو المنظمات الغير الهادفة للربح)، فكفاءة الإدارة وقدراتها على تحقيق اهدافها هي نقطة الارتكاز الأولى في تحقيق أي تقدم في المجالات الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية، ولما كان العمل الاداري يعكس في مختلف فترات تطوره القوى السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة التي يمارس فيها، فان تعقد المشاكل وتشابك العلاقات والمتغيرات قد ادتها إلى ظهور مجالات فرعية لادارة الاعمال

يمارس كل منها افراد متخصصون يستطيعون مواجهة المشاكل وحلها التي ينطوي عليها كل من هذه المجالات.

وتعتبر العلاقات العامة احد مجالات الإدارة التي ظهرت وحققت قبولا متزايدا خلال النصف من القرن الاخير، ويرجع ذلك إلى تعاضم اهمية الراي العام وكسب ثقة وتاييد الجمهور في نجاح أي منظمة بصرف النظر عن نوع نشاطها، كما يرجع ذلك إلى نمو شعور الإدارة بمسؤولياتها الاجتماعية وضرورة اخذ وجهة النظر العامة كمتغير اساسي مؤثر عند اتخاذ قراراتها. (5)

تعد العلاقات العامة نشاط اتصالي إداري علمي، وهذا بغرض أن يكون الجهاز القائم على العلاقات العامة جهازا قادرا على تحقيق الأهداف المطلوبة منه ،من خلال الأنشطة الثلاثة:الإتصالية ، الإدارية ،العلمية .

المطلب الثاني:نشاطات العلاقات العامة.

يقصد بجهاز العلاقات العامة ذلك التنظيم الإداري لمجموعة الأفعال والأنشطة،الذي يستهدف تحقيق فهم مشترك يؤدي إلى التوافق بين منظمة ما وجماهيرها،وينظم العمل بتوزيعه على وحدات بنائية اصغر وتتمثل نشاطات العلاقات العامة فيمايلي:

-حصر الانشطة وكافة الاعمال التي تاخذ طابع العلاقات العامة بناءا على معايير عملية يستطيع بها المنظم التمييز بين ما هو نشاط للعلاقات العامة،وبين ما هو نشاط اخر وهذا يبرز ان يكون مفهوم العلاقات العامة ينطوي على مضامين وتوجهات واضحة لمنتجين الانشطة والاعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة واحدة متخصصة داخل النشاط العام للعلاقات العامة،مما يمكن ان يكون اساسا علميا يمكن الإعتماد عليه في إنشاء الأقسام الوظيفية فيما بعد وبصورة تساعد على معرفة وتحديد نوع المؤهلات (العلمية والعملية)،والمهارات الواجب توافرها في من ستناط بهم مسؤوليات هذه الاقسام.

-تعيين الافراد المناسبين في كل قسم وظيفي بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب.

-تحديد السلطات الوظيفية كل حسب حجم المسؤولية على عاتقه وهنا يجب الاحتكام إلى توازن السلطة والمسؤولية،فالسلطة يجب ان تمنح فقط لمراكز اتخاذ القرار (مراكز المسؤولية الوظيفية)،ومما لا شك فيه انه لا سلطة في غياب المسؤولية،ولا مسؤولية في غياب السلطة [6].

-تحديد العلاقات الوظيفية بين الاقسام الوظيفية التابعة للعلاقات العامة ،وبينها وبين الاقسام في الوحدات الإدارية الأخرى في المؤسسة،كما تحدد هذه العلاقات بين الإدارة وغيرها من الادارات الأخرى.

المطلب الثالث:تنظيمات العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية.

إن أي تنظيم لادارة العلاقات العامة مهما كانت تسمية (إدارة أو قسم أو جهاز أو غير ذلك)، يجب ان يراعي مايلي:

-العلاقات العامة جهاز يتبع الإدارة العليا في المؤسسة.

-العلاقات العامة نشاط اتصالي يجب ان تسمح له مرونة التنظيم بالحركة ،والاتصال المباشر بجمهورها الداخلي والخارجي.

-إن طبيعة انشطته الاتصالية مختلفة،وتحتاج إلىمهارات متعددة وإلى كوادر ماهرة في الاتصال والعلاقات الانسانية لتنفيذه.

-طبيعة انشطته في التنبؤ والتخطيط والتعرف على طبيعة الجمهور وسمعة الشركة وصورتها ،تحتاج إلى قسم للبحوث والتخطيط وبناءا على هذا فإن البناء التنظيمي لجهاز العلاقات العامة يجب ان يشمل اقساما أو موظفين مختصين بمايلي:

1-قسم البحوث والتخطيط:وتكون اختصاصاته القيام بدراسة اتجاهات الراي العام والتعرف على اتجاهات الجمهور نحو المؤسسة ومنتجاتها وشكاويهم واحتياجاتهم،والتخطيط لحملات وبرامج العلاقات العامة وجمع المعلومات اللازمة.

2-قسم الاتصال الخارجي:ومسؤولية الاشراف على برامج العلاقات العامة في الاتصال بامؤسسات الاعلامية مثل الصحافة،الاذاعة والتلفزيون وتكون مسؤولياتهم إصدار النشرات والإشراف على مطبوعات المؤسسة وكتبها السنوية وكذلك توفير المعلومات الصحفية والبيانات اللازمة للتعريف بالمؤسسة وانشطتها وإعداد نشرات يومية أو اسبوعية لما ينشر في الصحافة ويعبر عن اتجاهات ومعلومات تهم المؤسسة في وضعها الراهن

وفي مستقبلها،وكذلك تكون مهمة هذا القسم تنظيم المؤتمرات الصحفية لمسؤولي المؤسسة وكذلك من مسؤولياته القيام بالمعارض وتنظيم المؤتمرات والمشاركة بها باسم المؤسسة.

3-قسم الاتصال الداخلي:ومسؤوليته تعزيز انتماء العاملين بالمؤسسة،وفرض المشاركة فيها وذلك من خلال الاشراف على خدمات اجتماعية ورياضية،ورحلات ترفيهية،وحفلات فنية وكذلك العمل على زيادة وعي المستخدمين،وذلك من خلال برامج، ندوات، محاضرات، معارض داخلية،وإصدار نشرة أو مجلة داخلية.

المبحث الثالث:استراتجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الجزائرية

المطلب الأول:استرتجية العلاقات العامة وتطورها.

المقصود باستراتجيات العلاقات العامة هي مجموع القرارات الهامة والمستقلة عن بعضها التي تتخذها مؤسسة ما بغرض تحقبق اهداف معينة ،باستعمال وسائل اتصال تقنيات متعددة [7]

ان تبني استراتيجية فعالة مبنية على اساس اتصال شفاف مع جمهورها الداخلي والخارجي ،حتى تكون لنفسها أو لمنتجاتها وخدمتها صورة طيبة اتجاه الجماهير وهذا ما يجب ان تقوم به مؤسسة اتصالات الجزائر ، لذا نجد اى مؤسسة التي تؤمن بدور الاتصال والعلاقات العامة كوظيفة اساسية للتسير الفعال تخصص مصلحة أو قسم خاصا تطلق عليه عادة تسميات عدة، كمصلحة العلاقات العامة ، قسم الاتصال، كما تكلف موظفا أو اكثر يقوم بمهام اعداد وتنفيذ برامج العلاقات العامة، واعداد استراتيجية عامة لتنفيذ هذه البرامج، وذلك بهدف تكوين وبناء صورة حسنة وعلاقات ثقة مع الجماهير التي تتعامل مع هذه المؤسسة، وتطلق عليه هو ايضا عدة القاب كالمكلف بالعلاقات العامة، عون العلاقات العامة، مستشار العلاقات العامة.

وتكون مهام هذا القائم بالعلاقات منصبة في خلق صورة طيبة عن مؤسسة اتصالات الجزائر لدى البئة الخارجية وكذا تعزيز تلك العلاقات الايجابية والحفاظ عليها، فهو يشغل دور الوسيط بين المؤسسة التي ينتمي اليها وبين البيئة الخارجية الممثلة في الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، فيعمل على ايجاد هوية خاصة بالمؤسسة تميزها عن المؤسسات الأخرى، ويروجها بصورة تمكنها من احتلال مكانة مميزة.

وحتى تنجح برامج العلاقات العامة التي تقوم باعدادها هذا العون المكلف وبالتنسيق مع ادارة مؤسسة اتصالات الجزائر يمكن استعمال وتوظيف مختلف التقنيات والوسائل لاداء مهامه لابد من التحكم في:

– ادارة الاتصال الداخلي، والعمل على خلق علاقات طيبة بين الموظفين فيما يسمى بالاتصال الافقي، وبين الموظفين و الإدارة المسؤولة فيما يسمى بالاتصال العمودي.

– يعمل على تخفيف حالات التوتر التي تبرز الموظفين،| فيما يسمى بالاتصال في اوقات الازمات.

يقوم باعداد وتحرير الملفات الصحفية، مجلات المؤسسة، المطويات، المناشير [8]

– تنظيم النشاطات المناسباتية كالمعارض الاعلامية، الندوات الصحفية للتعريف بنشاطات المؤسسة مثلا: تنظيم الملتقيات، الرحلات...

– تقديم النصائح والاستشارات لادارة المؤسسة، كما يمكنه ان يمثل أو ينوب عن مسؤولي المؤسسة لدى مختلف المتعاملين والمؤسسات الأخرى.

– يقوم بدور الوساطة بين المؤسسة ومختلف وسائل الاعلام الأخرى، أي يعتبر ممثل المؤسسة لدى وسائل الاعلام.

قبل البدء في تنظيم اية دورة تدريبية لابد من الاستعداد لوضع البرنامج التدريبي الجاد وتطويره، واعداد دراسة شاملة لمعرفة حاجة العاملين لهذا التدريب، وملاحظات الرؤساء المباشرين وتقاريرهم عن اوجه النقص في الكفاءات أو المهارات أو المعلومات المتطورة لديهم، وقد قامت العلاقات العامة الدولية في افريل 2000 باصدار خطة تطوير التمييز لتطوير مهاراتهم لادارة عملهم واستخدام التكنولوجيا الحديثة، وتهتم ادارة العلاقات

العامة بان تتضمن هذه المناهج دروسا في اسلوب التعامل السليم مع الاخرين رؤساء ومرؤوسين وزملاء وجمهور خارجي بقدر ما يتطلبه عامل الفئة المتدربة من اتصالات.

المطلب الثاني: خطوات بناء استراتيجية العلاقات العامة:

حتى تتمكن المؤسسة منتخطيط واعداد استراتيجية فعالة للعلاقات العامة، وضع خبراء التخصص استبيان يحوي مجموعة من الاسئلة، وكل سؤال يعد محورا اساسيا من محاور خطة اعداد الاستراتيجية الفعالة.

1- ماهي الاهداف الموجودة؟

2- من هو الجمهور المستهدف؟

3-ماهي العوائق المحتملة بخصوص الميزانية، الوقت المستلزم؟

4- ماهي الوسائل والتقنيات التي يجب الاعتماد عليها؟

5- ماهي النشاطات أو الخطوات العملية التي ينبغي اتباعها؟

6- ما مدى نجاح برنامج العلاقات العامة(تقييم)؟

عند البدء في بناء واعداد استراتيجية العلاقات العمة داخل اتصالات الجزائر لابد من اجراء عملية بحث واستكشاف عند كل خطوة من الخطوات السابقة، حتى نفهم بشكل افضل مقتضيات كل خطوة مستعينينفي ذلك بالدراسات الاجتماعية والنفسية،وعلم التسويق من جهة لفهم طبيعة ونفسية الجمهور المستهدف لبرامج العلاقات العامة،ماهي رغباته ودوافعه؟ومن جهة اخرى كي نفهم البيئة العامة المحيطة بادارة اتصالات الجزائر،على سبيل المثال:

ماهي توجهات ومواقف مختلف الجماهير داخل ادارة اتصالات الجزائر؟

وفيما يأتي سنفصل اكثر في شرح كل خطوة من خطوات إعداد الاستراتيجية الفاعلة وحتى نمكن القائمين على العلاقات العامة ،وكدا الدارسين لها من اتباع خطة محكمة لبناء استراتيجية فاعلة تحقق الاهداف المرجوة.[9]

يقصد بالهدف الغاية التي يسعى برنامج العلاقت العامة لتحقيقه،أي لماذا يوجه القائم بالعلاقات العامة رسائل ومضامين اتصالية لجمهور مستهدف؟ومالفائدة التي تحققها هذه الاستراتيجية للمؤسسة أو المنظمة؟وتكمن اهمية تحديد الاهداف مع بداية الخطة في توجيه جهود القائم بالعلاقات نحو غاية مقصودة،فلا تكون جهوده مشتتة[10]

المطلب الثالث: بعض النماذج للعلاقات العامة

1-**نموذج العملية**:العلاقات العامة لابد أن تختبر لمجموعة من الأنشطة المستمرة وتؤكد على ضرورة تحديد مستويات التخصص التي يتميز بهام ممارس العلاقات العامة في المؤسسة.

2-**النموذج السلوكي**:أن أكثر المقاييس ملائمة لاختيار نشاط العلاقات العامة يجب أن يكون على مستوى الأفراد أو الجماعات المستهدفة،ونجاح برنامج العلاقات العامة يتمثل في قدرتها على جعل الجمهور المستهدف يتجاوب مع المؤسسة بالعمل والمشاركة خاصة الجمهور الداخلي لابد أن تخطط نشاطها بهدف التأثير في السلوك الاجتماعي.

3-**نموذج المشكلات الاجتماعية**: يفترض أن العلاقات العامة ذات طبيعة اجتماعية ويجب أن تقسم على أساس الكيفية التي يتعامل من خلالها متخصص العلاقات العامة مع مجتمع التنظيم ككل.

المبحث الرابع: أخلاقيات مهنة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.

المطلب الأول:اخلاقيات مهنة العلاقات العامة.

تمثل قضية اخلاقيات العلاقات العامة على صعيد المفاهيم العلمية والممارسة العملية مجالا مهما من مجالات المعرفة التي تستلزم قدرا من الدراسة المنهجية والخبرة المنظمة،لتوفير الاسس السليمة للتعامل مع المشكلات والحالات المختلفة التي تواجه المؤسسات والادارات والتي تتسم بتعارض المصالح ومن الواضح ان تزايد الاثار السلبية الناجمة عن الفضائح الاخلاقية من جهة، والاثار الجانبية الناجمة عن السمعة الاخلاقية في ايجاد العمل من جهة اخرى، جعل المؤسسة اكثر اهتماما باخلاقيات الإدارة والعلاقات العامة خصوصا[11]

ومهما يكن من امر فان تقدم المجتمعات لا يعتمد على امكانياتها المادية والتقنية بقدر ما يعتمد على امكانياتها البشرية القادرة على التمسك بمجموعة الاخلاقيات والسلوكيات الوظيفية.

وامام هذا الاهتمام بقضية الاخلاقيات على المستويين الدولي والمحلي كان هناك ضرورة مهمة ملحة لدراسة اخلاقيات العمل في مجال العلاقات العامة ومدى تطبيقها في واقع الممارسة المهنية بادارات العلاقات العامة، ان العلاقات العامة تعتبر فلسفة لادارة تفترض ان أي مؤسسة لا تنشا فقط من اجل تحقيق الاهداف المالية التي ينص عليها قانونها، بل يجبان تصلب دورا اجتماعيا ولهذا عليها ان تضع لصالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة لما يتعلق بسلوك المؤسسة.

توجه الانتقادات للعلاقات العامة حول نشاطها بانه كثيرا ما يتسبب في تشويه القضايا العامة التي تحتاج إلى ايضاح وتحديد، كما يوجه الانتقادات إلى ان بعض

القائمين بهذا النشاطات لا يتصفون بالامانة والنزاهة، اذا يبيعون خبرتهم وخدماتهم لمن يدفع اكثر مهما كانت القضية أو الغرض الذي يدافعون عنه.

ويدعون اليه أي انهم يحاولون توعية الجمهور بالحقائق الخاصة بموقف معين ولكنهم يسعون إلى مصالح الهيئة التابعين لها متبعين في ذلك كل سلوك يؤدي إلى هذا الغرض بما في ذلك اثارة الانفعالات والعواطف وتشويه الحقائق.

وقد اثارة هذه الاساليب موجة من النقد العام للعلاقات العامة، فاتهم البعض في العلاقات العامة بانهم دعاة متخصصون فبالتاثير الخفي، وانهم يحاولون اقناع الراي العام بتاييد سلع ومنتجات وخدمات لا تستحق هذا التاييد، بالطبع بذل خبراء العلاقات العامة جهود للرد على هذه الانتقادات باعتبار ان العلاقات العامة من الناحية الاخلاقية عمل محايد يمكن ان يستخدم في اغراض خيرية أو شريرة، فعلاقة رجل العلاقات العامة بموكلة مثل علاقة المحامي بموكلة ايضا، وكما يوجد في المهن الأخرى والمزورون كذلك يوجد في مهنة العلاقات العامة، ويوجد ايضا الصادقون المخلصون لعملهم [12]

وفي عام 1965عقدت بين اعضاء الجمعية الدولية للعلاقات العامة واعضاء المركز الاوروبي للعلاقات العامة في اثينا اتفاقية اخلاقيات للعلاقات العامة سميت ب" قانون اثينا للعلاقات العامة" .

وعليه لابد ان ياخذ بنظر الاعتبار ان حقيقة كون مهنته ذات طبيعة عامة تجعل من سلوكياته حتى في المسائل الشخصية ذات اثر مباشر على الاحكام الصادرة على مهنته ككل[13]

وبذلك نلاحظ ان هذه النصوص تؤكد مدى ارتباط عمل العلاقات العامة بمحددات الاخلاق والسلوك الانساني الرشيد التي هي احدى ركائز محددات البنية الاجتماعية العامة في عمله والتي تتمثل في:

– يجب ان يكرس خبير العلاقات العامة جهوده على العمل وحسن اداء لخدمة جماهير المؤسسة أو الهيئة حتى يمكن كسب تاييدهم وثقتهم وتحقيق التعاون بينهم وبين المؤسسة[14].

– الالتزام باحتفاظ اسرار المؤسسة مهما كانت صغيرة فقد يستفيد منها اعداء المؤسسة.

– الاهتمام البالغ برفع المستوى الفني والعلمي بصفة مستمرة للعاملين في مجال العلاقات العامة.

– كسب ثقة الجمهور وتعاونهم للارتفاع بمستوى كفاءتهم لتحقيق العمل على فرض المفاهيم الخاصة بالمحافظة على اموال الدولة ومحاربة الانحراف والاسراف وحماية المصالح العامة.

– الايمان بالعمل على تحقيق الاهداف التي تخدم الصالح العام دون التركيز على تحقيق الاهداف التي تخدم المصالح الشخصية.

ان الاخلاقيات التي تكفل ممارسة العلاقات العامة على اسس سليمة وتمتد ابعاد هذه الاخلاقيات لتشمل الصدق، الامانة، السمعة الطيبة والسلوك القويم وغيرها من المعايير والقيم والانماط الاخلاق الفاضلة تعتبر اخلاقيات اللازمة لممارسة مهنة العلاقات العامة، ومن المعلوم ان السمعة الطيبة وعنها سيمات مستمدة من التاريخ الاجتماعي للفرد والذي هو محصلة تاريخ الاسرة ومستواه الثقافي والتعيمي والمهني ونشاطاته المختلفة وبصفة خاصة نشاطاته الفكرية والعقائدية وكذلك نماذج اخلاقية للفرد وسمعة سلوكه وغيرها من السيمات التي يمكن على ضوئها تقدير المستوى الاخلاقي.

المطلب الثاني:القائم بالاتصال في جهاز العلاقات العامة.

-صفات ومؤهلات القائم بالعلاقات العامة:يتصف القائم بالعلاقات العامة بصفات ومؤهلات اهمها:

-قوة الشخصية:يمكن التعرف على هذه الصفة الموهوبة اثناء التعامل مع الشخص،ومن اهم عناصرها:حسن المظهر والقوام،الناقة ورقة الحديث،اذ ان الشخصية القوية توحي بالاحترام والجاذبية والتاثير القوي على الاخرين.

-اللباقة:هي القدرة على التحدث مع الاخرين والتاثير في ارائهم وكذلك القدرة على الاستماع إلى الاخرين والاهتمام بحديثهم.

-حب الاستطلاع:ان موظف العلاقات العامة بحاجة دائمة إلى المعلومات،وهذا يتطلب منه السعس الدائم ورغبة قوية في استطلاع الاخبار والمعلومات المتعلقة بعمله من اجل كشف الحقائق وتقييمها[15]

-الخيال الخصب:من الصفات المطلوبة لرجل العلاقات العامة ان يكون ذا مخيلة واسعة وخصبة،تجعل بمقدوره تخيل وتصور مدى تاثير القرارات التي ينوي اتخاذها على الاخرين قبل اتخاذها.

-قابلية التنظيم:كرجل اداري يحتاج رجل العلاقات العامة إلى القدرة على تنظيم اعماله بشكل مرتب وإلى تبويب موارده المتوفرة.

-الشجاعة:يحتاج إلى اتخاذ قرارات حاسمة وحازمة سريعة احيانا لذا يحتاج إلى شجاعة وسرعة البديهة.

-الحس الفني:لابد لمن يعمل في النشاط الاتصالي ان يتحلى بالذوق الفني والحس المرهف حتى يستطيع التاثير في المحيط الذي يعمل به.

-قدرة المثابرة والاحتمال:ان غالبية اهداف العلاقات العامة بعيدة المدى،تتطلب الصبر لذا فعلى العامل بها ان يتحلى بالصبر والجد والمثابرة.

-الاعداد العلمي:ان رجل العلاقات العامة رجل اعلامي واداري في ان واحد،حيث ان عمله يمتد باتجاهين حتى يساهم في تحقيق اهداف مؤسسته لابد ان يشمل اعداده الدراسي للمواضيع التي تساعده في اداء وظيفته الاعلامية الادارية.

-اللغة:لابد لرجل العلاقات العامة ان يتمكن من اتقان لغة اجنبية شائعة الاستعمال اضافة إلى لغته الام.

-الخبرة الصحفية والكتابة:حيث يجب ان يكون ملما بفنون الكتابة والصحافة،لانها اقرب الخبرات لرجل العلاقات العامة.

-الالمام بعلم النفس:يحتاج موظف العلاقات العامة إلى مقدار من الالمام بعلم النفس حتى يستطيع التاثير في افكار وشخصيات الجماهير التي يقابلها.

-الالمام بعلم الجتماع:لابد للقائم بالعلاقات العامة ان يتفهم طبيعة الجماعات واساليب اتصالها،وقوة ارتباطها.

-الإدارة والاقتصاد:لمعرفة ما يجري في الإدارة والمؤسسة اداريا وماليا يجب على رجل العلاقات العامة ان يكون مطلعا على المستجدات والمؤثرات الااقتصادية السائدة في الداخل والخارج.

-الاحصاء واصل البحث:اتقان اسلوب البحث العلمي والاحصاء وجمع المعلومات والمعالجة بالحاسوب وتقنياته،وصولا إلى تحليل الظواهر وادخال المعطيات وتبويب النتائج[16].

المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

- **الصحافة المكتوبة**

تعد الصحف من أقدم وسائل الإعلام، فهي أقدم من الراديو والتلفزيون والسينما ويستخدمها رجل العلاقات العامة في أداء مهامه وتتميز الصحف بالعديد من الخصائص والمزايا:

- تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض، فالقارئ يختار الوقت المناسب للقراءة.
- المقدرة على عرض التفاصيل والدقة والموضوعات الطويلة.
- إتاحة الفرصة أمام القارئ لقراءة الرسالة عددا من المرات.
- الاحتفاظ بالمادة العلمية والرجوع إليها في أي وقت.
- توجد صحف تعبر عن فئات خاصة كالأقليات ومن خلالها يمكن التعبير عن الآراء.
- تضفي على كتابها مكانة مرموقة لدى الجمهور بشكل ينعكس على إمكانية تأثره بهؤلاء الكتاب.
- إذا اتصفت الصحافة بصفة المحلية فإنها تكون أكثر مناسبة وفائدة لأنشطة العلاقات العامة.
- إلى جانب هذه المزايا توجد بعض العيوب التي تؤخذ على الوسائل الصحفية.
- تتطلب نوعا من الجمهور هو الجمهور القارئ.
- تؤدي سعة انتشار الصحف زيادة توزيعها إلى وصولها إلى جماهير القراء دون اختيار فئة بعينها.
- يميل غالبية القراء إلى قراءة الصحف بسرعة. أما عن المجلات فتتصف بالعديد من الخصائص والمزايا الإعلامية وهي:

- تتميز بعمق القراءة لأنها تقرأ في أوقات الفراغ وعلى مهل ويتداولها عدة أشخاص عدة أشخاص ولعدة أيام.
- يتم تداول المجلات العامة ومحلات التجميل والصالونات والمكتبات.
- تتفوق المجلات على الصحف من الناحية الفنية من حيث نوع الورق والصور.
- تصل المجلات إلى فئات معينة متجانسة من الجماهير سواء من حيث السن والجنس.
- قدرة المجلات على تحليلات ودراسات لبعض القضايا والأحداث تفوق قدرة الصحف على ذلك.

أما عيوب المجلات فتتمثل في:

- يرى البعض أن ثمنها قد يكون عقبة أمام بعض فئات محدودي الدخل في سبيل اقتنائها والانتفاع بمضمونها.
- المجلات العامة التي تنشر على مستوى الدولة قد يصعب على ممارسي العلاقات العامة الانتفاع بمضمونها.
- يتطلب استخدام بعض المجلات في مجال الإعلان نفقات مالية عالية نظرا لارتفاع أسعار الإعلانات في المجالات[17].

التهميش:

(1) أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبعات الجامعية، 2005، ص113.

(2) سليمان فخري، العلاقات العامة، دار الكتابة والطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق، 1981، ص98.

(3) زيتان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، مكتبة القاهرة، مصر، 1974، ص59.

(4) أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة باب الجامعة، الإسكندرية، 1999، ص110.

(5) عبد الحميد رشوان، العلاقات العامة بين الإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، مصر 1997، ص24.

(6) سليمان فخري، مرجع سابق، ص120.

(7) عبد الكريم راضي جيبوري، العلاقات العامة فن وإبداع في تطوير المؤسسة ونجاح الإدار ة، دار التسيير، ط1، بيروت، 2001، ص62.

(8) محفوظ أحمد جودة، إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، مؤسسة زهران، الأردن، 1998، ص95.

(9) هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، مصر 2001، ص56.

(10) محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق الدار الجامعية، بيروت، 1988، ص89.

(11) زيتان عبد الباقي، مرجع سابق، ص60.

(12) باسم عبد الرحمن الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، عمان، دار أسامة للنشر، 2012، ص

(13) ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام والعلاقات العمة، دار أعمار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، 2015.

(14) علي فلاح الزعبي، عادل عبد الله العنزي، الأسس والأصول العلمية في إدارة الأعمال، عمال، سمير منصور، للطباعة، 2006.

(15) محمد فهمي العطروزي، العلاقات العامة في المؤسسات العامة والشركات، القاهرة، عالم الكتب، 1969.

(16) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2008.

(17) ربحي مصطفى، عليان عدنان الطرابلسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، 2005.

الفصل التطبيقي

ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة

الجزائرية لاتصالات الجزائر بالمدية

الفصل التطبيقي
ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة
الجزائرية لاتصالات الجزائر بالمدية

مقدمة:

من اجل التعرف على احد المؤسسات الخدمية وبغية الاحتكاك بالميدان أكثر إن تم اجراء دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.

إن مؤسسة اتصالات الجزائر تعمل على مواكبة التطورات العلمية والتقنيةن وادخال احدث التقنيات إلى المؤسسات ككل بهدف استكمال البنية التحتية من خلال استخدام احدث شبكات الاتصالات وتجهيزات الحاسوب وقواعد المعلومات بالمؤسسات، وانشاء شبكة لتبادل المعطيات فيما بينها، بهدف انشاء نظام معلومات وطني متكامل يعمل على رفع كفاءة الاداء، وتحسين مستوى الخدمات المقدمة للمواطن والمؤسسات الأخرى وتوظيف تقنيات المعلومات بهدف تخفيض تكاليف اداء الخدمات، وتعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من المؤسسات التي اخذت مركز الصدارة نظرا لمدى اسهامها في تنمية الاقتصاد الوطني.

وكانت الدراسة فرصة لي لتطبيق ما تم تعلمه في الجانب النظري واسقاطه على الجانب التطبيقي، وكانت هذه الدراسة فرصة لي للاحتكاك بالميدان، وتم كتابة تقرير يحتوي على اهم الانشطة التي قمت بها بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.

وتم تناول كل من: بطاقة فنية عن المؤسسة التي كانت محل الدراسة والتعرف على مختلف الخدمات التي تقدمها المؤسسة.

المبحث الأول: بطاقة فنية عن مؤسسة اتصالات الجزائر.

المطلب الأول: تاريخ الاتصالات في الجزائر.

وعيا بالتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيات الاعلام والاتصال، باشرت الدولة الجزائرية منذ سنة1999م باصلاحات عميقة في قطاع البريد والمواصلات، وقد تجسدت هذه الاصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر اوت 2000م، حيث جاء هذا القانون لانهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات وكرس الفصل بين نشاطي التنظيم، واستغلال وتسيير الشبكات.

وتطبيقا لهذا المبدا، ثم انشاء سلطة ضبط مستقلة اداريا وماليا ومتعاملين، احدهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات المالية البريدية متمثلة في مؤسسة" بريد الجزائر" وثانيهما بالاتصالات ممثلة في اتصالات الجزائر.

وفي اطار فتح سوق الاتصالات المنافسة تم في شهر جوان 2001م بيع رخصة لاقامة واستغلال شبكة للهاتف النقال واستمر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع اخرى، حيث تم بيع رخص تتعلق بشبكات VSAT وشبكة الربط المحلي في المناطق الريفية الحضرية في عام 2004.

وبالتالي اصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في العام 2005 م، وذلك في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية ولقواعد المنافس وفي نفس الوقت تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الاساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم .

المطلب الثاني :ميلاد مؤسسة اتصالات الجزائر

نص القرار03/2000 المؤرخ في 05 اوت 2000 م عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، إذ وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد ،هذه الاخيرة اوكلت لها مهمة المراقبة .

لتصبح بعدها اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات اسهم براس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات[1]

فبعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد والتكنولوجيات الاعلام والاتصال تبعت القرار 2000/03،أضحت اتصالات الجزائر حقيقية جسدت عام 2003 م.

وفي 01 جانفي 2003 م كانت الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر،حيث كان على اتصالات الجزائر وإطاراتها الانتظار حتى هذا التاريخ لكي تبدا الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال، لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسيرها على وزارة البريد ومجبرة على إثبات وجودها في عالم لا يرحم، فيه المنافسة شرسة والبقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.

المطلب الثالث: الإطار القانوني للمؤسسة.

اتصالات الجزائر، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال، تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات تأسست وفق قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أوت سنة 2000 م السلكية واللاسلكية بالجزائر، المحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات حيث جاء في المادة الأولى "يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

يهدف هذا القانون لا سيما إلى :

-تطوير وتقديم خدمات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ذات نوعية في ظروف موضوعية وشفافية وبدون تمييز في مناخ تنافسي مع ضمان المصلحة العامة.

-تحديد الشروط العامة للاستغلال في الميادين المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من طرف المتعاملين.

-تحديد إطار وكيفيات ضبط النشاطات ذات الصلة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

-خلق ظروف تطوير النشاطات المنفصلة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية .

-تحديد الإطار المؤسساتي لسلطة ضبط مستقلة وحرة.

يطبق هذا القانون على نشاطات البريد والموصلات السلكية واللاسلكية، بما فيها البث التلفزي والإذاعي في مجال الإر سال والبث والاستقبال باستثناء المضمون الذي يخضع لاطار تشريعي وتنظيمي ملائم "

فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة CNPE بتاريخ 01 مارس 2001م الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم" اتصالات الجزائر"[1].

وفق هذا المرسوم حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤوسة ذات اسهم براس مال اجتماعي والمقدر ب

50.000.000.000 دينار جزائري والمسجلة في المركز السجل التجاري تحت رقم 0018083 b02 يوم 11ماي 2002م.

المطلب الرابع: اهدافها.

سطرت ادارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث اهداف اساسية تقوم عليها الشركة وهي:

المردودية، الجودة، والفعالية ونوعية الخدمات، وقد سمحت هذه الاهداف الثلاثة التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق اتصالات بالجزائر.

المبحث الثاني: نشاطات وفروع مجمع اتصالات الجزائر وهياكلها.

المطلب الأول: نشاطات اتصالات الجزائر.

وتتمحور نشاطات المؤسسة حول:

– تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية.

–تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة.

–انشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات.

المطلب الثاني: فروع مجمع اتصالات الجزائر.

تعتبر اتصالات الجزائر مجمع حقيقي من خلال[2] فروعها التي انشات لتساير التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات، فقد تم انشاء هذه الفروع على النحو التالي:

1–**فرع اتصالات الجزائر موبليس:** مختص في الهاتف الخلوي حيث تعتبر موبليس اهمم تعاملي الهاتف النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تعدت 98 بالمائة وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 10 ملايين مشترك.

كما يضم مجمع اتصالات الجزائر فرع أساسي هام وهو اتصالات الجزائر للانترنت "جواب" مختص في تكنولوجية الانترنت، حيث اوكلت له مهمة تطوير وتوفير الانترنت ذو السرعة الفائقة.

وللاشارة، فكل قطاعات النشاط الكبرى في البلاد (التعليم العالي، البحث، التربية الوطنية، التكوين المهني) أما الفرع الثالث يتعلق،(Intranet الصحة، الإدارة، المحروقات،

المالية...الخ) مربوطة حاليا بشبكات الانترنت باتصالات الجزائر الفضائية: المختصة في تكنولوجيات الساتل والاقمار الصناعية.

المطلب الثالث: هيكل المؤسسة

بالاضافة لمؤسسة اتصالات الجزائر إلى كونها متعامل المتعاملين والرائد في مجال الاتصالات في الجزائر، تعد اتصالات الجزائر من أكبر المؤسسات الوطنية تواجدا عبر كافة مناطق الوطن فهي تشمل كل شبر من الجزائر، وذلك من خلال هيكلتها .

فاتصالات الجزائر تعتمد في هيكلتها على منطق الشمولية أي إيصال منتجاتها إلى أبعد نقطة من هذه البلاد.

حيث تسيرها مديرية عامة مقرها بالعاصمة و12 مديرية إقليمية : لكل من (الجزائر، وهران، قسنطينة، سطيف عنابة، ورقلة، بشار، الشلف، باتنة، تيزي وزو، البليدة، تلمسان) اين تم التقسيم حسب الاقاليم.

وتحتوي هذه المديريات الاقليمية على مديريات ولائية أين تتواجد اتصالات الجزائر في 48 ولاية بمديريات ولائية إضافة إلى مديريتين إضافتين للعاصمة بمجموع 50 مديرية عبر التراب الوطني، من جهتها هذه المديريات الولائية تحتوي على وكالات تجارية ومراكز هاتفية.

الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر: سنتناول شرح مختصر للهيكل التنظيمي:

-**الرئيس المدير العام:** هو رئس مجلس الإدارة، ويعد المسؤول الأول عن الاعمال القائمة، حيث يتولى مع مساعديه مهمة تحقيق الاهداف المرسومة من قبل المصالح المختصة، ومن مهامه السهر على ما يلي:

-الحفاظ على الحصص في السوق وتطوير ثقافة الشركة في سوق المنافسة

– السهر على تطبيق البرامج الموافق عليها، والتنسيق بين المصالح

– مراقبة تسيير النشاطات المختلفة في المؤسسة من خلال التقارير التي تصل اليها من المصالح المختلفة

– النظر في الاقتراحات المقدمة من طرف المصالح، وكذلك المحافظة على السير الحسن والعادي في المؤسسة.

مدير المشروع: وهو يقوم بالمهام التالية: التغذية الاعلامية العامة، تطبيق المهام الموكل[3] عند طلب الرئيس المدير العام، والتنسيق مابين المديريات عبر المعلوماتية، الاطلاع على كل ما يخص الفواتير من تخليص أو عدم تخليص أو تعطلات.

المفتيشية العامة: وهي تحت الرقابة المباشرة للمدير،وهي مكلفة بـ: قاعدة الاعمال السنوية، تنفيذ المهام المفاجئة للتفتيش بطلب من المدير العام شخصيا،والقيام بتحقيقات في أي حالة مضرة بالشركة،تنسيق ومتابعة ومراقبة مصالح المفتشيات الاقليمية،وتطبيق المخطط السنوي الجهوي بوافقة المدير العام .

–**المفتشية المركزية**:ومن مهامها مايلي:رقابة السير القانوني أو غير القانوني لمهام ومصالح الشركة،ورقابة الاهداف المسطرة واحترام مواعيدها،تشخيص وتحليل أي خلل في الشركة،وتقييم نوعية الخدمة للزبون.

–**مديرية الوسائل العامة اليومية** :المكلفةبـ: المشاركة في اعداد المخططات السنوية للشركة،تسيير مشاريع التطوير المضبوطة،بالخصوص تحديد التقنيات،التخطيط العملي،خلاصة العقود،التحقيق،استقبال المراجع،تادية الخدمات وارسالها إلى التشغيل تسيير المراكز الملحقة.

وتتكون من اربع مديرين،هم على التوالي:

-مدير التسيير التجاري والنوعية

-مدير الصفقات التجارية الدولية

-مدير الحسابات الكبرى

-مدير الدراسات والبرمجة

-**مديرية تجهيزات الربط:**وهي تهتم بكل ما يخص أجهزة الاتصال من هواتف،اسلاك خاصة بالاتصال،جهاز الحاسوب...الخ.

-**مديرية التراسل:**مهمتها التزويد بالاجهزة الخاصة بعملية التراسلات بين الشركة والزبائن.

-**مديرية التسيير التقني لشبكة الاتصالات:**وهي مكلفة ب:المشاركة في اعداد المخططات السنوية ولعدة سنوات اخرى،مراقبة وتحليل سير الخدمات والبحث عن توسيع الشبكات،تسيير المراكز الوطنية واعادة ربطها،تدعيم المديريات الاقليمية للاتصالات من اجل التدخلات غير النمطية عن طريق الصيانة.

-**مديرية مشروع موارد الحاسوب** :وهي مكلفة ب:تحديد فرضيات لتطوير شبكة الاتصال،اعداد الدراسات قبل مشاريع البرامج العملية،متابعة مخططات الاستثمارات،التخطيط،التصميم والمساعدة في الصيانة وتطوير الانظمة العامة فيها،خاصة فيما يخص الاعلام الالي والتسيير.

-**مديرية الطاقة والبيئة:**وهي مكلفة بكل ما يخص الطاقة المستعملة من طرف المؤسسة[4']

بالاضافة إلى دراسة المحيط العام لها.

-**مديرية الموارد البشرية**:وهي مكلفة بالمهام التالية:تعتبر العمود الفقري للشركة،بحيث تقوم باعداد الدراسات وانشاء الاحصائيات ومتابعة مؤشرات التسيير،المشاركة في اعداد المخططات التنموية مع الأخذ بعين الإعتبار تسيير المال والكفاءات،إنشاء مخططات وبرامج التكوين وتنشيطها وفقا لوضعها العملي،تسيير أنضمة المكافءات والتحفيزات.

-**مديرية الإدارة العامة والامدادات:** وتقوم بـ: معالجة النصوص التنظيمية الأساسية بتنشيط أنظمة الشركة،المحافظة على هياكل الشركة في معالجة المسائل القضائية،تسيير وحماية الذمم المالية،واعادة تسجيل عقود الملكية واعادة الملفات العقارية،تهيات المراكز وتسيير المراكز التابعة،وتنشيط التسيير الاداري باستنتاج وفحص الصفقات.

-**مديرية المالية والمحاسبة**:وهي مكلفة ب:تقديم المساعدة للهياكل العملية وتنشيط السير المحاسبي والمالي للشركة،تسيير الميزانية والجباية،واعداد ووضع القواعد والاجراءات والسهر على تطبيقها.

المبحث الثالث: تحليل مضمون المقابلات والتعليق عليها

الجدول رقم(01): يمثل الهدف من العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية

الهدف بالنسبة للمؤسسة	الهدف بالنسبة للعمال	الهدف بالنسبة للجمهور الخارجي	الهدف بالنسبة للادارة
– ضمان الاتصال المتداول داخل المؤسسة – خلق علاقات هادئة وضمان التواصل المستمر بين مختلف الاقسام بمؤسسة اتصالات الجزائر – خلق ديناميكية فب العمل	– كسر حاجز الملل بين العمال – الشعور بالمسؤولية اتجاه العمل من خلال المساهمة في خلق اجواء ملائمة للعمل – تسهيل تحقيق الاهداف عن طريق الجهود المختلفة للعمال – العمل المشترك والتعاون والتفاهم المتبادل بين العمال	تمثل العلاقات العامة حلقة وصل بين المتربصين، الضيوف، الزوار وبين مؤسسة اتصالات الجزائر، لذا من الضروري الاعتناء بالعلاقات الطيبة مع مختلف الجهات – ربط المواطن بمؤسسة اتصالات الجزائر من خلال تلبية رغباتهم واحتياجاتهم التي تخص المجتمع المحلي	– خلق اتصال دوري ويومي انطلاقا من الإدارة وصولا إلى العمال – العمل على فك كل المشاكل والخلافات والالتباسات بين الدارة والعمال – تشجيع وتحفيز العمال ومكافئتهم لضمان السير الحسن للعمل

يتبين من خلال الجدول رقم 1 : أن الهدف من العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية بالنسبة لها تأتي في الدرجة الأولى، يبرز ذلك من خلال رعاية العلاقات الانسانية السليمة داخل المؤسسة من جهة وزيادة الثقة بين الجماهير والمؤسسة في حد ذاتها من جهة أخرى، كما تعمل العلاقات العامة على الكشف عن الآراء والاتجاهات تجاه مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية من خلال رسم سياستها وخططها وبرامجها لتحقيق التوازن والتوافق داخل المؤسسة حتى تستطيع مزاولة نشاطها والرفع من مستوى الخدمات بها.

ليأتي بعد ذلك هدف العلاقات العامة بالنسبة لعمال مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية من خلال إشعار كل فرد في المؤسسة باهميته، ونشر الوعي بين العاملين وتعريفهم على دورهم بالمؤسسة بغية القضاء على المشاكل الداخلية التي تعرقل سير العمل، والسعي وراء إيجاد التفاهم والتعاون المتبادل بين العمال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية، ليليها هدف العلاقات العامة بالنسبة للجمهور الخارجي (الزبائن) والذي يتمثل في تحسين صورة وسمعة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية لدى الجمهور الخارجي (الزبائن) بشكل مستمر، ودعم الانطباعات عنها من خلال استقبال الجمهور وتوفير احتياجاتهم التي تخص المجتمع المحلي للولاية، وفي الاخير يأتي الهدف من العلاقات العامة بالنسبة لادارة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية الذي يمكن في تنظيم وتسيير العمل داخل المؤسسة، والتنسيق بين مختلف الاقسام بها.

ومن النتائج السابقة فان الهدف الاساسي للعلاقات العامة هو تحقيق الفهم المشترك والثقة المتبادلة بين المؤسسة وبين أطراف التعامل الداخلي والخارجي.

الجدول رقم(02): يمثل وظيفة العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية

وظيفة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة	–ضمان السير الحسن للعمل وتسهيل المهام بين مختلف الاقسام والوحدات بمؤسسة اتصالات الجزائر – العمل على تحقيق هدف مؤسسات اتصالات الجزائر
وظيفة العلاقات العامة بالنسبة للعمال	– العمل على توطيد العلاقات فيما بين العمال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر – بذل جهد اكبر لربح المنافسة والتحدي مع مختلف العمال في مؤسسات اتصالات الجزائر بسائر الوطن
وظيفة العلاقات العامة بالنسبة للجمهور المستهدف(الزبائن)	– كسب ثقة الجمهور والزبائن وتبليغهم بحقيقة الموقف الداخلي لولاية المدية – تزويد الزبائن باخر المستجدات حول الخدمات التي تخص مجتمعهم المحلي

من خلال الجدول يتضح لنا ان وظيفة العلاقات العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية كمؤسسة خدماتية تظهر من خلال علاقاتها العامة إلى إنجاح هذه المؤسسة ومساعدتها على تحقيق أهدافها، ويبرز ذلك من خلال إيجاد التفاهم والتعاون من جانب الجمهور الداخلي لمؤسسة اتصالات الجزائر والعمل على خلق جو من التوافق والانسجام بين رؤساء الاقسام بالمؤسسة، وتجاوز العمال الخلافات والنزاعات القائمة على اساس المصلحة الشخصية والتي لا تخدم أهداف المؤسسة لتليها وظيفة العلاقات العامة بالنسبة للجمهور المستهدف "الزبائن" من خلال صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة ، وذلك بعد تقييم خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر لكسب رضا الجماهير وتعاطفهم مع المؤسسة وتدعيم ثقتهم فيها، بحيث جذب الجماهير للمؤسسة عن طريق الاشهار لخدماتها المقدمة عبر وسائل الاعلام والمطويات واللوحات، لتاتي في الاخير بالنسبة للمؤسسة في حد ذاتها من خلال ابراز دور وسير العمل بالمؤسسة، وتوضيح مهمة كل فرد من افراد الجمهور الداخلي بالمؤسسة إظافة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة لبلوغ هدف المؤسسة.

ليبقى الاتصال الفعال والعلاقات العامة وحدهما قادران على تكوين صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة لدى جمهورها.

الجدول رقم (03): يمثل مختلف العراقيل التي تحد من فعالية العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.

عراقيل إدارية	عراقيل تتعلق بالعمال	عراقيل تتعلق بسير العمل وأخلاقيات المهنة	عراقيل تنظيمية
-قلة وعي القيادة الادارية لمؤسسة اتصالات الجزائر بضرورة العلاقات العامة في هذا القطاع -عدم وضوح اختصاصات إدارة العلاقات العمة بين الإدارة والعمال بالمؤسسة -كثرة وتراكم العمل والوقوع في الروتين اليومي للمؤسسة -عدم اهتمام الإدارة العليا بالعلاقات العامة وعدم اقتناعها بقدرتها على فك وحل الازمات بالمؤسسة	-النقص الواضح في عدد العمال -ضعف مشاركة العاملين والطاقم الاداري بالمؤسسة في عملية اتخاذ القرارفي المؤسسة -وقوع العمال في خلافات ومشاكل والتي تكبح عمل إدارة العلاقات -افتقار العمال للخبرة والمهارة	-عدم حصول العاملين بامؤسسة اتصالات الجزائر على خلفية علمية مناسبة لممارسة المهنة -عدم الالتزام بأخلاقيات ممارسة العلاقات العامة داخل المؤسسة -عدم إعطاء الصلاحيات الكافية والميزانيات المناسبة لتسيير وتنفيذ خطط العلاقات العامة	-افتقاد مؤسسة اتصالات الجزائر لقسم خاص بالعلاقات العامة -عدم استخدام الامثل للوسائل الاتصالية والخدماتية المتاحة بالمؤسسة في تحقيق أهداف العلاقات العامة -غياب التخصص والتدريب في مجال إدارة العلاقات العامة وعدم مواكبة التطور في ذات المجال

من خلال الجدول نلاحظ أن العراقيل التنظيمة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية ساهمت في الحد من فعالية العلاقات العامة بامؤسسة وسبب هذا راجع إلى غياب قسم خاص لممارسة العلاقات العامة كاختصاص منفرد عن سائر الاختصاصات بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية، إضافة إلى تبعية إدارة العلاقات العامة للادارة التنفيذية للمؤسسة ذاتها، وعدم تحديد مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر، لتليها العراقيل الادارية والتي صعبت طريقة ونظام سيرالعمل بالمؤسسة باعتبارها عراقيل داخلية تزيد من تأزم العلاقات بالمؤسسة ذلك من خلال نقص المختصين والخبراء في مجال العلاقات العامة وضعف الإمكانيات بالنسبة للأفراد والممارسين لهذا الاختصاص، أتى هذا نتيجة لعدم اهتمام القيادة للأدارة العليا لمؤسسة اتصالات الجزائر المركزية بضرورة إدماج هذا التخصص ضمن إدارة المؤسسة بالمدية لتليها عراقيل تتعلق بسير العمل وأخلاقيات المهنة، والتي تتمثل في معانات العمال في الامبالات في تسيير وتنفيذ خطط العلاقات العامة بالمؤسسة،ذلك من خلال القصور الواضح في ممارسة المبادئ والمفاهيم والاخلاقيات التي تقوم عليها العلاقات العامة.

المطلب الثاني:استراتيجية العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية

المقصود باستراتيجيات العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية، هو مجموع القرارات المستقلة عن بعضها البعض التي تتخذها المؤسسة بغرض تحقيق أهداف معينة، وذلك باستعمال وسائل اتصال وتقنيات متعددة، فلتبني إستراتيجية فعالة مبنية على اساس برنامج علمي واضح وقابل للتطبيق وفق النهوض والنجاح بالمؤسسة، والتي تريد أن تنتهج سياسة اتصال شفافة مع عمالها، حتى تكون لنفسها صورة طيبة اتجاه زبائنها.

لذا نجد أن المؤسسة التي تؤمن بدور الاتصال والعلاقات العامة كوظيفة أساسية للتسيير الفعال، تخصص مصلحة أو قسم خاص تطلق عليه عدة تسميات كمصلحة العلاقات العامة أو قسم الإتصال، لكن بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية لا نجد هذه المصلحة بمعنى الكلمة إلا أن المديرة تعمل على إعداد إستراتيجية عمل لتنفيذ مختلف خدماتها، وذلك بهدف بناء وتكوين صورة حسنة عن مؤسسة اتصالات الجزائر، وتكوين علاقات ثقة مع العمال داخل المؤسسة.

كما تعمل المديرة باعتبارها المسؤولة عن ضبط العلاقات العامة على خلق صورة طيبة عن مؤسسة اتصالات الجزائرلدى المجتمع المحلي، وكذلك تعزيز تلك العلاقات الايجابية والحفاظ عليها فالمديرة تشغل دور الوسيط بين مؤسسة اتصالات الجزائر والجمهور الخارجي الزبائن كما تعمل على ترويج المؤسسة بصورة تمكنها من احتلال مكانة مميزة[5].

المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في ادارة الازمات بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.

في الازمات تصبح مؤسسة اتصالات الجزائر في حالة تأهب قصوى، تصبح جميع حركات وخدمات المؤسسة وعمالها موضع مراقبة وتحليل وانتقاد من زبائنها بجميع شرائحه، خاصة أن مصالحهم مرهونة بنجاح المؤسسة أو فشلها ولذلك فهم عادة يهتمون بتتبع ما ستؤول اليه حال مؤسسة اتصالات الجزائر أو الجهة التي تتعرض للازمة في نهاية الامر، فالازمة تعتبر بمثابة نقطة تحول في موقف مفاجئ يؤدي إلى اوضاع غير مستقرة|، كل ذلك يجري في وقت قصير يلزم معه اتخاذ قرار محدد للمواجهة، تكون فيه بعض الاطراف المعينة بمؤسسة اتصالات الجزائر غير مستعدة أو قادرة على المواجهة، فتظهر الازمة عندما تخرج المشكلات عن نطاق السيطرة، وتتلاقى الاحداث وتتشابك الاسباب بالنتائج وتفقد المؤسسة السيطرة على مسار الازمة.

هنا ياتي دور العلاقات العامة التي تقوم بدور كبير وفعال عند حدوث الازمة ،وخاصة أن النتائج غير المرغوب فيها للازمات تنعكس على مؤسسة اتصالات الجزائر بغض النظر عن نوع الأزمة ومستواها.

المبدأ الرئيسي للاتصال في الازمات هو عدم الانعزال في حال حدثت مأساة أو مشكلة ما،والاتصال هو الاكثر فعالية في الازمات.[6]

والهدف من تكوين فريق عمل ادارة الأزمة هو في قيادة المؤسسة بدرجة اولى في ظل ظروف الازمة والعمل على مكافحتها والخروج منها بأقل الاضرار.

-توعية المواطنين وارشادهم بما ينفعهم لمكافحة الأزمة.

-عدم تهويل الأمر وتهدئة الاوضاع.

النتائج العامة للدراسة:

من خلال المقابلات التي تم اجراءها توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-عدم وعي القيادة الادارية العليا لدى مؤسسة اتصالات الجزائر المركزية بأهمية (هذا الجهاز)العلاقات العامة،والدور الفعال الذي تلعبه داخل مؤسسات المحلية.

-ضعف في ممارسة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية لعدم وجود حيز مكاني أو قسم خاص بالعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

-مديرة المؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية تعمل على تكوين اتصال دوري بين مختلف الاقسام بالمؤسسة وتعتبر كمستشارة للعلاقات العامة .

-افتقار مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية إلى مختصين في العلاقات العامة بحكم قلة العمال بها،وعدم تخصيص مكانة لها.

-تتخذ مؤسسة اتصالات الجزائر في اتصالها الداخلي شكل التصال الدوري التبادلي،وهي بذلك تسعى جاهدة إلى بث روح التعاون والتفاهم المشترك لدى العاملين فيها،الشيء الذي يجعلهم يشعرون بالانتماء والمسؤولية اتجاه عملهم.

-الأساليب والوسائل التصالية المستخدمة في المؤسسة تزيد من فعالية العلاقات العامة بها

-تقوم مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية بتوطيد العلاقات الانسانية والاجتماعية داخلها،وتظهر جليا في العلاقات غير الرسمية بين العمال،وبناء علاقات متواصلة قائمة على التفاهم المتبادل.

-مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية هي فرع من فروع المؤسسة الوطنية لاتصالات الجزائرية،بحيث لا تعتبر مركزية التسيير بل تخضع لاوامر وتعليمات من المؤسسة الوطنية لاتصالات الجزائر.

-الرغبة في الدخول عالم المنافسة التي تعرفها المؤسسات الأخرى لاتصالات الجزائر،لضمان الاستمرارية والبقاء والتفاني في العمل.

-وضع المؤسسة في حالة تاهب قصوى خلال الازمة،والعمل على احتواءها ومواجهة مختلف المشاكل التي تنجم عنها دون تهويل وتخويف الجمهور.

-اقناع العمال والاداريين بان هدفهم مشترك وان تعاونهم يؤدي إلى نجاح وديمومة العمل بالمؤسسة.

-توفير جو هادىء وعائلي فيما بين العمال بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية من خلال الدردشة والحديث اليومي الذي يبعد الملل والروتين في العمل.

توصيات:

يمكن ايراد بعض التوصيات فيمايلي:

-ضرورة تكوين وتدريب مختصين في مجالات العلاقات العامة.

-الاستغلال الحسن لوسائل الاتصال التي تستخدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية في علاقاتها العامة،وأن تكون هذه الوسائل متسمة بالحداثة،المرونة،السرعة والفعالية.

-اسناد مسؤولية العلاقات العامة لذوي الاختصاص،والقيام بتكوين أشخاص مناسبين لهذه المهام.

-استخدام استراتيجيات العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية واستغلالها استغلالا حسنا للارتقاء بها .

-العمل على انتقاء الموظفين المؤهلين في العلاقات العامة،والحرص على الارتقاء بمستواهم باستمرار من خلال الدورات التدريبية في المؤسسات المجاورة،وتبني الطرق الحديثة لتوفير الخدمات ملائمة.

-ضرورة اقتناع الإدارة العليا لمؤسسة اتصالات الجزائر الوطنية بادماج قسم خاص بالعلاقات العامة في اتصالات الجزائر بالمدية وهيكلتها داخليا.

-عمل اتصالات الجزائر بالمدية على الانفتاح بما تقدمه المؤسسة المركزية من خدمات والاستفادة من مشاريع وبرامج المؤسسات الأخرى للاتصالات.

التهميش:

1. بلحاج قويدر نوررة، مساعد إداري رئيسي بمصلحة تحصيل الديون الهاتفية بالمديرية العملياتية، للاتصالات بالمدية، بمقر المصلحة بتاريخ 2015/05/17 على الساعة: 14:30.

2.بن ساعو صارة، مسؤولة خلية الاتصال بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر قسم الإعلام، بتاريخ 2015/05/17 على الساعة: 15:30.

3. بوشيحة فايزة، مسؤولة مصلحة الموارد البشرية بالمديرية العملاتية لاتصلات المدية، مقر المصلحة، 2015/05/18 على الساعة: 10:00 صباحا.

4.بوهلة سيد علي، مساعد إداري رئيسي بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، مقابلة بمكتبه، ، 2015/05/18 على الساعة: 11:00 صباحا.

5.تيراش خديجة، مساعد إداري رئيسي بمصلحة تحصيل الديون الهاتفية بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر خلية الاتصال، بتاريخ 2015/05/19 على الساعة: 10:30.

6.تيتراوي خالد مساعد إداري رئيسي بمقر الاتصالات بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر خلية الاتصال، بتاريخ 2015/05/19 على الساعة: 14:30.

7.خلفي زهية، مسؤولة مصلحة تحصيل الديون بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر المصلحة، بتاريخ 2015/05/20 على الساعة: 10:30.

8.رحماني هنية، مسؤولة مصلحة العلاقات مع الزبائن بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر الخلية، بتاريخ 2015/05/20 على الساعة: 14:30.

9.العجالي ربيعة، مسؤولة مصلحة الميزانية بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر المصلحة، بتاريخ 2015/05/20 على الساعة: 15:00.

10. الموقع الإلكتروني للمؤسسة: www.algérietelecom.dz تاريخ الولوج: 20015/04/23 على الساعة: 14:00.

الخاتمة

خاتمة:

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معالجة موضوع العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية،ذلك لتشخيص واقعها اعتمادا على المؤشرات التالية:

-وظائف العلاقات العامة،الانواع،الاقسام،الادوات،اساليب العمل ،موقعها من الهيكل التنظيمي في الادارات المختلفة،والصعوبات التي تواجهها...

وعقب استفاء الجانب النظري تم النزول إلى الميدان بهدف دراسة واقع العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية تطبيقيا ذلك بعد الاعتماد على العناصر التالية:

التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية،الهيكل التنظيمي لها،مكانتها،علاقتها مع الجمهور الداخلي،استراتيجية العلاقات العامة بها،دور العلاقات العامة في ادارة الازمات بها والعراقيل التي تحد من فاعلية العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية،وصولا إلى النتائج العامة لهذه الدراسة فالتوصيات .

حيث استخلصت الباحثة في هذه الدراسة ان نجاح مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية يكمن في تخصيص حيز مكاني أو قسم خاص بالعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة،ذلك قصد توزيع المهام وتخفيف الأعباء على الإدارة العامة والمديرة،واعطاء اختصاص العلاقات العامة لذويه ،لتطوير الاتصال الداخلي للمؤسسة بين مختلف الهياكل وتوسيع نشاط العلاقات العامة من حيث الاحترافية في تنفيذها لتسهيل التنظيم والتوزيع الدقيق للمهام والاتصال الفعال.

قائمة المراجع

أ_ الكتب:

1_ زيتان عبد الباقي، قواعد البحث الإجتماعي، مكتبة القاهرة، مصر، 1974.

2_ محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط01، الأردن، دار وائل للنشر،1999.

3_ عبد العزيز صالح، الإدارة العامة المقارنة، الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع، ط01، عمان، 2000.

4_ سليمان فخري العلاقات العامة، دار الكتاب والطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق، 1981.

5_عمار بحوش، منهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2001.

6_ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.

7_ عبد العزيز صالح، الإدارة العامة، دار العالمية الدولية للنشر والتوزيع، ط01، عمان، 2000.

8_ مصطفى عمر التيسير، مقدمة في مبادئ وأسس البحث الإجتماعي،الدار الجامعية للنشر والتوزيع والإعلان، ليبيا.

9_ عبد المجيد محمود صالح، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الإجتماعية، بدون طبعة، دار المعرفة الجامعية، الأردن، 2001.

10_ سمير حسن منصور، مناهج العلاقات العامة، من المنظر والخدمة الإجتماعية، بدون طبعة، دار المعرفة الجامعية، 1999.

11_ محمد بهجت جاد الله عدل، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية، بدون طبعة، دار المعرفة، الأردن، 2001.

12_ ابراهيم امام، فن العلاقات العامة والإعلام، 1087.

13_ عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر.

14_ حسن خير الدين، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق، بدون طبعة، مكتبة عين الشمس القاهرة، 1991.

15_ زياد رمضان، العلاقات العامة في منشأة القطاع الخاص، بدون طبعة، الجامعة الأردنية عمان، 1984.

16_ علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط 03، عالم الكتاب، مصر، 1886.

17_ هاشم زكي محمود، العلاقات العامة، المفاهيم الأساسية العلمية، بدون طبعة، بدون دار النشر، الكويت، 1990.

18_ خالد العوضي، العلاقات العامة والإعلام، بدون طبعة، مكتبة الجامعة الحديثة، مصر، 1997.

19_ محمد منير حجاب، سحر وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.

20_ محمد يوسف مصطفى عبدة، مقدمة في العلاقات العامة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2004.

21_ عمر وصفي عقلي، وظائف منظمة الأعمال، بدون طبعة، دار زهران، عمان، 1994.

22_ هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية، اسس نظرية ومجالات تطبيقية، ط02 ، بيروت، 1980.

23_ سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي، ابعاد العملية الاتصالية، رؤية نظرية وعملية وواقعية، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث الاسكندرية، 1999.

24_ منى سعيد الحريري، سلوى امام علي، المجتمع والاعلام، القاهرة، دار المصدرية اللبنانية، الطبعة الاولى، 2004.

ب_المعاجم:

1_المنجد في اللغة والاعلام، دار المشرق للنشر والتوزيع، المكتبة الشرقية، بيروت، 2000.

ج_المقابلات:

1_بلحاج قويدر نوررة، مساعد إداري رئيسي بمصلحة تحصيل الديون الهاتفية بالمدديرية العملياتية، للاتصالات بالمدية، بمقر المصلحة بتاريخ 2015/05/17 على الساعة: 14:30.

2_بن ساعو صارة، مسؤولة خلية الاتصال بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر قسم الإعلام، بتاريخ 2015/05/17 على الساعة: 15:30.

3_ بوشيحة فايزة، مسؤولة مصلحة المو ارد البشرية بالمديرية العملاتية لاتصلات المدية، مقر المصلحة، 2015/05/18 على الساعة: 10:00 صباحا.

4_بوهلة سيد علي، مساعد إداري رئيسي بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، مقابلة بمكتبه، ، 2015/05/18 على الساعة: 11:00 صباحا.

5_تيراش خديجة، مساعد إداري رئيسي بمصلحة تحصيل الديون الهاتفية بالمديرية

العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر خلية الاتصال، بتاريخ 2015/05/19 على الساعة: 10:30.

6_تيتراوي خالد مساعد إداري رئيسي بمقر الاتصالات بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر خلية الاتصال، بتاريخ 2015/05/19 على الساعة: 14:30.

7_خلفي زهية، مسؤولة مصلحة تحصيل الديون بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر المصلحة، بتاريخ 2015/05/20 على الساعة: 10:30.

8_رحماني هنية، مسؤولة مصلحة العلاقات مع الزبائن بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر الخلية، بتاريخ 2015/05/20 على الساعة: 14:30.

9_العجالي ربيعة، مسؤولة مصلحة الميزانية بالمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية، بمقر المصلحة، بتاريخ 2015/05/20 على الساعة: 15:00.

10_الموقع الإلكتروني للمؤسسة: www.algérietelecom.dz تاريخ الولوج: 20015/04/23 على الساعة: 14:00.

د_ المواقع:

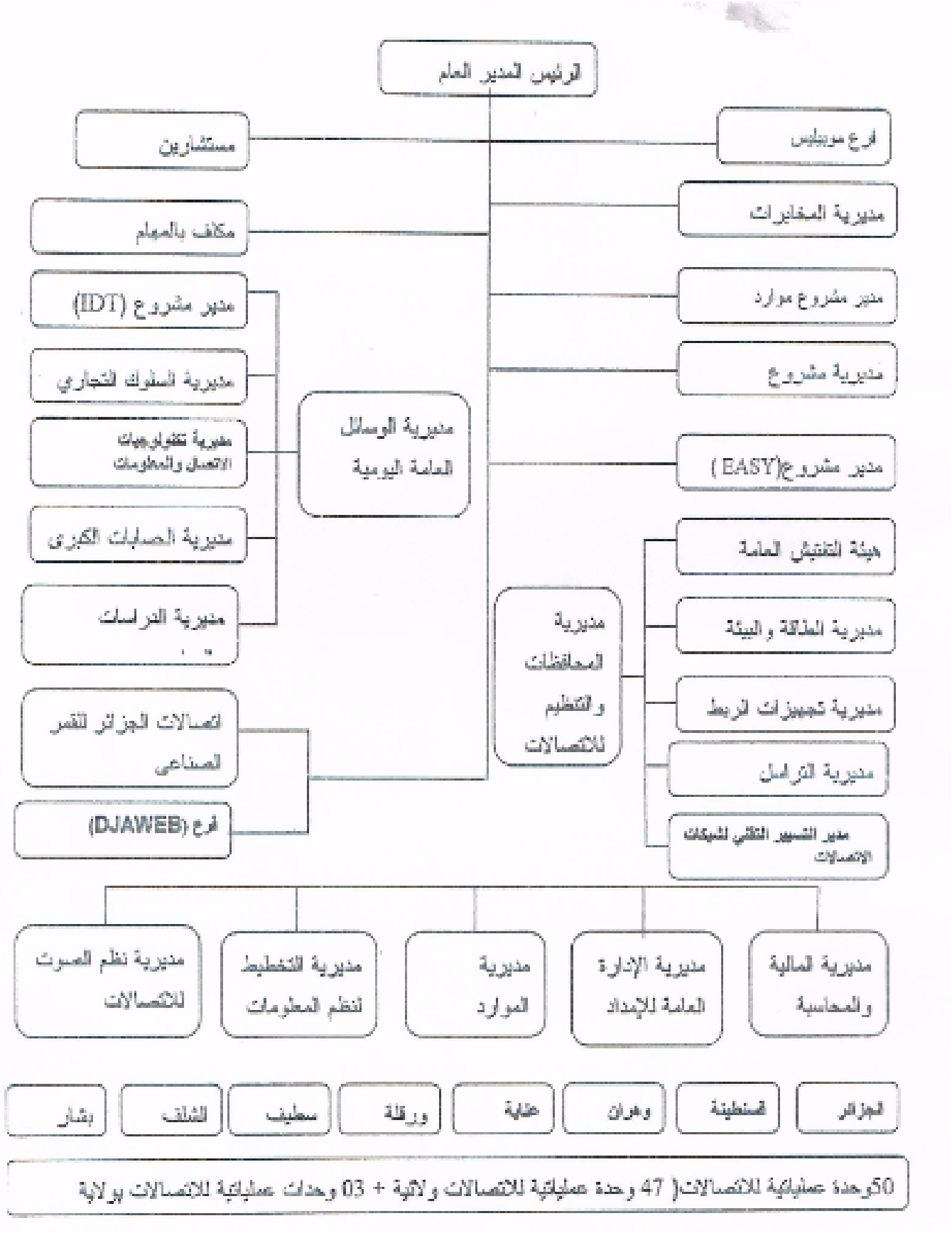
www . aramaashareah .net/ mawak .php

www .ust edu/ epen/ library/ mang/55/ exp11. Doc

www. Algérietelecom. dz تاريخ الولوج: 2001/05/23 على الساعة 14:00.

الملاحق

ملحق رقم 01 : الهيكل التنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر



الملحق رقم 02 : الهيكل التنظيمي للمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على المقابلة التي تم اجرائها مع رئيسة خلية الاتصال.

الملحق رقم 03 : رمز إتصالات الجزائر



الملحق رقم 04: مقر إتصالات الجزائر بالمدية



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر و عرفان	
إهداء	
خطة الدراسة	
مقدمة	أ
أ)- الاطار المنهجي للدراسة	**2**
1-إشكالية الدراسة	**2**
2-تساؤلات الدراسة	**3**
3-فرضيات الدراسة	**3**
4-تحديد المصطلحات	**4**
5-أسباب الدراسة	**6**
6-أهداف الدراسة	**6**
7-أهمية الدراسة	**7**
8-منهج الدراسة	**7**
9-أدوات الدراسة	**8**
10-عينة الدراسة	**10**
11-الدراسات السابقة	**10**
الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة وتطورها	
المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة ونشأتها	**16**
المطلب الأول :مفهوم العلاقات العامة.	**16**

المطلب الثاني :العلاقات العامة في العصور البدائية	**19**
المطلب الثالث:العلاقات العامة في العصور الوسطى.	**21**
المطلب الرابع: العلاقات العامة في العصور الحديثة.	**22**
المبحث الثاني: انواع واسس العلاقات العامة ومبادئها	**26**
المطلب الأول: انواع العلاقات العامة	**26**
المطلب الثاني: أسس العلاقات العامة	**28**
المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة	**30**
المبحث الثالث: اهمية ووظائف العلاقات العامة واهدافها.	**33**
المطلب الأول: اهمية العلاقات العامة	**33**
المطلب الثاني:وظائف العلاقات العامة	**34**
المطلب الثالث :أهداف العلاقات العامة	**35**
تهميش الفصل الأول	**37**
الفصل الثاني: إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة	
المبحث الأول: مجالات العلاقات العامة	**41**
المطلب الأول: مجالاتها في المجال الاقتصادي	**41**
المطلب الثاني: مجالاتها في المجال السياسي	**43**
المطلب الثالث: مجالاتها الادارية والاجتماعية	**44**

المبحث الثاني: طبيعة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائري ونشطاتها	**46**
المطلب الأول:طبيعة العلاقات العامة	**46**
المطلب الثاني:نشاطات العلاقات العامة.	**47**
المطلب الثالث:تنظيمات العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية.	**49**
المبحث الثالث:استراتجية العلاقات العامة داخل المؤسسة الجزائرية	**51**
المطلب الأول:استرتجية العلاقات العامة وتطورها.	**51**
المطلب الثاني: خطوات بناء استراتيجية العلاقات العامة:	**53**
المطلب الثالث: بعض النماذج للعلاقات العامة	**54**
المبحث الرابع: أخلاقيات مهنة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.	**55**
المطلب الأول:اخلاقيات مهنة العلاقات العامة.	**55**
المطلب الثاني:القائم بالاتصال في جهاز العلاقات العامة.	**58**
المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة	**60**
تهميش الفصل الثاني	**62**
الفصل التطبيقي: ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية لاتصالات الجزائر بالمدية	
مقدمة	**65**
المبحث الأول: بطاقة فنية عن مؤسسة اتصالات الجزائر.	**66**
المطلب الأول: تاريخ الاتصالات في الجزائر.	**66**

المطلب الثاني :ميلاد مؤسسة اتصالات الجزائر	**67**
المطلب الثالث: الإطار القانوني للمؤسسة.	**68**
المطلب الرابع: أهداف المؤسسة	**69**
المبحث الثاني: نشاطات وفروع مجمع اتصالات الجزائر وهياكلها.	**70**
المطلب الأول: نشاطات اتصالات الجزائر.	**70**
المطلب الثاني: فروع مجمع اتصالات الجزائر.	**70**
المطلب الثالث: هيكل المؤسسة	**71**
المبحث الثالث: تحليل مضمون المقابلات والتعليق عليها	**75**
المطلب الأول:استراتيجية العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية	**81**
المطلب الثاني : دور العلاقات العامة في ادارة الازمات بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.	**82**
النتائج العامة للدراسة	**83**
توصيات	**85**
التهميش	**86**
خاتمة	**88**
قائمة المراجع	**90**

الملاحق	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الملاحق	

فهرس الملاحق:

الرقم	العنوان
ملحق رقم 01	الهيكل التنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر
ملحق رقم 02	الهيكل التنظيمي للمديرية العملاتية للاتصالات بالمدية
ملحق رقم03	رمز إتصالات الجزائر
ملحق رقم04	مقر إتصالات الجزائر بالمدية
ملحق رقم05	رمز موبيليس فرع اتصالات الجزائر

فهرس الجداول:

الرقم	العنوان
الجدول رقم 01	يمثل الهدف من العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية
الجدول رقم 02	يمثل وظيفة العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية
الجدول رقم03	يمثل مختلف العراقيل التي تحد من فعالية العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية.