



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات

تخصص اتصال و علاقات عامة



مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

موسومة بـ:

دور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية

—دراسة حالة لجمعية كافل اليتيم لولاية تيارت—

إشراف:

د. شعلال مختار

اعداد الطالب:

• بلعيد يوسف

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
د. جلوي مختار	رئيسا	جامعة ابن خلدون - تيارت
د. شعلال مختار	مشرفا ومقررا	جامعة ابن خلدون - تيارت
د. ديبح يوسف	مناقشا	جامعة ابن خلدون - تيارت

السنة الجامعية: 2025/ 2024

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبفضله تيسرت خطوات إنجاز هذا العمل

والصلاة والسلام على أشرف مخلوق اناره الله بنوره واصطفاه.

انطلاقاً من باب من لم يشكر الناس لم يشكر الله.

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لاستاذي المشرف الدكتور شعلال مختار على ارشاداته وتوجيهاته وسعة صدره،

كما لا يفوتني ان اشكر جميع اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال

و إلى كل من رافقني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

خاصة زملائي الطلبة الذين كانوا خير رفقة.

يوسف

إهداء

إلى من زرع فيَّ حب العلم إلى من رحل عن الدنيا

إلى روح والدي أرفع أكف الدعاء والرحمة.

إلى والدتي الغالية التي كانت سندي بالدعاء أطال الله في عمرها وألقاها نورا وهداية في دربي.

إلى الزوجة وأولادي مصدر سعادتي.

إلى إخوتي وأخواتي السند الداعم.

اليكم جميعا اهدي هذا العمل..

مع خالص الامتنان.

يوسف



فهرس المحتويات

.....	شكر وعرفان
.....	إهداء
.....	ملخص الدراسة
.....	مقدمة
.....	أ.
الجانب المنهجي	
17	إشكالية الدراسة:
17	تساؤلات الدراسة:
18	فرضيات الدراسة:
18	أهمية الدراسة:
18	أهداف الدراسة:
19	أسباب اختيار الموضوع:
19	المنهج المتبع:
20	مجتمع البحث:
20	العينة:
21	أدوات الدراسة:
21	حدود الدراسة المكانية والزمانية:
21	مصطلحات الدراسة:
24	الدراسات السابقة:
27	الخلفية النظرية للدراسة:
الجانب النظري	
31	الفصل الأول: استراتيجيات العلاقات العامة
32	تمهيد:
33	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة
33	المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة:

34	المطلب الثاني: أسس ومبادئ العلاقات العامة.....
35	المطلب الثالث: خصائص العلاقات العامة:
36	المبحث الثاني: أهداف العلاقات العامة ووظائفها الرئيسية.....
36	المطلب الأول: أهداف العلاقات العامة وأهميتها.....
36	1- أهداف العلاقات العامة:
37	2- أهمية العلاقات العامة:
38	المطلب الثاني: وظائف العلاقات العامة
38	المطلب الثالث: مجالات العلاقات العامة
39	المبحث الثالث: استراتيجيات العلاقات العامة
39	المطلب الأول: تعريف الإستراتيجية
40	المطلب الثاني: أهمية استراتيجيات العلاقات العامة
41	المطلب الثالث: استراتيجيات العلاقات العامة:
42	خلاصة الفصل:
44	الفصل الثاني: المنظمات غير الربحية
44	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمنظمات غير الربحية.....
44	المطلب الثاني: أهداف المنظمات غير الربحية.....
45	تمهيد:
46	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمنظمات غير الربحية.....
46	المطلب الأول: مفهوم المنظمات غير الربحية
46	المطلب الثاني: أهداف المنظمات غير الربحية.....
47	المطلب الثالث: أنواع المنظمات غير الربحية.....
50	المبحث الثاني: إدارة المنظمات غير الربحية.....
50	المطلب الأول: أنشطة وبرامج المنظمات غير الربحية
52	المطلب الثاني: أساليب تفعيل نشاط المنظمات غير الربحية.....
53	المطلب الثالث: تقييم أنشطة المنظمات غير الربحية.....
55	خلاصة الفصل:

58	تمهيد:
59	المبحث 1: بطاقة فنية عن جمعية كافل اليتيم الولائية بولاية تيارت
59	المطلب الأول: نشأة الجمعية.
60	المطلب الثاني: أهداف الجمعية ووسائلها:
62	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للجمعية:
69	المبحث الثاني: تحليل إجابات المبحوثين
69	المطلب الأول: تحليل إجابات المحور الأول
72	المطلب الثاني: تحليل إجابات المحور الثاني
75	المطلب الثالث: تحليل إجابات المحور الثالث
79	النتائج العامة للدراسة:
82	خاتمة:
82	التوصيات والاقتراحات:
85	قائمة المصادر والمراجع:
89	الملاحق

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل البيانات الشخصية للعينات	69

قائمة الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل شعار (رمز) جمعية كافل اليتيم بتيارت	60

ملخص الدراسة:

تعتبر المنظمات غير الربحية ركيزة أساسية في تقديم الخدمات والدعم للشرائح المحتاجة و تتطلب استمراريته بناء علاقات فعالة بينها وبين المجتمع من خلال العلاقات العامة كأداة حيوية في تحقيق أهدافها و تعزيز تأثيرها.

علاوة على ذلك تضطلع العلاقات العامة بدور في بناء الهوية و السمعة الإيجابية للمنظمة غير الربحية من خلال إدارة الأزمات بشكل فعال و التعامل مع التحديات الاجتماعية و الإعلامية بحكمة، يمكن للعلاقات العامة أن تحمي سمعة المنظمة و تعزز تفاعلها الإيجابي مع الجمهور.

هدفت الدراسة إلى استكشاف أهمية ودور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية، ومن هنا تكمن إشكالية هذه الدراسة: ما دور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية وتعزيز استدامتها؟، إذ تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المعمقة المتمثلة في منهج دراسة حالة تم التركيز على استخدام أداة المقابلة مع 03 أعضاء من الجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت، تم جمع البيانات وتحليلها لنصل إلى نتائج الدراسة والتي أظهرت تفهما عميقا من المشاركين لدور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية وجعلها أكثر جاذبية، وذلك من خلال إدارة الأزمات بشكل فعال والتعامل مع التحديات الاجتماعية والإعلامية بحكمة، والتي من شأنها أن تسهم في تعزيز مكانة المنظمة في المجتمع وجذب المزيد من الدعم والتعاون، وبهذا فنتائج الدراسة أشارت إلى تأكيد وتحقيق فرضيات الدراسة والتي تؤكد على أهمية دور العلاقات العامة في بناء الهوية والسمعة الإيجابية للمنظمة غير الربحية.

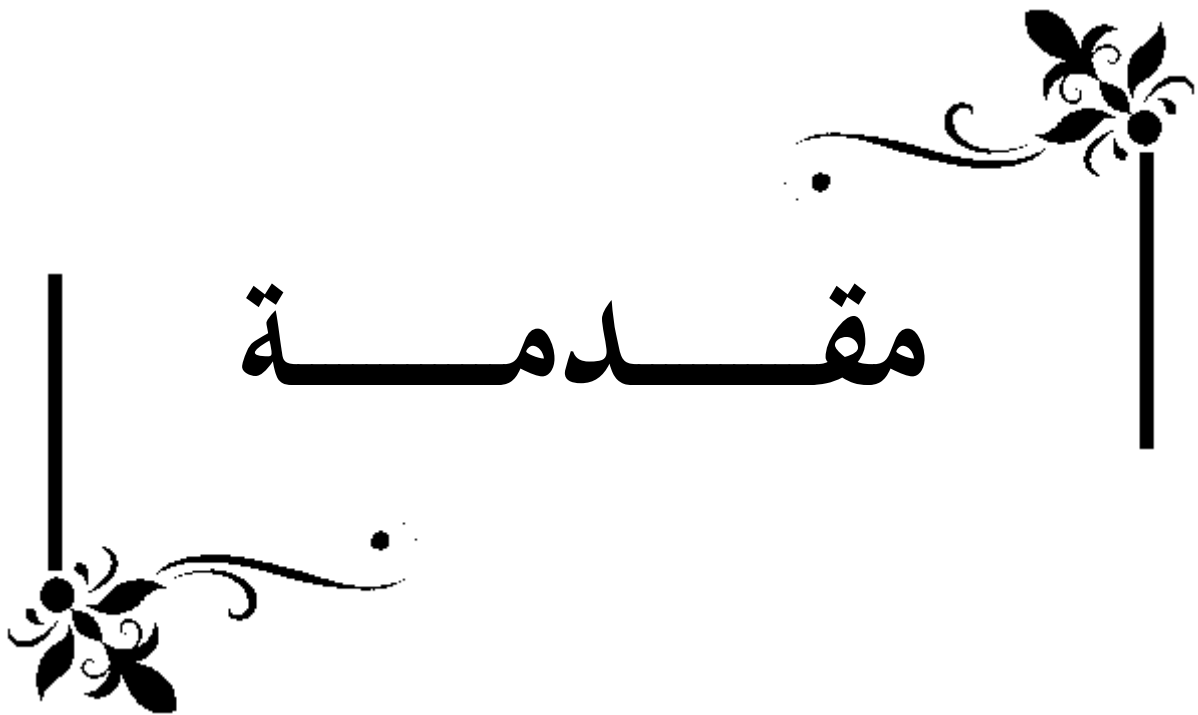
الكلمات المفتاحية: الدور، العلاقات العامة، المنظمات غير الربحية.

Study Summary:

Non-profit organizations are the backbone of providing services and support to those in need. Their sustainability requires building effective relationships between them and the community through public relations as a vital tool in achieving their objectives. The study aimed to explore the importance and role of public relations in activating the activities of non-profit organizations. The problem statement of this study lies in the role of public relations in activating the activities of non-profit organizations and enhancing their sustainability. This study falls within the realm of in-depth studies utilizing a case study method focusing on interviews with three members of the Orphan Sponsorship Association in Tيارت, Algeria. Data was collected, analyzed, and led to the study's results, which revealed a deep understanding among participants of the role of public relations in activating the activities of non-profit organizations and making them more attractive. This was achieved through effectively managing crises, dealing with social and media challenges wisely, ultimately enhancing the organization's standing in society and attracting more support and

collaboration. Consequently, the study's results confirmed and realized the hypotheses, emphasizing the importance of the role of public relations in building the identity and positive reputation of non-profit organizations.

Keywords: Role, Public Relations, Non-Profit Organizations..



مقدمة:

تلعب العلاقات العامة دوراً حيوياً في بناء الثقة وتعزيز الشفافية بين المنظمات غير الربحية والمجتمع المحيط، من خلال إدارة الاتصالات الفعالة والتواصل الإعلامي الجيد، يمكن للعلاقات العامة أن تعمق الفهم والتفاعل بين المنظمة والجمهور المستهدف، حيث بجهودها في بناء شبكات علاقات مع وسائل الإعلام، والشركاء، والجهات الحكومية، يمكن للعلاقات العامة أن تسهم في تعزيز مكانة المنظمة في المجتمع وجذب المزيد من الدعم والتعاون المؤسسي.

في ظل التطورات الاجتماعية والاقتصادية المعاصرة، تعتبر المنظمات غير الربحية ركيزة أساسية في تقديم الخدمات والدعم للشرائح المحتاجة في المجتمع، تتطلب استمرارية هذه المنظمات على التواصل وبناء علاقات فعالة مع الأطراف المعنية، وهنا يأتي دور العلاقات العامة كأداة حيوية في تحقيق أهدافها وتعزيز تأثيرها.

علاوة على ذلك، تلعب العلاقات العامة دوراً في بناء الهوية والسمعة الإيجابية للمنظمة غير الربحية، من خلال إدارة الأزمات بشكل فعال والتعامل مع التحديات الاجتماعية والإعلامية بحكمة، يمكن للعلاقات العامة أن تحمي سمعة المنظمة وتعزز تفاعلها الإيجابي مع الجمهور.

من خلال دراستنا، نتطلع لإستكشاف الأثر الإيجابي الذي يمكن أن تلعبه استراتيجيات العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية الممثلة في جمعية كافل اليتيم المكتب الولائي لولاية تيارت.

ومن أجل الوصول إلى فهم دقيق لهذه الدراسة قمنا بتقسيمها إلى مقدمة وثلاث جوانب تمثلت في الجانب المنهجي، النظري، التطبيقي، والخاتمة.

حيث تناولنا في الجانب المنهجي: إشكالية الدراسة، تساؤلاتها، وفرضياتها مع الوقوف على أهم أسباب إختيار الموضوع وأهميتها وأهدافها بالإضافة إلى نوع ومنهج وعينة الدراسة، كذلك مجالات وأدوات الدراسة وتحديد المصطلحات والدراسات السابقة والخلفية النظرية للبحث.

أما الجانب النظري فقد قمنا بتخصيص له فصلين حيث جاء الفصل الأول بعنوان العلاقات العامة والذي قسمناه إلى ثلاث مباحث، حيث احتوى كل مبحث على ثلاث مطالب، المبحث الأول بعنوان الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة تطرقنا فيه إلى مفهوم وأسس العلاقات العامة وخصائصها.

أما المبحث الثاني: بعنوان أهداف العلاقات العامة ووظائفها الرئيسية واندراج تحته أهداف ووظائف العلاقات العامة ومختلف مجالاتها.

والمبحث الثالث بعنوان استراتيجيات العلاقات العامة يضم ثلاث مطالب تعريف وأهمية استراتيجيات العلاقات العامة وأبرز الاستراتيجيات.

والفصل الثاني بعنوان المنظمات غير الربحية وقد قسمناه أيضا إلى مبحثين، حيث احتوى كل مبحث على ثلاث مطالب، المبحث الأول بعنوان الإطار المفاهيمي للمنظمات غير الربحية تطرقنا فيه إلى مفهوم وأنواع المنظمات غير الربحية وأهدافها.

أما المبحث الثاني: بعنوان إدارة المنظمات غير الربحية وندرج تحته ثلاث مطالب أنشطة وبرامج المنظمات غير الربحية، بالإضافة إلى تقييم أنشطتها.

والجانب التطبيقي: يضم المبحث الأول الخاص ببطاقة فنية عن جمعية كافل اليتيم الولائية بولاية تيارت والتي يحوي على نشأة الجمعية وأهدافها ووسائلها بالإضافة إلى الهيكل التنظيمي الخاص بالجمعية.

أما المبحث الثاني: تحليل إجابات المبحوثين، لتتوصل إلى النتائج العامة للدراسة ثم خاتمة وعرض لبعض التوصيات والإقتراحات.



الجانِب

المنهَجِي

الجانـب المنهـجي

- إشكالية الدراسة
- التساؤلات الفرعية
- فرضيات الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- المنهج المتبع
- مجتمع البحث
- المعاينة وعينة الدراسة
- أدوات الدراسة
- حدود الدراسة
- مصطلحات الدراسة
- الدراسات السابقة
- الخلفية النظرية للدراسة

❖ إشكالية الدراسة:

تعد المنظمات غير الربحية ركيزة أساسية في تنمية المجتمعات من خلال تقديم الخدمات الإنسانية والاجتماعية والبيئية والتعليمية وغيرها. ومع ذلك، فإن هذه المنظمات تواجه العديد من التحديات التي تعيق قدرتها على تحقيق أهدافها بفاعلية، مثل محدودية الموارد المالية، ضعف الوعي المجتمعي بأنشطتها، صعوبة الوصول إلى الفئات المستهدفة، إضافة إلى المنافسة المتزايدة على التمويل والدعم. لذلك، أصبح من الضروري تبني استراتيجيات فعالة لضمان استدامة عمل هذه المنظمات وتعزيز تأثيرها المجتمعي.

في هذا السياق تضطلع العلاقات العامة بدور محوري في دعم المنظمات غير الربحية من خلال بناء صورة إيجابية عنها، وتعزيز تواصلها مع المجتمع، وزيادة الوعي بأهدافها وبرامجها، فضلاً عن تحسين قدرتها على استقطاب التمويل والمتطوعين والداعمين، فبواسطة استراتيجيات اتصالية مدروسة، يمكن للعلاقات العامة أن تخلق جسوراً من الثقة مع الجمهور المستهدف، وتساهم في نشر رسائل المنظمة بأسلوب مؤثر يضمن تفاعلاً أكبر معها، كما أن العلاقات العامة تساهم في إدارة الأزمات التي قد تواجهها المنظمة، مما يعزز مصداقيتها ويحمي سمعتها.

مع التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح لوسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي تأثير كبير في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وهو ما جعل العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية مطالبة بتوظيف هذه الأدوات الحديثة بطرق إبداعية تضمن الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة. فالتسويق الرقمي، وانتاج المحتوى الجذاب، وإدارة الحملات الإعلامية الفعالة، كلها عوامل تساعد على تعزيز الحضور الإعلامي لهذه المنظمات، وتحقيق تفاعل أوسع مع جمهورها.

ورغم الأهمية المتزايدة للعلاقات العامة في عمل المنظمات غير الربحية، لا تزال العديد من هذه المنظمات تواجه صعوبات في توظيف العلاقات العامة بالشكل الأمثل، وذلك بسبب نقص الكوادر المتخصصة، أو غياب الاستراتيجيات الواضحة، أو ضعف الوعي بدور العلاقات العامة كأداة حيوية لتحقيق الاستدامة المؤسسية. من هنا تنبع الحاجة إلى دراسة أعمق لكيفية تفعيل دور العلاقات العامة في دعم المنظمات غير الربحية، والوقوف على أفضل الممارسات التي يمكن أن تساهم في تحسين أدائها وتعزيز أثرها في المجتمع.

بناءً على ذلك، تتمثل الإشكالية الأساسية لهذا البحث في:

ما دور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات جمعية كافل اليتيم تيارت وتعزيز استدامتها؟

❖ التساؤلات الفرعية:

- ما الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمنظمات غير الربحية وتعزيز مصداقيتها؟
- هل يمكن لاستراتيجيات العلاقات العامة أن تسهم في زيادة وعي المجتمع بأهداف وأنشطة المنظمات غير الربحية؟

- كيف تساهم العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي قد تواجه المنظمات غير الربحية وحماية سمعتها؟
- ما مدى تأثير العلاقات العامة على استقطاب التمويل والدعم والتبرعات لصالح هذه المنظمات؟

❖ فرضيات الدراسة:

- توجد علاقة إيجابية بين استخدام استراتيجيات العلاقات العامة من قبل جمعية كافل اليتيم وبين زيادة توعية المجتمع بقضية الأيتام وزيادة حجم التبرعات.
- التفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام والاتصال يسهم في تعزيز فهم المجتمع لأهمية دور الجمعية في تحسين أوضاع الأيتام وبناء شراكات استراتيجية لدعمها.
- وجود استراتيجيات علاقات عامة محكمة وفعالة في جمعية كافل اليتيم يمكن أن يؤدي إلى زيادة تفاعل الجمهور والمتطوعين مع الجمعية وبالتالي تحقيق نتائج إيجابية أكبر.
- التواصل الداخلي الفعال داخل جمعية كافل اليتيم يمكن أن يؤدي إلى تعزيز التفاهم بين أفراد الجمعية وبناء بيئة عمل إيجابية تسهم في تحقيق أهداف الجمعية بنجاح.

❖ أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من:

- دورها في تعزيز وعي الجمهور بقضايا وأنشطة جمعية كافل اليتيم، مما يسهم في رفع مستوى الشفافية و بناء الثقة بين الجمعية و المجتمع.
- كما تساهم في تحقيق فرص اكبر لجذب الدعم المالي و الموارد اللازمة لتنفيذ مشاريع الجمعية الخيرية، الى جانب تحسين التفاعل مع مختلف فئات المجتمع و زيادة نطاق تأثير الجمعية في تحقيق رسائلها الانسانية.

أهداف الدراسة:

- الكشف عن كيفية مساهمة العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي قد تواجه المنظمات غير الربحية وحماية سمعتها.
- معرفة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمنظمات غير الربحية وتعزيز مصداقيتها.
- معرفة كيف يمكن لاستراتيجيات العلاقات العامة أن تسهم في زيادة وعي المجتمع بأهداف وأنشطة المنظمات غير الربحية.

- التعرف عن مدى تأثير العلاقات العامة على استقطاب التمويل والدعم والتبرعات لصالح هذه المنظمات.
- الكشف عن مدى مساهمة العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية وتعزيز استدامتها.

❖ أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب لاختيار موضوع الدراسة منها:

• ذاتية:

- ✓ الميل والرغبة في البحث عن المواضيع المتعلقة بالمنظمات غير الحكومية.
- ✓ الاهتمام الشخصي بالعمل الخيري والرغبة الذاتية في معرفة أهمية العلاقات العامة في تنمية وتفعيل نشاطات المنظمات غير ربحية.

• موضوعية: تمثلت في:

- ✓ فهم الطريقة التي تؤثر بها العلاقات العامة على قدرة المنظمات غير الربحية على تحقيق أهدافها الاجتماعية وتوفير الدعم للمجتمع المحلي.
- ✓ تحديد كيفية تطبيق مفاهيم العلاقات العامة على الواقع العملي وتحليل فعالية تلك الاستراتيجيات. مثل جمعية كافل اليتيم تيارت
- ✓ فهم كيفية تعزيز العلاقات العامة منظمة غير ربحية في البقاء والنمو المستدام، وبالتالي زيادة تأثيرها وتأثيرها على المستفيدين.
- ✓ إثراء المعرفة العلمية في مجال علاقات العامة وتطبيقاتها في قطاع المنظمات غير الربحية.

❖ منهج الدراسة:

كل دراسة تعتمد على منهج للوصول إلى الأهداف المحددة بطريقة علمية وأكاديمية، فالمنهج هو مجموعة من القواعد والإجراءات والأساليب التي تجعل العقل يصل إلى معرفة حقه بجمع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها بدون أن يبذل مجهودات غير نافعة، كما يعرفه الدكتور جمال زكي " بأنه الوسيلة التي يمكننا عن طريقها الوصول إلى مجموعة الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى.¹

- ✓ والمنهج هو الطريقة الموضوعية التي يسلكها الباحث في دراسته أو في تتبعه لظاهرة معينة من أجل تحديد أبعادها بشكل كامل ، حتى يتمكن من التعرف عليها وتميزها ومعرفة أسبابها ومؤشراتها والعوامل المؤثرة فيها للوصول إلى نتائج محددة ، كما أنه مجموعة القواعد والمبادئ العامة التي يسترشد بها الباحثون في دراستهم لظاهرة

¹-بومدين كريمة، التلفزيون والنسق القيمي، دراسة تحليلية لقناة فرانس 24 الناطقة باسم اللغة العربية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2016/ 1015، ص 26 27.

الكون الفيزيائية أي الجامدة والبيولوجية الحية والاجتماعية أي الإنسانية والتي تحدد لهم الإجراءات العلمية الملاحظة الدقيقة وكيفية تسجيلها والعمليات العقلية مثل الاستنباط والاستقراء التي يقومون بها من أجل الوصول إلى معرفة الصادقة بين الظاهرات.¹

✓ ففي البحوث الاجتماعية والإنسانية وغيرها من البحوث العلمية، يتم تحديد المنهج المتبع لإجراء الدراسة وفقاً لطبيعة الظاهرة المدروسة، وعلى هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا على منهج دراسة حالة:

والذي يعرف على أنه " يهتم بتجميع الجوانب المتعلقة بشيء أو موقف واحد على أنه يعتبر الفرد، أو المؤسسة، أو المجتمع أو أي جماعة، كوحدة للدراسة ويقوم منهج دراسة الحالة على التعمق في دراسة المعلومات بمرحلة معينة من تاريخ حياة هذه الوحدة، أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها.²

❖ مجتمع البحث:

يعرف بأنه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستنا لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخاته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف وبلي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث.³

وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة دور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية وتعزيز استدامتها، فإن مجتمع بحثنا هو هو المنظمات غير الربحية بولاية تيارت.

❖ عينة الدراسة:

العينة هي عبارة عن جزئية من المجتمع الأصلي وهي الجزء من الكل أن يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي ويحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي.

¹ -- محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، العدد 09 جانفي، جوان 2017 ص 311.

² -عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النميز، دمشق، ط 2، 2004، ص 177

³ -محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط 1، 2000، ص 130.

يعرفها محمد الغريب: هي كل مجموعة من الأفراد يمكن أن تعمم نتائج أي دراسة ولكي يتحقق هذا التعميم يجب أن تكون هذه العينة ماثلة لهؤلاء الأفراد.¹

وعليه عينة دراستنا التي اعتمدنا عليها هي عينة قصدية بحيث اخترنا مجموعة من أعضاء الجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت (3 أعضاء) شملت: رئيس الجمعية، أمين الصندوق، الكاتب عام.

أدوات الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الإشكالية المراد دراستها وما ترمي له من أهداف فإن الجانب الميداني استلزم الاعتماد على أداة المقابلة لجمع المعلومات، فهي مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات التي يطلب الإجابة عنها والتعقيب عليها وجهاً لوجه بين الباحث والأشخاص المعنيين بالبحث أو عينة ممثلة لهم. **المرجع؟**

"وتعرف أيضاً بأنها " محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين، يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة.²

❖ حدود الدراسة المكانية والزمانية:

الحدود المكانية: دراستنا كانت بالجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت

الحدود الزمانية: من 10 فيفري 2025 إلى 20 ماي 2025.

❖ مصطلحات الدراسة:

• الدور:

لغة: جمع أدوار، مهمة، وظيفة.³

اصطلاحاً: السلوك المرتبطة بوضع اجتماعي معين ناتج افراد وهو فعل متوقع منه عن تفاعل.⁴

¹ محمد الغريب، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 19

² -د. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2019، ص 157.

³ أحمد عمر مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتاب، ط 1، القاهرة، السنة؟ ص 784

⁴ زبيدة دهام، دور المواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام الجزائري ظاهرة الاختطاف، دار النشر؟؟ خيس مليانة، 2009، ص 13

اجرائيا: هوا مجموعة من السلوكيات والمسؤوليات والمهام التي يقوم بها الفرد داخل الجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت.

● العلاقات العامة:

لغة: هي عبارة عن مفهوم لفظي مركب من كلمتين الأولى العلاقات والثانية العامة والعلاقات جمع علاقة بالفتح هي الربط بين موضوعين أو أكثر وبذلك شرط أساسي لتكوين علاقات اجتماعية.¹

اصطلاحا: وظيفة إدارية ذات طابع مخطط تهدف المنشأة من خلالها إلى كسب تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين لهم علاقة بها والمحافظة عليها عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها واجراءاتها قدر الإمكان بالمصلحة العامة.²

اجرائيا: هي اتصال تنظيمي إداري تقوم به المؤسسة من أجل بناء صورة حسنة جيدة لها لارتباطها بين جمهورها الخارجي.

● المنظمات غير ربحية:

التعريف الاصطلاحي: المنظمات غير الربحية هي مؤسسات أو هيئات تطوعية أو رسمية يتم تأسيسها

بهدف تقديم خدمات خيرية أو اجتماعية أو ثقافية أو بيئية دون أن يكون هدفها الأساسي تحقيق أرباح مادية، بل توجيه جميع مواردها لتحقيق أهدافها الإنسانية والاجتماعية. وتشمل هذه المنظمات الجمعيات الخيرية، والمؤسسات التنموية، والمنظمات الحقوقية، والهيئات التطوعية، وغيرها. وغالبا ما تعتمد في تمويلها على التبرعات، والهبات، والمنح، والدعم الحكومي أو المجتمعي.³

اجرائيا: في إطار هذا البحث، يُقصد بالمنظمات غير الربحية تلك الكيانات المؤسسية التي تعمل في مختلف

¹ أحمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 220.

² وضياف عاطف، **فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية**، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيماويات سكيكدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال علاقات عامة كلية العلوم الإنسانية، سكيكدة، 2019: ص112.

³ حسين شحاته، **محاسبة الوحدات غير الهادفة للربح، دار النشر ؟ اسم المجلة؟** كلية التجارة، جامعة الأزهر، القاهرة، 2001، ص7

المجالات الاجتماعية والإنسانية، ولا تستهدف تحقيق مكاسب مالية لصالح أفراد أو جهات محددة، وإنما تهدف إلى تحقيق منفعة عامة، وتعتمد هذه المنظمات في استدامتها على الدعم المادي والمعنوي من المجتمع، وتشمل أنشطتها مجالات مثل الرعاية الصحية، التعليم، الإغاثة، حماية البيئة، حقوق الإنسان وغيرها.

❖ الدراسات السابقة:

• الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى: دراسة وهابي كلثوم، بعنوان "التسويق في المنظمات غير هادفة للربح" الجمعيات نموذجاً" مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم الاقتصادية جامعة بومرداس الجزائر، السنة 2011/2010.

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان أهمية التسويق ودوره في الارتقاء بأداء الجمعيات في خدمة المجتمع وتوضيح النظام التسويقي القابل للتطبيق في الجمعيات انطلاقاً من الإشكالية: مادور التسويق في زيادة فعالية المنظمات غير الهادفة للربح؟، واستخدمت المنهج الوصفي.

وتوصلت إلى أن التسويق نظام متكامل يتكون من مجموعة من الأنشطة الفرعية التي تستهدف إتمام عملية المبادلة لتلبية احتياجات ورغبات المستهلك وأن مستوى تطبيق عمليات التسويق في الجمعيات ضعيف، وأن وجد يوجد ببعض الاهتمام بتطبيق جزئيات من عملية التسويق.

الدراسة الثانية: سفيان فاسي، دور الاتصال والعلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي بمنظمات المجتمع المدني جمعية الهلال الأحمر الجزائري بولاية الجزائر أنموذجاً، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، المجلد 11، العدد 02: 2024.

استهدفت الدراسة التعرف على دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني، وكيف ساهمت هذه الأخيرة في الترويج للنشاطات والأحداث والأعمال الخيرية ونشر ثقافة العمل التطوعي لدى مختلف فئات المجتمع، وانطلقت الدراسة من أرضية نظرية ارتكزت في منهجها على المنهج الوصفي التحليلي، وقد استخدم فيها استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات بحيث طبقت الدراسة على حالة جمعية الهلال الأحمر الجزائري بولاية الجزائر، و تمت مناقشة وتحليل كيف للأنشطة العلاقات العامة أن تساهم في تحسين صورة الجمعية وتعزز من قناعات وانطباعات الجمهور الداخلي والخارجي وكيف تعمل على زيادة نشاط الوسائل الاتصالية لكسب ثقة المساهمين والمتبرعين، حيث توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

بناء على الدراسة الميدانية في جمعية الهلال الأحمر الجزائري وبعد عرض البيانات في جداول وتحليلها تحليل إحصائي وسوسيولوجي خلصنا إلى جملة من النتائج والتي تتمثل في:

بينت الدراسة بالنسبة لعامل السن أن كلا الجنسين تقريبا أصبح لهم نفس المهام، حيث أخذت المرأة مكانها في مجال العمل التطوعي، ففي إطار ما كان كنا نجد غياب أدوار المرأة داخل الجمعيات وسيطرة الرجال على هذا الفضاء، لكن في إطار ما هو كائن اليوم أضحت للمرأة أهمية كبيرة في تنشيط العمل التطوعي، ونشر ثقافته بين مختلف شرائح المجتمع، سواء باستخدام التطوع الإلكتروني الذي يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو من خلال الخرجات الميدانية لجمع التبرعات وممارسة مختلف الأنشطة الخيرية.

من خلال الدراسة أيضا تبين بأن جمعية الهلال الأحمر الجزائري تستقطب جميع الفئات العمرية على اختلاف جنسهم وأعمارهم، في حين ما هو غالب هي فئة الشباب وهذا إن دل فإنما يدل على أن هذه الفترة هي فترة العطاء والحيوية والنشاط والاندفاع نحو العطاء

والمشاركة في الأعمال الخيرية بشكل فعال وإيجابي فالشباب في هذه المرحلة يكون أكثر حماسا ورغبة في عمل الخير ومساعدة الفقراء المحتاجين أما فئة كبار السن فإثبات وجودهم داخل الجمعية قد يكون بدافع كسر الروتين اليومي والبحث عن دور جديد في الحياة مما دفعهم للتوجه إلى هذا الفضاء الخيري وتجد أكثرهم في مكاتب الجمعية وأقسامها، ويشاركون بجهودهم ووقتهم وحتى مالهم في بعض الأحيان من أجل مساعدة الفئات الهشة في المجتمع.

من خلال الدراسة أيضا يتبين لنا أن فئة الموظفين والمتطوعين (أطباء أساتذة نشطاء خبراء، مشرفي التربية ..) على حسب إجابة المبحوثين هي الفئة الغالبة مع الطلاب الجامعيين وهذا ما يدل على أن الجمعية تركز على توظيف أفراد لهم وعي بثقافة العمل التطوعي، كما لهم دراية واسعة بمجال الاتصال وممارسة العلاقات العامة وهذا نظرا لتعاملاتها الكثيرة والمباشرة مع الجمهور الداخلي والخارجي كما نجد أن لهذه الطبقة المثقفة دور كبير في عملية الإرشاد والتوجيه والتكفل الاجتماعي والتربوي والصحي والترويحي أما فئة المتقاعدين فهي كذلك لها دور فعال في تعزيز العمل التطوعي من خلال مساهمتها في تنشيط الأعمال الخيرية.

أظهرت الدراسة بأن الوسائل التكنولوجية الحديثة هي الأكثر استخداما من قبل جهاز العلاقات العامة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري في الاتصال بجمهورها وفي أداء أنشطتها، من خلال استخدام البريد الإلكتروني الذي يتيح التواصل الفعال والسريع مع الأفراد، مما يسهل توزيع المعلومات ويحقق استجابة الجمهور الداخلي والخارجي للحملات التسويقية التي تقوم بها الجمعية وما يميزه عن باقي الوسائل هو تأمين بيانات المستخدمين وضمان سرية المعلومات المرسل، في حين جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية وهذا نظرا لما توفره من بيئة تفاعلية

بين المرسل والمستقبل، وخاصة نقل الصورة والصوت وتوفير الوقت والجهد، كما أنها تعرف إقبالا واسعا من كل فئات المجتمع، وخاصة فئة الشباب.

• الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة محمد مصلح ضاوي العتيبي بعنوان "دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين" دراسة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم العلوم الإدارية، الرياض، السنة 2003

هدفت إلى معرفة مدى إلمام جمهور المستفيدين بمعلومات عن الجوازات وخدماتها وسياستها وان التعرف على آراء المستفيدين نحو مدى حرص إدارة العلاقات العامة على معرفة آراء والشكاوى، اشكالياتها: ما دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين؟، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي.

وتوصلت نتائجها إلى أن إدارة العلاقات العامة في كل من المزاخمية والخرج حريصة بدرجة عالية على معرفة آراء وشكاوى جمهور المستفيدين، تجاه إدارة الجوازات والإجابة عن استفساراتهم.

الدراسة الثانية: دراسة إسماعيل أحمد خليل العدارية " نحو إستدامة المؤسسات غير الربحية بعيدا عن التمويل الخارجي في الضفة الاربية / الإغاثة الزراعية نموذجا " دراسة ضمن متطلبات الحصول على درجة ماجستير في التنمية الريفية المستدامة، القدس فلسطين، السنة 2011. انطلاقا من التساؤل الرئيسي: إلى أي مدى يمكن للتمويل الخارجي أن يلعب دورا نحو استدامة المؤسسات غير الربحية، واعتمد على المنهج الوصفي التحليلي.

هدفت إلى التعرف على طرق استدامة المؤسسات غير الربحية واستجلاء فرص الاستدامة وتنشيط فعاليات هذه المنظمات والبحث عن حلول للمشكلات الناتجة في حالة انقطاع التمويل الخارجي عنها وكيفية اعتمادها على المصادر المحلية الذاتية في التمويل والاستدامة. كما توصلت إلى ارتباط استدامة نشاط الإغاثة الزراعية بدرجة كبيرة باستمرارية التمويل الخارجي لها، وفي حالة انقطاع أو ضعف التمويل الخارجي عنها سيؤثر سلبا على نشاطها ذاتيا.

❖ الخلفية النظرية للدراسة:

لفهم دور العلاقات العامة في تفعيل أنشطة المنظمات غير الربحية، يمكن الاستناد إلى عدة نظريات اتصالية وإدارية تفسر طبيعة عمل العلاقات العامة وأثرها على الجمهور المستهدف، أيضاً نستعين بالنظريات في البناء المنهجي للبحث وذلك في صياغة الإشكالية والفرضيات، كما يجب أن نوظفها في تفسير النتائج.

من بين هذه النظريات:

1. نظرية الاتصال ثنائي الاتجاه:

تعد نظرية الاتصال ثنائي الاتجاه من أبرز النظريات التي تفسر دور العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية. تفترض هذه النظرية أن العلاقات العامة لا يجب أن تقتصر على إرسال المعلومات للجمهور فقط، بل أن تكون عملية تفاعلية تتيح الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائه وردود فعله وفقاً لهذه النظرية، هناك نموذجين أساسيين:

النموذج غير المتماثل: حيث تحاول المنظمة التأثير على الجمهور دون تأييد مواقفها، أي أن الاتصال يكون موجهاً لتحقيق مصلحة المنظمة.¹

النموذج المتماثل: وهو الأكثر فعالية للمنظمات غير الربحية، حيث يعتمد على التفاعل المتبادل وأخذ آراء الجمهور في الاعتبار عند وضع السياسات واتخاذ القرارات.

تستخدم المنظمات غير الربحية هذا النموذج من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، المنتديات الإلكترونية، والاستبيانات، مما يساعدها في قياس مدى تأثيرها والتفاعل مع الجمهور بطرق أكثر ديناميكية. على سبيل المثال، يمكن للمنظمات الخيرية استخدام استطلاعات الرأي لمعرفة الاحتياجات الفعلية للمستفيدين وتوجيه الجهود وفقاً لذلك، مما يعزز ثقة المجتمع بها ويزيد من تفاعل الجمهور مع أنشطتها.

2. نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتمد هذه النظرية على فكرة أن جميع المنظمات، بما في ذلك غير الربحية، لها مسؤولية أخلاقية تجاه المجتمع، وأن تعمل على تحقيق التنمية المستدامة وليس فقط تحقيق أهدافها المباشرة. ترى هذه النظرية أن المنظمات غير الربحية

¹ علي كنعان، العلاقات العامة في الصحافة والإعلام، دار الأيتام للنشر والتوزيع، العراق، 2016، ص 68.

ليست مجرد جهات تقدم المساعدات، بل يجب أن تؤدي دورًا في تعزيز الوعي المجتمعي والمساهمة في حل المشكلات الاجتماعية بطرق مستدامة.

تطبق هذه النظرية من خلال عدة ممارسات، منها:

الشفافية: حيث يجب أن توفر المنظمة معلومات واضحة ودقيقة عن مصادر تمويلها وكيفية

إنفاق الأموال، مما يعزز ثقة المتبرعين والداعمين.

الاستدامة: ينبغي أن تركز المنظمات على إيجاد حلول طويلة الأمد بدلاً من تقديم مساعدات مؤقتة، على سبيل المثال، بدلاً من تقديم الطعام فقط، يمكن لمنظمة غير ربحية أن تنشئ مشاريع تدريب مهني للمحتاجين لتمكينهم من العمل وكسب العيش.

العمل التوعوي: تسعى العديد من المنظمات غير الربحية إلى تأثير السلوكيات المجتمعية من خلال حملات توعية حول قضايا مثل الصحة، البيئة، والتعليم. تعزز هذه النظرية مكانة المنظمات غير الربحية باعتبارها جهات مسؤولة تسعى لتحقيق المنفعة العامة، مما يجعلها أكثر قدرة على جذب الدعم والتمويل من الأفراد والشركات والحكومات.¹

3. نظرية إدارة العلاقات: تؤكد نظرية إدارة العلاقات أن نجاح العلاقات العامة يعتمد بشكل أساسي على بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور في المنظمات غير الربحية، تلعب هذه النظرية دورًا مهمًا في ضمان استمرارية الدعم من المتبرعين، المتطوعين، والشركاء. تقوم هذه النظرية على عدة مبادئ، منها الثقة، الالتزام، والتواصل المستمر.

تتجلى هذه النظرية في العديد من الممارسات الفعالة التي تعتمد عليها المنظمات غير الربحية، ومنها:

التواصل المستمر مع الداعمين: يمكن للمنظمات إرسال نشرات إخبارية دورية تحتوي على تحديثات حول أنشطتها وأثرها في المجتمع، مما يعزز شعور المتبرعين والمتطوعين بأنهم جزء من النجاح.

تنظيم فعاليات تفاعلية: مثل المؤتمرات، ورش العمل، واللقاءات التوعوية، التي تتيح فرصًا للتفاعل المباشر بين المنظمة وجمهورها، مما يعزز الولاء والدعم المستمر.

¹ الشمري محمد مرضي، العلاقات العامة والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 09.

إظهار التقدير للءاعمين: مثل إرسال رسائل شكر للمتبرعين، منح شهاداء تقدير للمتطوعين، أو تكريم الشخصيات الءاعمة، مما يعزز العلاقة بين المنظمة وجمهورها.

يساعد تطبيق هذه النظرية في بناء قاعدة دعم مستءامة، حيث يدرك الجمهور أن المنظمة ليست مجرد جهة تتلقى التبرعات، بل كيان يهتم بإقامة علاقات حقيقية مع المجتمع، مما يعزز مصءاقيتها وفعاليتها على المدى الطويل.¹

¹ أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، ءار ومكتبة الءامء للنشر والتوزيع، عمان، ط1
،2016م/1437هـ، ص41.



الفصل الأول: العلاقات العامة

تمهيد

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة

المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة

المطلب الثاني: أسس ومبادئ العلاقات العامة

المطلب الثالث: خصائص العلاقات العامة

المبحث الثاني: أهداف العلاقات العامة ووظائفها الرئيسية

المطلب الأول: أهداف العلاقات العامة

المطلب الثاني: وظائف العلاقات العامة

المطلب الثالث: مجالات العلاقات العامة

المبحث الثالث: استراتيجيات العلاقات العامة

المطلب الأول: تعريف استراتيجية العلاقات العامة

المطلب الثاني: أهمية إستراتيجية العلاقات العامة

المطلب الثالث: استراتيجيات العلاقات العامة

خلاصة الفصل

تمهيد:

تلعب العلاقات العامة دوراً حيوياً في نجاح أي منظمة في عصر تنافسي متسارع المعدلات، تتضمن استراتيجيات مجموعة من الخطط والأفكار المصممة لتعزيز الاتصال وبناء علاقات طيبة مع الجمهور المستهدف، حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة الذي شمل: تعريف، مبادئ وخصائص بالإضافة إلى أهداف العلاقات العامة ووظائفها الرئيسية، ومختلف الاستراتيجيات المستخدمة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة

المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة :

" ان البحث عن تعريف للعلاقات العامة لا يعتبر من قبيل الاستمتاع بالجدل النظري او الترف الأكاديمي، بل له دواعيه ومبرراته من وجهة النظر العلمية، يمكن حصرها في النقاط الآتية :

✓ المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات وتضاربها بين ادارة العلاقات العامة والادارات الوظيفية الأخرى .

✓ امكانية تحديد اهداف ومسؤوليات ادارة العلاقات العامة بوضوح وبالتالي وضع تنظيم اداري علمي جيد لها.

✓ امكانية وضع خطط وبرامج العلاقات العامة التي يسير وفقا لها نشاط الادارة وتحديد المسؤوليات الوظيفية والعناصر البشرية اللازمة.

تعريف المعاهد والجمعيات للعلاقات العامة:

- يعرف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها الجهود الادارية المخططة والمستمرة والتي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المشاة وجمهورها.
- أما جمعية العلاقات العامة الدولية فتعرف العلاقات العامة على أنها الوظيفة الإدارية المستمرة والمخططة، والتي تسعى من خلالها المنظمات إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية.¹
- وتعرف جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة: هي نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة ومنتجة بينها وبين فئة من الجمهور".²
- " ويعرف أحمد كمال وعدلي سليمان في كتاب الخدمة الاجتماعية والمجتمع العلاقات العامة بأنها عملية لقياس وتحليل الرأي العام لتوصيل رأي الجمهور للمؤسسات من ناحية أو لتوصيل رأي المسؤولين في المؤسسات إلى الجمهور من ناحية أخرى، وهي عملية مستمرة في نشاط المؤسسة".¹

¹ تيفورة نجاة، رابح كشاد، استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في تكوين صورة المؤسسة، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية بحوث ودراسات، المجلد 10، العدد 01، جامعة البليدة، الجزائر، 2023: ص 91.

² تيفورة نجاة، رابح كشاد، المرجع نفسه، ص 92

" أما جمعية العلاقات العامة الدولية فتعرف العلاقات العامة على أنها الوظيفة الإدارية والتي تسعى من خلالها المنظمات إلى كسب تعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية وعلى استمراره، وذلك بدراسة الرأي العام والتأكد من توافقه مع مدارات الماء وتحقيق المزيد من التعاون والأداء من المصالح المشتركة بين المنظمات وجماهيرها باستخدام الإعلام الشامل. " ²

وعليه مما سبق يمكن تعريف العلاقات العامة: مجال يهتم ببناء وتعزيز العلاقات الإيجابية بين المؤسسة وجمهورها المستهدف، سواء كانوا عملاء، مستثمرين، أو أفراد المجتمع. تهدف إلى تعزيز سمعة المؤسسة ونشر رسالتها بشكل فعال وإدارة الأزمات بشكل ملائم.

المطلب الثاني: أسس ومبادئ العلاقات العامة

" لكي تقوم العلاقات العامة بدورها وتنجح في تحقيق أهدافها، لا بد لها أن تقوم أو تستند على مجموعة من الأسس والمبادئ والتي اخترتها إدوارد بيرنيز في قاعدتين أساسيتين وهما: الأداء النافع أولاً والإخبار الصادق ثانياً، ويؤكد على أن القاعدة الثانية مكملية للأولى ولا يمكن أن تقوم بديلاً عنها، وتتمثل هذه الأسس والمبادئ فيما يلي :

(أ) العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة :

إن أي مؤسسة يقوم نجاحها على أساس التفاهم والتعاون المتبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون فيها من جهة، وبين العمال فيما بينهم من جهة أخرى، فلا يعقل أن تحسن المؤسسة علاقتها بالجمهور الخارجي وتترك جمهورها الداخلي على غير ما يرام، وعليه يجب أولاً وقبل كل شيء خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة، ليبدأ بعد ذلك توطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي. " **المرجع؟**

ب مراعاة الصدق وإتباع الأسلوب العلمي :

من الضروري مراعاة الصدق والأمانة والتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع الأعمال الموكلة للأفراد العاملين، كما يجب الالتزام في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم، فالصدق والأمانة في نشر

¹ - أنعام حسن أيوب، وآخرون، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016: ص 14.

² - تيفورة نجا، رايح كشاد، المرجع سبق ذكره، ص91

الأخبار شيء ضروري، لأن استعمال الأخبار الكاذبة والمزيفة لا يزيد من شهرة المؤسسة بل على العكس من ذلك فإنه يعمل على دمارها ويهدد وجودها وكيانها .¹

ج) إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق :

تعتبر الصراحة وبث الأخبار الصحيحة من أسس العلاقات العامة، لأن سياسة عدم إخفاء الحقائق تقضي على كل الشائعات التي تضر المؤسسة، وتولد الثقة بين الجمهور والمؤسسة، وعليه فإنه على المؤسسة إتباع أسلوب المكاشفة وعدم إخفاء الحقائق وذلك للقضاء على كل الأقاويل الكاذبة التي يمكن أن يستعملها بعض المغرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة، نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الاتصال على الرأي العام للجماهير، فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة والتي تعكس الإطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة ومن أهم المبادئ ما يأتي :

- ❖ المسؤولية الاجتماعية لأن العلاقات العامة ليست نشاطا أنانيا يخدم مصالح المؤسسة فحسب ولكنه يوازن بين مصالحها ومصالح جماهيرها والبيئة المحيطة بها .
- ❖ مراعاة الصدق والأمانة في إبلاغ المعلومات .
- ❖ إتباع سياسة عدم الإخفاء: إن الأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق كقيلة بأن تقضي على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المشترك .
- ❖ نشر الوعي بين الجماهير من خلال شرح سياسة الدولة للتنمية ودور المؤسسة أو الهيئة في ذلك
- ❖ كسب ثقة الجماهير حتى تتمكن من تحقيق أهدافها .
- ❖ احترام رأي الفرد أي الإيمان بقيمة الفرد لاحترام حقوقه الأساسية التي نص عليها وضمناها القانون .
- ❖ الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة كالنزاهة والصدق والأمانة .²

المطلب الثالث: خصائص العلاقات العامة:

للعلاقات العامة خصائص متميزة هي :

¹ - بن عبد الرحمان فاروق، السبتي محمد عبد الكريم، دور العلاقات العامة في انماء المشاريع الاجتماعية، دراسة حالة جمعية ناس الخير متليلي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة غرداية، 2021/2022: ص 37.

² - سارة بوبكري، نسيمه خامر، فعالية العلاقات العامة في الترويج السياحي، دراسة ميدانية بمديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية جيجل، مذكرة مكملية لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2017/2018: ص 64.

- " إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة يفترض وجودها لأي منظمة لتحقيق أهدافها وتحديد وظائفها وهي لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية وحسب وإنما ينبغي أن تلعب دورا اجتماعيا، وأن تضع صالح الجمهور في المقام الأول .
- إن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنشآت فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث .
- إن العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين المؤسسة وجمهورها الداخلية والخارجية تتسم بالديناميكية وقوة الفاعلية بين الطرفين .
- إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة للوصول إلى تحقيق علاقات طيبة وتنسيق العلاقات بين أقسام التنظيم المختلفة .
- العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور، وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المؤسسة.¹
- " العلاقات العامة هي جهود مرسومة تهدف إلى التأثير في جماهير معينة لكسب ثقتها وحملها على تقبل أهداف محددة، كما أنها مستمرة لان الطبيعة الإنسانية منقلبة.
- العلاقات العامة هي مجموعة من المهارات والطرق الفنية التي توجه بغية كسب ثقة الجماهير وتمر في مراحل متتابعة هي البحث والتخطيط والاتصال والتقييم.
- العلاقات العامة علم، يعني انه يدرس وتمنح عليه درجات علمية .
- العلاقات العامة تستند إلى مبدأ التنظيم عملية منتظمة تنظم الأولويات.²

➤ المبحث الثاني: أهداف العلاقات العامة ووظائفها الرئيسية

المطلب الأول: أهداف العلاقات العامة وأهميتها

أهداف العلاقات العامة: " تعتبر إدارة العلاقات العامة جزء هام من الهيكل التنظيمي للمؤسسة، حيث تستخدم كافة إمكانياتها ومواردها المادية والبشرية لتحقيق أهداف معينة، بغية الوصول إلى الهدف الأسمى ألا وهو نجاح المؤسسة، وضمان استمراريتها واستقرارها، وتتمثل أهداف العلاقات العامة فيما يلي :

¹ - جلايبية حميد، شطاب محمود، واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، دراسة ميدانية برئاسة جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2018/2017: ص 38.

² - قومي سعيدة، ترسوي سعاد، دور العلاقات العامة في المؤسسات المالية بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية أدرار نموذجاً، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر اعلام واتصال، جامعة احمد دراية أدرار، 2018/2017: ص 37.

- تحقيق السمعة الحسنة للمؤسسة، والعمل على خلق انطباعات جيدة عنها لدى جمهورها .
- الترويج لخدمات المؤسسة ومنتجاتها عن طريق الإعلان، وتنظيم المعارض وتقديم معلومات قيمة عن منتجاتها لوسائل الإعلام .
- تنمية الشعور بالانتماء إلى المؤسسة أو المنظمة لدى العاملين .
- رفع الكفاءة الإنتاجية للعاملين من خلال تحسين ظروف العمل لهم .
- الحصول على ثقة الجمهور وولائه، وكسب رضاه .
- كسب ثقة المساهمين .
- تمتين العلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة .
- بناء علاقات طيبة مع المنظمات المنافسة ومع مؤسسات الدولة، والمحافظة على تلك العلاقات.¹

أهمية العلاقات العامة:

" من الجدير بالذكر أن العلاقات العامة يمكن أن تؤثر على العمل بشكل إيجابي أو سلبي فهي الحد الفاصل للمؤسسة فيما أن تزيد من ربحها وتضمن مستقبل أعمالها أو قد تتسبب بانحيارها لذلك هي الأداة الأكثر أهمية في التسويق وإذا تم استخدامها بشكل صحيح يمكنها التغلب على أي عقبة في العمل تقريباً، ويمكن اختصار أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة بعدة نقاط :

- بناء علاقة بين المؤسسة والجمهور: حيث يمكن أن تؤثر نفسياً على قرارات شراء العملاء للمنتجات والخدمات، كما يمكن أن تخلق العلاقات العامة حاجة في ذهن العميل لشراء المنتج على الرغم من أنه لم يكن قد خطر بباله سابقاً .
- للعلاقات العامة أهمية في التسويق فمهما حققت المؤسسة من نجاحات على مختلف الأصعدة النوعية الجودة - سرعة الأداء ... فلن يتحقق التأثير المطلوب أو الهدف المرجو إذا لم يكن الجمهور والمستهلكون على دراية بالعلامة التجارية للشركة أو المؤسسة أو نجاحاتها أو مساهماتها .
- مصداقية المؤسسة: العلاقات العامة تزيد من مصداقية العلامة التجارية للمؤسسة وهذه المصداقية هي ما

¹ - رحيل غانية، دور العلاقات العامة في تنمية أداء المؤسسة العمومية، دراسة ميدانية مؤسسة الأنابيب الصغرى بالرغاية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص إدارة الجماعات المحلية، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2016/2015: ص 20.

يعزز الثقة بين المؤسسة والعملاء .

- زيادة العملاء المتوقعين والمبيعات والأرباح وخاصة بالحديث عن الشركات التجارية والربحية فالعلاقات العامة تعزز سمعة المؤسسة من خلال الممارسات المذهلة لخبراء العلاقات العامة، التي بدورها تفتح الأبواب بشكل مباشر أمام كافة العملاء للوصول بسهولة لاحتياجاتهم أو خلق احتياجات جديدة. " 1

المطلب الثاني: وظائف العلاقات العامة

" من أهم وظائف العلاقات العامة هناك تصنيفات عديدة للوظائف المنوطة بالعلاقات العامة والقائمين عليها، وفقاً لطبيعة أنشطتها ونوع الجماهير المعنية بالتواصل معها، لذا يمكن تلخيص وظائف العلاقات العامة بما يأتي :

➤ **العلاقات المجتمعية:** المقصود منها توجيه أنشطة العلاقات العامة نحو المجتمع، بالحملات الترويجية للشركات

الربحية والخدمية، وكذلك بالحملات التطوعية والخيرية للمؤسسات ذات الطابع الخيري، بذلك تتعزز العلاقات بين المؤسسة والمجتمع، بما يعود بالنفع على كليهما .

➤ **العلاقات الداخلية:** تضم علاقة المؤسسة بموظفيها والعاملين ضمن نطاق نشاطها، بالإشراف على تحسين مستوى رضى العاملين، وفتح مجالات التواصل المتبادل وتنشيط تفاعل الموظفين فيما بينهم، بالإضافة لتحسين مستوياتهم وتمكينهم من أدوارهم، وتحفيزهم على نجاحاتهم .

➤ **العلاقات الحكومية:** حيث تتولى العلاقات العامة مهمة التواصل مع المؤسسات الرسمية والهيئات الحكومية، لاستصدار الوثائق اللازمة أو للتنسيق لإقامة الفعاليات وإدارتها .

➤ **العلاقات الإعلامية:** هي العلاقات المستمرة بين المؤسسة ووسائل الإعلام المحلية والدولية، بما في ذلك الصحفيين وصناع المحتوى، وعمل المؤتمرات الصحفية وتغطية الحملات والأنشطة والفعاليات المرتبطة بالمؤسسة.²

المطلب الثالث: مجالات العلاقات العامة

¹ إسماعيل محمد عامر، العلاقات العامة والتطور الرقمي، 2021: ص 08_09.

² إسماعيل محمد عامر، المرجع سبق ذكره، ص 08.

" لقد أدركت مختلف المنظمات الحديثة سواء الحكومية أو الخاصة، كبيرة أو صغيرة، أن بقائها واستمرارها مرهون بالمكانة والثقة التي تحظى بها عند جمهورها، وهذا لا يتحقق إلا من خلال وظيفة العلاقات العامة التي أصبحت اليوم نشاطا ضروريا لا يمكن الاستغناء عنه، فهذه الأخيرة تشمل جميع الميادين والمجالات ولا تقتصر على مجال واحد، ومن مجالاتها مايلي :

أ/ العلاقات العامة في المنشآت الصناعية تبرز أهمية العلاقات العامة في أن المنشآت الصناعية من خلال سعيها الدائم إلى تنمية الاتصالات وتكوين الآراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة والكفاءة فلا شك أن علاقتها بجمهورها الداخلي سوف تتأثر بذلك، وقد يحدث أن تواجه المؤسسات بمواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى اللباقة والحكمة في معالجتها، حتى لا يظهر أي رأي مضاد أو كراهية للمنشأة ومنتجاتها، وبخاصة في مجالات المناقشة، والتي يسعى فيها المتنافسون إلى إطلاق الشائعات والتشويش ضد المنشآت الأخرى، وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة في مواجهة هذه الصعوبات

ب / العلاقات العامة في المنشآت الخدمية: إذا كانت العلاقات العامة في المنشأة الصناعية تمثل أهمية خاصة، ففي المنشآت الخدمية هي أكثر أهمية لأنه في الوقت الذي تسوء فيه العلاقات بن المنشأة الصناعية والمستهلكين قد يستثمرون في شراء السلعة لأنهم مضطرين لها لعدم وجودها في السوق مثلا، لكن في وجود منشأة خدمية قد تكون الخدمة غير ضرورية بالنسبة للفرد، أو قد تكون هناك بدائل لها، مما يصعب من دور العلاقات العامة فإذا ما أهملت شركة طيران، مثلا الاهتمام بعملائها، وعجزت عن تقديم الخدمات على الوجه المرضي فلا شك أن المسافرين سوف يتوجهون نحو شركات طيران أخرى التي تقدم أحسن الخدمات بنفس التكلفة أو ربما أقل . " ¹

المبحث الثالث: استراتيجيات العلاقات العامة

المطلب الأول: تعريف الإستراتيجية

«الاستراتيجية ببساطة هي عرض موجز وواضح لما تريد المنظمة حدوثه، تعد كلمة الاستراتيجية حديثة الاستعمال في مجال العلاقات العامة، وهي مستعارة في أصلها من علوم الحرب أو السياسة، فقد عرفها معجم وبستر بأنها العلم والفن الخاص باستخدام القوة المسلحة لدولة محاربة لتحقيق أهداف الحرب، وعرفتها دائرة المعارف البريطانية بأنها مصطلح عسكري بدأ استخدامه في القرن الثامن عشر على وجه التحديد.

¹ - بزرل كبير عبد الكريم، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للجمهور الداخلي تجاه الجامعة الجزائرية، دراسة ميدانية بالمركز الجامعي غليزان، ملخص أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2018/2017: ص 37.

وهنا يجب التركيز على كيفية تناول المؤلفين والممارسين لمفهوم الاستراتيجية في سياق العلاقات العامة، والتي اتفق عليها المؤلفون في أنها تمثل تبيان أساليب العمل في العلاقات العامة.

وسار على هذا النهج فيرن بانكس (fearn banks) وعرفها على أنها طريقة أو أسلوب ومدخل لكيفية التعامل مع مشكلة ما، في حين هناك من اتخذ تلك الأسس التي تمثل الأساليب والإجراءات اللازمة لتحقيق أهداف العلاقات العامة، وعرفها (barker) طبقاً لهذا بأنها عملية بناء العلاقات الفاعلة مع الجمهور، وبالتالي فهي تحتاج لفترة زمنية ممتدة حتى تتحقق الأهداف المرجوة منها.. وبالتالي فهي تتركز في تحديد وتبيان الإجراءات والأساليب التي تحقق أهداف وعمليات العلاقات الإستراتيجية. " 1

المطلب الثاني: أهمية استراتيجيات العلاقات العامة

" تعتبر إستراتيجية الاتصال من بين العوامل الهامة المساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساهمة في تطبيق وأداء الإستراتيجية العامة للمنظمة، وإذا كانت هذه الإستراتيجية تعد بعداً بالنسبة للإستراتيجية العامة للمنظمة فإن التطورات المتسارعة في المجال التكنولوجي وفي مختلف الميادين الأخرى، ونظراً للخصائص التي تميز المحيط المتغير للمنظمة، جعل الاتصال اليوم جزءاً لا يتجزأ من التفكير الإستراتيجي.

أما الاتصال الداخلي في المنظمة، وإن كان من الضروري وضعه في إطار إستراتيجي فهو لا يبتعد عن كونه من أحد المهام والوظائف التي تساعد المنظمة في تنفيذ إستراتيجيتها العامة، وفق الطرق والسياسات الموضوعة للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة فيها، وإستراتيجية الاتصال الداخلي قريبة جداً من تلك المعدة للاتصال الخارجي وهي تعرف على أنها مهارات تسيير، وضع في تعاون مختلف أشكال الاتصال الموجودة في المنظمة من أجل تلبية أهداف المصلحة العامة.. وتحقيقها يمر عبر تطوير علاقات بشرية واجتماعية بين الأفراد الطبيعيين المكونين للمنظمة من جهة وبين نفس الأشخاص والمنظمة كشخص معنوي من خلال ممثليها الرمزيين وآليات عملها من جهة أخرى، فهي تشتمل على كل الرموز المرتبطة بتاريخها، ثقافتها، قيمها، ومجالات مراجعتها وكذلك وسائل نقلها المشترك.

¹ غالب محمد طه محمد، استراتيجيات العلاقات العامة والتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار عزة للنشر والتوزيع، الخرطوم، السودان، 2022، ص

لا يتحقق التأثير المطلوب لدى الجماهير المستهدفة إلا بالإلمام التام والاستخدام الأمثل للإستراتيجيات الإقناعية المناسبة للبرامج الاتصالية في العلاقات العامة، مما يجعل الرسالة الاتصالية أكثر إقناعاً للجماهير المتلقي. " 1

المطلب الثالث: إستراتيجيات العلاقات العامة:

وبناء على هذا، يكون لدينا أربع إستراتيجيات اتصالية في العلاقات العامة هي:

" وتكون هذه الإستراتيجيات ما يمكن أن يطلق عليه صندوق الأدوات (Tool Kit) والذي يمكن استخدامه لبناء مزيج الرسائل في البرامج الاتصالية.

أ- إستراتيجية الإعلام: (Information) يكون الاتصال وفقاً لهذه الإستراتيجية في اتصال واحد، وفي الوقت نفسه يعبر المضمون الاتصالي عن رؤى المنظمة، ويحمل معاني ودلالات ذات معنى واحد.

ويتم في هذه الإستراتيجية تقديم المعلومات إلى الجماهير الأساسية لمساعدتهم في تكوين الرأي واتخاذ القرارات، ومن أمثلة ذلك البيانات الصحفية، ومطبوعات المنظمة.

تتطلب هذه الإستراتيجية وضوح سياسة وأهداف المنظمة، وتتطلب جمهوراً مدركاً يبحث عن المعلومات وتقع هذه الإستراتيجية في نطاق نظريات التأثير.

ب - إستراتيجية الإقناع: (Dialogue)

تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المنظمة والجماهير، ويحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين، وتعد إستراتيجية الإقناع هي الإستراتيجية الأساسية في كل من الإعلان والدعاية.

تستخدم عندما تسعى المنظمة إلى خلق قاعدة للعلاقات الإستراتيجية مع الجماهير الأساسية.. وتسعى المنظمة إلى التغيير المقصود في معارف واتجاهات وسلوكيات جمهور معين.. وتتطلب هذه الإستراتيجية أهدافاً واضحة ومحددة، وعادة. " 2

ج - إستراتيجية بناء الإجماع:

¹ غالب محمد طه محمد، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² د. غالب محمد طه محمد، سبق ذكره، ص 87.

«تجمع هذه الإستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى المؤسسة. تستخدم هذه الإستراتيجية لبناء علاقات إستراتيجية بين المؤسسة وبيئتها الخارجية، أو بين المؤسسة والعاملين فيها. وعادة ما تطبق هذه الإستراتيجية عندما يكون هناك تعارض في المصالح بين أطراف ويعتمد كل طرف منهما في وجوده على الطرف الآخر. وهذا يتطلب من المنظمة تحقيق أرضية مشتركة مع هذه الجماهير تحقق الحد الأدنى من مصالح الطرفين .

وعادة ما توجه هذه الاستراتيجية الى الجمهور النشط وينتج عنها تطوير السياسات المنظمة .

د- إستراتيجية الحوار:

تجمع إستراتيجية الحوار بين الاتصال في اتجاهين، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المؤسسة والجماهير، ويحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين. وتتضمن هذه الإستراتيجية استشارة الجمهور في سياسات المؤسسة، وتأخذ رأيه في القضايا المختلفة بعين الاعتبار. ويتم إشراك الجمهور في عملية صنع القرار. لذلك تسمى هذه الإستراتيجية إستراتيجية التسيير، حيث تعمل المؤسسة على تسهيل اشتراك الجمهور وتفاعله في صنع سياساتها، وتحرص في الوقت نفسه على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية. " ¹

خلاصة الفصل:

ختامًا، يظهر من خلال هذا الفصل أن العلاقات العامة تعتبر أساسية لنجاح أي مؤسسة في بيئة العمل الحديثة من خلال تبني استراتيجيات تواصل فعالة والاستفادة من وسائل الاتصال المختلفة، يمكن للمنظمات بناء علاقات قوية مع الجمهور وتعزيز سمعتها بشكل إيجابي، يتطلب هذا التحدي الوعي والقيادة الرشيدة لضمان التواصل

¹ - تيفورة نجا، رايح كشاد، استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في تكوين صورة المؤسسة، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية بحوث ودراسات، المجلد 10 العدد 01، 2023، ص 104.

الفعال والبناء الذكي للعلاقات العامة. يجب على المنظمات الاستثمار في هذا المجال لتحقيق أهدافها والبقاء على قمة النجاح في سوق العمل المتنافس.

الفصل الثاني: المنظمات غير الربحية

تمهيد

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمنظمات غير الربحية.

المطلب الأول: مفهوم المنظمات غير الربحية

المطلب الثاني: أهداف المنظمات غير الربحية

المطلب الثالث: أنواع المنظمات غير الربحية

المبحث الثاني: إدارة المنظمات غير الربحية.

المطلب الأول: أنشطة وبرامج المنظمات غير الربحية

المطلب الثاني: أساليب تفعيل نشاط المنظمات غير الربحية

المطلب الثالث: تقييم أنشطة المنظمات غير الربحية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تشكل المنظمات غير الربحية أحد المكونات الجوهرية في البنية الاجتماعية والاقتصادية الحديثة، حيث تقوم بأدوار متعددة في تقديم الخدمات المجتمعية، ولفهم فعالية هذه المنظمات بشكل دقيق، تطرقنا في هذا الفصل إلى: دراسة أبعاد المنظمات غير الربحية من الناحية المفاهيمية والتنظيمية، وتحديد أساليب إدارتها وتقييم أدائها في مختلف نشاطاتها.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمنظمات غير الربحية.

المطلب الأول: مفهوم المنظمات غير الربحية

- عرفها «بيتر دراكر» بأنها: "كيانات اجتماعية تسعى إلى تغيير الأفراد والمجتمعات نحو الأفضل من خلال تحقيق رسالة موجهة، دون اعتماد على تحقيق الربح.¹
 - وتُعرف المنظمات غير الربحية بأنها مؤسسات مستقلة لا تهدف إلى تحقيق أرباح مادية لأعضائها أو القائمين عليها، بل تسعى إلى تحقيق أهداف غير تجارية من خلال موارد تمويلية متعددة كالمِنح، والهبات، والاشتراكات، إضافة إلى العمل التطوعي.²
 - هيئة تمارس نشاطها دون هدف تجاري، ولا يتم توزيع أي فوائض مالية على الأعضاء المؤسسين أو العاملين بها، بل يعاد استثمارها في تنفيذ المشاريع المستقبلية وتحقيق أهدافها المعلنة.³
- ومما سبق يمكننا القول أن المنظمات غير الربحية تعمل من أجل تحقيق الصالح العام، ولا تستهدف الربح كمحصلة نهائية، بل تسعى إلى تحقيق رسالتها الاجتماعية والإنسانية من خلال أنشطة متنوعة بين تقديم الخدمات، الدفاع عن القضايا المجتمعية، أو دعم الفئات الهشة والمحرومة.

المطلب الثاني: أهداف المنظمات غير الربحية

تعتبر الأهداف التي تنشأ من أجلها المنظمات غير الربحية جوهر وجودها وسبب استمرارها، حيث لا تقاس فاعليتها بناءً على الأرباح، بل وفق مدى تحقيقها لتلك الأهداف المجتمعية التي أنشئت من أجلها، وتكمن فلسفتها في خدمة الصالح العام، من خلال مجالات متعددة تشمل التعليم، الصحة، البيئة، الدفاع عن حقوق الإنسان، التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وغيرها من الحقول الحيوية التي تستجيب لحاجات المجتمع وتسد الثغرات التي قد تعجز السياسات العامة عن تلبيتها.⁴

وتتمثل أبرز الأهداف في:

- تحقيق التكافل الاجتماعي والتضامن الإنساني: تُعنى المنظمات غير الربحية بترسيخ قيم التضامن الاجتماعي، من خلال تقديم العون والدعم للفئات الهشة كالأيتام، الأرمال، ضحايا الكوارث، أو الأسر محدودة الدخل، وهي بذلك تكامل الدور الاجتماعي الذي تقوم به الدولة، خاصة في أوقات الأزمات والطوارئ.

¹ سامية الجابري، الإدارة الحديثة للمنظمات غير الربحية، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2020، ص. 91.

² نجلاء عبد الرازق، المنظمات غير الحكومية والتنمية المستدامة، دار الوفاء، الإسكندرية، 2019، ص. 35.

³ عبد الحميد شلي، الإدارة في منظمات المجتمع المدني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2012، ص. 89.

⁴ ناصر بن زيد العبودي، المنظمات غير الربحية: دراسة نظرية وتطبيقية، دار ابن الجوزي، السعودية، 2015، ص. 27.

- تعزيز الوعي المجتمعي والمشاركة المدنية: تُساهم هذه المنظمات في توسيع دائرة الوعي الجماهيري بقضايا الشأن العام، كما تعمل على إشراك الأفراد في الحياة المدنية والسياسية، ما يساهم في ترسيخ ثقافة الديمقراطية وحقوق الإنسان.¹
- العمل على التنمية المستدامة: تلعب المنظمات غير الربحية دوراً مهماً في تعزيز مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، خصوصاً في المناطق الريفية والنائية، من خلال دعم التعليم، تمكين المرأة، تحسين الخدمات الصحية، وتوفير فرص التدريب والتشغيل للشباب: مثل الأطفال، كبار السن، النساء، اللاجئين، والمهمشة.
- الدفاع عن الفئات الهشة وذوي الاحتياجات الخاصة، عبر توفير التكوين المهني، الدعم القانوني، النفسي والاجتماعي، وتنظيم حملات المناصرة.²
- نشر المعرفة وتعزيز البحث العلمي: تتجه بعض المنظمات إلى دعم البحوث والدراسات نشرات دورية وتقارير تهدف إلى تثقيف الجمهور وصناع القرار وإصدار الاجتماعية، بقضايا التنمية، البيئة، الحوكمة، وغيرها.
- حيث تقوم هذه المنظمات بدور الوسيط بين الوساطة بين الدولة والمجتمع السياسات الحكومية واحتياجات المواطنين، فمسهم في بلورة السياسات العمومية من خلال تقديم المقترحات والملاحظات، خاصة في ميادين حقوق الإنسان والتنمية المحلية.³
- تعزيز العمل التطوعي وبناء القدرات: فهي تفتح المجال أمام الأفراد، وخصوصاً فئة الشباب، للانخراط في العمل التطوعي، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم وتعزيز مشاركتهم في الحياة العامة.⁴
- المطلب الثالث: أنواع المنظمات غير الربحية
- ويمكن تصنيف المنظمات غير الربحية وفق عدة معايير:
- أولاً: من حيث النطاق القانوني والتنظيمي:
- يتباين الشكل القانوني للمنظمات غير الربحية بحسب النظم التشريعية التي تطورها في كل بلد، وهو ما يمنح هذه المنظمات مرونة كبيرة في التشكل والتنظيم. ويمكن التمييز بين عدة أنواع رئيسية ضمن هذا الإطار:
- 1. الجمعيات: تعد الجمعيات من أكثر أشكال التنظيم غير الربحي شيوعاً، حيث تؤسس استناداً إلى رغبة مجموعة من الأفراد في التعاون من أجل هدف غير ربحي، ويشترط في القانون الجزائري مثلاً، أن تتكون الجمعية من خمسة أشخاص على الأقل، ويجب أن يكون غرضها ذا طابع عام أو اجتماعي أو ثقافي أو إنساني، بعيداً عن المصالح الشخصية أو السياسية.¹ وتؤدي الجمعيات أدواراً متعددة في

¹ يوسف مولود، المنظمات غير الربحية والتنمية المحلية في الجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2017، ص. 58.

² فاطمة الزهراء شريط، العمل الخيري والمجتمع المدني في الجزائر، مجلة دراسات وأبحاث، المركز الجامعي مغنية، العدد 8، 2020، ص. 90.

³ د. عبد الحميد خليفة، المنظمات غير الحكومية ورهان الإصلاح الاجتماعي في الجزائر، دار الحكمة، الجزائر، 2016، ص. 137.

⁴ د. خديجة قارة، العمل التطوعي وبناء رأس المال الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، العدد 25، 2021، ص. 75.

المجتمع، من أبرزها: تقديم المساعدات الإنسانية، تنظيم الأنشطة الثقافية، الدفاع عن الحقوق البيئية، والعمل على رفع الوعي الاجتماعي، كما تُعد أداة مهمة لتعزيز قيم المواطنة والتطوع.¹

2. المؤسسات:

تختلف المؤسسات عن الجمعيات من حيث الهيكلة والتمويل، فهي غالباً ما تُنشأ من طرف فرد أو جهة مانحة عبر وقف أو تمويل خاص يُوظف في تحقيق غاية غير ربحية، مثل التعليم أو الرعاية الصحية أو دعم البحث العلمي. وتتميز هذه المؤسسات باستقلال مالي وإداري، وتعمل على أساس استراتيجي طويل المدى، مع التزام صريح، من أبرز الأمثلة عليها: المؤسسات الوقفية، والمؤسسات التعليمية الخاصة ذات الطابع الاجتماعي مثل "مؤسسة الأمير عبد القادر الثقافية" في الجزائر.²

3. المنظمات التطوعية والاجتماعية:

تشمل هذه الفئة منظمات تنشأ غالباً في الأوساط الشعبية، اعتماداً على جهود تطوعية، وهي غالباً ما تنشط في الأحياء والمناطق المهمشة، لتقديم خدمات مباشرة للمواطنين، مثل تنظيم حملات النظافة، ومساعدة الأسر المعوزة، وتقديم الدعم النفسي للأطفال أو كبار السن. ورغم أنها لا تكون دائماً مسجلة رسمياً، إلا أن تأثيرها المجتمعي يُعد جوهرياً، وهي تسهم في ترسيخ الوعي الجماعي وروح التضامن المحلي وتُعترف بأهميتها حتى على المستوى الأممي، حيث يُنظر إليها كأداة فاعلة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة المحلية.³

ثانياً: من حيث مجال النشاط:

تباين المنظمات غير الربحية أيضاً من حيث مجال تدخلها، إذ تتوزع أنشطتها على طيف واسع من المجالات، يغطي مختلف أوجه الحياة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والحقوقية، وهو ما يعكس حجم الدور الحيوي الذي تلعبه هذه المنظمات في تحقيق التوازن المجتمعي والمساهمة في التنمية المستدامة. ومن أبرز هذه المجالات:

1. منظمات الإغاثة الإنسانية والطوارئ:

تُغنى هذه المنظمات بالتدخل السريع والاستجابة لحالات الكوارث الطبيعية كالزلازل والفيضانات، أو الكوارث البشرية كالحروب والنزاعات المسلحة، وتركز على تقديم مساعدات غذائية، طبية، وإيوائية للمجتمعات المتضررة، كما تعمل على تنسيق جهود الإنقاذ والإغاثة في إطار التعاون الدولي. ومن أبرز الأمثلة على هذه المنظمات: الهلال الأحمر والصليب الأحمر، ومنظمة أطباء بلا حدود، ومفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين (UNHCR).⁴

وقد أسهمت هذه الهيئات في إنقاذ ملايين الأرواح وتقديم العون في أوقات الأزمات، مستفيدة من شبكاتها العابرة للحدود.⁴

¹ د. خديجة قارة، العمل التطوعي وبناء رأس المال الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، العدد 25، 2021، ص 75.

² عبد الرحمن عززي، العمل الجماعي في الجزائر: التنظيم والدور المجتمعي، دار هومة، الجزائر، 2015، ص 67.

³ محمود حسين عبد المجيد، إدارة المؤسسات غير الربحية: المبادئ والتطبيقات، دار الوفاء، الإسكندرية، 2013، ص 89.

⁴ سامية عطا الله، المنظمات المجتمعية ودورها في التغيير المحلي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011، ص 155.

2. المنظمات البيئية:

تُركز على قضايا البيئة مثل مكافحة التلوث، التغير المناخي، المحافظة على التنوع البيولوجي، واستدامة الموارد الطبيعية، وتعمل من خلال أنشطة التوعية، الحملات البيئية، البرامج التعليمية، والمرافعة أمام الهيئات التشريعية. من أبرز هذه المنظمات: منظمة السلام الأخضر (Greenpeace)، والصندوق العالمي للطبيعة (WWF)، إضافة إلى منظمات محلية مثل جمعية البيئة والتنمية في الجزائر، وتعتبر هذه المنظمات فاعلاً رئيسياً في نشر الثقافة البيئية ومراقبة السياسات الحكومية المتعلقة بالبيئة.¹

3. المنظمات الحقوقية والنسوية:

تلعب دوراً محورياً في تعزيز حقوق الإنسان، من خلال التوثيق، الرصد، الضغط السياسي، والتقاضي الاستراتيجي. وتتركز بعضها على فئات بعينها مثل النساء والأطفال وذوي الإعاقة، وتسعى إلى مكافحة التمييز والعنف، وضمان المساواة والتمكين السياسي والاقتصادي ومن الأمثلة البارزة: منظمة العفو الدولية (Amnesty International)، وهيومن رايتس ووتش (HRW)، وجمعية "تفعيل" الجزائرية لتمكين المرأة في الحياة العامة، كما ساهمت هذه المنظمات في تعديل قوانين الأسرة والعمل في عدة دول عربية وإفريقية.²

4. منظمات التنمية المستدامة:

تعمل على تنفيذ مشاريع تنموية في مجالات التعليم، الصحة، محاربة الفقر، دعم المؤسسات الصغيرة، والتمكين الاقتصادي للمجتمعات المحلية. كما تنسق جهوداً لتحقيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (SDGs) بحلول عام 2030. وتتبنى هذه المنظمات مقاربات تشاركية تقوم على إشراك السكان المحليين في تحديد الأولويات وصياغة الحلول. من أبرز هذه المنظمات: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، والوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ)، إضافة إلى العديد من الجمعيات المحلية المعنية بالتنمية الريفية والاجتماعية. وتتمتع هذه المنظمات بقدرة على الوصول إلى المجتمعات الهشة حيث تغيب أحياناً المؤسسات الرسمية.³

ثالثاً: من حيث نطاق العمل الجغرافي:

تتباين المنظمات غير الربحية كذلك من حيث النطاق الجغرافي الذي تمارس فيه أنشطتها، وهو ما يعكس تنوع أهدافها وقدرتها على التكيف مع الخصوصيات المحلية أو الإقليمية أو حتى العالمية، ويُعد هذا التصنيف مهماً لفهم مدى اتساع تأثير هذه المنظمات، ومدى قدرتها على الاستجابة للاحتياجات المتفاوتة للجماعات المستهدفة.

1. منظمات محلية:

تُركز هذه المنظمات على خدمة المجتمعات المحلية داخل نطاق جغرافي ضيق، كبلدية أو ولاية معينة، وعادة ما تنشأ استجابة لحاجات محددة كال فقر، الأمية، البطالة، أو مشكلات بيئية محلية. وتتميز بارتباطها الوثيق بالبيئة الاجتماعية التي تعمل فيها، مما يمنحها ميزة القرب من

¹ الموضوعة السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، تقارير الطوارئ الإنسانية، 2023.

² الجمعية الجزائرية للبيئة والتنمية، أرشيف البرامج البيئية 2021.

³ الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، مقارنة التنمية المحلية المستدامة في الجزائر، 2021.

الفئات المستفيدة وفهم خصوصياتها الثقافية والاجتماعية ويُعتبر هذا النوع حجر الأساس للمجتمع المدني، لكونه يسهم في تعزيز حس المواطنة والمشاركة القاعدية.¹

2. منظمات وطنية:

تُمارس نشاطها على مستوى الدولة ككل، وتتمتع بوجود قانوني وهيكل رسمي، وغالبًا ما تكون مُسجلة وفقًا لقانون الجمعيات أو المؤسسات في البلد المعني. وتمتلك هذه المنظمات فروعًا أو مكاتب في ولايات متعددة، وتنفذ برامج تغطي قضايا وطنية كالتهليل، الصحة، حماية الطفولة، أو دعم الاقتصاد الاجتماعي. وتلعب دورًا محوريًا في بلورة السياسات العمومية من خلال الضغط والمناصرة في القضايا ذات الطابع الاستراتيجي من الأمثلة على ذلك، بعض الجمعيات الوطنية التي تنشط في الجزائر في مجالات مكافحة السرطان، أو دعم التمدرس في المناطق الداخلية.²

3. منظمات دولية:

تتجاوز هذه المنظمات الحدود الوطنية وتعمل على المستوى الإقليمي أو العالمي، إما من خلال مكاتب إقليمية أو بعثات دولية، وتتناول قضايا ذات بعد إنساني عالمي مثل حقوق الإنسان، الأمن الغذائي، البيئة، حقوق اللاجئين، أو بناء السلام. وغالبًا ما تمتلك هذه المنظمات موارد مالية وبشرية كبيرة، وتتمتع بوضع استشاري لدى منظمات دولية كالأمم المتحدة. من أبرز الأمثلة: منظمة العفو الدولية Sans Médecins International Amnesty التي تدافع عن حقوق الإنسان في مختلف أنحاء العالم، ومنظمة أطباء بلا حدود Frontières التي تقدم مساعدات طبية في بؤر الأزمات، والصندوق العالمي للطبيعة WWF الذي يعمل لحماية البيئة والأنواع المهددة بالانقراض.

كما أن بعض هذه المنظمات تتمتع بوضع قانوني خاص، مثل المنظمات غير الحكومية المعترف بها من طرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة (ECOSOC)، مما يمنحها امتيازات في التأثير على السياسات الدولية، وتكمن أهميتها في تعزيز التعاون بين الشعوب، وتحقيق التضامن العالمي في مواجهة التحديات العابرة للحدود، كجائحة كوفيد-19 - أو أزمة المناخ.³

المبحث الثاني: إدارة المنظمات غير الربحية.

المطلب الأول: أنشطة وبرامج المنظمات غير الربحية

¹ بوزيد، علي، العمل الجمعي والمجتمع المدني في الجزائر. دار الهدى، الجزائر، 2021، ص 59.

² اليونسكو. دليل المنظمات غير الحكومية المحلية. باريس، 2019.

³ الجريدة الرسمية الجزائرية، قانون الجمعيات 06-12 لسنة 2012، المواد 3-5.

تُعد الأنشطة والبرامج حجر الزاوية في عمل المنظمات غير الربحية، إذ تُترجم من خلالها الأهداف النظرية إلى واقع ملموس يلامس حاجات المجتمع. وتتميز هذه الأنشطة بتنوعها وتعدد مجالاتها، فهي لا تقتصر على مجال واحد، بل تمتد لتشمل التعليم، الصحة، البيئة، الإغاثة، الدفاع عن الحقوق، التمكين الاقتصادي، التنمية المحلية، الفن والثقافة، العدالة الاجتماعية، وغيرها من المجالات ذات الطابع الإنساني والاجتماعي.¹

أولاً: تلعب البرامج التعليمية والتكوينية دوراً بارزاً في رفع الوعي وتعزيز قدرات الأفراد والمجتمعات، سواء من خلال محو الأمية، أو التدريب المهني، أو التكوين في المهارات الرقمية وريادة الأعمال، وهو ما يُسهم في تحسين فرص العمل وتحقيق الاندماج الاجتماعي.

كما تقدم العديد من المنظمات ورشات وندوات لتعزيز الثقافة المدنية والسياسية، خصوصاً في المجتمعات النامية، مثل برامج التعليم الشعبي أو مدارس اللاجئين في مناطق النزاع.²

ثانياً: تأتي الأنشطة الصحية والطبية ضمن أولويات العديد من المنظمات، إذ تشمل حملات التلقيح، والمساعدات الطبية، والتوعية الصحية، والدعم النفسي والاجتماعي، خاصة في مناطق النزاعات أو الكوارث الطبيعية. وتقوم منظمات مثل "أطباء بلا حدود" بتنفيذ برامج ميدانية لعلاج ضحايا الحروب والأوبئة، بينما تُعنى منظمات أخرى مثل "التحالف الدولي لمكافحة الإيدز" بتوفير العلاج والتوعية المجتمعية حول الأمراض المنقولة جنسياً.³

ثالثاً: تُعد البرامج الإغاثية والإنسانية جوهر العمل الإنساني في حالات الطوارئ، حيث تهدف إلى توفير الاحتياجات الأساسية للفئات المتضررة من الأزمات، كالغذاء، والملابس، إضافة إلى المساعدات النقدية الطارئة. وتتميز هذه الأنشطة بسرعة الاستجابة، وتستند غالباً إلى نظم متقدمة للإنذار المبكر والتدخل السريع، كما هو الحال في أنشطة "الهلال الأحمر" و"الصليب الأحمر الدولي".⁴

رابعاً: تعمل المنظمات غير الربحية على تنفيذ برامج التمكين الاقتصادي، التي تشمل منح قروض صغيرة للمشاريع المحلية، تدريب النساء على الحرف اليدوية، ودعم التعاونيات المجتمعية، بهدف تمكين الأفراد اقتصادياً وزيادة الاستقلال المالي للعائلات الفقيرة. وتعد هذه البرامج من المحركات الأساسية للتنمية المستدامة في المجتمعات الهشة. **المرجع؟**

خامساً: تقوم المنظمات بدور هام في برامج حماية البيئة، وذلك من خلال حملات التشجير، التوعية البيئية، مكافحة التلوث، وبرامج الطاقة المتجددة. وتسعى هذه الأنشطة إلى تحقيق التوازن البيئي وتعزيز ممارسات التنمية المستدامة. ومن الأمثلة الرائدة في هذا المجال منظمة "السلام الأخضر

(Greenpeace) التي تنفذ حملات دولية ضد التغير المناخي والصيد الجائر. **المرجع؟**

سادساً: تتنوع البرامج الحقوقية والاجتماعية التي تنفذها منظمات غير ربحية بهدف الدفاع عن الفئات المهمشة، كالأطفال، النساء، ذوي الإعاقة، والأقليات، وتشمل هذه البرامج تقديم الدعم القانوني، الترافع أمام المحاكم، والتأثير في التشريعات المحلية والدولية، كما تساهم في توثيق انتهاكات حقوق الإنسان ونشر التقارير الحقوقية الدورية.¹

¹ صادق، مروة. "التحديات الإدارية في المنظمات غير الربحية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 38، العدد 1، 2018، ص 66.

² ناصر، سليم، إدارة المنظمات غير الحكومية. ط 1، دار البازوري، 2016، ص 45.

³ حجازي، فريد، إدارة المؤسسات الخيرية والمنظمات غير الربحية، جامعة القاهرة، 2016، ص 31.

⁴ اللجنة الدولية للصليب الأحمر، "استجابتنا الطارئة"، الموقع الرسمي 2023.

سابعاً: ظهرت مؤخراً برامج رقمية مبتكرة تركز على استخدام التكنولوجيا لخدمة الأهداف الإنسانية، مثل التطبيقات التي تربط المتبرعين بالمتحاجين، أو المنصات التعليمية الإلكترونية المجانية، أو الحملات الرقمية لزيادة الوعي بالقضايا العالمية. وهذا التحول الرقمي أتاح للمنظمات غير الربحية الوصول إلى جمهور أوسع ورفع كفاءة تدخلاتها.²

المطلب الثاني: أساليب تفعيل نشاط المنظمات غير الربحية

تواجه المنظمات غير الربحية تحديات متعددة في تحقيق فاعلية نشاطها، مما يستدعي تبني أساليب متطورة ومتكاملة لتفعيل أدوارها في المجتمع. وتنبع أهمية هذه الأساليب من كونها تساهم في تحويل الأهداف النظرية إلى ممارسات ميدانية ناجعة، وتعزز من قدرة المنظمة على تحقيق الاستدامة والتأثير الإيجابي طويل الأمد.

أولاً: التخطيط الاستراتيجي القائم على النتائج

يعتمد التخطيط الاستراتيجي على وضع رؤية ورسالة واضحة، وتحديد أهداف دقيقة وقابلة للقياس، ثم تحويلها إلى برامج وخطط عملية ذات مؤشرات أداء محددة. ويُعد هذا الأسلوب من أهم الأدوات الحديثة التي تضمن توجيه الموارد بكفاءة نحو الأنشطة ذات الأثر الأكبر كما أن اعتماد منهج "الإدارة بالأهداف" يساهم في ربط كل نشاط برؤية شاملة للمنظمة.³

ثانياً: بناء الشراكات والتحالفات

تلجأ المنظمات غير الربحية إلى نسج علاقات تعاونية مع منظمات أخرى، أو مؤسسات حكومية، أو هيئات دولية، بما يُعزز من مواردها ويزيد من مدى تأثيرها الجغرافي والاجتماعي، وتُعد الشراكات وسيلة فعالة لتبادل المعرفة والخبرات، وتجاوز التحديات البنيوية التي تواجهها المنظمات، خصوصاً في السياقات الهشة.

ثالثاً: استخدام التقنيات الحديثة

أضحى التحول الرقمي من أبرز أدوات تفعيل العمل غير الربحي، من خلال إنشاء منصات إلكترونية للمتبرعين، وإدارة الحملات الإعلامية، واستخدام قواعد البيانات لتحليل الاحتياجات، ونشر الأنشطة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، هذه التقنيات ساهمت في توسيع دائرة الوصول إلى المستفيدين، وتسهيل المتابعة والتقييم المستمر.⁴

رابعاً: إشراك المجتمع المحلي

يرتكز التفعيل الناجع لنشاط المنظمة على إشراك الفئات المستهدفة في كل مراحل البرنامج، من التخطيط إلى التنفيذ والتقييم. ويُعد هذا النهج التشاركي أساساً لتحقيق التمكين المجتمعي والاستدامة، حيث يشعر المستفيدون بأنهم جزء من عملية التغيير، وليسوا فقط متلقن للخدمات.

¹ نوال، بوخاري، "دور الجمعيات الأهلية في محاربة الأمية"، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية، عدد 8، 2021، ص 112.

² عبد الجليل، حكيم، "المنظمات غير الحكومية وصناعة السياسات العامة"، مجلة السياسة العامة، مجلد 5، عدد 1، 2020، ص 59.

³ يوسف، عبد الكريم، الإدارة الحديثة للمنظمات غير الربحية. دار الحامد، عمان، 2021، ص: 45.

⁴ جابر، نوال، "التخطيط الاستراتيجي في المنظمات غير الربحية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 39، العدد 2، 2020، ص: 123.

خامسا: تنوع مصادر التمويل

من أجل ضمان استمرارية الأنشطة وعدم الارتكان لمصدر وحيد، تعتمد المنظمات إلى تنوع التطوعية، وهو ما تمويلها عبر التبرعات، والمنح، ومشاريع التمويل الذاتي، وتنظيم الفعاليات يقلل من هشاشتها المالية ويدعم استقلالية قراراتها.¹

سادسا: تقييم الأداء والتحسين المستمر

تفعيل الأنشطة لا يكتمل دون وجود آليات دورية لرصد النتائج وقياس الأثر. إذ تستخدم المنظمات أدوات مثل التقييم الذاتي، والتقارير الفصلية، واستطلاعات رضا المستفيدين، وذلك بهدف مراجعة الاستراتيجيات وتحسين الأداء بشكل مستمر.

تواجه المنظمات غير الربحية تحديات متعددة في تحقيق فاعلية نشاطها، مما يستدعي تبني أساليب متطورة ومتكاملة لتفعيل أدوارها في المجتمع. وتنبع أهمية هذه الأساليب من كونها تساهم في تحويل الأهداف النظرية إلى ممارسات ميدانية ناجعة، وتعزز من قدرة المنظمة على تحقيق الاستدامة والتأثير الإيجابي طويل الأمد.²

المطلب الثالث: تقييم أنشطة المنظمات غير الربحية

يُعد تقييم الأنشطة إحدى الركائز الأساسية في دورة حياة البرامج والمشروعات التي تنفذها المنظمات غير الربحية، إذ لا يقتصر دور هذه العملية على مجرد قياس الأداء، بل يتعداه إلى كونه أداة استراتيجية لتحسين الجودة، وضمان الاستدامة، وتعزيز الشفافية والمساءلة. ويكتسب التقييم أهمية خاصة في سياق العمل غير الربحي نظرا لارتباط هذا القطاع بالثقة المجتمعية ومساءلة الممولين والمستفيدين على حد سواء.

أولا: أهداف التقييم

يهدف تقييم الأنشطة إلى عدة غايات محورية، أبرزها:

- قياس مدى تحقيق الأهداف المرجوة من البرامج والمشروعات وفق مؤشرات كمية ونوعية محددة سلفا.
- رصد نقاط القوة والضعف في مراحل التنفيذ المختلفة، واقتراح بدائل أو تحسينات لتلافي الإخفاقات المتكررة.
- تعزيز المساءلة أمام الجهات المانحة، والرأي العام، والمستفيدين، من خلال تقارير تقييمية موثقة تعكس الاستخدام الأمثل للموارد.
- دعم اتخاذ القرار داخل المنظمة، سواء بتعديل السياسات أو إعادة توجيه الموارد أو توسيع نطاق البرامج الناجحة.³

ثانيا: أنواع التقييم

تتعدد أشكال تقييم الأنشطة وفق التوقيت والمحتوى، ومن أبرزها:

¹ بلر، حسين. العمل الاجتماعي والتنمية في المنظمات الأهلية، القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2019، ص: 88.

² محمد، خالد. "تنوع مصادر تمويل العمل الخيري"، مجلة الاقتصاد الإسلامي العلمي، العدد 34، 2022، ص: 71.

³ الشناوي، فاطمة، إدارة المنظمات غير الربحية. دار الهدى، 2019، ص 97.

- التقييم القبلي يُجرى قبل انطلاق البرنامج لتقدير مدى جدواه وتحديد المخاطر المحتملة.
- التقييم المرحلي يتم خلال تنفيذ النشاط لضمان تصحيح المسار عند الحاجة وتحسين العمليات التنفيذية.
- التقييم الختامي يُنفذ بعد نهاية البرنامج لقياس النتائج والمخرجات وتحليل الأثر الاجتماعي أو الاقتصادي.
- تقييم الأثر يركز على التغيرات الجوهرية بعيدة المدى التي أحدثتها المشروع في حياة المستفيدين أو في بنية المجتمع.¹

ثالثاً: منهجيات وأدوات التقييم

يعتمد التقييم الفعال على منهجيات علمية متنوعة، تشمل:

- **المنهج الكمي:** القائم على جمع البيانات الرقمية وتحليلها باستخدام أدوات إحصائية كالاستبيانات وتحليل الاتجاهات.
- **المنهج النوعي:** ويعتمد على جمع المعلومات من خلال المقابلات المعمقة، ومجموعات التركيز، ودراسة الحالات، لفهم الأبعاد الاجتماعية والثقافية للنشاط.
- **المنهج التشاركي:** يُشرك المستفيدين والفئات المعنية في تقييم الأنشطة، مما يعزز من مصداقية النتائج ويزيد من فعالية التحسينات المقترحة.

رابعاً: التحديات التي تواجه تقييم الأنشطة

رغم أهميته، يواجه تقييم الأنشطة في المنظمات غير الربحية عدة تحديات، من أبرزها:

- نقص الموارد المالية والبشرية المخصصة لعملية التقييم.
- غياب مؤشرات أداء واضحة منذ بداية تنفيذ المشاريع. ضعف التوثيق والمتابعة المنتظمة للأنشطة، مما يعيق عملية التحليل.
- الميل إلى التركيز على المخرجات بدلاً من الأثر الفعلي على المستفيدين.

خامساً: أهمية نشر نتائج التقييم

يُعد نشر تقارير التقييم ممارسة جوهرية في تعميق الشفافية وتوسيع قاعدة المعرفة لدى المنظمات والمجتمع المدني، إذ تساعد على مشاركة الدروس المستخلصة، وتفادي تكرار الأخطاء، وتحفيز المانحين على الاستمرار في الدعم.²

¹ عبد الله، أحمد، الحوكمة في منظمات المجتمع المدني، مركز دراسات المجتمع، 2020، ص132.

² يوسف، سمير، دليل التقييم في العمل الأهلي. الهيئة العربية، 2018، ص44.

خلاصة الفصل:

المنظمات غير الربحية تلعب دوراً حيوياً في تحسين وتعزيز الحياة المجتمعية، تعتبر هذه المنظمات جزءاً أساسياً من النسيج الاجتماعي، حيث تهدف إلى تقديم الخدمات والدعم للشرائح المحتاجة بغض النظر عن أرباحها المادية. تعتمد استمرارية عمل هذه المنظمات على العديد من العوامل مثل الاستدامة المالية، وبناء الشراكات الفعالة، وتطوير القدرات التنظيمية.

على الرغم من التحديات التي قد تواجه المنظمات غير الربحية مثل نقص التمويل والقيود المحلية، إلا أن دورها الحيوي في تقديم الخدمات الاجتماعية والإنسانية للمجتمع يظل أساسياً، من خلال التركيز على بناء القدرات التنظيمية والاستدامة المالية، تستطيع هذه المنظمات المساهمة في خلق تأثير إيجابي دائم ومستدام على المجتمعات التي تخدمها.



الجانب التطبيقي:

تمهيد

المبحث 1: بطاقة فنية عن جمعية كافل اليتيم الولائية بولاية تيارت

المطلب الأول: نشأة الجمعية وتعريفها

المطلب الثاني: أهداف الجمعية ووسائلها

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي الخاص بالجمعية

المبحث الثاني: تحليل إجابات المبحوثين

المطلب الأول: تحليل إجابات المحور الأول

المطلب الثاني: تحليل إجابات المحور الثاني

المطلب الثالث: تحليل إجابات المحور الثالث

النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

تم التطرق في هذا الفصل إلى أهم ما جاء في الدراسة الميدانية، حيث قمنا بعرض أدوات الدراسة المستعملة بالإضافة إلى إجابات المبحوثين أثناء المقابلة والتعليق والتحليل وصولاً إلى استنتاجات على محاور المقابلة ثم النتائج العامة للدراسة.

المبحث 1: بطاقة فنية عن جمعية كافل اليتيم الولائية بولاية تيارت

المطلب الأول: نشأة الجمعية.

حسب أقوال رئيس الجمعية: نشأت الجمعية من ثلة مؤمنة بفعل الخير والتجمع من أجله في إطار رسمي في بادئ الأمر جمعية كافل اليتيم تيمنا بحديث رسول الله المشهور " أنا وكافل اليتيم في الجنة " فتأسست على تقوى من الله ومعونة وتوفيق منه سبحانه وتعالى وقد بلغت إجراءات الإعتماد الإدارية 09 أشهر وكان الله أراد أن تكون ولادتها عادية وغير قيصرية فخرجت إلى الوجود في يوم 26 نوفمبر 2008 جمعية محلية تعني بي 37 عائلة بها 37 يتم في بداية أمرها من أيتام بلدية تيارت فقط.

وبعد مرور 04 سنوات على التأسيس وفي شهر نوفمبر 2012 اجتمعت الهيئة التأسيسية من جديد لتتداول في إمكانية توسيع نشاطها وليمس تراب ولاية تيارت بعد أن لقي صدى نشاطها الخيري إستحسانا عند أعضائها والكثير من المحسنين والمواطنين وحتى المسؤولين فكان الأمر كذلك وتحصلت على الإعتماد الولائي في يوم 10 مارس 2013.

تحت تسمية جمعية كافل اليتيم الولائية ثم إنطلقت في الإنتشار والتواجد على مستوى تراب ولاية تيارت فكان أول مكتب بلدي تنفيذه تم تأسيسه في بلدية توسنينة بتاريخ 08 / 05 / 2013 ثم توالي الإنتشار وتأسيس المكاتب البلدية التنفيذية الأخرى.

رمز (شعار) الجمعية:



الشكل رقم 01: يمثل شعار الجمعية

1: اللون الأخضر في الخلفية: نعني به أن عملنا خيري ولا خلفيتنا لنا من ورائه إلا عمل الخير

2: اللون الأصفر: نعني به الفرح الذي سيدخل على اليتيم من إشراقة شمس الجمعية.

3: قرص الشمس وشعاعها: نقصد به أن الجمعية هي دفئ لليتيم وأمل سطع عليه.

4: اليد الموضوعة على رأس الطفل: نعي به حديث الرسول صلى الله عليه وسلم (أنحب أن يلين قلبك، وتدرك حاجتك؟ إرحم اليتيم وإمسح رأسه)

5: اللون الداكن المكتوب فيه اسم تيارت: تعني به بأن الجمعية تحيط باليتيم وتفتح له يديها لتخرجه من دوامة الحرمان واليأس إلى رحابة العمل والأمان.

6: شكل الشعار بيضاوي: نرزم به إلى أن الجمعية كالبيضة حاضنة لليتيم.

7 : وتاج كل ذلك شطر حديث رسول الله عليه الصلاة والسلام (أنا وكافل اليتيم في الجنة هكذا وأشار بإصبعيه السبابة والوسطى) .

المطلب الثاني: أهداف الجمعية ووسائلها: " حسب أقوال رئيس الجمعية"

الهدف الرئيسي:

- رعاية الأيتام وكفالتهم إجتماعيا وتربويا.
- إخلاص وصدق في العمل وفق رسالة ورؤية واضحتان.

الأهداف الثانوية:

- السعي لتوفير المساعدة المادية والمالية لليتيم في شؤونه الحياتية العامة.
- التكفل باليتيم ومرافقته في تحصيله العلمي والتربوي.
- الاستفادة من إحياء الأعياد الدينية والوطنية لتحسين اليتيم بالجو العائلي والإدماج الإجتماعي.
- السعي مع السلطات والجمعيات ذات النشاط المشترك لتكفل بمشاكل اليتيم.
- العمل في إطار إدارة مواكبة للآليات المعاصرة في التسيير الإداري وبكفاءات مهنية مسؤولة.
- إقامة أيام تكوينية للمؤطرين ولالأعضاء المنخرطين حتى يتمكنوا من الإحترافية في نشاطاتهم.

وسائلها: تحتوي على: " حسب أقوال رئيس الجمعية"

1. لجنة المالية والإدارة والتنظيم:

1: القيام بجمع الأملاك المنقولة وغير المنقولة للجمعية والسهر بالحفاظ عليها.

2: تزويد الجمعية بما يساعدها على تنظيم إدارتها من وسائل مادية وبشرية.

- 3: ضبط ومتابعة البرنامج العملي السنوي للجمعية والسعي على توفير الوسائل المساعدة على تحقيقه.
- 4: إعداد مسبق للميزانية التقديرية لكل سنة وعرضها على المكتب قبل المصادقة عليها من طرف الجمعية العامة الولائية.
- 5: تعد اللجنة تقريراً عن نشاطاتها في نهاية كل سنة وتعرضه على المكتب تزامناً مع عقد الجمعية العامة الولائية.
- 6: تحضر اللجنة برنامجها السنوي وتعرضه على المكتب لإثرائه والمصادقة عليه.

2. لجنة الشؤون الإجتماعية:

- 1: تتكفل اللجنة بكل الأعمال التي لها صلة بالشؤون الإجتماعية
- 2: تقوم بتنفيذ ومتابعة البرنامج العملي السنوي للجمعية والسعي لتحقيقه.
- 3: تعد اللجنة تقريراً عن نشاطاتها في نهاية كل سنة وتعرضه على المكتب تزامناً مع عقد الجمعية العامة الولائية.
- 4: تحضر اللجنة برنامجها السنوي مسبقاً وتعرضه على المكتب لإثرائه والمصادقة عليه.

3. لجنة المتابعة البيداغوجية والتربوية:

- 1: تتكفل اللجنة بكل الأعمال التي لها صلة بالمتابعة البيداغوجية والتربوية.
- 2: تقوم بتنفيذ ومتابعة البرنامج العملي السنوي للجمعية والسعي لتحقيقه.
- 3: تعد اللجنة تقريراً عن بنشاطاتها السنوي مسبقاً وتعرضه على المكتب تزامناً مع عقد الجمعية العامة الولائية.
- 4: تحضر اللجنة برنامجها السنوي مسبقاً وتعرضه على المكتب للمصادقة عليه.

4. لجنة الثقافة والترفيه:

- 1: تتكفل اللجنة بكل الأعمال التي لها صلة بالثقافة والترفيه.
- 2: تقوم بتنفيذ ومتابعة البرنامج العملي السنوي للجمعية والسعي لتحقيقه.
- 3: تعد اللجنة تقريراً عن نشاطاتها في نهاية كل سنة وتعرضه على المكتب تزامناً مع عقد الجمعية العامة الولائية.

4: تحضر اللجنة برنامجها السنوي مسبقا وتعرضه على المكتب لإثرائه والمصادقة عليه.

5. لجنة الرعاية الصحية والنفسية:

- 1: تتكفل اللجنة بكل الأعمال التي لها صلة بالرعاية الصحية والنفسية.
- 2: تقوم بتنفيذ ومتابعة البرنامج العملي السنوي للجمعية والسعي لتحقيقه.
- 3: تعد اللجنة تقريرا عن نشاطاتها في نهاية كل سنة وتعرضه على المكتب تزامنا مع عقد الجمعية العامة الولاية.
- 4: تحضر اللجنة برنامجها السنوي مسبقا وتعرضه على المكتب لإثرائه والمصادقة عليه.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للجمعية:

يتكون الهيكل التنظيمي للجمعية كافل اليتيم تيارت، والذي يتم من خلاله توزيع المسؤوليات فنجد:

- **رئيس المكتب التنفيذي:** يعتبر المسير العام للجمعية ومسؤولا إداريا يشرف على سير العمل في المكتب التنفيذي ويلعب دورا محوريا في تعزيز التواصل الفعال بين أعضاء المكتب.
- يمكن لرئيس المكتب التنفيذي أن يساهم في التواصل بعدد من طرق التواصل مع أعضاء الجمعية والنائب الأول.
- **التواصل بين رئيس المكتب التنفيذي والنائب الأول:** حسب أقوال رئيس الجمعية:

1. طرق التواصل الرسمية:

- ✓ **الاجتماعات الدورية:** يمكن عقد اجتماعات دورية منتظمة بين رئيس المكتب التنفيذي ونائب الأول لمناقشة الأمور المهمة المتعلقة بالجمعية وتكون هذه الاجتماعات وجها لوجه أو عبر الأنترنت.
- ✓ **التقارير المكتوبة:** إرسال تقارير مكتوبة من رئيس المكتب التنفيذي إلى نائب الأول بشكل دوري لتحديثه على الأنشطة والتطورات في المكتب ومعلومات حول البرامج والمشاريع وغيرها.
- ✓ **البريد الإلكتروني:** استخدام البريد الإلكتروني للتواصل السريع والفعال بين رئيس المكتب التنفيذي ونائب الأول تكون فورية وقصيرة لمشاركة المستندات والملفات.

2. طرق التواصل غير رسمية:

✓ المكلمات الهاتفية: إستخدام الهاتف لتواصل سريع وسهل بين رئيس المكتب التنفيذي ونائب الأول لمناقشة الأمور المعالجة أو مناقشة موضوعا نقاشا.

✓ الرسائل النصية: إستخدام الرسائل النصية للتواصل السريع لطرح أسئلة.

✓ التطبيقات الإجتماعية: إستخدام التطبيقات الإجتماعية للتواصل مع نائب الأول لمناقشة الموضوعات ذات الإهتمام المشترك والأخبار والمعلومات.

• التواصل بين رئيس المكتب التنفيذي وأعضاء الجمعية: حسب أقوال رئيس الجمعية:

1. التواصل الرسمية:

الإجتماعات العامة: عقد إجتماعات عامة منتظمة بين رئيس المكتب التنفيذي وأعضاء الجمعية لعرض آخر التطورات في عمل وإستماع إلى مدخلاتهم وآرائهم.

النشرات الإخبارية: إصدار نشرات إخبارية دورية لإطلاع أعضاء الجمعية على أنشطة والبرامج.

البريد الإلكتروني: إستخدام البريد الإلكتروني لرئيس المكتب التنفيذي لإرسال رسائل إلى أعضاء أو الإعلانات وعرض المعلومات حول الجمعية وأنشطتها.

حضور إجتماعات الجمعية: تعقد جمعية كافل اليتيم إجتماعات منتظمة، مما تجعل منها فرصة التواصل رئيس المكتب التنفيذي وأعضاء ، التعرف على عمل لكل عضو في جمعية .

2. التواصل الغير رسمية:

الفعاليات الإجتماعية: تشجع الفعاليات الإجتماعية في التفاعل بين أعضاء والرئيس المكتب التنفيذي

مجموعات التواصل الإجتماعي: يجعل إنشاء مجموعات تواصل إجتماعي ، مثل الفيسبوك ، facbook ، الواتساب ، whatsapp لتعزيز التواصل بين رئيس وأعضاء .

منتديات المناقشة: منتديات على الأنترنت بين أعضاء جمعية والرئيس لمناقشة ذات الإهتمام المشترك.

ساعات العمل المفتوحة: تحديد ساعات عمل مفتوحة لرئيس المكتب التنفيذي للقاء بأعضاء الجمعية والإجابة عن أسئلتهم .

أهمية التواصل بين رئيس المكتب التنفيذي وأعضاء الجمعية:

- ضمان سير العمل بسلاسة وفعالية وتعزيز التواصل.
- يساعد التواصل بين رئيس المكتب التنفيذي وأعضاء مشاركة المعلومات والتحديثات حول أنشطة وأهداف مما يخلق شعور بالمسؤولية.
- يساعد التواصل المفتوح والصادق بين رئيس المكتب التنفيذي وأعضاء الجمعية بيني الثقة والإحترام المتبادل.
- شعور الأعضاء بأنهم يتم الإستماع وأنهم أفكارهم قيمة وجزء من فريق يكونون أكثر المشاركة في الأنشطة.
- تحديد الفرص الجديدة وتحسين أداء.
- حل النزاعات بشكل سريع وفعال.
- النائب الأول:

هو مسؤول إداري يساعد رئيس المكتب التنفيذي ودعمه في إدارة التنظيم عمل في حضور أو غياب مديره ويساهم في تعزيز التواصل بينه أعضاء المكتب أو الجمعية.

وذلك من خلال طرق التي يمكن لنائب الرئيس أن يساهم في التواصل بينه أعضاء ورئيسه المكتب التنفيذي لجمعية كافل اليتيم.

1. التواصل بين النائب الأول ورئيس المكتب التنفيذي: حسب أقوال النائب الأول:

✓ **الاجتماعات الدورية:** عقد إجتماعات دورية مع رئيس المكتب التنفيذي لمناقشة القضايا المهمة وتنسيق العمل وتقديم التحديثات.

✓ **الاتصالات الهاتفية:** إجراء اتصالات هاتفية مع رئيس المكتب التنفيذي لمناقشة المشكلات والحصول على توجيهات ومشاركة المعلومات.

✓ **لقاءات شخصية:** لقاءات شخصية مع رئيس المكتب التنفيذي لمناقشة قضايا حساسة ومهمة.

✓ **الرسائل النصية:** إرسال نصية قصيرة للرئيس المكتب التنفيذي وذلك لتذكير بالأحداث الهامة وإعلانات السريعة.

✓ **البريد الإلكتروني:** إرسال رسائل بريد إلكتروني لمشاركة المعلومات، وتقديم تقارير عن العمل.

✓ **نظام إدارة المشاريع:** استخدام نظام إدارة المشاريع لمشاركة المهام وتبادل المعلومات مع رئيس المكتب

أهمية التواصل بين النائب الأول ورئيس المكتب التنفيذي: حسب أقوال النائب الأول:

- يتيح التواصل بين النائب الأول ورئيس المكتب التنفيذي لمشاركة التواصل والتحديثات المهمة حول أنشطة الجمعية، والمشاريع الجارية ، والقرارات المتخذة .
- يساعد التواصل على تنسيق العمل بين نائب الرئيس ورئيس المكتب التنفيذي وضمان العمل بشكل متكامل.
- يساهم التواصل في تبادل الآراء والأفكار بين الرئيس الأول ورئيس المكتب التنفيذي وهذا يساعد في إتخاذ القرار.
- بناء الثقة وإحترام بين الرئيس المكتب التنفيذي ونائب الأول.

2. تواصل النائب الأول مع أعضاء الجمعية: حسب أقوال النائب الأول:

- ✓ ساعات المكتب المفتوح: تخصيص وقت وساعات محددة في الأسبوع لإستقبال أعضاء الجمعية لإجابة على أسئلتهم ، والإستماع إلى ملاحظاتهم .
- ✓ البريد الإلكتروني: إرسال رسائل بريد إلكتروني منتظمة لأعضاء الجمعية وتذكير بالأحداث، وإرسال دعوات للمشاركة في الأنشطة.
- ✓ الموقع الإلكتروني: إنشاء قسم على موقع الجمعية الإلكتروني مخصص التواصل مع أعضاء الجمعية.
- ✓ الرسائل النصية: إرسال رسائل نصية قصيرة لأعضاء الجمعية لإرسال إعلانات سريعة، وتذكير بالأحداث.
- ✓ وسائل التواصل الاجتماعي: إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي التواصل مع أعضاء الجمعية ومشاركة أخبار الجمعية.
- ✓ الإجتماعات: عقد إجتماعات دورية مع أعضاء الجمعية لمناقشة القضايا المهمة وجمع الآراء.

أهمية التواصل بين نائب الأول وأعضاء الجمعية:

- يتيح التواصل مشاركة المعلومات والتحديثات مع أعضاء الجمعية.
- يمكن نائب الرئيس من خلال التواصل جمع آراء وأفكار الأعضاء الجمعية كافل اليتيم حول مختلف القضايا مما يساعد على إتخاذ القرار.
- يساهم التواصل على تحفيز أعضاء الجمعية في مشاركة أنشطة، ودعم مبادراتها.

- يساعد على بناء العلاقات القوية من الثقة والاحترام بين نائب الاول وأعضاء جمعية.
- يساعد على حل النزاعات او الخلافات قد تنشأ بين أعضاء الجمعية.

➤ الكاتب العام:

هو مسؤول اداري عن الوثائق و الكتابة الهامة و عن حفظها و ترتيب و تخزين البيانات و المعلومات التي تتعلق بالجمعية سواء كانت المعلومة عنه المحيط الداخلي أو الخارجي وتعزيز التواصل الفعال داخل المكتب.

❖ مهام الكاتب العام: حسب أقوال الكاتب العام:

1. ضمان التواصل الفعال داخليا:

- ✓ توزيع محاضر الاجتماعات لضمان إطلاع جميع الأعضاء على القرارات والمناقشات التي جرت.
- ✓ صياغة وتحرير الرسائل الرسمية التي يتم إرسالها نيابة عند لضمان وضوحها ودقتها.
- ✓ تنظيم الملفات لسهولة الوصول إلى المعلومات.
- ✓ تحضير العروض النقدية وتنسيق الاجتماعات في مجال التواصل.

2. ضمان التواصل الفعال خارجيا :

- التواصل مع وسائل الإعلام لتعريف الجمهور بأنشطة المكتب.
- استخدام البريد الإلكتروني للتواصل مع أعضاء المكتب والجهات الخارجية.
- إدارة موقع المكتب الإلكتروني لضمان تحديثه بمعلومات.
- الرد على إستفسارات الجهات الخارجية بشكل سريع وفعال
- استخدام أدوات التواصل عبر الأنترنت مثل مؤتمرات الفيديو ، التواصل مع جهات الخارجية في الوقت الفعلي .

بالإضافة إلى:

- ✓ يقوم بإعداد المرسلات والوثائق التي يطلبها رئيس المكتب التنفيذي مثل الخطابات والتقارير والعروض التقديمية عنه نشاط.
- ✓ يقوم بتنفيذ ومتابعة البرنامج العلمي السنوي للجمعية.
- ✓ تحضير برنامج السنوي مسبقا ويعرضه على المكتب والمصادقة عليه.

➤ **العضو الأول:** هو الفرد الذي يساهم في دعم ورعاية الأيتام وهذا من خلال أنشطة الجمعية المختلفة

مثل : التطوع في برامج برعاية الأيتام وتقديم الدعم المادي أو المعنوي لأيتام .

هناك العديد من طرق التي من خلاله يساهم العضو الأول في التواصل مع الأعضاء والأيتام.

التواصل مع أعضاء الجمعية: وذلك يكون بي: "حسب اقوال العضو الأول"

1: **التواصل المباشر:** يقوم بزيارة مقر جمعية كافل اليتيم دائما وبشكل مباشر لتعرف على أعضاء وكل نشاطات الجديدة وحضور الفعاليات العديد التي تنظمها على مدار العام ، مثل الندوات والأنشطة التطوعية وتكون هذه فرصة لتواصل والتعرف وتبادل الخبرات والتجارب مثل مهارات التواصل والعمل الجماعي .

2: **التواصل عبر الأنترنت:** يمكن للعضو الأول أن ينضم إلى مجموعات التواصل الإجتماعي الخاصة بالجمعية للمشاركة في المناقشات والتفاعل مع أعضاء.

3: **موقع الجمعية الإلكتروني:** هي منصة إلكترونية تتيح التعرف بالجمعية من خلال الرسائل والتواصل مع الأعضاء بشكل فعال ويعد وسيلة ممتازة.

4: **صفحات التواصل الإجتماعي:** تتيح للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض من خلال مشاركة المناقشات ومشاركة المحتوى ، مثل الصور والفيديوهات والآراء ومن أهم الوسائل التي تعتمد عليها جمعية كافل اليتيم بتيارت ما بينهم .

5: **فيسبوك:** يعد الفيسبوك وسيلة التواصل الفعالة بين أعضاء وتسهيل مشاركة الأخبار ، والمعلومات، والأحداث، على الصفحة أو المجموعة .

6: **الواتساب:** يعتبر من بين أهم التطبيقات مراسلة التواصل الفعالة بين أعضاء لتعزيز تفاعل والتعاون في أي وقت ومن أي مكان من خلال إرسال وإستقبال الرسائل النصية والصوتية بسرعة تضم جميع أعضاء الجمعية.

7: **عبر الهاتف:** يعد التواصل عبر الهاتف أداة فعالة للتواصل بين أعضاء جمعية كافل اليتيم خاصة في حال عدم توفر الأنترنت أو عدم رغبة البعض الأعضاء في إستخدام التطبيقات الإلكترونية ، الهاتف يسهل تواصل بشكل فوري وواضح لنقل المعلومات والتعليمات بشكل مباشر .

❖ **التواصل مع المتبرعين المحسنين:** يعد التواصل مع المتبرعين المحسنين من أهم مهام جمعية كافل اليتيم لبناء

علاقات قوية وذلك بالطرق الفعالة التي يمكن لأعضاء جمعية كافل اليتيم إستخدامها للتواصل مع المتبرعين المحسنين لتعزيز علاقاتهم ودعمهم على إستمرار وشكرهم.

1. طرق التواصل المباشرة:

- ✓ المكالمات الهاتفية: إجراء مكالمات هاتفية للمتبرعين لشكرهم على دعم وإعلامهم حول المشاريع الجمعية وتحديثات.
- ✓ اللقاءات: تنظيم لقاءات مع المتبرعين ومناقشة مشاريع ، وتلقي ملاحظاتهم .
- ✓ الفعاليات: دعوة المتبرعين إلى فعاليات الجمعية مثل حفلات توزيع الجوائز أو حفلات إفطار رمضان أو الأعياد لتعريفهم بإنجازات الجمعية وتأثيرها على حياة اليتامى.
- ✓ زيارات شخصية: زيارة المتبرعين شخصيا في منازلهم أو أماكن عملهم.

2. طرق التواصل غير المباشرة:

- ✓ البريد الإلكتروني: أرسل رسائل بريد إلكتروني وتقديم معلومات وإرسائل دعوات الفعاليات.
- ✓ المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي: نشر على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجمعية كافل اليتيم ومشاركة مقطع أو قصصا عن اليتامى الذين يدعمون ويشكرون المتبرعين .
- ✓ الموقع الإلكتروني: إنشاء قسم على موقع الجمعية الإلكتروني مخصصا للمتبرعين.
- ❖ التواصل مع الأيتام: يعد التواصل بين أعضاء جمعية كافل اليتيم والأيتام أمرا ضروريا لبناء علاقات قوية، وفهم إحتياجاتهم بشكل أفضل .

1. التواصل المباشر:

- ✓ الزيارات المنزلية: زيارة الأيتام في منازلهم بشكل دوري لإطمئنان ودعم التحدث معهم وفهم متطلباتهم وتعزيز الثقة وشعور بالانتماء إلى مجتمع وتواصل الإيجابي في تحسين الصحة النفسية.
- ✓ الأنشطة الجماعية: نظم أنشطة جماعية لأيتام مثل رحلات والفعاليات الترفيهية.
- ✓ اللقاءات الفردية: تخصيص وقت اللقاءات فردية مع أيتام لفهم إحتياجاتهم ومناقشتها ومشاعره .

2. التواصل الغير مباشر:

الإتصالات الهاتفية: إجراء إتصالات هاتفية منتظمة ودائمة مع الأيتام لإطمئنان والتحدث معهم.

البريد الإلكتروني، الموقع الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي.

العضو الثاني: هو فرد فعال في جمعية كافل اليتيم يساهم في دعم الأيتام ومساعدة الجمعية في الأنشطة والفعاليات ويقدم الدعم المعنوي أو المادي وهو بنفس مكانة العضو ويشتركون في نفس المهام.

المبحث الثاني: تحليل إجابات المبحوثين واستنتاجاتهم

❖ **جدول (1): يمثل البيانات الشخصية للعينات.**

الرقم	الجنس	السن	الخبرة المهنية	الوظيفة	المهنة
01	ذكر	61 سنة	25 سنة	رئيس الجمعية	متقاعد
02	ذكر	36 سنة	13 سنة	أمين الصندوق	موظف
03	أنثى	30 سنة	05 سنوات	كاتب عام	موظفة

❖ **المقابلات مع أعضاء من جمعية كافل اليتيم الولائية بولاية تيارت:**

أجريت المقابلات مع 03 أعضاء من جمعية كافل اليتيم الولائية بولاية تيارت بهدف الحصول على معلومات دقيقة تخدم الدراسة الميدانية، حيث كانت متكونة من أنثى تبلغ من العمر 30 سنة، و02 ذكور أعمارهم 36 و61 سنة، ويشغلون مهام مختلفة منها: رئيس الجمعية، أمين الصندوق وكاتب عام.

المطلب الأول: تحليل إجابات المحور الأول وأهم نتائجه

➤ **المحور الأول: دور العلاقات العامة في الجمعية:**

س1: هل توجد إدارة خاصة بالعلاقات العامة في الجمعية؟ إذا كانت موجودة، ما هي هيكلتها؟

ج1: إجابة المبحوث الأول: لا يوجد فرع خاص بهذا التخصص، لكن قمنا مؤخرا بإنشاء خلية خاصة بالاعلام والاتصال ونحن نعمل على تكوينها بشكل أفضل.

ج1: إجابة المبحوث الثاني: لا يوجد بالجمعية فرع خاص بهذا ولكن لدينا لجنة الاعلام والاتصال.

ج1: إجابة المبحوث الثالث: غير موجود هذا الفرع من الإدارة، اظن أننا نستعمل لجنة الاعلام لتغطيه النشاطات.

التعليق والتحليل:

من خلال إجابات المبحوثين يتبين عدم وجود إدارة مخصصة للعلاقات العامة في الجمعية، ولكن يتم التركيز على إنشاء هياكل بديلة مثل خلية الاعلام والاتصال ولجنة الاعلام. يبدو أن هناك استعداد لتطوير هذه الهياكل لتحقيق أهدافها بشكل أفضل مستقبلاً.

حيث يمكن تحليل الإجابات على أن المبحوثين يرون أهمية الاتصال والتواصل وبناء العلاقات مع الجمهور، ورغم عدم وجود إدارة مخصصة، إلا أنهم يعملون على تطوير هذه الهياكل الفرعية لتحسين الاتصال بشكل أفضل وزيادة التفاعل مع الجمهور على الرغم من عدم وجود هيكلية رسمية للعلاقات العامة، يوضح ذلك التوجه نحو تعزيز جهود الاتصال وتسييل الضوء على النشاطات والأحداث التي تقام بواسطة الجمعية.

س2: ما هي أهم استراتيجيات الاتصال التي تعتمدون عليها (وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلام التقليدي، الفعاليات، إلخ)؟

ج2: إجابة المبحوث الأول: لولا الاعلام لما وصلت الجمعية إلى ماهي عليه اليوم: وذلك من خلال الإذاعة الوطنية بتيارت والمساجد والمناسبات الدينية، أنشأنا لجنة الاعلام والاتصال وقمنا بتكوين المشرفين من خلال تأسيس قناة اليتيم على اليوتيوب، بالإضافة الى مجلة مكتوبة ورقية تقسم على الناس تحمل كل نشاطات الجمعية.

ج2: إجابة المبحوث الثاني: قمنا بتأسيس قناة اليتيم على اليوتيوب وإنشاء مجلة توزع على المواطنين، القيام بزيارات لقنوات التلفزيون خارج ولاية تيارت مثل قناة الشروق وقناة القرآن الكريم، دورات تكوينية في فن التصوير والمراسل الصحفي للمتطوعين.

ج2: إجابة المبحوث الثالث: من خلال فضاء إذاعة تيارت، والمناسبات الدينية، وقناة اليتيم. وصفحة الفيسبوك.

التعليق والتحليل:

من خلال إجابات المبحوثين، فإن الجمعية تعتمد على مجموعة من الاستراتيجيات للتواصل والاتصال، مثل الإعلام التقليدي مثل الإذاعة الوطنية بتيارت والمساجد والمناسبات الدينية، وأيضًا من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وقناة اليتيم.

يبدو أن تأسيس قناة اليتيم ونشر مجلة توزع على المجتمع المحلي وتقديم دورات تكوينية في مجالات مختلفة تمثل جزءًا هامًا من الجهود التواصلية والإعلامية التي تتبناها الجمعية. يمكن أن تعتبر هذه الاستراتيجيات وسائل فعالة للتفاعل مع الجمهور ونشر رسالة الجمعية وأنشطتها بشكل أوسع.

س3: هل هناك تعاون بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى؟ وكيف يتم ذلك؟

ج3: إجابة المبحوث الأول: ليس لدينا إدارة علاقات عامة وإنما نقوم باتباع البرنامج ومعرفة النشاطات للاستعداد لتغطية النشاطات بمختلف الوسائل على المباشر ويكون العمل منظم ومهيكل وفق البرنامج السنوي.

ج3: إجابة المبحوث الثاني: هناك تنسيق بين مختلف لجان الجمعية خاصة في إقامة النشاطات وفي المناسبات حيث يعطى كل عضو دوره أثناء النشاطات.

ج3: إجابة المبحوث الثالث: يتعاون كل هيئات الجمعية في جميع النشاطات ويتقاسم الأدوار بين مختلف الأعضاء.

التعليق والتحليل:

من إجابات المبحوثين، يظهر أن هناك تنسيق وتعاون بين أفراد وهيئات الجمعية في تنفيذ النشاطات والأنشطة المختلفة، حتى في غياب إدارة علاقات عامة محددة.

يمكن النظر إلى هذا التعاون والتنسيق بين الأعضاء واللجان المختلفة كعنصر إيجابي يعزز من قدرة الجمعية على تنظيم وتنفيذ أنشطتها بفاعلية.

وكتحليل للإجابات فإن هذا التعاون الإيجابي والتنسيق بين الأعضاء واللجان يعكس التزامهم بالعمل الجماعي وقدرتهم على العمل بشكل متناغم لتحقيق أهداف الجمعية بكفاءة. يمكن الاعتبار هذا التنسيق والتعاون كعامل إيجابي يساهم في تعزيز قدرة الجمعية على تقديم وتنظيم الفعاليات والأنشطة بشكل يعكس تميزهم وقيمهم

❖ **استنتاجات المحور الأول:** نستنتج أن الجمعية تحظى بتوجه إيجابي نحو الاتصال والتواصل مع أعضائها

والمجتمع المحلي، على الرغم من عدم وجود إدارات علاقات عامة محددة، إلا أنها تعتمد على استراتيجيات فعالة تشمل الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي لنشر رسالتها وأنشطتها بشكل واسع، كما يُظهر التنسيق والتعاون الفعال بين أفراد الجمعية والهيئات المختلفة في تنفيذ الأنشطة، مما يعزز من قدرتها على تحقيق أهدافها ومبادراتها بشكل مستدام وفعال، وعليه يعتبر هذا التوجه نحو التواصل الفعال والتعاون الداخلي عنصرا حيويا لتعزيز مكانة وأثر الجمعية في المجتمع وتحقيق التغيير الإيجابي المرجو.

وعليه فإن نتائج المحور تتوافق مع فرضيات الدراسة، حيث يبدو أن العلاقات العامة للجمعية تلعب دورا حيويا في تحقيق أهدافها من خلال تعزيز التواصل الفعال وبناء الثقة مع المجتمع والمانحين، وهذا بدوره يمكن أن يؤدي إلى زيادة تفاعل الجمهور والتبرعات وتعزيز الأثر الاجتماعي للجمعية.

وهذا ما جاءت به الدراسة السابقة لسفيان فاسي، تحت عنوان دور الاتصال والعلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي بمنظمات المجتمع المدني جمعية الهلال الأحمر الجزائري بولاية الجزائر – أنموذجا، 2024، والتي توصلت نتائجها إلى: جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية بعد الوسائل التكنولوجية الحديثة وهذا نظرا لما توفره من بيئة تفاعلية بين المرسل والمستقبل، وخاصة نقل الصورة والصوت وتوفير الوقت والجهد، كما أنها تعرف إقبالا واسعا من كل فئات المجتمع، وخاصة فئة الشباب.

المطلب الثاني: تحليل إجابات المحور الثاني وأهم نتائجه

➤ المحور الثاني: تفعيل الأنشطة والتواصل مع الجمهور

س1: كيف تقوم الجمعية بجذب المتطوعين والداعمين؟

ج1: إجابة المبحوث الأول: هو العمود الفقري للجمعية يعرف بالساعي كونه يبذل جهد سواء معنوي او مادي وابواب الجمعية مفتوحة لجميع أطراف المجتمع، والحمد لله مرة علينا مئات المتطوعين خاصة في بعض الفصول او المناسبات بالمقابل هناك أعضاء ناشطين دائمين.

ج1: إجابة المبحوث الثاني: أبواب الجمعية مفتوحة لمختلف الفئات ونستقبل كل الفئات وعدد المتطوعين يتغير من موسم لآخر.

ج1: إجابة المبحوث الثالث: مكانتنا هي التي تقوم بجذب المتطوعين والمحسنين، ونشكر الله على ذلك.

التعليق والتحليل:

من خلال إجابات المبحوثين، يبدو أن الجمعية تعتمد على سياسة مفتوحة لاستقبال المتطوعين والداعمين من مختلف فئات المجتمع، حيث يظهر التنوع في أساليب الجذب والتفاعل مع أعضاء المجتمع، والترحيب بكل الفئات واستقبالهم بفرح وامتنان، فالاهتمام بمكانة الجمعية وقيمتها يعكس الالتزام بجذب المتطوعين والداعمين.

بالإضافة إلى ذلك، وتحليلنا للإجابات فإن الجمعية تولي اهتماما كبيرا ببناء علاقات قوية ومستدامة مع المتطوعين والداعمين، من خلال تحفيزهم وتشجيعهم على المشاركة الفعالة في أنشطة الجمعية. بفضل هذه السياسة المفتوحة والحميمة، يتمكن الجميع من الشعور بالانتماء والاهتمام، مما يعزز الروح الجماعية والتعاون بين جميع أفراد المجتمع. يعكس هذا النهج الشامل لاستقبال الجميع بفرح وامتنان التزام الجمعية بقيم التنوع والشمولية في بناء مجتمع قوي ومترابط.

س2: ما هي أدوات العلاقات العامة الأكثر فعالية في التواصل مع الجمهور (مثل الحملات الإعلامية، المؤتمرات، المنشورات)؟

ج2: المبحوث الأول: بالإعلام حيث نقوم ببودكاست في مجمع اثير، التواصل مع المؤثرين، كونه يبلغ رسالة الجمعية والرفع من مداخلها المادية.

ج2: المبحوث الثاني: عن طريق صفحة الفيسبوك، والحملات الإعلامية من خلال قناة اليتيم والمناسبات الدينية.

ج2: المبحوث الثالث: من خلال منشورات صفحة الفيسبوك الخاصة بنشاطات الجمعية والتي تكون بمثابة اطمئنان للمحسنين.

التعليق والتحليل:

من خلال إجابات المبحوثين، يظهر وضوح استخدام الجمعية لأدوات العلاقات العامة المختلفة في التواصل مع الجمهور، يتضح أن الجمعية تعتمد على مجموعة متنوعة من وسائل التواصل والإعلام، مثل البودكاست، والتواصل مع المؤثرين، وصفحة الفيسبوك، والحملات الإعلامية عبر قناة اليتيم، والمنشورات على صفحة الفيسبوك، هذه الاستراتيجيات تعكس التنوع والاهتمام بقنوات التواصل المختلفة لتحقيق أقصى درجات التأثير والوصول للجمهور المستهدف.

س3: كيف تساهم العلاقات العامة في تحقيق أهداف الجمعية؟

ج3: إجابة المبحوث الأول: يبلغ رسالة الجمعية، تقريب الجمعية من المحسنين والمتطوعين.

ج3: إجابة المبحوث الثاني: تغطية نشاطات الجمعية، توجيه مهام أعضاء الجمعية.

ج3: إجابة المبحوث الثالث: تبليغ رسالة الجمعية للمساهمين والمتطوعين، توثيق نشاطات الجمعية.

التعليق والتحليل:

من خلال إجابات المبحوثين، يتضح أهمية العلاقات العامة في تحقيق أهداف الجمعية بشكل فعال، يبدو أن العلاقات العامة تساهم في تبليغ رسالة الجمعية وزيادة الوعي بأهدافها وأنشطتها للمحسنين، المتطوعين، والمساهمين، كما تعمل على تقريب الجمعية من المحسنين وتشجيع المتطوعين على المشاركة.

❖ استنتاجات المحور الثاني: توصلنا إلى ما يلي:

الجمعية تعتمد على سياسة مفتوحة ومتنوعة لاستقبال المتطوعين والداعمين من مختلف فئات المجتمع، مما يعكس التفهم والالتزام بقيم التنوع والشمولية في جذب أعضاء جدد.

الاعتماد على مجموعة متنوعة من وسائل العلاقات العامة يعكس التطور في استراتيجيات التواصل الخارجي، ما يساهم في تعزيز التواصل وزيادة الوعي بأنشطة الجمعية بفاعلية.

وعليه فالنتائج تتوافق مع فرضيات الدراسة حيث تعكس أهمية التواصل الفعال الذي يعزز فهم دور الجمعية وبناء شراكات استراتيجية، بالإضافة إلى أنه يمكن أن تؤدي الاستراتيجيات المحكمة إلى زيادة تفاعل الجمهور والمتطوعين وبالتالي تحقيق نتائج إيجابية أكبر، حيث تلعب هذه الجهود دورا حيويا في نشر رسالة الجمعية وتحفيز المتطوعين والمساهمين على المشاركة.

وهذا ما أكدته الدراسة السابقة لسفيان فاسي، تحت عنوان دور الاتصال والعلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي بمنظمات المجتمع المدني جمعية الهلال الأحمر الجزائري بولاية الجزائر - أنموذجا، 2024، من خلال الدراسة تبين بأن جمعية الهلال الأحمر الجزائري تستقطب جميع الفئات العمرية على اختلاف جنسهم وأعمارهم، أظهرت الدراسة أيضا بأن الوسائل التكنولوجية الحديثة هي الأكثر استخداما من قبل جهاز العلاقات العامة

لجمعية الهلال الأحمر الجزائري في الاتصال بجمهورها وفي أداء أنشطتها، من خلال استخدام البريد الإلكتروني الذي يتيح التواصل الفعال والسريع مع الأفراد.

المطلب الثالث: تحليل إجابات المحور الثالث وأهم نتائجه

➤ المحور الثالث: التحديات والحلول

س1: ما هي أبرز التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الجمعية؟

ج1: **المبحوث الأول:** محاربة الشائعات وتفنيدها خاصة من ناحية تصوير نشاطات الجمعية، النقص في بعض الأحيان في الإعانات.

ج1: **المبحوث الثاني:** نقص الكفاءات المتخصصة في هذا التخصص، الانتقادات التي تطال نشاطات الجمعيات.

ج1: **المبحوث الثالث:** القضاء على الإشاعات التي تمس سمعة الجمعية من خلال إشراك الغير في نشاطات الجمعية.

التعليق والتحليل:

من خلال إجابات المبحوثين، يظهر أن العلاقات العامة في الجمعية تواجه عدة تحديات تستدعي اهتماما وحلولا فعالة:

تحدي محاربة الشائعات وتفنيدها يعد من أبرز التحديات، نقص الكفاءات المتخصصة في مجال العلاقات العامة قد يعيق الجمعية من تحقيق أهدافها، تحدي القضاء على الشائعات التي تؤثر على سمعة الجمعية يتطلب اتخاذ إجراءات حاسمة لمنع انتشارها.

وعليه من الضروري اتخاذ إجراءات جادة وفعالة لتعزيز الكفاءات وتمكين الجمعية من التعامل بفاعلية مع التحديات التي تطرحها الشائعات والإشاعات التي قد تؤثر سلباً على سمعتها، عن طريق الاستثمار في بناء علاقات قوية وشراكات استراتيجية مع وسائل الإعلام والمجتمع المحلي، من خلال تعزيز هذه العلاقات، يمكن للجمعية بناء ثقة مستدامة مع الجمهور وتعزيز وعيهم بأهدافها وأنشطتها، كما يمكن أن تساهم هذه العلاقات في

تعزيز الشفافية والتواصل الفعال، وبالتالي الحد من انتشار الشائعات وبناء سمعة إيجابية للجمعية بهدف تحقيق التأثير الإيجابي.

س2: كيف تتعاملون مع الأزمات الإعلامية أو الشائعات التي قد تؤثر على سمعة الجمعية؟

ج2: إجابة المبحوث الأول: نعتمد على الثقة بين الفاعل (الجمعية)، والرأي العام أو المجتمع وعليه: نحصر على الإخلاص في العمل لله عز وجل، التعامل مع الغير ومع ما تحصل عليه الجمعية من اعانات بالشفافية وذلك بتوفر محافظ للحسابات والاعانات المقدمة داخل الجمعية.

ج2: إجابة المبحوث الثاني: التوثيق من خلال التصوير للنشاطات ليضمن المحسن، الحرص على اشراك الغير والمحسنين في نشاطات فنحن غير منغلقيين ضد الغير.

ج2: إجابة المبحوث الثالث: العمل بقوانين الدولة والتعليمات التي تنظم المجتمع المدني، قبول جميع أنواع التبرعات.

التعليق والتحليل:

تبين أن إجابات المبحوثين تعكس اهتمامهم بالحفاظ على سمعة الجمعية والتعامل بفعالية مع الأزمات الإعلامية والشائعات المحتملة.

حيث أن المبحوث الأول أكد على أهمية بناء الثقة بين الجمعية والرأي العام من خلال توجيه الجهود نحو الإخلاص والشفافية في العمل. بالتركيز على توفير تقارير محافظة وشفافة ووجود محافظ للحسابات والإعانات، يتم تعزيز الثقة والشفافية، مما يقلل من تأثير الشائعات والأزمات الإعلامية.

المبحوث الثاني أشار إلى أهمية التوثيق والتصوير للنشاطات لبث روح الطمأنينة في نفوس المحسنين والمجتمع، بالإضافة إلى الحرص على اشراك الغير والمحسنين، مما يسهم في بناء علاقات قوية وفعالة ويعكس قيم الشفافية والمشاركة المجتمعية.

أما المبحوث الثالث، فأكد على أهمية الامتثال لقوانين الدولة والتعليمات لتنظيم المجتمع المدني، وقبول جميع أنواع التبرعات، مما يوضح التزام الجمعية بالقوانين والمعايير الأخلاقية، وبناء علاقات مستدامة وموثوقة مع المحسنين والمجتمع بشكل عام.

وعليه كتحليل للإجابات فإنه يتضح أن المبحوثين قد وضعوا استراتيجيات واضحة ومحكمة للتعامل مع الأزمات الإعلامية والشائعات، من خلال التركيز على الشفافية، الثقة، التوثيق، والامتثال للمعايير القانونية والأخلاقية.

س3: هل تواجهون صعوبات في التمويل أو إقناع المانحين؟ وكيف تساعد العلاقات العامة في ذلك؟

ج3: إجابة المبحوث الأول: لا يوجد الحمد لله جمعيتنا معروفة ولها وزن في المجتمع، كوننا نمتاز بالشفافية في نشاطاتنا بالإضافة الى اشراك الغير في النشاطات.

ج3: إجابة المبحوث الثاني: الحمد لله المحسنون يتوافدون وسمعة الجمعية جيدة ولا وجود لأي صعوبات.

ج3: إجابة المبحوث الثالث: لا وجود للصعوبات من ناحية التبرعات ونحن نقبل ونرحب بجميع الإعانات.

التعليق والتحليل:

توضح الإجابات أن الجمعية تتمتع بسمعة طيبة ووجود مكانة مرموقة في المجتمع، وهذا يسهل عليها جذب المحسنين والمانحين بسبب الشفافية في أنشطتها واشراك الآخرين فيها، هذا ما يعكس الانفتاح والاستعداد لاستقبال جميع أشكال الدعم، وذلك يعزز فرص جذب المانحين وتحقيق التمويل المطلوب بكل يسر وسهولة.

❖ استنتاجات المحور الثالث: يمكن التوصل إلى عدة استنتاجات حول دور العلاقات العامة في تعزيز

سمعة الجمعية وجذب المانحين والدعم المالي:

التحدي الأساسي الذي تواجهه الجمعية هو محاربة الشائعات وإدارة الأزمات الإعلامية التي قد تؤثر على سمعتها. لذلك، يجب على الجمعية تعزيز استراتيجيات الشفافية، والإخلاص في العمل، واتباع قوانين الدولة بحرفية لبناء الثقة مع المجتمع والمانحين.

بالإضافة إلى ذلك الجمعية تستطيع جذب المانحين بفعالية نظرا لسمعتها الجيدة ومكانتها المرموقة في المجتمع، حيث يعتبر قبول جميع أنواع التبرعات واشراك الآخرين في النشاطات من شأنه تعزيز الانفتاح وبناء الثقة، مما يعزز فرص الحصول على التمويل الضروري بسهولة ويعزز التنمية المستمرة للجمعية وتحقيق أهدافها بنجاح.

تتوافق هذه النتائج مع فرضية الدراسة كونها تشير إلى أهمية دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف الجمعية وجذب المانحين والدعم المالي، حيث يظهر أن المحافظة على سمعة جيدة وإدارة الأزمات الإعلامية بشكل فعال يعتبر تحديا

أساسيا، بالإضافة إلى ذلك، قدرة الجمعية على جذب المانحين تعود إلى سمعتها ومكانتها المرموقة، والتي يمكن تحقيقها عن طريق قبول جميع أنواع التبرعات واشراك المجتمع في النشاطات.

وهذا ما أكدته الدراسة السابقة لسفيان فاسي، تحت عنوان دور الاتصال والعلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي بمنظمات المجتمع المدني جمعية الهلال الأحمر الجزائري بولاية الجزائر – أنموذجا، 2024، حيث توصلت إلى: ما يحقق استجابة الجمهور الداخلي والخارجي للحملات التسويقية التي تقوم بها الجمعية وما يميزه عن باقي الوسائل هو تأمين بيانات المستخدمين وضمان سرية المعلومات المرسلة.

بالإضافة إلى: دراسة محمد مصلح ضاوي العتيبي بعنوان دور العلاقات العامة في تفعيل علاقة المنظمة بجمهور المستفيدين" دراسة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم العلوم الإدارية، الرياض، السنة 2003، والتي توصلت إلى أن إدارة العلاقات العامة في كل من المزاخمية والخرج حريصة بدرجة عالية على معرفة آراء وشكاوى جمهور المستفيدين، تجاه إدارة الجوازات والإجابة عن استفساراتهم.

❖ النتائج العامة للدراسة:

من خلال جمع المعطيات من دراسة الحالة التي قمنا بها على مختلف المبحوثين التابعين للجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت وتحليلها ومناقشتها مع فرضيات الدراسة والدراسات السابقة تم الإجابة على التساؤل الرئيسي الذي تمحور حول إشكالية دراستنا:

ما دور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية وتعزيز استدامتها؟ دراسة حالة الجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت، وعليه أظهرت الدراسة جملة من النتائج وهي كالتالي:

1. الاتصال والتعاون الداخلي: يتبين أن توجه الجمعية نحو الاتصال الفعال والتعاون الداخلي يلعب دورا حيويا في تحقيق أهدافها وزيادة تأثيرها الإيجابي في المجتمع.
2. جذب المتطوعين والداعمين: استراتيجية جمعية كافل اليتيم المفتوحة والمتنوعة في استقبال المتطوعين والداعمين تعكس التزامها بقيم التنوع والشمولية، مما يعزز جذب المزيد من الأعضاء والداعمين الجدد.
3. تعزيز سمعة الجمعية وجذب المانحين: من خلال مكافحة الشائعات وإدارة الأزمات الإعلامية بشكل فعال وشفاف، يمكن للجمعية تعزيز سمعتها وجذب المزيد من المانحين والدعم المالي.
4. تنوع مصادر التمويل: من خلال تنوع مصادر التمويل، يمكن للجمعية تعزيز استدامتها على المدى الطويل. بدلاً من الاعتماد على مانح واحد أو مصدر تمويل واحد، يمكن للجمعية استكشاف خيارات متعددة مثل الحملات التمويلية، الشراكات مع القطاع الخاص، وتطوير مشاريع توليد الدخل.
5. تقديم تقارير شفافة: من خلال تقديم تقارير دورية وشفافة حول أداء الجمعية واستخدام الأموال، يمكن للجمعية بناء علاقات قوية مع المانحين والداعمين. هذا يساهم في بناء الثقة وجذب المزيد من الدعم والتعاون.
6. بناء شراكات استراتيجية: من خلال تطوير شراكات استراتيجية مع الجهات ذات الصلة والمؤسسات الأخرى، يمكن للجمعية تعزيز قدرتها على تحقيق أهدافها بشكل أكثر فاعلية. بالتعاون مع الشركاء، يمكن تبادل المعرفة والموارد وتعزيز القدرات التنظيمية.

8. تطوير برامج تدريبية: يمكن للجمعية تعزيز مساهمتها في المجتمع عن طريق تطوير برامج تدريبية وتعليمية تستهدف تحسين مهارات الأعضاء والمتطوعين. من خلال برامج التدريب، يمكن تعزيز قدرات الفريق وتحسين أداء الجمعية بشكل عام.

9. الابتكار والتطوير المستمر: يجب على الجمعية أن تكون مستعدة للاستجابة للتحديات والتغيرات في البيئة المحيطة. من خلال التفكير الإبداعي والتطوير المستمر، يمكن للجمعية الابتكار في الخدمات والبرامج التي تقدمها والتأكد من استمراريتها وفعاليتها.

تبين أن النتائج المستنتجة تتطابق مع فرضيات الدراسة، حيث يتضح أن استخدام استراتيجيات العلاقات العامة بشكل محكم وفعال يؤدي إلى تحقيق توعية المجتمع، زيادة التبرعات، وتعزيز الثقة والفهم فيما يتعلق بأهداف وأنشطة الجمعية، حيث تظهر النتائج كذلك أهمية الاتصال الداخلي الفعال في بناء بيئة عمل إيجابية وتحقيق الأهداف بنجاح.



الخاتمة:

أثبتت الدراسة دور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية وتعزيز استدامتها "الجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت".

وعليه يمكن القول إن دراسة حالة الجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت أظهرت أهمية دور العلاقات العامة في تعزيز نشاطات المنظمات غير الربحية وتحقيق استدامتها، من خلال توجيهات الاتصال الداخلي الفعال، واستراتيجيات جذب المتطوعين والداعمين، والتركيز على تعزيز سمعة الجمعية وجذب المانحين، يمكن للجمعية أن تحقق أهدافها بنجاح وأن تتألق في مهمتها الإنسانية.

إضافة إلى ذلك، يجدر بالجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت الاستمرار في تطوير استراتيجيات العلاقات العامة، والتركيز على بناء علاقات قوية مع الجمهور والمجتمع المحلي، ويتعين أيضا عليها مواصلة العمل على تعزيز الشفافية، وإدارة الأزمات بكفاءة، وبناء ثقة قوية مع المانحين والداعمين.

وبالتالي فإن استمرار الجهود في هذا السياق والاستثمار في تعزيز العلاقات العامة، يمكن للجمعية تعزيز تأثيرها الإيجابي في المجتمع، وضمان استدامة ونجاح مساهمتها القيمة في دعم ومساعدة الفئات المحتاجة.

وهذه الدراسة يمكن أن تكون منطلقا لدراسات أخرى، لذا فهل يستطيع القائمون على الجمعية الولائية لكافل اليتيم بولاية تيارت الرقي بدور العلاقات العامة لتعزيز نشاطاتها وتحقيق أهدافها بنجاح.

التوصيات والاقتراحات:

يمكن تقديم بعض التوصيات والاقتراحات التي من شأنها أن تساعد الجمعية في تعزيز دور العلاقات العامة داخلها مثل:

- وضع خطة شاملة للعلاقات العامة تحدد الأهداف والاستراتيجيات المستقبلية لتعزيز تواصلها مع الجمهور والمانحين.
- تنظيم ورش عمل وتدريبات لأفرادها حول أهمية العلاقات العامة وكيفية بناء علاقات إيجابية وفعالة مع الجمهور والمانحين.

- إطلاق حملات توعية وتثقيفية من خلال وسائل الإعلام المختلفة لزيادة الوعي بقضيتها وجذب دعم جديد.
 - الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي وتطوير استراتيجيات تسويق اجتماعي لتوسيع دائرة التأثير والتفاعل مع الجمهور.
 - بناء شراكات استراتيجية مع منظمات مشابهة أو جهات حكومية لتبادل الخبرات ودعم برامج مشتركة لتحقيق أهداف مشتركة.
- وعليه تطبيق هذه المقترحات والتوصيات يمكن أن يساعد الجمعية في تعزيز دور العلاقات العامة وضمان استدامة أنشطتها في دعم وخدمة الفئات المحتاجة بشكل فعال ومستمر.



قائمة المصادر والمراجع

• الحديث النبوي

المعاجم:

1. أحمد عمر مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتاب، ط1، القاهرة.

الكتب:

2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
3. أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016م/1437.
4. أنعام حسن أيوب، وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
5. بدر، حسين. العمل الاجتماعي والتنمية في المنظمات الأهلية، القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2019.
6. بوزيد، علي، العمل الجمعي والمجتمع المدني في الجزائر. دار الهدى، الجزائر،
7. حسين شحاته، محاسبة الوحدات غير الهادفة للربح، كلية التجارة، جامعة الأزهر، القاهرة، 2001،
8. د. إسماعيل محمد عامر، العلاقات العامة والتطور الرقمي، 2021
9. د. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2019.
10. عبد الحميد خليفة، المنظمات غير الحكومية ورهان الإصلاح الاجتماعي في الجزائر، دار الحكمة، الجزائر، 2016
11. غالب محمد طه محمد، استراتيجيات العلاقات العامة والتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار عزة للنشر والتوزيع، الخرطوم، السودان، 2022
12. ناصر بن زيد العبودي، المنظمات غير الربحية: دراسة نظرية وتطبيقية، دار ابن الجوزي، السعودية، 2015.
13. زبيدة دهام، دور المواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام الجزائري ظاهرة الاختطاف، خميس مليانة، 2009.

14. سامية الجابري، الإدارة الحديثة للمنظمات غير الربحية، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2020.
15. سامية عطا الله، المنظمات المجتمعية ودورها في التغيير المحلي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011.
16. الشمري محمد مرضي، العلاقات العامة والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
17. الشناوي، فاطمة، إدارة المنظمات غير الربحية. دار الهدى، 2019.
18. عبد الحميد شلبي، الإدارة في منظمات المجتمع المدني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2012.
19. عبد الرحمن عزي، العمل الجماعي في الجزائر: التنظيم والدور المجتمعي، دار هومة، الجزائر، 2015.
20. عبد الله، أحمد، الحوكمة في منظمات المجتمع المدني، مركز دراسات المجتمع، 2020.
21. العزاوي، حسن، إدارة المنظمات غير الحكومية - مدخل استراتيجي، دار المسيرة للنشر، عمان، 2017.
22. علي كنعان، العلاقات العامة في الصحافة والإعلام، دار الأيتام للنشر والتوزيع، العراق، 2016.
23. جمعية الجزائرية للبيئة والتنمية، أرشيف البرامج البيئية 2021.
24. محمد الغريب، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999.
25. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط 1، 2000.
26. محمود حسين عبد المجيد، إدارة المؤسسات غير الربحية: المبادئ والتطبيقات، دار الوفاء، الإسكندرية، 2013.
27. المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، تقارير الطوارئ الإنسانية، 2023.
28. ناصر، سليم، إدارة المنظمات غير الحكومية. ط1، دار البازوري، 2016.
29. نجلاء عبد الرزاق، المنظمات غير الحكومية والتنمية المستدامة، دار الوفاء، الإسكندرية، 2019.
30. الوكالة الألمانية للتعاون الدولي، مقارنة التنمية المحلية المستدامة في الجزائر، 2021.
31. يوسف مرزوق، الجمعيات الأهلية والمجتمع المدني: رؤية سوسيولوجية، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2018.
32. يوسف مولود، المنظمات غير الربحية والتنمية المحلية في الجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2017.
33. يوسف، سمير، دليل التقييم في العمل الأهلي. الهيئة العربية، 2018.
34. يوسف، عبد الكريم، الإدارة الحديثة للمنظمات غير الربحية. دار الحامد، عمان، 2021.

المجلات:

35. تيفورة نجا، رابح كشاد، استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في تكوين صورة المؤسسة، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية بحوث ودراسات، المجلد 10، العدد 01، جامعة البليدة، الجزائر، 2023.

36. تيفورة نجة، رابح كشاد، استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في تكوين صورة المؤسسة، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية بحوث ودراسات، المجلد 10 العدد 01، 2023

37. جابر، نوال، "التخطيط الاستراتيجي في المنظمات غير الربحية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 39، العدد 2، 2020

38. د. خديجة قارة، العمل التطوعي وبناء رأس المال الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، العدد 25، 2021

39. المريدة الرسمية الجزائرية، قانون الجمعيات 06-12 لسنة 2012، المواد 3-5.

40. د. خديجة قارة، العمل التطوعي وبناء رأس المال الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، العدد 25، 2021

41. صادق، مروة. "التحديات الإدارية في المنظمات غير الربحية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 38، العدد 1، 2018

42. عبد الجليل، حكيم، "المنظمات غير الحكومية وصناعة السياسات العامة"، مجلة السياسة العامة، مجلد 5، عدد 1، 2020

43. فاطمة الزهراء شريط، العمل الخيري والمجتمع المدني في الجزائر، مجلة دراسات وأبحاث، المركز الجامعي مغنية، العدد 8، 2020

44. محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، العدد 09 جانفي، جوان 2017

45. محمد، خالد. "تنوع مصادر تمويل العمل الخيري"، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمي، العدد 34، 2022

46. نوال، بوخاري، "دور الجمعيات الأهلية في محاربة الأمية"، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية، عدد 8، 2021، ص 112.
أطروحات الدكتوراه:

47. بزرل كبير عبد الكريم، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للجمهور الداخلي تجاه الجامعة

الجزائرية، دراسة ميدانية بالمركز الجامعي غليزان، ملخص أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2018/2017

48. بومدين كريمة، التلفزيون والنسق القيمي، دراسة تحليلية لقناة فرانس 24 الناطقة باسم اللغة العربية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2016/ 1015

رسائل الماجستير والماستر:

49. وضياف عاطف، **فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية**، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياء
سكيكدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال علاقات عامة كلية العلوم
الإنسانية، سكيكدة، 2019
50. بن عبد الرحمان فاروق، السبتي محمد عبد الكريم، **دور العلاقات العامة في انماء المشاريع الاجتماعية**، دراسة
حالة جمعية ناس الخير متليلي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال،
جامعة غرداية، 2022/2021:
51. جلايية حميد، شطاب محمود، **واقع العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية**، دراسة ميدانية برئاسة جامعة 8 ماي
1945، قالمة، 2018/2017:.
52. رحيل غانية، **دور العلاقات العامة في تنمية أداء المؤسسة العمومية**، دراسة ميدانية مؤسسة الأنابيب الصغرى
بالرغاية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص إدارة الجماعات المحلية، جامعة محمد
بوقرة، بومرداس، 2016/2015
53. سارة بوبكري، نسيمه خامر، **فعالية العلاقات العامة في الترويج السياحي**، دراسة ميدانية بمديرية السياحة
والصناعة التقليدية بولاية جيجل، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل،
2018/2017:
54. قومي سعيدة، ترسوبي سعاد، **دور العلاقات العامة في المؤسسات المالية بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية
أدرار نموذجاً**، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر اعلام واتصال، جامعة احمد دراية أدرار، 2018/2017:.

الملاحق

الملحق 01: يمثل دليل المقابلة

المعلومات الشخصية:

الاسم: ...

الجنس: ...

السن: ...

المستوى: ...

ما هو المسمى الوظيفي الخاص بك في جمعية كافل اليتيم؟

كم سنة من الخبرة لديك في العمل بالمنظمات غير الربحية؟

المحور الأول: دور العلاقات العامة في الجمعية:

س1: هل توجد إدارة خاصة بالعلاقات العامة في الجمعية؟ إذا كانت موجودة، ما هي هيكلتها؟

س2: ما هي أهم استراتيجيات التواصل التي تعتمدون عليها (وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلام التقليدي، الفعاليات، إلخ)؟

س3: هل هناك تعاون بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى؟ وكيف يتم ذلك؟

المحور الثاني: تفعيل الأنشطة والتواصل مع الجمهور

س1: كيف تقوم الجمعية بجذب المتطوعين والداعمين؟

س2: ما هي أدوات العلاقات العامة الأكثر فعالية في التواصل مع الجمهور (مثل الحملات الإعلامية، المؤتمرات، المنشورات)؟

س3: كيف تساهم العلاقات العامة في تحقيق أهداف الجمعية؟

المحور الثالث: التحديات والحلول

- س1: ما هي أبرز التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الجمعية
- س2: كيف تتعاملون مع الأزمات الإعلامية أو الشائعات التي قد تؤثر على سمعة الجمعية؟
- س3: هل تواجهون صعوبات في التمويل أو إقناع المانحين؟ وكيف تساعد العلاقات العامة في ذلك؟





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد التصريح العلمية لأجاز بحث
(ملحق بالقرار رقم 1082 المؤرخ في ديسمبر 2020)

نحن الموقعون التنازل عن:

المطلب (أ) بتوقيع بول صفي الحامل (أ) لمطابقة التعريف الوطنية رقم 120/19
الصادرة في 19/11/2020

المطلب (ب) الحامل (ب) لمطابقة التعريف الوطنية رقم
الصادرة في بتاريخ

المطلب (ج) الحامل (ج) لمطابقة التعريف الوطنية رقم
الصادرة في بتاريخ

تسجلين باسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات تخصص الاتصال والإعلام خاصة
والمكتبات بالحدود منكرة مسطرة موسومة بـ دور المكتبات الخاصة في توفير
فسيات البحث في المكتبات غير الربحية (دراسة حالة لجمعية
حامل الترخيص المكتبات لائق (لايت سيارت)

نصرح بشفافية أننا التزمنا بمراعاة المعايير العلمية، المنهجية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المنشور
أعلاه

توقيع المطلب الثالث

توقيع المطلب الثاني

توقيع المطلب الأول

رئيس القسم

رئيس المصلحة





الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجمهورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون. تيارت



كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات

استمارة الاذن بالإيداع

أنا المضي أسفله الأستاذ (ة): شعلال مختار

أرخص للطلبة الآتية أسماؤهم بإيداع المذكرة.

الاسم و اللقب: بلعيد بن لبيب

الاسم و اللقب:

الاسم و اللقب:

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

عنوان المذكرة:

دور العلاقات العامة في تفعيل نشاطات المنظمات غير الربحية

دراسة حالة جمعية كافل الأيتام

تيارت: 03/06/2022

امضاء الأستاذ(ة) المشرف: