وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون – تيارت–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

شعبة : إتصال وعلاقات عامة

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة (L.M.D)الموسومة :

إستخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة

جامعة ابن خلدون تيارت –نموذجا-

اعداد الطلبة

بوزكري خيرة

بودلال علي

اشراف الاستاذة

د.مداح خالدية

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة
جناد ابراهيم	رئيسا	ابن خلدون –تيارت –
مداح خالدية	مشرفة	ابن خلدون –تيارت –
مكناس مخطارية	مناقشة	ابن خلدون –تيارت –

الموسم الجامعي:2021/2020

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و تقدير

"كن عالما .. فإن لم تستطع فكن متعلما ، فإن لم تستطع فأحب العلماء ،فإن لم تستطع فلا تبغضهم"

بعد رحلة بحث و جهد و اجتهاد تكللت بإنجاز هذا البحث ، نحمد الله عز وجل على نعمه التي من بها علينا فهو العلي القدير ، كما لا يسعنا إلا أن نخص بأسمى عبارات الشكر و التقدير الدكتورة" **مداح خالدية** "لما قدمته لنا من جهد و نصح و معرفة طيلة انجاز هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل من أسهم في تقديم يد العون لإنجاز هذا البحث، و نخص بالذكر أستاذتنا الكرام الذين أشرفوا على تكوين دفعة الإعلام و الاتصال و الأستاذة القائمين على عمادة و إدارة كلية العلوم الإنسانية

كما لا ننسى أن نتقدم بأرقى و أثمن عبارات

إلى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والتسهيلات والمعلومات ، فلهم منا كل الشكر، وأخص منهم الأستاذ" **جناد ابراهيم**" الذي أسهم بشكل وفير في تشجيعي أثناء انجاز هذا التقرير.

البحث بحثنا ، فلولا وجودهم لما أحسسنا بمتعة العمل و حلاوة البحث ، و لما وصلنا

إلى ما وصلنا إليه فلهم منا كل الشكر...

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلى بطاعتك .. ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك "الله جل جلاله"

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور العالمين "سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم"

والدي العزيز

إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان و التفاني .. إلى بسمة الحياة وسر الوجود

إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب

أمي الحبيبة

إلى من وقف بجانبي و دعمني من أجل إتمام دراستي مسؤولي في العمل

الأمين العام **بن حمادي جيلالي -بوندو امين**

إلى كل من صديقاتي الأعزاء إلى من وقفن بجانبي لإنهاء هذا العمل

سماء ،خيرة ، فاطيمة و إلى كل الطاقم الإداري

إلى الإخوة و الأخوات ، إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى ينابيع الصدق الصافي إلى من معهم سعدت ، وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة

بوزكري

الإهداء

الحمد لله فالق الانوار وجاعل الليل والنهار ثم الصلاة والسلام على سيدنا محمد المختار

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل اليه لولا فضل الله علينا امابعد من

دواعي الفخر والاعتزاز ان أهدي ثمرة جهد هذا العمل المتواضع إلى من علماني

الحياة بمعانيها ... والدي الحبيب رحمه الله والذي زادني فراقه قربا منه وشوقا كبيرا

اليه أسأل الله أن يتغمده بواسع رحمته ويسكنه فسيح جناته . والدتي بارك الله في

عمرها ولايحرمني ابدا رضاها ولادعائها ، فدعائهادوما سبب توفيقي بعد الله سبحانه

وتعالى

الي أفراد اسرتي وسندي في الدنيا ولا احصى لهم فضل

الى كل الاقارب والاصدقاء ورفقاء الدراسة من دون استثناء الى كل من انار لي

الطريق

في سبيل تحصيل ولو قدر بسيط من المعرفة اساتذتي الكرام

الى كل من ترك أثرا طيبا في حياتي

الى كل الذين يحبونني واحبهم في الله واحتفظ بذكراهم

في قلبي الى كل من يقدر العلم ويسعى في طلبه

الى كل من ذكرهم قلبي ونساهم قلمي

علي

فهرس المحتويات

- شكر وعرفان
- الإهداء
- ملخص الدراسة
- قائمة المحتويات
- فهرس الجداول
- فهرس الرسوم البيانية
- مقدمة.....أ

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

- الإشكالية 6
- اسئلة البحث.....7
- الفرضيات.....7
- أسباب اختيار الدراسة.....7
- أهمية الدراسة 8
- أهداف الدراسة.....8
- اسس المنهجية.....8
- أدوات جمع البيانات.....9
- الاطار الزماني والمكاني 10

فهرس المحتويات

- مفاهيم ومصطلحات الدراسة 11
- الدراسات السابقة.....17
- الخلفية النظرية للدراسة.....22

الإطار النظري العلاقات العامة وتقنيات الحديثة

الفصل الاول: إدارة العلاقة العامة

- تمهيد : 31
- **المبحث** الأول: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة.....32
- المطلب الأول: برامج العلاقات العامة 35
- المطلب الثاني وسائل الاتصال في العلاقات العامة 38
- المطلب الثالث : نشاطات العلاقات العامة 43
- المبحث الثاني: أنشطة إدارة العلاقات العامة في الجامعة 46
- المطلب الأول : إدارة العلاقات العامة في لجامعة.....51
- المطلب الثاني : جماهير ومكانة العلاقات العامة في جامعة.....52
- المطلب الثالث : تقسيم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها 56
- خلاصة.....58

الفصل الثاني: تقنيات الحديثة

- تمهيد.....61
- المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للتقنيات التكنولوجيا الحديثة.....
- المطلب الأول: ومفهوم نشأة وتطور تقنيات الاتصال.....62
- المطلب الثاني: وسائل التقنيات التكنولوجية الحديثة.....66
- المطلب الثالث: أهمية ومميزات التقنيات الحديثة.....72
- المبحث الثاني: دور التقنيات الحديثة في العلاقات العامة .....
- المطلب الأول : السيمات العامة للتقنيات الحديثة 73
- المطلب الثاني: دور التقنيات الحديثة في الوظائف الإدارية.....79
- المطلب الثالث: استخدام تكنولوجيا المعلومات واتصال في مجال العلاقات العامة.....83
- خلاصة.....89

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي

- تمهيد.....92
- تفريغ الجداول والتعليق عليها : 103
- النتائج العامة للدراسة : 130
- **الخاتمة** : 135
- قائمة المصادر والمراجع : 137
- الملاحق.....

فهرس الرسوم البيانية

الرسم البياني 1توزيع افراد العينة حسب الجنس.....1

الرسم البياني 2توزيع افراد العينة حسب السن.....2

الرسم البياني 3توزيع افراد العينة حسب المستوي التعليمي.....3

الرسم البياني 4توزيع افراد العينة حسب المستوي الوظيفي.....4

الرسم البياني 5توزيع افراد العينة حسب الاقدمية..... 5

الرسم البياني 6يمثل استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في الجامعة.....6

الرسم البياني 7يمثل تقنيات الاتصال المستخدمة في مؤسسة.....7

الرسم البياني 8درجة التحكم في تقنيات الحديثة.....8

الرسم البياني 9يمثل صعوبات استخدام التقنيات الحديثة.....9

الرسم البياني 10تقييم جودة تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في الجامعة.....10

الرسم البياني 11هل ادخال التقنيات الاتصال الحديثة سهل من انجاز انشطة باكبر كفاءة واقل وقت ممكن.....11

الرسم البياني 12هل ادي ادخال التقنيات الحديثة الي تخفيض تكلفة اداء الانشطة.....12

الرسم البياني 13هل تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين انشطة العلاقات العامةفي مديرية جامعة ابن خلدون13

الرسم البياني 14هل احدثت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك داخل المديرية.....14

الرسم البياني 15هل تساهم التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء والمرؤوسين.....15

الرسم البياني 16هل سمحت التقنيات الحديثة بتنمية المهارات والمعارف.....16

الرسم البياني 17هل تساعد التقنيات الحديثة علي توفير نظام معلومات متكامل.....17

فهرس الرسوم البيانية

الرسم البياني 18ماالذي اضافه لك استخدام تقنياتة الاتصال الحديثة.....18

الرسم البياني 19هل تضمن لك الجامعة دورات تدريبية.....19

الرسم البياني 20ماهي طرق التدريب التي توفرها الجامعة.....20

فهرس الجداول

جدول1 عدد الطلبة في كامل الاطوار 1

جدول2 عدد الاساتذة 2

جدول3 يبين توزيع افراد العينة حسب الجنس 3

جدول 4يبين توزيع افراد العينة حسب السن 4

جدول5 يبين توزيع افراد العينة حسب المستوي التعليمي 5

جدول6 يبين توزيع افراد العينة حسب المستوي الوظيفي 6

جدول 7 يبين توزيع افراد العينة حسب الاقدمية 7

جدول8 هل تستخدم تقنيات الاتصال الحديثة في الجامعة 8

جدول9 ماهي تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستكم 9

جدول10 ماهي درجة تحكمك في هذه التقنيات 10

جدول11 هل تواجهكم صعوبات في استخدام هذه التقنيات 11

جدول12 تقييم جودة تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في جامعة 12

جدول13 هل ادخال التقنيات الحديثة سهل من انجاز انشطة باكبر كفاءة وفي اقل وقت ممكن 13

جدول14 هل ادي ادخال التقنيات الحديثة الي تخفيض تكلفة اداء الانشطة 14

جدول15 هل تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين انشطة العلاقات العامة 15

جدول16 هل احدثت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك 16

جدول17 هل تساهم التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء والمرؤوسين 17

جدول 18هل تعتقد ان استخدامك لتقنيات الاتصال الحديثة سمح لك بتنمية مهاراتك 18

جدول 19هل تساعد التقنيات الحديثة علي توفير نظام معلومات متكامل 19

جدول20 ماالذي اضافه لك استخدام تقنيات الاتصال الحديثة 20

جدول21 هل تضمن لك الجامعة او ادارة دورات تدريبية 21

جدول 22اذا كانت الاجابة بنعم ماهي طرق التدريب التي تضمنها لك 22

مقدمة

مقدمة

نمت العلاقات العامة كمفهوم إداري وعمل مؤسسي سريعا منذ أكثر من نصف قرن، وذلك نتيجة حتمية للتطورات الحاصلة في مجتمع الحديث والقوة المتزايدة للرأي العام، وأصبحت العلاقات بين الأفراد في المنظمات أحد أهم مقومات تطورها ونموها،و لعلاقات العامة هي الجهاز الذي يربط المنظمة بجمهورها الداخلي والخارجي، وقد ازدادت فاعلية هذا الجهاز كنتيجة للتقدم التكنولوجي والتغيير المستمر للعالم لان العلاقات العامة تقوم بنقل صورة للأنشطة والخدمات التي تقدمها المنظمة للجمهور وتلبي حاجة الجمهور للحصول على تلك الخدمة.

تطورت مهنة العلاقات العامة تطورات عدة ومتلاحقة، بدأت في الستينيات من القرن الماضي، واستمرت في النمو خاصة في العشرين عاما الأخيرة، وقد صاحب ذلك حدوث تغيرات سريعة في مجال تقنيات الحديثة، والتأكيد على أهمية الاتصال المتعدد الاتجاهات بالجمهور المستهدف، حيث كان للتقنيات الحديثة دورا مهما في تطوير عمل العلاقات العامة بحيث لا يقتصر تأثيرها على تغيير طرق التواصل الموجودة في هذا المجال فحسب بل ساعدت على تغيير ملامح هذه العلاقات وطورتها باعتمادها علي هذه التقنيات في عملها كالبريد الكتروني والهاتف والفاكس والحاسوب وخاصة شبكة الإنترنت باعتبارها التكنولوجيا الأكثر استخداما من طرف العلاقات العامة حسب الباحثين.

تقوم العلاقات العامة بدور رئيسي في مساعدة في تبصير كل من له صلة بها عن طريق تقديم المعلومات بطريقة سهلة، حيث إن الجهل بالمنظمة والخدمة يمكن التغلب عليه عن طريق المعرفة والفهم. وقد حظيت العلاقات العامة في الجزائر باهتمام كبير من قبل المنظمات علي اختلاف أنواعها، حيث تمارس هذه المنظمات مسؤوليات ومهاما كبيرة ومتعددة تجاه أفراد المجتمع مما يتطلب أن يكون لوظيفة العلاقات العامة دور مهم في توثيق وخلق مناخ أكبر للتفاهم والثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها.

وتسعى العلاقات العامة إلى ربط الجمهور بالمنظمة بعلاقة مستديمة بإشراكه الفعلي فيما يدور فيها، وهذه العلاقة تحقق هدفين: الأول ضمان تفهم الجمهور مع ضرورة اتخاذ القرارات وإثبات الحجة لاتخاذها، والهدف الثاني التعرف باستمرار على رد فعل الجمهور وبخاصة في الاحتجاجات والإعتراض على القرارات، تتميز الجزائر بوجود عدد من المنظمات الحكومية وخدماتية تتميز أيضا باتساع خدمة الاتصالات فيها بصورة واضحة، وكإضافة جديدة لهذا التميز يأتي اهتمام الدولة بزيادة الجامعات لتقديم كافة الخدمات إلى الجمهور بشكل أوسع وأسهل.

ونظرا لأهمية استخدام التقنيات الحديثة في مجال العلاقات قمنا بدراسة التقنيات الحديثة في العلاقات العامة في جامعة ابن خلدون وذلك بهدف التعرف على مستوى استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة، ومجالات توظيفها

وانعكاسها على أداء ممارسي العلاقات العامة، وذلك من خلال مدى استخدامهم لها ودرجة إجادتهم لها، ومدي وجود مشكلات أثناء التعامل معها ،وعن مستوى وطبيعة تأثير التقنيات الحديثة على الأداء في العلاقات العامة، في هذا المجال.

وقد قسمنا دراستنا الميدانية إلى أربع محاور بالإضافة إلى مقدمة وخاتمة.

تضمن الإطار المنهجي موضوع الدراسة، وقد حددنا فيه الإشكالية وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، واخترنا الدراسات السابقة المشابهة الموضوع البحث ومجالات الدراسة المجال الزماني والمكاني والبشري، ونوع الدراسة ومنهجها واعتمدنا على الملاحظة واستمارة الاستبيان كأدوات الجمع البيانات.

أما الإطار النظري فكان مقسم إلى فصلين: الفصل الأول بعنوان: إدارة العلاقات العامة؛ قمنا بتقسيمه إلى مبحثين: المبحث الأول بعنوان: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة ، برامجها ، وسائلها ، نشاطاتها ،. والمبحث الثاني : أنشطة إدارة العلاقات العامة ، ادارة العلاقات العامة في الجامعة ، جماهيرها ، تقسيم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها .

اما الفصل الثاني بعنوان تقنيات الحديثة؛ قمنا بتقسيمه إلى مبحثين: المبحث الأول اعتمدنا فيه على ماهية تقنيات الاتصال الحديثة مراحل تطورها، ووسائلها ، و أهميتها و مميزاتها . المبحث الثاني بعنوان : دور تقنيات الاتصال الحديثة في العلاقات العامة ، سيماتها ، دورها في الوظائف الادارية ، استخدام تكنولوجيا في مجال العلاقات العامة .

أما في الجانب التطبيقي وكان بعنوان : الدراسة الميدانية لتقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة بمديرية جامعة ابن خلدون–تيارت — ، وتضمن التعريف بمديرية الجامعة محل الدراسة تطورها التاريخي وهيكلها التنظيمي ومبادئ تنظيمها وأهدافها، إضافة إلى نتائج الدراسة الميدانية حيث قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان، وتفريغ البيانات وتحليلها، وتحديد النتائج العامة للدراسة.

وأخيرا خاتمة تضمنت إجابة عن إشكالية الدراسة.

الفصل الأول: الاطارالمنهجي

- الإشكالية.
- اسئلة البحث
- الفرضيات.
- أسباب اختيار الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة
- نوع الدراسة ومنهجها
- أدوات جمع البيانات.
- الاطار الزماني والمكاني
- مفاهيم ومصطلحات الدراسة
- الدراسات السابقة
- الخلفيةالنظريةلدراسة..

الإشكالية:

تزايد اهتمام المؤسسات المعاصرة بممارسة وظيفة العلاقات العامة خلال السنوات الأخيرة ولم يعد من الممكن إغفال هذه الوظيفة في الهيكل الإداري لأي منشاة رغم اختلاف درجة الاهتمام بها، فالعلاقات العامة تعد إحدى أهم القنوات الاتصالية في عالمنا اليوم، فمع نمو وكبر حجم المنظمات وتنوع جماهيرها الداخلية والخارجية التي تتعامل معها، لا احد ينكر أهمية التقنيات الحديثة التي انتشرت انتشارا واسعا، فقربت المسافات ووفرت الكثير من الجهد، وصار القائم بالاتصال من خلالها يستطيع الوصول إلى عدد كبير من الجماهير، فإدارة العلاقات العامة تهدف إلى إعطاء صورة ذهنية حسنة عن الجامعة هذا ما دفع بإدارة العلاقات العامة إلى استخدام وتوظيف مختلف التقنيات الحديثة معتمدة على طرق التسيير العصري القائمة على منظومة الشبكات المعلوماتية من الإنترنت والإنترانت والإكسترانت، البريد الالكتروني والفاكس...الخ، وذلك خاصة بعد جهود الجامعة عن طريق إستراتيجية نشر الحواسيب والبحث والتطوير في ميدان تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بل إن التقنيات الحديثة قد أسهمت في تغيير مضامين وظائف العملية الإدارية التقليدية في الجامعة من تخطيط، تنظيم، رقابة، تنسيق واتخاذ القرارات، فلم تعد وظيفة التخطيط كالسابق نشاطا رسميا روتينيا يسبق التنفيذ، ويتم تنفيذه من الأعلى إلى الأسفل، مثلما تغيرت بصورة جوهرية وظائف التنظيم والرقابة واتخاذ القرارات، فلم تعد تلك التقنيات مجرد أدلة تعريفية بنشاط المنظمة وإنما أصبحت واجهة خدماتية تفاعلية تسمح لمستفيديها بالتعرف على تلك المعلومات والاستفادة منها دون عوائق مادية.

وكذالك الهدف من هذه التقنيات الوصول للمعلومات المطلوبة في الوقت المرغوب وحدثتها وما يميزها أكثر هي تحقيقها لخاصية التفاعلية فهدف العلاقات العامة الوصول إلى الصورة الطيبة في كل الأحوال وتوثيق الصلة بين الإدارة وجماهيرها.

وتعتبر إدارة العلاقات العامة في مؤسسات الدولة الجزائرية من بين المؤسسات التي سعت إلى إيجاد دلالة لها في الفضاء الالكتروني من خلال استخدام التقنيات الحديثة الخاصة بها تهتم بتعريف بخدماتها وأهدافها وأخبارها منها الجامعات، فجامعة ابن خلدون من بين المنظمات ذات الاستهداف الجماهيري الواسع، إذ أن هذه التقنيات تعتبر مصدر جوهريا للمعلومات، هذا ما يجعلها تختلف في طبيعتها ومضمونها من حيث درجة إدراك المنظمة لها، ولهذا تتجلى مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

ما مدى استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة في مديرية جامعة ابن خلدون نموذجا؟

التساؤلات: وقد انبثقت عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي أهم أنشطة إدارة العلاقات العامة في جامعة بن خلدون ؟
- هل توظف إدارة العلاقات العامة بمديرية جامعة بن خلدون التقنيات الحديثة في إدارة أنشطتها؟
- ما هي أهم الوسائل التقنية الحديثة المستخدمة في إدارة العلاقات العامة بمديرية جامعة بن خلدون؟
- هل تساهم التقنيات الحديثة في تحسين أداء إدارة العلاقات العامة بمديرية جامعة بن خلدون؟
- هل يتحكم موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة بن خلدون بالتقنيات الحديثة بشكل جيد؟

الفرضيات:

_ تعتبر الندوات والمؤتمرات العلمية من أبرز أنشطة العلاقات العامة في جامعة بن خلدون.

_ توظف إدارة العلاقات العامة في جامعة بن خلدون التقنيات الحديثة في إدارة أنشطتها.

- من أهم الوسائل التقنية الحديثة المستخدمة على مستوى جامعة بن خلدون الفاكس، الهاتف، الاميل، الأنترنت، الإكسترنت.
- يؤدي استخدام التقنيات الحديثة إلى تحسين أداء إدارة العلاقات العامة بمديرية الجامعة .
- يتحكم موظفي العلاقات العامة بتقنيات الحديثة بشكل جيد عن طريق التكوين المستمر.

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- كون الموضوع يقع في صلب تخصصنا .
- ورغبتنا في دراسة التقنيات الحديثة الموجودة بإدارة العلاقات العامة بالمديرية جامعة ابن خلدون .

أسباب موضوعية:

- المكانة التي تحملها إدارة العلاقات العامة كونها من أهم الدعائم الأساسية لنجاح أي مؤسسة.
- محاولة إثراء البحث العلمي والمكتبة الجامعية بموضوع العلاقات العامة بالجامعة
- محاولة الاطلاع على استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة بمديرية الجامعة .

- محاولة تقديم عمل علمي يستفاد منه في الدراسات المستقبلية

أهمية الموضوع

تزايدت أهمية نشاط العلاقات العامة كوظيفة إدارية متخصصة وحديثة في معظم المؤسسات خلال النصف الأخير من القرن الماضي، الأمر الذي يتطلب نظام اتصالي فعال، يمكن من تسهيل إجراءات وأدوار هذا النشاط، ولهذا فالإدارة الناجحة بحاجة إلى انتهاج فلسفة اتصالية تقوم أساسا على قدرتها في نقل المعلومات من شخص لآخر،وذلك باستخدام التقنيات الحديثة،ومن هنا يكمن أهمية هذا الموضوع الذي يعالج علاقة التقنيات الحديثة بإدارة العلاقات العامة لان اعتماد علي التقنيات الحديثة أصبح ضروريا في نشاطات العلاقات العامة لكل المؤسسات.

وتواكب إدارة العلاقات العامّة عن كثب كل التقنيات الحديثة في المجال الإعلامي، وتوظفه في نقل الصورة بكافة أبعادها للجامعة، وإبرازها بالدور اللائق بها في مجتمعها.

لقد نشأت إدارة العلاقات العامّة بجامعة ابن خلدون بالتزامن مع نشأة الجامعة وواكبت كافّة تطوراتها وتغيراتها، فكانت لسانها الناطق وصوتها المسموع بمصداقية وشفافية، آخذة بعين الاعتبار التطوير والتحديث ومواكبة فكر الجودة، وتوظيف معطياتها في تحسين المخرج الإعلامي والإداري.

أهداف الدراسة :

– معرفة أهم أنشطة العلاقات العامة الفاعلة في جامعة إبن خلدون –تيارت–.

– مدي توظيف إدارة العلاقات العامة بمديرية الجامعة للتقنيات حديثة في إدارة أنشطتها

–معرفة الوسائل التقنية الحديثة المستعملة في مديرية الجامعة ابن خلدون

– معرفة مساهمة التقنيات الحديثة في تطوير أداء إدارة العلاقات العامة

– معرفة مدى تحكم موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة بن خلدون بالتقنيات الحديثة

أسس المنهجية :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات وصفية تحليلية الاجتماعية التي تستهدف مسح حدوث ظاهرة معينة أو حدث معين وقد استهدف الباحث من استخدام هذا النوع من الدراسات لتعرف على عدة جوانب ترتبط بطبيعة

الدراسة منها مدى وعي العاملين في العلاقات العامة بأهمية الاعتماد على تقنيات الاتصال الحديثة؟ والمجالات التي يمكن الاستفادة منها من خلال الاعتماد على هذه التقنيات

يعتبر منهج الوصفي من حيث النوع هو الأنسب للدراسة لما يتميز به من قدرة لوصف خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين أو حدث ما أو حقائق راهنة أو متصلة على مجموعة من أفراد جمهور معين ومن ثم تسجيل أو تصوير الخصائص أو الظروف المحيطة بها. [1]

وقد اعتمدنا على الدراسات الوصفية من أجل دراسة استخدام تقنيات الحديثة المستخدمة في مديرية جامعة ابن خلدون تيارت، ومدى مساهمتها في إدارة العلاقات العامة داخل هذه المؤسسة بالإضافة إلى أنها تقودنا إلى الإجابة على التساؤلات المطروحة من خلال أدوات جمع البيانات الخاصة بالمبحوثين.

مجتمع البحث :

تمثل مجتمع دراستنا في موظفين العاملين بالإدارة العلاقات العامة الذين يستخدمون التقنيات الحديثة بمديرية الجامعة تيارت.

العينة أما عينة الدارسة فقد اعتمدنا على العينة القصدية، كونها الأنسب للوصول إلى المفردات التي نود اختيارها، حيث أجرينا الدراسة على عدد محدود يتكون من 30 مفردة من الموظفين في أجهزة مصلحة العلاقات العامة بمديرية الجامعة.

أدوات الدراسة

لابد على كل باحث عند إجراءه لبحثه الاعتماد على أدوات لجمع البيانات حيث تعرف أداة الدراسة على أنها: "مجموعة الوسائل والتقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الحصول على البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة،"والأداة هي الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث التي تمكنه من جمع المعلومات".[2]

اعتمدنا على اداة من أدوات البحث العلمي وهي أداة الاستمارة كأداة أساسية

[1] سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1995، ص131

[2] إحسان محمد حسين، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، دار الطليعة، بيروت، ط1 ، 1862، ص 21

الاستمارة لأنها الأداة الأنسب لمنهج الدراسة وموضوعها،فعن طريقها يمكن جمع البيانات الخاصة بالعادات وأنماط المبحوثين في استخدام التقنيات الحديثة، وكذا الدوافع والإشباعات المحققة منها، ويعرف " الاستبيان بأنه تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الإفراد، وتسمح باستجواابيهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقاربات رقمية".[1]

كم يعرف الاستبيان" بأنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو أراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتعد الإستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات".[2]

الإطار الزماني والمكاني :

تتمثل حدود الدراسة في الإطار المكاني والزماني، حيث أن الإطار المكاني هو مديرية جامعة ابن خلدون– تيارت – الذي قمنا بإجراء التربص فيها، أما الحدود الزمنية فتمثلت في تزويدنا بمعلومات وإحصائيات حول كيفية التعامل واستخدام التقنيات الحديثة بإدارة العلاقات العامة الموجودة بها .

أ– المجال الزماني:

يبدأ المجال الزمني من اختيار موضوع الدراسة وجمع البيانات الأولية حوله، فإن زمن الدراسة الميدانية بدأ من شهر ديسمبر 2020، وهنا تمت الاستعانة بالملاحظة البسيطة كخطوة أولية للكشف عن أبرز جوانب الموضوع المطروح، في حين الضبط والموافقة النهائي وبداية الشروع في العمل في نهاية شهر أفريل 2021 تحت عنوان " استخدام تقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة" دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين بمديرية الجامعة تيارت، وانقسمت الدراسة بدورها إلى ثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: تغطية جوانب الإطار المنهجي بداية من الإشكالية وصولا إلى المدخل النظري للدراسة في شهر ديسمبر

[1] موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، ط، ، 2004-2006، ص204

[2] محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل التطبيقية)، دار وائل، الأردن، 1888 ، ص23

المرحلة الثانية: بدأ البحث عن معلومات الإطار النظري، وإعادة ضبط الخطة إضافة إلى تصحيح وتعديل الإطار المنهجي من مارس إلى غاية شهر أفريل.

المرحلة الثالثة: وفيها تم ضبط وتحرير على عينة الدراسة وبداية التصميم الأولي لاستمارة التحليل والشروع في الجانب الميداني للدراسة والذي امتد من شهر أفريل إلى غاية ماي .

ب- **المجال المكاني (الجغرافي):**

ويتمثل في مديرية جامعة ابن خلدون تيارت التي تشكل الحدود المكانية لهذه الدراسة أين تم توزيع الاستمارة عليهم بشكل قصدي وقد اخترنا هذه المنطقة لمعرفتنا الجيدة بها مما يسهل عملية الاتصال بها.

ج- المجال البشري :

شمل جميع الموظفين الإداريين بمديرية جامعة ابن خلدون , حيث بلغ عددهم 30 موظفا موزعين على مختلف الأقسام والمصالح وبهذا استخدمنا المسح الشامل.

تحديد المفاهيم :

تحديد المفاهيم هو ضبط المعنى المستخدم لها في البحث لأنه عادة ما نجد للمصطلح الواحد أكثر من معنى فيقوم الباحث بتحديد إطاره النظري بمعنى شرحه اللغوي من خلال مراجعة القواميس والموسوعات العلمية والمعاجم وذلك بإعطاء التعريف العلمي الشائع المعروف لهذا المفهوم أو المصطلح ثم تحديد معناه الإجرائي المستخدم في البحث.[1]

لغة: استخدام مصدر استخدم، يستخدم، استخداما، استخدام الة أي استعملها.[2]

الاستخدام: إن مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة غلب توظيف مصطلح استخدام أو استعمال في أحيان أخرى،وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان ولمستخدمUser والآلة أو التقنية، وما يطبع هذه العلاقة من تفاعل ومشاركة،وما قد يؤدي المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان، ويعرف الاستخدام: "بأنه ما

[1] احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005، ص170

[2] معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي، www.almaany.com/ar/dic/ar_ar زيارة الموقع يوم 2021/02/05 على الساعة 10:55

يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي" أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد، أولا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل.[1]

إجرائيا:

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة استعمال الموظفين لتقنيات الحديثة وخدماتها المختلفة من الانترنت والبريد الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.

التقنية: ينبغي أن نوضح هنا بعض المفاهيم الواردة للتقنية التي جاء بها المفكرون الاجتماعيون والإقتصاديون حيث يبدو أن تعريف التقنية كان موضوع جدل ولا زال، ولعل من أثر التعاريف شيوعاً أن التقنية :هي معرفة الوسيلة، في حين أن العلم: هو معرفة العلة، وتعددت المفاهيم والتعاريف للتقنية، وتركزت حول وجهة النظر التقنية والإقتصادية، فمن الناحية الفنية نجد أن مفهوم التقنية هو عبارة عن التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات العلمية المختلفة التي يتم التوصل إليها من خلال البحث العلمي.

التقنيات الحديثة:

للتقنية الحديثة تعريفات متعددة ومتنوعة،ومصطلح التقنية في حد ذاته من المصطلحات الواسعة، التي باستطاعتها استيعاب العديد من الاجتهادات والآراء، ومن هذه التعريفات ما يلي:

التقنية مشتقة من إتقان الأمر أي إحكامه، أن كل من يجد في مهمته رجل تقن (وتقني) بمعنى صاحب مهنة، وتقنية بمعنى نوع من المهنة والصناعة، والتقنية من إتقان الأمر والعمل، أي أن يستخدم الإنسان كل ما يستطيعه ويتوفر لديه من إمكانيات ذاتية أو إمكانيات ووسائل معينة في إتقانه لعمله، كان يستخدم معدات أو أجهزة أو وسائل".[2]

عرف أبو جليل وآخرون (2016) التقنية التكنولوجية الحديثة على أنها التطبيق العلمي للاكتشافات العلمية والاختراعات وخاصة في مجال الصناعة التي أنشاها من خلال البحث العلمي فهي التطبيق العلمي للبحث والتفكير

---

3 عبد الحميد بلعباس، إتاحة واستخدام مصادر المعلومات الاليكترونية، دارسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا، بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة، 2005-2006 ص07

[2] حنين خالد ناظر ناظر، أثر استخدام التقنيات التكنولوجيا الحديثة في إدارة علاقات الزبائن (دراسة ميدانية في البنوك الإسلامية في الأردن)، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، السنة كانون الثاني 2017، ص14

العلمي لما ينتجه ويبتكره الإنسان في مجالات عديدة مثل مجالات الثقافية وما يرتبط بها من معارف ومهارات وخبرات في سبيل خدمة المجتمع وتحسين أداء الإنسان واستيعابه وتكييفه وتطويره للموارد البشرية والطبيعية والمادية والمالية.[1]

إجرائيا:

هي الأجهزة الحديثة والمعدات ذات الأنظمة الالكترونية والتي تعمل بالبرامج والشبكات ويستخدمها موظفي إدارة العلاقات العامة بالجامعة في أداء مهامهم، وتلعب دورا في رفع كفاءتهم وتزيد من فاعلية الخدمات المطلوبة منهم

الادارة :

يتكون الأصل اللاتيني لكلمة الإدارة Administration من جزأين، الجزء الأول هوكلمة Ad ومعناها اللفظي toوتعني" لكي والجزء الثاني هو كلمة Minister وتعني كلمة "خدمة"، وبالتالي فإن معنى كلمة الإدارة في الأصل اللاتيني هو :القيام على خدمة الآخرين، أويتم أداء خدمة ما عن طريق جهاز معينة[2] .

اصطلاحا

الإدارة: هي تنظيم وتوجيه الموارد البشرية والمادية لتحقيق أهداف مرغوبة3".

هي نشاط هادف مارسه الإنسان من قديم الزمان، فهي ترتبط بالفرد ارتباطها بالجماعة، فنجاح أي نشاط جمعي اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي يتوقف إلى حد كبير على درجة كفاءة الإدارة، إلا أن الإدارة عملية هامة ولازمة للفرد والجماعة، وذلك لأن أي فرد لا يمكنه أن يتخلى عن اتخاذها وسيلة لتسيير أموره الشخصية والعائلية والعملية، فهي متصلة بالإنسان وقديمة قدمه[4]

وقد عرف الكاتب HOLT 1993 الإدارة بأنها: عملية التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة التي تشمل على الموارد البشرية والمالية والمعلوماتية في بيئة تنظيمية.[5]

---

[1] حمباوي يوسف، التقانة في الوطن العربي، مفهومها وتحدياتها، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة الثقافة القومي، 2012، ص21

[2] احلام مرابط، حنان مالكي، إدارة المدرسية بين التقليد والحداثة، العدد العاشر، مارس 2013، العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة بسكرة، الجزائر، ص136

[3] تيسير الدويك، حسين ياسين، محمد عبد الرحيم عدس وآخرون، الإدارة التربوية والمدرسية والإشراف التربوي، ط2 ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان لاردن، 1998 ، ص14.

[4] احمد إسماعيل حجي، الإدارة التعليمية والإدارة المدرسية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998، ص 8.

[5] حسين حريم، مبادئ الإدارة الحديثة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 19

إجرائي: الإدارة بأنها عملية توجيه وقيادة للجهود البشرية في أي منظمة لتحقيق هدف معين، سواء كانت هذه المنظمة شركة تجارية أو هيئة حكومية .

معنى العلاقات العامة :

يضم مصطلح العلاقات العامة مفهومين وهما:

أ)**العلاقات:** وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر إذ أن العلاقة بين أفراد المجتمع تتحقق بعد حدوث سلسلة من ردود الأفعال الناجمة عنها، وهذا ما يسمى بالتفاعل قد يكون هذا التفاعل ايجابيا فتكون النتيجة علاقات اجتماعية قائمة على التعاون والارتباط بين الأفراد وقد يكون سلبيا ما يؤدي إلى حدوث علاقات متوترة يعبر عنها بالصراع ويؤدي هذا إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد.[1]

ب) **العامة:** وتعني الجمهور الناس، تشمل العلاقات هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور في المجتمع.[2]

اصطلاحا:

"هي عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين المتعاملين معها والجمهور بشكل عام من خلال التحليل الذاتي والتصويب (داخليا) ومن خلال جميع أساليب التعبير خارجيا "العلاقات العامة هي العلاقات مع الجمهور أو فن معاملة الجمهور ومسايرة الناس وكسب رضاهم وثقتهم".[3]

العلاقات العامة هي برامج مخطط من السياسات ونماذج السلوك لزيادة الفهم والثقة بين الطرفين المنظمة والجمهور".

تعريف دائرة المعارف البريطانية العلاقات العامة: هي مظاهر النشاط التي تتصل بتفسير وتحسين العلاقة بين هيئة ما سواء كانت مصلحة شخصية اعتبارية أو فردية أي يملكها فرد واحد ويبين جمهور له ارتباط أو اتصال بهذه الهيئة.[4]

وتعرف جمعية العلاقات العامة الفرنسية العلاقات العامة: على أنها صورة من السلوك وأسلوب للأعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها.

[1] محمد حربي حسن، العلاقات العامة، المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق، 1991، ص21

[2] محمد حربي حسن، المرجع نفسه، ص22

[3] أعبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وإبداع، تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، دار ومكتبة الهلال للنشر والتوزيع، 2007، ص19.

4سمير حسين منصور ، مرجع سابق، ص 18

إجرائيا:

العلاقات العامة هي كل نشاط تنظيمي، إداري، اتصالي أو تخطيطي تقويمي يهدف إلى بناء الصورة الجيدة للمؤسسة قصد تحقيق التوافق والتفاهم والمحبة والتعاون بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي.

إدارة العلاقات العامة :

إدارة العلاقات العامة: هي:"هيئة من الموظفين للخدمة وإسداء النصيحة والتخطيط ووضع البرامج لأوجه النشاط المختلفة للعلاقات العامة التي ترمي لإمداد الإدارة بالكفاءات المتخصصة وأدوات الاتصال التي تحتاج إليها لتنفيذ سياسة العلاقات العامة،كما تعرف على أنها: "عبارة عن جهاز وظيفي فني متخصص في دراسة الرأي العام وقياسه وتحليله، وفي فن الاتصال والخبرة بأساليبه، وتنطوي مهمته على وضع التخطيط الدقيق لإيجاد التعاون الكامل بين المنشأة وجماهيرها.[1]

ومن ناحية أخرى تستقبل إدارة العلاقات العامة ردود فعل الجماهير تجاه إجراءات وتدابير المؤسسية وتعكسها ثانية إلى صانعي السياسة والقرارات فيها.[2]

إدارة العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة، المخططة، والتي تسعى بها المؤسسة والمنظمات الخاصة والعامة لك تفاهم وتعاطف وتفيد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعسف، والتأييد ودلات من خلال قياس الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها، وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط.[3]

التعريف الإجرائي لإدارة العلاقات العامة: المقصود به أي قسم أوإدارة بالمؤسسات عينة البحث تحت مسمى العلاقات العامة.

[1] محمد سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر ، عمان،ط3، ، 2005، ص:205

[2] بسام عبد الرحمان المشاقبة، معجم مصطلحات العلاقات العامة،، دار أسامة لنشر والتوزيع ، الأردن عمان، ط1 ، 2014، ص50

[3] شيماء حمادي القماني، أساليب استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الإعلام الالكترونية وقت الأزمات (دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الخاصة بمنطقة مكة المكرمة)، العدد 16، جامعة ام القرى، ص595

الجامعة :

تعريف الجامعة:

الجامعة لغة: مؤنث الجامع، وهو الإسم الذي يلقى على المؤسسة الثقافية التي تشتمل على معاهد التعليم العالي في أهم فروعه، كالفلسفة والطب والحقوق والهندسة والأدب.

أما اصطلاحا : فقد تعددت واختلفت تعاريف العلماء والمفكرين للجامعة فمنهم من يعرفها على أنها: كل أنواع الدراسات أو التكوين الموجه للبحث التي تتم بعد مرحلة الثانوية على مستوى مؤسسة جامعية أو تعليمية أخرى معترف بها كمؤسسات التعليم العالي من قبل السلطات الرسمية للدولة.[1]

وهناك من يعرفها على أنها: مؤسسة إنتاجية تعمل على إثراء المعارف وتطوير التقنيات وتهيئة الكفاءات مستفيدة من التراكم العلمي الإنساني في مختلف المجالات العلمية، الإدارية والتقنية.[2]

والبعض الآخر يعرفها: هي تلك المؤسسة التربوية التي تقدم لطلابها الحاصلين على شهادة الثانوية العامة وما يعادلها تعليما نظريا معرفيا ثقافيا يتبنى أسسا إيديولوجية وإنسانية يلازمه تدريب مهني، بهدف إخراجهم إلى الحياة العامة كأفراد منتجين، فضلا عن مساهمتها في معالجة القضايا الحيوية التي تظهر على فترات متفاوتة في المجتمع وتؤثر على تفاعلات هؤلاء الطلاب المختلفة.[3]

إجرئيا:

الجامعة مؤسسة تعليمية تهدف إلى إعداد الكوادر البشرية المؤهلة فنيا أكاديميا تلبية الاحتياجات سوق العمل وتمنح الملتحقين بها درجات علمية مختلفة.

[1] محمد بوعشة، أزمة التعليم العالي في الجزائر والعالم العربي، دار الجبل، ، بيروت، ط1 ، 2000، ص10

[2] فضيل دليووآخرون، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، ، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص7

3وفاء محمد البرادعي، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط1 ، 2002 ، ص. 290

الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة من أهم المعايير التي يتم استخدامها والاستعانة بها في البحوث والدراسات فهي تعتبر كدليل أو مؤشر لفهم بعض الإشكاليات ويمكن الاستعانة بها كذلك عند تحليل نتائج التي تم التوصل إليها والدراسات السابقة تنقسم إلى قسمين منها دراسات مشابهة ودراسات مطابقة فالدراسات المشابهة هي الدراسات التي تتشابه مع البحث محل الدراسة في جانب معين يمكن أن يكمن هدا التشابه في متغير من متغيرات الدراسة بينما الدراسة المطابقة فهي الدراسات التي تناولت نفس الموضوع في وقت أو زمان معين أومن زاوية أخرى.

ولحداثة هذا الموضوع من حيث متغيراتها لم نستطيع الحصول على دراسات مطابقة لهذا الموضوع تناولت نفس المتغيرات أو المعطيات بينما هناك دراسات أخرى متشابهة من حيث طريقة تناولها للموضوع منها دراسة.

الدراسات العربية

الدراسة الأولى:

وهي دراسة لمركز البحوث والدراسات الإدارية بالمملكة العربية السعودية، معدة من طرف الباحث عجلان بن محمد الشهيري، ومعنونة ب "التقنيات المكتبية الحديثة والوظائف الإدارية المعاونة في الأجهزة الحكومية"، والتي قام بها سنة 1999.

وعلى العموم تناول صاحب هذه الدراسة الإشكالية النابعة من أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الأعمال المكتبية في الأجهزة الحكومية، من وجهة نظر الموظفين ومواقفهم نحو هذه التكنولوجيات، فيما يتعلق بالإنتاجية وتحسين أساليب الاتصال ومحيط العمل .

لتحليل هذه الإشكالية صاغ الباحث الفروض الآتية

- يعتقد الموظفون أن التقنيات الحديثة تحدث تحسنا في الإنتاجية بصورة أفضل في مجال العمل المكتبي
- يعتقد الموظفون أن التقنيات الحديثة تحسن من محيط العمل في مجال العمل المكتبي.
- يعتقد الموظفون أن التقنيات الحديثة تحسن من أساليب الاتصال بين الوحدات الإدارية داخل وخارج الأجهزة الحكومية ٠ - يعتقد الموظفون أن التقنيات الحديثة تؤثر على الوظائف الإدارية المعاونة.
- يعتقد الموظفون أن التقنيات الحديثة تحتاج إلى تدريب مناسب في مجال العمل المكتبي .

ولاختبار هذه الفروض اختار الباحث **عينة مقصودة** تتمثل في المرشحين للتدريب في برامج الإدارة المكتبية في معهد الإدارة، واتبع المنهج الوصفي، كما استعان باستمارة استبيان مكونة من تسعة وعشرين (29) سؤالا موزعة على محورين

المحور الأول تضمن معلومات سوسيوديموغرافية، أما المحور الثاني فقد عالج إشكالية تأثير تكنولوجيا الاتصال (تلكس، فاكس، هاتف، الحاسوب الآلي، شبكة الإنترنت) على الأعمال المكتبية .

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لها آثار إيجابية على مستوى الأداء ونوعية الاتصال حسب نظرة الموظفين دائما.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تبحث عن أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة (الحاسوب، شبكة الإنترنت) واستخدامها لتحسين أداء العمل، وبينما تركز دراستنا على أثر استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة،

كما تتشابه في المنهج والأدوات المستخدمة، خاصة أننا أعدنا اختبار بعض المؤشرات المتعلقة بتحسين أساليب الاتصال، الإنتاجية ومحيط العمل، ولكن على المؤسسة الاقتصادية بدل الوظائف المكتبية في الأجهزة الحكومية .

وقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا خاصة فيما يتعلق بالدراسة الميدانية، وذلك بغض النظر عن الاختلافات الموجودة.

الدراسة الثانية :

دراسة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم إدارية تحت عنوان : تقنيات الاتصال ودورها في تحسين الأداء، دراسة تطبيقية على الضباط العاملين بالأمن العام، من إعداد الطالب: محمد بن علي المانع"، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا.

تلخصت مشكلة البحث في أهمية تقنية الاتصال في نقل المعلومات بين طرفي الاتصال بشكل عام، وبين طرفي الاتصال الإداري بشكل خاص، نظرا لأهمية المعلومة في تحسين عملية اتخاذ المقررات، وتحسين مستوى الأداء، ونظرا للدور البارز الذي توليه الأجهزة الأمنية في الحفاظ على الأمن، فقد حرص الباحث على دراسة تقنيات الاتصال، وعلاقتها بتحسين الأداء في هذا الجهاز.

وكانت التساؤلات كالآتي:

التساؤل الرئيسي : إلى أي مدى سهم استخدام تقنيات الاتصال في تحسين الأداء في جهاز الأمن العام؟

وقد تفرعت منه مجموعة تساؤلات فرعية أهمها: |

1. ما واقع تقنيات الاتصال في جهاز الأمن العام في السعودية؟
2. إلى أي مدى سيسهم توظيف تقنيات الاتصال في أداء المهام والواجبات في بجهاز الأمن العام ؟

وفي تحديد للعلاقة بين متغيرات الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وفق أسلوب العينة العشوائية (40 بالمائة من أفراد المجتمع، كما استعان بالمنهج الوصفي الوثائقي القائم على جمع وتحليل ما كتب عن الموضوع من كتب وأبحاث لبناء الظنية النظرية لدراسته، معتمدا في ذلك على الإستبيان كأداة لجمع البيانات.

ولقد توصل الباحث في الأخير إلى النتائج التالية:

موقع تقنيات الاتصال في جهاز الأمن العام مدني ومتأخر حسب أفراد مجتمع الدراسة.

أهم المعوقات التي تواجه استخدام تقنيات الاتصال صب أفراد مجتمع البحث في قمة الوسائل

وانخفاض مستوى تدريب العمال في الأمن العد على استخدامها.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

يبدوا مجال هذه الدراسة متشابها مع دراستنا، كونها تناولت محور يخص دور تقنيات الاتصال في تحسين الأداء في المؤسسة الأمنية، وهو ما نصبوا إليه من خلال دراستنا خاصة في الجانب المتعلق بالمؤسسة الأمنية، فقد استفدنا منها في تكوين صورة مبدئية عن العلاقة بين دراسة تقنيات الاتصال والأداء .

الدراسات الأجنبية:

دراسة (Adrian،1998) بعنوان (channels on work performance: Introduction of a theoretical model

The influence of four communication) "تأثير أربع قنوات اتصال على مستوى أداء العمل: مقدمة لنموذج نظري أظهر الباحث في دراسته سعي المنظمات الاستثمار مليارات الدولارات سنويا في مجال تكنولوجيا الاتصالات على أمل تعزيز إنتاجية الموظفين. ونتيجة لذلك الموظفين في مواجهة طائفة واسعة من خيارات الاتصالات. ومع ذلك، لا تزال أسئلة كثيرة تتعلق بأثر هذه الخيارات على إنتاجية الموظف، فإن هذه الدراسة في

الأداء والنتائج المترتبة على استخدام أنواع مختلفة من وسائط الاتصال، بالإضافة إلى ذلك، لاستخدام وسائل الإعلام نتائج الإطار يرد على تقديم فهم أفضل النتائج استخدام وسائل الاتصال داخل المؤسسات، وتوفر أساسا لتحقيق المستقبل. على وجه التحديد، وتأثير وسائل الاتصال الأربع للدرس:

1. وجها لوجه التقاعل
2. استخدام الهاتف،
3. استخدام البريد الصوتي،
4. استخدام البريد الالكتروني.

مائة وتسعة وأربعين موظفا من أكبر 500 شركة شاركت في الدراسة. وشملت نتائج الاتصالات فاعلية وكفاءة الاتصالات، وقوة العلاقات الشخصية، والصراع الاتصالات، والاتصال، والقدرة على اتخاذ القرار كفاءة العمل، والأداء السياقية، وأداء المهام. أظهرت النتائج واحدة فقط علاقة كبيرة بين وسائل الإعلام، واستخدام النتائج المقترحة (أي وجها لوجه التفاعل وقوة العلاقات الشخصية)، بالإضافة إلى ذلك، على نتائج الاتصالات (على سبيل المثال، والفاعلية، والعلاقات بين الأشخاص أظهرت وجود روابط قوية لتعزيز الأداء المقترحة يبني على أهمية التواصل في الأداء الوظيفي. هذه النتائج تشير إلى أن وسيلة اتصال تسهم بشكل كبير في تحسين أداء الموظف، ونظرا لحجم الأموال المستثمرة في تكنولوجيات الاتصال الجديدة ينبغي على المنظمات التنقيق في كيفية خلق العائد على الاستثمار.

الدراسة الثانية :

Public Relations Strategies, In the Higher Education "Public Good" Debate: A Study of Four Public Research Universities".[1]

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور ووظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي العامة، من خلال تسليط الضوء على الرسائل التي تعتبر حلقة الوصل ما بين هذه الجامعات البحثية الشرقية للدراسات العامة الأربعة.

[1] Wilson, Terry Angelo" The Role of Communication Messages and Public Relations Strategies. In the Higher Education Public Good" Debate: A Sidor Font Public Research Uniesies" Terry Angelo Wilson, for the Degree of Doctor of Philosophy The University of Texas at Austin May, 2009

تناولت الدراسة إمكانية قيام هذه الجامعات بإيصال السمعة الطيبة إضافة إلى كيفية استقبال الاتصال من مجموعتين من الجماهير وهما. مراسلو التعليم العالي والسلطة التشريعية القانونية.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحليل رؤية ورسالة الجامعات، الخطط الإستراتيجية, طلبات ترخيص البرامج الأكاديمية الخطابات الرئاسية 800 من الدوريات الصادرة عن الجامعات، وذلك لتحديد فيما إذا كانت المرجعيات العامة الجيدة موجودة أو مفقودة في الرسائل المنشورة عن الجامعات وذلك خلال العام الأكاديمي 2006-2007 بالإضافة إلى إجراء مجموعة من المقابلات المتخصصة التي استخدمت لمعرفة وجهات نظر مدير ودوائر وأقسام العلاقات العامة من حيث الإستراتيجية والأهداف الاتصالية. إضافة إلى المقابات المتخصصة والتي أجريت مع مجموعة من الجهات المانحة.

أظهرت الدراسة أهم المفاهيم الجوهرية ومنها الأبحاث، التدريس،والخدمات العامة ودور الجامعة في كونها محركا للتطورات الاقتصادية،تنوع، الثقافة إنجازات الطلبة والكليات، هيبية الجامعة.. إلخ

كما وأوضحت الدراسة أن الجامعات تستخدم العلاقات العامة كأداة وإستراتيجية لإيصال الرسائل الخاصة بها، إضافة إلى ملاحظة مراسلي التعليم العالي يقومون بتغطية التعليم العالي وذلك عبر رفع تقارير مباشرة إلى التعليم العالي التغطية القضايا وليس للمؤسسة مباشرة. وأظهرت كيفية المواءمة للحصول على التمويل الخاص.

الدراسة الثالثة :

(Albright 1990):[1] "Role of public relations in community colleges".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة في الترويج الخدمات التي تقدمها الكليات بولاية (أيداهو) في الولايات المتحدة الأمريكية. كما استهدفت الدراسة تحديد دور الكليات في عمليات التنمية الاقتصادية عبر مساعدة دوائر العلاقات العامة.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود دور بارز ومهم لدوائر العلاقات العامة في مجال الترويج للخدمات التي تقدمها الكليات المحلية للمجتمع المحلي والبيئة المحيطة وبخاصة الترويج لبرامج التأهيل والتدريب التي تقوم

[1] Albright, Bruce L" Role of public relations in community colleges" business representative dissertation abstracts <university of Idaho U.S.A 1990

بها الكليات التنمية القطاعات الإنتاجية. إضافة إلى الكشف عن المكانة المهمة التي تحتلها دوائر العلاقات العامة في التنظيم الإداري لهذه الكليات.

الدراسة الرابعة :

- (Halstead 1987)[1] : "Assessing the performance of the public relations office".

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على عمل مكتب العلاقات العامة في الجامعات والكليات. عبر براز نور الدائرة في محاولة استقطاب الطلبة وذلك بالتركيز على دراسة الأسباب الكامنة وراء انخفاض نسبة التحاق الطلبة في البرامج الأكاديمة مقارنة بارتفاع التكاليف وانخفاض نسبة الدعم المقدم من الحكومة، عبر التركيز على إدارة العلاقات العامة كوظيفة مهمة من وظائف الإدارة.

إضافة إلى تقييم جودة الأداء المقدم من خلال تقهم النور المنوط بالعلاقات العامة للحفاظ وتحسين العلاقة ما بين الجامعة الكلية والتعليم العالي، وكذلك المجتمع بمؤسساته، إضافة إلى بناء وإقامة علاقات جيدة مع الجهات المانحة لكسب الدعم المطلوب.

أبرزت الدراسة أهمية الحفاظ على خطط مكتوبة وأهمية تحديد الأولويات وترتيب الأنشطة بناءا عليها، إضافة إلى ضرورة الحديد الدقيق والفعال للجماهير المختلفة التي تتعامل معها وهي (الطلاب، الأهل، مؤسسات التعليم المختلفة،الحكومة، الخريجون، الموظفون ووسائل الإعلام). وأهمية الاتصال معها وذلك بالإعتماد على معرفة اتجاهات وآراء وسلوكيات الجهة المستهدفة.

وأخيرا ضرورة الحفاظ على تطوير إستراتيجية تحقق أهداف الدائرة المتوائمة مع أهداف ورؤية الجامعة / الكلية .

الخلفية النظرية للدراسة :

تحدد المداخل النظرية اتجاه الدراسة، لتسهم بدورها في تحديد إطار البيانات المطلوبة وكذا النتائج أو الحقائق المستهدفة، ولذلك سنحاول في هذا العنصر عرض أهم التصورات النظرية التي ستنطلق منها هذه الدراسة في استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة في مديرية الجامعة .

[1] Halstead Carol P" Assessing the performance of the public relations office" new directions for institutional research volume 198 issue41. 1987

أ- نظرية الاستخدامات والإشباعات

الاستخدام في اللغة: من استخدام استخداما، أي اتخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخداما، أما الإشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين)، وتدل على امتلاء في الأكل وغيره، ونقول ثوب شبيع الغزل أي كثيره وشبيع العقل أي وافره، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك.

ويشير مفهوم الاستخدام حسب "برولكس Proulex" إلى " معنى ماذا يفعل الناس حقيقة الأدوات أو الأشياء التقنية، كما أن مفهوم الاستخدام يحيل بدورة إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا، ويساءل علاقة الأفراد بالأشياء التقنية وبمحتوياتها أيضا، كما أن الاستخدام فيزيائيا يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجية قابلة للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثلات خصوصية، كما أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا ما، بمعنى أن تكون متوفرة فيزيائيا (ماديا) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام، ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا".[1]

يعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، حيث أن تراكم التنبيه يحدث إحساسا بالألم، يدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أحرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة [2]،كما أن كلمة استخدام يقابلها في العربية كلمه استعمال وهي بالفرنسية usage والتي عرفها قاموس علم الاجتماع" بنمط سلوكي يقبله المجتمع".[3]

أما مفهوم الاستعمال في الإعلام فلقد جاء تحت عنوان : الاستعمال والإشباع وهو مجال بحث جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام حيث كثف الباحثون من مجهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور محاولين وضع معاملات الارتباط بين طلبات ودوافع الجمهور وبين تأثيرات وسائل

1 بورحلة سليمان، اثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعين وسلوكهم (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2007-2008، ص 38

2محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2004 ص584

3محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1989 ، ص499

الاتصال،[1] واستعمال وسائل الإعلام هو عمل اجتماعي أكثر من أي شيء آخر، فقد أصبح هذا الأمر بداهة متداولة بكثافة في الدراسات الإعلامية،[2] ونظرية الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، وتعني هذه النظرية باختصار: تعرض الجمهور المواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وكل ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات الحاجات، ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة لتحقيق الحاجة التي تعد حالة من الرضا والإشباع وهي افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية، أما الدافع فهو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة.

وتشير هذه النظرية إلى أن الجمهور لديه دوافع يستند إليها في سلوكه الاتصالي، وفي عاداته مع وسائل الإعلام، ويؤكد هذا المدخل على أن الجمهور حين يتعرض لوسائل الإعلام فهو يسعى إلى تحقيق إشباعات محددة، "وهي رؤية تفترض أن يكون التساؤل الأساسي هوما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام، وليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس"،[3] ولقد مرت هذه النظرية بمراحل ثلاث في تطورها، الأولى في الأربعينيات والخمسينيات ركزت على حصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام والوظائف التي تقدمها ثم كانت المرحلة الثانية التي بدأت في الستينيات وركزت على التحليل الوظيفي، ويمكن القول بأن المرحلة الثالثة من هذا النموذج قد بدأت في السبعينيات بتأكيد أن الجمهور ليس سلبيا وإنما هو جمهور نشط له دوافعه واحتياجاته .

ومن مزايا هذا المدخل أنه يحقق لنا معرفة كيفية استخدام الموظفين للتقنيات الحديثة لإشباع احتياجاتهم، كما أنه يوضح دوافع التعرض وأنماطه، ولذلك فهي تساعدنا في فهم أهمية ومعنى استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة، كما أنها توفر لنا محالا رحبا لاختبار السلوك الاتصالي للعمال .

1 فضيل دليو، القادمة في وسائل الاتصال الجماهيرية الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 36

2علي قسايسية، السمات السوسيولوجية للجمهور في الوسيط في الدراسات الجامعية بالجزء الرابع، دار هومة ، الجزائر، 2003، ص 78.

3حسن حمادي، وظائف الاتصال الجماهيرية التر نظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1991، ص 13.

كما أن سرعة تطور التقنيات الحديثة في مجال إدارة العلاقات العامة، وكذلك طبيعتها التفاعلية جعلت الباحثين يتطرقون إلى دراسة هذه التقنيات وتفاعلها مع مختلف العمال من خلال نظرية الإشباعات التي تنطلق من مسلمة أساسية وجوهرية وهي تفاعل الجمهور وايجابيته مع وسائل الإعلام التي يستهلكها، فالتقنيات تتطلب من مستخدميها تفاعلية أكثر مما تتطلبه وسائل الإعلام التقليدية .

ويفترض هذا المدخل أن هناك عدة متغيرات اجتماعية ونفسية واقتصادية تعمل بطرق معقدة لتؤثر على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وإشباعاتها، وبوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما.[1]

1-**دوافع نفعية**: **Instrumentel Motive**s وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات،وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية .

2-**دوافع طقوسية**: **Motives Ritualized** وتستهدف تمضية الوقت، والاسترخاء والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة .

ويفرق "**لورانس وينر**" بين نوعين من الإشباعات:[2] هما إشباعات المحتوى التي يقسمها إلى نوعين:

ا-**توجيهية** : مثل مراقبة البيئة والحصول على المعلومات .

ب – اجتماعية : مثل فهم الواقع والتحدث مع الآخرين فيما يشاهده ثم الإشباعات العلمية وتنقسم أيضا إلى نوعين :

ج- إشباعات شبه توجيهية تنعكس في برامج التسلية والترفيه.

د- إشباعات شبه توجيهية مثل التخلص من الشعور بالوحدة والملل .

وبصفة عامة يمكن توظيف هذا المدخل وفقا لخصائص إدارة العلاقات العامة من خلال محاولة ربط الجانب النظري والتطبيقي من خلال محاولة معرفة دوافع وأسباب استخدام الموظفين للتقنيات الحديثة والإشباعات المحققة لهم،

1حسين عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، ط 2، 2001، ص246-247

2حسين على محمد، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الغنائية والإشباعات المحققة في الإعلام المعاصر والهوية لعربية"، الجزء الثاني القاهرة، 2006، ص 811، 812

ولكن مع الأخذ بعين الاعتبار أن الإشباع الذي يبحث عنه الموظف من خلال استخدامه للتقنيات الحديثة ليس بالضرورة هو نفسه الإشباع الذي سوف يحصل عليه، وبذلك باتخاذ نظرية الإشباعات والاستخدامات كإطار نظري لهذه الدراسة من الممكن تفسير السلوك الاجتماعي الذي قد ينتج عن استخدام الموظفين للتقنيات الحديثة .

إن هذه النظرية تعد من أفضل النظريات التي يمكن من خلالها تفسير الدوافع، وتلبية الحاجات، وهي أكثر النظريات اختبارا وتطبيقا في المجتمعات العربية من قبل الباحثين، وتركز هذه النظرية على مفهوم الجمهور النشط، الذي يبحث عن الوسيلة والمنضمون الذي يريد، فهو يعرف ما يريد قبل التوجه إليه، لذا يمكن القول أن توجه الموظفين بإدارة العلاقات العامة بالجامعة لم يكن على افتراض هذه النظرية غير مبرر، بل أنه يمكن تفسير دوافعه من قبل المستخدم نفسه، وأن الدافع لذلك التعرض هو الحاجة إلى الإشباع، والحاجة لها تأثير في توجيه السلوك، ويمكن توظيف نظرية الاستخدامات والإشباعات لخدمة أهداف البحث، وذلك بالنظر إلى الإشباع الذي تقدمه التقنيات الحديثة لمستخدميها، وهذه الإشباعات على النحو التالي.

1– **إشباع المحتوى** : وينتج هذا النوع من الإشباعات عن استخدام التقنيات الحديثة من اجل المحتوى لا من أجل الوسيلة نفسها، وينقسم إلى قسمين :

– **الإشباع التوجيهي** : ويتضمن الحصول على المعلومات، من خلال استخدام التقنيات الحديثة، ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الاستخدام، والاعتماد على التقنيات، وتتميز التقنيات الحديثة بتوفير طرق أسهل للوصول إلى المعلومات وتوفير الجهد، ويمكنها ذلك من تسهيل عملية الاتصال بين الموظفين .

ب – الإشباع الاجتماعي: ويقصد به الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الموظف في إدارة العلاقات العامة، وعلاقاته الاجتماعية، وينقسم إلى قسمين:

– **إشباع اجتماعي إقناعي**: ويتضمن المعلومات التي تستخدم في التفاعل الاجتماعي والمناقشات ويوجد هذا النوع من المعلومات غالبا في المواقع الاليكترونية الموثوق بها، وذات المصداقية والتي تتحرى الصدق في النقل والنشر.

إشباع الاتصال : وهي الإشباعات الناتجة عن استخدام شبكة الأنترنيت نفسها، واختيار الوسيلة قصدا، ولا يرتب هذا النوع من الإشباعات بما تقدمه الأنترتيت من محتوي أو ينقسم إلى قسمين:

ا– اشباعات شبه اجتماعية: ويقصد بها العلاقة بين الوسيلة والفرد حيث يشعر الموظف أن التقنيات الحديثة جزء منه لا يمكنه التخلي عنها.

ب – إشباعات شبه توجيهية : ويتحقق هذا النوع من الإشباع من خلال تخفيف التوتر بمثل إشياعات دعم الذات، ويلاحظ ذلك في مواقع التسلية والترفيه أو الإرتباط الدائم بالتقنيات الحديثة مثلا مشاهدة فيديوهات في وقت الفراغ من العمل، ومن خلال ما سبق يمكن التعرف على أهمية التقنيات الحديثة لموظفين إدارة العلاقات العامة بالجامعة، وذلك أن الإشباع الذي تقدمة التقنيات ومحتوياتها من معلومات توجيهية للموظفين، إضافة إلى الإشباع الذي تقدمة التقنيات ذاتها بعض النظر عن محتوياتها،ورغم أن الدراسات الأولى التي تطرقت إلى استخدام التقنيات الحديثة عند الموظفين، أظهرت أن الموظف يستخدم التقنيات الحديثة في العلاقات العامة في نشر وحصول على المعلومة وتقديم خدمات .

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام خلافا للنظريات المبكرة مثل : نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناءا على نسق واحد فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية[1].

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام[2].

ولقد لخص كاتز وزملاءه الفروض الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات فيما يلي.

1. جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط ويتسم بالايجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الاتصال بأهداف محددة لديه.

2. تتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع احتياجات الجمهور مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية وغيرها وتتأثر العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال بعوامل بيئية عديدة لديه.

[1] محمد منير حجاب با مرجع سبق ذكره حمص 47، 48

[2] حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظريتها المعاصرة ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة، ط5 ص 239

3. الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته ورغباته

4. يمكن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الأنساق والمعايير الثقافية السائدة في المجتمع ويتحدد في ضوء ذلك أن الجمهور هوالذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى الذي يرغب فيه.

5. يختار الجمهور وسائل الأعلام التي يتوقع منها إشباع رغباته وحاجاته .[1]

هذا يعني انه إذا اعتبرنا أن الجمهور له حاجة أو دافع للحصول على معلومات معينة حول مؤسسة معينة فإن أهم وسيلة لتلبية هذه الرغبة هي الاطلاع على موقعها الالكتروني وهذا ما يجعل دراسة هذه الوسيلة) المواقع الالكترونية (من خلال تحليلها يدل على مؤشرات وعناصر تجعل منها تلبي حاجيات هذا الجمهور، فمن بين أهداف العلاقات العامة هو إقامة جسور التواصل مابين الجماهير وتلبية حاجياته المختلفة.

[1] مرفت الطرابشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2006 ، ص 260-261

الفصل الاول: ادارة العلاقات العامة

الفصل الاول: إدارة العلاقات العامة

المبحث الأول : مكانة العلاقات العامة في المؤسسة

المطلب الأول : برامج العلاقات العامة

المطلب الثاني وسائل الاتصال في العلاقات العامة

المطلب الثالث : نشاطات العلاقات العامة

المبحث الثاني أنشطة إدارة العلاقات العامة في الجامعة

المطلب الأول: إدارة العلاقات العامة في الجامعة

المطلب الثاني جماهير ومكانة العلاقات العامة في الجامعة

المطلب الثالث : تقسيم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها

خلاصة

تمهيد:

بإعتبار أن المؤسسة تعرف نوعا من الاتصال، فهي إذن لا يمكن أن تعيش بمعزل عن المجتمع المحيط بها لذلك لا بد من وجود علاقات اتصالية فعالة تجمع بينهما فالمؤسسات عرفت هي الأخرى، على غرار وسائل الاتصال تطورا كبيرا من ناحية عدد عمالها، وأدواتها، وإنتاجها أو خدماتها، واستطاعت في البداية أن تلبي جزءا كبيرا من حاجات أفراد المجتمع ومتطلباته، لذلك العلاقات العامة مهنة تخلق علاقات جيدة مع الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة، وذلك بضرورة مراعاة متطلبات جمهورها والمستخدمين، والسعي الدائم حتى تكسب رضاه، ومعرفة اتجاهاته، وذلك لما لها من دور فعال في نجاح أي مؤسسة كانت إنتاجية أو خدماتية.

إن ظهور العلاقات العامة كمفهوم حديث أضاف على العلاقات الإنسانية معنى جديدا يسعى إلى تحقيق التفاهم بين المؤسسات وجمهورها المتعامل معها، والعلاقات العامة موجودة في كل المؤسسات العامة والخاصة الصناعية والخدماتية، ومن خلالها يتم التواصل مع مختلف المؤسسات والهيئات الأكاديمية والعلمية على المستويات الوطنية و العربية والدولية كافة.

إن الاعتقاد السائد حول وظيفة العلاقات العامة والذي مفاده أن وظيفة العلاقات العامة هي مجرد إعداد النشرات وإصدار الكتيبات وإلقاء الخطب لهو اعتقاد خاطئ ولا يعدو إلا أن يكون احد جوانبها المتعددة، بينما الجوانب الأخرى تتمثل في دراسة الجماهير ومعرفة أرائه حول المؤسسة، أو السلعة، أو الخدمة التي تقدمها هذه الأخيرة، ثم نقل الاتجاهات والآراء إلى المؤسسة حتى تستعين بها في تعديل سياستها وبرامجها بما يتناسب مع هذه الاتجاهات.

المبحث الأول : مكانة العلاقات العامة في المؤسسة

المطلب الأول : برامج العلاقات العامة

1. مكانة إدارة العلاقات العامة في المؤسسات

تعتبر مكانة إدارة العلاقات العامة في المؤسسية، مؤشرا على مدى اهتمام المؤسسة بالعلاقات العامة ومدى ما تتيحه لها من تسهيلات وإمكانات، وفي المؤسسات التي تحتل فيها إدارة العلاقات العامة مكانة مساوية لباقي الإدارات الأخرى نجد أن لها دورا فعالا في اتخاذ القرارات العليا، وطالما أن الهدف الأساسي لأعمال العلاقات العامة هو مساعدة الإدارة العليا على وضع السياسات المختلفة للمؤسسة، إزاء فئات الجمهور المختلفة للحفاظ على الثقة والتأييد؛ فإن أعمال العلاقات العامة لابد وأن توضع في التنظيم العام للمؤسسة على مقربة من الإدارة العليا وتحت أشرافها المباشر بحيث يكون المسئولين عن العلاقات العامة نفس المستوى الإداري لمديري الأقسام الإدارية المختلفة، وتحتل العلاقات العامة في المجتمعات المتقدمة مكانة عليا بحيث تكاد تكون أهم إدارة في بعض المؤسسات، أما بالنسبة للمجتمعات النامية فإنها تتخذ حلا وسطا، فتنشئ بها إدارة متوسطة الحجم، وربما ترفع توصياتها إلى الإدارة العليا وقد يؤخذ بها أو لا يؤخذ، وفي بعض المؤسسات تكون إدارة العلاقات العامة صغيرة الحجم، وغالبا ما يأتي جهدها ضعيفا قاصرة بلا فعالية .[1]

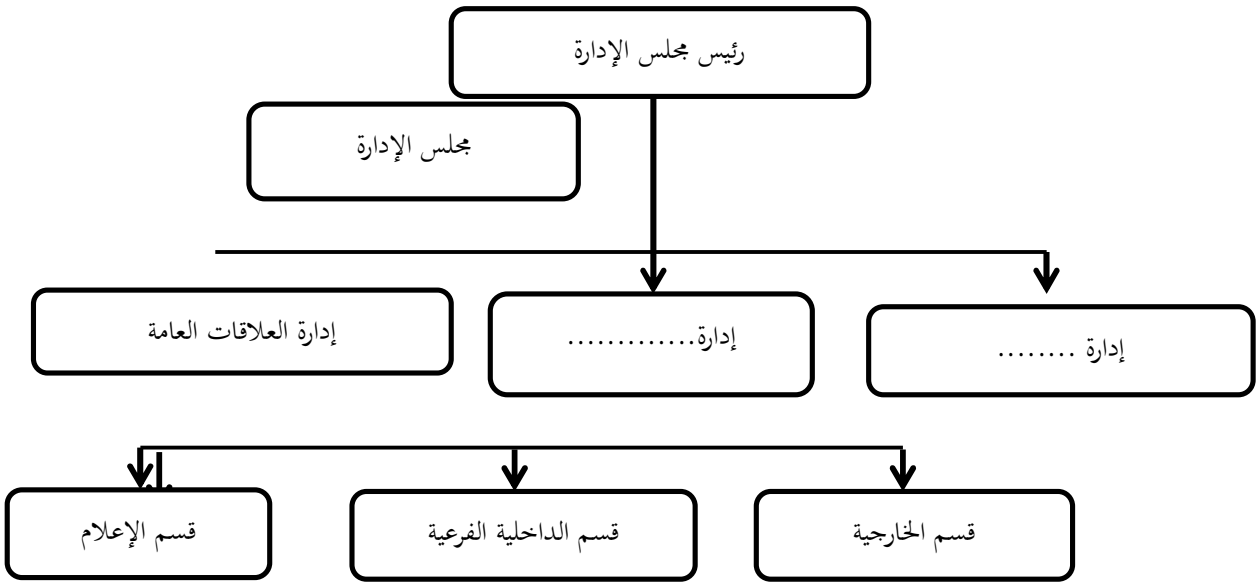
والجدير بالذكر أن إدارة العلاقات العامة في بعض المؤسسات في المجتمعات النامية توضع على الخريطة التنظيمية كمكمل الهيكل الإداري التنظيمي ولهذا يسند العمل فيها إلى موظفين غير متخصصين، وتناط إليه الوظائف الإضافية والتي لا تليق بالإدارات الأخرى، ولا يمكن الجزم بأن ذلك يرجع إلى ضعف الإمكانات المادية أو البشرية، وإنما يرجع إلى عدم الوعي بقيمة وأهمية تلك الإدارة والمفهوم السليم لها.

ولا يمكن إنجاز أي عمل من الأعمال إلا من خلال تنظيم يتلاءم وطبيعة العمل المراد إنجازه، والتنظيم في المفهوم الإداري بعني ترتيب الموارد المادية والبشرية، والآلية والخبرات الفنية بأفضل طريقة تؤدي إلى تحقيق الأهداف المرسومة في أقل وقت ممكن وبأقل التكاليف، والعلاقات العامة باعتبارها نشاطا اجتماعيا هادفا، لا يمكن أن تحقق أهدافها دون تخطيط

[1] شدوان علي شيبه، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع، مكان النشر الاسكندرية، 2016، ص165

عملياتها وتنظيم نشاطاتها وكوادرها، إن إدارة العلاقات العامة تمثل الواجهة التي تتوسط ما بين المؤسسة وجمهورها، كما تعتبر بمثابة مرآه عاكسة، تعمل على استقبال ردود فعل الجمهور تجاه إجراءاته، وتدابير المؤسسة.

الشكل رقم 01:



الشكل 01: الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة في المنظمة الصغيرة

إن إدارة العلاقات العامة ليست من الدوائر التنفيذية، ولهذا فإنها في أغلب الأحوال لا تتمتع بصلاحيات رسمية، وينبني على ذلك أنها ليست مخوله بإصدار أوامر ملزمة، أو واجبة التنفيذ من قبل الهيئات الرسمية في المؤسسة، حيث تعد إدارات العلاقات العامة هيئات استشارية تصدر توجيهات ومقترحات إرشادية، تتعلق بتوظيف واختيار أفضل الوسائل والأساليب المؤدية إلى تحقيق الثقة والتفاهم المتبادلين[1].

[1] شدوان علي شيبه، مرجع السابق، ص166- 167

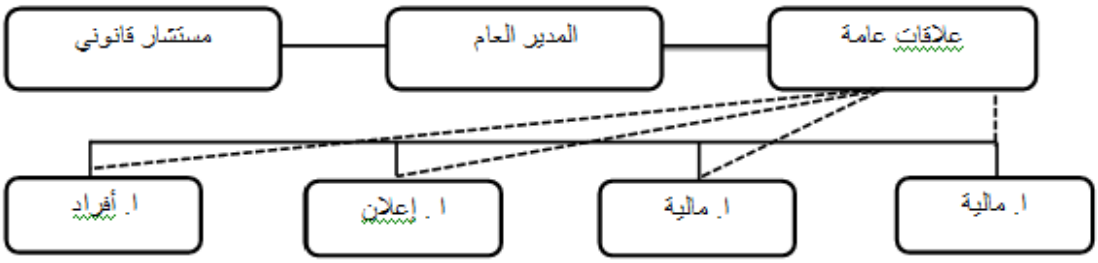
وتتأثر المكانة التي تحتلها إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة بمجموعة من العوامل مثل حجم المؤسسة، وقيمة العلاقات العامة كمفهوم وكتطبيق بالنسبة للإدارة العليا، أيضا المتطلبات الخاصة للعلاقات العامة داخل التنظيم وحجم الإمكانات المتاحة لها، ويتكون قسم العلاقات العامة من المدير، والسكرتارية وبعض المتخصصين الذين يتحملون مسئولية دراسة الاتجاهات والرأي العام، وتتمثل مسئولية المدير في تحديد الهدف من العلاقات العامة كعملية، أيضا تحديد الأولويات التي تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها، فضلا عن أخبار الإدارة العليا من التغيرات التي تطرأ على مساحة الرأي العام الداخلي والخارجي).

وهناك ثلاثة اعتبارات تحدد مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة:

أ- إن إدارة العلاقات العامة تعتبر الإدارية المتخصصة في الإتصال والمسؤولة عن مساعدة الإدارات الأخرى في التعامل السليم الفعال مع جماهير المؤسسة، لما لها من دور تأثيري في مواقف الجماهير الداخلية والخارجية واتجاهاتها نحو المؤسسة.

ب- أن إدارة العلاقات العامة تقوم بمراقبة سائر الإدارات الأخرى، حرصا على عدم حدوث ما يقلل من فعالية التأثير المطلوبة لأنشطة العلاقات العامة

ج- أن تقارير إدارة العلاقات العامة حول علاقة المؤسسة بجماهيرها النوعية واتجاهاتها ومواقفها، تهم بالدرجة الأولى الإدارة العليا للمؤسسة حيث تقوم بوضع سياستها وأعمالها وتعديلها بما يتفق وما يتطلبه تكييف مصالحها الخاصة مع المصالح العامة للجماهير.



شكل 1مكانة ادارة العلاقات العامة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الشكل : يبين مكانة إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وبناء على تلك الاعتبارات يصبح من الضروري وضع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأية مؤسسة داخل إطار المستويات الإدارية العليا بحيث تتبع مباشرة اعلي سلطة إدارية في المؤسسة.

وبصفة عامة تعتمد مكانة إدارة العلاقات العامة بأي مؤسسة على:

أ- مدى اقتناع الإدارة العليا بمسئولياتها الاجتماعية نحو مصالح جماهيرها المختلفة

ب- عدد فئات الجماهير المتصلة لمؤسسة، فمع ازدياد عدد أفراد الجمهور الداخلي والخارجي تزداد الحاجة إلى إدارة ضخمة للعلاقات العامة ترقى إلى مستوى الإدارة العليا.

ج - المركز المالي للمنظمة: فكلما قوي المركز المالي للمؤسسة؛ كلما كانت هناك فرصة لتوفير مخصصات مالية ترفع من مستوى إدارة العلاقات العامة.

د - طبيعة نشاط المؤسسة: تعد المؤسسات التي تقدم منتوجات غير سلعي أكثر اهتماما بوظيفة العلاقات العامة من أجل خلق صورة ذهنية طيبه، وتشير إحدى الدراسات التي تناولت تغيير مكانة إدارة العلاقات العامة ارتفاعا وانخفاضا إلى أن أهم العوامل المؤثرة في ذلك:

- اتجاهات الإدارة العليا، وما توليه من أهمية لإدارة العلاقات
- قدرات ومهارات متخصصي العلاقات العامة
- الهيكل التنظيمي للمؤسسة والسياسة التي تتبعها
- حجم المؤسسة ومكانتها في المجتمع
- أهداف المؤسسة .[1]

2. إدارة العلاقات العامة وبرامجها

1.2 برامج العلاقات العامة:

البرنامج هو دلالة على مجموعة من الترتيبات المنهجية والموضوعية والشكلية العامة والتفصيلية التي يتم تنظيم المعلومات الخاصة بموضوع البرنامج، بحيث تصبح المعلومات في صورتها النهائية قادرة على تحديد مجموعة الأساسيات التي يتكون منها البرنامج وتقدمها بصورة تلقائية ومنظمة كلما طلب ذلك، وأن برنامج العلاقات العامة تفصيل الخطة تفصيلا دقيقا بحيث يجعلها معدة للتنفيذ حيث يقوم مدير العلاقات العامة بدراسة الموضوعات المختارة وينظم جميع التسهيلات

[1] محمد فريد صحن،العلاقات العامة المبادئ والتطبيق،الدلر الجامعية، القاهرة، 1988، ص60

اللازمة لتنفيذ البرنامج، فالعلاقات العامة الحديثة تمتاز بالبرامج الوظيفية، أي البرامج التي تؤدي وظائف محددة، وإذا كانت هذه البرامج قاصرة يحتم أن يتم تعديلها.[1]

2.2 أنواع برامج العلاقات العامة:

هنالك عدة أنواع من برامج العلاقات العامة يمكن تقسيمها كما يلي:

1.2.2 البرامج البسيطة والمحدودة التأثير:

والبرامج البسيطة والمحدودة التأثير هي: برامج العلاقات العامة التي لا تتعدي أهدافها سوي قدر محدود من الإنجاز أو إقامة علاقة معينة، أو المحافظة على علاقة ذات قيمة معينة بالنسبة للمنشأة، ومن أمثل ذلك: برنامج زيارة لمواقع المنشأة، وفد زائر أو فوج من الضيوف، أو أحد المتعاملين مع المنشأة، ومثل هذه البرامج لا تكلف مبالغ كبيرة وتتطلب في إعدادها أكثر من أخصائي.

2.2.2 البرامج الكبيرة والمتعددة الاتجاهات والتأثير:

وهو البرنامج الذي يشترك في إعداده مجموعة من المتخصصين في العلاقات العامة من ذوي الخيرة الطويلة نسبية وقد يستعان في إعداده مستشار أو أكثر، والهدف من إعداد البرامج الكبيرة قد يكون إقامة علاقات عامة واسعة مع مجتمع معين، أو محاولة الدخول إلي سوق أو بلد أو مجتمع الأول وغير معروف بالنسبة للمنشأة .[2]

3.2.2 البرامج الإعلامية الهجومية :

وهي تكون بغرض منع وقوع ضرر أو محاولة درء بعض الأخطار قبل حدوثها، كما لو كانت أحدي المؤسسات تتوقع خطرا من أعدائها أو الذين يريدون استغلال موقف معين وهنا يكون الدفاع مبررا مثل الدفاع عن النفس. ومن أمثلة هذه البرامج الهجومية: الشركات الإسرائيلية التي كانت تبيع منتجاتها وخبراتها لبعض الدول الإفريقية ثم أدركت أن هناك حملات من قبل بعض الدول العربية لمنع التعامل معها ولهذا قامت بعمل بعض البرامج الإعلامية الهجومية.

4.2.2 البرامج الإعلامية الدفاعية:

[1] الجبوري علي عبودي، ادارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الايام للنشر، الأردن، ط ، 2017، ص203

[2] الضلاعين، علي فلاح واخرون، الإعلام والعلاقات العامة، 2015، ص178

وهذه البرامج الإعلامية الدفاعية: هي من البرامج التي تحتاج من أخصائي العلاقات العامة الحرص والحيطة في المادة المستخدمة في الدفاع ويجب أن تشمل هذه البرامج محاولة إزالة الآثار التي خلفتها الشائعات أو الدعاية الكاذبة أو الهجوم المضاد المتعمد، ذلك لأن الدفاع عن طريق الإعلام يكون قويا ومستندة إلى الحجج، هذا بالإضافة إلى إبراز الجوانب الممتازة والمؤيدة لوجهة نظر المؤسسة ولعل أكثر هذه المجالات ملائمة لمثل هذه البرامج هو للمؤسسات التي تعمل في الخدمات والتي تمثل السمعة الطيبة أساسها في علاقاتها المستمرة مع عملائها .[1]

5.2.2 برامج الإعلام الداخلي:

هور الموجه إلى الجمهور الداخلي في المنظمة ويتم عادة بلغة الود وموجه من الإدارة العليا إلى جمهور العاملين مثل :

أ. إستخدام إذاعة داخلية مثل الجامعة أو المصانع أو الفنادق أو معسكرات الجيش التي تذيع برامج خفيفة أو أغاني لترفع و تشجع كفاءة العاملين .

ب. تقديم خدمات خاصة للعاملين في المناسبات، وتنظيم رحلات جماعية .

ج. تقديم مسابقات بين العاملين وتغطيتها إعلاميا مثل الأنشطة الرياضية .

د. عقد إجتماعات دورية للعاملين .

6.2.2 برامج الولاء:

يمكن أن تقوم المؤسسات ببناء وتدعيم الولاء من خلال برامج محددة يطلق عليها برامج الولاء وهو نظام يكون للعميل تخصيص محدد من أنشطة أو مكافآت يتم توجيهه لها، وغالبا ما يستلم العميل كارت من المؤسسة ويقوم هذا الكارت باداء نوعين من الوظائف : يمنح العميل بعض المنافع التي لا يمكن الحصول عليها دون ملكيته للكارت، كما نجده يساهم من ناحية أخري في إمداد المؤسسة بمعلومات ذات قيمة هامة يمكن إستخدامها في فهم العميل وفي بناء ولائه لها، ويجب أن تقرر المؤسسة قبل البدأ في تفعيل برنامج الولاء ما الذي تتوقعه منه، وما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه في المؤسسة .[2]

7.2.2 برامج و گيس (wikis):

[1] الضلاعين و علي فلاح و اخرون، مرجع السابق، ص179

[2] أبونجا، محمد عبد العظيم، إدارة العلاقات مع العملاء، دار الجامعية، ط 1، 2013، ص 245

ومن الأساليب الحديثة للعلاقات العامة إستخدامها للإنترنت وانشاء البرامج والمدونات الإلكترونية مثل : ويكس موقع ويب يستطيع أي فرد أن يحدثه، والمدونات التي لها مجتمع نشيط من الأفراد الذين يوفرون تعليقاتهم على أعمدة المدونات التي يكتبها أصحابها علي مواقع خاصة من كل الأنواع مثل مهنيين، هواة يجتمعون ويناقشون الفوارق الدقيقة جدا التي تستهويهم – ويكيس عبارة عن موقع ويب تستخدم برامج (software) يسمح للمستخدمين بالتحديث، والإلغاء، أو التحرير للمحتويات علي الموقع. و(wiki) الأكثر شهرة وفي موسوعة مجانية يستطيع أن يحرر بها أي شخص، ويعمل برنامج ويكي للربط الداخلي بين الصفحات والربط الخارجي بين المواقع ويعتبر البرامج من الوسائل الحديثة التي توظفها العلاقات العامة عن طريق الإنترنت .

3. تصميم برامج العلاقات العامة: تمر عملية تصميم برامج العلاقات العامة بمراحل ست تتمثل فيما يلي:

1. تحديد الأهداف .
2. إختيار قطاع الجماهير .
3. إبتكار الرسالة وتحديد فكرة الرسالة .
4. تصميم الرسالة .
5. إختيار وسائل الاتصال والتوقيت .
6. تقدير الإمكانيات البشرية والمالية.

المطلب الثاني وسائل الاتصال في العلاقات العامة

4. وسائل الاتصال في العلاقات العامة:[1]

تحتل الوسائل مكانة هامة بين عناصر عملية الاتصال للعلاقات العامة باعتبارها القناة الأولى التي يبلغ رجل العلاقات العامة بواسطتها رسالة معينة للجمهور لتحقيق رسالته الاتصالية، لهذا فإن التعرف على الوسيلة ومعرفة إمكاناتها وخصائصها واستخداماتها يعد أهم الجوانب الإستراتيجية التي تهم أي مسؤول عن عملية الاتصال للعلاقات العامة، لأن لكل وسيلة بصماتها وتأثيراتها الواضحة على ما تنقله من رسائل، حتى أن ماكلوهان اعتبر الوسيلة هي الرسالة، فكل

[1] لبصير فطيمة، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري (رسالة ماجيستر اتصال وعلاقات عامة)، قسم علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007- 2008، ص212

وسيلة طابعها ولغتها ورموزها و إيماءاتها التي تنقل الرسالة ولكل منها جمهورها الذي تعول عليه والذي ألف لغتها وأمكنه فهمها وتفسيرها في يسر، فضلا عن أن كل وسيلة تميل بطبيعتها إلى إبراز جوانب معينة على المعلومات والأنباء و الأفكار، فيستقبل الجمهور الرسالة من زوايا تختلف باختلاف وسيلة الاتصال.

والقائم بالعلاقات العامة هو القائد والمنسق الذي يجمع في يده كل هذه الوسائل وعليه أن يختار أقواها بالنسبة لجمهورها ليوظفها التوظيف الأكمل، لذا فهو مطالب أن يعرف كيف يختار الوسائل المناسبة في الوقت المناسب، حيث يكون الاستعمال النهائي الكل وسيلة فعالا ومؤثرا، وبذلك يتمكن من أداء رسالته وتوفير الوقت والجهد والمال.

ونتيجة لأن هذه الوسائل أصبحت كثيرة ومتنوعة، فقد اهتدى المختصون إلى تصنيف الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة ضمن مجموعات تسهل دراستها وفقا لطبيعتها، وهناك تقسيمات كثيرة لوسائل الاتصال نذكر منها:

• **تقسيم ديون:** يقسم ديون وسائل الاتصال إلى وسائل داخلية موجهة للجمهور الداخلي

كمطبوعات المؤسسة والكتب، والكتيبات...إلخ، ووسائل خارجية موجهة إلى الجمهور الخارجي كالصحف والمجلات والمعارض ...إلخ

• **تقسيم ويلكو كس وزملاؤه:** يقسمها إلى وسائل مطبوعة كالصحف والمجلات والكتب...، ووسائل منطوقة كالراديو والتلفزيون والأفلام ...إلخ

• **تقسيم نيوسوم:** يقسمها إلى وسائل مطبوعة، وسائل الكترونية، وهذه الأنواع كذلك مقسمة إلى قسمين داخلية وخارجية، وذلك وفقا لطبيعة الجمهور

أما التقسيم الشائع فهو الذي يصنف هذه الوسائل حسب الحواس، فنجد الوسائل المكتوبة والمسموعة والمرئية.

وفيما يلي سنتطرق لبعض الوسائل:

أ. الوسائل المباشرة

والوسائل المباشرة في الاتصال ربما أكثر الوسائل فاعلية وتأثيرا في الجماهير لأن الاتصال بين المرسل والمستقبل يكون عادة مباشرة أي وجها لوجه، بمعنى أن ما يريد أن يقوله وما يريد أن يعطيه المرسل من انطباع يتحقق في لحظات ودقائق معدودة وبسرعة. وتأخذ هذه الوسائل المباشرة الأشكال التالية.[1]

أ-1- تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة:

[1] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص213

وتنظيم الحفلات يدخل في اختصاص إدارة العلاقات العامة وهو نوع من الاتصال المباشر مع الجماهير، سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المؤسسة أو الجمهور المتعامل معها أو عملائها، وفي الحفلات يتم التعارف بين كبار المسؤولين في المؤسسة والمدعوين إلى الحفل ويتبادلون مع بعضهم البعض الحديث والمناقشات التي تجعل كلا منهم أكثر تفهما للأخرين وآرائهم واتجاهاتهم، وقد تكون الحفلات لأغراض التكريم، أو الحفاوة والاستقبال الزوار أجانب، ومثل هذه الحفلات يجب إعدادها بالمستوى المناسب الشخصية ومكانة هؤلاء الزوار، كما يدخل ضمن الحفلات والدعوات المحدودة لعدد قليل من الزوار على الغذاء أو العشاء في أحد الأماكن الممتازة من المدينة، ويتم في هذه اللقاءات إنجازات كثيرة. وتعتبر الدعوة كذالك من الأحداث الخاصة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة وتأخذ أشكالا مختلفة وذلك حسب الظروف والتوقيت ويرتبط هذا الحدث الخاص بعدة أنشطة أخرى كالاجتماعات واللقاءات .... وهناك أنواع للدعوات والحفلات منها دعوات الفطور، دعوات الغداء، دعوات العشاء، الولائم الكبرى، حفلات الكوكتيل، غرفة الضيافة، حفلات الاستقبال المسائية. [1]

أ–2 – الاشتراك في المسابقات العامة :

ومن ضمن وسائل الاتصال المباشر بالجماهير الاشتراك في المسابقات العامة، أو مسابقة التلفزيون أو الراديو، أو مسابقة شهر رمضان، وفي هذه المسابقات تقدم المؤسسة هدايا عديدة للمشاهدين ولا يخفى ما تمثله هاته المسابقات من اهتمام خاص لدى الجمهور قد يساعد بدوره في زيادة مبيعاتها، وارتياد المواقع التي تعرض فيها سلعها وخدماتها.

أ–3 رعاية العاملين بالمؤسسة :

تعتبر رعاية العاملين من الوسائل المباشرة للاتصال مع العاملين بالمؤسسات، ففيها تقدم الخدمات في حالات العجز أو الإصابة وكذلك في حالات الوفيات وغيرها من المواقف التي تستدعي وقوف المؤسسة إلى جوار عمالها وإشعارهم بحرصها على راحتهم، وهذا يوطد الصلة بين الإدارة والعاملين، كذلك قد تقيم المؤسسة عيادات خاصة للعاملين ولعائلاتهم بحيث تتحقق لهم الرعاية الصحية الملائمة، مجانا أو مقابل رسوم رمزية بسيطة.

[1] محمد ناجي الجوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة مكتبة الرائد العلمية، الاردن ، ط1،، 2000، ص99

-4 – المقابلات الشخصية:المقابلات الشخصية هامة جدا، ولها أصول وقواعد يجب أن يتقنها المقابل أو المستقبل الذي يجري المقابلة ومن المبادئ الأساسية في إجراء المقابلة أن تكون شخصية المسؤول بالاستقبال قوية، لأنه قد وقف على هذه المقابلة تكوين رأي من الطرفين في الآخر وفي إقامة العلاقات الطيبة أو الانصراف تماما عن وجود علاقة.[1]

5. وسائل الاتصال الداخلي:

هي من إعداد المؤسسة وتكون موجهة إلى جمهورها الداخلي، فالعلاقات العامة من الموظفين أو الجمهور الداخلي تعتبر من أهم العلاقات التي تهتم إدارة المؤسسة وبالخصوص العلاقات العامة بالمحافظة عليها، ومن أمثلة تلك الوسائل نجد (الكتيبات، مطبوعات المؤسسة لوحة الإعلانات الداخلية) وتتميز هذه الوسائل بحدوث التغذية العكسية في الوقت الاتصالي ويحقق بذلك تفاعلا كاملا بين المرسل والمستقبل.

1.5 وسائل الاتصال الخارجي:

هي تلك الوسائل الموجهة إلى جماهير المنظمة الخارجيين كالصحف والمجلات والراديو والتلفزيون وغيرها، وحتى يتمكن رجل العلاقات العامة من التعامل مع هذه الوسائل عليه أن يفهم ويعي مزايا كل وسيلة ويقارنها بين كافة الوسائل ليرسو على الوسيلة الأنسب.

مما يمكن أن نستنتجه هو أن الاتصال فن و خطوة لابد منها إذا ما رغبت إدارة العلاقات العامة نقل المعلومات والتقارير من وإلى الإدارة العليا للمؤسسة وإلى باقي الجمهور الداخلي والخارجي الذي ينتمي للمؤسسة ككل.[2]

2.5 الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في إيصال رسالتها:[3]

ذكر الدكتور محمد حجاب منير في كتابه " المداخل الأساسية للعلاقات العامة المدخل الاتصالى" بأن هناك العديد من وسائل الاتصال التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في إيصال رسائلها للجمهور المحيط بالمنشأة أين تطورت وسائل الاتصال في العصر الحديث بشكل كبير وملحوظ سواء من حيث الوقت أو مدى فعاليتها أو سهولة

[1] لبصير فطيمة، مرجع سابق، ص214

[2] سليماني عصام، صورة الموسسة و اثرها على قرار الشراء،دراسة حالة مؤسسات الهاتف النقال ولاية سكيكدة، رسالة ماجيستر في العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2009، ص87

[3] الياس شوداني، دور العلاقات العامة في ترشيد سلوك المستهلك الشرائي للمؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية على عينة من زبائن مؤسسة كوندور الكترونيكس) قسم تاريخ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أكلي محند اولحاج بويرة، 2018-2019، ص 30

استخدامها، وما زالت هناك العديد من الدراسات والبحوث التي يجريها العلماء في هذا المجال من اجل إيجاد وسائل جديدة.

ونتيجة لكون هذه الوسائل متنوعة وكثيرة فقد استقرت الآراء على تقسيمها إلى مجموعتين رئيسيتين هما:

1.2.5 وسائل الاتصال غير اللفظي:

أما النسبة الباقية فتوصلها الوسائل الأخرى، ومن أهم الوسائل غير اللفظية التي يستعملها خبير العلاقات العامة عديدة أهمها: (تعبيرات الوجه، حركات الجسم، ووسائل مادية كالملابس، المفروشات، الحلي، ومعدات الديكور، الخ). أما الصور الفوتوغرافية والرسوم فهي تدعم بشكل جيد الكلمات، وتؤكد فعالية مضمون الرسالة اللفظية، وتعتبر الصور والرسوم مدعما جيدا في مجال العلاقات العامة، ورغم أهمية وسائل الاتصال غير اللفظي بالنسبة لخبير العلاقات العامة، لنقل الكثير من الأفكار والآراء والمشاعر إلى أفراد جمهوره الداخلي والخارجي. إلا أنها تصبح عديمة الجدوى ما لم تتوافر لدى خبير العلاقات العامة المهارات الاتصالية العالية والقدرة على استخدام هذه الوسائل إلى جانب وسائل الاتصال اللفظي والمزاوجة بينهما لضمان السير الحسن للعملية الاتصالية.

2.2.5 وسائل الاتصال اللفظي:

هي وسائل تعتمد على الرموز اللغوية، يعتمد عليها القائم بالعلاقات العامة لتوصيل أفكاره ومشاعره، وهي مقسمة كالتالي:

1.2.2 وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر:

– **الهاتف**: يستعمل داخل الإدارات بين الموظفين والعاملين باعتباره وسيلة ناجعة وفعالة تجذب انتباه الجمهور، خاصة عند اختيار الوقت المناسب للاتصال، وما زاد من فعالية الهاتف كوسيلة اتصال هي التطورات التي ألحقت به، مثل الرد الآلي أو تسجيل المكالمات. ويستخدم الهاتف عادة عند خبير العلاقات العامة لتلقي شكاوى الجمهور واقتراحاتهم وتقديم بيانات بسيطة عن المؤسسة بمجرد طلبها.

– **التلكس**: جهاز يشبه الآلة الكاتبة، يرسل ويستقبل رسائل مكتوبة، ويحتاج إليه العامل في مجال العلاقات العامة لإرسال النصوص والوثائق المكتوبة، ويعتبر أسرع بكثير من البريد العادي

– **الفاكس**: اخترع الفاكس كوسيلة جديدة وصمم لإرسال النصوص المصورة، وبما أن خبير العلاقات العامة يتعامل كثيرا مع الصور والرسوم، فإن الفاكس كان أنجع وسيلة وأسرع طريقة تستعمل في الاتصال إلى أن ظهر البريد الإلكتروني.

– **البريد الإلكتروني:** وسيلة سريعة واقتصادية للاتصال الشخصي غير المباشر ويتم من خلال ربط الحواسب ببعضها، أو ربطها بوسائل أخرى كالهاتف والفاكس والتلفزيون.

– **البريد الإلكتروني:** هو أحد تطبيقات الحاسوب يستخدم لإرسال الخطابات والنصوص المكتوبة أو المصورة أو المسموعة المرئية، ويستفيد خبير العلاقات العامة منه كوسيلة اتصال يوجهها وفق ما يخدم مصالح المؤسسة وجمهورها .

– **دوائر التلفزيون المغلقة:** هي إرسال خاص مستقل عن الإرسال المركزي، توجه فيه الكاميرات إلى المرسل في هذه العملية الاتصالية، ويكون عادة محاضرا في ندوة، أو مهندسا يشرح طريقة عمل آلة مثلا، وتسجل هذه الأحداث وتحفظ لمناسبات أخرى، وتتاح الفرصة للقائمين على العلاقات العامة أن يتعرفوا على قادة الرأي، وعلى السلوك الاتصالي لمختلف الجماعات بواسطة دوائر التلفزيون المغلقة

– **التقارير:** هي عرض الحقائق الخاصة بموضوع، مشكلة، حدث، أو أقوال معينة عرضا تحليليا مبسطا، وعن طريق التقرير تعكس الصورة الحقيقية للمؤسسة، وعند كتابة التقارير يجب على رجل العلاقات العامة أن يحترم الإجراءات الخاصة بالبحث العلمي.

– **لوحة الإعلانات:** وسيلة واسعة الانتشار في مختلف أنواع المؤسسات، يستعملها الإداريون في أخبار العمال والموظفين بالأوامر والتعليمات والتوجيهات، وتسهل لوحة الإعلانات على رجل العلاقات العامة الوصول إلى الجمهور الداخلي، وتساعده على القضاء على الشائعات أو المعلومات التي لا أساس لها من الصحة.[1]

المطلب الثالث : نشاطات العلاقات العامة

3– أنشطة خاصة بعملية العلاقات العامة:

لا يتوقف تنظيم إدارة العلاقات العامة على توزيع الاختصاصات وفقا للمعايير السابق عرضها (اتصاليا– نوعيا– وظيفيا– جماهيريا– جغرافيا)، وإنما يجب مراعاة الأنشطة المتخصصة التي تضطلع بها إدارة العلاقات العامة في أي منظمة، حتى تكون قادرة على أداء مهمتها.

ومن هذه الأنشطة ما يلي:

[1] الياس شوداني، مرجع السابق، ص 31

1.3 الاتصال: وهو جوهر عملية العلاقات العامة، فمن المعلوم أن العلاقات العامة نشاط اتصالى هادف. وتستخدم إدارات العلاقات العامة في نقل رسائلها إلى جماهيرها (الداخلية الخارجية) نوعين من الاتصال:

- **الاتصال المباشر من خلال:** اللقاءات - الزيارات - المؤتمرات - الندوات - الاجتماعات - المعارض – الاحتفالات.

– والاتصال غير المباشر من خلال: وسائل الإعلام الجماهيرية في الصحف والمجلات والمطبوعات المختلفة الإذاعة التليفزيون.

ومن ثم يجب تمثيل وظيفة الاتصال في البناء التنظيمي لإدارات العلاقات العامة وفقا للمعيار (المعايير التي تتوافق والاعتبارات المختلفة السابق الحديث عنها.

2.3 البحوث:

عمل البحوث والدراسات من الوظائف الهامة أيضا لوظيفة العلاقات العامة الحديثة. وعلى الرغم من إمكانية اعتماد إدارة العلاقات العامة على إحدى الإدارات المتخصصة في البحوث داخل المنظمة، أو الاستعانة بأحد المكاتب الخاصة الخارجية، فإننا نفضل أن يكون لإدارة العلاقات العامة قسما أو وحدة للبحوث والدراسات داخل بناءها التنظيمي ويعمل بها أفراد مؤهلين ومتخصصين في مجال بحوث الإعلام والرأي العام.

وتكون مسئولية هذا القسم (الوحدة) إعداد البحوث والدراسات والتقارير ذات الصلة بوظيفة العلاقات العامة، والتي تعين مدير الإدارة على اتخاذ القرارات المناسبة نحو المشكلات أو القضايا التي تعترض سير العمل في الإدارة، كما أن هذا القسم يضطلع أيضا بدور كبير في المساهمة في إعداد خطة عمل العلاقات العامة وفق أسس التخطيط الفعال لها.

3.3 المكتبة

تخصيص معظم إدارات العلاقات العامة قسما خاصا بالمكتبة ترتب فيه جميع المعلومات المتوافرة عن المؤسسة وجمهورها في سجلات تعد لهذا الغرض. كما تحفظ القصاصات الصحفية التي تتعلق بالمؤسسة أو العاملين بها بعد إضافة البيانات التي تبين مصدرها وتاريخها على ورقات تلصق بها وترتيب حسب تاريخ النشر، وتوضع في ظروف أو سجلات تيسر الرجوع إليها في أي وقت.

ولكن ذلك لايمنع بان تقوم المكتبة بدورها التقليدي في تقديم المعرفة والمعلومات التي تخدم مجال العمل في العلاقات العامة بما تضمه من مراجع وكتب، وأرشيف اليكتروني (حاسب آلي) لكل ما كتب عن الإعلام والرأي العام والعلاقات العامة.

كما يمكن أن تحفظ المكتبة مكتبة الكترونية من الأسطوانات المدمجة (CD6) في الموضوعات المختلفة التي يحتاج موظفو العلاقات العامة إليها في أعمالهم، أو أي من العاملين في المنظمة.

4.3 المساعدات الفنية:

قدمت ثورتا التكنولوجيا والمعلومات زخما كبيرا من الأجهزة والمعدات والتجهيزات التي أثرت العمل الإعلامي من كاميرات تصوير بأحجام وأشكال مختلفة وأجهزة تسجيل ومكساج، ومونتاج.... إلخ، فضلا عن الأجهزة الضوئية، وأجهزة الاتصالات التي تستخدم في مجالات الإعلام والعلاقات العامة

والاتجاهات الحديثة الآن تؤكد على أهمية وضرورة اعتماد إدارات العلاقات العامة على نفسها ذاتيا في إنتاجها الإعلامي المختلف سواء مقروء أو مسموع أو مرئى أو مرئى مسموع. ولذلك درجت الآن هذه الإدارات على إنشاء مراكز صحفية (إعلامية) داخلية تكون مسئولة عن كل ما يتصل بالعلاقات الإعلامية والإنتاج الإعلامي الذي يخدم رسالة العلاقات العامة، ومن ثم تضم فرقا مدربة من المتخصصين في هذه المجالات وتمدهم بكافة احتياجاتهم من الأجهزة والمعدات الكهربائية والاليكترونية.

5.3 إدارة، قسم، الشئون المالية والإدارية

لكي تؤدي إدارات وأقسام العلاقات العامة الفنية وظائفها على أكمل وجه تخصص في بنائها التنظيمي قسما مستقلا للشئون المالية والإدارية تكون مسئوليته الأساسية إعداد الأقسام الفنية بالمعدات والأدوات التي يتطلبها العمل الفني.

ويتباين حجم هذا القسم من مؤسسة إلى أخرى تبعا لحجم إدارة العلاقات العامة، وإن كان من الواضح أنه من الأقسام الأساسية التي يصعب الاستغناء عنها.

التقسيم السائد لإدارة الشؤون المالية والإدارية يكون وفقا للتنظيم التالي:

4. العلاقات العامة مسئولية الجميع

ظهرت العلاقات العامة وفقا لتطور نشأتها كوظيفة تضطلع بتحسين صورة المنظمة لدى جماهيرها النوعية تحقيقا للهدف الأساسي لها وهو نجاح المنظمة في تقديم أفضل سلعة أو خدمة، ومن ثم تحقيق الأرباح المستهدفة، أو الرضاء الجماهيري المطلوب.

وسعت إدارات العلاقات العامة مدعومة بجهود الخبراء إلى تحقيق هذا الهدف الذي يؤكد أهميتها وضرورتها يوما بعد يوم. وفي هذا المجال أكدت الدراسات العلمية والخبرات الميدانية على أنه مهما كانت جهود العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة فإنها لن تحدث بشكل ملموس، ما لم يكن الأداء الفعلي للمنظمة صادقا في تقديم أفضل سلعة، أو خدمة للمستهلك والجماهير، وكم من جهود خارقة بذلها مسئولوا العلاقات العامة في المنظمات، ولكنها باءت بالفشل لأن المنتج أو الخدمة لم تقدم بالقدر أو الشكل الذي روجت له العلاقات العامة

وحديثا لم بعد يكفي هذا ولذاك، فلم يعد بكفي جهود العلاقات العامة، في اتصالها بالجماهير وإحداث الأثر المطلوب من الأقناع والتأثير ولا جودة المنتج أو الخدمة، وإنما تطلب الأمر أيضا أن يتحمل كل فرد في المنظمة مسئولية تحسين العلاقة بالجماهير ومن ثم أن تصبح العلاقات العامة مسئولية جميع العاملين في المنظمة، وليس المراد إدارة العلاقات.

المبحث الثاني أنشطة إدارة العلاقات العامة في الجامعة I

5-أنشطة العلاقات العامة الجامعية

للعلاقات العامة في الجامعات نشاطات متعددة تمارسها في الأوقات العادية، وبدرجة أكبر في الأوقات التي تكون فيها الجامعة بحاجة للترويج عن نفسها. ومن أمثلة هذه الأنشطة: تنمية الثقافة العامة من خلال تنظيمها للندوات، وورشات العمل والمحاضرات والرعاية الصحية والاجتماعية للطلاب واستقبال الوفود الطلابية التي تزور الجامعة. إضافة إلى إعلام الطلاب وبخاصة الجدد منهم بكل ما يتعلق بنظم ولوائح الجامعة ونظام الدراسة وغيره من الأمور ذات الأهمية، وتنظم حفلات التخرج، وربط الخريجين بالجامعة وربط الجامعة بالمجتمع المحلي من خلال الدراسات التي تجريها, وتكون ذات فائدة للمجتمع، وتوطيد الصلة بوسائل الإعلام، وتوطيد العلاقة بين الجامعة وجهات الدعم المختلفة. بالإضافة إلى التبادل الثقافي بين الطلبة على مستوى جامعات العالم.[1]

1.5 أنشطة العلاقات العامة

المراسم: المعنى اللغوي والإصطلاحي لكلمة (مراسم):

[1] ورود عثمان شرباتي، واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية، قسم ادارة الاعمال، كلية الدراسات العليا و البحث العلمي، جامعة الخليل، 2011، ص 19- 20

المراسم في اللغة العربية مشتقة من كلمة (رسم) و(إرتسم له كذا) أي أمره به. أو (رسم على كذا) كتب وخط الكتاب. وإذا قلنا (ارتسم الأمر) أمتثله. يقال (إرسم له كذا فارتسمه) أي أمره به فأمتثل أمره. ويعني (الرسم)حسن المشي.

وبالتالي فإن إدارة المراسم: هي مجموعة من الإجراءات والتنظيمات والأساليب المتبعة في قواعد الأسبقية وعقد الاجتماعات والمؤتمرات والأنظمة والأعراف والتقاليد الواجب مراعاتها والتقيد بها في المناسبات الرسمية التي تقام من خلالها الزيارات والاستقبالات والحفلات والمآدب في داخل البلاد أوفي العلاقات الدولية الدبلوماسية. وكذلك تشمل إدارة المراسم التصرفات والمراسلات الرسمية والوثائق الخطية والإجراءات المرافقة والدلالة والترجمة للوفود الأجنبية وما إلى ذلك ...الخ .

فالمراسم كإدارة: هي علم لتنظيم العلاقات الإجتماعية سواء في محيط العمل أم داخل الأسرة الرسمية وشبه الرسمية[1].

- تنقسم المراسم حسب وظائفها إلى ثلاث أنواع:

1. **المراسم الرسمية أو الوطنية:** وهي التي تطبق بالنسبة للملوك ورؤساء الدول، وكذلك رؤساء مجالس النواب والوزراء.
2. **المراسم الدبلوماسية:** وهي تلك التي تطبق بالنسبة للسلك الدبلوماسية والمنظمات الدولية.
3. **المراسم الاجتماعية:** وهي التي تطبق بالنسبة للمؤسسات والجمعيات والافراد.[2]

إختصاصات إدارة المراسم:

1. الإهتمام بتنفيذ قواعد الأسبقية وقواعد البرتكول وتقديم المشورة اللازمة بشأنها في جميع المناسبات والحفلات الرسمية.
2. تهيئة وتنظيم جميع المؤتمرات والندوات والإجتماعات إبتداء من إرسال الدعوات إلى نهاية عقد المؤتمرات.
3. الإستقبال والتوديع للوفود الرسمية وتقديم التسهيلات اللازمة لها.
4. وضع وتنفيذ برامج الزيارات بما يتناسب مع رغبات وأهمية ووقت وأماكن ومدة الزيارة وعدد الضيوف أو الزائرين.
5. القيام بحجز الأماكن الخاصة بالسكن أو وسائط النقل بما يتناسب مع برنامج الزيارة وأهمية الضيوف والظروف المحيطة.[3]

البرتكول:

[1] الكافي و اخرون، التخطيط الاعلامي، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 146

[2] سفير سعد الطمبيزي، دليل ممارسة الدبلوماسية و المراسيم، دار الزمباوي العالمية للنشر، اردن عمان، 2014، ص 51

[3] مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات و المراسم، دار اسامة للنشر، عمان الاردن، 2016، ص153

مفهوم البروتكول الرسمي والدبلوماسي: البرتكول مجموعة الإجراءات والتقاليد والأعراف وقواعد اللياقة المكتوبة وغير المكتوبة التي تسود المعاملات والاتصالات الدولية وتحكم السلوك الرسمي والدبلوماسي كقواعد مقننة متفق عليها ومعترف بها, ويتم مراعاتها والتقيد بها في المناسبات الوطنية وفي العلاقات الدولية الرسمية والدبلوماسية. ويمكن تصنيف مجالات البرتكول الرسمي والدبلوماسي إلى ثلاث فئات:

الفئة الأولى: برتكول الملوك والرؤساء وكبار مسئولي الدولة: وتشمل كل ما يتعلق بالملوك والرؤساء وكبار المسؤلين مثل قواعد الأسبقية والإجراءات الخاصة بالاستقبال وتوديع وتبادل الأوسمة ومؤتمرات القمة...الخ.

الفئة الثانية: بروتكول التمثيل الدبلوماسي: وتشمل كل مايتعلق ببرتوكول السلك الدبلوماسي وأعضاءه والقواعد المتبعة في تقديم أوراق الاعتماد والأسبقية والمقابلات الرسمية والزيارات وغيرها.

الفئة الثالثة: بروتكول الوثائق الرسمية: وتشمل كل ما يتعلق بصياغة المعاهدات والإتفاقيات والمذكرات السياسية وألقاب الملوك والرؤساء وعبارات المجاملة المستخدمة في المراسلات. [1]

الاجتماعات: تستهلك الاجتماعات جزء كبيرة من وقت المشرفين والمديرين، وكذلك الأفراد أعضاء الإجتماعات، فقد توصلت إحدى الدراسات الحديثة إلى أن حوالي 5 16مليون من المدراء في الإدارة الوسطى يستخدمون حوالي ثلث ساعات عملهم في الإجتماعات، بينما يستخدم أعضاء الإدارة العليا حوالي 50% من ساعات عملهم في نفس الغرض. ويتمثل الاجتماع في لقاء أكثر من فرد في مكان محدد وزمن محدد للتبادل والتشاور الراي في موضوع أو مشكلة بغرض تحليلها وإتخاذ قرار بشأنها وينطوي الاجتماع على مفهوم التعاون بين أفراد قد تختلف ثقافتهم وخبراتهم ومع ذلك يحاولون معا عن طريق المناقشة الموضوعية الوصول إلى حل للمشكلات المعروضة عليهم

عناصر الاجتماعات:

- العنصر البشري : المشاركين في الاجتماع.
- العنصر المادي :مكان الاجتماع من حيث صلاحيته وتجهيزه.
- موضوع الإجتماع: الموضوع الذي سيكون حوله النقاش والبحث.
- التفاعل: تفاعل المجتمعين مع موضوع المناقشة لإبداء الرأي .

أهداف الإجتماعات:

[1] بهنسي، البروتكول الرسمي و الدبلوماسي، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2013، ص17

- طرح المعلومات وتبادل الأفكار والآراء حول موضوع الاجتماع.
- مناقشة سياسة طويلة الأجل.
- دراسة ظاهرة ما وتحديد أبعادها.
- الإلتزام بواجب محدد.
- دراسة موضوع متخصص والوصول الى قرارات بشأنه.
- دراسة نتائج أداء معينة لجهة معينة في وقت معين. [1]

غالبا ما يكون الهدف من وراء الإجتماعات أحد الأسباب التالية:

1. نقل أو تبادل المعلومات.
2. إصدار التعليمات.
3. الفصل في المنازعات.
4. بحث الشكاوي .
5. . إصدار القرارات.
6. إستحداث أفكار مبتكرة.
7. تبادل وجهات النظر حول موضوع محدد.
8. تبادل وجهات النظر حول مشكلة ما.
9. إقتراح الحلول للمشكلة.

الحوارات:

أهمية الحوار: يعد الحوار من أفضل الوسائل الموصلة إلى الإقناع وأحسنها، وتغيير الإتجاه الذي يدفع تعديل السلوك الإنساني، ولأن الحوار ترويض للنفوس وتعويدها على قبول النقد والتعامل الإيجابي معه.

وإحترام أراء الأخرين من الأساسيات التي يقوم عليها الحوار، فإن أهميته تتجلى في دعم النمو النفسي والتخفيف من مشاعر الكبت وتحرير النفس من الصراعات والمخاوف والقلق والمشاعر العدائية تجاه الذات والآخرين، فهو بشكل عام وسيلة بنائية علاجية تساعد في حل كثير من المشكلات.

[1] احمد محمد، اعداد و تنظيم المؤتمرات و الاجتماعات، حفلات، زمزم ناشرون و موزعون، عمان الاردن، 2010، ص19

قواعد إجراء الحوار:

1. الإستماع الإيجابي.
2. حسن البيان.
3. يحتاج المحاور إلى الجاذبية.
4. يحتاج المحاور إلى فقرة الإفتتاح لأفته الإنتباه محاوره.
5. على المحاور أن يستخدم الوسائل والأساليب الحسية والمعنوية.
6. ضبط الإنفعلات . [1]

كيفية إدارة المهرجانات والأحداث:

من المهم معرفة مصدر نشأة المهرجانات والأحداث الخاصة فقد تأتي مبادرات إقامة مهرجان من القطاع العام، حيث تستثمر السلطات مواردها في إقامة الإحتفالات ذات الطابع القومي كتكريم الأبطال القومين الإحتفال بأحداث ماضية بارزة، وقد تكون إدارة المهرجانات مركزية مع كون الاستثمار مقدم من القطاع العام أو الهيئات العامة أو قد تكون غير مركزية من خلال تخصيص اللجان المحلية أيام الاحتفالات القومية خاصة ذات طابع محلي مميز.

بشكل عام ستحدد دراسة الجدوى أفضل شكل من الملاءمة بين الحدث وموقعه والجهة المضيفة له وسجل المتابعة التنظيمية. [2]

المعارض:

وظيفة العلاقات العامة في المعارض:

1. إعداد خطة التغطية الإعلامية للحدث
2. . إعلان مسئولو الإعلام عن مكان وزمان المعرض.
3. تسهيل نقل مقتنيات المعرض لكل عرض إلى الجناح المخصص له.
4. المشاركة في إختيار ديكور المعرض.
5. إختيار وإعداد مسئول إعلامي (متحدث رسمي) للمعرض

[1] رضوان المحمود، العلاقات العامة في الإعلام، دار أسامة للنشر، عمان، 2010، ص89

[2] يومان وآخرون، كيفية إدارة المهرجانات والأحداث، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008،ص 68

6. إعداد دليل المعرض والنشرات والملصقات واللوحة الرئيسية

المطلب الاول : إدارة العلاقات العامة في الجامعة

6. إدارة العلاقات العامة :

إدارة العلاقات العامة ومكانتها في الجامعة

من الضروري أن يكون الاقتناع بأهمية العلاقات العامة وفهم وظائفها ومجالاتها من أهم المقومات الأساسية لمن يشغل مسؤولية العلاقات العامة في المؤسسة فلا يكفي أن تتبع العلاقات العامة أعلى المستويات الإدارية فقط بل ينبغي أن يوازي تلك اقتناع بأهميتها عند الإدارة العليا)-[1]

ويبقي على العاملين في العلاقات العامة الإيمان بأن العلاقات العامة (علما ومهنة متجددة وليست ثابتة على وظائفها وأهدافها ونشاطاتها التقليدية وهذا التطور والتجدد يخضع بالضرورة إلى التغيرات التي يشهدها المجتمع وبدرجة لا تقل أهمية عن البحوث التي تجريها العلاقات العامة التي تكشف بين الحين والأخر عن احتياجات ومتطلبات جديدة للعلاقات العامة وهذا يفرز أحيانا مهمات جديدة للعلاقات العامة ينبغي العمل بها واعتمادها كإحدى وظائف العلاقات العامة .

1.1.6 إدارة العلاقات العامة في الجامعات:

يعتبر التعليم بمجمله رسالة مقدسة تهدف إلى الارتقاء بالمستوى الفكري والثقافي والحضاري للإنسان، ويعتبر الأداة الرئيسة في التقدم وصنع الحضارة البشرية. وهذا يلقي بمسؤوليات كبيرة على عائق القائمين على التعليم ويطلب منهم بذل قصارى جهدهم من أجل نشره وجعله قيمة أساسية في المجتمع، والتعليم كغيرة وجهة من أوجه النشاط العديدة التي يمارسها المجتمع والتي ترتبط بالتغيرات الحاصلة. لذلك فهو ليس بمنأى عن مواجهة المشكلات والقضايا والأزمات. [2]

[1] W. Pickard The Relation of the Universities to Public Administration" quoted from the Joint Memorandum of the Provincial Universities 1999

[2] برغوث علي، العلاقات العامة اسس نظرية و مفاهيم عملية، 2007، ص 10

وبما أن الإدارة تعتبر السبب الرئيس في نجاح أو فشل أي كيان بشكل عام. فإنها في مجال التعليم تكتسب أهمية خاصة. وتعتبر العلاقات العامة من أهم الإدارات التي تولي اهتماما كبيرا في إدارة التعليم كونها تكشف عن أية قضايا أو مشكلات أو أزمات تحل بالكيان التعليمي وللعلاقات العامة في مجال التعليم عدة وظائف:[1]

- مد جسور الثقة بين الجهة المشرقة على التعليم وبين المجتمع.
- إقامة علاقات جيدة بين كافة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية العاملة في المجتمع.
- دراسة رغبات واحتياجات المجتمع ونقلها إلى المسؤولين عن التعليم.
- إقامة علاقات جيدة مع وسائل الاتصال.
- الاهتمام بالموظفين وارساء قواعد الثقة بينهم وبين الادارة .
- إجراء الصالات مع المؤسسات والهيئات التعليمية في الداخل والخارج. والتنسيق معها في القضايا التعليمية.

ومن الأسباب الضرورية لوجود جهاز للعلاقات العامة في الجامعات مايلي:

تعدد الأنشطة الجامعية في المجتمع وتشابك العلاقات بجماهير متنوعة.

اختلاف توجهات الطلاب الجامعين وتنوع احتياجاتهم.

إن القطاع الجامعي يعتبر في نهاية المطاف بالنسبة إلى الطلاب هو تلقي التعليم

مما يشكل أهمية كبيرة في ترك الأثر الإيجابي لديه في جامعته.

المطلب الثاني : جماهير ومكانة العلاقات العامة في الجامعة

2.6 جماهير العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي:

يستخدم اصطلاح الجمهور في العلاقات العامة ليشير إلى أي جماعة مكونة من فردين أو أكثر تربطهم مصلحة أو أهداف مشتركة. ويتأثر هذا الجمهور ببعض المنظمات القائمة ويؤثر فيها في نفس الوقت ؛ أي أن وظيفة التأثير ثنائية بين الجمهور والمنظمة. والفرد الواحد ينتسب إلى أكثر من جمهور بتعدد الوظائف الاجتماعية التي يمارسها، ولذلك فإن عدد الجماهير لا يمكن حصره برقم معين فهو تقريبا عدد لانهائي. ومع هذا فإنه من الضروري في العلاقات العامة تحديد أهم الجماهير بالنسبة للمنظمة وأكثر الوسائل فاعلية في الاتصال بهذه الجماهير.

[1] الخطيب، سعادة راغب، المدخل الى العلاقات العامة، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، ط1، 2000، ص47

ونتناول فيما يلى جماهير العلاقات العامة في الجامعات والمعاهد العليا موضحين أهمية كل من هذه الجماهير في تكوين السمعة الطيبة للجامعة

1- جمهور الطلاب:

يعتبر جمهور الطلاب من أهم الجماهير التي يجب أن تهتم بها العلاقات العامة في التعليم العالي. فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع فئات المجتمع، فمنهم من يأتي من الريف ومنهم من يأتي من الحضر، أو من الحقول ومن المصانع. ومن الطبيعي أن يكون هؤلاء مرآة الجامعة في البيئة التي حضروا منها، فإذا كانت تجربتهم مريرة فسوف يظهرون ذلك أيضا بين مواطنيهم.

ولذلك ينبغي أن تقوم الجامعة ببث الغيرة والمسئولية بين طلابها ليكونوا خير سفراء لها في أي مكان يذهبون إليه. ولكي يتحقق هذا الهدف ينبغي حث الطلاب على المشاركة في البرامج التي تستهدف بث الغيرة والمسئولية في طلاب الجامعة سواء كانت هذه البرامج في إطار النشاط الرياضي أو الفني أو الاجتماعي بصوره المختلفة. ومن الضروري أن يشارك في تحقيق هذا الهدف قادة الطلبة، وأعضاء هيئة التدريس، وإدارة الجامعة

ومن أهم وسائل هذه المشاركة أن يكون للطلاب صوت في معظم المجالس الجامعية. وقد بدأ هذا الاتجاه ينتشر في الجامعات الأمريكية في أواخر الستينيات. وقد اقترحت الرابطة القومية لجامعات الولايات والمعاهد العليا الأمريكية في عام 1970م، أن تتاح الفرصة للمشاركة الطلابية في إقرار سياسة الجامعة والقرارات الخاصة بالمناهج كوسيلة فعالة لتخفيف حدة حركات الرفض الطلابية [1].

2- الإدارة وأعضاء هيئة التدريس:

يعتبر عمداء الكليات أو أعضاء هيئة التدريس من أهم مصادر الأخبار بالجامعة. ومن الضروري أن يعمل أعضاء هيئة التدريس بأي كلية كفريق متكامل كمنطلق لأي برنامج ناجح للعلاقات العامة. ومن الطبيعي أن يكون عميد الكلية أو رئيس الجامعة – بحكم منصبه ومكانته – قائدا لهذا الفريق، ومن ثم فإن الشخصية القوية لكل منهما ضرورية لإضفاء الهيبة على ذلك القائد، وكسب ثقة الجمهور فيه. كما أن حساسية هذا العميد أو رئيس الجامعة وإدراكه لأهمية العلاقات العامة يساهم بلا شك في تنمية الاهتمام بها على المستوى العام للجامعة

[1] علي السيد ابراهيم عجوة، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، كلية الاعلام، القاهرة، ص 190 191

وقد أصبح من المألوف الآن أن يؤخذ في الاعتبار عند ترشيح رئيس الجامعة قدرات المرشحين في مجال الاتصال والتفاهم مع الآخرين، أي في مجال العلاقات العامة. وأصبح تعريف إدارة الجامعة المنبثق عن رؤساء جامعات الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1969م، يعني الاتصال بين مختلف الجماعات التي لها صلة بالعملية التعليمية داخل الجامعة. ولم يكن غريبا بعد ذلك أن تكون الجامعات التي تحقق قدرا كبيرا من النجاح في التغلب على المشكلات المتعلقة بإدارة الجامعة هي تلك التي تستطيع أن تبقى قنوات الاتصال مفتوحة بين مختلف الجماعات التي لها صلة بالعملية التعليمية).[1]

كما أن عضو هيئة التدريس يلعب دورا هاما في تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمي الذي يبذله، والنصائح والتوجيهات التي يقدمها لطلابه، والبحوث التي ينجزها وكل ما تجود به مواهبه في سبيل الخدمة العامة. كما أن العاملين على مختلف المستويات الإدارية بالجامعة يساهمون في تكوين هذه الصورة من خلال الأداء الحسن الذي يتسم بروح الود والصداقة

ولكي يتحقق هذا الأداء الحسن ينبغي أن تتوافر لدى أعضاء هيئة التدريس والعاملين على مختلف المستويات الإدارية معلومات كافية عن سياسات الجامعة وبرامجها ومشكلاتها. وهذا يتطلب ضمان تدفق المعلومات على المستوى الداخلي بشكل مستمر.

3- المجتمع المحلي:

من الضروري أن يتضمن برنامج العلاقات العامة بالجامعة اهتماما خاصا بالجماهير الخارجية التي ينبغي الاتصال بها، والتأثير فيها لكسب ثقتها، والتعرف على مشاكلها والمساهمة في تحقيق الرخاء والرفاهية لها . ومن ناحية أخرى، فإن الجماهير التي تكون المجتمع المحلي يمكن أن تمد يد العون للجامعة إذا أتيح للمواطنين أن يعبروا عن آرائهم في سياسات الجامعة التي تؤثر بشكل مباشر عليهم.

4- أولياء الأمور:

ويمثل أولياء أمور الطلاب نواة طبيعية لتأييد الجامعة. ولذلك يكون الاتصال بهم مثمرا إذا حصلوا على معلومات كاملة عن إنجازات الجامعة وسياساتها ومشروعاتها المستقبلية. وكذلك أن تحسن الجامعة الاستماع إلى آراء أولياء الأمور، وتناقشها بهدف الاستفادة منها عند تخطيط السياسات الجديدة أو تعديل السياسات القائمة. وينبغي أن تكون هناك

[1] علي عجوة، العلاقات العامة و القضايا التنمية في مصر، مكتبة عالم الكتب، القاهرة، 1977، ص 22

بعض الأنشطة الترفيهية التي يشترك فيها أولياء الأمور مع الطلاب والأساتذة والإداريين في بعض المناسبات والاحتفالات التي تقيمها الجامعة، ومن بينها بالطبع احتفالات التخرج

5- الخريجون:

تقيم معظم الكليات جمعيات للخريجين يكون هدفها الأساسي تنمية الولاء والشعور بالانتماء للكلية والجامعة التي تخرجوا منها. ويعتبر جمهور الخريجين أهم الجماهير الخارجية للجامعة بما يمكن أن يقدمه لها من ذكر حسن في كل مكان. كما أن للخريجين دورا فعالا في زيادة الدعم والتأييد للجامعة إذا كانت معلوماتهم عنها متجددة باستمرار. ومن أجل هذا تحرص الجامعات الأمريكية على ضمان تدفق الاتصال مع جمهور الخريجين وترسل إليهم المجلات الخاصة بهم بانتظام.

وقد ظهرت أهمية الاتصال بهذا الجمهور بشكل واضح في الأزمات والاضطرابات التي وقعت في الجامعات الأمريكية في أواخر الستينيات. فقد كان من الضروري أن يقف الخريجون على حقيقة ما حدث في جامعاتهم. وهذا ما فعلته جامعة كورنيل Cornell University حينما بعثت بمائة وخمسة عشر ألف نسخة من صحيفتها إلى خريجيها وإلى الشخصيات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة لها .[1]

ومن المفيد أن تقوم إدارة العلاقات العامة بالجامعة بالتعاون مع الخريجين بإصدار مجلة للخريجين تكون وسيلة للاتصال بين الجامعة وخريجيها، وإذا كانت الموارد المالية لا تسمح بذلك فينبغي أن يخصص ركن ثابت في صحيفة الجامعة للخريجين وتكون الفائدة في هذه الحالة مزدوجة حيث تتحقق الرابطة بين طلاب الأمس وطلاب اليوم.

6- رجال الإعلام:[2]

تبرز أهمية رجال الإعلام بالنسبة لكافة المنظمات والمؤسسات الخاصة والعامة وكذلك بالنسبة للشخصيات العامة للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام وتشكيل الاتجاهات نحو فرد معين أو مؤسسة معينة. ولما كانت الجامعات والمعاهد العليا من أهم المؤسسات العامة التي تشغل الرأي العام فمن الضروري تنمية العلاقات مع رجال الإعلام، وتوطيد الصلات المستمرة بهم، وإمدادهم بالمعلومات الصحيحة، والإجابة عن أسئلتهم واستفساراتهم بالنسبة

[1] محمد صبحي عبد الحكيم، دراسة السكانية، نشرة شهرية يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الأسرة والسكان، العدد 15، ديسمبر 1974، ص16

[2] علي السيد ابراهيم عجوة ، مرجع سابق، ص 194.

للموضوعات المختلفة، ودعوتهم لحضور الاحتفالات، والمؤتمرات والندوات، والمحاضرات العامة، وكافة الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في الجامعة وكذلك عند افتتاح منشآت جديدة أو تنفيذ مشروعات تتعلق بخدمة المجتمع المحلي.

7- الجماعات المهنية والشركات والهيئات الحكومية:[1]

تهتم كل جماعة مهنية بالتطور الذي يحدث في الجامعة في نطاق تخصصها سواء كان ذلك من حيث المناهج، أو البحوث، أو حجم الخريجين المرتقب، ومستواهم العلمي. وتنعكس الصورة الطيبة للجامعة على هذه الجماعات فيصبح التعاون ممكنا بين الطرفين في مجال تدريب الطلاب وتشغيل الخريجين. هذا بالإضافة إلى التطبيق العلمي للبحوث التي تجريها الجامعة في التخصصات المختلفة حتى لا تظل هذه البحوث حبيسة المكتبات وتضيع الفائدة المتوقعة من إجرائها.

كما أن التعاون مع الشركات والهيئات الحكومية يضمن للجامعة الدعم المالي الذي يشكل نسبة كبيرة من موارد الجامعات. بالإضافة إلى أن كسب ثقة هذه الجهات يفتح آفاق العمل أمام الخريجين المتخصصين، ويحقق وضع الخريج المناسب في المكان المناسب. كما تتيح بعض الشركات والهيئات الحكومية فرص التدريب العملي للطلاب. والذي أصبح عنصرا أساسيا في مواد بعض الأقسام ولا يكتمل بدونه إعداد الطالب إعدادا صحيحا.

المطلب الثالث: تقسيم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها

7. تقسيم أنشطة العلاقات العامة:

تنقسم أنشطة وإعمال العلاقات العامة إلى قسمين رئيسيين: أولهما لصيانة المنشاة من الأخطار التي تحدق بها والثاني علاجي لحل المشكلات التي تواجهها بعد حدوثها و بالإضافة إلى ذلك يوجد نشاط ثالث خاص بمواجهة المشكلات الراهنة. وسواء كان نشاط العلاقات العامة وقائيا أم علاجيا أم لمواجهة مشكلة راهنة فانه يتحتم أن يكون مبنيا على أساس من التنظيم والإعداد .

8. وظائف وأنشطة العلاقات العامة في الجامعة

- طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات وعمل الأفلام التسجيلية.
- القيام بالنشاط الإعلامي الخاص برسالة المنشأة وأهدافها ومشروعاتها سواء بالنسبة للجمهور الداخلي والخارجي.
- القيام بالنشاط الاجتماعي والرياضي والترفيهي في المنشأة.

[1] علي السيد ابراهيم عجوة، مرجع سابق، ص 194

- تنظيم استقبال الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.
- تخطيط وتنفيذ الإعلان عن منتجات المنشأة وخدماتها.
- متابعة كل ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة عن المنشأة وعرضه على الإدارة واعداد الردود عليه.
- القيام بأعمال التسهيلات.
- تقديم الخدمات الطبية والعلاجية للعاملين.
- تقديم الإعانات المالية للعاملين بعد القيام بالبحوث الإجتماعية اللازمة عليهم.
- تجهيز وتنفيذ المعارض المحلية والإقليمية
- متابعة ما ينشر عن المنشأة وصورتها في نظر الرأي العام وتحليل تلك المعلومات وتقديمها للإدارة العليا
- الإشراف على نشاط المكتبة وخدمات التوثيق بالمنشأة.
- تقديم أكبر قدر ممكن من الخدمات والتسهيلات والبيانات الإعلامية إلى عملاء المنشأة والقيام بالاتصال المباشر بهم لحل مشاكلهم.
- بحث شكاوي العاملين بالمنشأة والعاملين معها ومحاولة إزالة أسبابها .
- تسهيل مهمة الوفود الأجنبية القادمة للتعاون في تنفيذ المشروعات.
- نقل صورة كاملة عن إتجاهات الجماهير نحو سياسة المنشأة وعرضها على الإدارة العليا.
- تزويد وسائل الإعلام المختلفة بكافة البيانات والمعلومات.
- إعداد برامج احتفالات المناسبات القومية والدينية، والتنسيق بين جهود المنشأة والمنشآت الأخرى في هذا المجال.
- تنظيم زيارات إجتماعية للعاملين في ا لمناسبات المختلفة ومشاركتهم فيها
- الاتصال الشخصي بعض فئات الجمهور المتعاملين مع المنشأة.
- تنظيم زيارات داخلية لبعض العملاء بالمنشأة.
-الاتصال بمختلف الأجهزة والمصالح لإنجاز أيه مطالبه خاصة[1]

[1] (http://etudiantdz.net/vb/t15227.htmml)

خاتمة الفصل:

من خلال ما سبق نستنتج أن العلاقات العامة هي المحرك الأساسي والرئيسي لإدارة العلاقات العامة فهي تعتمد على مجموعة من البرامج والأنشطة ذات العلاقة بالأفراد والجماعات التي تعمل في مديرية جامعة ابن خلدون تيارت وخارج المديرية للحصول على ثقتهم وبناء صورة حسنة وواضحة للجماهير داخليا وخارجيا.

الفصل الثاني: التقنيات الحديثة

- تمهيد.
- المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للتقنيات التكنولوجيا الحديثة
- المطلب الأول: ومفهوم نشأة وتطور تقنيات الاتصال
- المطلب الثاني: وسائل التقنيات التكنولوجية الحديثة.
- المطلب الثالث: أهمية ومميزات التقنيات الحديثة
- المبحث الثاني: دور التقنيات الحديثة في العلاقات العامة
- المطلب الأول : السيمات العامة للتقنيات الحديثة
- المطلب الثاني: دور التقنيات الحديثة في الوظائف الإدارية
- المطلب الثالث: استخدام تكنولوجيا المعلومات واتصال في مجال العلاقات العامة
- خلاصة الفصل

تمهيد :

شهد العصر الحديث تطورا سريعا في التقنية وأجهزتها ومجالاتها وتطبيقاتها، وأصبحت لها تأثيرات واضحة في العديد من مناحي الحياة، ومع التطور في مجال التقنية تعددت الأجهزة والأدوات المستخدمة وشهدت تطورا ونموا مسارعا خلال السنوات السابقة، حيث تطورت وسائل الاتصالات وشبكات الحاسب الآلي والانترنت وأصبحت تستخدم وبشكل كبير في مختلف المؤسسات الحكومية والخاصة لما لها من فوائد عديدة في إنجاز الأعمال، ولعل أبرز الأجهزة والمعدات التي تعمل بالتقنيات الحديثة هو جهاز الحاسب الآلي الذي يستخدم بشكل أساسي في العديد المؤسسات والبنوك بالإضافة إلى أجهزة الفاكس إيمايل والتلكس وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية، وأجهزة المراقبة الليلية، وشهدت السنوات السابقة تطورا هائلا في العديد من الأجهزة التي تعمل بالتقنيات الحديثة لتلبية حاجات الأفراد والمؤسسات وتمثلت في ظهور الأجهزة التي تتصل بالأقمار الصناعية وتستخدم تقنية GPS في تحديد المواقع، وأجهزة التصوير الرقمي والرادارات والاستشعار عن بعد، بالإضافة إلى استخدام البريد الإلكتروني لإرسال الرسائل واستقبالها في نطاقات بعيدة وفي أوقات قصيرة.

المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للتقنيات التكنولوجيا الحديثة

المطلب الأول : مفهوم ، النشأة ، التطور

مفهوم التقنيات الحديثة:

للتقنية عدة مفاهيم، فقد عرفها عيد بأنها "الأدوات المستخدمة والأساليب المبتكرة التي أفرزها العقل البشري الذي طوره العلم والخبرة والمعرفة لتحقيق نتائج أفضل من النتائج التي تحققها الأدوات والأساليب السابقة من خلال توفير الوقت والجهد وتقليل التكلفة"، أما الزهراني فيعرفها بأنها "تغذية ومعالجة وتخزين واستخدام المعلومات الرقمية والنصية والمصورة والصوتية باستخدام تقنيات الحاسب الآلي والاتصالات"، أما الحازمي فيرى أن التقنية هي: "مجموعة من المعارف والخبرات والمهارات المتاحة والمتراكمة والمتصلة بالآلات والسبل والوسائل والنظم والموجهة لأجل خدمة أغراض محددة". أما القاسم فيري التقنية بأنها "الأجهزة وما يتعلق بها من شبكات ونظم شغل وبرامج ".

والتقنيات الحديثة من وجهة نظر الباحث هي استخدام العلم والمعرفة والخبرة في ابتكار وسيلة جديدة لرفع الأداء باستخدام الأنظمة الرقمية والمعدات الإلكترونية وكافة الأجهزة التي تعمل بالتقنيات الحديثة.

ومن هذا المنطلق فإن جامعة ابن خلدون تعتبر من المؤسسات التعليمية التي تستخدم التقنيات الحديثة في جميع تعاملاتها الإدارية والتعليمية، وتسعى إدارة الجامعة بشكل كبير في تحويل الجامعة من الأنظمة الورقية إلى الأنظمة الرقمية، فجميع إدارات الجامعة تقدم خدماتها للمستفيدين إلكترونيا، وبإمكان الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وجميع المنسوبين الاستفادة من الخدمات التي تقدمها الجامعة لهم باستخدام الحاسب الآلي وشبكة الانترنت والهواتف الذكية.[1]

2. النشأة والتطور

تطور تكنولوجيا الاتصال:

من خلال العرض السابق لمفاهيم الاتصال وتقنياته نجد أن تطوره ما هو إلا انعكاسا لتطور المجتمع الإنساني، فقدرة الإنسان على الاتصال ترتبط بما حباه المولى عز وجل من قدرات وعقل منظم وفكر منطقي وخواص حسية تمكنه

[1] ياسر بن محمد صالح العربي، التدريب على التقنيات الحديثة ودوره في رفع أداء منسوبي الأمن والسلامة لجامعة ملك سعود، رسالة ماجيستر، قسم العلوم الإدارية، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2015، ص 32

من توصيل أفكاره للآخرين، ومعرفة ردود أفعالهم، فهذا التطور انعكس في اكتشافاته وإبتداعاته للتقنيات والأدوات والوسائل التي وسعت قدراته الحسية على الاتصال، بل وتوسع نطاق اتصاله مع الآخرين وعليه فيصبح التطور في تقنيات الاتصال نتاجا للرقي البشري وتطورا للحضارة الإنسانية. ولذلك اعتبر الاتصال محور الخبرة الإنسانية، فأبرز ما يميز الإنسان عن الكائنات الأخرى هو قدرته على التعبير عن أفكاره.

وقد ظهرت هذه القدرات في العصور الأولى من تاريخ البشرية عندما ابتكر الإنسان رموزا صوتية من أجل الاتصال مع الآخرين إضافة لذلك فالتجمعات البشرية تعتبر، بداية العمليات التفاهم الإنساني بإستخدام الإشارات ثم تطورت وبلغت أعلى درجات الارتقاء حينما بدأ الإنسان في إستخدام اللغة، فكانت هذه المرحلة بمثابة الثورة الأولى في مجال الاتصال الإنساني، إذ أصبح من الممكن أن تجمع البشرية حصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها عن طريق الكلام.

أما ثورة الاتصالات الثانية فقد بدأت مع اختراع الكتابة حيث قدم السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم وعرفت بالطريقة السومرية منذ حوالي 3600 عام قبل الميلاد، فالألواح الطينية التي كتبوا عليها قد ساعدت على حفظ الفكر السياسي والإجتماعي والفلسفي في مراحله الأولى ولكن الكتابة وحدها لم تكن كافية لحل مشكلات الاتصال مما جعل الكتب محتكرة عند رجال الدين والأغنياء. وفي هذا العصر سادت الفردية وأصبحت الغالية على طابع الاتصال أما المرحلة والتي تعد من المراحل الهامة في التاريخ البشري هي مرحلة إقتران الاتصال بالطباعة في منتصف القرن الخامس عشر ولكن نمو ثورة الاتصال أو اكتمالها بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال كإستجابة المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية في النصف الأول من القرن العشرين فحينها برزت حاجة المجتمعات الصناعية لإكتشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية نسبة لأن الأساليب التقليدية أصبحت لا تلبي التطورات في عالم الصناعة ومنذ ذلك الوقت إكتسبت وسائل الاتصال أهمية كبيرة وخاصة الوسائل الإلكترونية بإعتبارها القنوات الأساسية في نقل المعلومات والأخبار والترفيه مما زاد الإهتمام بقضايا الأفراد وواقعهم الاجتماعي وطموحاتهم وأحلامهم كما استطاعوا التعبير عن همومهم العاطفية بالشكل الذي يساعدهم على الاسترخاء والتفكير وانطلاقا من هذا الفهم نجد أن وسائل الاتصال وتقنياته الحديثة هي النافذة السحرية ليرى الإنسان ذاته وعالمه من خلالها.

ولذلك عرف (تشارلز كولي Colly)[1] الإتصال بأنه ذلك المكانيزم الذي يمكن من نمو وتطور العلاقات الإنسانية فقد ساعد على تطور الرموز العقلية بواسطة آليات نشرها بأكبر سرعة وكفاءة ممكنة على الرغم من وجود البعد الزماني والمكاني وبالتالي فالاتصال وتقنياته ما هو إلا تعبير عن الآلية التي توجد فيها العلاقات الإنسانية باستعمال الرموز ووسائل نقلها وحفظها، فالكثير من الباحثين قد قسموا مراحل تطور المجتمع الإنساني والتي اعتبر (دانيل بل) أن كل مرحلة منها بمثابة مرحلة متميزة من ثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات حيث قسمها إلى أربعة مراحل هي:

مرحلة اللغة الملفوظة. (Speech).

1. مرحلة اللغة المكتوبة(Writing).
2. مرحلة الاتصالات عن بعد السلكية واللاسلكية (Telecomm Calions)

أما الأستاذ حمدي قنديل) فقسم الاتصال الإنساني لخمس ثورات أساسية هي:

1. **الثورة الأولى**: ابتكار اللغة المنطوقة
2. **الثورة الثانية**: ظهور اللغة المكتوبة
3. **الثورة الثالث**: ظهور اللغة المكتوبة
4. . **الثورة الرابعة**: الاتصالات السلكية واللاسلكية
5. **الثورة الخامسة**: الأقمار الصناعية[2]

وبصورة عامة تم تقسيم المراحل التي مرت بها تكنولوجيا الاتصال عبر العصور المختلفة إلى المراحل التالية : [3]

المرحلة الأولى: المرحلة الشفافية:

يطلق على هذه المرحلة الشفافية الكلية أو مرحلة ما قبل التعلم ووسيلة الاتصال هي الكلمة المنطوقة ثم ظهرت بعد ذلك أبرز وسائل الإبداع والتواصل الحضاري متمثلة في الشعر المسترسل حيث يحصل الإنسان على المعلومات أساسا عن طريق الإستماع.

[1] محمد عثمان علي بابكر، التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة، رسالة ماجيستر، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، 2015، ص 74- 75

[2] حمدي قنديل، اتصالات الفضاء، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1985، ص 65

[3] حسن عماد، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع،القاهرة، 2009، ص 57

فأسلوب الحياة فرض على الإنسان أن يؤمن بما يقوله الآخرون فالإستماع حينها يعني الإيمان ويعني التصديق ولذلك فالوسيلة الإتصالية الأساسية هي الكلمة المنطوقة مما جعل الناس أقرب من بعضهم حيث اتسموا بالعاطفة فأصبحت الشائعة هي أول شكل من أشكال الإعلام والاتصال.

المرحلة الثانية: المرحلة الكتابية (اللغة المكتوبة)

وهي الوسيلة الأساسية للتعبير هي الكتاب فمعرفة الكتابة والنسخ على وسائط متعددة ومختلفة تغير أسلوب التعبير والإنشاء كما تغير أسلوب تخزين المعرفة، فالكلام البشري المنطوق المجسد في شكل مخطوط أو مكتوب سهل إقامة التنظيمات الإدارية وأشكال العلاقات المختلفة.

المرحلة الثالثة: المرحلة الطباعية:

وهي مرحلة تجسيد المخطوطات في شكل مادي يتم إستنساخه لتسهل قراءته نسبيا عن المخطوطات، وبفضل إختراع الآلة بواسطة العالم يوحنا جوتنبرج للحروف الطباعية المتحركة عام 1445م حدث تغيير جذري في أساليب التعبير والاتصال وكان بداية للنشر الجماهيري للكتب والجرائد والمجلات مما ساهم بشكل مباشر في تحقيق ديمقراطية الإعلام والثقافة ونقلها من احتكار العلماء إلى الجماهير مما ساعد في نشر الفردية حيث شجع على المبادرة الفردية والاعتماد على الذات كوسيلة اتصال وأداة شخصية للتعليم مما شجع على إستغلالية الفكر والاكتشاف بل والإبداع الفردي.

المرحلة الرابعة: المرحلة الإلكترونية

هذه تشكل لب الثورة الاتصالية فبدأت في منتصف القرن التاسع عشر ليستمر حتى أوائل التسعينيات من القرن العشرين هذه الفترة شهدت نموا متزايد السرعة في وسائل الاتصال التناظرية (مجالات البث) ثم الرقمية حيث تعاقبت الإكتشافات العلمية إلى أن تحول العالم إلى قرية عالمية الإلكترونية كذلك ظهرت شبكات المعلومات المحلية والدولية كنتيجة للمزج بين الحاسبات الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية، أما في السنوات الأخيرة فقد برز على مستوى المنظمات الدولية والتجمعات الأخيرة فقد برزت الأكاديمية مصطلحا جديدا هو(Information ICTS Communication Technologies)

– وهي تمثل مزجاة للمستحدثات التي قللت من تكلفة الاتصال عبر المسافات المتباعدة إلى جانب الأنشطة الخاصة بمعالجة البيانات الخاصة باتخاذ القرارات على مستوى الأنشطة المختلفة سواء الإقتصادية أو الإدارية أو الأمنية.[1]

المطلب الثاني وسائل التقنيات التكنولوجية الحديثة

1–وسائل التقنيات الحديثة :[2]

يتوفر في الوقت الحاضر العديد من التقنيات الحديثة التي يمكن استخدامها في الأعمال الإدارية لرفع مستوى أداء المنظمات، ولعل من أبرز هذه التقنيات ما يلي:

أ–الحاسب الآلي:

يعد الحاسب الآلي من أهم وسائل التقنيات الحديثة، حيث تدخل النظم الحاسوبية في تشغيل العديد من وسائل التقنية الأخرى .

ويعرف الحاسب الآلي بأنه: "جهاز إلكتروني دقيق وسريع يقوم باستقبال البيانات وتخزينها ومن ثم إجراء مجموعة من العمليات الحسابية والمنطقية عليها أي معالجتها وفقا لسلسة ومجموعة من البرامج المخزنة في ذاكرته وإخراج نتائج المعالجة على وحدات الإخراج المختلفة".

يمكن تصنيف الحاسبات الآلية إلى حاسبات ضخمة وهي التي تستخدم غالبا للأعمال الحكومية كتلك التي تستخدم في التنبؤ بالطقس، والحاسبات الكبيرة والمتوسطة وتستخدم في مراكز البحوث والجامعات والمستشفيات، والحاسبات الصغيرة وتستخدم في مجال التعليم مثلا، والحاسبات الصغيرة جدا وهي التي تستخدم في المنازل ويطلق عليها الحاسبات الشخصية، وأخيرا الحاسبات متناهية الصغر وهي التي تستخدم في أعمال الحاسبات اليدوية وآلات التصوير وغيرها.[3]

[1] حسن عماد، محمود علم الدين ، مرجع السابق ، ص 57

[2] شدى طارق عبد الله، آلية البناء الأمني لنظم المعلومات، دار الوطن للطباعة والنشر، الرياض، 2001، ص 3

[3] سلطان، تركي إبراهيم، نظم المعلومات واستخدام الحاسب الآلي، دار المريخ، الرياض، 1985، ص99 -101

تتكون أجهزة الحاسب الآلي من أجزاء تقوم بوظائف محددة تتكامل فيما بينها لتحقيق أهداف الاتصال بين الحاسب والمستخدم وهذه الأجهزة هي وحدات الإدخال والإخراج، والذاكرة الفرعية التي تقوم بحفظ المعلومات إلى حين الحاجة إليها مثل الأقراص الممغنطة، وأفراد الحاسب الآلي الذين ينقسمون إلى مبرمجو النظم ومطورو نظم التطبيقات.[1]

ويتميز الحاسب الآلي بعدة خصائص ساهمت في انتشاره فهي تقوم بتخزين كم هائل من البيانات المطلوبة، والسرعة العالية في إجراء وتنفيذ الأوامر المطلوبة، والدقة المتناهية في تنفيذ الأوامر، كما أن لديه الكفاءة العالية في التخزين واسترجاع البيانات ونسخها.[2]

يعتبر الحاسب الآلي أداة ووسيلة من وسائل تحقيق التنمية الإدارية في المنظمات، ويعتبر الحاسب الآلي أحدث الوسائل المتبعة في المجتمعات الحديثة.

إن التنمية الإدارية هي الجهود التي يجب بذلها لتطوير الجهاز الإداري عن طريق وضع الهياكل التنظيمية الملائمة وتبسيط نظم العمل وإجراءاته، ولتحقيق مطالب التنمية الإدارية، لا بد من استخدام وسائل ومعدات مختلفة من أهمها وأحدثها في العصر الحالي هو الحاسب الآلي.[3]

ب–شبكة الانترنت:

تعرف الشبكة (Network) بأنها مجموعة من الحاسبات ترتبط مع بعضها البعض بخطوط اتصال بحيث يمكن لمستخدميها المشاركة في الموارد المتاحة ونقل المعلومات فيما بينهم.

والأنترنت ببساطة عبارة عن ملايين منظمة من الحواسيب والشبكات المنتشرة حول العالم، والمتصلة مع بعضها وفقا لبروتوكولTCP/IP بواسطة خطوط هاتفية، لتشكيل شبكة عملاقة لتبادل المعلومات.

ولا يقتصر وجود الانترنت من الناحية المبدئية على بقعة جغرافية محددة، إذ يمكن الوصول إليها في أي مكان من العالم يتوفر فيه الحاسوب، مزود بمودم وبرمجيات الاتصال المناسبة، وخط هاتفي، والوصول إلى واحد من الحواسيب الرئيسية المكونة لشبكة الإنترنت.

كما لا تعود ملكية شبكة الانترنت لأحد حيث أنها حق مشاع للجميع.

---

[1] عبد السلام ، إبراهيم وآخرون، دور الحاسب الآلي في التنمية الإدارية، مجلة الإدارة العامة، العدد 50، 1986، ص 246 -247

[2] السيد إبراهيم يحي، مكونات واستخدام الحاسب الآلي، القاهرة، دار الأمل للنشر، 2000، ص 13

[3] عبد السلام و اخرون، مرجع السابق، ص 243- 244

الأنترنت اليوم هو أحد الأدوات والوسائل الأوسع استعمالا في مجال الأعمال، حيث يمكن للمنظمات من الحصول على أحدث التطورات في عالم الأعمال وعلى الوصول إلى المعلومات عن بعد والاتصال بفاعلية بالمنظمات الأخرى، ويبني عدد كبير من التطبيقات حول خدماته الأساسية .

من الخدمات التي توفرها شبكة الانترنت هي البريد الإلكتروني ومجموعات الأخبار وخدمة نقل الملفات وخدمة الدخول عن بعد وخدمة الويب والقوائم البريدية وغير ذلك .

لقد أحدث الإنترنت ثورة في شتى المجالات وأصبح العالم يعيش في تقارب أكثر، ولقد فرضت هذه الوسيلة التقنية واقعا جديدا على أساليب البحث عن المعلومات، وتقديم الخدمات.

ج–شبكة الإنترانت (Intranet):[1]

إن شبكة الإنترانت يمكن تعريفها بأنها الشبكة المحلية التي تستخدم تقنيات الإنترنت، وقد تنقسم شبكة الانترانت إلى شبكات فرعية .

نرى الموظفين يدخلون على موقع المنظمة لتقديم طلبات الإجازات أو لأداء مهام الوظيفة، مستخدمين برامج التصفح على الشبكة، كما أخذت هذه الجهات تستخدم نظم الأمن في الإنترنت مثل جدران الحماية، من هنا نشأت الإنترانت . وتضم الشبكة كذلك أجهزة الموظفين وبعض برمجيات الإنترنت، ومن أجل تأمين شبكة الانترانت تستخدم بعض أساليب الحماية مثل جدران الحماية وأجهزة كشف الاقتحام، وتستخدم شبكة الانترانت في المنظمات كذلك لتبادل البريد الإلكتروني وتنسيق الاجتماعات وغير ذلك .

ويحقق الإنترانت فوائد جمة للمنظمات فهي تحقق الفعالية عبر تحسين تقنيات تبادل المعلومات من حيث التغلب على الصعوبات في جمع ونشر المعلومات الضرورية بطريقة آمنة.

د–شبكة الإكسترانت (Extranet):

مع استخدام شبكة الإنترانت واستخدام تطبيقات البريد الإلكتروني الداخلي وتطبيقات جدولة الاجتماعات، ثم التوسع في ذلك بالخروج خارج حدود المنظمة لكي تبني المنظمة نظامها على أساس الاتصالات مع العالم الخارجي، وعندما تتخطي المنظمة حدود المبنى لتشمل عملاءها الخارجيين والموردين والمنظمات المتعاونة معها، فإننا نجد أنفسنا أمام نوع جديد من الشبكات نطلق عليه اسم " إكسترانت"، لكن التوسع في استخدام شبكة الإكسترانت بواسطة المنظمة قد

[1] داود، حسن طاهر. أمن شبكات المعلومات، الرياض، معهد الإدارة العامة 2004، ص82

يضر أكثر مما يفيد إذا لم تكن هناك عوامل الأمن والحماية اللازمة، فمع الخروج خارج حدود المنظمة تزداد المخاطر وتزداد الحاجة إلى نظم الحماية .

لقد أتاحت شبكة الإكسترانت للمنظمات أن تتشارك في نظمها وشبكاتها المحلية مع جماعات أو منظمات متباعدة جغرافية وبتكلفة منخفضة للغاية، كما أتاح هذا النوع من الشبكات للمنظمات التعامل مع الآخرين بشكل متميز . ولكن ذلك لم يكن بغير ثمن، فقد كان الثمن بعض المخاطرة بأمن المعلومات [1]

هـ–البريد الإلكتروني:

يعد البريد الالكتروني الخدمة الأكثر استخداما وشيوعا على شبكة الانترنت، إذ يوفر إمكانيات تبادل، إرسال استقبال الرسائل.

فهو يعتبر من بين أبرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت ويستمد البريد الالكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الالكترونية وهي " تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية أو الصوتية أو الصور المرئية[2]

ويرى محمد عبد الحميد بأن البريد الالكتروني يتصدر أدوات الاتصال والتفاعل في الوسائل الجديدة نظرا لما يتمتع به من مزايا تتمثل في سهولة استخدامه وتوفير إمكانيات تبادل المعلومات والآراء وطلب المساعدات وتقديم النصح والإرشاد إلى المتلقي بالإضافة إلى تبادل الرسائل مع المحرر والمجموعات، سواء كانت الرسائل في رموز نصية أو مصورة.

ومن بين استخدامات البريد الالكتروني وهو استخدامه كوسيلة اتصالية بين المتلقي والمحرر كذلك يمكن استخدامه في تبادل المعارف والخبرات مع مجموعات المتخصصين في مجال أو مجالات أخرى، بالإضافة إلى أنه وسيلة للاتصال مع المجتمعات الافتراضية نهيك عن إرسال الأخبار والموضوعات بصفة شخصية وتحديث المعلومات.[3]

ولكل وسيلة أو خدمة مميزات تجعله تتميز عن غيرها وخاصة مع اشتداد التنافس في مجال تطوير الخدمات والوسائل فمن بين المميزات التي يتميز بها البريد الالكتروني عن غيره من الخدمات ما يلي: [4]

[1] داود، حسن طاهر، مرجع سابق، ص 83- 84

[2] صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع، القاهرة 2012، ص95

[3] محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 78 -79

[4] الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، عمان، الأردن، 2011 ، ص71- 72

- سهولة وسرعة عملية التعاون العلمي بين العلماء والباحثين على نحو شبه آني بغض النظر عن المسافة.
- يمكن قراءة رسائل البريد الالكتروني في الوقت المناسب لأن الصندوق يحتفظ بها.
- لا يمكن لغير صاحب الصندوق فتحه ومعرفة محتوياته.
- اقتصادي يمكن استخدمه فترة أطول بدلا من الاتصالات الهاتفية.
- يمكن إرسال رسالة إلى عدد كبير في وقت واحد وبكلفة أقل.
- إمكانية إرسال الرسائل وإ ن كان المستقبل غير موجود أثناء إرسالها.

م–الفاكس:

هذا النوع من الأجهزة باستطاعته إرسال أو استقبال صور مطابقة من الوثيقة إلى جهاز مشابه له مستقبلا أو مرسلا سواء كان في نفس الإدارة أو المدينة أو الدولة في خلال دقائق، وتعمل على قراءة المعلومات وإرسالها عبر شبكات الاتصالات واستقبالها من الجهة الأخرى عن طريق إعادة نسخها لصورة من الأصل .

هذا النوع من الأجهزة له إمكانية إرسال الوثائق أو الرسومات والتواقيع، مع إمكانية إرسال الوثيقة إلى عدة أماكن في آن واحد. ومن فوائد هذه الأجهزة توفير الوقت المستهلك في معالجة وإرسال وانتظار واستقبال الرسائل أو الوثائق .

يوجد نوعين من هذه الأجهزة أحدهما قياسي وسرعة إرسال هذا النوع للصفحة الواحدة يصل إلى ما بين 2 إلى 6 دقائق والنوع الآخر رقمي وسرعة الإرسال للصفحة الواحدة ما بين 20 إلى 90 ثانية.

وهناك بعض المساوي لهذا النوع من الأجهزة فنوعية النسخ ليست في مستوى جيد وكذلك بعض الأجهزة غير متوافق مع الأجهزة الأخرى . وهناك نوع يحتوي على إمكانية النسخ بالألوان بدلا من اللون العادي.[1]

ن–نظام الاجتماعات عن بعد (Video Conferencing):

أصبح عقد الاجتماعات عن طريق الفيديو بديلا للسفر والتنقل، معقول الثمن لقضاء الأعمال . وعلى الرغم من أن تكلفة عقد مؤتمر كامل عن طريق الفيديو قد لا يكون في متناول معظم المنظمات فإن تكلفة تشغيل نظام كهذا،

[1] عبد السلام وآخرون، مرجع السابق، ص 291

تعد منخفضة نسبيا مقارنة بتكلفة السفر، لاسيما في حالة تفرق الموظفين عبر الدول . ويمكن تنفيذ عقد مؤتمر عن طريق الفيديو المكتبي

بمعدات قليلة التكلفة نسبيا يمكن إضافتها إلى حواسيب مكتبية، وتتألف من كاميرات صغيرة ولوحة إلكترونية وبرنامج جهاز .

وعقد الاجتماعات من الحواسيب المكتبية يساعد الموظف في مختلف مكاتب المنظمة على إجراء مناقشة فعالة باستخدام أدوات متعددة الوسائط، وهذا النوع من التقنية مفيد في عقد اجتماعات افتراضية بين الناس، دون أن يتركوا مكاتبهم، ويمكن من التعاون القائم على الفريق بصرف النظر عن موقف مختلف الأفراد

ع-المايكروويف (Microwave):

المايكروويف عبارة عن موجات قصيرة جدا تستخدم كوسيط لنقل البيانات . ويستخدم المايكروويف الموجات الكهرومغناطيسية لنقل الإشارات .

هناك نوعان من المايكروويف:

المايكروويف الأرضي: وهو الذي يستخدم هوائي على شكل دش دائري، بحيث تنقل الإشارة من المرسل إلى المرسل إليه أو العكس بشكل خط مستقيم ويجب عدم وجود حواجز بين الطرفين تمنع الإشارة من الانتقال، ويمتاز بأنه أرخص بكثير من استخدام الكابل، كما أنه يستطيع المرور بالمناطق النائية، إلا أنه يعاب عليه صعوبة كبيرة في التركيب ويحتاج إلى تصريح من الجهات المختصة، ويمكن التنصت على إشارته.

أما النوع الثاني فهو الأقمار الصناعية وهو الذي يتم من خلال نقل الإشارة بواسطة دش دائري موجود على الأرض وبين قمر صناعي موجود في الفضاء، ويمتاز هذا النوع بالسرعة العالية جدا في نقل البيانات، ويمكن نقل البيانات إلى كافة المناطق حتى لو كانت نائية، ويعاب على هذا النوع صعوبة التركيب وتأثره بالظواهر الطبيعية ويمكن أيضا التشويش عليه والتصنت على إشارته .

ومن أهم التطبيقات للمايكروويف في عالم الاتصالات هي البث في مجال الراديو والتلفزيون، كما أن الرادار يمثل الاستخدام التقليدي للمايكروويف، كذلك يستخدم في تصميم نماذج الحاسب الآلي، ويساعد أيضا في قياس الرطوبة.

تقنيات الهاتف الجوال :[1]

يعرف الهاتف الجوال بأنه ذلك الجهاز الذي له القدرة على الاتصال بين الأطرف أثناء تنقلهم وأينما كانوا، ويخضع ذلك لمؤثرات الأداء الشخصية مثل نوعية الجهاز وقدرته على الأداء في ظروف مختلفة وأيضا مؤثرات كفاءة النظام من الأبراج وقدرتها على العمل وأيضا أعدادها، وما إذا كانت لها القدرة على التغطية في أكبر .

هناك خدمات متنوعة يوفرها الهاتف الجوال لعل من أبرزها خدمة الرسائل القصيرة (SMS) وخدمة رسائل الوسائط المتعددة (MMS)، إن الرسائل القصيرة عبارة عن خدمة إرسال واستقبال الرسائل النصية ولكن بمحتوى معين، أما رسائل الوسائط المتعددة فهي عبارة عن خدمة إرسال واستقبال الرسائل المصورة أو الملفات الصوتية أو ملفات الفيديو وبمحتوى أكبر مما هو عليه في الرسائل القصيرة. تعتبر رسائل الوسائط المتعددة امتداد أو تطور لتقنية الرسائل بوجه عام، وما يميزها عن الرسائل القصيرة العادية، أنها تتيح للمستخدم إمكانية إرسال محتوى يصل حجمه إلى (100 كيلو بايت)، بينما لا يتعدى حجم الرسالة القصيرة (140 بايت) ولكي يتم الاستفادة من خدمة الوسائط لا بد من توفر جهاز جوال متوافق مع الخدمة، بالإضافة إلى الإعدادات الخاصة بالخدمة، وتشغيل أو تنشيط الخدمة، بعكس الرسائل القصيرة التي يتم الاستفادة منها مباشرة ومن الملاحظ في الآونة الأخيرة أنه بدأ الاعتماد بشكل كبير على بعض خدمات الهاتف. الجوال في كثير من المرافق الخدمية والحكومية في المملكة لعل من أبرزها خدمة الرسائل القصيرة.

المطلب الثالث : أهمية ومميزات التقنيات الحديث

- **أهمية التقنية الحديثة**[2]

تهيمن التقنية الحديثة ومنتجاتها على مختلف أوجه المجتمعات المعاصرة، إذ يعيش إنسان اليوم في بيئة الثابت الوحيد فيها هو التغير وأساسها التقنية مما أدى إلى استخدامها في تغيرات جذرية بطريقة حياته ونظرته العامة لكل ما حوله. وتتقدم التقنية الحديثة اليوم بشكل سريع طارحة للبشرية أنماطا مختلفة، تمثل تحديا حقيقيا للإنسان المعاصر في

[1] محمد أحمد عبد الله الكليبي، التقنيات الحديثة وانعكاساتها على الهياكل التنظيمية على الأجهزة الأمنية، رسالة ماجيستر للعلوم الإدارية، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف للعربية للعلوم الامنية، 2007، ص 89

[2] حنين خالد ناظر ناظر، أثر إستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في إدارة علاقات الزبائن(د ا رسة ميدانية في البنوك الإسلامية في الأردن)،الماجستير في تخصص الأعمال الإلكترونية، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط،2017، ص18

مجالات متعددة، مثل الذكاء الاصطناعي والاتصالات، ويمكن أن نقول بكل ثقة أن التقنية الحديثة قد ساعدت على تغيير وتبديل القيم الاجتماعية للإنسان بشكل كبير.

كما أن إطار هذه التغيرات الهامة التي يشهدها العالم اليوم، تشكل الثورة التقنية الحديثة، العامل الرئيسي المؤثر في البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد ازدادت سرعة التغير التقني في قطاع الخدمات، وفي كل من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية الأخرى، زيادة كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية، ويتوقع أن تتزايد أكثر خلال الفترة القادمة .

وإن أهمية التقنية الحديثة تتمثل في كونها تعتمد بشكل أساس على المعرفة البشرية والعلمية المتقدمة، والاستخدام الأمثل للمعلومات المتدفقة بوتيرة سريعة، وكذلك في خصوصيتها وانفرادها عن الثورات التقنية السابقة، لأنها لا تعتمد على المواد الأولية أو الطاقة أو غيرها من عوامل الإنتاج؛ و أن عمادها الرئيس ومحركها الأساسي هو العقل البشري.

ترى الباحثة أن أهمية التقنية الحديثة تكمن في كونها تقدم الإمكانات التقنية لحل المشكلات المهمة في الإدارة، وأن استخدام إمكانات هذه التقنيات هو نتيجة للضغط الاقتصادي ولتحقيق مزيد من الفعالية، وعلى وجه الخصوص فإن تقنية المعلومات والحاسبات الآلية تفتح آفاقاغير محدودة إذا أحسنت إدارتها. كذلك فأن عمليات على غرار معالجة المكالمات والبيانات وخزن واسترجاع المعلومات وخدمة البريد الآلي والاتصال الصوتي مع الحاسبات، ستكون في المستقبل ضمن الأدوات الرئيسة للعمل الإداري.

المبحث الثاني : دور التقنيات الحديثة في العلاقات العامة

المطلب الأول : السيمات العامة للتقنيات الحديثة

- **دور التقنيات الحديثة في أنشطة العلاقات العامة**

تعد المنظمات نتاجا مجتمعيا وان كل منظمة في المجتمع تعمل على تحقيق هدف أو تقديم خدمة أو منتج معين لأفراد المجتمع . وعلى هذا الأساس أصبح لأفراد المجتمع أو جمهور المنظمة على وجه التحديد دور في الاعتراف بوجود المنظمة، فالجماهير هي التي تمنح الدعم والتأييد الذي تحتاجه أي منظمة في ظل تنوع وتنافس المنظمات وتنامي أهمية الرأي العام وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمي وأيضا الحاجة إلى الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي وكإفراز طبيعي للعولمة وثورة المعرفة، قد أدركت الشركات أن نجاحها يرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير وتشكيل صورة

ايجابية لنفسها وتحسين سمعتها والتأثير على الرأي العام وهذا الواقع جعل العلاقات العامة بحاجة ماسة وجوهرية لكل المنظمات الحديثة بمختلف أنواعها فلا يمكن تجنب العلاقات العامة أو تجاهلها، فبدون اتصال لا يتم أى نشاط ولا يتحقق أي هدف وهذا معناه .

إن العلاقات العامة أصبحت ظاهرة اجتماعية جبرية وحتمية،فأينما يوجد تجمع إنساني فلابد من قيام علاقات بين المنظمات وأفراد هذا المجتمع فهذا بدوره إنعكس على البعد الإستراتيجي للعلاقات العامة فيما يتعلق بإدارة المنظمة وصناعة القرار فيها بعيدا عن المفاهيم التقليدية للعلاقات العامة في كونها إرتبطت في أذهان البعض بأعمال التشريفات ومجالات الاستقبال والقيام بالمهام الإعلانية فقط [1] في حين أن إدارة العلاقات العامة يقع عليها الكثير من المسؤوليات المتنوعة مثل المسح البيئي للمنظمات وتحديد هوية التغيير والتنبؤ بنتائجه وتقديم النصح والمشورة للإدارة العليا ومن ثم حماية المنظمة وسمعتها وبالتالي تطورت أنشطتها نتيجة التعقيدات المتزايدة في المجتمعات والقوة الهائلة للرأي العام ومحاولة فهم دوافع الجماهير ولكن مع تزايد أهمية التقنيات الحديثة وتطبيقاتها في مجال الاتصال والإعلام وبما أن الوظيفة الاتصالية تعد الركيزة الأساسية لاداء عمل إدارة العلاقات العامة وجوهر أنشطتها فأصبحت وظائف العلاقات العامة تتسم بالآتي:

التفاعلية (Interactivty):

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال وتبادل المعلومات تأثير أنها على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وذلك نتيجة لما توفره التقنيات الموضوعة لإستخدام الأجهزة الإلكترونية في الاتصالات وتبادل المقترحات.

الجماهيرية:

حيث أتاحت المعلوماتية إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة، وكذلك التحكم في نظام الاتصال ونقل المعلومات بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها إلى مستهلكها.

اللاتزامنية :(Synchronization) :

1 عبد العزيز بن سعيد الخياط، العلاقات العامة الرقمية ، http://alkhayat-a.blogspot.com/2015/04/blog-post.html، 28 افريل 2021 ، الساعة 30: 11

وتعني إمكانية الاتصال ونقل المعلومات والحصول عليها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام الإنترنت والبريد الإلكتروني ترسل الرسالة من منتجها إلى مستقبلها في أي وقت دونما الحاجة إلى وجود المستقبل.

قابلية التحرك أو الحركية :(Mobility) :

فالتكنولوجيا المعلوماتية والاتصالات أتاحت وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الحصول على المعلومات ونقلها من أي مكان لآخر أثناء حركته ومن أمثلة ذلك الحاسب الآلي النقال المزود بقابلية التحويل :وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس، وكذلك تحقيق نظام الترجمة الآلية ظهرت مقدماته في نظام (مينيل) الفرنسي.

الكونية (Convertibility):

فالمعلوماتية جعلت من العالم قرية صغيرة بفعل الترابط المعلوماتي الذي نتج من تقدم وسائل تسجيل ونقل وخزن ومعالجة المعلومات، ولقد أتاحت المعلوماتية تفسيرات عند الأفراد، من هذا تكونت بناءات ذاتية ومشتركة مع الآخرين عن معنى الواقع المادي والإجتماعي للمعلومات فترتب عليه التفاعل النفسي الإنساني المشترك [1]. لذا أصبحت التقنيات أو تكنولوجيا المعلومات والفضائيات الرقمية شديدة التأثير على طبيعة النشاط الاتصال بإدارة العلاقات العامة .

حيث يتجلى هذا التأثير في الوسائل المستخدمة وهوية الجمهور وسرعة الاتصال وأساليبه وشكل الرسالة ومضمونها وكيفية تصنيف المعلومات وإدارتها، كما يتجلى هذا التأثير أيضا عند الحديث عن أبرز تطبيقات الإنترنت في إتاحة المعلومات بأقل التكاليف وبأسرع وقت ممكن . كذلك يمكن من تصميم موقع المنظمة الالكتروني على الشبكة العالمية حيث يمثل أداة هامة وجوهرية للاتصال بجمهور المنظمة والعالم الخارجي وبالتالي يعكس صورة حسنة للمنظمة على أن يتم مراعاة الجوانب الفنية عند التصميم ونشر المعلومات عن المنظمة وأنشطتها بشكل مستمر، أيضا يمكن الإستفادة من قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار ومعرفة كل ما هو جديد في شتى المجالات فالمشاركة في تصميم الموقع الإلكتروني بالتعاون مع إدارة تقنية المعلومات تعتبر هامة حتى يصبح وسيلة لبناء علاقات إيجابية مع الجماهير وبالتالي يعد هذا الموقع مركزا لنشاط إدارة العلاقات العامة الإلكتروني ولذلك يجب مراعاة الآتي عند إنشائه:[2]

[1] وجدي محمد بركات ، المعلوماتية و الخدمة الاجتماعية، بحث منشور المجلس الأعلى للجامعات القاهرة، 2013، ص 9

[2] محمد الجوهر، مواد اعلامية تقليدية و الالكترونية في العلاقات العامة، دار الكتاب الجامعي، العين، 2013، ص 15

1- تحديد الهدف من الإنشاء (بناء العلاقات مع الجمهور، خلق التواصل الدائم).

2- حسن اختيار العنوان .

3- (مراعاة فترة التحميل) السرعة والجودة بحيث لا يسبب الملل لدى الزوار

4- الاهتمام بشكل صفحة البداية (homepage)

5- الإهتمام بالية تصفح الموقع فيجب أن يكون واضحا ومرنا في التصفح والإنتقال بين الصفحات.

6- مراعاة جودة وحسن صياغة النصوص الموجودة في الموقع الإلكتروني وإختصارها حتى لا تسبب الملل والتعب للزائر

7- يجب مراعاة تصميم الموقع بصورة جاذبة .

8- أهمية بناء الثقة في الموقع الالكتروني من خلال:

أ- التعريف به وبالخدمات التي يقدمها في مختلف وسائل تواصل المنظمة .

ب – الإهتمام بالتحديث المستمر دوريا وفتح قنوات تواصل مع الجماهير

ج – التعامل مع الزوار .

وإضافة لذلك إستخدام البريد الالكتروني (electronicmail) أو ما يعرف بإختصار (e-mail) وهو وسيلة التواصل الشخصي داخليا بين أعضاء المنظمة واتصال إدارة المنظمة بالجمهور الخارجي المستهدف.

كما تمكن كذلك من إجراء البحوث على شبكة الإنترنت من خلال المقابلات أو من خلال البريد الالكتروني والتصويت وعبر التخاطب المكتوب والاتصال التليفونى وبأقل التكاليف.

التعرف على صورة المنظمة ومراكز الأبحاث والجامعات والتعرف على أنشطة هذه المؤسسات والإستفادة منها وتبادل الخبرات . تصفح المواقع المختلفة للمنظمات ومراكز الأبحاث، الإستفادة من خدمة نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات والصور ونقلها.

وبالتالي تكون التقنيات الحديثة والرقمية بصورة عامة قد أتاحت تحقيق الآتي:

- سهولة التواصل مع الجمهور إذا ما تم مع وسائل الاتصال الحديثة بإحترافية وهذا ما يحقق تغيرات في وسائل التواصل الإجتماعي

- **الإستمرارية:** حيث تظل المادة المنشورة محفوظة لمدة طويلة

– **الشفافية:** فأكد إلى أن وجود الإنترنت في عمل العلاقات العامة يوفر قدرا من الشفافية أمام الجمهور لان الديناميكية التي تعمل بها الشبكة تتطلب من ممارس العلاقات العامة أن يأخذ زمام المبادرة فالتعامل يحتاج إلى إتخاذ إجراءات فورية ويحتاج أيضا من ممارس العلاقات العامة لتوفر الفهم والإدراك وبذل أفضل ما لديه في التعامل مع المعلومات وإدارة المعرفة

– **السرعة:** سرعة التفاعل مع الأحداث والمناسبات والأزمات.

– **المقياس:** مدى التواجد في مواقع التواصل الإجتماعي حيث لا تحتاج العلاقات العامة لصحيفة ورقية لتحقيق التفاعل الجماهيري

– **القياس:** كيفية قياس عمل إدارة العلاقات العامة في مواقع التواصل الإجتماعي[1]

التحديات التي تواجه نشاط إدارة العلاقات العامة (الرقمية): [2]

– عدم اقتناع أو غياب عدد من المنظمات الهامة في المجتمع عن مواكبة التطورات الهائلة في وسائل الاتصالات كوجود حسابات في مواقع التواصل الإجتماعي، وبالتالي عدم إعادة هيكلة إدارة العلاقات العامة في ظل هذه التطورات.

– عدم كفاية المخصصات المالية (التحرير الالكتروني– إدارة المواقع الإلكترونية) أو ربما تكون مخصصات غير كافية

– تخصيص موظفين بمؤهلات متدنية لإدارة حسابات المنظمة في مواقع التواصل الاجتماعي.

– عدم التفاعل المناسب أو البطء في التفاعل من قبل المسؤلين مع الزائرين للموقع الالكتروني أو المشتركين وكما يقول (القرني) فقد أصبح الإعلام الجديد والتواصل حقيقة ماثلة للعيان وواقع متنامى و مؤثر وفاعل في تغيير الإتجاهات والمواقف وبناء المعارف الإنسانية والحديثة .

السمات العامة للتقنية الحديثة:

تتسم الوسائط المعلوماتية في ظل التكنولوجيات الحديثة القائمة على: الرقمنة Digitalization والذاكرة البصرية Optical Memory واستخدام الألياف البصرية في نقل المعرفة Optical Transmission وتكنولوجيا الضغط Compression Technology وغيرها من أشكال تكنولوجيا المعلومات IT تتسم بما يلي:

أولا: الحضور Presence: الوسائط المعلوماتية دائمة الحضور في الواقع الفعلي والواقع الافتراضي Virtual Reality، وهذا يمنحها قدرة فائقة على تقديم الخدمات.

[1] ديفيد فلبيس، العلاقات العامة عبر الانترنت، ، كوجان بيج، القاهرة، ط1، 2013، ص185- 190

[2] عبد العزيز بن سعيد الخياط، مرجع سابق، ص 8

ثانيا: التفاعلية Interactivity: بينما لازالت وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية تجر معها سمة التواصل أحادي الاتجاه One way of Transmission Information، فإن الوسائط المعلوماتية تركز على التفاعلية بدءا بالواجهة التي تتواصل بها مع الإنسان وانتهاء بإتاحة أشكال متعددة من خيارات التلقي والقيام بالتغذية الراجعة Feedback.

ثالثا: الكثافة العالية للمعلومات High Information Density: تتضافر تقنيات ضغط البيانات ونقلها عبر الألياف البصرية، من أجل تخزين كميات كبيرة من المعرفة وتداولها بين المستخدمين (لقد تطور قياس حجم البيانات الرقمية من وحدة البايت Bit إلى وحدة التيرابايت Terabyte وهو يعادل الرقم 1 أمامه 15 صفرا).

رابعا: الفورية Instantaneity: تتيح الوسائط المعلوماتية للمستخدم إمكانية الاستفادة من المعلومات بكيفية فورية، من خلال الخدمة المتوفرة على مدار الساعة Online، الخاصة بشبكة الويب.

خامسا: المخالطة Conviviality: بينما تحتفظ وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية بمهمة حارس البوابة Gatekeeper الذي يضع حدا فاصلا بين المنتجين والمستهلكين الرسائل الاتصال، تتيح الوسائط المعلوماتية لأي فرد أن يقوم بدور المنتج والمستهلك في آن واحد.

سادسا: تعدد الحواس الوسائط Multisensory: إذ تتجاوز الوسائط المعلوماتية التمييز التقليدي بين ما هو سمعي Audio وما هو مرئي Visual، عبر الوسائط المتعددة النصوص والرسوم والصور والصوت والفيديو.

سابعا: التعددية: Multiplicity: إذا كانت الوسائل التقليدية تنقل المعلومات وفقا لمبدأ: من مصدر واحد إلى جمهور متلقي one-to many ، فإن الوسائط المعلوماتية تمكن من تراكم المعرفة. فكل متلق للوثيقة يستطيع أن يضيف إليها من عنده، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور ما يعرف ب "تأثير الكرة الثلجية" Avalanche Effect التي تكبر كلما تدحرجت.[1]

[1] أرام إبراهيم أبو عباة، توظيف التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة دراسة وصفية، جامعة الشرق الأوسط، القاهرة، 2015، ص 196

دور التقنيات الحديثة في الوظائف الإدارية :[1]

إن المرتكز الأساسي للإدارة الأداء جميع الوظائف والأعمال الإدارية هي المعلومات التي نحصل عليها من خلال التقنيات الحديثة، وكلما كانت هذه المعلومات أكثر وضوحا ودقة واكتمالا ويتم إيصالها للإدارة عند الحاجة لها كلما ازدادت فاعلية الوظائف الإدارية مثل التخطيط واتخاذ القرارات والرقابة والتوجيه والتنظيم.

ومن ثم فإننا سنتناول دور التقنيات الحديثة على الوظائف الإدارية:

المطلب الثاني : دور التقنيات الحديثة في الوظائف الإدارية

–دور التقنيات الحديثة في اتخاذ القرارات :

يسعى المديرون دائما إلى البحث عن الطرق والوسائل التي تمكنهم من اتخاذ القرارات الرشيدة بصورة مستمرة، لأن أهميتهم في منظماتهم ترتبط بمدى وصحة قراراتهم، ويتوقف أيضا على هذه القرارات تقدم ونمو منظماتهم.

ومن ثم فإن التقنيات الحديثة تلعب دور حيوي في عملية اتخاذ القرارات، حيث أن تدفق المعلومات على النحو الذي توفره التقنيات الحديثة للإدارة يتيح الوضوح الكافي للمديرين عند اتخاذ القرارات، وذلك بتوفير البيانات اللازمة عن كافة العناصر المؤثرة في القرار، غير أنه يجب الإشارة إلى أن توفر هذه المعلومات يعتمد أساسا على تكامل البيانات عند إدخالها، والطريقة التي حفظت بها، والبرامج التي تنظم إدخالها وحفظها وطرق وأشكال إخراجها.

وهناك تقسيم واضح لمراحل اتخاذ القرارات بدءا من تحديد المشكلة، وتحديد كافة عناصر وجوانب وأبعاد المشكلة الرئيسية، كذلك تحديد كافة البدائل الممكنة، وتحليل وتقويم كافة البدائل من حيث مزايا وعيوب كل واحد منها من كافة الجوانب، بالإضافة إلى الموازنة بين هذه البدائل واختيار البديل المناسب الأكثر مزايا والأقل عيوب، وتطبيق هذا البديل، وأخيرا تقويم نتائج التطبيق.

لقد ساد اعتقاد من بعض المديرين أن التقنيات الحديثة لم تأخذ دورها كما يجب في مجال اتخاذ القرارات، ويتوقعون أن تمارس هذا الدور في المدى القريب، وبرغم ذلك فإنهم يشعرون أن المعلومات التي تقوم بتوفيرها التقنيات الحديثة تتيح لهم الفرصة لاتخاذ القرارات الرشيدة . بسبب نوعية المعلومات الجيدة التي يحصلون عليها .

[1] محمد احمد عبد الله كليبي، التقنيات الحديثة وانعكاساتها على الهياكل التنظيمية للأجهزة الأمنية، رسالة ماجيستر في العلوم الإدارية، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007، ص94

ومهما كانت مميزات وقدرات هذه التقنيات، إلا أنها لا تلغي دور الإدارة الأساسية في اتخاذ القرارات، وذلك بسبب الظروف المختلفة، التي تمثل الجانب المعنوي أو الجانب غير الكمي في عملية اتخاذ القرارات، والتي لا يمكن ترجمتها إلى صورة رقمية في الوقت الحاضر، ويمكن القول أن دور التقنية في هذا المجال يتمثل في الإقلال من درجة الاعتماد على التخمين والإحساس الداخلي، ويركز على الأساليب المنطقية والعلمية، ذات الفائدة الكبيرة في زيادة فاعلية القرارات الإدارية وانتظامها .

ومن الأساليب المهمة التي تساعد في اتخاذ القرارات هي بحوث العمليات التي تستخدم في إعداد واختيار المنهج العلمي في التحليل الكمي لحل المشكلات، وتستطيع بحوث العمليات أن تمكن رجال الإدارة العليا من أداء واجباتهم في اتخاذ القرارات على وجه أفضل حيث أنها تمكن من وضع الوصف المنطقي للأهداف والوسائل الخاصة بالعمل، وتعطي وصفا دقيقا للمشكلة والعوامل المؤثرة فيها، وتحدد البيانات اللازمة للتعرف على أفضل الحلول الممكنة، كما أنها تحدد بدقة البدائل المقترحة كحلول للمشكلة، وتمكن أيضا من مقارنة البدائل المقترحة للحلول واختبار أفضلها، وأخيرا تكسب القدرة على تبين النتائج.[1]

– دور التقنيات الحديثة في التخطيط:

التخطيط من الوظائف القيادية والمهمة والتي يقع على عاتق القيادات الإدارية النهوض بها كوظيفة أساسية تختص بها الإدارة العليا . والتخطيط هو عبارة عن عمل ذهني يعتمد على التفكير العميق والرؤية الصائبة التي يستخدمها المخطط في رؤية حاضره ومواجهة مستقبله .

أما بالنسبة لدور التقنيات الحديثة على عملية التخطيط فإنها تقود إلى التعرف السريع على طبيعة المشكلة، وكذلك التحديد السريع للبدائل والأهداف، حيث أنها توفر الأساليب التي توضح الظروف التي تقع في نطاق الرقابة والظروف التي تقع خارج نطاق التحكم والرقابة، وهي التي تحتاج إلى إجراءات تصحيحية، عندما ينحرف التنفيذ الفعلي عما تم تخطيطه . وتمكن المديرون من تكريس مجهوداتهم ووقتهم للتخطيط باعتباره أحد مهامهم الأساسية، وتجنبهم إضاعة جهودهم ووقتهم في الأعمال الكتابية، وتسمح لهم بأخذ الاعتبارات الزمنية للعلاقات الأكثر تعقيدا، حيث أن التقنية الحديثة تعطي المدير القدرة على تقويم أكثر الاحتمالات الممكنة، كما يأخذ في اعتباره معظم المتغيرات الداخلية

[1] محمد احمد عبد الله كليبي،مرجع سابق،ص 94-95

والخارجية، ومدى تأثيرها على نتائج هذه البدائل، وتساعد التقنيات الحديثة في عملية تنفيذ القرارات، بعد اتخاذها حيث أنها تؤدي دورا في تطوير الخطط الفرعية اللازمة لتنفيذ تلك القرارات من خلال استخدام الأساليب الآلية المناسبة .

وباختصار نستطيع القول أن التقنية الحديثة تلعب دورا هاما في إتمام ونجاح عملية التخطيط التي عادة ما تتركز في المستويات الإدارية العليا .

-دور التقنيات الحديثة في الرقابة:[1]

إن وظيفة الرقابة باعتبارها جزء من العملية الإدارية، تتمثل في متابعة النشاطات المختلفة، التي تم التخطيط لها، بهدف التأكد من أن إتمامها قد تم طبقا لهذا التخطيط . ويمكن القول أن الرقابة هي عبارة عن مراجعة الإنجاز وفقا للخطط الموضوعة.

وبالنسبة لدور التقنيات الحديثة في الرقابة فإن ذلك يتم من خلال نظم الرقابة التي تعتمد بدرجة عالية على نظم المعلومات الإدارية نظرا للسرعة المطلوبة والدقة الواجب توافرها في أسلوب تصحيح المسار، وتختلف المعلومات اللازمة لعملية الرقابة في نوعها ومواصفاتها عن المعلومات المطلوبة لعملية التخطيط . حيث يهتم التخطيط بالتنبؤ المستقبلي بينما تعتمد الرقابة على الماضي القريب والحاضر بالإضافة إلى تحديدها باتجاهات بذاتها .

تلعب التقنيات الحديثة دورا في إجراءات الرقابة أو المراقبة وذلك من خلال تقديم معلومات أفضل تساعد في عملية إعداد المعايير الرقابية بصورة دقيقة وفي وقت مبكر، وتقدم معلومات كافية عن الأداء الفعلي، والإنجازات التي تم الوصول إليها في المنظمة، وذلك نظرا للسرعة الهائلة لهذه التقنيات، كما تساعد هذه التقنيات بما تقدمها من معلومات كافية، يمكن استخدامها في تصحيح الانحرافات، التي قد توجد أثناء التنفيذ.

كما أنه يمكن القول أن التقنيات الحديثة تلعب دورا من خلال قدرتها على تقديم العون للمديرين في مراحل جمع المعلومات وتصنيفها، وتنفيذ العمليات الحسابية عليها، مع عرض المعلومات والبيانات المتعلقة بالإنجاز الفعلي مع إمكانية تطبيق بعض النماذج مثل أسلوب بيرت، وبحوث العمليات في تحسين مستوى الرقابة .

وتتميز بعض التقنيات الحديثة بقدرتها على توفير التقارير المختصرة، على فترات دورية، وتكشف الانحرافات والاختلاسات والأخطاء في وقت مبكر، وتسمح باتخاذ الإجراءات التصحيحية في الوقت المناسب، وتمنع حدوث مزيد من المصروفات التي لا تدر عائد، مع تلافي الخسائر. كما تقف عائقا في طريق الإهمال والسرقة والاختلاس كما تساعد

[1] محمد احمد عبد الله كليبي، مرجع سابق، ص96

على تحقيق السرعة في عملية المراقبة، وبالتالي يتبين لنا الأثر الكبير للتقنيات الحديثة في وظيفة الرقابة، حيث أن عدم وجود هذه التقنيات سيكون عائقا كبيرا أمام الرقابة لأداء وظيفتها على الوجه المطلوب، مما سيكون له أثر سلبي على تطور المنظمة ورقيها.

4 دور التقنيات الحديثة في التوجيه :

تشير عملية التوجيه والإشراف على التنفيذ الفعلي للخطط من أن الموارد استغلت بكفاءة وفاعلية .

وجدير بالذكر أن استخدام التقنيات الحديثة قد منح المستويات الإشرافية والوسطى في التنظيم مزيدا من الحرية في التوجيه، بسبب تضييق نطاق الإشراف في هذه المستويات حيث قلل استخدام التقنية الحديثة من عدد العاملين في الأعمال الكتابية، وامتص الجزء الأكبر من العمل، وكان للتقنيات الحديثة دور على مستوى الأداء حيث ساعدت على رفع الروح المعنوية، وشعور الموظف بالأهمية النسبية للأعمال التي يقوم بها وبالتالي يساعد على زيادة الإنتاجية، ويؤدي إلى تحسين الظروف الإنسانية –بصفة عامة– الناتجة عن زيادة دخله وتحسين المناخ العام للعمل مما يدفع عجلة الإنتاجية باستمرار .

إن عملية التوجيه والتنسيق متعددة الجوانب والوجوه ويقتضي تنفيذها على الوجه المطلوب أن يتمتع القائم بعملية التنسيق بفهم ومعرفة كافة الظروف والأحداث المتعلقة بالمنظمة فهما عميقا، وأن يكون في استطاعته مواجهة الظروف بحكمة وحسن تصرف ولا شك أنه إذا ما قام التنظيم بصورة سليمة وواضحة حيث يتم فيه تحديد التقسيمات التنظيمية وتحديد السلطة والمسئولية ووضع نظام اتصال فعال يربط جميع أجزاء المنظمة بالإضافة إلى تحديد نطاق الإشراف فإنه بناءا على ذلك تكون عملية التنسيق سهلة وفعالة.

هـ دور التقنيات الحديثة في التنظيم :[1]

إن التنظيم هو عبارة عن عملية أو وظيفة أو عمل يقوم به المدير من أجل تجميع أوجه النشاط اللازمة لتحقيق الأهداف . وحينما نتناول التنظيم كوظيفة من وظائف الإدارة، فإننا نعني به عملية التنظيم الإداري، أي وضع نظام للعلاقات منسق إداريا، لتحقيق هذا الهدف.

وإذا جاز لنا تشبيه أي منظمة بجسم الإنسان على أن يمثل الهيكل العظمي في جسم الإنسان الهيكل التنظيمي في المنظمة فإن المعلومات بالنسبة للتنظيم تمثل النظام العصبي لجسم الإنسان.

[1] محمد أحمد عبد الله كليبي، مرجع سابق، ص96-97

يوضح هذا التشبيه مدى ترابط التنظيم بالمعلومات وأهمية دقة وصحة المعلومات، وهذا يعتمد بالدرجة الأولى على نوعية التقنيات المستخدمة التي من خلالها يتم انسياب هذه المعلومات ووصولها في الوقت المحدد وبدقة عالية إلى مستخدميها.

المطلب الثالث : استخدام تكنولوجيا المعلومات واتصال في مجال العلاقات العامة

– استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال العلاقات العامة:[1]

استخدام الحاسب الآلي في تخطيط أنشطة العلاقات العامة: أمكن استخدام الحاسب الآلي في تخطيط أنشطة العلاقات العامة في الستينات حيث تم التوصل إلى نظام أطلق عليه اسم التخطيط والمراجعة الآلية للعلاقات العامة. وكان الهدف من هذا النظام أساسا مراقبة تدفق كل نوع من الرسائل الإعلامية إلى الجماهير المحددة له وقد أخذت هذا النظام شركة تامين أمريكية وقامت بتعديله لكي تحصل على العلاقة بين ما يخرج من إدارة العلاقات العامة من بيانات وما يرد إليها من قصاصات إعلامية بالإضافة إلى تسجيل درجة كفاءة العاملين بالإدارة).

وقد أوضح تحليل البيانات في إحدى المرات على سبيل المثال أنه بعد جهود أسبوع كامل في إرسال بيانات صحفية حول مؤتمر للمديرين إلى 243 صحيفة ومجلة لم ينشر عن الشركة منها سوى ٢٣ خبرا، ولقد استخدمت وكالة هل أند نلتون Hill and Knowlton وهي أكبر وكالة للعلاقات العامة الحاسب الآلي في الأغراض الآتية:[2]

1- إعداد كشوف المرتبات والمكافآت.

2- تصنيف وتقويم نتائج النشر في وسائل الإعلام والمستمعين للمواد.

3- تجهيز سجل يتضمن تحليلا لخصائص الجمهور من القراء والإعلامية الفنية والتجارية للاستعانة به في التخطيط لأي برنامج إعلامي.

4- استخراج وتحليل نتائج أبحاث الرأي العام التي تجري عن طريق قسم البحوث بالشركة.

[1] محمد علي أبو العلا، العلاقات العامة في ضوء الإعلان وتكنولوجيا الاتصال، دار العلم والإيمان للنشر، 2013 ص 93

[2] محمد علي أبو العلا، مرجع سابق، ص 94 - 95

ومن المؤكد أن قدرات رجال العلاقات العامة على الخلق والابتكار سوف تزداد مع استخدام الحاسب الآلي في تحليل المعلومات والبيانات الأساسية عن أهداف المنظمة وإمكاناتها وخصائص جماهيرها ووسائل الإعلام التي تلائم هذه الجماهير وتتفق مع إمكانيات المنظمة، فلذلك سوف يوفر كثير من الوقت والجهد الذي يستهلك في التحليل اليدوي لهذه البيانات بالإضافة إلى عامل الدقة الذي سيؤدي حتما إلى سلامة الأسس التي يبنى عليها التخطيط وإذا كان ذلك سيهيئ الإدارة العلاقات العامة ظروفا أفضل الممارسة أنشطتها وتحقيق أهدافها فلا ينبغي أن يخطر على بال أي مشتغل بالعلاقات العامة أن الحاسب الآلي سيقوم بالخلق والابتكار الذي يتميز به العقل الإنساني.

إذن نستطيع أن نؤكد على أهمية تدريب مسئولي العلاقات العامة على أجهزة الحاسب الآلي وكيفية العمل عليها حتى يمكن أن تخلق كوادر من العاملين والمشتغلين والممارسين للعلاقات العامة على درجة عالية من الكفاءة والقدرة في إعداد وتخطيط برامج العلاقات العامة نستطيع من خلال هذه الكوادر تنفيذ الخطط على أكمل وجه وكذلك معرفة مواطن القوة والضعف ومعالجة مواطن الضعف وتنمية مواطن القوة.

ويكفي في مقام التدليل على مدى الاحتياج إلى ذلك ما نعايشه من عصر السموات المفتوحة والأقمار الصناعية والذي يمكن القول بأنه قد أطلق العنان لفن العلاقات العامة لكي يبدع في خطط الاتصال ووسائله أو أشكاله بحيث يمكن أن يؤثر في جماهير العالم من خلال الرسائل المباشرة الموجهة عن طريق البث العالى المباشر بعد أن ظل في فترات سابقة يعتمد على الاتصال الوطني أو الإقليمي، كما أدى تحسين الخدمات السلكية واللاسلكية وتطورها واستفادتها من الأقمار الصناعية إلى سهولة الاتصال بين الأفراد والمنظمات في مختلف بقاع العالم.

فبالإضافة إلى أجهزة التليفون تطورت خدمات التلكس والفاكسيملي والبريد الالكتروني باستخدام الحاسبات الآلية والإنترنت وكذلك تحسن المواصلات في داخل وبين الدول المختلفة مما أدى إلى سهولة الاتصال على مستوى الأفراد وعلى مستوى الأجهزة والمعدات والمواد الإعلامية التي تعبر عن الشعوب والشركات الكبرى متعددة الجنسيات وما صاحب ذلك من تطور الأنشطة الترويجية والتسويقية والدعائية لهذه الشركات كما ارتبط به تنفيذ برامج وحملات علاقات عامة متطورة على المستوى الدولي أو في النطاق الداخلي للدول).

وترى د/ أسما حسين حافظ أنه من الممكن استخدام شبكات المعلومات الإنترنت في حملات العلاقات العامة كما وضحه أيضا د/علي عجوة وكثير من متخصصي العلاقات العامة من الأكاديميين أنه من الأهمية تناول استخدام

الحاسب الآلي وكذلك الإنترنت بالتحديد في حملات العلاقات العامة وبالأخص ما تقوم به من نشاط اتصالي بالجماهير لنشر وتوزيع المعلومات الخاصة بالمشروع أو المنظمة كوسيلة ترويجية وإعلانية فعالة.

ويمكن الإشارة إلى أهمية استخدام الإنترنت كشبكة ضخمة تتكون من عدد ضخم من الشبكات المرتبطة ببعضها حيث أثر إلى حد كبير على كل المؤسسات والمنظمات وطريقة عملها وعلى أداء العاملين بها وأن الإنترنت يقوم بشكل أساس على فكرة التعاون والمشاركة في التكنولوجيا من خلال خطوط الاتصالات الإلكترونية التي تزيد على عشرة ملايين جهاز

ومن هنا نؤكد على مزايا الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة إذ تتيح المجال للتعرف على عدد زوار كل موقع ووقع وزمن الزيارة ويلد الزائر، مما يعطي المعلنين ميزة هامة تمكنهم من التعرف على نوع وحجم الجماهير التي تصل إليهم رسائلهم الترويحية.[1]

وتدل الحقائق المستمدة من الواقع العملي على أن ثمة اتجاه متزايد لإقبال المشروعات على تأسيس مواقع خاصة بها من ملفات المعلومات المرتبطة المعروفة World wide web على الإنترنت فهذه المؤسسات تقدم إمكانات للإنترنت للوصول إلى الجماهير النوعية

المختلفة ولا سيما وسائل الإعلام والعملاء والعاملون[2].

ونستخلص من ذلك قيمة الاستعانة من جانب العلاقات العامة بهذه الوسيلة الإنترنت) كوسيلة جديدة وقوة تأثيرها على الجمهور كوسيلة ترويجية.

ويشير علي عبد الرحمن إلى أن الإنترنت له وظائف إعلامية وهي:

-البريد الإلكتروني.

- البريد الدعائي،

- الرسائل البريدية. .

- الهاتف الشبكي. .

- نقل الملفات.

[1] محمد علي أبو العلا، مرجع سابق، ص 95

[2] محمد علي ابو العلا، مرجع سابق، ص 95 -96

- راديو النت.

- المجموعات الإخبارية.

-. التليفزيون التفاعلي .LTV

وبدء التطور في مجال تكنولوجيا الاتصال في العقود الأخيرة وسوف يستمر عدة عقود أخرى وحتما سوف تدفع هذه التطورات إلى الأمام مزيدا من التطبيقات والأدوات الجديدة التي تلبي احتياجات غير متنبأ بها حاليا، ومن هنا فإن تكنولوجيا الاتصال تواجه متغيرات عديدة على كافة المستويات ويمكنها أن تتعامل مع هذه المتغيرات ومواجهة كافة التحديات وسوف تؤثر هذه الثورة التكنولوجية على كافة الأفراد، وقد تميز العقد الأخير من القرن الماضي بحدوث ثلاث ثورات متداخلة هي ثورة الديمقراطية وجاءت ثورة الاتصال نتاجا حتميا لهذه الثورات وأحد أهم آثارها، وأصبح العصر يعرف بعصر الإعلام والاتصال.

ويعتبر الإنجاز الرئيسي لثورة تكنولوجيا الاتصال هو اختراع الكمبيوتر الذي أصبح بالإمكان استخدامه في الطباعة والكتابة الصحفية وغيرها من مجالات العمل الصحفي، ومنها على سبيل المثال العلاقات العامة وإدخال الحاسب الآلي والإنترنت في مجال العلاقات العامة لتدعيم أنشطة العلاقات العامة. .

لكن ماذا نعني بتكنولوجيا الاتصال يرى عبد النبي أن تكنولوجيا الاتصال هي الوسيط المستخدم في نقل وتداول المعلومات والأفكار بين أفراد المجتمع.

ويعرفها محمود علم الدين بأنها التقنيات المختلفة التي يتم توظيفها المعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيرية أو الشخصية التي يتم بواسطتها جمع المعلومات والبيانات المسموعة و المكتوبة والمرسومة ومعالجتها حسب الوسيلة الاتصالية المستخدمة، ثم تخزين هذه المعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب

يمكننا القول بأن التقنية الرقمية هي التي جعلت ثورة الاتصالات تستفيد من ثورة الحاسبات والعكس صحيح أيضا ونتج عن ذلك كله ثورة هائلة في المعلومات يشهدها العالم الآن وخير مثال لثورة المعلومات هذه هي شبكة الإنترنت التي تعد نموذجا حيا لاندماج ثورات الاتصالات والحاسبات والمعلومات وخاصة بعد إحلال شبكات التليفون الرقمية محل شبكة التليفون التناظرية).[1]

[1] محمد علي ابو العلا، مرجع سابق، ص 97

ويجمع العلماء والمتخصصين على أن إنشاء شبكة المعلومات الدولية الإنترنت) يعد أهم إنجاز تكنولوجي وتحقيق إذا استطاع الإنسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن ويجعل من العالم أشبه بقرية إلكترونية صغيرة وبذلك أصبح الاتصال الكترونيا وتبادل الأخبار ونقل المعلومات حقائق ملموسة تمثل إحدى المقومات الأساسية للنمو الاقتصادي والاجتماعي والثقافي لأي مجتمع، وقد شهدت السنوات الماضية تطورا مكثفا في البنى التكنولوجية لوسائل الإعلام وكذلك للعلاقات العامة، ومن أهم هذه التحولات إلغاء المكان باعتباره مقولة فيزيائية ونعني عامل المسافة من خلال التقريب بين مصدر المعلومات وهدفها عبر تلك الوسائل، ومن خلال التزاوج بين الإنترنت كوسيلة اتصال وبين الوسائل الاتصالية التقليدية الأخرى من تليفون وفاكس وراديو وتليفزيون وصحافة، الأمر الذي انعكس على شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه واستقبال المعلومات عبر أي مسافة، وفي أي وقت وفي أي مكان[1].

دور التقنيات الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي[2]

يكمن دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي، لكونها عاملا مهما للمتظلمات الباحثة عن التميز في مخرجاتها وعن الكفاءة والفعالية في أداءها، فهي تشتمل على الأدوات والأجهزة والأساليب المستخدمة لنقل البيانات والمعلومات الادارية في جميع مستويات المنظمة، مما يترتب عليه انجاز العمل بيسر وفاعلية، فالاتصال الفاعل هو مفتاح نجاح المنظمة وعليه يتوقف بقاؤها، وما يجعل الاتصال التنظيمي فعالا هو استغلال تكنولوجيا الاتصال ومواكبة تطورها فبدونها لا يعرف العمال ماذا يعمل زملائهم ، ولا تستطيع الإدارة أن تستلم المعلومات عن المدخلات التي تحتاجها والتعليمات والإرشادات اللازمة، ولا يمكن تحقيق التعاون فيما بينهم، لأن الأفراد لا يستطيعون إيصال حاجاتهم ورغباتهم ومشاعرهم للآخرين وهذا يؤثر على كمية ونوعية الإنتاج التي تعد من المؤشرات الهامة التي تبين مستوى الأداء في المنظمات، وعليه فتوظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المنظمة يساعد على مواكبة المستجدات ومواجهة التطور الإداري السريع، وهذا ينعكس إيجابا على السرعة في نقل وتبادل المعلومات، بالتالي يسرع العمل بما يترتب عليه تحسن في مستوى الأداء.

أن مستوى الأداء يتحدد إذا كان متميزا أو جيد أو متوسط ومتدني بناء على النتائج التي تحققها الجهود التي يقوم بها العاملين، وهذا مرتبط بمدى توفر تكنولوجيا الاتصال داخل المنظمة وقدرة العاملين على استخدامها بالصورة الصحيحة

[1] مرجع سابق ص 96- 97

[2] آسية بن عبد الكريم، آمنة بن علي، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي لموظفي جامعة أدرار نموذجا، شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، 2018- 2019، ص 45 -46

التي تجعل المنظمة قادرة على تحقيق أهدافها بطريقة فاعلة، فبالرغم من الدور الفاعل الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال سواء لإغراض التوثيق أو الحفظ أو استقبال المعلومات ومعالجتها وإجراء البحوث، إلا انه يجب توفير المستلزمات وتهيئة الظروف واتخاذ الاحتياطات التي تكفل تكيف العاملين مع التغيير وقلة مقاومتهم له، من خلال العمل على تطوير الكفاءات البشرية المتاحة في المنظمة والكامنة داخلها لذا فالعملية التدريبية تعد السبيل الأمثل لرفع وتنمية قدرات العاملين وتحسين أدائهم، من خلال إعداد برامج مكثفة لنشر ثقافة الحاسب الآلي وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال إضافة إلى مواكبة التطورات العلمية وتطوير الأنظمة الإدارية الفعالة، وتدريب عدد من الخبراء المتميزين في تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

من خلال ما سبق يمكن أن تبرز العلاقة القائمة ما بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والأداء الوظيفي على النحو التالي:

1. تسببت إلى حد كبير في تحسين الأداء الوظيفي وذلك من خلال تخطي القيام بكثير من الأعمال الروتينية وما يترتب عليه من انجاز الأعمال بسرعة وكفاءة ودقة متناهية وتكلفة قليلة .

2. تسببت في تقليل الأعباء الوظيفية الروتينية الملقاة على عاتق المدراء مما يتيح لهم استغلال مما يسهم في رفع كفاءة وفعالية الادارة العليا.

3. تسببت في التأثير على الجانب المعنوي لدي العاملين باتجاه زيادة ولاءهم وانتماءهم للمنظمة من خلال ما توفره من فرص للاطلاع على المعلومات بشكل سهل مما يسهم في تعزيز مشاركتهم في عملية صنع القرار .

4. أن اهتمام المنظمات بالتوجه نحو الميزة التنافسية يدفعها نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال، مما يبرز زيادة الاهتمام بالبحث والتطوير والتدريب، الذي يسهم في بناء وتنمية القدرات الفردية.

5. تسببت في زيادة عدد الفرص المتاحة أمام المنتظمة وتفعيل عملية توليد وتطبيق الأفكار الجديدة اللازمة لتطوير المؤسسة.[1]

[1] آسية بن عبد الكريم، آمنة بن علي، مرجع سابق، ص47

خلاصة :

ومن هنا نستنتج أن التقنيات الحديثة أهمية كبيرة على مستخدميها، حيث أدت إلى كسر الحدود الجغرافية بين الناس وحولت العالم إلى قرية صغيرة، كما لها دور مهم في تخزين واسترجاع ومعالجة البيانات والمعلومات، إضافة إلى استغلالها في مختلف المجالات.

اطار التطبيقي للدراسة

الإطار التطبيقي للدراسة

تفريغ الجداول والتعليق عليها : .....

النتائج العامة للدراسة : .....

تمهيد:

في هذا الفصل تم تحليل الجداول وعرض النتائج التي توصلت لها الدراسة وتفسيرها تفسيرا علميا بناءا على الإطار النظري للدراسة وذلك بدءا من تبويب النتائج في جداول بسيطة تتضمن التكرار والنسبة المئوية وصولا إلى النتائج العامة ثم الخاتمة.

اولا: نشأة جامعة ابن خلدون – تيارت–:

تعد جامعة ابن خلدون تيارت من أبرز الجامعات في الجزائر والتي تم إنشائها سنة 1980 كمركز جامعي، وفي سنة 1984 حل المركز ليحل محله معهدين وطنيين للتعليم العالي هما :

- المعهد الوطني للتعليم العالي في الهندسة المدنية.
- المعهد الوطني للتعليم العالي في الفلاحة و البيطرة.

إلا أنه في سنة 1992 أعيد إنشاء المركز الجامعي، و بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 01-271 المؤرخ في 18 سبتمبر سنة 2001 أنشأت جامعة ابن خلدون تيارت وقد سميت تيمنا باسم مؤسس علم الاجتماع العلامة عبد الرحمن بن محمد ابن خلدون والذي اشتهر بتأليفه لكتاب مقدمة ابن خلدون تمهيدا لكتابه الضخم العبر.

بلغ عدد الطلاب للسنة الجامعية 2020/2019 بـ 30828 طالب وطالبة موزعين على كافة الشعب والاختصاصات والأطوار والجدول رقم 01 يوضح ذلك بالتفصيل، حيث يقوم بتأطيرهم 998 أستاذ وأستاذة بمختلف الرتب كما في الجدول رقم 02، وارتكز التعليم الجامعي على نوعين من التكوين، النظام الجديد L.M.D[*] الذي أصبح يشمل جل التكوين داخل الجامعة، والنظام الكلاسيكي ينحصر في بعض الشعب فقط، كما تم إعادة تنظيم التكوين وفق المقاييس والمعايير المعمول بها قانونيا للإنتقال من نظام قديم إلى نظام جديد[1].

[*] Licence, Master, Doctorat:LMD.

[1] مقابلة شخصية مع السيد مدير نيابة مديرية الجامعة المكلفة بالتنمية والإستشراف والتوجيه.

الجدول رقم (3-1): عدد الطلبة في كامل الأطوار

	كلاسيك	ليسانس	ماستر	المجموع
جامعة ابن خلدون	616	19145	9187	28948
ملحقة قصر الشلالة	/	927	402	1329
ملحقة السوقر	/	318	233	551
المجموع	616	20390	9822	**30828**

جدول 1 عدد الطلبة في كامل الاطوار

المصدر: نيابة الجامعة المكلفة بالتنمية والإستشراف والتوجيه

الجدول رقم (3-2): عدد الأساتذة

الرتبة	المجموع
التعليم العالي أستاذ	104
أستاذ محاضر "قسم أ"	245
أستاذ محاضر "قسم ب"	272

أستاذ مساعد " قسم أ"	325
ستاذ مساعد " قسم ب"	50
رتب أخرى	02
المجموع	**998**

عدد الاساتذة2 جدول

المصدر: نيابة الجامعة المكلفة بالتنمية والإستشراف والتوجيه

ثانيا: الهيكل التنظيمي للجامعة

يتكون الهيكل التنظيمي الجامعة من مدير الجامعة ونياباته، الكليات، المعاهد والمخابر بالإضافة إلى المصالح المشتركة للجامعة.

أولا: مدير الجامعة ونيابات الجامعة

مدير الجامعة بصفته المسؤول الأول فهو يأتي في قمة الهرم الإداري للجامعة يليه مدراء نيابات الجامعة.

1- **مدير الجامعة:** مدير الجامعة هو المسؤول التنفيذي الأول للجامعة، ويتم تعيينه بناء على مرسوم رئاسي تتمثل مهامه بصفته مسؤولا عن مهمات الجامعة الأكاديمية والإدارية والمالية في تحديد كل سياسات الجامعة وإجراءاتها واعتمادها، وكذا مراجعة السياسات الإدارية والأكاديمية العامة للجامعة بناءً على توجيهات الوزير فيما يتعلق برسالة الجامعة العلمية والثقافية واحتياجات البحث العلمي ويخضع لمحاسبة وزير التعليم العالي والبحث العلمي.

2- **نيابات المديرية:** تتكون من أربع نيابات وهي كالتالي:

أ- نيابة مديرية الجامعة للتكوين العالي في الطورين الأول والثاني والتكوين المتواصل والشهادات وكذا التكوين العالي في التدرج تضم المصالح التالية: مصلحة التعليم والتربصات والتقييم وكذا مصلحة الشهادات والمعدلات، مصلحة التكوين لما بعد التدرج و التأهيل الجامعي ومصلحة التكوين المتواصل.

ب- نيابة مديرية الجامعة للتعليم العالي للطور الثالث، التأهيل الجامعي والبحث العلمي والدراسات العليا والتدرج.

ج- نيابة مديرية الجامعة للتنمية والتوجيه والاستشراف.

د- نيابة مديرية الجامعة للتنشيط وترقية البحث العلمي والعلاقات الخارجية والتظاهرات العلمية والتعاون.

ثالثا: كليات ومعاهد ومخابر الجامعة

يختلف الهيكل التنظيمي للجامعة من جامعة لأخرى وتتضمن جامعة ابن خلدون على العديد من الكليات بالإضافة للمعاهد ومخابر البحث العلمي وهي كالتالي:

1- **الكليات والمعاهد المكونة لجامعة ابن خلدون تيارت:** تضم ثمن كليات ومعهد وملحقتين وهي كالتالي:

- كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير؛
- كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية؛
- كلية الحقوق والعلوم السياسية؛
- كلية الأدب واللغات؛
- كلية علوم الطبيعية والحياة؛
- كلية العلوم التطبيقية؛
- كلية علوم المادة؛
- كلية الرياضات والإعلام الآلي؛

- معهد العلوم البيطرية؛
- ملحقة السوقر؛
- ملحقة قصر الشلالة.

2- **مخابر البحث العلمي**: بالإضافة إلى الكليات والمعهد والملحقتين تحتوي جامعة ابن خلدون على 16 مخبر معتمد للبحث العلمي في شتى التخصصات والميادين:

- مخبر الفلاحة والبيوتكنولوجي والتغذية في المناطق شبه الجافة (كلية علوم الطبيعة والحياة)؛
- مخبر الهندسة الفيزيائية (كلية المادة)؛
- مخبر التركيب والحفر (كلية العلوم التطبيقية)؛
- مخبر التكنولوجيا الصناعية (كلية العلوم التطبيقية)؛
- مخبر دراسة لغوية وقواعدها بين التقليد والحداثة في الجزائر (كلية الأدب واللغة العربية)؛
- مخبر نظام حماية بيئة التشريعات (كلية الحقوق والعلوم السياسية)؛
- مخبر الهندسة الكهربائية والبلازما (كلية العلوم التطبيقية)؛
- مخبر النظافة وعلم الأمراض الحيوانية (معهد العلوم البيطرية)؛
- مخبر الخطاب الحجاجي: أصوله، مراجعه وآفاقه في الجزائر (كلية الادب واللغة العربية)؛
- مخبر استنساخ حيوانات المزرعة (معهد العلوم البيطرية)؛
- مخبر هندسة الطاقة وهندسة الكمبيوتر (كلية الرياضيات والإعلام الآلي)؛
- مخبر علوم الحاسوب والرياضيات (كلية الرياضيات والإعلام الآلي)؛
- مخبر تطوير وتحسين الإنتاج الحيواني المحلي (معهد العلوم البيطرية)؛
- مخبر علم وظائف الأعضاء النباتية المطبقة فوق الأرض (كلية علوم الطبيعة والحياة)؛
- مختبر الجيوماتيكا والتنمية المستدامة (كلية علوم الطبيعة والحياة)؛
- مختبر الدراسات التاريخية والأثرية في شمال أفريقيا (ليهان) (كلية العلوم الانسانية والإجتماعية).

رابعا: المصالح المشتركة

تتمثل المصالح المشتركة التي تكون الجامعة في:

أ- المكتبة المركزية: تتوفر على حوالي 12000 عنوان و60000 نسخة حسب إحصائيات السنة الدراسية 2020/2019، مع العلم أن جل الكليات البيداغوجية بها مكتبات خاصة، كما تضم المكتبة المركزية المصالح التالية:

- مصلحة الاقتناء؛
- مصلحة المعالجة؛
- مصلحة البحث الببليوغرافي؛
- مصلحة التوجيه.

ب- مركز الإعلام الآلي والحسابات، موزع البريد الإلكتروني وجهاز للواب.

ج- المزرعة التجريبية: تقدر مساحتها 35 هكتار.

د- بهو التكنولوجيا: هيكل بيداغوجي يقوم فيه الطلبة بالأعمال الموجهة والتطبيقية في ميدان التكنولوجيا ويضم الورشات التالية:

- التصنيع والتحويل؛
- ورشة القياس و ورشة القوالب؛
- ورشة المعالجة الحرارية؛
- ورشة اختبار المواد؛
- ورشة ميكانيك السوائل؛
- ورشة الحرارة والتحويل الطاقوي؛
- مكتب للدراسات.

خامسا: الإدارة والتسيير تعد الإدارة عاملا أساسيا لنجاح المنظمات على اختلافها، أو حتى فشلها، سواء كانت منظمات اقتصادية أو تعليمية أو غيرها، ولابد أن تكون إدارة فعالة والجامعة كباقي المؤسسات تسعى لتحقيق مستوى عالي من الإنجاز وذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتوفرة.

1: مجلس الإدارة والمجلس العلمي

المجلس هو الهيئة العليا في الجامعة وله دور حيوي في إدارة وتسيير أعمالها، وتحتوي الجامعة على مجلسين، مجلس الإدارة والمجلس العلمي.

1- **1 مجلس الإدارة:** المجلس هو هيئة إدارية تضم مختلف الشرائح المؤلفة للجامعة برئاسة ممثل عن وزير التعليم العالي والبحث العلمي ويتألف من ممثلين عن مجموعة من الوزارات وكذا أعضاء من هيأة التدريس وممثلين عن الموظفين الإداريين والتقنيين وكذا ممثلين عن الطلبة بالإضافة إلى أعضاء استشاريين كالعمداء ونوابهم والأمين العام ومسؤول المكتبة، مع إمكانية جواز دعوة أي شخص بإمكانه المساعدة في عملها، يتمحور دوره في تفصيل مشروع الميزانية والحسابات للجامعة، حيث يناقش التقرير السنوي للميزانية بالتطرق إلى مشروع خطة إدارة الموارد البشرية وكذا تقديم المقترحات فيما يخص برامج التبادل العلمي الدولي والبحث العلمي، الحصيلة السنوية حول التكوين والبحث في الجامعة، اتفاقيات شراكة مع مختلف القطاعات الاجتماعية والاقتصادية، القانون الداخلي للجامعة.

2- **1 المجلس العلمي:** المجلس العلمي هيئة استشارية علمية تضم الطاقم البيداغوجي للجامعة من مديرها وعمدائها ونوابهم بالإضافة إلى رؤساء المجالس العلمية للأقسام ومديري وحدات البحث ويجوز دعوة أي شخص مختص بإمكانه إفادة المجلس.

يعمل المجلس العلمي على إبداء المشورة والتوصيات فيما يخص الخطط السنوية للتدريب والبحوث العلمية و تحديد الميزانيات العمومية الموجهة لاقتناء المؤلفات العلمية والتقنية وتوجيه برامج الشراكة الجامعية والتبادل

العلمي مع مختلف مكونات المنظومة الاجتماعية والاقتصادية، وكذا تنظيم ميزان التدريس والبحوث العلمية، يدرس تقارير الأنشطة العلمية والبيداغوجية.

2: الأمانة العامة للجامعة

تكون تحت مسؤولية الأمين العام، المسؤول عن التشغيل والهياكل الإدارية والمالية وكذا تحت سلطته الخدمات المشتركة الإدارية والفنية، يتولى الأمين العام قيادة الأمانة العامة والمشاركة في إدارة الجامعة، حيث تتكفل الأمانة العامة بتسيير المسار المهني لمستخدمي الجامعة مع احترام صلاحيات الكلية والمعهد في هذا المجال وتحضير مشروع ميزانية الجامعة ومتابعتها وتنفيذها وكذا ضمان متابعة تمويل أنشطة المخابر ووحدات البحث، كما تتكفل ببرمجة الأنشطة الثقافية والعلمية والرياضية للجامعة وترقيتها والسهر على سير المصالح المشتركة للجامعة وضمان متابعة وتنسيق مخططات الأمن الداخلي للجامعة بالتنسيق مع المكتب الوزاري للأمن الداخلي، كما تعمل الأمانة العامة بضمان تسيير وحفظ الأرشيف والتوثيق لمديرية الجامعة وضمان سير مكتب تنظيم الجامعة، كما تشمل الأمانة العامة بالإضافة إلى مكتب التنظيم العام ومكتب الأمن الداخلي على الهياكل الآتية:

1- المديرية الفرعية للمستخدمين و التكوين : تضم المصالح التالية:

- مصلحة الأساتذة؛
- مصلحة التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات؛
- مصلحة الموظفين الإداريين والتقنيين وأعوان المصالح.

2- المديرية الفرعية للمالية والمحاسبة : تضم المصالح الآتية :

- مصلحة الميزانية والمحاسبة؛
- مصلحة تمويل أنشطة البحث؛
- مصلحة مراقبة التسيير والصفقات.

3- المديرية الفرعية للوسائل والصيانة : تشمل المصالح التالية:

- مصلحة الوسائل والجرد؛
- مصلحة النظافة والصيانة؛
- مصلحة الأرشيف.

4- المديرية الفرعية للأنشطة العلمية والثقافية والرياضية: تضم المصالح التالية:

- مصلحة الأنشطة العلمية والثقافية؛
- مصلحة الأنشطة الرياضية والترفيهية.

5- مركز الأنظمة وشبكة الإعلام والاتصال والتعليم المتلفز والتعليم عن بعد: يتكفل هذا المركز باستغلال هياكل الشبكات وإدارتها وتسييرها واستغلال تطبيقات الإعلام الآلي لتسيير البيداغوجية ومشاريع التعليم المتلفز والتعليم عن بعد وتنفيذها بالاستعانة بالدعم التقني للتصميم وانتاج الدروس عن طريق الإعلام الآلي والتعليم عن بعد ويشمل الفروع الآتية :

- فرع الأنظمة؛
- فرع الشبكات؛
- فرع التعليم المتلفز والتعليم عن بعد.

6- مركز التعليم المكثف للغات: يستقبل الطلاب من داخل الجامعة وخارجها ممن يأملون في تحصيل مستوى عالي في تعلم اللغات، العربية، الفرنسية، الانجليزية، الألمانية والإسبانية.

1. المجال الزمني: ويقصد به الوقت الذي استغرقته الدراسة من تحديد الإطار النظري للدراسة إلى غاية تحليل النتائج حيث تمت على المراحل الآتية:

- ✓ **المرحلة الأولى**:بداية من أكتوبر 2020 أين تم اختيار موضوع الدراسة
- ✓ **المرحلة الثانية**:كانت بداية شهرديسمبر2021 الانتقال الى الجانب الامبريقي تحديد مكان الدراسة مديرية جامعة ابن خلدون تيارت

✓ **المرحلة الثالثة**:من بداية شهر جوان 2021 ، قمنا بتوزيع الاستمارة التي تم الاعتماد عليها في جمع بيانات الدراسة والتي كانت بعدد 30استمارةهي مجتمع البحث، وهي نفسها مجتمع الدراسة و قمنا بفرزها وتفريغها للحساب

2- المجال البشري:

يقصد بالمجال البشري هو عدد الأفراد الذين ينتمون إلى المؤسسة محل الدراسة و هي مديرية جامعة ابن خلدون تيارت حيث بلغ عدد العمال الإداريين بخلية الإعلام والاتصال حسب إحصائيات أفريل 2021 إلى 30 عاملا.

فقد اشتملت استمارة بحثنا على 05 أسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية و إضافة إلى 04 محاور، تمحورت حول موضوع الدراسة استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة، حيث تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور كالتالي :

1. **المحوربيانات الشخصية**: و هو محور يضم 05 أسئلة المتعلقة بغرض معرفة خصائص مجتمع الدراسة من حيث: الجنس، السن،والمستوى التعليمي ، و الفئة المهنية والأقدمية.
2. **المحور الأول**:اشتمل على التساؤلات الخاصة بالبيانات المتعلقة بالوسائل التقنية الحديثة المستعملة في إدارة العلاقات العامة يحتوي على05 أسئلة.
3. **المحورالثاني**:ويشمل البيانات المرتبطة بوظائف التقنية الحديثة لموظفي إدارة العلاقات العامة يحتوي على 03 أسئلة.
4. **المحورالثالث**:اشتمل على التساؤلات الخاصة بمساهمة التقنيات الحديثة في تحسين الأداء يحتوي على 05 أسئلة.
5. **المحور الرابع**: ويشمل البيانات المرتبطة بتحكم الموظفين في استخدام تقنيات الاتصال الحديثة يحتوي على 03 أسئلة.

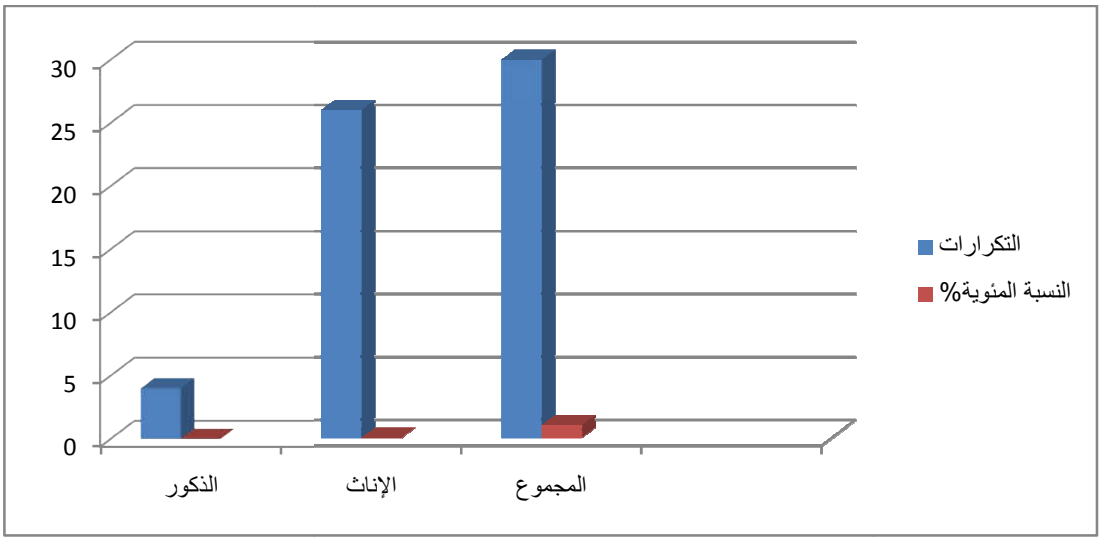
تحليل وتبويب بيانات الدراسة:

الجدول رقم (01) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية%
الذكور	04	13.33
الإناث	26	86.67
المجموع	30	%100

يبين توزيع افراد العينة حسب الجنس3 جدول

الرسم البياني رقم (01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس



الرسم البياني 1توزيع افراد العينة حسب الجنس

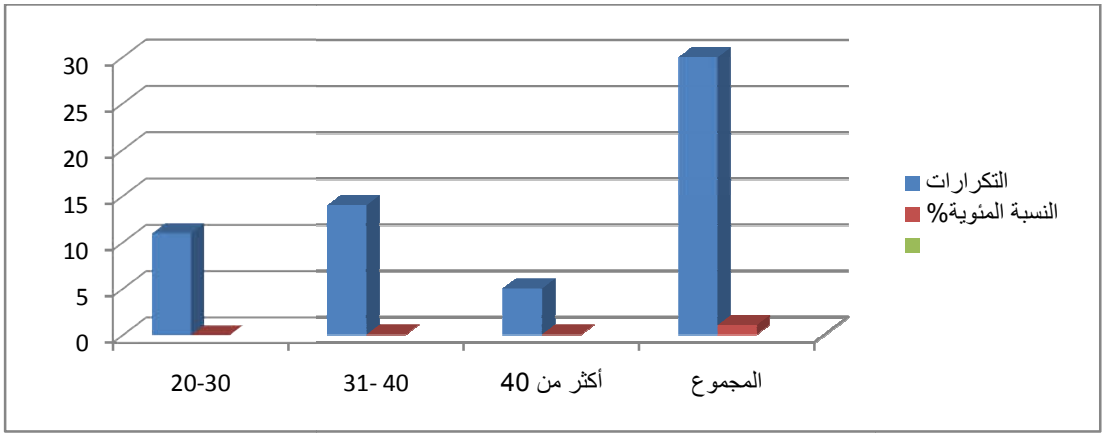
تبين النتائج المتعلقة بمتغير الجنس في الرسم البياني و الجدول رقم (01) بأن أكبر نسبة هي من فئة الإناث وتمثل نسبة 86.67% و هي نسبة مرتفعة جدا مقارنة بنسبة الذكور التي تمثل 13.33 % من عينة الدراسة، و لعل ذلك يشير إلى أن طبيعة العمل بمديرية جامعة ابن خلدون تيارت وهو ما يمكن تفسيره بالتوجه القوي للإناث مع مقتضيات هذه

الوظيفة وتؤكد على أن الإناث أكثر إقبالا من الذكور في هذا المجال الوظيفي حيث ليس لبنية الجسم دور هنا للرجل بقدر ما للكفاءة المهنية والشهادة الأكاديمية دور.

الجدول رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية%
30-20	11	36.67
40 -31	14	46.67
أكثر من 40	05	16.67
المجموع	30	%100

جدول 4يبين توزيع افراد العينة حسب السن



الرسم البياني 2توزيع افراد العينة حسب السن

الرسم البياني رقم (02)يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

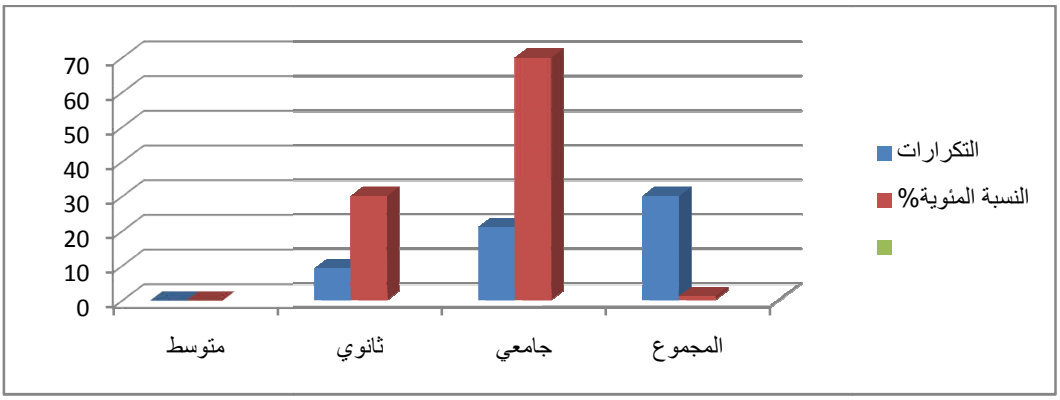
من خلال الإحصائية المبينة في في الرسم البياني و الجدول رقم(02.) يتضح لنا أن معظم أفراد العينة محل الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين (30-20) و هذا يمثل 14مفردة من مفردات العينة بنسبة تقدر بـ36.67 % وهي أعلى نسبة مقارنة بالنسب الأخرى، كما سجلنا ثاني أعلى فئة عمرية للعمال والتي تتراوح ما بين (31-40) بنسبة

46.67% وهي فئة تلحق بفئة الشباب والتي تعني فيما تعنيه أن المؤسسة تقوم بدور الاستقطاب لعنصر الشباب بشكل دوري و مستمر ثم تليها فئة كبار السن الذين تزيد أعمارهم عن40سنة ويمثلون نسبة 16.67 % من أفراد العينة وإن دل ذلك على شيء فإنما يدل على تواجد عنصر الشباب الذي يتميز بالفعالية و قدرة على العمل بمرونة في هذه المديرية محل الدراسة.

الجدول رقم (03) يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى	التكرارات	النسبة المئوية%
متوسط	00	00
ثانوي	09	30
جامعي	21	70
المجموع	30	%100

يبين توزيع افراد العينة حسب المستوي التعليمي5 جدول



الرسم البياني 3توزيع افراد العينة حسب المستوي التعليمي

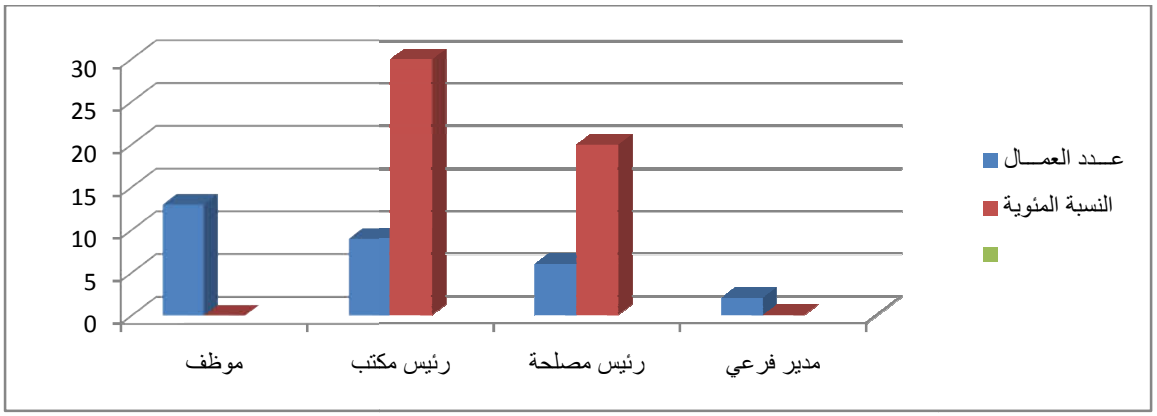
الرسم البياني رقم (03)يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

تبين الإحصاءات الرقمية الواردة في في الرسم البياني و الجدول رقم (03) أن نسبة 70 % من حجم العينة حاصلون على شهادات جامعية وتلقوا تعليما جامعيا، وأن نسبة 30 % منهم مستواهم التعليمي بلغ المستوى الثانوي نلاحظ في حين نجد كل من فئة المستوى المتوسط معدومة، ومنه يتبين أن الإطار العمالي لمديرية جامعة ابن خلدون تيارت خلية الاعلام والاتصال هو إطار ذو قدرات مهنية وتعليمية عالية أي أن عملية الاستقطاب والتوظيف محصورة على الإطارات المتعلمة وفقط حيث أن طبيعة العمل بها تفرض وجود كفاءات عالية.

الجدول رقم (04.) يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

الوضعية المهنية	عـدد العمـال	النسبة المئوية
موظف	13	43.33
رئيس مكتب	09	30
رئيس مصلحة	06	20
مدير فرعي	02	6.67
المجمـوع	30	%100

جدول 6 يبين توزيع افراد العينة حسب المستوي الوظيفي



الرسم البياني 4توزيع افراد العينة حسب المستوي الوظيفي

الرسم البياني رقم (04)يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

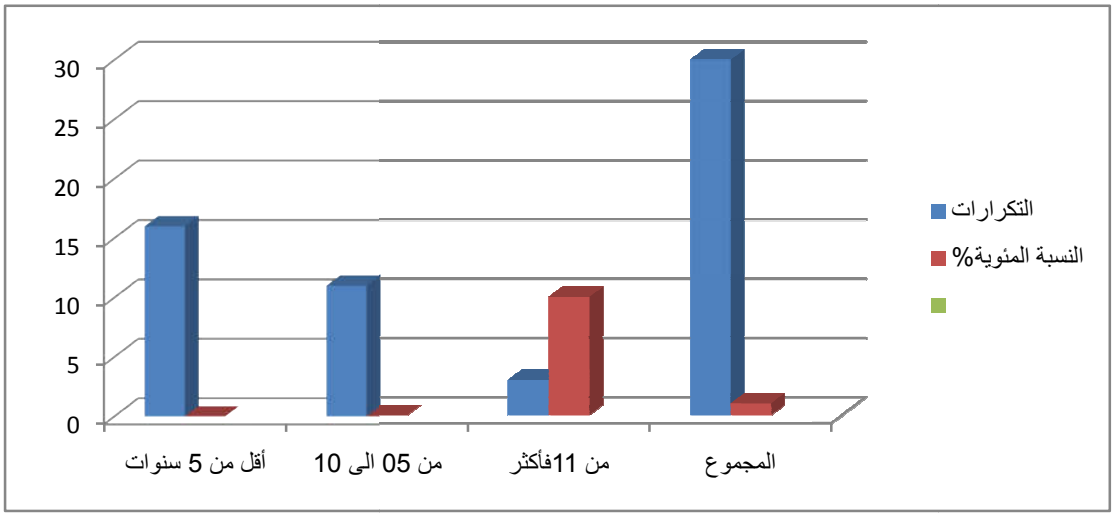
تبين المعطيات الإحصائية الواردة في هذا الجدول و الرسم البياني رقم 4 أن نسبة43.33 % من أفراد العينة ينتمون إلى فئة الموظف وأن نسبة 30% تمثل نسبة رؤساء المكاتب بينما تمثل مدير فرعي نسبة 6.67% و من المعلوم أن مديرية جامعة ابن خلدون تيارت خلية الإعلام والاتصال يقتضي العمل بها توفر عدد كبير من فئة الموظفين حيث يعتبر الموظف العمود الفقري لخلية الاتصال و أن طبيعة الوظائف بها تتطلب أفرادا يمتلكون كفاءة عالية في مجال

الإعلام والاتصال وباعتبار ان المديرية جامعة ابن خلدون يحتوي على هذه الخلية ومن ناحية أخر فقد تتحول هذه الفئة إلى أداة عرقلة وإعاقة إذا لم تم استقطابها بنسبة أقل من باقي الفئات

الجدول رقم (05) يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

السنوات	التكرارات	النسبة المئوية%
أقل من 5 سنوات	16	53.33
من 05 الى 10	11	36.67
من 11فأكثر	03	10
المجموع	30	%100

جدول 7 يبين توزيع افراد العينة حسب الاقدمية



الرسم البياني 5توزيع افراد العينة حسب الاقدمية

الرسم البياني رقم (05)يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

تبين الإحصاءات الواردة في هذا الجدول و الرسم البياني رقم5 أن أقل نسبة % 10 من أفراد عينة البحث تنحصر أقدميه العمل لديهم أكثر من 11 سنة ، في حين تمثل نسبة % 36.67 منهم أقدمية من 05 الى 10 سنة، أما نسبة 53.33% أقل من 05 سنوات من أفراد العينة ، ومنه يلاحظ أن ذوي الخبرة في المؤسسة يقل عددهم و ذلك راجع إلى السياسة المنتهجة من طرف جامعة ابن خلدون الذي يعمل على تجديد إطاراته من ذوي الكفاءات العلمية تماشيا مع طبيعة الوظيفة التي تعرف تطورا علميا لا مكانة فيه لذوي الخبرة، كما أن عنصر الشباب يزيد عددهم وهو الغالب في العينة.

عرض وتحليل ايجابات أفراد العينة للمحور الأول:

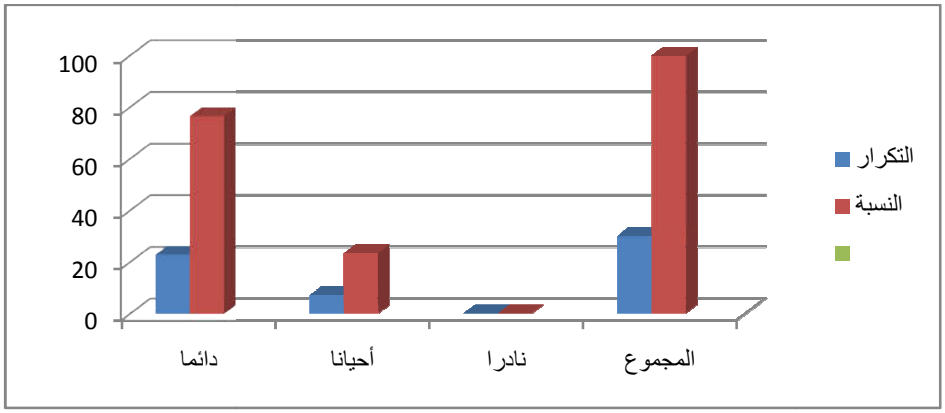
الوسائل التقنية الحديثة المستعملة في إدارة العلاقات العامة.

جدول رقم(06) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (01)

س1هل تستخدم تقنيات الاتصال الحديثة في الجامعة ؟

	التكرار	النسبة
دائما	23	76,67
أحيانا	07	23,33
نادرا	00	00
المجموع	30	100

هل تستخدم تقنيات الاتصال الحديثة في الجامعة8 جدول



الرسم البياني 6يمثل استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في الجامعة

الرسم البياني رقم (06)يمثل استخدم تقنيات الاتصال الحديثة في الجامعة

من خلال المعطيات الرقمية الواردة في الرسم البياني و الجدول رقم (06) والمتعلق باستخدام المبحوثين لتقنيات الحديثة بمديرية جامعة ابن خلدون يتضح لنا ان أفراد العينة يعتمدون على تقنيات حديثة بالمؤسسة بدرجة أعلى وهذا ما تمثله نسبة 76.67% ، 23 انهم دائما في تعامل مع هاته التقنيات الحديثة ، في حين ان هناك نسبة قليلة المتمثلة في 23.33% تستخدم التقنيات الحديثة احيانا في الجامعة حسب طبيعة عملها وهذا يدل علي ان الجامعة تولي اهمية كبيرة للتقنيات حديثة في عملها .

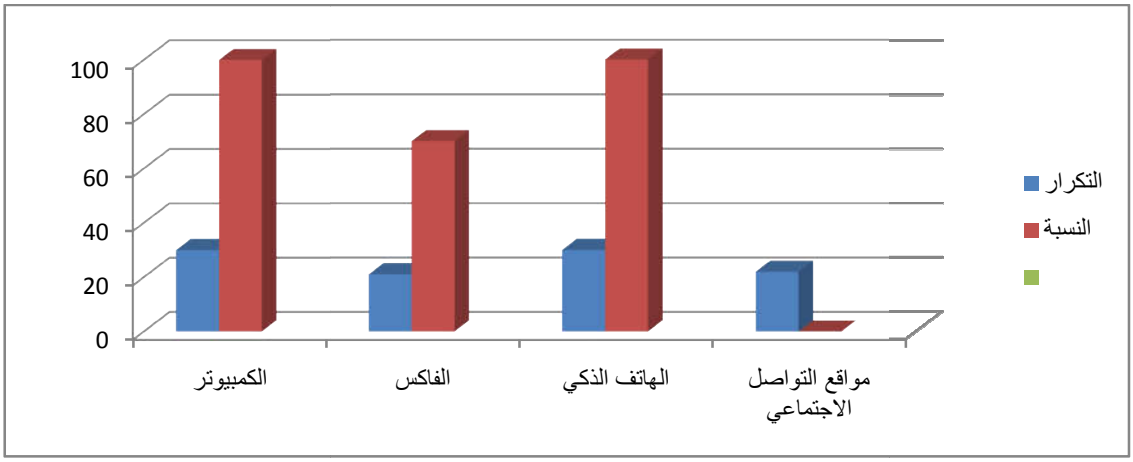
و يتضح لنا من خلال دراسة استخدام التقنيات الحديثة في ادارة العلاقات العامة لمديرية جامعة ابن خلدون ، تتطابق نتيجة دراستنا مع نتيجة الدراسة السابقة لعجلان بن محمد الشهيري ومعنونة ب "التقنيات المكتبية الحديثة والوظائف الإدارية المعاونة في الأجهزة الحكومية ، توصلت هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لها آثار إيجابية على مستوى الأداء ونوعية الاتصال حسب نظرة الموظفين دائما

جدول رقم(07) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (02) ؟

ما هي تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستكم.

تقنيات حديثة	التكرار	النسبة
الكمبيوتر	30	100
الفاكس	21	70
الهاتف الذكي	30	100
مواقع التواصل الاجتماعي	22	73.33
البريد الالكتروني	11	36.67
المجموع	30	100

جدول 9 ماهي تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستكم



الرسم البياني 7يمثل تقنيات الاتصال المستخدمة في مؤسسة

الرسم البياني رقم (07)يمثل تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستكم

من خلال الجدول أعلاه والرسم البياني رقم 7 يتضح لنا أن المبحوثين يعتمدون على كل التقنيات االحديثة في المديرية بنسب متقاربة، حيث يمثل الحاسب الآلي والهاتف الذكي أكبر نسبة قدرت ب: 100% ثم تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب : 73.33% ، الفاكس بنسبة70 % أما أصغر نسبة تمثلت في البريد ا لالكتروني36.67%.

ومن هنا يتبين لنا أن مديرية جامعة ابن خلدون تعتمد على الحاسب الآلي بدرجة كبيرة وذلك لاستخدامه في الشؤون الإدارية كتنظيم الملفات والبيانات، وتخزين وطباعة المعلومات وتبادلها بين الموظفين في مختلف المكاتب والمصالح، إضافة لاستخدامهم الكبير الهاتف الذكي و مواقع التواصل الاجتماعي لما له من أهمية في الجامعة من خلال نشر إعلانات خاصة بالجامعة عبر الموقع الرسمي لها، وسهولة إعداد الملصقات والمطويات وكذلك سهولة الاتصال والتعامل مع مختلف الجماهير والمؤسسات الأخرى قد تكون محلية، إقليمية، دولية، وهذا يشير الى انه يتم استعمال الحاسوب بدرجة كبيرة والهواتف الذكية وهذا راجع لأن بيئة العمل تتوفر عليه بدرجة كبيرة.

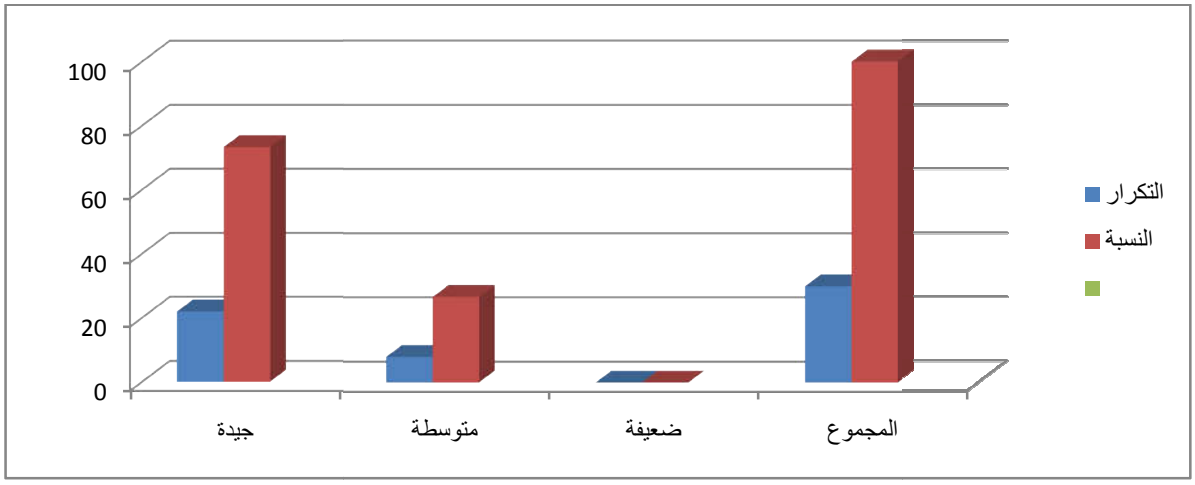
لقد تطابقت نتيجة دراستنا مع الخلفية النظرية من خلال النتائج المتحصل عليها ومن خلال ما سبق يمكن التعرف على أهمية التقنيات الحديثة لموظفين إدارة العلاقات العامة بالجامعة، وذلك أن الإشباع الذي تقدمة التقنيات ومحتوياتها من معلومات توجيهية للموظفين، إضافة إلى الإشباع الذي تقدمة التقنيات ذاتها بعض النظر عن حتوياتها،ورغم أن الدراسات الأولى التي تطرقت إلى استخدام التقنيات الحديثة عند الموظفين، أظهرت أن الموظف يستخدم التقنيات الحديثة في العلاقات العامة في نشر وحصول على المعلومة وتقديم خدمات .

جدول رقم(08) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (03)

ما هي درجة تحكمك في هذه التقنيات ؟

	التكرار	النسبة
جيدة	22	73,33
متوسطة	08	26,67
ضعيفة	00	00
المجموع	30	100

ماهي درجة تحكمك في هذه التقنيات10 جدول



الرسم البياني 8درجة التحكم في تقنيات الحديثة

الرسم البياني رقم (08)يمثل درجة تحكم في التقنيات

من خلال الرسم البياني و الجدول رقم (08) والمتعلق بدرجة تحكم عمال في هذه التقنيات.يتضح لنا : بأن أعلى نسبة 73.33% من إجمالي العينة المختارة تتحكم جيدا بوسائل التقنية،وهذا يدل على استقطاب الكفاءات العالية لها القدرة على التحكم بالتكنولوجيا الحديثة بالمؤسسة محل الدراسة.

و يتضح لنا من خلال دراستنا استخدام التقنيات الحديثة في ادارة العلاقات العامة لمديرية جامعة ابن خلدون ، تتطابق نتيجة دراستنا مع نتيجة الدراسة السابقة و الخلفية النظرية ، هذا يعني انه إذا اعتبرنا أن الجمهور له

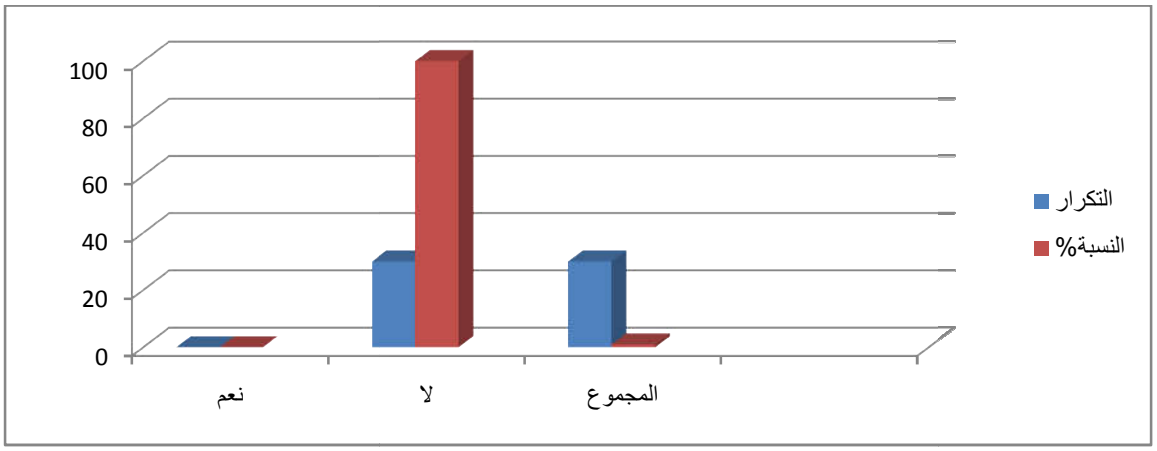
حاجة أو دافع للحصول على معلومات معينة حول مؤسسة معينة فإن أهم وسيلة لتلبية هذه الرغبة هي استخدام الحاسوب ، و الانترنت وهذا ما يجعل درجة تحكم الموظفين في هذه التقنيات من خلال تحليلها يدل على مؤشرات وعناصر تجعل منها تلبي حاجيات هذا الجمهور، فمن بين أهداف العلاقات العامة هو إقامة جسور التواصل مابين الجماهير وتلبية حاجياته المختلفة.

جدول رقم(09) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (04)

– هل تواجهكم صعوبات في استخدام هذه التقنيات الحديثة ؟

صعوبات	التكرار	النسبة%
نعم	00	00
لا	30	100
المجموع	30	100%

هل تواجهكم صعوبات في استخدام هذه التقنيات11جدول



الرسم البياني 9يمثل صعوبات استخدام التقنيات الحديثة

الرسم البياني رقم (09)يمثل صعوبات استخدام تقنيات الحديثة

تشير المعطيات الرقمية في الجدول و الرسم البياني رقم.09 المتعلق بصعوبات استخدام تقنيات الحديثة ، حيث يتضح ان 100% أجابوا أنهم لا يواجهون مشكلة في التعامل مع الوسائل التقنية الحديثة وهذا إن دل فإنه يدل على أن

طاقم العمل ذو كفاءة عالية له القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة كما أن طبيعة الوظيفة تفرض وجود طاقم كفؤ له القاعدة على مستوى التحكم في التقنية.

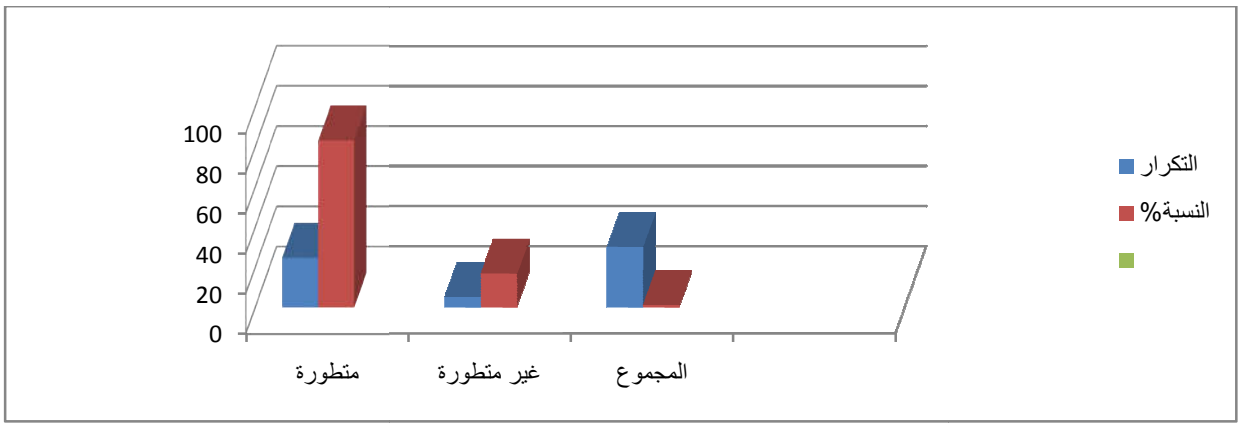
اثبتت نتائج دراستنا مع الدراسة السابقة و الخلفية النظرية استخدمات و اشباعات ، بعدم وجود عقبات التي تعيق صعوبة استخدام الموظفين في توظيف التقنيات الحديثة وهذا إن دل فإنه يدل على أن طاقم العمل ذو كفاءة عالية له القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة

جدول رقم(10) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (05)

كيف تقيم جودة التقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في جامعتكم ؟

	التكرار	النسبة%
متطورة	25	83,33
غير متطورة	05	16,67
المجموع	30	100%

تقييم جودة تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في جامعة12 جدول



الرسم البياني 10تقييم جودة تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في الجامعة

الرسم البياني رقم (10)يمثل تقييم جودة التقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في جامعة

توضح الشواهد الكمية المذكورة في الجدول و الرسم البياني رقم (10) والمتعلق بتقييم جودة التقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في جامعتكم أقروا بأن تقنيات الاتصال متطورة بنسبة 83.33% وهذا يدل على ان الجامعة تهتم بتوفير تقنيات حديثة لعمالها.

1. **عرض وتحليل ايجابات أفراد العينة للمحور الثاني:**

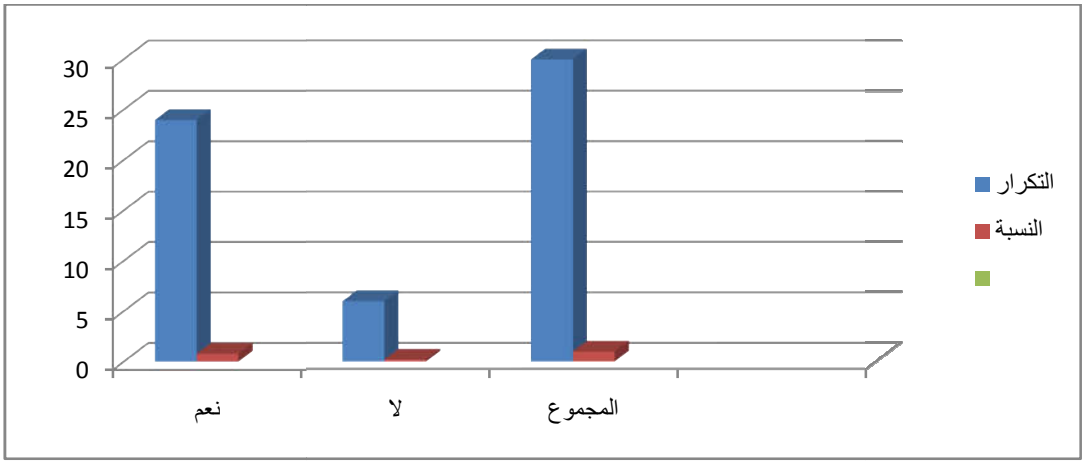
وظائف التقنية الحديثة لموظفي إدارة العلاقات العامة

جدول رقم(11) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (01)

– هل إدخال التقنيات الحديثة سهل من انجاز أنشطة بأكبر كفاءة و في اقل وقت ممكن؟ .

	التكرار	النسبة
نعم	24	80%
لا	06	20%
المجموع	30	%100

هل ادخال التقنيات الحديثة سهل من انجاز انشطة باكبر كفاءة وفي اقل وقت ممكن13 جدول



الرسم البياني 11هل ادخال التقنيات الاتصال الحديثة سهل من انجاز انشطة باكبر كفاءة واقل وقت ممكن

الرسم البياني رقم (11)يمثل هل إدخال التقنيات الحديثة سهل من انجاز أنشطة بأكبر كفاءة و في اقل وقت ممكن

تدل الشواهد الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم (11) المتعلق بإدخال التقنيات الحديثة سهل من انجاز أنشطة بأكبر كفاءة و في اقل وقت ممكن؟ 80 %من حجم العينة المختارة أقروا بأن التقنيات الحديثة سهلة من انجاز الأنشطة بأقل وقت وأكثر كفاءة وهذا راجع لطبيعة المؤسسة محل الدراسة في توفير الأجهزة والتقنيات الحديثة من جهة ومن جهة أخرى كفاءة العينة المستهدفة خلية الإعلام والاتصال.

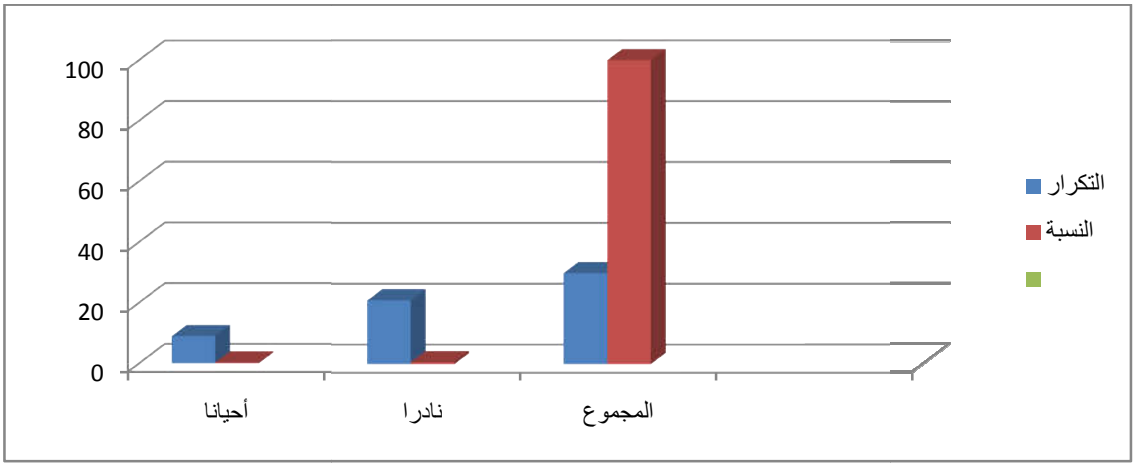
تتطابق نتيجة دراستنا مع نتيجة الخلفية النظرية لدوافع طقوسية وتستهدف تمضية الوقت، والاسترخاء والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج انشطاتها .

جدول رقم(12 يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (02)

هل أدى إدخال التقنيات الحديثة إلى تخفيض تكلفة أداء الأنشطة؟

	التكرار	النسبة
أحيانا	09	30%
نادرا	21	70%
المجموع	30	100

هل ادي ادخال التقنيات الحديثة الي تخفيض تكلفة اداء الانشطة14 جدول



الرسم البياني 12هل ادي ادخال التقنيات الحديثة الي تخفيض تكلفة اداء الانشطة

الرسم البياني رقم (12)يمثل هل أدى إدخال التقنيات الحديثة إلى تخفيض تكلفة أداء الأنشطة

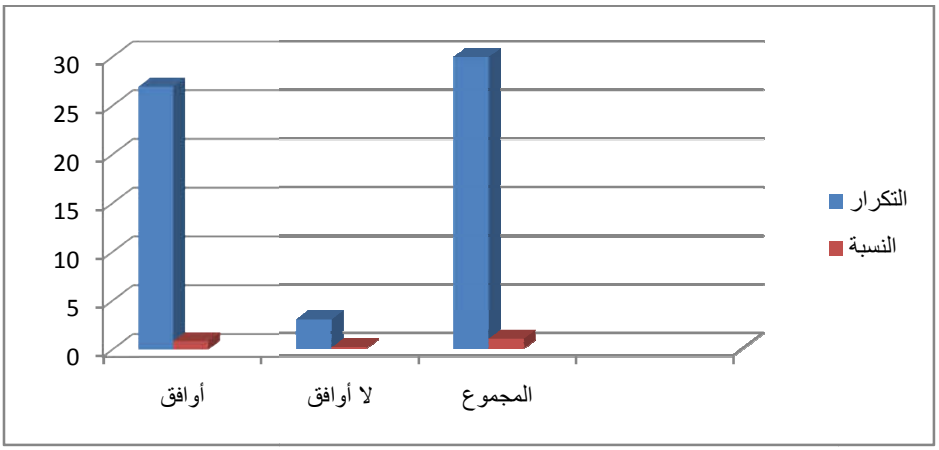
من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم 12والمتعلقة بإدخال التقنيات الحديثة إلى تخفيض تكلفة أداء الأنشطة توضح بأن نسبة 70% بصفة نادرة من إجمالي العينة أقروا بأن التقنيات الحديثة لا تؤثر على تكلفة الأداء بقدر ما تسهل الأداء والقدرة على انجازه في اقل مدة زمنية بأعلى كفاءة ، وتليها نسبة 30% للمبحوثين الذين اقروا بأن التقنيات الحديثة لا تؤثر على تكلفة الأداء بصفة أحيانا .

جدول رقم(13) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (03)

هل تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين أنشطة العلاقات العامة في مديرية جامعة ابن خلدون؟

	التكرار	النسبة
أوافق	27	90%
لا أوافق	03	10%
المجموع	30	%100

هل تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين انشطة العلاقات العامة15 جدول



الرسم البياني 13هل تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين انشطة العلاقات العامةفي مديرية جامعة ابن خلدون

الرسم البياني رقم (13)يمثل هل تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين أنشطة العلاقات العامة في مديرية جامعة ابن خلدون؟

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم13 والمتعلقة تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين أنشطة العلاقات العامة في مديرية جامعة ابن خلدون توضح بأن نسبة 90% من إجمالي العينة أقروا بأن التقنيات الحديثة تساهم في التنسيق والربط بين أنشطة العلاقات العامة مديرية جامعة ابن خلدون.

2. **عرض وتحليل استجابات أفراد العينة للمحور الثالث:**

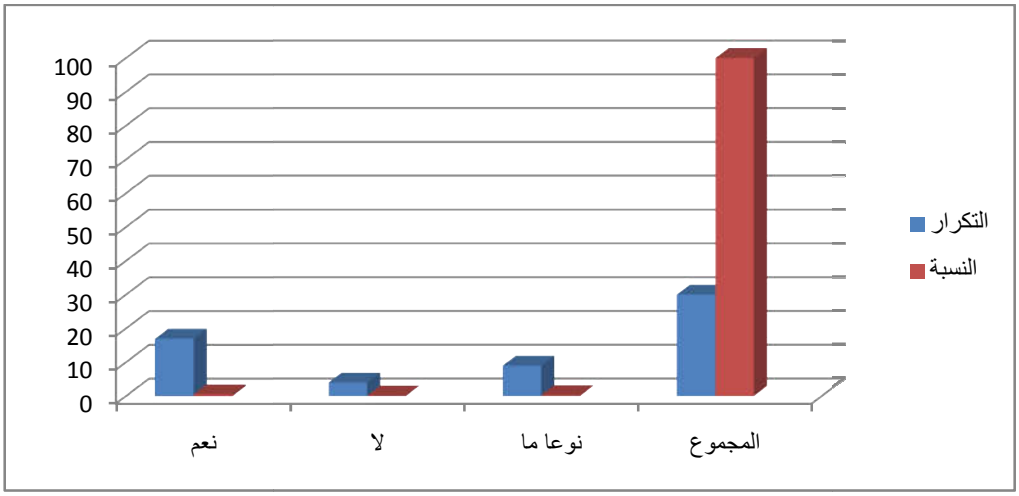
مساهمة التقنيات الحديثة في تحسين الأداء

جدول رقم(14) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (01)

هل أحدثت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك داخل مديرية الجامعة ؟

	التكرار	النسبة
نعم	17	%56,67
لا	04	%13,33
نوعا ما	09	%30,00
المجموع	30	100

هل احدثت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك16 جدول



الرسم البياني 14هل احدثت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك داخل المديرية

الرسم البياني رقم (14)يمثل هل أحدثت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك داخل مديرية الجامعة

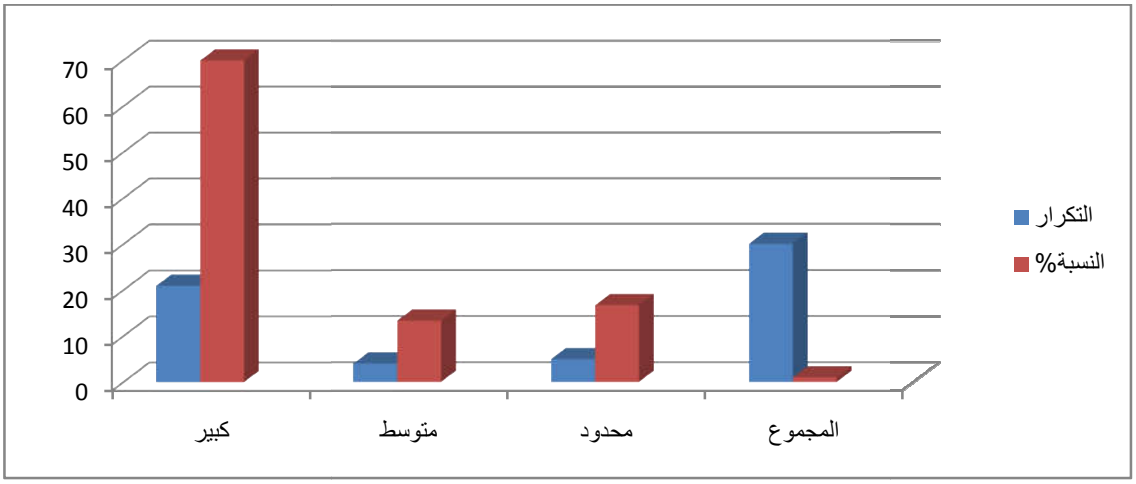
من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم14 والمتعلقة بإحداث تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك داخل مديرية الجامعة توضح أن أعلى نسبة والتي تمثلت في56.67% اقروا أن التقنيات الاتصال الحديثة شكلت تغييرا على مستوى العمل داخل الجامعة حيث أنها تقلل من تحرك العمال داخل المكاتب وتجعل العامل يقوم بمهام بدنية بمجرد كبسة زر، في حين ان نسبة 30% و التي تمثلت في 09 افراد بصفة نوعا ما اقروا ان التقنيات الحديثة تساهم بشكل قليل .

جدول رقم(15) يبين ابجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (02)

هل تساهم التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء و المرؤوسين ؟

	التكرار	النسبة%
كبير	21	70,00
متوسط	04	13,33
محدود	05	16,67
المجموع	30	100%

جدول 17 هل تساهم التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء والمرؤوسين



الرسم البياني 15هل تساهم التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء والمرؤوسين

الرسم البياني رقم (15)يمثل هل تساهم التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء و المرؤوسين

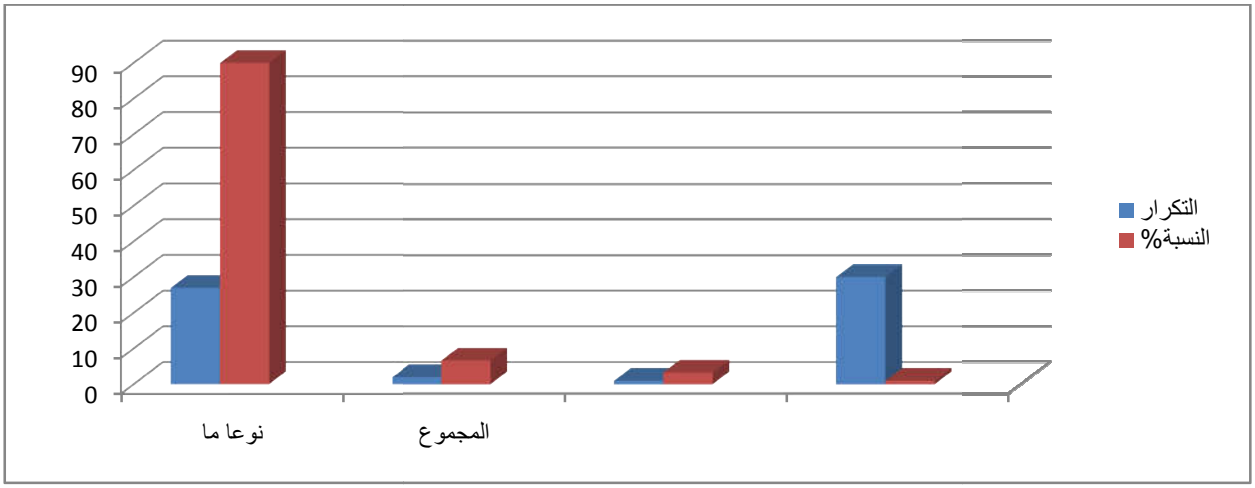
من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم15 والمتعلقة بمساهمة التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء و المرؤوسين تبين أعلى نسبة 70% أن التقنيات الاتصال الحديثة ساهمت في تنمية الثقة وزيادة مستوى الاحترام المتبادل بين الرؤساء والمرؤوسين حيث يصبح العمل أكثر موضوعية ودقة ، تليها نسبة 16,67%أجابوا بصفة محدودة .

جدول رقم(16) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (03)

هل تعتقد ان استخدامك لتقنيات الاتصال لحديثة سمح لك بتنمية مهاراتك ومعارفك ؟

	التكرار	النسبة%
نعم	27	90,00
لا	02	6,67
نوعا ما	01	3,33
المجموع	30	100%

جدول 18هل تعتقد ان استخدامك لتقنيات الاتصال الحديثة سمح لك بتنمية مهاراتك



الرسم البياني 16هل سمحت التقنيات الحديثة بتنمية المهارات والمعارف

الرسم البياني رقم (16)يمثل هل سمحت التقنيات الحديثة بتنمية المهارات والمعارف

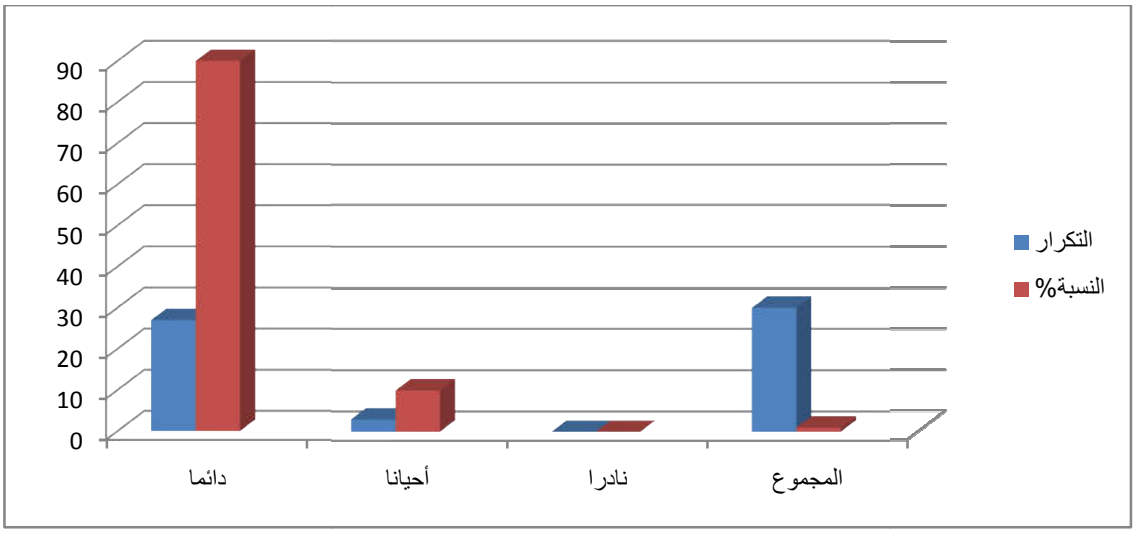
من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم 16و المتعلقة باستخدام العمال لتقنيات الحديثة لتطوير مهارتهم تبين أعلى نسبة90% أن التقنيات الاتصال الحديثة ساهمة في تنمية المهارات والمعارف للعمال وكانت أقل نسبة بـ 03.33% وهذا يشير الى ان عمل هذه الفئة يتميز بالروتين.

جدول رقم(17) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (04)

هل تساعد التقنيات الحديثة على توفير نظام معلومات متكامل ؟

	التكرار	النسبة%
دائما	27	90
أحيانا	03	10
نادرا	00	00
المجموع	30	100%

جدول 19هل تساعد التقنيات الحديثة علي توفير نظام معلومات متكامل



الرسم البياني 17هل تساعد التقنيات الحديثة علي توفير نظام معلومات متكامل

الرسم البياني رقم (17)يمثل هل تساعد التقنيات الحديثة على توفير نظام معلومات متكامل

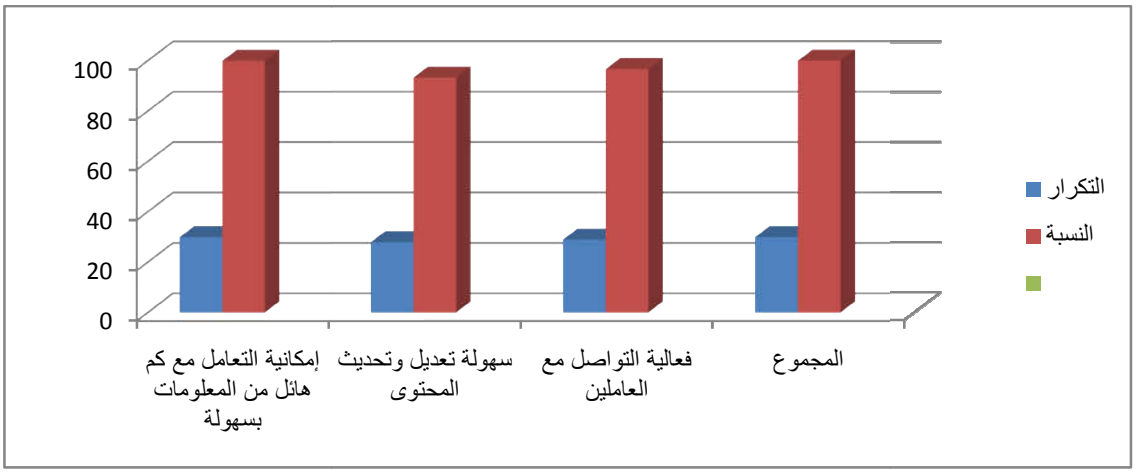
من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم 17والمتعلقة بمساعد التقنيات الحديثة على توفير نظام معلومات متكامل توضح أعلى نسبة90% ان تقنيات الحديثة توفر نظام معلومات متكامل حيث أصبحت قاعدة التي تسير أي منظمة هي المعلومات التي تكون ملكا لوسائل الحديثة مما يسهل على الموظف الوصول إليها بأقل وقت واقل جهد وتكلفة.

جدول رقم(18) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (05)

– ما الذي أضافه لك استخدام تقنيات الاتصال الحديثة ؟

	التكرار	النسبة
إمكانية التعامل مع كم هائل من المعلومات بسهولة	30	100,00
سهولة تعديل وتحديث المحتوى	28	93,33
فعالية التواصل مع العاملين	29	96,67
المجموع	30	100

ماالذي اضافه لك استخدام تقنيات الاتصال الحديثة20 جدول



الرسم البياني 18ماالذي اضافه لك استخدام تقنياتة الاتصال الحديثة

الرسم البياني رقم (18)يمثل ما الذي أضافه لك استخدام تقنيات الاتصال الحديثة

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم18 والمتعلق بما أضافته لك استخدام تقنيات الاتصال الحديثة جاءت نسب متقاربة وعالية جدا حيث أن هذا يدل على أن تقنيات الاتصال الحديثة ساهمت في إمكانية التعامل مع كم هائل من المعلومات بسهولة وكذا سهولة تعديل وتحديث المحتوى فعالية التواصل مع العاملين

عرض وتحليل استجابات أفراد العينة للمحور الرابع:

تحكم الموظفين في استخدام تقنيات الاتصال الحديثة

جدول رقم(19) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (01)

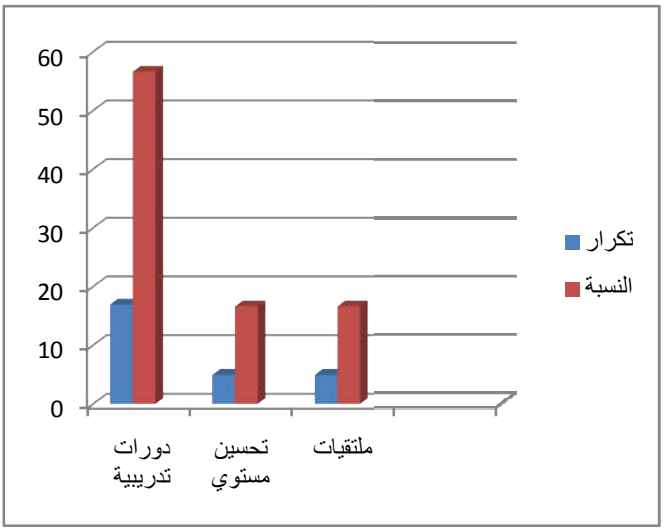
1 هل تضمن لك الجامعة او الادراة دورات تدريبية للتحكم في استخدام تقنيات الحديثة ؟

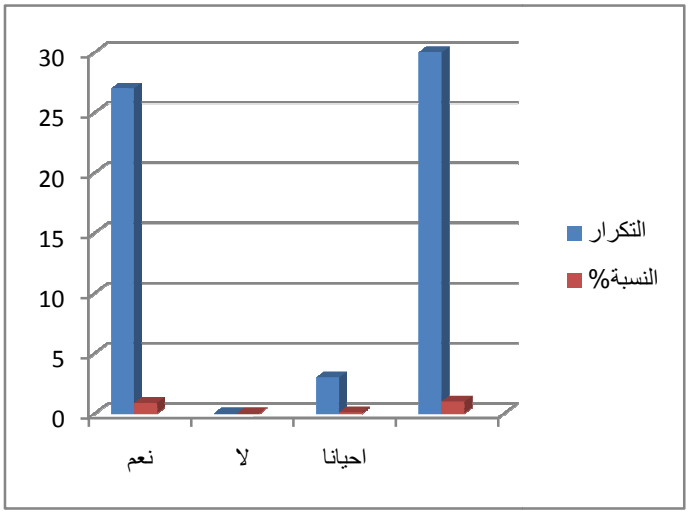
	التكرار	في حالة الإجابة ب نعم	ت	%	النسبة%
نعم	27	دورات تدريبية	17	56,67	90%
		تحسين المستوى	05	16,67	
		ملتقيات	05	16,67	
لا	00	/			00
أحيانا	03	/			10%
المجموع	30	/			%100

هل تضمن لك الجامعة او ادارة دورات تدريبية21 جدول

الرسمين البيانيين رقم (19) ويمثل هل تضمن لك الجامعة او الادراة دورات تدريبية للتحكم في استخدام تقنيات الحديثة

الرسم البياني 19هل تضمن لك الجامعة دورات تدريبية





يتضح من الجدول أعلاه ومن خلال الرسمين البيانيين أن جميع العبارات في محور تحكم الموظفين في استخدام تقنيات الاتصال الحديثة ذات دلالة إحصائية عالية التأثير لحصولها على وسط حسابي أعلي من ثلاثة ، وترتبت وفق تأثير الكفاءة والتدريب في إدارة العلاقات العامة بالتالي : الأكثر تأثيرا العبارة الاولى بنعم بوسط حسابي مقداره نسبة 90 %، تليها في التأثير العبارة (الثالثة) احيانا بوسط حسابي مقداره 10 % وجاء ت درجات العبارات إلى الموافقة وبهذا يؤكد العاملون في مديرية جامعة بقيام إدارة العلاقات العامة في تحقيق أهداف ترقية الأداء من خلال برامجها وأنشطتها في هذا المحور.

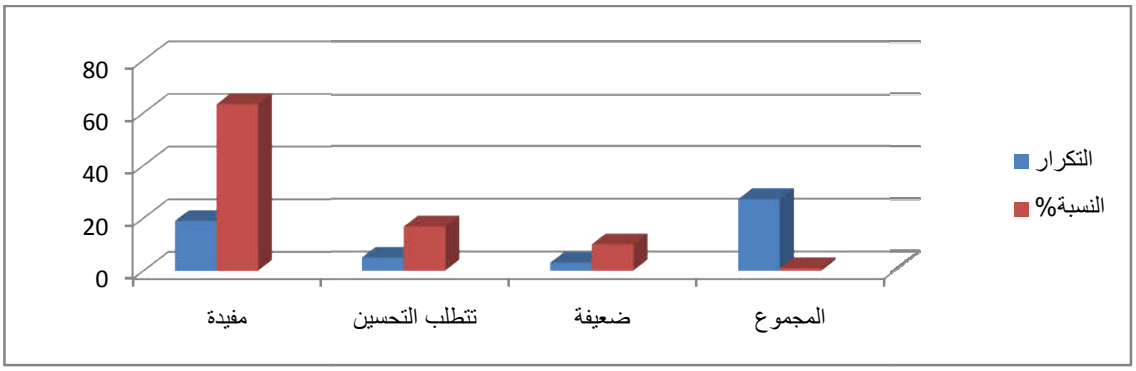
ومن خلال النتائج المتحصل عليها والمعطيات في الجدول والرسم بياني يدل علي الاهمية الكبيرة التي توليها الجامعة لتكوين في مجال التحكم في تقنيات الحديثة.وهذا مايصب في تحقيق أهداف ترقية الأداء من خلال برامجها وأنشطتها في هذا المحور.

جدول رقم(20) يبين ايجابات أفراد العينة نحو السؤال رقم (03)

2 اذا كانت الاجابة" بنعم" فما هي طرق التدريب التي تضمنها لك الجامعة في مجال استخدام تقنيات الحديثة؟

	التكرار	النسبة%
مفيدة	19	63,33
تتطلب التحسين	5	16,67
ضعيفة	3	10,00
المجموع	27	100%

جدول 22اذا كانت الاجابة بنعم ماهي طرق التدريب التي تضمنها لك



الرسم البياني 20ماهي طرق التدريب التي توفرها الجامعة

الرسم البياني رقم (21)يمثل فما هي طرق التدريب التي تضمنها لك الجامعة في مجال استخدام تقنيات الحديثة؟

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الرسم البياني والجدول رقم21و المتعلقة بطرق التدريب التي تضمنها لك الجامعة في مجال استخدام تقنيات الحديثة الحديثة أن أعلى نسبة كانت 63.33% ,أكدوا أن الدورات التدريبية التي توفرها رئاسة الجامعة لخلية الاعلام والاتصال مفيدة وهذا ما سينعكس بالإيجاب على عمل الموظفين مما يسهل قيامهم بوظائفهم، و يليها العبارة الثانية تتطلب التحسين بمقدار 16,67% اما عبارة ضعيفة فقد قدرت نسبتها 10,00% ، يري المبحوثين أن العلاقات العامة بمديرية الجامعة تقوم بنشاط تدريب العاملين بالجامعة وتنمي قدراتهم ، ويستهدف التدريب والتطوير العلاقات العامة تبني كافة المستويات الإدارية ، ومن مضامين الترقي الوظيفي في إدارة العلاقات العامة تدريب الموظفين لتغيير السلوك ورفع مستوي الأداء.

من خلال النتائج المتحصل عليها والنظرية والدراسات السابقة تبين لنا ان أن الدورات التدريبية التي توفرها رئاسة الجامعة لخلية الاعلام والاتصال مفيدة وهذا ما سينعكس بالإيجاب على عمل الموظفين مما يسهل قيامهم بوظائفهم بعكس اراء اشخاص الاخرين.

1. نتائج العامة للدراسة

2. الحاسب الآلي والهاتف والبريد الالكتروني من اكثر الوسائل التي تعتمد عليها مؤسسة مديرية جامعة ابن خلدون في استخداماتها
3. -ان عمال مديرية جامعة ابن خلدون يتحكمون في تقنيات الحديثة بصفة جيدة ولا تواجههم أي صعوبات في تعامل معها في مجال نشاطهم
4. -ان ادخال التقنيات الحديثة لا تؤثر على تكلفة بقدر ما تسهل الأداء والقدرة على انجازالانشطة في ادارة العلاقات العامة بمديريةجامعة ابن خلدون في اقل مدة زمنية بأعلى كفاءة ،ودقة في تنسيق بين وحداتها.
5. للتقنيات حديثة دور كبير في تسهيل نشاط العمال داخل مديرية جامعة ابن خلدون وتعزيز الثقة بين الرئيس والمرؤوس
6. تساعد التقنيات الحديثة علي تطوير مهارات موظفي ادارة العلاقات العامة بمديرية جامعة ابن خلدون بفضل التحكم الجيد في وسائل الحديثة ونظام معلوماتي متكامل
7. . توفير الجامعة لدورات تكوينية يدل علي اهتمام الكبير بتقنيات الحديثة من اجل ترقية اداء الموظفين العاملين بادارة مديرية جامعة ابن خلدون وتحسين صورة المؤسسة.
8. يعتبر الموظفين الاداريين في مديرية جامعة ابن خلدون هم المسؤولين على انشطة العلاقات العامة بطريقة تتكامل مع الوظائف الأخرى
9. تؤثر تقنيات الحديثة تاثير ايجابيا في إدارة أنشطة العلاقات العامة

نتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

أفرزت نتائج الدراسة أن أبرز تقنيات الحديثة السائدة في مديرية جامعة ابن خلدون تتمثل في: الحاسب الآلي،والهاتف سهلت طبيعة العمل لدي موظفي ادارة العلاقات العامة بالمديرية .

أفرزت نتائج الدراسة أن تقنيات الحديثة ساهمت مساهمة فعالة في إدارة أنشطة العلاقات العامة بمديرية جامعة ابن خلدون وذلك من خلال السرعة والدقة والتنظيم في إنجاز هذه الأنشطة والسهولة والمرونة في عملية الاتصال.

للتقنيات الحديثة اهمية كبيرة لادارة العلاقات العامة بمديرية جامعة ابن خلدون.

نتائج في ضوء الدراسات السابقة:

– تتطابق نتيجة دراستنا مع نتيجة الدراسة السابقة لعجلان بن محمد الشهيري ومعنونة ب "التقنيات المكتبية الحديثة والوظائف الإدارية المعاونة في الأجهزة الحكومية"، والتي قام بها سنة 1999أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الأعمال المكتبية في الأجهزة الحكومية، من وجهة نظر الموظفين ومواقفهم نحو هذه التكنولوجيات، فيما يتعلق بالإنتاجية وتحسين أساليب الاتصال ومحيط العمل، توصلت هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لها آثار إيجابية على مستوى الأداء ونوعية الاتصال حسب نظرة الموظفين دائما.

اختبار الفرضيات :

ترتبط بالطبع نتائج الدراسة بفرضياتها الموزعة على محاور الاستمارة ولذلك ستناقش وفقها تباعا:

الفرضية الأولى : من خلال النتائج المتحصل عليها بعد تحليلنا للبيانات المحور الأولى من الاستمارة – – تبين : لنا أن أفراد العينة يعتمدون على تقنيات حديثة بالمؤسسة بدرجة أعلى وهذا ما تمثله نسبة 76.67% ، 23 أنهم دائما في تعامل مع هاته التقنيات الحديثة ، في حين أن هناك نسبة قليلة المتمثلة في 23.33% تستخدم التقنيات الحديثة أحيانا في الجامعة حسب طبيعة عملها وهذا يدل علي أن الجامعة تولي أهمية كبيرة للتقنيات حديثة في عملها .

- يتضح لنا أن المبحوثين يعتمدون على كل التقنيات الحديثة في المديرية بنسب متقاربة، حيث يمثل الحاسب الآلي والهاتف الذكي أكبر نسبة قدرت ب: 100% ثم تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب : 73.33% ، الفاكس بنسبة70 % أما أصغر نسبة تمثلت في البريد ا لالكتروني36.67%.

ومن هنا يتبين لنا أن مديرية جامعة ابن خلدون تعتمد على الحاسب الآلي بدرجة كبيرة وذلك لاستخدامه في الشؤون الإدارية كتنظيم الملفات والبيانات، وتخزين وطباعة المعلومات وتبادلها بين الموظفين في مختلف المكاتب والمصالح، إضافة لاستخدامهم الكبير الهاتف الذكي و مواقع التواصل الاجتماعي لما له من أهمية في الجامعة من خلال نشر إعلانات خاصة بالجامعة عبر الموقع الرسمي لها، وسهولة إعداد الملصقات والمطويات وكذلك سهولة الاتصال والتعامل مع مختلف الجماهير والمؤسسات الأخرى قد تكون محلية، إقليمية، دولية، وهذا يشير إلى انه يتم استعمال الحاسوب بدرجة كبيرة والهواتف الذكية وهذا راجع لأن بيئة العمل تتوفر عليه بدرجة كبيرة.

من خلال هذا نؤكد صحة هذه الفرضية .

الفرضية الثانية : من خلال النتائج المتحصل عليها بعد تحليلنا للبيانات المحور الثاني من الاستمارة تبين؟ 80 %من حجم العينة المختارة أقروا بأن التقنيات الحديثة سهلة من انجاز الأنشطة بأقل وقت وأكثر كفاءة وهذا راجع لطبيعة المؤسسة محل الدراسة في توفير الأجهزة والتقنيات الحديثة من جهة ومن جهة أخرى كفاءة العينة المستهدفة خلية الإعلام والاتصال

توضح بأن نسبة 70% بصفة نادرة من إجمالي العينة أقروا بأن التقنيات الحديثة لا تؤثر على تكلفة الأداء بقدر ما تسهل الأداء والقدرة على انجازه في اقل مدة زمنية بأعلى كفاءة ، وتليها نسبة 30% للمبحوثين الذين اقروا بأن التقنيات الحديثة لا تؤثر على تكلفة الأداء بصفة أحيانا .

من خلال هذا نؤكد صحة هذه الفرضية .

الفرضية الثالثة : من خلال النتائج المتحصل عليها بعد تحليلنا للبيانات المحور الثالث من الاستمارة تبين أن أعلى نسبة والتي تمثلت في56.67% اقروا أن التقنيات الاتصال الحديثة شكلت تغييرا على مستوى العمل داخل الجامعة حيث أنها تقلل من تحرك العمال داخل المكاتب وتجعل العامل يقوم بمهام بدنية بمجرد كبسة زر، في حين أن نسبة 30% و التي تمثلت في 09 أفراد بصفة نوعا ما اقروا أن التقنيات الحديثة تساهم بشكل قليل .

- تبين أعلى نسبة 70% أن التقنيات الاتصال الحديثة ساهمت في تنمية الثقة وزيادة مستوى الاحترام المتبادل بين الرؤساء والمرؤوسين حيث يصبح العمل أكثر موضوعية ودقة ، تليها نسبة 16,67%أجابوا بصفة محدودة .

من خلال هذا نؤكد صحة هذه الفرضية.

الفرضية الرابعة : من خلال النتائج المتحصل عليها بعد تحليلنا للبيانات المحور الرابع من الاستمارة تبين من الجدول أعلاه ومن خلال الرسمين البيانيين أن جميع العبارات في محور تحكم الموظفين في استخدام تقنيات الاتصال الحديثة ذات دلالة إحصائية عالية التأثير لحصولها على وسط حسابي أعلي من ثلاثة ، وترتبت وفق تأثير الكفاءة والتدريب في إدارة العلاقات العامة بالتالي : الأكثر تأثيرا العبارة الأولى بنعم بوسط حسابي مقداره نسبة 90 %، تليها في التأثير العبارة (الثالثة) أحيانا بوسط حسابي مقداره 10 % وجاء ت درجات العبارات إلى الموافقة وبهذا يؤكد العاملون في مديرية جامعة بقيام إدارة العلاقات العامة في تحقيق أهداف ترقية الأداء من خلال برامجها وأنشطتها في هذا المحور.

من خلال هذا نؤكد صحة هذه الفرضية.

الخاتمة

حاولنا من خلال دراستنا هذه التعرف على الدور الذي تلعبه تقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة.

وقد اخترنا مديرية جامعة ابن خلدون-تيارت – ،كنموذج عن هذه المؤسسات باعتبارها جامعة تستخدم وبشكل كبير هذه التقنيات في كافة أنشطتها وممارساتها بقدر يساهم في تمكين ممارسي العلاقات العامة من تقوية علاقاتهم واتصالاتهم بجمهور المنظمة وتعزيزها بشكل جعلها تتحول من التقليدية في الاتصال إلى أساليب جديدة تخدم المنظمة وجمهورها وذلك من خلال سرعة تقديم الموظفين للأنشطة بشكل منظم ودقيق كاستخدام الانترنت والحواسيب في إدارتها مما يؤدي إلى تحسين أداء الموظفين وسرعة التواصل فيما بينهم والتعريف بنشاط المؤسسة لدى جمهورها وذلك من أجل بناء صورة جيدة لدى الجماهير الداخلية والخارجية وكسب ثقتهم وتأييدهم وتحقيق أهداف الجامعة .

وبالرغم من استخدامها لهذه التقنيات الحديثة في إدارتها إلا أنها لا تزال بحاجة إلى تقنيات أخرى منها شبكات التواصل الاجتماعي إضافة إلى جهاز مستقل للعلاقات العامة لممارسة الأنشطة بشكل فعال وسليم وتحسين صورتها لدى الجماهير.لان جهاز العلاقات العامة في مديرية بحاجة الي كثير من عمل من اجل ان يعمل بكامل طاقته من خلال توفير ظروف الملائمة والمتابعة الدورية كتحديث تقنيات الاتصال بصفة مستمرة وتوفير الصيانة لهذه الأجهزة، توفير مختصين في المجال التقني، توفير الحوافز المادية والمعنوية من أجل تشجيع الموظفين على استخدام التقنية في مجال الاتصال وممارسة الأنشطة، تشجيع فكرة التدريب الذاتي لدى الموظفين في مجال استخدام التقنية من خلال الالتحاق بالمعاهد والقيام بدورات تكوينية.وهذا ماسيمكن من تطوير مجال علاقات العامة والتقنيات المستخدمةفي اي منظمة.

المراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة الكتب :

1) احمد إسماعيل حجي، الإدارة التعليمية والإدارة المدرسية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998.

2) احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005.

3) أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

4) احمد محمد، اعداد و تنظيم المؤتمرات و الاجتماعات، حفلات، زمزم ناشرون و موزعون، عمان الاردن، 2010.

5) أرام إبراهيم أبو عباة، توظيف التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة دراسة وصفية، جامعة الشرق الأوسط، القاهرة، 2015.

6) برغوث علي، العلاقات العامة اسس نظرية و مفاهيم عملية، 2007.

7) بهنسي، البروتكول الرسمي و الدبلوماسي، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2013.

8) تيسير الدويك، حسين ياسين، محمد عبد الرحيم عدس وآخرون، الإدارة التربوية والمدرسية والإشراف التربوي، ط2 ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان لاردن، .1998

9) الجبوري علي عبودي، ادارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الايام للنشر، ط الأردن، 2017.

10)حسان محمد حسين، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، دار الطليعة، ط1، بيروت، 1862.

11)حسن حمادي، وظائف الاتصال الجماهيرية التر نظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة : دار الفكر العربي، 1991.

12)حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظريتها المعاصرة، الطبعة الخامسة، دار المصرية اللبنانية القاهرة.

13)حسن عماد، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع،القاهرة، 2009.

14)حسين حريم، مبادئ الإدارة الحديثة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

15)حسين على محمد، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الغنائية والإشباعات المحققة في الإعلام المعاصر والهوية لعربية"، الجزء الثاني القاهرة، 2006.

16)حسين عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 2، 2001.

17)حمباوي يوسف، التقانة في الوطن العربي، مفهومها وتحدياتها، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة الثقافة القومي، 2012.

18)حمدي قنديل، اتصالات الفضاء، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1985.

19)الخطيب، سعادة راغب، المدخل الى العلاقات العامة، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، ط1، 2000.

20)داود، حسن طاهر. أمن شبكات المعلومات، الرياض، معهد الإدارة العامة 2004.

21)الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، عمان، الأردن،2011 .

22)ديفيد فلبيس، العلاقات العامة عبر الانترنت، ط1، كوجان بيج، القاهرة، 2013.

23)رضوان المحمود، العلاقات العامة في الإعلام، دار أسامة للنشر، عمان، 2010.

24)سفير سعد الطمبيزي، دليل ممارسة الدبلوماسية و المراسيم، دار الزمباوي العالمية للنشر، اردن عمان، 2014.

25)سلطان، تركي إبراهيم، نظم المعلومات واستخدام الحاسب الآلي، دار المريخ، الرياض، 1985.

26)سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1995.

27)السيد إبراهيم يحي، مكونات واستخدام الحاسب الآلي، القاهرة، دار الأمل للنشر، 2000.

28)شدوان علي شيبه، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع، مكان النشر الاسكندرية، 2016.

29)شدى طارق عبد الله، آلية البناء الأمني لنظم المعلومات، دار الوطن للطباعة والنشر، الرياض، 2001.

30)شيرين كامل شاهين، مصادر المعلومات الإلكترونية، ط1 ، الدار المصرية، القاهرة، 2000 .

31)صالح خليل أبو إصبيع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

32)صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع، القاهرة 2012.

33)الضلاعين، علي فلاح واخرون، الإعلام والعلاقات العامة، 2015.

34)عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وإبداع، تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، دار ومكتبة الهلال للنشر والتوزيع، 2007.

35)علي السيد ابراهيم عجوة، العلاقات العامة في المجال التطبيقي، كلية الاعلام، القاهرة.

36)علي عجوة، العلاقات العامة و القضايا التنمية في مصر، مكتبة عالم الكتب، القاهرة، 1977.

37)علي قسايسية، السمات السوسيولوجية للجمهور في الوسيط في الدراسات الجامعية بالجزء الرابع، الجزائر، دار هومة، 2003.

38)فضيل دليو، القادمة في وسائل الاتصال الجماهيرية الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.

39)فضيل دليووآخرون، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، ط1 ، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006.

40)الكافي و اخرون، التخطيط الاعلامي، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015.

41)محفوظ أحمد جودة، إدارة العلاقات العامة (المفاهيم وممارسات)، مؤسسة زهراء للنشر والتوزيع، 1997 .

42)محمد الجوهر، مواد اعلامية تقليدية و الالكترونية في العلاقات العامة، دار الكتاب الجامعي، العين، 2013.

43)محمد بن حمودة، علم إدارة المدرسة (نظرياته وتطبيقاته في النظام التربوي الجزائري)، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

44)محمد بوعشة، أزمة التعليم العالي في الجزائر والعالم العربي، ط1، دار الجبل، بيروت، 2000.

45)محمد حافظ حجازي، التطبيقات العامة البناء العمليات التجطيط الإداري، القاهرة دار النشر ن 2002.

46)محمد حربي حسن، العلاقات العامة، المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق، 1991.

47)محمد سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط3، عمان، دار وائل للنشر، 2005.

48)محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1989 .

49)محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.

50)محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل التطبيقية)، دار وائل، الأردن، 1888 .

51)محمد عبيدات ومحمد أبونصار علقة مبيضين، منهجية البحث العلمي، الطبعة الثانية، دار وائل 1999 .

52)محمد علي أبو العلا، العلاقات العامة في ضوء الإعلان وتكنولوجيا الاتصال، دار العلم والإيمان للنشر، 2013 .

53)محمد فريد صحن،العلاقات العامة المبادئ والتطبيق،الدلر الجامعية، القاهرة، 1988.

54)محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2004 .

55)محمد ناجي الجوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة مكتبة الرائد العلمية، ط1، الاردن، 2000.

56)مرفت الطرابشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية القاهرة2006 .

57)مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات و المراسم، دار اسامة للنشر، عمان الاردن، 2016.

58)موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، ط، الجزائر، 2004-2006.

59)مير حسين منصور، مناهج العلاقات الاجتماعية من منشور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.

60)وفاء محمد البرادعي، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، ط1 ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002 .

61)يسام عبد الرحمان المشاقبة، معجم مصطلحات العلاقات العامة، الأردن عمان، ط1، دار أسامة لنشر والتوزيع، 2014.

62)يومان وآخرون، كيفية إدارة المهرجانات والأحداث، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.

الرسائل العلمية

1) آسية بن عبد الكريم، آمنة بن علي، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي لموظفي جامعة أدرار نموذجا، شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، 2018- 2019.

2) بورحلة سليمان، اثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعين وسلوكهم (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2007-2008.

3) حنين خالد ناظر ناظر، أثر استخدام التقنيات التكنولوجيا الحديثة في إدارة علاقات الزبائن (دراسة ميدانية في البنوك الإسلامية في الأردن)، رسالة ماجستر ، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، السنة كانون الثاني 2017.

4) حنين خالد ناظر ناظر، أثر إستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في إدارة علاقات الزبائن(د ا رسة ميدانية في البنوك الإسلامية في الأردن)،الماجستير في تخصص الأعمال الإلكترونية، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط،2017.

5) سليماني عصام، صورة الموسسة و اثرها على قرار الشراء،دراسة حالة مؤسسات الهاتف النقال ولاية سكيكدة، رسالة ماجيستر في العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2009.

6) شيماء حمادي القماني، أساليب استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الإعلام الالكترونية وقت الأزمات (دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الخاصة بمنطقة مكة المكرمة)، العدد 16، جامعة ام القرى.

7) عبد الحميد بلعباس، إتاحة واستخدام مصادر المعلومات الاليكترونية، دارسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا، بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة، 2005-2006 .

8) لبصير فطيمة، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري (رسالة ماجيستر اتصال وعلاقات عامة)، قسم علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007- 2008.

9) محمد أحمد عبد الله الكليبي، التقنيات الحديثة وانعكاساتها على الهياكل التنظيمية على الأجهزة الأمنية، رسالة ماجيستر للعلوم الإدارية، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف للعربية للعلوم الامنية، 2007.

10) محمد احمد عبد الله كليبي، التقنيات الحديثة وانعكاساتها على الهياكل التنظيمية للأجهزة الأمنية، رسالة ماجيستر في العلوم الإدارية، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007.

11) محمد عثمان علي بابكر، التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة، رسالة ماجيستر، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، 2015.

12) وجدي محمد بركات ، المعلوماتية و الخدمة الاجتماعية، بحث منشور المجلس الأعلى للجامعات القاهرة، 2013.

13) ورود عثمان شرباتي، واقع ادارة العلاقات العامة في الجامعات العاملة في الضفة الغربية، قسم ادارة الاعمال، كلية الدراسات العليا و البحث العلمي، جامعة الخليل، 2011.

14) الياس شوداني، دور العلاقات العامة في ترشيد سلوك المستهلك الشرائي للمؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية على عينة من زبائن مؤسسة كوندور الكترونيكس) قسم تاريخ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أكلي محند اولحاج بويرة، 2019-2018.

15) ياسر بن محمد صالح العربي، التدريب على التقنيات الحديثة ودوره في رفع أداء منسوبي الأمن والسلامة لجامعة ملك سعود، رسالة ماجيستر، قسم العلوم الإدارية، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2015.

المجلات العلمية

1) احلام مرابط، حنان مالكي، إدارة المدرسية بين التقليد والحداثة، العدد العاشر، مارس 2013، العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة بسكرة، الجزائر.

2) عبد السلام ، إبراهيم وآخرون، دور الحاسب الآلي في التنمية الإدارية، مجلة الإدارة العامة، العدد 50، 1986.

3) فضيل دليو وآخرون، الجامعة تنظيمها وهيكلتها، مجلة الباحث الإجتماعية، دائرة البحث قسنطينة، الجزائر، العدد 1، 1995.

4) محمد صبحي عبد الحكيم، دراسة السكانية، نشرة شهرية يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الأسرة والسكان، العدد 15، ديسمبر 1974.

مراجع الاجنبية

1. Albright, Bruce L" Role of public relations in community colleges" business representative dissertation abstracts <university of Idaho U.S.A 1990

2. Halstead Carol P" Assessing the performance of the public relations office" new directions for institutional research volume 198 issue41. 1987
3. Strategies. In the Higher Education Public Good" Debate: A Sidor Font Public Research Uniesies" Terry Angelo Wilson, for the Degree of Doctor of Philosophy The University of Texas at Austin May, 2009
4. W. Pickard The Relation of the Universities to Public Administration" quoted from the Joint Memorandum of the Provincial Universities 1999

مواقع الكترونية

معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي، www.almaany.com/ar/dic/ar_ar زيارة الموقع يوم 2021/02/05 على الساعة 10:55

عبد العزيز بن سعيد الخياط، العلاقات العامة الرقمية ، http://alkhayat-a.blogspot.com/2015/04/blog-post.html، 28 افريل 2021 ، الساعة 30: 11

http://etudiantdz.net/vb/t15227.htmml) زيارة الموقع يوم 11 ماي 2021 ، الساعة 14: 15

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون – تيارت–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

التخصص: إتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث:

إستخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة
مديرية جامعة إبن خلدون

اعداد الطلبة

بودلال علي

بوزكري خيرة

اشراف الاستاذة

د.مداح خالدية

الموسم الجامعي:2021/2020

بيانات شخصية:

الجنس

ذكر ☐ انثي ☐

السن من : 20-30 سنة ☐ من31-40 سنة اكبر ☐ من 40 سنة ☐

2- المستوى التعليمي:

متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

دراسات أخرى أذكرها:

3- ما هو المنصب الذي تشغله في المؤسسة ؟

موظف ☐

رئيس مكتب ☐

رئيس مصلحة ☐

مدير فرعي ☐

4- سنوات الخبرة بالعمل في المؤسسة:

أقل من 5 سنوات ☐

من 5 إلى 10 سنوات ☐

من 11 فما فوق ☐

المحور الاول : الوسائل التقنية الحديثة المستعملة في ادارة العلاقات العامة

س1هل تستخدم تقنيات الاتصال الحديثة في الجامعة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

س2 ما هي تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في مؤسستكم (يمكنك اختيار أكثر من إجابة).

الحاسب الآلي (الكومبيوتر) ☐

الفاكس ☐

الهاتف الذكي ☐

مواقع التواصل الاجتماعي ☐

البريد الالكتروني ☐

أخرى أذكرها:.....

.....

3 – ما هي درجة تحكمك في هذه التقنيات ؟

جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

4 – هل تواجهكم صعوبات في استخدام هذه التقنيات الحديثة ؟

نعم ☐ لا ☐

– في حالة الإجابة ب نعم : فما هي هذه الصعوبات ؟

صعوبات تقنية ☐ نقص الخبرة ☐

أخرى اذكرها : .....

.....

5– كيف تقيم جودة التقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في جامعتكم ؟

متطورة ☐ غير متطورة ☐

المحور الثاني : وظائف التقنية الحديثة لموظفي إدارة العلاقات العامة :

س1 – هل إدخال التقنيات الحديثة سهل من انجاز أنشطة بأكبر كفاءة و في اقل وقت ممكن؟ .

نعم ☐ لا ☐

س2 هل أدى إدخال التقنيات الحديثة إلى تخفيض تكلفة أداء الأنشطة ؟

أحيانا ☐ نادرا ☐

س3 – هل تساعد التقنيات الحديثة في تنسيق بين أنشطة العلاقات العامة مديرية جامعة ابن خلدون؟

أوافق ☐ لا أوافق ☐

المحور الثالث : مساهمة التقنيات الحديثة في تحسين الاداء .

1 –هل أحدثت تقنيات الاتصال الحديثة تغيرا في شكل عملك داخل مديرية الجامعة ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

س2- هل تساهم التقنيات الحديثة في تنمية الثقة المتبادلة بين الرؤساء و المرؤوسين ؟

كبير ☐ متوسط ☐ محدود ☐

س3 هل تعتقد ان استخدامك لتقنيات الاتصال لحديثة سمح لك بتنمية مهاراتك ومعارفك ؟-

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

س4 – هل تساعد التقنيات الحديثة على توفير نظام معلومات متكامل ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5 – ما لذي أضافه لك استخدام تقنيات الاتصال الحدبثة ؟

إمكانية التعامل مع كم هائل من المعلومات بسهولة ☐

سهولة تحديث وتعديل المحتوى ☐

فعالية التواصل مع العاملين ☐

المحور الرابع : تحكم الموظفين في استخدام تقنيات الاتصال الحديثة.

1 هل تضمن لك الجامعة او الادراة دورات تدريبية للتحكم في استخدام م تقنيات االاتصال – الحديثة ؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

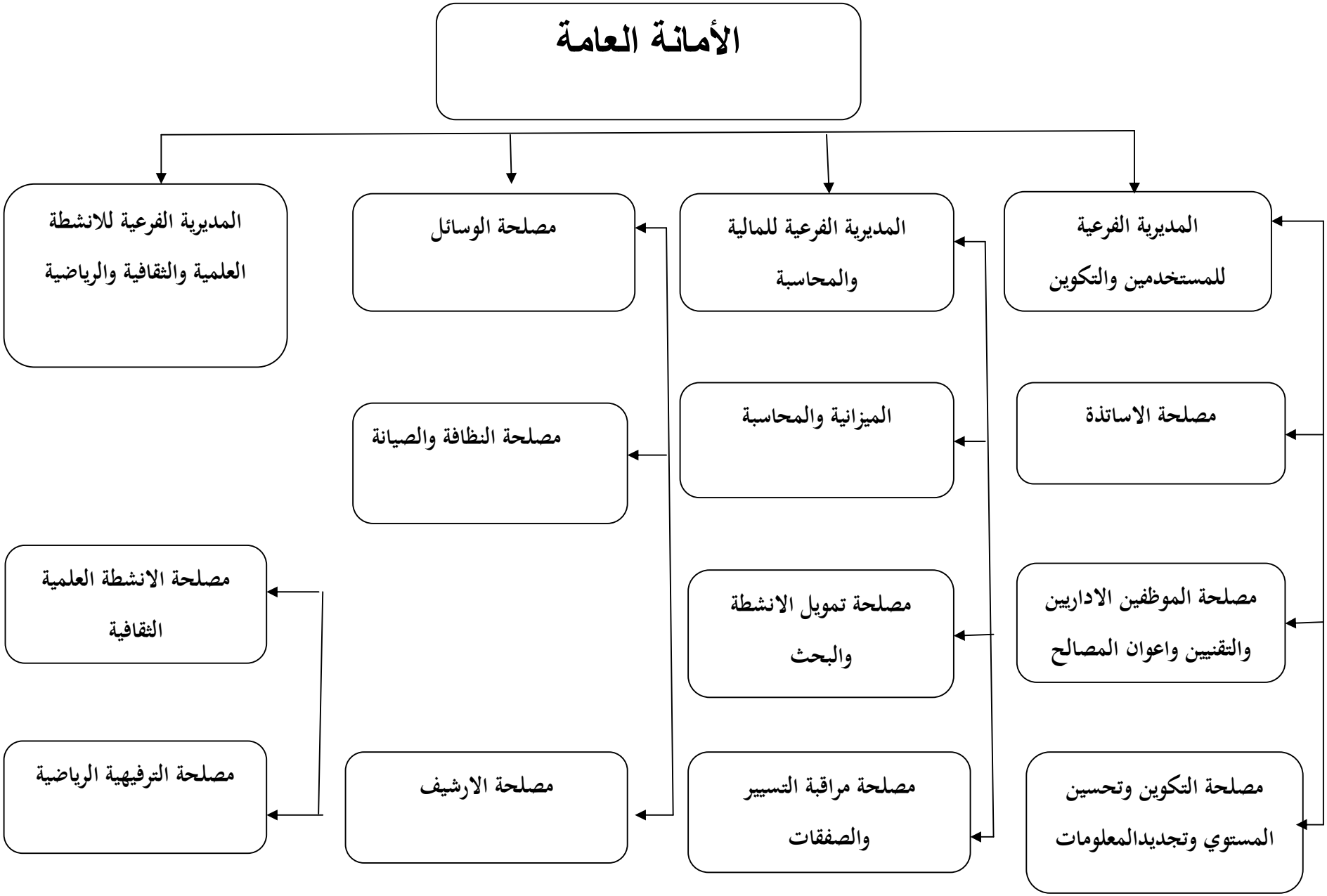
2 اذا كانت الاجابة" بنعم" فما هي طرق التدريب التي تضمنها لك الجامعة في مجال استخدام – تقنيات الحديثة الحديثة؟

دورات تدريبية ☐ تكوين تحسين المستوى ☐ ملتقيات ☐

اخرى اذكرها ....

3 كيف تقيم الدورات التدريبية التي توفرها رئاسة الجامعة ؟–

مفيدة ☐ تتطلب التحسين ☐ ضعيفة ☐



الهيكل التنظيمي لمديرية جامعة ابن خلدون

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة تقنيات الحديثة المستخدمة في مديرية جامعة ابن خلدون والدور الذي تلعبه في إدارة أنشطة العلاقات العامة، واندرجت إشكاليتها تحت التساؤل الرئيسي التالي:

– ما مدى استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة في مديرية جامعة ابن خلدون نموذجا؟

ويندرج تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية كالآتي:

– ما هي أهم أنشطة إدارة العلاقات العامة في جامعة بن خلدون ؟

– هل توظف إدارة العلاقات العامة بمديرية جامعة بن خلدون التقنيات الحديثة في إدارة أنشطتها؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة اعتمدنا في دراستنا على منهج الدراسات الوصفية من أجل دراسة استخدام تقنيات الحديثة المستخدمة في مديرية جامعة ابن خلدون تيارت كون مجتمع بحثنا يتكون من 30 مفردة والمتمثل في الموظفين الإداريين لمديرية جامعة ابن خلدون ، وقد استخدمنا الملاحظة واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات.

ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها:

–عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة في مديرية جامعة ابن خلدون وحصر الأنشطة في وحدات إدارية تتكامل مع الوظائف الأخرى. الحاسب الآلي والهاتف والبريد الالكتروني من اكثر الوسائل التي تعتمد عليها مؤسسة مديرية جامعة ابن خلدون في استخداماتها

–ان عمال مديرية جامعة ابن خلدون يتحكمون في تقنيات الحديثة بصفة جيدة ولا تواجههم أي صعوبات في تعامل معها في مجال نشاطهم

–ان ادخال التقنيات الحديثة لا تؤثر على تكلفة بقدر ما تسهل الأداء والقدرة على انجازالانشطة في ادارة العلاقات العامة بمديريةجامعة ابن خلدون في اقل مدة زمنية بأعلى كفاءة ،ودقة في تنسيق بين وحداتها.

للتقنيات حديثة دور كبير في تسهيل نشاط العمال داخل مديرية جامعة ابن خلدون وتعزيز الثقة بين الرئيس والمرؤوس

تساعد التقنيات الحديثة علي تطوير مهارات موظفي ادارة العلاقات العامة بمديرية جامعة ابن خلدون بفضل التحكم الجيد في وسائل الحديثة ونظام معلوماتي متكامل

الكلمات المفتاحية:

تقنيات الحديثة، إدارة العلاقات العامة، الموظفين الإداريين، مديرية جامعة ابن خلدون–تيارت –