

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات
الحديثة

**Employing information and communication technology in
activating the role of public relations in modern organizations**

فريدة بن عمروش¹ حكيمة جاب الله²

¹ جامعة الجزائر³، إبراهيم سلطان شيبوط ، *Email : faridabenamrouche@yahoo.fr*

² جامعة الجزائر³، إبراهيم سلطان شيبوط ، *Email : Hchenit@yahoo.fr*

تاريخ الاستلام: 2023/04/1 تاريخ القبول: 2023/05/02 تاريخ النشر: 2023/06/30

Doi:10.21608/SKJE.2023.306759

مستخلص البحث

نحاول من خلال هذا المقال إبراز طبيعة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تفعيل دور العلاقات العامة، باعتبار أن هذه التكنولوجيات أصبحت ضرورة من ضرورات العصر نظرا للخدمات الكبيرة التي تؤديها في مختلف المجالات.

و من أهم النتائج التي تم التوصل إليها أن استخدام التكنولوجيات أدخلت أساليب حديثة في ممارسة العلاقات العامة مما أعطى دفعة قوية في تحريك الأنشطة المختلفة في المنظمات الحديثة مما يساعد على الاندماج في عالم الأعمال الالكترونية باعتبار المنظمة نظاما مفتوحا لا بد أن يساير مستجدات العصر.

الكلمات المفتاحية: توظيف: التكنولوجيا: تفعيل: دور: العلاقات العامة: المنظمات، الحديثة.

Abstract:

Through this article, we try to highlight the nature of the relationship between the use of information and communication technology and activating the role of public relations, given that these technologies have become a necessity of the times due to the great services they perform in various fields.

And one of the most important results reached is that the use of technologies introduced modern methods in the practice of public relations, which gave a strong impetus in moving the various activities in modern organizations, which helps to integrate into the world of electronic business as the organization is an open system that must keep pace with the developments of the times.

Keywords: employment; technology; activation, Role, public relations; institutions; modern.

مقدمة :

اكتسب نشاط العلاقات العامة أهمية كبرى في منظمات اليوم، سواء تلك التي تهدف إلى الربح أم تلك غير هادفة للربح كالمنظمات الحكومية. وقد برز دور العلاقات العامة نتيجة للتحديات والتغيرات العالمية المعاصرة، مما أدى إلى تزايد أهمية بناء وتدعيم اسم المنظمة وتكوين صورة ذهنية محببة في أعين جماهيرها. وقد أثرت التغيرات التكنولوجية في نوع وشكل أدوات العلاقات العامة التي يمكن استخدامها في علاقتها بالجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة، ومن ثم فعلى منظمات اليوم أن تقوم بالتوظيف الفعال للتكنولوجيا الحديثة في خدمة جماهيرها.

لم تعد العلاقات العامة اليوم ذلك النشاط المهم الذي تتردد إدارة المؤسسة في تبنيه، بل أصبحت ضرورة لا بد منها وخاصة بعد التطورات الهائلة والسريعة في علم المعلومات والانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الإلكتروني والفضائيات الرقمية، وهذا ما أضفى مهام ومسؤوليات جديدة على رجل العلاقات العامة ليكون أكثر مهارة وقدرة على إبراز دور المؤسسة لدى المجتمع.

كما أن إدراك أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال العلاقات العامة تنعكس على عمل الموظفين بالمؤسسة ، مما ساعد في تشكيل روابط الثقة بينها وبين جمهورها، فحاليا، لا يمكننا تصور أي نشاط خدماتي دون علاقات عامة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال. وذلك على اعتبار انه لا يمكن أن تكون هذه المؤسسة في صورة موحدة ومتكاملة، دون أن تكون محكومة بنظام اتصالي يربط كافة أجزاءها وفروعها ببعضها في نسق موحد ومنظم، كما أنه يستحوذ على تشكيل صورة المؤسسة داخليا وخارجيا وذلك بالاتصال الدائم والمستمر والمتجدد.

و من هذا المنطلق، تنطلق هذه الدراسة من السؤال التالي: هل يساهم توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المؤسسات الحديث؟

٢.١-الفرضيات:

-كلما توفر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظمات الحديثة كلما ساهم في تطوير العلاقات العامة.

- الاستخدام الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في تفعيل دور العلاقات العامة.

٣.١-أهداف البحث:

-إبراز ماهية ومكانة العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة

-توضيح معالم العلاقات العامة في عصر التكنولوجيات الحديثة

-التأكيد على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل العلاقات العامة

-تقديم مجموعة من الاقتراحات لتعزيز دور العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة.

٤.١-منهج البحث: اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي الذي يعد من المناهج الأكثر استخداما في دراسة المشكلات الراهنة والحديثة، مع دراستها مثلما هي في الواقع دون إدخال أي تعديلات وقد تم ذلك من خلال وصف المشكلة البحثية محل الدراسة والبحث.

مدخل مفاهيمي وتاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تشهد التكنولوجيات الحديثة حصيلة مهمة من المعارف في شتى المجالات، وخاصة في مجال الاتصال، وذلك عبر مختلف الوسائل المعبرة عن الطريقة أو الأسلوب الذي اختارته المجتمعات للتعامل مع محيطها، لضمان استمرارها، وبلوغ التقدم

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

والتطور، وهذا التطور الهائل الذي برز في هذا المجال في السنوات الأخيرة جعلها أحد أهم الوسائل العصرية، نظرا لما تقدمه من خدمات، كالتفاعلية، وإلغاء الحواجز المكانية والزمانية، وتسهيل الاتصال والتي جعلت منها مطلبا هاما لقطاعات عديدة في المجتمع، هذا لا يعني أنها خالية من العيوب فهي تبقى سلاح ذو حدين.

ولتحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال لابد أن نعرج على تعريف تكنولوجيا الاتصال، حيث يرى "روبن وبرنت" أنها: "أي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات (حسن عماد مكاوي: ١٩٩٧).

وهي أيضا الأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية، المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات (محمد منير حجاب: ٢٠٠٤).

وما يلاحظ على هذا التعريف أنه جمع بين النظر إلى تكنولوجيا الاتصال كعلم وكتقنية تستخدم لإرسال المعلومات وتوصيلها. وكثيرا ما تتداخل تكنولوجيا الاتصال مع مصطلح آخر هو تكنولوجيا المعلومات، لذا كان من الضروري أن نقدم تفصيلا عن تكنولوجيا المعلومات.

حيث تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها: "عملية جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات واستخدامها، مع الاعتراف بأهمية الإنسان والأهداف التي يضعها والقيم التي يستخدمها في تحديد مدى تحكمه في التكنولوجيا ومساهمته في إثراء حياته (محمود علم الدين: ٢٠٠٥).

ويرى نبيل على أن تكنولوجيا الاتصال: "رافد لتكنولوجيا المعلومات"، على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات والمعلومات والمعارف، وأدواتها الأساسية بلا منازع هي الكمبيوتر وبرمجياته، التي تستهلك طاقته الحاسوبية في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلومية، أما التوزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة، أو من خلال أساليب البث المباشر وغير المباشر، كما هي الحال في أجهزة الإعلام أو من خلال شبكات البيانات، التي تصل بين كمبيوتر وآخر أو بينه وبين وحداته الطرفية.

بينما يرى سعد لبيب أن تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات هما وجهان لعملة واحدة على أساس أن: ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت نتيجة لتفجر المعلومات وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، وظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفقة، وبناء على ما سبق فإنه لا يمكن الفصل الآن بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال، وارتبطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وبذلك فقد انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال وتطور كل منهما.

وتعتبر كلمة "حديثة" التي تضاف إلى تكنولوجيا الاتصال نسبية، لأنها تتوقف على مدى تطور المجتمع وعلى المدى الزمني فما هو حديث في زمن معين قديم في آخر. إلا أن أغلب التعاريف تشير إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة، هي تلك التكنولوجيات التي تجمع بين الاتصال عن بعد والكمبيوتر.

وقد ورد تعريفها في الموسوعة الإعلامية بأنها: "الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الإلكترونية (محمد منير حجاب: ٢٠٠٣). وهو نفس الرأي الذي يعرضه "فضيل دليو" في تعريفه لها حيث قال أنها: "تعني أساسا تلك الموصولة بالكمبيوتر، ولها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموما وتنظيم المؤسسات خصوصا" (فضيل دليو: دون سنة).

وهناك من وسع مفهومها ليشمل: "الوسائل الإلكترونية المستخدمة في الإنتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي، والذي توج باستخدام الشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية في حمل الرسائل والمعلومات، هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب وما يتصل به من تقنيات (الموسوعة العلمية الشاملة: ٢٠٠٨).

وقد لخص عبد الهادي عثمان تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في: "القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل وبث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر (ممدوح عبد الهادي عثمان: ٢٠٠٨).

١.٢ نشأة وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

مرت تكنولوجيا الاتصال بعدة مراحل تاريخية يمكن تلخيص أهمها فيما يلي :

المرحلة الأولى : ثورة اللغة:

بدأت ثورة الاتصال الأولى عندما ظهرت اللغة لتعبر عن صياغة لرغبة الإنسان في بناء إطار موحد للتفاهم، والمعاني المشتركة من أجل التواصل مع باقي أجناس البشر، ولكي ينقل الإنسان خبراته للأخريين ابتكروا وسائل بدائية حسب ما أتىح له، فاستخدم الصوت، والرموز، والإشارات (محمد محفوظ: ٢٠٠٥).

المرحلة الثانية : ثورة الكتابة:

من خلال الرموز والإشارات توصل الإنسان إلى الكتابة بالحروف الهجائية، وظهرت الكتابة كوعاء تاريخي منضبط لحفظ وتسجيل المعاني البشرية المشتركة، وبالتالي إنقاذها من الضياع، خاصة بعد اكتشاف ورق البردي الذي استخدم للكتابة (حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: ٢٠٠٧).

المرحلة الرابعة : ثورة الاتصالات السلكية و اللاسلكية: رغم أن المطبعة أتاحت للغة المكتوبة الفرصة لتخطى حاجز المكان والمسافة ، لكن في المقابل ضلت اللغة المنطوقة عاجزة عن تخطي هذا الحاجز، حتى جاءت ثورة الاتصال الرابعة في منتصف القرن ١٩ فظهر التلغراف، ثم التلفزيون، ثم الراديو، فتحطمت بذلك الحواجز الجغرافية ، ثم ما لبثت حواجز الزمن تتحطم هي الأخرى عندما ظهرت آلة التصوير الفوتوغرافي لتسجل، وتحفظ، وتجمد اللحظة المرئية المنقضية ، وتطورت إلى السينما لتحرر تلك الصور الثابتة وتمنحها الحركة ، ثم ظهر التلفزيون ليزيل حاجز الزمن تماما وينقل لنا اللحظة الحالية بكل وقائعها ، كانت الثورة الرابعة هي ثورة الكهرباء و الكهرومغناطيسية و اللامكان و الزمان.

المرحلة الخامسة : ثورة الاتصال الالكتروني:

بدأت هذه المرحلة في منتصف الثمانينات من القرن الماضي، ومازالت مستمرة إلى الآن وتتميز بصورة أساسية، وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية، تمثلها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي، وهي توصيل الرسالة الاتصالية، ويطلق

على التكنولوجيا السائدة أو الميزة لهذه المرحلة التي تعيشها بالتكنولوجيا الرقمية أو التكنولوجيا متعددة الوسائط (محمود علم الدين: ١٩٩٤).

٢.٢ خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال: هناك خصائص تتميز بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تميزها عن التقليدية ومن أبرزها:

- التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على ادوار الآخرين، واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة، أو التفاعلية.
- اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت): وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
- التوجه نحو التصغير (قابلية التحرك أو الحركة): تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك.
- قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة، وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام الترجمة الآلية.
- قابلية التوصيل والتركيب: لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض، فقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال.
- اللاجماهيرية (الرسائل الإعلامية الشخصية): ومعناه أن رسائل الاتصال قد توجه إلى مجموعة من الأفراد، أو قد توجه إلى فرد بعينه، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد إن يستقبل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها.
- الشبوع والانتشار: ونعني به التوسع المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

البداية على أنها طرف ثم تتحول إلى ضرورة، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية .

الكونية_ البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال في البيئة العالمية الدولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة، وتعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم (حسن عماد مكاوي، محمد علم الدين: ٢٠٠٥).

وقد لخص أحد الخبراء سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في قوله: "الخدمات التي أتاحت نتيجة التحول من الصوتي إلى الرقمي، ومن الإلكتروني إلى الفتون ونحو الرخيص المتاح دوماً، ومن الخاص إلى العام، و من المتنوع إلى الكامل، ومن السلي أحادي الاتجاه إلى التجاوب الثنائي الاتجاه، ومن الثابت إلى المتنقل، ومن الشفرة الانجليزية إلى الشفرة متعددة الاتجاهات(حورية بولعويادات: ٢٠٠٧/٢٠٠٨).

تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الوسائل، الجمهور، والمجتمع: لقد أحدثت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تأثيراً بالغاً على كافة المستويات والأصعدة، وسنوضح بعض جوانب تأثيرها على وسائل الاتصال، والجمهور، وكذا المجتمع فيما يلي:

التأثير على وسائل الاتصال: إن التكنولوجيا الجديدة لا تلغي وسائل الاتصال القديمة، بل تدعمها وتساهم في تطويرها، فلوربطنا المستحدثات التكنولوجية الحديثة المتعلقة بالاتصال الذاتي مثل: الأشرطة المسموعة، والحاسبات الإلكترونية ... الخ... بالتكنولوجيا الشائعة لها قديماً لوجدنا أنها كانت عبارة عن مذكرات شخصية، أو تدوين للملاحظات(أحمد علم الدين: ٢٠٠٥).

- إن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفزيوني كان لها آثار على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة.

- إن وسائل الاتصال الجماهيرية قد أصبحت تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، حيث أحدثت الثورة المعاصرة طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي، أو عالمية الاتصال.

● تأثيراتها على الجمهور:

التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال كان لها تأثيرها على عادات استخدام

الجمهور للاتصال (أحمد علم الدين: ٢٠٠٥).

- تعدد قنوات الاتصال.

- خلق التفاعلية ورجع الصدى بين المرسل والمستقبل.

● تأثيراتها على المجتمع

- الاستعانة بها لحل المشكلات الاجتماعية والإنسانية كمساهمتها في زيادة الإنتاج، وإنجاز المهام الإدارية في أقل وقت، وبأقل جهد، كما يمكن إبراز تأثيراتها من خلال مجالي الخصوصية والجانب النفسي الاجتماعي:

■ الخصوصية: حق الأفراد في عدم إفشاء، أو نشر معلومات تخصهم، ولكن بعد ربط الحاسوب بالانترنت أصبح من السهل خرق الخصوصية، ما أدى بالكثيرين إلى إبداء قلقهم، خاصة الأمور المتعلقة بالمعاملات المالية، والسجلات الصحية والإجرامية...، لكن هذه القضايا المتعلقة باختراق الخصوصية تبقى حكرا على الدول المتقدمة التي تمتلك أصل التكنولوجيا.

الجانب النفسي والاجتماعي : يتوقع العلماء أن المزج بين الحاسب والانترنت

سيؤدي إلى عزلة نفسية واجتماعية للأفراد (سعيد يس عامر، علي محمد عبد الوهاب: ١٩٩٨).

وعليه فيمكن القول، أن الحاسب الالكتروني يقوم باستلام بيانات أولية، يعالجها، ويجهزها، ويقدمها في شكل مخرجات منطقية. ولقد مر الحاسب خلال مراحل تشكله تاريخيا بعدة مراحل، حيث يرجع تاريخ صناعته إلى ما بعد الحرب العالمية الثانية، وبالتحديد في الولايات المتحدة الأمريكية، التي قامت بصناعة أول حاسوب الكتروني "eniac" من مميزاته كبر حجمه، وتعقد مكوناته، و من خصائصه:

- سرعة الأداء مع الدقة والكفاءة أثناء تنفيذ وإدارة البيانات.
- قلة الأخطاء إذا كانت الرقابة جيدة على مدخلاته.
- قلة تكلفة الحصول على المعلومات باستخدام الحاسوب والتي أثبتت من خلال الممارسات أنها أقل بكثير من الحصول عليها يدويا.
- مرونة الحاسوب من حيث تحمله في حالة النمو السريع لعبة أكبر دون الحاجة إلى زيادة العناصر البشرية.

الهاتف: يعد الهاتف من وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية، حيث ينقل الصوت على شكل ذبذبات كهرومغناطيسية، بين جهازين، تفصل بينهما مسافات تتراوح بين مئات الأمتار إلى آلاف الكيلومترات، وعن طريقه يمكن تحقيق التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية (المرسل المستقبل)، وقد عملت بعض الشركات على تطوير أنواع من أجهزة الهاتف لاستخدامها في مجال التعليم ، وقد ساعدت هذه الأجهزة على توافر فرص التفاعل بين المعلم والمتعلم، عندما يواجه أحدهما صعوبة في الذهاب إلى المدرسة كالمرض في المستشفيات (محمد محمود الحلبة: ٢٠٠١).

• **الهاتف الثابت:** من خصائص الهاتف الثابت مقارنة بالهاتف المتنقل هو:

أن المستخدم يستخدم الأجهزة، وهي ثابتة بحيث لا يمكن إجراء الاتصال والتحرك في نفس الوقت لمسافة بعيدة (إلا إذا جهز الهاتف بمنظومة وصلة لاسلكية قصيرة المدى ٢٠ - ١٠٠ متر)، لكون الهاتف الثابت لا يعتمد على تغطية راديو عادية، بل على اتصال مباشر بالشبكة العامة، عن طريق كابل فانه متوفر للاتصال والاستقبال على مدار الساعة، دون التأثير بقوة التغطية أو الظروف الأخرى، إضافة إلى تكلفته المنخفضة، كما يمكن استخدام وصلة الهاتف الثابت أيضا للاتصال بالانترنت، وتكلفة منخفضة (أحمد علم الدين: ٢٠٠٥).

• **الهاتف النقال:** يعرف الهاتف النقال على أنه جهاز إرسال واستقبال الرسالة سواء كانت نصية أو صوتية بين طرفين أو أكثر فهو يوفر أحدث المعلومات والبيانات للمستخدمين على مدار ٢٤ ساعة.

أول من اقترح هذا المجال هي مجموعة التيرنر" للبحث بالاشتراك مع شركة النوكيا لتصنيع التليفون المحمول"، وقدمت خدمة فريدة من نوعها أطلقت عليها CNN "mobilel". اجتذبت هذه الخدمة بعد ذلك الكثير من شركات الكوابل، مقدمي خدمات الفيديو تحت الطلب والتلفزيون وعموما فإن في الثمانينات هي البداية الحقيقية الانتشار الهاتف الخليوي في شتى أنحاء العالم. فقد أتت المنافسة القوية على الساحة المحلية والعالمية إلى نمو وتسارع في قطاع الهاتف الخليوي حيث عملت الاتصالات الخليوية عبر الأقمار الصناعية إلى تنوع الخدمات التي يقدمها القطاع الخليوي وزيادة عدد المشتركين، إذ ارتفعت النسب من حوالي ٥% في عام ١٩٩٥م إلى ٢٠% في عام ١٩٩٦م (مجد الهاشمي:٢٠٠٤).

من خدماته:

نظام اتصالي داخلي معقد: فمن خلال الهاتف يمكن عمل قنوات اتصال لعقد المؤتمرات بين الأفراد الذين يقيمون في أماكن متباعدة.

ربط المنازل والمكاتب بأجهزة الحاسبات الإلكترونية المركزية الإدخال البيانات وتحليلها واسترجاعها. يتم استخدام خطط الهاتف الآن في دعم الاتصال المباشر بقواعد البيانات. إدخال تكنولوجيا جديدة توسع من مجال الخدمات التليفونية للمشاركين (حسن عماد المكاوي ومحمود سليمان علم الدين: ٢٠٠٠).

يمكن تلخيص فوائده كأداة اتصال وتفاعل كالاتي:

- استعماله لغايات مختلفة مع صغر حجمه وسهولة حمله مثل : منبه خفيف للتذكير بالصلاة، أو مع صديق، أو مع طبيب ... كأداة حاسبة، لمعرفة التاريخ والساعة، الاستماع إلى الأخبار والقرآن الكريم كما يمكن عن طريقة القيام ببعض الألعاب الإلكترونية، إرسال رسائل قصيرة.....الخ.
- المشاركة في المدونات والإدلاء بالأراء على مواقع التواصل الاجتماعي.
- مشاهدة البرامج التي تبث عبر الفضائيات حسب الطلب.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

- متابعة الأخبار المختلفة: الاقتصادية، السياسية، الرياضية، أحوال الطقس
..... الخ

- يمكن بواسطة الهاتف الجوال تصوير أي حدث او منظر غريب في اللحظة المناسبة وتوثيق هذا الحدث.

من سلبياته كغيره من الوسائل التي أسدت خدمات كثيرة للإنسان، فقد كان للهاتف الخليوي بعض السلبيات على حياة الإنسان كضريبة للتقدم التكنولوجي قد يتحتم على الإنسان دفعها ولكن يمكن الاستفادة من هذا التقدم التكنولوجي بترشيد استعمال الهاتف الجوال لتجنب ما يمكن تجنبه من هذه السلبيات:

الكون الهاتف الجوال محمول يمكن انتقاله من شخص لأخر وبالتالي يمكن أن يتم استخدامه من قبل غير مالكة في أغراض قد تسيء إليه.

- نظرا لخفة وزنه وسهولة حملته، فهو معرض للفقدان أو السرقة مما يؤدي إلى خسران كبير للمعلومات. يشكل مصدرا جديدا للمصاريف، حيث أن كثرة استخدامه تتسبب في ارتفاع مصاريف الناس (علي خليل شقرة: ٢٠١٤).

- شبكة الإنترنت: هي عبارة عن مئات الملايين من الحاسبات الالكترونية حول العالم، مرتبطة ببعضها البعض والتي تنتج عنها إرسال كم هائل من الرسائل الالكترونية فيما بينها بلمح البصر، وكذا تبادل الملفات، والصور، والأصوات، وقد تم الاتفاق على نظام موحد لتبادله جميع هذه الأنماط من المعلومات، تم تسميته بالنسيج العالمي.

كما يمكن تعريفها على أنها شبكة من الحاسبات الالكترونية، سواء المتشابهة أو المختلفة الأنواع، والأحجام، ترتبط مع بعضها البعض، عن طريق بروتوكولات تحكم عملية التشارك في تبادل المعلومات.

- خدمات الإنترنت:

- تبادل النصوص والرسائل مع ملايين الأشخاص داخل الإدارات والمؤسسات.
- استرجاع برامج، صور، وثائق، خرائط، فهرس... من آلاف الأماكن والمخازن في جميع أنحاء العالم.

- استخدام الاتصالات والمشاركة في المصادر التعاون والتواصل بين الأفراد والمؤسسات في مكان واحد أو في قارات مختلفة.
- استكمال بعض الأعمال التقليدية كالمراسلات السريعة.

وقد دخلت خدمات الإنترنت وتطبيقاتها في أمور عديدة من أبرزها ما يلي:

خدمة البريد الإلكتروني، القوائم البريدية، مجموعات النقاش، الحوار والمحادثة، الدخول عن بعد، خدمة نقل الملفات، شبكة الويب العالمية، خدمة "غوفر"، مؤتمرات الفيديو، خدمة البحث عن المعلومات، البحث عن الملفات والوثائق، البحث عن أشخاص، تصفح الملفات البحث عن اللعب والترفيه، مزاولة الأعمال على الإنترنت، خدمة الأرشفة، خدمة الاتصال الصوتي، خدمة التسويق،

أما عن أهم الخدمات التي أفرزتها الإنترنت فهي ك ما يلي:

● **البريد الإلكتروني:** وهو عبارة عن نظام التراسل الإلكتروني أي إرسال

واستقبال الرسائل الإلكترونية ولإستخدامها يشترط وجود برنامج بريد الكتروني - عنوان بريد الكتروني المرسل اليه. يساهم في إرسال الرسائل، وقواعد البيانات، والصور، والتسجيلات الصوتية، والبرامج...

● **الدردشة:** كتابة وتبادل الرسائل والمعلومات في اتصال حي مباشر يشبه البريد

الإلكتروني التقليدي وخطوط الدردشة هي ارتباطات مفتوحة حيث يمكن لمجموعة من الناس الاتصال عمليا بشكل فوري ويمكن لمجموعة المشتركين مشاهدة أي فرد

خدمة البحث: أو التقصي فمعظم حاسبات الإنترنت تقدم خدمة مجانية،

تسمح لك بالسؤال عن المعلومات وهو ما يعرف بخدمة التقصي (عاطف السيد: ٢٠٠١).

● **نظام الفهرسة:** نظام يرشدك إلى الملف المطلوب ومكان حفظه في البروتوكول

وهو وسيلة لإرسال واستقبال الملفات بين أجهزة الكمبيوتر عن طريق الإنترنت، دون الحاجة إلى إرسالها بالبريد العادي أو الفاكس، مما يقلص فواتير البريد والتليفون.

من أهم استخدامات شبكة الانترنت في المؤسسات:

• دراسة السوق والتأثير على التسويق: وذلك من خلال مساهمتها في زيادة زبائن المؤسسة، وكذا الموردين، والبائعين، والموزعين...وبذلك أصبح في إمكان أي مؤسسة أن تقوم بأكثر من مجرد إرسال المعلومات عن منتجاتها وخدماتها عبر الإنترنت، إذ يمكنها أيضا عمل دراسات عن الأسواق ودراسة أوضاع المنافسين.

- خدمات الاتصال: حيث ساهمت الإنترنت في تطوير هذا الجانب من خلال:
 - الوصول إلى العميل في كل موقع ونقل المعلومات إليه بأقل تكلفة مع المحافظة على سرية المعلومات.
 - توفير الوقت بإيصال الرسائل إلى المرسل إليه في أي مكان من العالم عبر البريد الإلكتروني.
 - إجراء عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت.
- خدمات المؤتمرات المفتوحة: هي عبارة عن إمكانية عقد المؤتمرات عن بعد بين ممثلي المؤسسات عبر العالم، عن طريق نقل الصوت، والصورة عبر الإنترنت إلى كل أعضاء المؤتمر في نفسه.

شبكة الإنترنت: هي شبكة داخلية، تقوم المؤسسات بإنتاجها على اختلاف أحجامها، هذه الشبكة تستعمل بروتوكولات إنترنت مثل FTP و HTTP ، وتستخدم خدمات الإنترنت مثل البريد الإلكتروني بحيث لا يستطيع شخص من خارج المؤسسة أن يدخل لها، ومحتوياتها تحددها المؤسسة، وعادة تحتوي خدمات البريد الإلكتروني، وتنظيم مساحات النقاش، وقاعدة بيانات للمعلومات والخبرات. وعليه فإن شبكة الإنترنت هي شبكة جديدة تعرف بالشبكة الداخلية، أي تعمل داخل المؤسسة المعنية(نبيل محمد مرسي: ٢٠٠٨).

- خطوات بناء شبكة الإنترنت: لبناء شبكة الأنترنت، لابد من اتباع الخطوات الآتية:
- تحليل ودراسة الجدوى الاقتصادية من شبكة الأنترنت من خلال تحديد حاجة العاملين في المؤسسة إلى الخدمات الإلكترونية، من خلال تحديد آلية الوصول إلى المعلومات، وطرق استخدامها.

- اختيار أدوات العمل التي تتضمن برامج التصميم والتطوير المناسبة للهدف، ضمن حدود الميزانية المتاحة، وكذا تحديد مصادر محتوى الواقع الداخلي، واختيار القائمين عليه بدقة وعناية، وأخيرا تعيين فريق العمل من المصممين.
- إصدار نسخة تجريبية لدراسة تقبل المستخدمين الأدوات العمل الجديدة، وتحديد المستوى الحقيقي لقبوله للحلول الجديدة وكذا دراسة السرعة المكتسبة في انجاز العمل عن طريق الإنترنت قياسا إلى سرعة العمل بدونها، والتأكد من كفاية وصحة محتوى الموقع الداخلي على الإنترنت، والتأكد من آلية سير عمليات الصيانة الدورية، والحفظ الاحتياطي لمحتوى الإنترنت.
- تنفيذ المشروع وتابعته ووضع خطة تفصيلية لأنشطة الصيانة والاستعانة بمحترفين لتنفيذ المشروع على أكمل وجه.
- الخدمات التي تقدمها في المؤسسة:
- نقل وتحويل الملفات: بفضلها يستطيع الموظف أو المسؤول في نقل الملفات من قسم إلى آخر، ومن فرع إلى فرع، وتحويل المعلومات الجديدة إلى جميع الأقسام أو الفروع.
- المشاركة في الملفات: بحيث يستطيع العمال الحصول على المعلومات المراد الحصول عليها في أي لحظة ومتابعة المتغيرات التي تطرا عليها بشكل يساعد على إتمام عمليات البيع والشراء، ومعرفة وضع العملاء، والموردين، وخطوط الإنتاج (نبيل محمد مرسي: ٢٠٠٨).
- المشاركة في التطبيقات: قد يكون هناك برامج تكلفتها عالية الثمن، فمن الممكن أن تقوم المؤسسة بوضع تلك البرامج على أحد الأجهزة، ويقوم العاملون بالمؤسسة بمشاركة زملائهم في هذه البرامج دون زيادة نسخ إضافية من هذه البرامج، وذلك للحد من التكلفة.
- اعتماد أفضل النظام: ففي حالة حدوث عطل في الجهاز فان باقي الأجهزة تقوم بالعمل والتغطية.

- شبكة الإستراتنت:

هي شبكة المؤسسة الخاصة، التي تصمم لتلبية احتياجات الناس من المعلومات، ومتطلبات المؤسسات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال، وتستخدم فيها تقنيات الحماية، ويتطلب الدخول إليها باستخدام كلمة المرور، وهي شبكة متعلقة بالمؤسسة، وغير موجهة للجمهور العام. ويمكن تعريفها على أنها هي الشبكة التي تربط شبكات الإنترنت الخاصة بالمتعاملين، والشركاء والمزودين، ومراكز الأبحاث الذين تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد، أو تجمعهم مركزية التخطيط ويؤمن لهم تبادل المعلومات، والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الإنترنت المحلية لكل شركة.

أهمية وجود شبكة اكستراتنت في المؤسسة:

- تسهل عمليات تبادل المعلومات، واقتناء ما يحتاجه المستفيد لدى المؤسسات والشركات المعنية بالإكستراتنت.
- متابعة قوائم الشراء وأحجام البضائع والمعلومات المتبادلة.
- تستخدم لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة لكل الطرفين.
- تقليص التكاليف والبنى التحتية اللازمة لإقامة الشبكات ذات الوظائف الخاصة، إلى جانب التسهيلات الكبيرة التي تقدمها في العمليات الإدارية والتفاعل مع العمليات التي يتولاها العملاء.

أنواع شبكات الإكستراتنت:

- شبكات اكستراتنت التزويد أو التكميل: تربط هذه الشبكات المخازن والمستودعات الخاصة بالبضائع، فهي تقوم بالتوفيق بين المخازن الفرعية والمستودعات الرئيسية للتحكم في مستوى المخزن بنظام، ولتفادي مشكلات العجز، والمحافظة على كميات ثابتة في المخزون.
- شبكات إكستراتنت التوزيع: هي أكثر الأنواع تواجداً، تقدم خدمة الطلب الإلكتروني للعملاء من الحجز، والاشتراكات، وغيرها من خدمات في ظل خدمات النشر الفوري للتعديلات، والتغيرات التي قد تحدث على هذه الخدمات من تغير أسعار ومواصفات.

- شبكات اكسترانت الندي: يكثر استخدامها في مجالات الإنتاج الصناعي والغذائي، فهي تسمح بتبادل الأسعار والمنتجات بين الشركات الصغيرة والكبيرة للمشاركين في مجال واحد، وذلك للنهوض بحركة البيع والشراء، مما يرفع من مستوى الخدمة في ذلك القطاع.

٤. دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعوائدها: يمكن تمثيل أهم دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فيما يلي:

- تعمل ثقافة تكنولوجيا الاتصال على تغيير الطبيعة الأساسية للمعرفة والمعلومات للمجتمع.
 - ثقافة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأشكالها المختلفة، وتنوعها الواسع، وأجيالها المتعاقبة لها القدرة على تطوير أنماط الحياة، والتعلم، والعمل.
 - وجود نقص في المعلومات حول المستويات الحالية لثقافة تكنولوجيا الاتصال في معظم دول العالم.
 - التطور الكبير في مجال التكنولوجيا الذي يركز بشكل كبير على الحاسوب، والشبكات، وبالأخص على توسيع انتشار المعلومات، واستخداماتها، وكذا الانتقال بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى التكنولوجيا الرقمية (خلود عاصم،: ٢٠١٣).
 - المحافظة على البقاء والاستمرارية لمستخدميها من أشخاص ماديين أو معنويين كالمؤسسات والمؤسسات بمختلف أنواعها.
 - بلوغ عدد أكبر من الجمهور من خلال زيادة حجم ونوعية الخدمات التي يستوجب توفيرها لمستخدمي هذه التكنولوجيا، كما أن استقطاب الجمهور يرتكز كذلك على زيادة الإبداع التكنولوجي في مجال البرمجيات المعلوماتية.
 - ومن هنا يتضح أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور هام في تعزيز التنمية في جميع المجالات وذلك لما لهذه الأخيرة من خصائص متميزة، وأكثر كفاءة إذا ما قورنت بوسائل الاتصال التقليدية (خلود عاصم،: ٢٠١٣).
- من عوائد تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الخدمات لتلبية حاجة كل الأفراد نذكر بعضها في الآتي :

- يتيح الحاسب الشخصي من خلال استخداماته المتعددة قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات غير المحدودة، سواء للاستخدام الشخصي، أو الاستفادة من المعلومات التي تقدمها بنوك المعلومات، من خلال الربط بخط تليفوني مع هذه البنوك، كما يوفر هذا الحاسب ما يلي:

الحصول على خدمات متخصصة من المعلومات وإجراء العمليات الحسابية

المعقدة.

- تقديم إرشادات عن شراء السلع والبضائع وإتاحة الخدمات.
- تسهيل خدمات الشراء من خلال توفير الفهارس التي تصاحبها الصور، والرسوم التوضيحية، وإصدار التعليمات، ودفع النقود(منى محمد إبراهيم البطل: دون سنة).
- إتاحة تقاويم للأحداث المحلية، ومعرضات المتاحف وغيرها ...
- تنظيم فهارس للأخبار، والمعلومات، ومعالجة الكلمات.
- إعداد قوائم بالمعلومات العامة التي يحتاجها الفرد أو المجتمع.
- تقديم خدمات عامة مثل الطباعة، والرسوم، الألعاب كما يمكن استرجاع المعلومات التي يتم تخزينها في الحاسب الشخصي في أي وقت، بما يوفر الوقت والجهد، كما يمكن استخدام الحاسب كوسيلة ترفيهية ويمكن ربطه بأجهزة الراديو والتلفزيون.
- بامتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الالكتروني، خلق عصر جديد للنشر الالكتروني، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون، أو منفذ العرض المتمثل بالحاسب الالكتروني لكي يتسلمه الفرد في مكانه، حيث يقترب مستخدمو النصوص الالكترونية من المعلومات بالكمية والنوعية التي يرغبون فيها وفي الأوقات التي تناسبهم.

• ظهور التكنولوجيا الحديثة في مجال الخدمة التلفزيونية مثل خدمات التلفزيون التفاعلي، عن طريق الكابل والذي يتيح الاتصال ذو الاتجاهين، ويقدم خدمات عديدة مثل: التعامل مع البنوك، وشراء السلع، وتلقي الخدمات، وخاصة الخدمات الأمنية، والرعاية الصحية. وفي مختلف المجالات كذلك حققت خدمات الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية قدرا هائلا من المعلومات بجودة، ودقة.

ظهر العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل: الفيديو تكس، والتلكتكست، والبريد الإلكتروني، والأقراص المدمجة الصغيرة التي يمكن أن تخزن محتويات مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير، وكذلك المصغرات، وتطوير وصلات ونظام الليزر. -عوائد تكنولوجيا المعلومات والاتصال :أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الخدمات لتلبية حاجة كل الأفراد نذكر بعضها في الآتي :

- يتيح الحاسب الشخصي من خلال استخداماته المتعددة قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات غير المحدودة، سواء للاستخدام الشخصي، أو الاستفادة من المعلومات التي تقدمها بنوك المعلومات، من خلال الربط بخط تليفوني مع هذه البنوك، كما يوفر هذا الحاسب ما يلي:

- الحصول على خدمات متخصصة من المعلومات وإجراء العمليات الحسابية المعقدة.
- تقديم إرشادات عن شراء السلع والبضائع وإتاحة الخدمات.
- تسهيل خدمات الشراء من خلال توفير الفهارس التي تصاحبها الصور، والرسوم التوضيحية، وإصدار التعليمات، ودفع النقود(منى محمد إبراهيم البطل: دون سنة).
- إتاحة تقاويم للأحداث المحلية، ومعرضات المتاحف وغيرها ...
- تنظيم فهارس للأخبار، والمعلومات، ومعالجة الكلمات.
- اعداد قوائم بالمعلومات العامة التي يحتاجها الفرد أو المجتمع.

- تقديم خدمات عامة مثل الطباعة، والرسوم، الألعاب كما يمكن استرجاع المعلومات التي يتم تخزينها في الحاسب الشخصي في أي وقت، بما يوفر الوقت والجهد، كما يمكن استخدام الحاسب كوسيلة ترفيهية ويمكن ربطه بأجهزة الراديو والتلفزيون.
- بامتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الالكتروني، خلق عصر جديد للنشر الالكتروني، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون، أو منفذ العرض المتمثل بالحاسب الالكتروني لكي يتسلمه الفرد في مكانه، حيث يقترب مستخدمو النصوص الالكترونية من المعلومات بالكمية والنوعية التي يرغبون فيها وفي الأوقات التي تناسبهم.
- ظهور التكنولوجيا الحديثة في مجال الخدمة التلفزيونية مثل خدمات التلفزيون التفاعلي، عن طريق الكابل والذي يتيح الاتصال ذو الاتجاهين، ويقدم خدمات عديدة مثل: التعامل مع البنوك، وشراء السلع، وتلقي الخدمات، وخاصة الخدمات الأمنية، والرعاية الصحية، وفي مختلف المجالات كذلك حققت خدمات الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية قدرا هائلا من المعلومات بجودة، ودقة.
- ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل: الفيديو تكس، والتلكتكست، والبريد الالكتروني، والأقراص المدمجة الصغيرة التي يمكن أن تخزن محتويات مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير، وكذلك المصغرات، وتطوير وصلات ونظام الليزر.

إيجابيات وسلبيات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

أدى التطور الهائل الذي مس تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى استفادة الجمهور بمميزات أضيفتها تلك التقنيات على مختلف الأصعدة، ومن بين هذه المميزات أو بالأحرى الإيجابيات التي نتجت عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ما يلي:

تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتنوعة، التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا للتطور الغير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، الذي استفاد منه الاتصال الرقمي، وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها في شتى المجالات بفضل خصائص تكنولوجيا الاتصال والمعلومات (محمد عبد الحميد: ٢٠٠٧).

- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخدامه، ويتيح هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات سواء استخدام شخصي، أو الاستفادة من خدمات الإنترنت.
- توسع استخدام الشبكات، ما أتاح اختصار المسافات، وتوفير الجهد، والوقت، والمال.

لقد أفرز التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من السلبيات التي يمكن حصرها في الآتي:

- تعتبر نتاج ثقافي غربي ظهرت لتلبي حاجات موضوعية لصيقة بثقافة هذه المجتمعات، هذا ما جعلها تشكل خطرا على مجتمعاتنا، وتمس بالقيم، والتقاليد، والمبادئ الإسلامية المتعارف عليها في مجتمعاتنا.
- عدم القدرة على التحكم في التدفق الهائل للمعلومات التي تنتجها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ما يؤثر سلبا على المحتوى المقدم الذي قد لا يخضع للرقابة.

ساهمت في إشاعة وفرض النموذج الثقافي العربي لمجتمعاتنا (شريف درويش اللبان: ٢٠٠٠).

- التأثيرات الصحية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الجانب البيولوجي، والفيزيولوجي، والنفسي للأفراد فالعديد من الأمراض كان سببها الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيات مثل: (الاكتئاب، العزلة الإرهاق ضعف البصر ضغط الدم ... وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات الغربية في هذا المجال.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

يظهر مما سبق ، مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمتمثلة في مساهمتها في ظهور أنظمة اتصالية حديثة للحد من العوائق، والانحرافات التي تتعرض لها العملية الاتصالية داخل المؤسسات، وقد أدى ربط المؤسسات بالشبكات المعلوماتية في شبكة الإنترنت، الإكسترنات، الإنترنت، إلى تنظيم العمل وتفعيله داخليا وخارجيا.

٤ مفهوم العلاقات العامة: رغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين أو الممارسين، أو من جانب الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة، فإن هناك سمة مشتركة بين هذه التعريفات.

عرفت الجمعية العلاقات العامة بأنها: "نشاط أي صناعة، أو اتحاد، أو هيئة، أو حكومة، أو مهنة، أو حكومة، أو أي منشأة أخرى، تساعد في بناء وتدعيم علاقات سليمة، ومنتجة بينها وبين فئة من الجمهور، كالعلماء والموظفين، أو المساهمين، أو الجمهور بوجه عام، لكي تحول سياستها حسب الظروف المحيطة ، وشرح هذه السياسة للمجتمع". هذا التعريف ركز على دور العلاقات العامة في إيجاد العلاقات الناتجة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي.

وقد عرفها معهد العلاقات العامة البريطاني بأنها: "الجهود الإدارية المرسومة المستمرة، التي تهدف إلى إقامة تدعيم و تفاهم بين المنشأة وجمهورها". ركز هذا التعريف على أهمية مراعاة القواعد العلمية في أنشطة العلاقات العامة، وذلك بغية إيجاد الثقة والتفاهم بين المنظمة و جماهيرها.

كما تعرفها الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة على أنها: "الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة، واستمرارها بين أعضائه وبين الفريق، وبين الجماهير التي تنتفع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية، والاجتماعية التي تحققها المؤسسة.

وتعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها: وظيفة إدارية ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة من طريقها أن تحقق - مع من تتعامل معهم أو يمكن أن تتعامل معهم- التفاهم والتأييد والمشاركة". هذا التعريف أكثر دقة الإرشاداته بمسؤولية الإدارة عن وجود العلاقات العامة لضم أكبر عدد من الجمهور.

يعرف قاموس وبستر Webster العلاقات العامة على أنها: "تنشيط للعمليات الاتصالية، وخلق الثقة بين شخص أو منظمة، أو أشخاص آخرين، أو جماهير معينة، أو المجتمع كله من خلال نشر المعلومات التي تفسر، وتشرح، وتبني علاقات متبادلة، ودراسة ردود الفعل وتقويمها". أشار هذا التعريف لأهمية الاتصال الداخلي والخارجي في العلاقات العامة لتزويد الجمهور بالمعلومات و كسب رضاه. فالعلاقات العامة: هي الفن أو العلم الذي يستهدف تنمية الفهم المتبادل والثقة المتبادلة.

ومن أهم المحاولات التي قدمت لتوضيح مفهوم العلاقات العامة محاولة إدوارد روبنسن رئيس قسم البحوث بمعهد العلاقات العامة الأمريكي، والذي يرى أن العلاقات العامة ما هي إلا ممارسة تطبيقية للعلوم الاجتماعية، والسلوكية، وهو بذلك يربط بين تطور العلوم، ويقول أنه رغم ما للعلاقات العامة من ماضي بعيد فان تاريخها حديث جدا، وقد استخلص التعريف الآتي: "العلاقات العامة كعلم اجتماعي، وسلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن ما يلي:

- ١ - قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة.
 - ٢ - مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والتوافق بين المنظمة وجماهيرها وقبول هذه الجماهير لخدمات المنظمة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين بها.
 - ٣ - تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجمهور المختلفة التي لها صلة بها.
 - ٤ - تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفهمها."
- بعد عرضنا لهذه التعاريف يبدو لنا أنه رغم اختلاف المصادر إلا أنها تصب في معنى واحد يعبر عنه بيرنز بقوله: " أن العلاقات الطيبة يمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية: الأداء الجيد + الإعلام الصادق = علاقات عامة طيبة".
- ١.٤. أهمية العلاقات العامة في المؤسسة:

إن العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية هي الموضوع الحيوي والأساسي لنجاحها، فهي تمثل عاملا حيويا لعلاج التضارب في المصالح والاهتمامات بين الإدارة

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

والجمهور الداخلي والخارجي، وهذا ما يجعل الإدارة تهتم بالعلاقات العامة وتفرد لها إدارة متخصصة ومكانا لائقا في الخريطة التنظيمية، حيث نجد أن أهميتها في المؤسسة الخدمائية تكمن فيما يلي:

⇒ أن العلاقات تقوم بوضع برامج منهجية مدروسة لإعلام كافة طوائف الجمهور بنشاطها وسياستها ومنتجاتها والخدمات التي تؤديها.

⇒ وتتميز العلاقات العامة بأهمية خاصة في حاجة مدير المؤسسة لبنائها، فهو يتعامل مع الرؤساء والمساهمين أو ممثلي الجهات الرسمية ويتلقى مهم المعلومات ويتخذ القرارات في المؤسسة، وهو أيضا على علاقة بجمهور المستهلكين بخدمات الاتصالات، واتصاله برجال الإعلام، فنجاح أداء المؤسسة مقرون بمدي أهمية العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدمائية وخارجها (بشيرعلاق وآخرون: ١٩٩٨).

العلاقات العامة لها أهمية كبرى وذلك من خلال مساعدتها في تخطيط الاتصال داخل المؤسسة الخدمائية بين مختلف مستويات التنظيم، إضافة إلى الإشراف على الاتصالات الخارجية.

استنادا إلى نتائج البحوث والدراسات أكدت هذه الأخيرة أن العلاقات العامة لها اهتمام كبير خاصة مع جمهورها الداخلي في المؤسسة الخدمائية وذلك من خلال توفير المطالب المعنوية لهم مثلا الشعور بالأمان والطمأنينة للمستقبل، إضافة إلى المعاملة الإنسانية لهم، وإحساس العاملين بالدور الذي يمارسونه في خدمته.

ونستنتج أن العلاقات العامة في المؤسسات تسعى إلى كسب جمهورها الداخلي من العاملين بكل مستوياتهم وضمن لوائحهم لها بتعزيز الاتصالات وتكوين الآراء حول أدائها واستراتيجياتها، كما تقدم العديد من الخدمات للزبائن (الجمهور الخارجي)، حيث يقدر الإحصائيين في العالم اليوم أن قادة الإدارة والمسؤولين عنها في شتى الميادين يقضون ٢٥% في أوقات عملهم الإدارية العادية و٧٥% في ميدان العلاقات العامة، وهذا ما يدل على أهميته وأثارها العميقة على نجاح مشروعات المؤسسة.

وعليه، يمكن القول أن أهمية تنظيم وإدارة العلاقات العامة في المؤسسات

تتمثل في مجموعة من العوامل أهمها (أسامة كامل، محمد الصيرفي: ٢٠٠٦).

- تجنب الإسراف وذلك بالاستغلال الجيد للإمكانيات المتاحة والحصول على أقصى إنتاجية منها.

- الوصول على الهدف بأقصر طريق ممكن دون إخلال بالمبادئ الإنسانية والقيم الأخلاقية. - إيجاد روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في ميدان العلاقات العامة وتحقيق الانسجام والتنسيق والتكامل بين تخصصهم وخبراتهم ومهاراتهم

- جمع المسؤوليات المتعددة ذات الطبيعة الواحدة في إدارة واحدة متناسقة.

- تحديد الصلاحيات والاختصاصات والمسؤوليات بحيث يعرف كل فرد واجباته، فتسير العلاقات الوظيفية والاجتماعية بأقل قدر من التنافر والاحتكاك.

٢.٤. أهداف العلاقات العامة في المؤسسة:

كل إدارة من إدارات المؤسسات لها أهداف تسعى لتحقيقها، وتظهر أهداف إدارة العلاقات العامة من الدور الذي تقوم به في المجال الإداري بمعنى أنها تهدف إلى إيجاد وخلق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها، وكذلك خلق وإقامة سمعة طيبة لها في أوساط العمل والمحافظة على استمرار الاتصالات فيما بينهم، مع التصدي لأية محاولة للنيل من هذه السمعة وبشكل جاد فإنه يراعى في تحديد الأهداف الخاصة بإدارة العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية ما يلي:

- أن تكون الأهداف محددة وواضحة وصريحة ومفهومة.
 - أن تكون واقعية وعملية من حيث قابليتها للتحقيق والتنفيذ.
 - أن تكون مرتبطة بأهداف المؤسسة.
- وتكمن الأهداف الأساسية للعلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية في:
- تقديم المؤسسة الخدماتية إلى الجمهور من حيث توضيح أهدافها وسياستها وجهودها الإنتاجية أو الخدمات التي تقدمها.
 - كسب رضا الجمهور وتأييده لسياسة المؤسسة وهذا ما يحتاج إلى حملات إعلامية توضيحية للشرح والاطلاع على آراء الجمهور قبل إقرار الخطة أو السياسة عند وضعها.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

- التوعية والإرشاد الإعلان بمعنى إعلان الموظفين بوجه النشاط الخاص بالمؤسسة بغرض خلق مواطن واعي والمشاركة والمساهمة برأي ورضاه عن النشاط.
- معرفة الرأي العام واتجاهاته فيما يخص تقييمه لمستوى الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية احتياجاته قدر الإمكان.
- كسب ثقة الجمهور الخارجي وتعاونه.
- دحض الشائعات والحملات المغرضة بإبراز الحقائق. - دعم الصلة مع أجهزة الإعلام وتكوين صورة طيبة ومركز ممتاز للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي.
- دعم العلاقات الإنسانية بين الجمهور والعاملين بالمؤسسة الخدماتية وربطهم بعلاقات طيبة، ودعم العلاقات مع المؤسسات والأجهزة الأخرى.
- الاهتمام بشؤون العاملين وتهيئة الظروف المناسبة والصحية للعمل وتلبية مطالبهم.
- متابعة اقتراحات الجمهور وملاحظاتهم من خلال مساعدتهم على تكوين آرائهم بتزويده بكافة المعلومات لتكون مبنية على أسس من الواقع والحقائق (بشير علاق وآخرون: ١٩٩٨).

ومنه نستنتج أن هدف العلاقات العامة يكمن في تنمية روح الانتماء لدى الموظف في المؤسسة الخدماتية عن طريق تقديم الخدمات له والعمل على إتاحة المجال أمامه للترقية بمستواه عن طريق التدريب والدراسات الداخلية والخارجية.

٣.٤. أسس ووظائف العلاقات العامة : لكي تؤدي العلاقات العامة دورها بنجاح وتكامل لابد وأن تستند على مجموعة من المبادئ والأسس لتكون هذه الأخيرة الدليل الذي يقودها نحو تحقيق الهدف المنوط بها.

ويختزل " إدوارد بيرنز " مبادئ وأسس العلاقات العامة في نقطتين أو بالأحرى قاعدتين رئيسيتين هما : الأداء النافع أولا ، والإخبار الصادق على نطاق واسع ثانيا ، ويضيف أن القاعدة الثانية مكتملة للأولى ولا يمكن أن تقوم بديلا عنها.

وانطلاقا من هنا يمكننا أن نستنتج ونوضح مجموعة من الأسس والمبادئ التي تقوم عليها العلاقات العامة وهي:

-العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

أي يجب أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون بها فمن غير المنطقي أن تبدأ المؤسسة أو المنشأة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي وعلاقاتها مع جمهورها الداخلي على غير ما يرام، فيجب أولاً (خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية) ، ثم بعد ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد الجمهور الخارجي عن أية مؤسسة هي تلك التي يراها في موظفيها ، وعمالها وطريقة معاملتهم للناس ، وأدائهم لواجباتهم وفي ذلك ما يبرر أن تبدأ العلاقات العامة من داخل المؤسسة (محمد بهجت جاد الله كشك:٢٠٠٣).

حيث لا يمكن أن تتصور مؤسسة تسعى إلى كسب الجمهور الخارجي وتهمل الجمهور الداخلي، لأن الاهتمام بالجمهور الداخلي وكسب ثقته ورضاه هو أول خطوة لنجاح المؤسسة لأن العاملين بالمؤسسة هم بمثابة مرآة عاكسة لصورة مؤسستهم فهم ينقلون الانطباع الحسن عنها للجماهير الخارجية من خلال حديثهم عنها ، أما إذا أهملت المؤسسة جمهورها الداخلي فإنه سيخط عليها وينقل عنها صورة سيئة.

-مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأسلوب العلمي:

يجب أن تتسم أعمال المنشأة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع تصرفاتها لأن الحقيقة خير إعلام عن المنشأة، كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم(محمد مصطفى أحمد:١٩٩٧).

إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

إن الأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهتم الجماهير ، وسياسة عدم إخفاء الحقائق كفيلا بأن تقضي على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المشترك (هناء حافظ بدوي: ٢٠٠١).

-مساهمة الهيئة في رفاهية المجتمع:

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

إن رفاهية المجتمع هدف عام تسعى جميع هيئات المجتمع على تحقيقه وتشترك المؤسسات مع بعضها البعض على إنجازه، لذلك يجب أن تضع كل هيئة أهدافها في ضوء الأهداف العامة للمجتمع وبذلك تصبح عضوا نافعا فيه ، فتقدم المؤسسة وتطورها يساعد على تحقيق أهداف المجتمع وكذلك فإن تقدم المجتمع وتطوره ينعكس على المؤسسات القائمة ، لذلك يجب أن لا تتعارض أهداف المؤسسات مع أهداف المجتمع (محمد بهجت جاد الله كشك:٢٠٠٣).

بما أن الهيئة أو المؤسسة موجودة داخل المجتمع، وبالتالي فهي جزء لا يتجزأ منه ، ومن الضروري أن تساهم أهدافها المرسومة في رفاهية المجتمع ، وهذا ما يكسبها ثقة جماهيرها.

-نشر الوعي بين الجماهير:

يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخططها للتنمية ودور المؤسسة أو الهيئة في ذلك، وعلمها تقع مسؤولية توجيه الرأي العام ودفع الجماهير إلى تأييد السياسة العامة لمؤسسات الدولة وكسب ثقة الجماهير وتعاونها (محمد بهجت جاد الله كشك:٢٠٠٣).

-كسب ثقة الجماهير:

تهدف العلاقات العامة في أي منظمة من المنظمات إلى العمل على كسب ثقة الجماهير حتى تتمكن من تحقيق أهدافها ، ومعنى هذا أن أنشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن أن تنجح إلا إذا رضى جماهيرها عنها وعلى ذلك يجب أن يدرّب العاملون بالهيئة حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب ثقة الجماهير على الوجه الأكمل بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرها (هناء حافظ بدوي: ٢٠٠١).

تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى:

لا يمكن لهيئة أن تنجح في تأدية رسالتها ما لم تتعاون مع غيرها ، فمن المسلم به أن التعاون هو أحد أسس النجاح فلا يكفي مثلا أن تمارس نشاطها وتوطد علاقتها

بجماهيرها وتهمل تعاونها مع الهيئات الأخرى ، ومن هنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين الهيئات وبعضها البعض (محمد مصطفى أحمد: ١٩٩٧).
ويضيف أحمد كمال بعض الأسس والمبادئ والتي من أهمها بالإضافة إلى ما سبق عرضه ما يلي:

- ١- ضرورة أن تتصف العلاقات العامة بالديناميكية والحيوية والتفاعل مع الجماهير.
 - ٢- اتساع نشاط العلاقات العامة حتى يمكنها أن تعمل في جميع المجالات.
 - ٣- تساعد العلاقات العامة الجماهير على تحمل المسؤولية الاجتماعية ، كما أنها تقوم على أسلوب التخطيط السليم.
 - ٤- تقوم العلاقات العامة على فلسفة واضحة هي احترام رأي الجماهير والإيمان بأهمية هذا الرأي وذلك بعد إتاحة الفرصة لتبصير وتنوير الجماهير (غريب عبد السميع: ١٩٩٦).
- ٤.٤. وظائف العلاقات العامة: وردت العديد من الآراء حول وظائف العلاقات العامة أهمها:

يرى معظم الباحثين الذين قاموا بتحليل وظائف العلاقات العامة للهيئات والمؤسسات أن هناك خمسة وظائف رئيسية للعلاقات العامة وهي:

- البحث : ويقصد به تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة في الداخل والخارج ، وكذا البحث في مدى نجاح الحملات الإعلامية والدعائية ووسائلها المختلفة (عبد الكريم راضي الجبوري: ٢٠٠١).
- التخطيط : ويقصد به رسم خطة دقيقة للعلاقات العامة تتفق مع الخطة العامة للمؤسسة ، ولا يتعارض معها وفي ضوء الخطة القومية الشاملة ، وهذه الخطة تحدد الأهداف البعيدة والقصيرة المدى وترسم خطوات التنفيذ وتحدد الميزانية تحديدا دقيقا وتوزع المسؤوليات على القائمين بالتنفيذ (عمرو صفي عقيلي وآخرون: ١٩٩٤).
- التنسيق : وهو ترتيب الاتصال لمسؤولي الإدارات في داخل المؤسسة ، وأيضا تنسيق الاتصال بالمنظمات والجمهور في خارجها.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

ويعمل موظفي وخبراء العلاقات العامة على تزويد رؤساء الأقسام وكبار الموظفين داخل المؤسسة بالمعلومات والبيانات والأخبار المتعلقة بالعلاقات العامة ، إضافة إلى الاتصال بالأشخاص والمنظمات والصحافة وأجهزة الإعلام في الخارج.

• الإدارة : ويعني بها تقديم الخدمات للإدارات الباقية ضمن المؤسسة ، ومساعدتها في انتقاء الموظفين المناسبين والعمال ، وتدريبهم وإعداد برامج ثقافية ، والعناية برفاهيتهم ، وتكوين العلاقات الطيبة مع وكلاء الشركة وموزعيها(عبد الكريم راضي:٢٠٠١).

• الإنتاج : ويتصل بالإنتاج عدد كبير من الأعمال الهامة المتعلقة بالإعلام والنشر ، فإلى جانب الاتصالات بالصحفيين وإصدار البيانات وعقد المؤتمرات تقوم إدارة العلاقات العامة بإنتاج الأفلام السينمائية الموجهة إلى جماهير المؤسسة أو الهيئة ، وكذلك تقوم بتحرير المجالات وإصدار النشرات وإعداد المحاضرات وإقامة المعارض وإعداد الصور والرسوم ، وتعد صحيفة المؤسسة من أهم ما تنتجه العلاقات العامة بالإضافة إلى مجموعة المطبوعات الأخرى مثل الكتيبات والتقارير(هنا حافظ بدوي:٢٠٠١).

أما " إيفي لي" فقد حدد أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة في ثلاث عناصر رئيسية:

١ - أنها تساعد الجمهور على التكيف ويقصد هنا بالتكيف التقبل عن طريق الإقناع والمشورة المشورة إليه.

٢ - استخدامها لوسائل الإعلام والاتصال ، بصورة علمية سليمة ، ويؤكد هنا ضرورة دراسة الجماهير وتحليل اتجاهات الرأي العام والتعرف على أسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر.

٣ - الإقناع أي خدمة اهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات.

أما " عصام المصري " فحددها فيما يلي:

١ - وضع برامج العلاقات العامة وإدارتها في مجال علاقة الوحدة بجماهيرها الداخلية والخارجية.

٢ - الإشراف على الصحف والكتيبات والنشرات التي تصدرها الوحدة.

٣ - مراجعة كل ما ينشر عن الوحدة.

٤ - إعداد جميع الأخبار والمقالات والصور وجميع وسائل التعبير التي تنقل عن الوحدة

٥ - إعداد التوصيات والنماذج عن البيانات أو خطب كبار المسؤولين عندما يطلب منها ذلك (غريب عبد السميع: ١٩٩٦).

رغم اختلاف آراء العلماء حول وظائف العلاقات العامة إلا أننا نجد أنها تصب وتتفق في ثلاث نقط رئيسية وهي إقناع الجمهور وقياس اتجاهات الرأي العام وكذا خدمة اهتمامات ورغبات الجماهير.

٥.٤ إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية:

يمثل تنظيم العلاقات العامة أهم العوامل التي تحدد فاعلية هذه الوظيفة، لذلك يجب الحرص على أن يتم تنظيم نشاط العلاقات العامة بما يمكن من التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي بصورة تؤدي إلى تلبية حاجات المؤسسة والمجتمع الذي تنشط فيه. وقد يختلف تنظيم العلاقات العامة حسب طبيعة المؤسسة ومدى تقديرها لأهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة فيها. وعليه سوف نحاول من خلال هذا العنصر التعرف على أبرز الجوانب المتعلقة بإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية.

تنظيم إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية

تكتسي العلاقات العامة أهمية كبيرة في المؤسسات الخدمية شأنها شأن باقي الأنشطة التي تمارسها، ونظرا للدور الذي تلعبه العلاقات العامة بالمؤسسات الخدمية أصبح من الضروري تنظيم أعمال العلاقات العامة تحت مظلة إدارة من شأنها القيام بضبط البرامج المتعلقة بالجماهير التي تتعامل معها المؤسسات. فقبل الحديث عن تنظيم العلاقات العامة في المؤسسة، لا بأس أن نوضح بأن مكانة إدارة العلاقات العامة داخل التنظيم تتوقف على العوامل التالية (محمد فريد الصحن: ٢٠٠٢/٢٠٠٣).

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

مدى اقتناع الإدارة العليا بالمسؤولية الاجتماعية الملقاة عليهم نحو فئات الجمهور.

- عدد فئات الجمهور المتصلة بالمؤسسة، فكلما زاد عدد المساهمين وحاملي الأسهم وعدد موظفيها كلما زادت العلاقات العامة مكانة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

- المركز المالي للمؤسسة.

- طبيعة نشاط المؤسسة، فالمؤسسات والهيئات التي تعمل في ميدان الخدمات الشركات السياحية والبنوك والجامعات تحتاج إلى نوع معين من التنظيم الأعمال العلاقات العامة تختلف عن مثيله في المؤسسات المشغلة في أنواع أخرى من النشاط. ويرى البعض أن طبيعة المنتج الذي تقوم المؤسسة بتقديمه يؤثر ويؤكد على ضرورة العلاقات العامة داخل هذه المؤسسات. فمثلا المؤسسات التي تقدم منتجات غير ملموسة كالبنوك والوكالات السياحية... الخ تقوم بوظيفة العلاقات العامة بدرجة كبيرة لخلق صورة طيبة لدى المستهلكين خاصة وأن عنصر التقييم المادي غائب في الخدمات.

وقد أوضحت الدراسات المتخصصة أن العلاقات العامة في الجامعة أو المعهد تأتي في مقدمة أعمال رئيس الجامعة وعميد الكلية، ويشترك في هذه المسؤولية أعضاء التدريس والإداريون من خلال الأداء الطيب وتنمية روح المسؤولية بين الطلاب(علي عوجة: ٢٠٠١).

أما على مستوى البنوك فيؤكد جاكمين (jacqmin) على أهمية اتصالات مدير العلاقات العامة برؤساء الأقسام بالبنك، فهذه الاتصالات تعمل على تمتين العلاقة المباشرة بين من يعملون في مواجهة الجمهور ويحتكون به احتكاكا فعليا.

ونقصد بالتنظيم الداخلي تلك الوحدات التنظيمية التي تقوم بمختلف الأعمال المتعلقة بالعلاقات العامة وترسم خطوط الاتصال بين تلك الوحدات والتنظيم الجيد لها بغية تحقيق أو الاستفادة من التخصص ومنع حدوث التضارب أو الازدواجية في نشاطات العلاقات العامة، وتحقيق التكامل والتنسيق بين فروع غدارة العلاقات العامة. فالتنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة يجب أن يتم في إطار الخطوات الإجرائية التالية:

١. الخطوة الأولى: يتم فيها حصر كافة الأنشطة والأعمال التي تأخذ طابع العلاقات العامة بناء على معايير عملية.
 ٢. الخطوة الثانية: تجميع الأنشطة والأعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة واحدة متخصصة داخل النشاط العام للعلاقات العامة. ما يمكن أن يكون أساساً عملياً يمكن اعتماده في إنشاء الأقسام الوظيفية فيما بعد، وبصورة تساعد على معرفة وتحديد نوع المؤهلات الواجب توافرها فيمن ستناط لهم مسؤوليات الأقسام
 ٣. الخطوة الثالثة: إنشاء وحدات إدارية فرعية داخل نطاق العلاقات العامة، بحيث يتم إنشاء قسم لكل مجموعة نشاط متخصصة، وإعطاء كل قسم الاسم الوظيفي المناسب الذي يتفق وطبيعة ونوع الواجبات الموكلة إليه.
 ٤. الخطوة الرابعة: تعيين الأشخاص المناسبين في كل قسم وظيفي بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب، ثم تحديد السلطات الوظيفية كل حسب حجم المسؤوليات الملقاة على عاتقه، وهنا يجب الاحتكام إلى توازن السلطة والمسؤولية، فالسلطة تمنح لمراكز القرار. وبما لا شك فيه أنه لا سلطة في غياب المسؤولية، ولا مسؤولية في غياب السلطة.
 ٥. الخطوة الخامسة: تحديد العلاقات الوظيفية في الوحدات الإدارية الأخرى في المؤسسة كما يجب تحديد هذه العلاقات الوظيفية ليشمل العلاقات الرأسية وهي العلاقات العامة بمن هم أعلى منها ومن هو دون ذلك في الهيكل التنظيمي، والعلاقات الأفقية فهي التي تربط وظيفة العلاقات العامة مع الأقسام الإدارية التنفيذية التي تقع معها في نفس المستوى الإداري نفسه داخل المؤسسة.
- ٦.٤ سمات العاملين في إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية
- إن العنصر البشري في أي مؤسسة من المؤسسات أياً كان أهدافها، نشاطها هو الذي يحرك أداؤها، وهو المحدد لفاعلية أدواتها ويتوقف أداء المؤسسة الخدمائية بصفة عامة على أداء المؤسسة الخدمائية بصفة عامة وانتقاء الممارسين للعلاقات العامة على وجه الخصوص فالنجاح في اختيار العاملين في إدارات العلاقات يكون الواضح لما تتوقعه المؤسسة الخدمائية من هذه الإدارات ومن العاملين فيها.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

بشكل عام إن العاملين في إدارة العلاقات العامة لابد أن يتميزوا ببعض الصفات والمميزات لما لهذه الوظيفة من أهمية وخصوصية في العمل، إضافة إلى التخصص الدراسي والخبرة، حيث نذكرها في شكل نقاط :

• الثقافة العامة الواسعة: وهذا لتهيئة المجال الكافي لتفهم الأمور والأحداث والمشاكل التي تواجهنا خلال عملهم.

الإحاطة التامة بالعلوم الإنسانية: أي تحقيق المعرفة الواسعة في مجال العلوم، مما يساعدهم على تفهم عقلية الفرد في مختلف مظاهرها.

المعرفة الكافية لمختلف تقنيات ووسائل الإعلام وذلك بالخبرة الواسعة في ممارستهم للتعبير عن آرائهم وشرحها بصورة فعالة.

ما يجب أن يتسم العاملون في مجال العلاقات العامة بالموضوعية، وأن يتمتع بمقدرته السريعة على تحليل الرسائل التي تصله من الجمهور (حسن الحلبي: ١٩٨٠).

أ- الصفات والقابلية الشخصية : هي تلك الصفات التي يمكن قياسها بل تولد مع الشخص هي:

- قوة الشخصية : يقصد بذلك أن تكون الشخصية مستقرة ومترنة وهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم وخلق انطباع طيب عند الجماهير في المؤسسة الخدمائية.
- اللياقة : وتعني حسن التصرف والقدرة على طرح المواضيع المختلفة في الأوقات المناسبة لها كذلك القدرة على إقناع الآخرين والتأثير في آرائهم.
- الموضوعية : القدرة على النظر للأمور بتجرد عن الذات والميول الشخصية والتقييد بالخصائص ومعطيات الواقع وعدم التحيز لجهة أخرى.
- حب الاطلاع : وهنا يجب أن يكون من يعمل في مجال العلاقات العامة من النوع الذي يتوفر لديه الرغبة المستمرة واليقظة التامة في تتبع ما يجري حوله من أحداث.

- قابلية التنظيم : فالمسؤول على العلاقات العامة كإداري يحتاج إلى تنظيم أعماله وترتيب الموارد المتاحة له، وتقييم الوقت وإعطاء الأولوية للأعمال حسب أهميتها.
- الخيال الخصب : إن العلاقات العامة ليست عملا روتينيا، بل أنه نشاط الإبداع والقدرة على التخيل، وذلك لأن العامل في العلاقات العامة يحتاج دائما إلى أن يتصور نتائج قراراته على الآخرين قبل اتخاذها.
- النشاط : تعتبر العلاقات العامة بحد ذاتها نشاط وعمل دائم وبحث مستمر وجهد لتحقيق أهداف المؤسسة الخدماتية.

ب- المؤهلات والإعداد العلمي:

أن يكون مزودا بالأصول العلمية والعملية في علم العلاقات العامة كدراسة علوم الاجتماع والنفوس والإدارة إلى جانب دراسة المنهج العلمي في العلاقات العامة وأساليب تأثيرها وكان لابد أن يتمتع باليقظة والانتباه عند الاستماع للجماهير أو لوسائل الإعلام ليتمكن من صحة التحليل.

٧.٤ وسائل العلاقات العامة: يمكن تصنيف وسائل الاتصال التي يستخدمها أخصائيو العلاقات العامة إلى ما يلي (أبو الأصبع، صالح خليل: ١٩٩٨).

١. الوسائل السمعية : وهي الإذاعة، الأشرطة، الأسطوانات، الهاتف الثابت.
٢. الوسائل السمعية البصرية ، وهي التلفزيون، الفيديو، الحاسوب، الهاتف النقال.
٣. الوسائل المقروءة : وهي الجرائد، المجلات، الكتب، المنشورات، الرسائل، الملصقات، الفاكس.
٤. الوسائل المرئية : وهي الصور، الملصقات ، إعلانات.

كما يمكن لأخصائي العلاقات العامة أن يستخدم أشكال من الاتصال المباشر، مثل (أبو الأصبع، صالح خليل: ١٩٩٨).

١. الرحلات والزيارات.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

و توجد أيضا طرقا غير مباشرة للاتصال ومنها : التبرعات، رصد الجوائز، المشاركة في الأنشطة الاجتماعية و البيئية و الثقافية و الرياضية، تحويل البرامج و البحوث.

٨.٤-عوامل نجاح العلاقات العامة : هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في على نجاح وفعالية العلاقات العامة ، وهي تنقسم إلى قسمين : عوامل داخلية وأخرى خارجية.

-العوامل الداخلية : تتمثل العوامل الداخلية لنجاح العلاقات العامة في الآتي:

١. سياسة الإدارة العليا: إن العلاقات العامة هي مسؤولية إدارة المنظمة بالدرجة الأولى قبل أن تكون مسؤولية الإدارة المختصة بها. ذلك لأن العلاقات العامة هي سياسات أعمال قبل أن تكون اتصالات و إعلام، و السياسات و الأعمال تقوم إدارة المؤسسة باتخاذ القرارات بشأنها. و يتخذ تأثير الإدارة العليا في المؤسسة عدة أشكال منها:

- فلسفة الإدارة العليا تجاه الجمهور: إن مدى إيمان الإدارة العليا بأهمية آراء جمهور المؤسسة ينعكس مباشرة على مدى إعطائها المكانة اللائقة بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي، والأخذ باستشاراتها. وتخصيص الميزانية اللازمة لها. إن الإدارات التي لا تعطي أهمية للرأي العام وتضع سياستها دون التعرف على آراء الجماهير، أو التنبؤ بردود أفعالها هي إدارات لا مبرر لوجود العلاقات العامة فيها.

- مدى تفهم الإدارة العليا لطبيعة ودور العلاقات العامة: كثير من الإداريين لهم فهم قاصر حول طبيعة عمل العلاقات العامة. فالبعض ينظر إلى أن مهمتها هي الإعلان عن المنتجات، والبعض يعتقد أن دورها هو الدعاية للمؤسسة بصورة مبالغ فيها، ويصفها البعض الآخر أنها سلاح الدفاع عن المؤسسة في أوقات الأزمات. وكل ذلك يقلل من مكانة العلاقات العامة، لكن توفر الفهم الصحيح يساعد العلاقات العامة في تحقيق أهدافها، و ربح الجهد و التكاليف.

• سياسات العاملين: " من المعروف أن نجاح العلاقات العامة لا يقتصر على الجمهور الخارجي فقط بل يشمل الجمهور الداخلي أي العاملين (www.sudanradio.info/Arabic)

• لذلك فإن رضا العاملين عن المؤسسة أو العكس يؤثر على فعالية برامج العلاقات العامة، ونجاحها في كسب الجمهور وتحقيق الصورة الذهنية المثلى للمؤسسة

• السياسة الإعلامية للمؤسسة: أي السياسة التي تنتهجها الإدارة العليا في نشر البيانات، ونوع علاقتها بوسائل الإعلام. فكلما كانت هذه الإدارة تعمل على التمسك بالسرية، وتزويد الصحفيين بمعطيات المؤسسة ككل. فإن هذه الإدارة لا تتناسب مع وجود العلاقات العامة فيها. ذلك أن أساس العلاقات العامة هو التزام الصراحة والصدق في نقل المعلومات.

٢. الإمكانيات المادية و البشرية: إن توفر الإمكانيات المالية لتغطية النفقات الخاصة بالعلاقات العامة يزيد من فعاليتها. ونجاحها في اتخاذ القرارات و وضع الخطط والبرامج.

• العوامل الخارجية : إن توازن المؤسسة عموما و العلاقات العامة خصوصا مع العوامل الخارجية يساعد في تحقيق النجاح ، ومن أهم العوامل الخارجية نجد

• البيئة الاجتماعية: إن عوامل البيئة الاجتماعية هي عوامل مؤثرة ومحددة لطبيعة عمل الإدارة العلاقات العامة ويمكن إجمالها فيما يأتي :

أ- القيم الدينية: نشر إدارة العلاقات العامة للمبادئ والتوجهات ذات البعد الديني لا بد أن يتم في إطار القيم الدينية التي يلتزم بها المجتمع

ب- العوامل السياسية و التشريعية: إذ تتأثر الإدارة عامة بالقوانين و اللوائح التي تصدرها الدولة والتي تمس كيان المؤسسة من ناحية التعيينات، نظام التعامل، و ما هو مؤثر على المؤسسة بصفة عامة سيؤثر بالتأكيد على العلاقات العامة كإدارة فرعية.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

عادات المجتمع وتقاليد: " إن الدخول السلمي الهادي إلى ذهنية الجماهير لا يتم إلا عن طريق تصعيد أهمية مشاعرهم ، ومعتقداتهم ، وأعرافهم وتقاليدهم الاجتماعية التي تحتل المواقع الرئيسية في ذهنيتهم. ولهذا فإن كسب مشاعر الجمهور تأتي من خلال اللمسات الودية لهذه المواقع الرئيسية. وبمفهوم المخالفة فإن المقترحات غير الودية و تلك التي تتعارض و مشاعرهم ومعتقدات الجمهور تؤدي إلى حالات الانتباه واللاقناعه لديه(فخري جاسم سلمان وآخرون: ١٩٩٨).

➤ و يتم مراعاة عادات و تقاليد المجتمع حتى لا تصطدم القرارات التي تتخذها بمقاومة من قبل أفراد الذين يؤمنون بهذه القيم و التقاليد.

➤ الإيديولوجيا العليا: و تشمل مجموعة من المبادئ والأهداف، و الضوابط الاجتماعية ، والسياسية، و الاقتصادية. و عليه فإن الجهاز الإداري للعلاقات العامة الفعال، هو الذي يلتزم بطبيعة هذه الضوابط ويأخذها بعين الاعتبار عند وضع الخطط والبرامج.

➤ إن هذه العوامل مجتمعة تؤثر تأثيرا مباشرا على خطط وأداء مهام إدارات العلاقات العامة، وعلى اختيارها لوسائل الاتصال الملائمة، وصياغتها لمحتوي الوسيلة المستخدمة.

خاتمة

يتضح مما سبق أن العلاقات العامة هي الوظيفة التي تمنح لأي منظمة تأشيرة الاستمرار والنجاح. سواء مع البيئة الداخلية أو البيئة الخارجية المحيطة، ويتأتى ذلك خاصة إذا ما اعتمدت برامج العلاقات العامة على الأساليب العلمية من بحث وتخطيط وتقويم ، هذا مع ضرورة توفر أخصائي متحكم في تلك الآليات ومستوفي لعدة شروط ومؤهلات، و تكنولوجيا المعلومات والاتصال أضحت هي المحرك الأساسي في هذا المجال حيث أصبحت المؤسسات المختلفة تتسارع لاقتناء هذه التكنولوجيات و استخدام احدث المبتكرات في إدارة العلاقات العامة استخدام استراتيجي يخضع للدراسة و البحث والمتابعة.

قائمة المراجع:

- حسن عماد مكاي (١٩٩٧)، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، ط ٢، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- محمد منير حجاب (٢٠٠٤)، المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر.
- محمود علم الدين (٢٠٠٥) تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة: دار الرحاب.
- محمد منير حجاب (٢٠٠٣)، الموسوعة الإعلامية، ج ٢، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- فضيل دليو (دون سنة): وسائل الاتصال وتكنولوجياته، الجزائر: منشورات جامعة منتوري.
- الموسوعة العلمية الشاملة، www.m3loma.com، 2008/02/23.
- ممدوح عبد الهادي عثمان (٢٠٠٨)، التكنولوجيا ومدرسة المستقبل: "الواقع والمأمول"، www.edc.gov.sa، 2008/٠٢/٢٣.
- محمد محفوظ (٢٠٠٥)، تكنولوجيا الاتصال (دراسة في الأبعاد النظرية و العلمية)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد (٢٠٠٧)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، (د.ط)، القاهرة.
- محمود علم الدين (١٩٩٤) تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري، مكتبة أكاديمية، (د.ط)، القاهرة.
- حسن عماد مكاي، محمد علم الدين (٢٠٠٥): تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ومستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

- حورية بولعودات(٢٠٠٧/٢٠٠٨): استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة .
- أحمد علم الدين(٢٠٠٥): تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دارالرحاب، القاهرة.
- سعيد يس عامر، علي محمد عبد الوهاب(١٩٩٨) الفكر المعاصر في التنظيم والإدارة، ط٢، القاهرة، مركز وايدسبرقيس.
- محمد محمود الحلية(٢٠٠١): التكنولوجيا التعليمية و المعلوماتية، دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية المتحدة.
- مجد الهاشمي(٢٠٠٤): تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن .
- حسن عماد المكاوي ومحمود سليمان علم الدين(٢٠٠٠): تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دط، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- علي خليل شقرة(٢٠١٤)، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- عاطف السيد(٢٠٠١): العولمة في ميزان الفكر، مطبعة الانتصار للنشر، القاهرة، .
- نبيل محمد مرسي(٢٠٠٨): التقنيات الحديثة للمعلومات، دار الجامعة الجديدة.
- خلود عاصم(٢٠١٣): دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات و انعكاساته على التنمية الاقتصادية، مذكرة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، بغداد.

- منى محمد إبراهيم البطل (د س): تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة الشخصية والإدارية ونظم المعلومات، غير منشورة.
- محمد عبد الحميد (٢٠٠٧): الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب للنشر.
- شريف درويش اللبان (٢٠٠٠): تكنولوجيا الاتصال (المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية)، دار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- بشير علاق وآخرون، الترويج والإعلان، أسس و نظريات (مدخل متكامل)، ط١، دار اليازوري، عمان. سنة ١٩٩٨.
- أسامة كامل، محمد الصيرفي (٢٠٠٦): إدارة العلاقات العامة، مؤسسة لورد العالمية، البحرين.
- بشير علاق وآخرون (١٩٩٨): الترويج والإعلان، أسس و نظريات (مدخل متكامل)، ط١، دار اليازوري، عمان.
- محمد بهجت جاد الله كشك (٢٠٠٣): العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، بدون طبعة ، دار المعرفة الجامعية.
- محمد مصطفى أحمد (١٩٩٧): الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان .
- هناء حافظ بدوي (٢٠٠١) : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية – أسس نظرية ومجالات تطبيقية ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية .
- غريب عبد السميع (١٩٩٦) : الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية .
- عبد الكريم راضي الجبوري (٢٠٠١) : العلاقات العامة فن وإبداع في تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة ، دار البحار، دار التسيير، بيروت.

توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل دور العلاقات العامة في المنظمات الحديثة

__ عمرو صفي عقيلي وآخرون(١٩٩٤): وظائف منظمات الأعمال، دار زهران، عمان.

__ محمد فريد الصحن(٢٠٠٣/٢٠٠٢): العلاقات العامة المبادئ و التطبيق، لدار الجامعية، مصر.

__ علي عجوة(٢٠٠١): العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، عالم الكتب، مصر.

__ حسن الحلبي(١٩٨٠): مبادئ العلاقات العامة، منشورات عويدات، بيروت، باريس.

__ أبو الأصبع، صالح خليل(١٩٩٨): العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، عمان، الأردن.

__ فخري جاسم سلمان و آخرون(١٩٩٨): العلاقات العامة، دار الكتب للطباعة و النشر، العراق.

__ www.sudanradio.info/Arabic/.03/02/2008.h.10:15