

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة



كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية .

قسم العلوم الإنسانية.

شعبة علوم الاعلام والاتصال.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس:

مهارات الاتصال في العلاقات العامة

موجه لطلبة سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة (السداسي الثاني)

من إعداد الدكتورة:

الخامسة رمضان

السنة الجامعية: 2022-2023.

المقرر البيداغوجي للمقياس حسب عرض التكوين أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة:



عنوان الماستر: الاتصال والعلاقات العامة

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسئول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة 3: مهارات الاتصال في العلاقات العامة

الرصيد: 5

المعامل: 2



أهداف التعليم: تمكين الطالب في التحكم المعرفي في مفاهيم متشابهة ومعقدة كالانصات و حسن التفكير و نعي بالمهارة القدرة على عمل شئ و هي درجة الكفاءة و الجودة في الإداء أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية و التنفيذ و الاداء بسهولة و من بين المهارات الضرورية لمن يتولى عملية الاتصال التحدث بمهارة وذلك باستخدام الجمل و الفقرات و طريقة صياغتها في التأثير على فهم المتلقي للرسالة

المعارف المسبقة المطلوبة: معارف نظرية عن نظريات الاتصال، حسن التحدث و الانصات و استغلال المعلومات و ذلك لتمكين الطالب من استخلاص النتائج بسرعة و التي تساعد في اتخاذ القرارات

محتوى المادة: دراسة مفاهيمية وتطبيقية

مفهوم و دور و أهداف الاتصال

مفهوم و عناصر الاتصال الاداري



مهام ووسائل و تصنيفات الاتصال

مهارات الاتصال و فعاليتها

مهارة الانصات

مهارة التفكير

مهارة الحصول على المعلومات

مقومات الاتصال في التعامل

معوقات الاتصال

طرق تحسين الاتصال

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة

المراجع: (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ

- مي العبد الله سنو، الإتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات، ط2، بيروت، دار النهضة العربية، 2001،

- نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وتأثيره على الشباب في الجزائر، عين مليلة، دار الهدى للطباعة، 2005،

- نبيل علي، الثقافة وعصر المعلومات، الكويت، عالم المعرفة، 2001،

- السعيد بومعيزة، الأثر السوسيوثقافي لتكنولوجيات الاتصال، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد. 14. 1996

• Jürgen Habermas, *L'Espace public: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Payot, Paris, 1997.



- Bernard Miège, *La Société conquise par la communication*, tomes 1 et 2, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble, 1996 (t.1) et 1997 (t.2).
- R. Sennett, *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, éd. du Seuil, 1979 (trad. de *The Fall of public man*, 1973).
- Virginie Picon-Lefebvre (sous la direction de), *Les espaces publics modernes, situations et propositions*, Le Moniteur, Paris, 1997.
- Eric Charmes, *La rue : village ou décor ?*, Grâne, Créaphis, 2006.
- Tabin, J.-P., Knüsel, R. & Ansermet, C. (2014). *Lutter contre les pauvres. Les politiques face à la mendicité dans le canton de Vaud*. Lausanne : Éditions d'En bas.



• قائمة محتويات المطبوعة البيداغوجية:

01	المقرر البيداغوجي للمقياس
04	قائمة محتويات المقياس
	المحاضرة رقم 01:
08	مفهوم العلاقات العامة
	المحاضرة رقم 02:
18	مكانة العلاقات العامة
	المحاضرة رقم 03:
23	وسائل العلاقات العامة
	المحاضرة رقم 04:
31	تنظيم العلاقات العامة
	المحاضرة رقم 05:
36	رجل العلاقات العامة
	المحاضرة رقم 06:
41	الجمهورية الخارجي للعلاقات العامة
	المحاضرة رقم 07:
48	مدخل الى الاتصال الاداري
	المحاضرة رقم 08:
55	مكانة الاتصال الاداري
	المحاضرة رقم 09:
61	وسائل الاتصال الإداري ومعوقاته
	المحاضرة رقم 10:



71.....	مدخل الى مهارات الاتصال
77.....	المحاضرة رقم 11: مهارة التحدث في العلاقات العامة
90.....	المحاضرة رقم 12: مهارة الاستماع العلاقات العامة
102.....	المحاضرة رقم 13: مهارة الكتابة في العلاقات العامة

• قائمة الأشكال

65.....	الشكل رقم 01: يوضح الشبكة التسلسلية
66.....	الشكل رقم 02: يوضح الشبكة الدائرية
67.....	الشكل رقم 03: يوضح شبكة العجلة
68.....	الشكل رقم 04: يوضح شبكة النجمة
69.....	الشكل رقم 05: يوضح الشبكة علي شكل حرف ل.

مقدمة:

تأتي هذه المطبوعة البيداغوجية في مقياس مهارات الاتصال في العلاقات العامة كمحاولة منا للمساهمة في تكوين طلبة سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة بجامعة بسكرة، وهي متوافقة ومتناغمة إلى حد بعيد مع المقرر البيداغوجي للمقياس، وقد احتوت على مجموعة من المحاضرات حاولنا من خلالها الإحاطة بأساسيات المادة، بما يساهم في إكساب الطلبة معارف ومعلومات متخصصة حول العلاقات العامة والاتصال الإداري وأهم المهارات الاتصالية المستخدمة في العلاقات العامة، والتمرس عليها، لا سيما وأن المقياس من المقاييس المهمة في تكوين طلبة الإعلام والاتصال لاسيما في الجانب المهني لرجل العلاقات العامة حيث أن امتلاك هذه المهارات الاتصالية قد يجنب رجل العلاقات العامة الكثير من المشاكل وتمكنه من التعامل مع مختلف الظروف بحرفية عالية.

أهداف المقياس:

تحتوي هذه المطبوعة على مبادئ وأساسيات في مهارات الاتصال ومختلف المفاهيم المتعلقة بالعلاقات العامة بهدف تمكين الطالب من التحكم المعرفي في مفاهيم متشابهة ومعقدة، و نعني بالمهارة القدرة على عمل شئٍ وهي درجة الكفاءة و الجودة في الاداء أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية و التنفيذ و الاداء بسهولة و من بين المهارات الضرورية لرجل العلاقات العامة التحدث بمهارة وذلك باستخدام الجمل وال فقرات وطريقة صياغتها بالتأثير

على فهم المتلقي للرسالة، وحسن الاستماع للأخرين، للتعامل مع مختلف المشاكل والظروف، وحسن الكتابة للتعبير عن مختلف المواضيع، ومهارة القراءة لتوسيع معارفه ومداركه وكل هذا لتمكين الطالب من استخلاص النتائج بسرعة و التي تساعده في اتخاذ القرارات .

المحاضرة رقم 01:

مفهوم العلاقات العامة

1. تعريف العلاقات العامة :

دار جدل كبير حول وضع مفهوم دقيق وشامل للعلاقات العامة، واختلف المؤرخون والمشتغلون بها، فيما إذا كانت العلاقات العامة فناً إجرائياً تكتيكياً لا يرقى إلى مرتبة العلم أو علماً ينطبق عليه مضمون العلم من حيث النظرية والمنهج¹.

تعرف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة، العلاقات العامة على أنها " الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة و إستمرارها بين أعضائه وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع مباشرة أو غير مباشرة من العلاقات الإقتصادية والإجتماعية التي تحققها المؤسسة"²

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية، فتضع تعريفاً آخر لمفهوم العلاقات العامة جاء فيه " نشاط موجه لبناء وتدعيم علاقات سليمة ومنتجة بين المؤسسة وجمهورها كالعملاء والموظفين والمساهمين والجمهور، بهدف صياغة سياساتها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع"³.

العلاقات العامة" فن مسايرة الناس ومجاراتهم"⁴.

1 حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، ط4، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004، ص119.

2 حسن الحلبي، مبادئ العلاقات العامة، بيروت، منشورات عويدات، 2014، ص 12

3 مهدي زويلف، العلاقات العامة النظرية والأساليب، عمان، دار حنين، 1994، ص 16

4 غريب عبد السميع غريب، الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة للنشر و التوزيع، الإسكندرية، ص44.

ويعرفها الدكتور ابراهيم إمام على أنها " العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية، بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعارف والوعي"¹.

أما الدكتور هادي نعمان فعرفها على أنها " نشاط إداري يستعين بالاتصال بقصد بلورة إنطباع إيجابي عن الهيئة التي تتولى القيام به بين العاملين فيها وبين المتعاملين أو الذين يحتمل أن يتعاملوا مع الهيئة اعتمادا على تنظيم تفاعل اتصالي قوامه المعاني والمعلومات التي تحقق أغراضا اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية "

وقد عرف **هوارد بونهام** بمجلس إدارة جمعية الصليب الأحمر الأمريكية العلاقات العامة بأنها " فن التفاهم مع الجمهور مما يؤدي إلى زيادة الثقة بالأفراد والمنظمات"².

1. علم يهتم بالكشف عن الأسس و المبادئ التي تساعد في إقامة روابط ودية سليمة بين فئات من الزبائن من الناحية الاقتصادية و الاجتماعية³.

أما من حيث **البناء اللفظي** فإن: كلمة **علاقات** تعني عملية الصلة والاتصالات والارتباطات التي تتوفر بين هيئة والجمهير المتعاملة معها⁴.

1 د ابراهيم إمام ، العلاقات العامة والمجتمع ، القاهرة ، مكتبة الإنجلو مصرية ، د.ت ، ص40.

2 حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص120.

3 عبد اللطيف حمزة، الإعلام والرعاية، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، ص77.

4 حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص122.

أما كلمة **عامة** تعني " الجمهور أو الناس ويعد هذا المفهوم تحديدا لنطاق شمولية العلاقات العامة أي أن العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع¹.

ومن أهم التعاريف للعلاقات العامة:

تعريف **مارستون** بأنها " نشاط إداري يقوم على تقييم مواقف الجمهور وتحليل سلوكه وربط سياسات المنظمات وإجراءاتها بمصلحة الجمهور وتنفيذ برامج عمل لكسب فهم الجمهور للمنظمة و قبوله لها².

وعرفها **إدوارد بيرنيز** الخبير بالعلاقات العامة بأنها " التوسل بالمعلومات عن طريق الإقناع و الملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة و نشاطها³.

وأول تعريف دقيق لمفهوم العلاقات العامة، وضعه المعهد البريطاني للعلاقات العامة عام **1948** بأنها " الترويج لإيجاد التفاهم والصلات القوية بين المنظمة وأفرادها وأي مجموعات أو الأفراد أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التفاهم من سمعة طيبة وعلاقة مستمرة"⁴.

1 عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص36.

2 بوحنية قوي، الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص103.

3 عبد الناصر أحمد جردات . لبنان الشامي،أسس العلاقات العامة، دار اليازوري، عمان، 2009، ص18.

4 حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة و الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص118.

مما سبق من جملة التعريفات نجد أن العلاقات العامة لازمة لابد من وجودها في جميع المؤسسات وفي كل المجتمعات المتقدمة منها والنامية بغية ضمان التفاهم والتعاون بين المنظمات وجماهيرها الداخلية منها والخارجية.

2. نشأة وتطور العلاقات العامة:

ليس هناك اتفاق بين العلماء على تحديد تاريخ العلاقات العامة،¹ فقد وجدت أشكالها وصورها في مختلف الحقب التاريخية،² حيث تشير الكثير من الاكتشافات عن أثارها عند قدماء المصريين، كما أهتم ملوك بابل بالتأثير في عواطف الناس وأفكارهم، وتوضح تسجيلات اليونان القدامى اهتمامهم بالرأي العام.³

أما الدين الإسلامي فقد دعا إلى إقامة علاقات يسودها الصدق والأمانة في إطار الشريعة الإسلامية.⁴

ونجد بيرنيز يقسم العلاقات العامة الحديثة إلى أربع مراحل وهي :

المرحلة الأولى: وتبدأ من عام 1900 حتى قيام الحرب العالمية الأولى عام 1914 وقد اعتبرها (بيرنيز) مرحلة إعداد وتخصب.

المرحلة الثانية: تشمل سنوات الحرب العالمية الأولى من حيث دراسة الرأي العام من جهة وأساليب التأثير فيه، والدور الذي يمكن أن يؤديه للحصول على التأييد وقد أسهم

1 مرجع سبق ذكره، ص169.

2 طارق يونس شريف، إدارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ وسياسات، دار إثراء للنشر و التوزيع، الشارقة، 2008، ص190.

3 حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة و الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص ص171-173.

4 طارق يونس شريف، إدارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ وسياسات، مرجع سبق ذكره، ص191.

ذلك في تقدم أساليب قياس الرأي وتوجيهه ووصفت العلاقات العامة نتيجة لذلك بصفات إجتماعية وأخلاقية ونفسية تستند على احترام الكيان الإنساني وتقديس العقلية الفردية، وفي هذه المرحلة بدأت خصائص جديدة في الظهور مع إقرار السلام وعودة الحياة الطبيعية إلى مجراها العادي وظهور الآثار المدمرة التي خلفتها الحرب وما استلزمته الحياة الإنسانية من دور للعلاقات العامة في إعادة تكييف الأفراد لحياتهم الجديدة وتحويل عجلة الإنتاج إلى حاجات السلام.

المرحلة الثالثة : وتقع هذه المرحلة في الفترة ما بين 1919-1929 وهي مرحلة نمو بسبب قوة الدفع التي انطلقت أبان الحرب وتتميز هذه المرحلة بازدهار واضح في أساليب العلاقات العامة وظهرت الأصول الفنية والمنهج العلمي لها بفضل جهود رائد العلاقات العامة ايفي لي ومن بعده ادوارد بيرنيز.

المرحلة الرابعة: ظهرت هذه المرحلة خلال الفترة التي تمتد بظهور أزمة الكساد العالمي التي اجتاحت العالم عام 1935، وتميزت بظهور الضغوط نتيجة الانهيار الاقتصادي، وطبيعي فإن أي برنامج للعلاقات العامة يستلزم ميزانية تستقطع من موارد المؤسسة، فكان الانهيار الاقتصادي سببا في خفوت نشاط العلاقات العامة ومع ذلك استمرت الدول بالسعي نحو التسلح وقد ساعد ذلك في تجديد الإحساس بالحاجة إلى الجهود و تضافرها لتدعيم كيان المنظمات التي تقوم بالخدمة، وتعبئة الحياة الأفضل للمجتمع¹.

1 عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 23 . 24.

إن الحقيقة التي ينبغي تأكيدها هنا أن المرحلة الرابعة شهدت نشاطا ملحوظا في إثراء حركة العلاقات العامة وتحديد معالم شخصيتها كانت مع بداية عام 1938، حيث أصبح مفهوم العلاقات العامة مستقرا، ولذلك يندر أن يعقد مؤتمر دون أن يتناولوا فيه الحديث عن العلاقات العامة وأن تفرد لها موضوعا كما أصبحت العلاقات العامة جزءا أساسيا لأي اجتماع لمجالس الإدارات في المؤسسات المختلفة¹.

إن الرؤية التاريخية للعلاقات العامة التي تم تناولها تعكس لنا مجمل عام للاجتهادات و التراكمات الفكرية والنظرية التي تنتظر للعلاقات العامة بأنها ذلك الطرح القائم على نبذ الصراعات وإقامة أواصر الود والتراضي بين الأفراد والجماعات، وهذا ما يدفعنا إلى الحديث عن مبادئ العلاقات العامة والمتمثلة فيما يلي:

1. **المسؤولية الاجتماعية:** ونعني بها أن النظريات الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فيتأثر بها وتتأثر به، ولذلك فإن هناك مسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه.

2. **احترام رأي الفرد:** يجب أن ترتكز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة الفرد واحترام حقوقه الأساسية التي نص عليها وضمنها القانون، وأن تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع فالإيمان بالشيء هو خير دافع للاهتمام به.

3. **عدم إخفاء المعلومات على الجمهور:** على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل والتي قد تضر بمصالح المنظمة أمام المنافسين.

1 عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص24.

4. الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:

بحيث تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة كالنزاهة والصدق والعدالة، وهكذا فهي لا تخدع الجمهور بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالأقوال فقط. لأن العلاقات العامة هي إعلام وسلوك، فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والأخلاق السامية أما الجانب الإعلامي يتمثل في استخدام كافة وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها¹.

5. إتباع الأساليب العلمية في البحوث:

إن من أهم وظائف العلاقات العامة إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة، وفي هذا المجال فإنه لا بد لموظفي العلاقات العامة أن يتبعوا الطريقة العلمية في البحث وأن يبتعدوا عن التحيز الشخصي ويتصفوا بالموضوعية في عملية إجراء البحث لكي يصلوا إلى النتائج الدقيقة.

6. العلاقات العامة تبدأ من البيئة الداخلية:

إن تحقيق المنظمة لأهدافها يتعلق بمعرفة الموظفين بأهداف المنظمة وبالدور المطلوب منهم في هذا المجال. فالمنظمة تؤدي عملها بشكل أفضل إذا كان موظفيها يلمون بكل ما يحدث من إنجازات ومشاكل، فالعلاقات العامة يتجه مسارها من الداخل إلى الخارج أي إلى الجماهير الخارجية، وهذا ما يستدعي الاهتمام بالموظفين وتوثيق الصلات معهم والحصول على تأييدهم لإدارة المنظمة وسياساتها.

1 محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، دار الفجر، الإسكندرية، 2009، ص 30 . 31.

3. خصائص العلاقات العامة :

من خلال التعاريف التي تناولت مفهوم العلاقات العامة، يمكن أن نحدد أهم خصائصها على النحو الآتي:

1- ترمي أن يكون لإدارة العلاقات العامة استراتيجيات وسياسات توضح السياقات التي تلجا إليها الإدارة لخدمة الصالح العام، فضلا عن تحديد التصرفات التي تعكس جوهر الفلسفة التي تقف وراء تلك الاستراتيجيات والأفعال.

2 - تستكمل العملية الإدارية، لأن هناك صلة للعلاقات العامة بعناصر العملية الإدارية عن طريق مساعدة الإدارة في كل قسم من أقسامها على إيجاد علاقة وطيدة مع جمهورها الحالي و المرتقب¹.

3- تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات².

4 - وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل³.

5 - أنها تقوم على عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة.

6- العلاقات العامة تنتصف بالشمولية، لأن نشاطاتها لا تقتصر على ميدان دون آخر.

1 طارق شريف يونس، إدارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ وسياسات، مرجع سبق ذكره، ص. 207 - 209.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 204.

3 علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010 ، ص 276.

7- تركز على دعائم اجتماعية تهدف إلى تحقيق التماسك و التضامن بين المؤسسة وجماهيرها¹.

ويمكن إضافة خصائص أخرى:²

- العلاقات العامة وظيفة ونشاط إداري و إتصالي.
- العلاقات العامة تعكس وجهة نظر الجماهير، أي أنها تعمل على كسب رضا الجماهير وإقامة التواصل المستمر معها.
- العلاقات العامة تخضع في مجمل أنشطتها إلى التخطيط المنظم والتنظيم.
- العلاقات العامة نشاط تفاعلي يوجد حيث يوجد تفاعل إنساني.
- العلاقات العامة هي إحدى مقومات النجاح بالنسبة للهيئات أو المنظمات أو الأفراد، والتي ترمي إلى تحقي أهداف ربحية أو خدمية.
- العلاقات العامة يجب أن تكون صادقة في نقل المعلومة الحقيقية والأكيدة غير المحرفة لكسب ثقة الجمهور بالمصدر حتى ولو كان الأمر نسبي.

1محمد عبده حافظ، مرجع سبق ذكره، ص44 - 45.

2 باقر موسى ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 1994 ، ص. 19.

المحاضرة رقم 02:

مكانة العلاقات العامة

1. أهداف العلاقات العامة:

- تخدم العلاقات العامة عدة أغراض يمكن أن نلخصها في نقاط:
- بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخلها محيطها الداخلي والخارجي.
 - المحافظة على حالة الثقة بين المنظمة وجماهيرها.
 - تكوين صورة ذهنية وإنطباعات إيجابية عن المؤسسة لدى جماهيرها ومتعاملها.
 - استقطاب الكفاءات البشرية المميزة والمناسبة للعمل بالمؤسسة.
 - شرح نشاط المؤسسة ومحاولة الوصول إلى الرضى الإجتماعي.
 - الوصول إلى الجمهور المعني وتحقيق التواصل معه.
 - شعور المستهدف الرضا المستمر.

أما عن أهمية العلاقات العامة بالنسبة للتنظيم تكمن في النقاط التالية على سبيل الذكر لا الحصر:

- تنمية الاتصالات بين المؤسسة و محيطها من خلال تكوين آراء حول الخدمة أو السلعة التي تقدمها للتصدي فيما بعد لأي صعوبات أو مشاكل تواجهها.
- تنمية الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين في مجال المنظمات الحكومية.
- شفافية التعامل بين الإدارة وجماهيرها، بحيث أصبح من الضروري إخبار الجماهير بسياسات الإدارة وتبريرات عن تصرفاتها التي تشغل الرأي العام.

- ازدادت الحاجة إلى العلاقات العامة على اثر التغيرات الواسعة في المجتمعات الحديثة في النواحي السياسية و الاقتصادية والاجتماعية.¹

ويعتقد الكثير أنه بإمكان أي مؤسسة أن تتجح و تحقق أهدافها دون الاعتماد على العلاقات العامة، ولكن باعتماد علاقات عامة مدروسة يمكن أن يتوقعوا نتائج وسمعة أحسن والحد من الأضرار متى ساءت الأحوال، وهذا لا يمنع من التأكيد بأن العلاقات العامة لا يمكن أن تخفي بأي حال من الأحوال الصورة الحقيقية لمنتج سيء أو تحمي مؤسسة لا أخلاقية، فلكي تتجح العلاقات على المؤسسة أن تكون جديرة بالثقة.²

2. دور ووظائف العلاقات العامة:

تختلف وظائف العلاقات العامة باختلاف أهدافها، فهناك وظائف تمارسها على المستوى القومي، وهناك وظائف تمارسها على مستوى المنظمة.

1. وظائف العلاقات العامة على المستوى القومي:

وتتمثل في العمل على تسهيل أعمال الأجهزة الحكومية داخل الدولة والعمل على خلق درجة عالية من الثقة، إضافة إلى توضيح الأهداف والسياسات العامة وآلية العمل والفوائد المترتبة على تحقيقها للجمهور.

2. وظائف العلاقات العامة:

1 حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص138-139.

2 كلير أوستن، العلاقات العامة الناجحة، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، دار العربية للعلوم، 1998، ص10.

وتتمثل في:

1. الوظائف الأساسية الجوهرية والتي تمارسها إدارة العلاقات العامة بشكل مستقل ومسؤول أمام الإدارة العليا.

2. نقل وجهات نظر المنظمة إلى الجماهير لاطلاعهم على نشاطاتها وأهدافها.¹

أما بيرناس BERNAYS فيرى أن للعلاقات العامة ثلاث وظائف تاريخية وهي:

إعلام الناس وإقناعهم وإدماجهم بعضهم مع بعض، لأن وظيفة الإدماج وظيفة هامة للعلاقات العامة التي تسعى إلى تكييف الناس وأن يقوموا بالتفسير وإلى إدماج الأفراد والجماعات والمجتمع ومن خلال العلاقات العامة يمكن للفرد أو الجماعة أن يضمن القرارات العامة مستندة إلى المعرفة والفهم.²

ومن وظائفها أيضا:

- الكتابة: وهي مهارة أساسية للعلاقات العامة.

- العلاقات الإعلامية: إذ يجب التعامل مع الصحافة والتعرف على آراء الشارع.

- التخطيط: وتعتبر وظيفة التخطيط من المهام الأساسية للمدى.

كما تقوم العلاقات العامة بوظيفة التمثيل:

1 موسى اللوزي، أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2010، ص. ص: 100-101.

2 صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص 99.

حيث تمثل المؤسسة في المناسبات والنشاطات السياسية والاقتصادية والثقافية ذات الصلة بالمجتمع المحلي أو على المستوى الوطني، كما تمثل المؤسسة في الندوات والمؤتمرات والنشاطات المماثلة.

ولكي تؤدي العلاقات العامة وظائفها كما ينبغي لابد من وجود وسائل وآليات اتصالية إعلامية تمكنها من التواصل مع الزبون وهي:

المحاضرة رقم 03:

وسائل الاتصال في العلاقات العامة

وسائل الاتصال ضرورية في جهاز العلاقات العامة لأنها بوابة المؤسسة لتعريف بمنتجاتها وخدماتها وعلاقتها مع جمهورها بحيث يلجأ رجل العلاقات العامة إلى إحدى وسائل الاتصال وذلك حسب الهدف الذي يرمي إليه، والجمهور المستهدف وطبيعة الرسالة المراد إيصالها و حجم الميزانية المالية المرصودة، والوقت والسرعة المطلوبة لانجاز الرسالة.

و يمكن تصنيف وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

أ/ حسب الجماهيرية:

1. وسائل الاتصال الجماهيري:

الإذاعة ، التلفزيون ، السينما ، الجرائد ، المجالات.

2. الإعلان غير الجماهيري:

البريد، الإعلان في مراكز الشراء، الإعلان في وسائط النقل كالحافلات و القطارات¹.

ب/ حسب طبيعة الوسيلة:

1. الوسائل السمعية: وهي الإذاعة، الأشرطة، الاسطوانات.

3. الوسائل السمعية البصرية: التلفزيون، السينما، الفيديو، الحاسوب.

4. الوسائل المقروءة: المجالات، الكتب، النشرات، الرسائل.

5. الوسائل المرئية: الصور، الملصقات، إعلانات الشوارع.

1 صالح خليل أبو أصبع، الاتصالات والعلاقات العامة، الشركة العربية المتحدة للتسويق، القاهرة، 2010، ص.218.

ج/ حسب طريقة الاتصال:

1 - الاتصال المباشر:

الندوات والمؤتمرات، المحاضرات والخطابات، المعارض والأسواق التجارية، الرحلات والزيارات.

2 - الاتصال غير المباشر:

التبرعات، رصد الجوائز، المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والبيئية، تمويل البرامج والبحوث الحفلات الفنية.

وفيما يلي سنتناول بعض الوسائل بالتفصيل:

1. الصحافة:

وسيلة توفر للقارئ فرصة السيطرة على عمليات التعرض للرسالة، لأنها تملك القدرة على المزوجة بين الكلمة المطبوعة و الصورة ولأن جمهورها متعدد ومختلف الأذواق، و درجة الثقة بالكلمة المطبوعة عالية. ورجل العلاقات العامة يستخدم الصحافة للأسباب التالية:

- الصحف لا تكلف المؤسسة ميزانية كبيرة.

- الإشهار فيها يوفر عائدا معنويا كبيرا على المؤسسة¹.

1 صالح خليل أبو أصبع، الاتصالات والعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 2012-2016.

وكما سبق الذكر على رجل العلاقات العامة أن يفهم خصائص كل وسيلة وفي الصحافة.

2. التلفزيون:

التلفزيون يقوم بمخاطبة حاستي السمع و البصر، و العلاقات العامة تستخدم هذه الوسيلة من خلال:

. برامج المقابلات والإعلانات والبرامج الإخبارية.

ومن مزايا التلفزيون كوسيلة اتصال للعلاقات العامة:

- حجم المشاهدين الذي يفوق عدده أي وسيلة اتصالية أخرى.
- يشتمل الصورة والصوت والحركة.
- المقدرة على النفاذ إلى السوق من خلال الوصول إلى العديد من المنازل.
- التوجه إلى جمهور محدد وذلك بتصميم رسائل ذات مضمون خاص لهذا الجمهور.
- إمكانية دمج عدة رسائل.

عيوب التلفزيون كوسيلة اتصال للعلاقات العامة:

- التكاليف الباهظة نظرا للتركيبية الثلاثية نص صوت صورة إضافة تكاليف الإنتاج و الإخراج.

- قصر المدة التي تعيشها الرسالة التلفزيونية التي تنتهي بعد بثها، بمعنى عدم المقدرة على تقديم تفاصيل كثيرة عن موضوع ما مما قد يسبب الملل و عدم التحكم في الجمهور .

3. البريد المباشر:

إن الاتصال بالجمهور عن طريق البريد المباشر بأشكاله العادية أو الالكترونية يوفر لأخصائي العلاقات العامة القدرة على اختار جمهوره بدقة، ويمكن أن تكون الرسالة ذات طابع شخصي مما يكسبها حميمية.

ومن عيوب البريد المباشر كوسيلة اتصال للعلاقات العامة:

- مشكلة الحصول على قائمة العناوين الملائمة للهدف¹.
- موقف الجمهور من البريد المباشر الذي يعد مصدر إزعاج في الآونة الأخيرة خاصة البريد الالكتروني.

4. الإعلان:

تستخدم حسب رأي ريموند و سيمون Raymond Simon " تستخدم العلاقات العامة الإعلان كوسيلة اتصالية ليس لبيع منتجات المؤسسة ولكن لتحقيق فهم للمؤسس " ، ومثل هذه الإعلانات تسمى عادة إعلانا مؤسسيا أو public service.

واستخدامات الإعلانات في العلاقات العامة:

1 صالح خليل أبو أصبع، مرجع سبق ذكره، ص ص، 216- 217.

حددها كتليب و سنتر Cente،cutlip فيما يلي:

- تقاعد المستخدمين.
- الترويج للمسابقات في مجال الفن والمنح الدراسية.
- تصريحات حول سياسة المؤسسة.
- الترويج لتشريعات قانونية أو معارضتها.
- إبراز الأنشطة المختلفة للمؤسسة.
- توضيح الصورة التي يمكن أن تنتج عن سوء الفهم.
- إبراز سجل انجازات المؤسسة.

الخطوط العامة لكتابة إعلان العلاقات العامة:

وكالة هيل ونولتون للعلاقات العامة Hill Knowlton حددتها في أن يكون:

- صريحا ومنصفا وأميناً.
- يخاطب الفرد مباشرة وبلغته ولا يخاطبه من أعلى أو من أسفل¹.
- الإخبار عن قصة واحدة في المرة الواحدة.
- استخدام الأرقام بحيث تكون بسيطة².

1 صالح خليل أبو أصعب، مرجع سبق ذكره، ص ص: 216 - 217.

2 صالح خليل أبو أصعب، مرجع سبق ذكره، ص 218.

5. السينما:

تعد كذلك السينما من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الترويج للمؤسسات والدول الحكومات وتستغلها العلاقات العامة في الدول الغربية في تصدير أفكارها وتقاليدها التي لا تتناسب مع ثقافات شعوب و الدول الأخرى.

6. شبكة الانترنت:

تمثل أقوى وأنجع وأسرع وسيلة اتصالية تستخدمها العلاقات العامة بكونها توفر وسائل تقنية وفنية متعددة والتي تلفت الانتباه وإمكانية مخاطبة عدد كبير من الجمهور الذين لديهم اشتراك في الانترنت على نطاق العالم.

7. إنتاج الكتب:

قد تلجأ بعض المؤسسات إلى إنتاج كتيبات خاصة بها تضم كل ما يخص المؤسسة وجمهورها.

8. القنوات الفضائية:

بإمكان العلاقات العامة للمؤسسات والمنظمات العملاقة فتح قنوات دعائية لتزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار عن المؤسسة و نشاطاتها¹.

مثل: منظمة "الأنروا UNRWA" الخيرية الناشطة بكثرة خاصة في دولة فلسطين بحيث تم فتح قناة خاصة بالمنظمة من طرف القائمين عليها في دولة فلسطين.

1 عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص102 . 103.

والعلاقات العامة في الدول الغربية تستغل هذه الوسائل في الإساءة للمسلمين والعرب في أي فرصة تسنح لها، فعلى العلاقات العامة في الدول العربية مواجهة هذه العولمة النابغة خاصة من السينما وشبكة الانترنت والكتب القنوات الفضائية، واستغلال وسائلها في تطوير مؤسساتها وحكوماتها ونهوض وتنمية ثقافتها والاعتزاز بها.

أما من حيث أساليب الاتصال بوسائل الإعلام فتعدها دائرة العلاقات العامة بالمنشأة سواء كانت اتصالات، شخصية اجتماعات، مؤتمرات صحفية، مقابلات شخصية، ترتيب زيارات إلى المنشأة و إعداد النشرات الإخبارية New Releases بحيث تتضمن معلومات معينة تهم جمهور محدد أو جمهور عام، و من ثمة إرسالها إلى الصحف و وسائل الإعلام الأخرى لنشرها¹.

1 محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، ط4، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص252.

المحاضرة رقم 04:

تنظيم العلاقات العامة

يفترض أن يكون الجهاز القائم على العلاقات العامة جهازا قادرا على تحقيق الأهداف المطلوبة منه، وكي تحقق العلاقات العامة دورها بفاعلية يجب أن تكون إدارتها ذات تنظيم فعال قادر على انجاز مهاراتها، وأن أي نمط تنظيم لإدارة العلاقات العامة مهما كانت تسميته إدارة أو قسم أو جهاز أو غير ذلك يجب أن يراعى ما يلي:

أولاً: العلاقات العامة جهاز يتبع الإدارة العليا في المؤسسة.

ثانياً: العلاقات العامة نشاط اتصالي يجب أن تسمح له مرونة التنظيم بالحركة والاتصال المباشر بجمهوره الداخلي والخارجي.

ثالثاً: أن طبيعة أنشطته الاتصالية مختلفة وتحتاج إلى مهارات متعددة وإلى كوادر ماهرة في الاتصال والعلاقات الإنسانية لتنفيذها.

رابعاً: طبيعة أنشطتها في التنبؤ والتخطيط والتعرف على طبيعة الجمهور وسمعة الشركة تحتاج إلى قسم للبحوث والتخطيط.

وبناء على هذا فإن البناء التنظيمي لجهاز العلاقات العامة يجب أن يشمل أقساماً أو موظفين مختصين بما يلي:

1. قسم البحوث والتخطيط:

وتكون اختصاصاته القيام بدراسة اتجاهات الرأي العام والتعرف على اتجاهات الجمهور نحو المؤسسة ومنتجاتها وشكاويهم، والتخطيط لحملات العلاقات العامة وجمع المعلومات اللازم¹.

1 صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، دار الشروق، عمان، 1998، ص 109.

2؟ قسم الاتصال الخارجي:

وتكون مسؤوليته الإشراف على برنامج العلاقات العامة في الاتصال بالمؤسسات الإعلامية مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون، وتكون من مسؤولياتهم إصدار النشرات والإشراف على مطبوعات المؤسسة وكتبها السنوية، بالإضافة إلى توفير المعلومات الصحفية والبيانات اللازمة للتعريف بالمؤسسة وأنشطتها وإعداد نشرات يومية أو أسبوعية لما ينشر في الصحافة ويعبر عن اتجاهات ومعلومات تهم المؤسسة في وضعها الراهن وفي مستقبلها.

3. قسم الاتصال الداخلي:

وتتمثل مسؤولية هذا القسم في تعزيز انتماء العاملين بالمؤسسة وفرض المشاركة فيها وذلك من خلال الإشراف على خدمات اجتماعية ورياضية ورحلات ترفيهية وحفلات فنية وكذلك العمل على زيادة وعي المستخدمين وذلك من خلال برامج ندوات ومحاضرات ومعارض داخلية، وإصدار نشرة أو مجلة داخلية¹.

2. الشكل التنظيمي للعلاقات العامة:

إن تنظيم العلاقات العامة وتحديد موقعها داخل الهيكل التنظيمي اتخذ أشكالاً متعددة، صاحبت تطور المنظمات واتساع نشاطاتها وتنوع أهدافها، وصاحب ذلك ضرورة الحاجة إلى إعطاء العلاقات العامة أهمية كبيرة، فعندما كانت المنظمات صغيرة الحجم كانت عمليات الاتصال مع الجماهير على قدر من السهولة واليسر، حيث لا تتطلب نشاطاتها ضرورة توافر إدارة متخصصة، ولكن عندما ازداد حجم

1 المرجع نفسه، ص 109 . 110.

المنظمات الإدارية والحكومية وتعدت نشاطاتها، برزت الحاجة إلى ضرورة ممارسة نشاطات العلاقات العامة حيث مارس المدراء هذه النشاطات في تلك الفترة، ولكن مع تزايد الحاجة إلى دور متخصص، أصبحت عملية البحث والتنظيم كوحدة متخصصة تمارس هذه النشاطات إجبارية حيث أعطيت نشاطات العلاقات العامة إلى إدارة الأفراد، إلا أن زيادة النشاطات التجارية وزيادة حجم التنظيمات أدت إلى طلب المساعدة من وحدات خاصة لكي تقوم بإصدار نشرات حول المنظمة والعاملين والقيام بأعمال الدعاية والإعلان، ولكن مع مرور الوقت وتعاضم الإنتاج والتغيرات المستمرة في رغبات المستهلكين، أجبرت الكثير من المنظمات على ضرورة بناء وحدات إدارية متخصصة داخلية أطلق عليها إدارة العلاقات العامة.¹

ومن خلال ما سبق هناك عوامل عديدة تتحكم في الأشكال التنظيمية لإدارة العلاقات العامة، وهذه العوامل يمكننا إيجازها فيما يلي:

1- تعدد الجماهير التي تتعامل معها المنشأة من موظفين وعملاء وموردين وغيرهم، فكلما زاد حجم هذه الجماهير كلما تطلب ذلك إعطاء أهمية لدور العلاقات العامة في التنظيم.²

2- طبيعة عمل المنشأة حيث يختلف تنظيم العلاقات العامة في منظمات الخدمات العامة وفي المنظمات الإنتاجية، فمنظمات الخدمات والمرافق العامة عادة تتعامل مباشرة مع الجماهير، بينما المنظمات الإنتاجية تتعامل مع الزبائن والموردين.

1 موسى اللوزي، أسس العلاقات العامة المفاهيم و الأسس، مرجع سبق ذكره، ص86.

2 موسى اللوزي، مرجع نفسه، ص86.

3- مدى اهتمام الإدارة العليا بجهود العلاقات العامة، حيث أن هذا يعني إعطاء دور أكبر للعلاقات العامة، فإذا كان رجال الإدارة من النمط الإداري المتطور فإننا نتوقع منهم التقدير والاهتمام بجهود العلاقات العامة.

4- توفر الإمكانيات المالية للمنشأة والذي له دور أساسي في تطوير وظيفة العلاقات العامة وإعطاءها المكانة التي تليق بها، أما إذا كانت الإمكانيات المالية غير متوفرة فقد تعتبر العلاقات العامة نشاطا ثانويا في المنشأة.

5- مدى الانتشار الجغرافي للمنظمة، فالمنظمة التي لها فروع في أكثر من منظمة تحتاج إلى هيكل تنظيمي مختلف¹.

1 محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم و ممارسات، مرجع سبق ذكره، ص46 . 47.

المحاضرة رقم 05:

رجل العلاقات العامة

أي شخص ينتمي للمؤسسة و يمثلها لدى الغير هو رجل علاقات عامة سواء كان ممارس أو أخصائي أو مدير أو مستشار أو أي موظف أو عامل عادي، فليس بالضرورة أن يكون هناك قسم خاص للعلاقات العامة يضم عما مختصين حتى نقول أنه يوجد علاقات عامة و رجل للعلاقات العامة.

وقد حدد سام بلاك صفات رجل العلاقات العامة بان هي كالتالي:¹

1. امتلاك الحس العام.
 2. مقدرة تنظيمية من الدرجة الأولى.
 3. المقدرة على الحكم والموضوعية والنقد البناء.
 4. التخيل، والمقدرة على تقدير وجهات النظر للآخرين.
 5. المرونة، والمقدرة على التعامل مع مشكلات مختلفة في الوقت نفسه.
- كما يرى د . إمام بأنه يجب أن تتوافر في العاملين بالعلاقات العامة الصفات التالية:

1- القدرة على معاملة الناس وإقناعهم بلباقة فأخصائي العلاقات العامة يوجه الناس ويرشدهم باللفظ والعبارة وقوة الشخصية وبالباشاشة.

1 رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح قسنطينة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية، 2006. 2007.

2- القدرة على الكتابة الجيدة والتعبير الواضح الدقيق و الكلام المؤثر السلس والتفكير المنظم المنطقي¹.

وهذه الصفات يمكن تقسيمها إلى ثلاث أقسام كبرى وهي:

1. صفات موروثه:

وهي تتعلق بالدوافع الفطرية و تظهر مباشرة بعد الولادة، ولا تكون نتيجة خبرة أو تجربة مثل الاستطلاع و حب التفاؤل...

2. صفات مكتسبة:

والتي لا يولد الإنسان مزودا بها، و لكنها تكون نتيجة لحياة الفرد في بيئة معينة و تأثره بها كمهارة الإنصات و الكتابة...

3. صفات تعليمية:

تتضمن الحد الأدنى من المستوى التعليمي وكذلك التدريب الجامعي و التعلم الأكاديمي وكلها تساعد على نجاح رجل العلاقات العامة، كالحصول على درجة جامعية في التجارة...²

كل هذه الصفات وغيرها من المستحيل توفرها كلها في شخص واحد، فهي مسألة نسبية وكلما توفرت بنسبة اكبر كان ذلك لفائدة المؤسسة.

وقد حدد شوارتز مسؤوليات اختصاصي العلاقات العامة نوجزها فيما يلي :

1 صالح خليل أبو أصعب، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص126 . 127.

2 حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره، ص159.

- قياس اتجاهات الجمهور التي تهم الشركة.
- التشاور مع الإدارة في إثراء القرارات والأفعال والتصريحات التي يتم اتخاذها من قبل الإدارة العامة.
- تطوير مواقف مسموعة في السياسات العامة .
- صياغة السياسات والبرامج المصممة لتشجيع اتجاهات الجمهور المرغوبة تجاه الشركة والحفاظ عليها.
- الإشراف على سياسة التبرعات وإدارتها.¹
- أما عن أخلاقيات العلاقات العامة كما حددها دستور جمعية مستشاري العلاقات العامة نوجزها فيما يلي:
- لكل عضو واجبات محددة بصورة واضحة اتجاه الجمهور
- على العضو أن لا يقوم بنشر معلومات كاذبة ومضللة.
- أن يتعهد كل عضو بعدم الاشتغال في أي مهنة تقود إلى فساد وسلامة الاتصال الجماهيري والقوانين.
- على العضو أن يحمي ثقة جمهوره الحالي والسابق وأن لا يستخدم هذه الثقة.²
- وتعيين الموظف الكفاء في جهاز العلاقات العامة والمنظمة ككل له آثار ايجابية وهي :

1 صالح خليل أبو أصعب . تيسير أبو عرجة، الاتصالات والعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص201.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة و العولمة، مرجع سبق ذكره، ص41 . 42.

1. توطيد العلاقات مع الجماهير بصورة أكثر فاعلية مما ينعكس على أعمال المنظمة.
- 2 . تخفيض معدل دوران العمل فالموظف الكفاء يستمر في خدمة الشركة لفترة أطول إذا كان يشعر بالمرضى الوظيفي.
- 3 . سهولة الإشراف عليه و ذلك لأن وقت الإشراف عليه ومراقبته يكون أقل.
- 4 . تخفيض مقاومة التغيير في حالة وجود برامج تغيير في العلاقات العامة.
- 5 . توفير أكبر في النفقات المتعلقة بالتدريب.¹

1 محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم و ممارسات، مرجع سبق ذكره، ص71.

المحاضرة رقم 06: الجمهور الخارجي للعلاقات العامة

يعرف الجمهور في مجال العلاقات العامة كل شخص مهتم بالمنظمة أو يتأثر بها أو كل شخص تؤثر آرائه على المنظمة وبمعنى فإن الجمهور هو جماعة مختلفة لا يعرف أعضاؤها بعضهم البعض بالضرورة ولا يجتمعون في مكان جغرافي وإنما يكون تجمعهم على أساس فكرة وإقبالهم عليها.

ويتصف بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

1. يتكون الجمهور من أفراد وقد تختلف أعمارهم وطبقاتهم الاجتماعية ومستوياتهم الثقافية و مراكزهم المهنية.

2. لا يكون هناك أي تفاعل بين أفراد الجمهور نظرا لأن أفرادهم يجعل بعضهم البعض في الأغلب الأعم.

3. لا يكون هناك أي تبادل للخبرة بين أفراد الجمهور.

4. يعجز الجمهور عن العمل الموحد لعدم توافر الاتصال بينما سلوك الجماهير يتحدد طبقا لنشاط الفرد وليس طبقا جمعي منسق.¹

من بين أنواع الجماهير نجد الجماهير الخارجية للمنشأة: وهي الجماهير الذين لا توجد بينهم وبين المنشأة مباشرة إلا أنهم يستطيعون التأثير عليهم مثل الصحافة ورجال الدين.²

1 محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص ص223-224.

2 حسين ناجي عارف، مبادئ العلاقات العامة، دار يافا العلمية، عمان، 2009، ص67.

ويشمل الجمهور الخارجي للمؤسسة كل من يتلقى الرسائل التي توجهها المؤسسة خارج إطارها التنظيمي وهذا يعني أننا سنجد نوعين من الجمهور الخارجي.

1. الجمهور الخارجي المباشر:

وهو المستهدف من الرسالة التي يقوم أخصائي العلاقات العامة بتوجيهها إليه، وهذا النوع من الجمهور معني مباشرة بالرسالة فهو الزبون الذي سيتلقى الخدمة، أو الذي سيستهلك المنتج.

2. الجمهور الخارجي غير المباشر:

وهو الذي نتوقع أن يؤثر في الجمهور الخارجي المباشر للمؤسسة، أو يمكن أن يصبح فيما بعد من الجمهور المباشر الذي تتعامل معه المؤسسة.

والجمهور الخارجي بنوعيه يشمل الزبائن الحاليين والمتوقعين مستقبلا والحكومة والمؤسسات المنافسة والمستثمرين، والمجتمع الذي تعيش فيه المؤسسة والمؤسسات الاقتصادية والحكومية والمجتمع بشكل عام¹.

وللوصول إلى الجمهور الخارجي تقوم العلاقات العامة بذلك من خلال مجموعة من الأنشطة مثل الإشهار وحملات الترويج لخدماتها أو سلعها، والنشر سواء كان كتباً أو ملصقات أو كتيبات أو مجلات، وكذلك عن طريق الأبحاث والتمويل للمشايخ والخدمات المجتمعية، والمشاركة في الندوات وتستخدم أدوات ووسائل متعددة للقيام

1 صالح خليل أبو أصبع، تيسير أبو عرجة، الاتصالات و العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 209.

بأنشطتها، وذلك من خلال توزيع الأخبار والصور والزيارات والمعارض وإعداد التقارير السنوية والمؤتمرات الصحفية والبرامج التلفزيونية والإذاعية¹

ومن بين فئات الجمهور الخارجي للمؤسسة نجد العملاء، الموردين، الموزعين والمجتمع المحلي الذي سنتناوله بتفصيل بعض الشيء ونتعرف على علاقته بالمؤسسة، حيث نجد أن المنشأة لا تعيش بمعزل عن المجتمع الذي حولها، فهي تحصل منه على احتياجاتها من العمال وتبيعه منتجاتها وتستفيد من المرافق والخدمات العامة في المجتمع كالكهرباء والماء والغاز والمواصلات وغيرها، ولهذا يجب المحافظة على علاقات جيدة دائما مع المجتمع المحلي.

فقيادة الرأي لهم الدور الأساسي في تكوين الرأي العام لدى المجتمع المحلي إذ أنهم يؤثرون على تفكير المجتمع بسبب سلطتهم الواضحة، ويشمل قادة الرأي، الآباء والمدرسون والسياسيون ومسؤولي النقابات وموظفي الحكومات والصحفيين...

ويتوقع قادة الرأي في المجتمع من المؤسسة القيام بمسؤوليات معينة اتجاه

المجتمع وهي:

1. توفير فرص العمل الجيدة لأبناء المجتمع.
2. مساعدة السلطات الحكومية المحلية على تنفيذ الأنظمة واللوائح والقوانين الحكومية.
3. إسهامها مساهمة فعالة في زيادة الإنتاج القومي.

1 صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص136.

4 . الاهتمام بالخدمات الطبية والثقافية والاجتماعية وتوفيرها على أفضل وجه لأفراد المجتمع المحلي.

5 . المساهمة في الأعمال الخيرية كالتبرعات، بناء المساجد..

إذا فإن الاتصالات في هذه الحالة تهدف إلى ما يلي:

- تزويد المجتمع بأخبار المؤسسة وسياساتها وأنظمتها.
- إجراء تصحيح للمعلومات الخاطئة التي قد تكون تشكلت في ذهن أفراد المجتمع بغية تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة .
- المحافظة على علاقات جيدة مع المجتمع المحلي .
- التحقيق في أي شكوى ترد من أفراد المجتمع ومحاولة حلها بأسرع ووقت ممكن.¹
- الترويج لمنتجات الشركة وبيعها لأفراد المجتمع المحلي.
- التعرف على آراء أفراد المجتمع و اتجاهاته عن طريق البحوث.

أما عن دور العلاقات العامة في بناء علاقات طيبة مع المجتمع المحلي للمؤسسة فإنه يلخص في قيام المؤسسة بالتزاماتها ومسئولياتها تجاه المجتمع المحلي، ويبدأ هذا الدور في اتصال العلاقات العامة بقيادة رأي هذا المجتمع للتعرف على احتياجات مجتمعهم وملاحظات شكاويهم تجاه المؤسسة، وبعد ذلك تتولى العلاقات العامة نقل هذه المعلومات لإدارة المؤسسة لكي تتخذ القرارات والسياسات

1 محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص.ص:142- 143.

المناسبة، ثم بعد ذلك تقوم العلاقات العامة بالاتصال بقيادة هذا المجتمع لشرح تصرفات المؤسسة بأحوال مجتمعهم و همومه واحتياجاته.¹

أما عن الطرق التي تتبعها المنشأة للاتصال بالمجتمع المحلي كالتالي:

1. الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع المحلي لمناقشة الموضوعات التي تهم الطرفين وإحاطتهم بخدمات المنشأة.
2. اتصالات عمال وموظفي المنشأة بمعارفهم وأصدقائهم والتعرف على آرائهم ومحابرة الشائعات.
3. الحفلات والمهرجانات ودعوة قادة المجتمع والأفراد والصحفيين والإبداعيين والحفاوة بهم.
4. المعارض وذلك بإقامة معارض لمنتجات المنشأة للتعرف على إنجازاتها أو المشاركة في المعارض القويمة.
5. الزيارات و الاستقبالات وذلك لتدعيم الصلات وإقامة الصداقات مع الأفراد والتعرف على سير الإنتاج.
6. الإعلان في الصحف و المجالات وهي وسيلة هامة لإعلام الجميع بنشاط المنشأة وتحسين صورتها.
7. النشرات الدورية المختلفة في كل الأوقات وليس وقت الأزمة فقط.²

1 المرجع نفسه، ص143.

2 فؤاد البكري، العلاقات العامة بين التخطيط و الاتصال، دار نهضة الشرق، القاهرة، 2001، ص. ص: 261-262.

من خلال استعراضنا للعلاقات العامة كعلم وفن وفلسفة إدارة، تبين لنا أنها مجال واسع لا نستطيع أن نحصرها في بضعة عناصر لأنها علم والعلم في تطور مستمر ولأنها فن والفن يبدع ويأتي بالجديد، ولأنها فلسفة إدارة والإدارة تختلف باختلاف طرق تسييرها، لذا فالعلاقات العامة هي الركيزة الأساسية لأي تنظيم بل وأنها كلما مورست بالشكل اللازم كلما حققت المؤسسة أهدافها.

المحاضرة رقم 07:

مدخل إلى الاتصال الإداري

1. مفهوم الاتصال الاداري:

الاتصال الاداري هو ذلك النوع من الاتصالات المرتبطة بكل المعلومات المتداولة داخل التنظيم.

ويعرفه كل من ريدرينغ وسانيورن 1964 يعتبر الاتصال أنه بمثابة ترحيل واستقبال المعلومات ضمن تنظيم معين.

ويعرفه عبد الرحمان مشاقبة: هو الاتصال الذي يتم في المؤسسات فيما بينها وبين جماهيرها أي الداخلي والخارجي.¹

كما يعرفه محمد منير حجاب" هو تلك العملية التي تهدف الي تدفق البيانات والمعلومات في صورة حقائق بين وحدات المشروع المختلفة في الاتجاهات ، وعبر مراكز العمل المتعددة داخل الهيكل التنظيمي.²

ويري روجرز أن الاتصال التنظيمي الذي يحدث ضمن التنظيم، ما هو سواء عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والآراء والتأثير في المواقف والاتجاهات³.

هو تفاعل أو تعامل طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أو كل من الطرفين، أو هو تبادل رسائل بين أطراف مختلفين باستخدام وسائل (قنوات) للتوصيل.

1 بسام عبد الرحمان المشاقبة ، نظريات الاتصال ،دار أسامة ، الأردن ، 2011 ص 103 .

2 محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003 ص 119.

3 مصطفى عشوي، أسس علم النفس الصناعي، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 1992 ص 141.

وعرفه كونتر وزملائه : إرسال وتحويل المعلومات وإرسال المعاني وهذا جوهر عمل المؤسسة¹.

2. تعريف الإدارة :

هي تنظيم و توجيه وتنسيق ورقابة مجموعة من الأفراد داخل المنظمة لإتمام عمل معين بقصد تحقيق هدف معين²

ويعتبر بارون أن الاتصالات هي الغراء و صمغ الاجتماعي الذي يستخدم لتحقيق التماسك بين أجزاء المنظمة وتحسين مستواها.

وبرنارد رئيس شركة نيوجرسي للهاتف أن هيكل المنظمة وإنتشارها ومجال عملها تتحدد بواسطة أدوات وأساليب الاتصال بها.

وإن العامل الأساسي الذي يجعل الاتصالات الإدارية تختلف عن أنواع الاتصالات الأخرى هو أن نجاح أو فشل الاتصالات الإدارية يؤثر على إنتاجية المنظمة.³

وهناك تعريف آخر للاتصال الإداري: كشف العناصر الضرورية والدقيقة التي لها من خلال علاقة المؤسسة بين مختلف الأفراد الداخلية: كالأعمال الموظفين والخارجية: كالموردين _ الزبائن _ البنوك.

3. أنواع الاتصال الإداري:

- حسب الوسيلة المستعملة: وينقسم الى اتصال شفوي واتصال كتابي

1 صلاح الشتواني، التنظيم والإدارة في قطاع الأعمال ، مؤسسة شباب، الإسكندرية ، ص.258

2 عمر محمد دره ، مدخل الى الإدارة ، دار الباسل لنشر والتوزيع ، سوريا ، 2009، ص.17.

3 فضيل دليو، الاتصال، دار الفجر للنشر، 2003، ص.55.

1- الاتصال الكتابي:

هو الاتصال الذي يعتمد على تبادل المعلومات والأفكار والعديد من الإتجاهات والعواطف، وذلك يكون من خلال فرد إلى فرد آخر ويكون عن طريق إستقبال وإرسال ويمكن أن يكون بين فرد إلى مجموعة من الأفراد.

2- الاتصال الشفوي:

هو عملية نقل أو إستقبال الرسائل بإستخدام الكلمات المنطوقة ويتم إستخدام الاتصال بشكل كبير في جميع أنحاء العالم بسبب النقل السريع للمعلومات والرد السريع.¹

حسب درجة الرسمية ينقسم الى:

1- الاتصال الرسمي:

هو الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقليدها، ويعد من أهم الوظائف الإدارية ويلاحظ تنوع المادة التي تنقل عبر شبكات الاتصال الرسمي أذ يتضمن: البيانات أو الحقائق الخاصة بوضع الجاري ومشكلات الأهداف، الآراء والمقترحات والخبرات والتجارب، المعلومات الخاصة بالأهداف والسياسات والأحداث. أما عن الحوافز والعواطف فنذكر منها: مشاعر التأييد أوالتقدير أوالرفض الأهداف والإغراض.²

1 ناصر عبد الله، ناصر المعيلي، أهمية الاتصالات الإدارية والتنمية البشرية، دار المعرف، مصر، 1997، ص ص 26-27.

2 أحمد بخوش، الاتصال والعولمة، دار الفجر، الجزائر، 2008، ص. 15.

2- الاتصال الغير رسمي:

لا تنحصر الاتصالات في أية مؤسسة بالبناء التنظيمي الرسمي أو بالاتصالات الرسمية العمليات التفاعل لا تتوقف فقط على علاقات الوظيفة، بل تتجاوز بالاستمرار في الأحوال العادية القنوات الرسمية التي يحددها التنظيم. إن الاتصالات غير الرسمية هي تلك الاتصالات التي تقوم على أساس العلاقات الشخصية والاجتماعية بين الموظفين داخل المنظمة. هذا التعريف الأساس الذي تقوم عليه الاتصالات غير الرسمية، وهو العلاقات الشخصية الودية والاجتماعية الموجودة بين الموظفين، وهذا يبين أهمية العلاقات الشخصية والاجتماعية لقيام هذا الأسلوب من الاتصالات. مثال على الاتصالات غير الرسمية ما يدور بين زملاء العمل من أحاديث تعكس أحوالهم العامة وتستدعي إهتمام وتستحوذ على تفكيرهم، إضافة إلى المنظمات التي تصل من العاملين إلى الإدارة المباشرة متخطية بذلك المستويات الرئاسية التي تقع بينها. وينقسم إلى:

1- الاتصال الذي يتفق في أهدافه مع الاتصال الرسمي.

2- الاتصال الذي تختلف أهدافه مع أهداف الاتصال الرسمي.¹

- حسب الاتجاه: وينقسم إلى:

1- أشكال الاتصالات الرسمية : ويقسم إلى اتصال صاعد، واتصال نازلة.

أ.الاتصال الصاعد :

وهو الاتصال الذي يتمثل في إرسال الرسائل الصاعدة من المرؤوسين إلى

1 خليل سبباني، المدير الفعال، دار الراتب الجامعية، مرجع سبق ذكره، ص.11.

رؤسائهم ويتضمن تقديم معلومات حول: ما يريد الشخص قوله عن نفسه وأدائه ومشكله. وما يريد الشخص قوله عن الآخرين ومشاكلهم وما يريد الشخص قوله حول ممارسة المؤسسة وسياسته، وما يريد الشخص قوله حول ما يجب عمله.

ويرى ليفزي أن الاتصالات الصاعدة تنطوي على نقل الرسائل والمعاني بإشكالها المختلفة من قاعدة الهرم أو السلم الإداري إلى القمة ضمن الهيكل التنظيمي المفتوح والمرن الذي يتيح إلى المستويات الإدارية الأدنى حرية الاتصال والتواصل مع المستويات الإدارية العالية ضمن الهرم التنظيمي.¹

ب. الاتصال النازل:

يتم هذا النوع من الاتصال بين الإدارة العليا في مشروع وأعضاء الإدارة الوسطى وبين هولاء ورجال الإدارة المباشرة أو المشرفين، وبين الآخرين والعاملين في مستوى التنفيذ وهكذا يتم الاتصال متفق مع خطة السلطة ويأخذ هذا الاتصال في شكل تعليمات وأوامر وتوجهات وقرارات وسياسات تصدرها الهيئة الإدارية بغرض تنظيم وتوجيه الأعمال بمشروع، ويتوقف على هذا الاتصال حياة المنشأة فبدونه تتوقف عن أداء وظيفتها، ويؤخذ على هذا النوع من الاتصالات على أنه:

- يكون بعيد عن العلاقات الإنسانية.
- يعمل على عزل القيادة عن المرؤوسين.
- عدم المرونة.
- تعرض المعلومات الصادرة من الأعلى إلى الأسفل إلى التحريف.

1 بشير العلاق، الاتصال في المنظمات العامة: بين النظرية والتطبيق، دار البازوري، الأردن، 2009، ص.17.

ولذلك على القائد عندما يصدر معلومات يجب أن يتأكد من سلامتها ودقتها لتكون واضحة ومعلومة لمن طُبقها، وكذلك على القائد أن يهئ المرؤوسين لفهم وتقبل أي تغيير قد يطرأ والاتصال معهم وسماع وجهة نظرهم، ويعد هذا النوع من أكثر أنواع الاتصال شيوعاً حيث تتناسب المعاني والرسائل مثل الأوامر والتعليمات، والمذكرات الداخلية¹.

ج . الاتصال الأفقي :

وهي الاتصالات التي تتم بين الأفراد من نفس المستوى التنظيمي، وينطوي هذا النوع على حالات التفاعل وتبادل المعاني والمعلومات والآراء ووجهات النظر بين العاملين، في الإدارة أو الأقسام في نفس المستوى الإداري للهيكل التنظيمي. وتشجع الإدارة هذا النوع من الاتصالات لاعتباره يساهم بشكل كبير في تنسيق الأعمال وحل المشكلات والحد من مشكلات الصراعات، وللاتصالات الأفقية دوراً حاسماً في توطيد علاقات التعاون بين العاملين وإدارة أقسام المنظمة².

د . الاتصالات القطرية:

هي الاتصالات التي تكون بين شخصين من مستوى تنظيمي مختلف، ولا تربطهم علاقة رئيس ومرؤوس ويقصد بهذه الاتصالات تجاوز مستويات تنظيمية محددة بهدف إختصار الوقت والجهد³.

1 فانتن عوض، الغزو، القيادة والإشراف الإداري، دار أسامة، عمان الأردن، 2010، ص256.

2 حسين حريم، مهارات الاتصال في علم الاقتصاد وإدارة الأعمال، دار الحامد، عمان، 2010، ص 19.

3 المرجع نفسه ، ص.20.

المحاضرة رقم 08: مكانة الاتصال الإداري

1. أهمية الاتصال الإداري :

إن نجاح أي منظمة في تحقيق أهدافها يتوقف على نظام الاتصالات بها وهدا يعني أن الاتصالات التنظيمية لا ينبغي النظر إليها على أنها عملية مستقلة بذاتها، إنما عملية تعتمد عليها كافة العمليات الإدارية في المنظمة.

وتعتبر الاتصالات وسيلة في إدارة أنشطتهم الإدارية، وفي إدارة وتحقيق أهداف في المنظمة، وذلك على أن الاتصالات تساعد على تحديد الأهداف الواجب تنفيذها وتعريف المشاكل وسبل علاجها، وتقييم الأداء ونتاجية العمل.¹

وبفضل الاتصالات التنظيمية يتمكن كل أفراد المنظمة الحصول على مختلف المعلومات والبيانات الخاصة بالمنظمة، كما يساعد على توضيح التغيرات والتجديدات والانجازات وتطوير الأفكار وتعديل الاتجاهات، واستقصاء ردود الأفعال.²

وتتمكن المنظمة من القيام بعملية التخطيط العمل بفضل شبكة الاتصالات المتوفرة لديها فحينها يسعى المديرون والأفراد إلى وضع برامج عملهم وخططهم وقراراتهم فإنه لا يمكن وضعها إلى حين الواقع، ويتم تحديدها من خلال إجتماعات ومدكرات وقرارات مكتوبة.³

فالالاتصال الشامل حسب روقوبي (1988) ينطلق من قاعدة نظرية واضحة في الشركة الكل يتصل كل تعبير اتصالي يجب أن يعتبر كعنصر حيوي بالنسبة لهوية وشخصية المؤسسة.

1 صباح حميد على، نغازي فرحان ابو زيتون، مرجع سبق ذكره، ص ص18-19

2 أحمد ماهر، كيف ترفع مهارات الادارية في الاتصال، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2004، ص31

3 هالة منصور، مرجع سبق ذكره، ص 54.

وحسب فضيل دليو يمكن إستنتاج أهمية الاتصال التنظيمي من الإمكانيات

التالية:

1. بواسطة المشاركة في القرارات يمكن لمختلف أطراف المؤسسة أن تحقق ذاتيتها بشكل متوازي مع تحقيق أهداف المؤسسة.
 2. الإتصال بالمحيط الاجتماعي الأوسع يجعل المؤسسة تتموقع في المكان المناسب لها مما يساعد على تحقيق أهدافها كما ان الاتصال التنظيمي يساهم في توفير الفرصة لإعلام الرؤساء بما تم إنجازها، وبما لم يتم إنجازها وبالمشكلات التي ظهرت في التنفيذ او الانحرافات التي لم تكن في الحسب وكيفية التغلب عليها.
- وبذلك تتحدد أهمية الاتصال في تضيق الفجوة بين التخطيط والتنفيذ وتحقيق التفاعل الانسان بين العاملين وزيادة التفهم والتعامل بينهم¹.

2. أهداف الاتصال الإداري:

1. تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات:

يتم الاتصال بين التصرفات وأفعال أقسام المؤسسة المختلفة، فبدون الإتصال تصبح عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين عن بعضهم البعض، وبالتالي تفقد التصرفات التنسيق وتميل المؤسسة الى تحقيق الأهداف الشخصية على حساب أهدافها العامة.

2. المشاركة في المعلومات:

1 احمد ماهر، مرجع سبق ذكره، ص.69.

يساعد الاتصال التنظيمي على تبادل المعلومات الهامة لتحقيق أهداف التنظيم
وتساعد هذه المعلومات بدورها على:

- توجيه سلوك الافراد نحو تحقيق الاهداف.
- توجيه الافراد في أداء مهامهم وتعريفهم بالواجبات المطلوبة منهم.
- تعريف الأفراد بنتائج أدائهم¹.

3. اتخاذ القرارات:

حيث يلعب الاتصال التنظيمي دورا كبيرا في اتخاذ القرارات، فاتخاذ قرار معين
يحتاج الموظفون الى معلومات معينة لتحديد المشاكل وتقييم البدائل وتنفيذ القرارات
وتقييم نتائجها.

4. التعبير عن المشاعر الوجدانية:

ويساعد الاتصال الفاعلين أو العاملين على التعبير عن سعادتهم وأحزانهم
ومخاوفهم وثقتهم بالآخرين حيث يستطيع العامل ابداء رايه في موقف دون حرج
أو خوف.

كما يمكن إدراج هدف اخر للاتصال التنظيمي يلائل أهمية عن سابقه
والمتمثل في التقليل من الدور السلبي الذي تلعبه في الوسط العمالي فعندما تنتشر
الاشاعة بشكل كبير يصبح مفعوله كارثي بالنسبة إلى المنظمة ككل.²
ويمكن ان نضيف بعض أهداف الاتصال التنظيمي فيمايلي:

1 صالح بن نوار، الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني والعشرين، 2004، ص.ص: 120 - 121.

2 محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة المدخل الاتصالي، دار الفجر للنشر والتوزيع
مصر، 1995، ص.ص: 272.

يهدف إلى تمسك أفراد التنظيم وحلا لنزعات بينا الأفراد، وإعطاءهم قيمة والعمل على بناء روح الجماعة تحسين إنتاجية وفعالية العمل، فالحصول على المعلومات يخلق الدافعية والرضاء عند العاملين الشيء الذي يدفعهم إلى تقديم مردودية جيدة تساعد فعالية المنظمة.

3. وظائف الإتصال الإداري:

تتعدد وظائف الاتصال الإداري فيما يلي¹:

1- وظيفة إعلامية:

تدقق المعلومات على كافة المستويات الإدارية والتنفيذية فالمدير الناجح هو الذي يتخذ قرارات ناجحة، والقرار الناجح يعتمد على كمية هائلة من المعلومات السليمة في الوقت المناسب.

2- وظيفة انضباطية:

تستمد المهمة الانضباطية للاتصال أبعادها من منطلقين: تحكم الإدارة في نقل المعلومات بحكم كونها مركز سلطة، اقتصار المعلومات والرسائل والمعنى الصادر عن الإدارة على ما يتعلق بالعمل وظروفه.

3- وظيفة إقناعية:

1 حمادي صبرينة، محاضرات في الاتصال المؤسسي، متاح على موقع جامعة سطيف، [https://cte.univ-](https://cte.univ-setif2.dz/moodle/course/view.php?id=148)
(10:00، 2023/05/29)، [setif2.dz/moodle/course/view.php?id=148](https://cte.univ-setif2.dz/moodle/course/view.php?id=148).

العمل الإقناعي يختلف في الجودة والنوعية عن العمل الروتيني القائم على التنفيذ وتطور الفكر الإداري أكد على أهمية الإقناع في الأداء الوظيفي.

4- وظيفة إبداعية:

الإبداع هو إنشاء ووضع أفكار جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المنظمة، إلا أن هذه الوظيفة أقل ممارسة مقارنة مع وظائف الاتصال الأخرى.

5 وظيفة رقابية:

يرتبط الاتصال بالهيكل التنظيمي ارتباطاً وثيقاً، حيث تحاول المنظمات السيطرة أو فرض الرقابة على نشاطات الأفراد من خلال الهيكل التنظيمي باستخدام قنوات الاتصال الرسمي.

المحاضرة رقم 09: وسائل الإتصال الإداري ومعوقاته

1. وسائل الإتصال التنظيمي:

هناك أساليب كثيرة ومختلفة للاتصال لكن استعمال أي منها يعود إلى الظروف المتاحة بالمنظمة وإلى التعامل السائد بها، بالإضافة إلى نوعية المادة المنقولة، ويتم تصنيف هذه الأساليب حسب الوسائل المستعملة في الإتصال وهي الإتصال الشفوي، الإتصال الكتابي، الإتصال المصور.

1- الاتصال الكتابي:

إن الاتصال الذي يتم بخصوص أمور دائما تحتاج إلى دقة في التنفيذ إذا تعلق بموضوعات معقدة وكثيرة التفاصيل فإنها تفرغ في صورة كتابية، والواقع أن الكلمة المكتوبة ماتزال لها سحرها لدى الموظفين، ولهذا فإن الإدارات تلجأ إلى الوثائق المكتوبة بكثرة وتتخذ الاتصالات المكتوبة صورا عديدة مثل المذكرات، الخطابات المتبادلة، الأوامر المصلحية، اللوائح والأوامر الفردية للاتصال الكتابي عدة طرق منها:

- التقارير ويمكن تعريفها على أنها عرض للحقائق الخاصة وتحليلها بطريقة متسلسلة
- النشرات الدورية والخاصة وتعتبر هذه الوسيلة هامة في تنمية العلاقات العامة والاجتماعية للمنشأة

- الكتيبات والدليل وهي احدى وسائل الاتصال الجمعي

- الشكاوى: حيث تساعد العاملين أن يتقدموا بالشكاوى، وهذا عن طريق الرسائل والمنشورات.

- ملصقات الحائط، وتنظم هذه الملصقات داخل المدخل الرئيسي للمؤسسة أو داخل الورشات وتحتوي على قسمين القسم الاول للتعليمات الدائمة والأخرى للملاحظات

الجديدة أو التعليمات المؤقتة والتي تبقى مدة 8 أيام متعلقة تقريبا وهي عبارة عن
ارشادات توضح إجراءات العمل¹.

2- الإتصال الشفوي:

يتم الاتصال الشفوي عن طريق نقل وتبادل المعلومات بين المرسل والمرسل اليه
ويعتمد على الوسائل المباشرة للإتصال وجها لوجه بين المرسل والمتلق عن طريق
الكلمة المنطوقة، مما يتيح الفرصة لوجود إتصال ذو اتجاهين يسمح لمصدر الرسالة
الوقوف على وجهات نظر المستقبل الرسالة وموقع واستجاباته، كما يوفر ضمان فهم
مضمون الرسالة².

1. طرق الاتصال الشفوي:

- الاجتماعات: وتعد هذه الوسيلة من الوسائل الهامة في الإتصالات الشفهية بين
الإدارة والعاملين في المنظمة وتلجأ إليه الإدارة عند الرغبة في مناقشة أمور ذات أهمية
أو تأثير مباشر على العاملين.

2. الأحاديث الشفوية أو الاتصال الشفوي:

هو الاتصال الشخصي المباشر وجها لوجه بين المرسل والمستمع أو اللقاء
المباشرة بين الرئيس والمرؤوسين.

2. مزايا الاتصال الشفوي:

1 محمد سليمان العيمان، السلوك التنظيمي في المنظمات الاعمال، وائل للنشر، عمان ، ط 3، 2005، ص241.
2 طارق المجذوب، الادارة العامة العلمية الادارية والوظيفة العامة والاصلاح الاداري، الدار الجامعية لطباعة
والنشر،بيروت، 2000، ص521.

- يتميز بأنه أكثر سهولة وأكثر يسرا وإقناعا ويفيد الحصول على الاستجابة الشفهية وملاحظة تعبيرات الوجه وانفعالات المستمع.
- تقوى الروابط وتهئ المرؤوسين لتقبل تعليمات رؤسائهم بدقة وأمانة.
- يحافظ على قدر كبير من السرية ويتم العمل به في الحالات التي يخشى أن تتسرب بالمعلومات للأطراف الأخرى لو تم الاخذ بأسلوب الكتابة¹.

3. عيوب الاتصال الشفوي:

- الاتصالات الشفهية لاتسجل غالبا مما يهئ الفرصة للأخلاق، كما أنها لاتكفل فهما موحدًا لجميع المسائل.
- صعوبة استخدامه مع الاعداد الكبيرة.
- قد يحرف مضمون الرسالة خصوصا من المنظمات الكبرى ذات الأقسام المتعددة والمستويات الادارية المختلفة.

2. شبكات الاتصال التنظيمي:

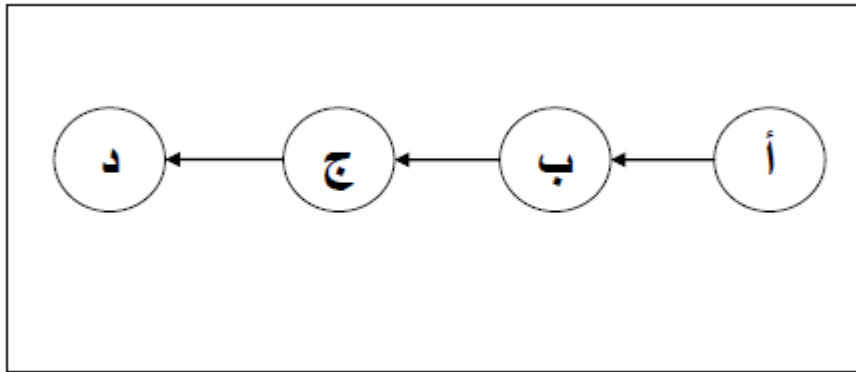
ربما يستعمل العاملون الاتصال التنظيمي في المؤسسات أنواعا عدة من شبكات الاتصال دون أن يكونوا على وعي بها أويقصدونها، وقد تعتمد الادارات في وضع الهيكل التنظيمي إلي تبنى أنواع من شبكات الاتصال تقوم على تخطيط مسبق ويمكن حصر أنواع شبكات الاتصال فيما يأتي:

1 محمد يسرى برهيم عبيس، الاتصال والسلوك الانساني، لبيباش للنشر والتوزيع، الاسكندرية، السلسلة 18، 1999، ص.297.

1. الشبكة التسلسلية.

وهي التي تنظم على أساس بسيط وهذا الاتصال يكون بطريقة آلية بحيث أن أي شخص في أي مركز لا يتصل إلا بالشخص الموالي له بصفة مباشرة، وعادة ما يكون ذلك حسب المكانة المحددة في الهيكل التنظيمي، فكلما كانت الدرجات السلمية كانت كانت السلسلة طويلة وأصبحت العملية الاتصالية طويلة أيضا طويلة، من عيوب هذه الشبكة أنها تؤدي إلى صعوبة التحكم في المعلومات وتضيع الوقت والجهد أثناء العملية الاتصالية، وقد تؤدي أحيانا إلى تشويش الرسائل، ومن جهة أخرى تعتبر هذه الشبكة فعالة من حيث تحديد المسؤوليات الخاصة بكل عضو ما دام المتصل بالمرؤوس هو شخص واحد فقط.

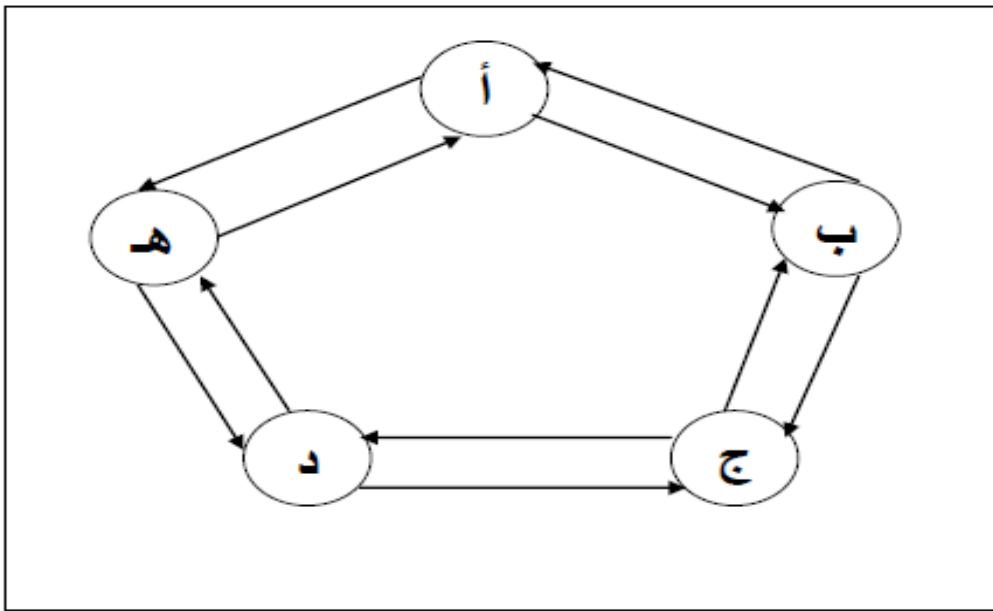
الشكل رقم 1: الشبكة التسلسلية



2- الشبكة الدائرية:

هي إتصال في شكل دائري، وهي الحالة التي يتم فيها أداء مهام معينة، فتمر على مجموعة من المواضيع في شكل دائري، بحيث يرتبط كل عضو بعضوين آخرين ويكون القائد أيضا ضمن هذه الشبكة¹.

الشكل رقم 2: يوضح الشبكة الدارية للاتصال التنظيمي



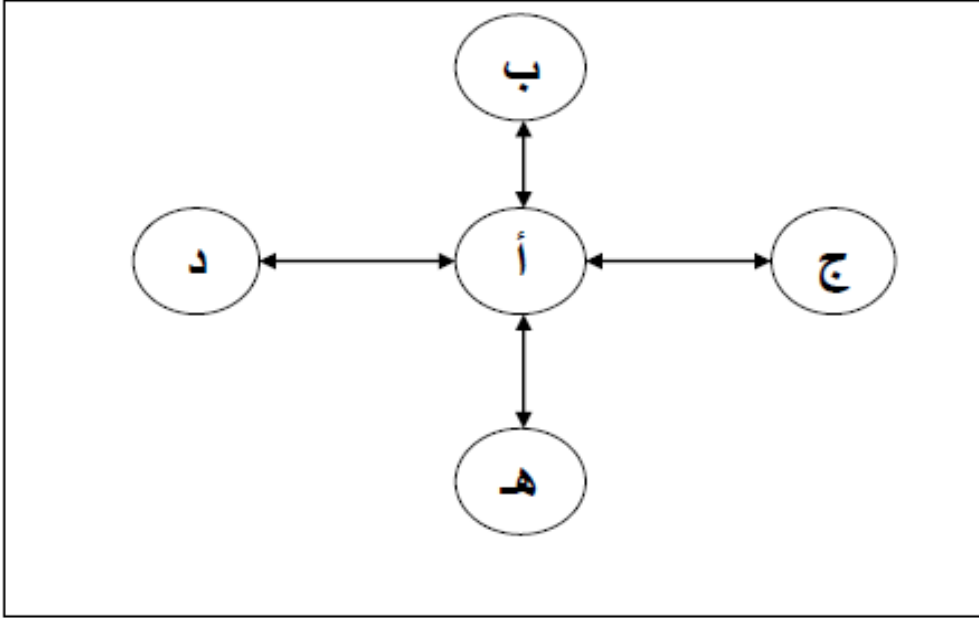
3- شبكة العجلة :

تتميز بوجود شخص في مركز عملية الاتصال عادة ما يكون القائد أو رئيس المصلحة مثلا يتبعه بمجموعة فيما بينهم إلا عن طريقه أي عن طريق قناعاته ويعتبر موقعه في المركز مناسباً جداً لتحريك وتنشيط العملية الاتصالية، وبالتالي تنسيق ومتابعة كل العمليات الخاصة بالتسيير في المؤسسة أوفي القسم الذي يشير عليه².

1 ناصر قاسيمي، الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2004، ص. ص. 23-25.

2 ناصر قاسيمي ، مرجع سبق ذكره ، ص 25 .

الشكل رقم 3: يوضح شبكة الاتصال العجلة



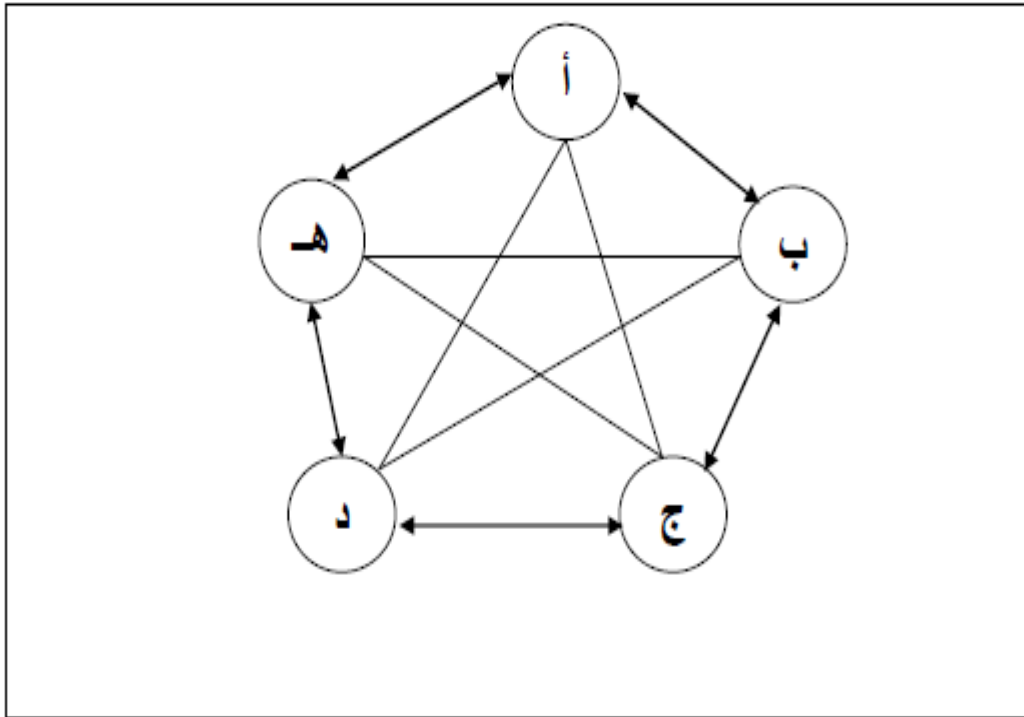
4. شبكة النجمة:

وتعتبر الشبكة المثالية، كون أن المشاركين يتمتعون بحصص متساوية في الاتصال فيما بينهم، ولأن المعلومات متوفرة لأي منهم، بحيث يمكن القول أنها تلك الشبكة التي تميز العلاقات الديمقراطية.

ف قنوات الاتصال هنا مفتوحة بين مختلف المستويات الرئيسية والأفقية، وكل المراكز عندها إمكانية الاطلاع على البيانات اللازمة لعملها في هذه الحالة يشعر الإنسان بالانتماء إلي المؤسسة ، كما أن الروح المعنوية ترتفع بالضرورة وكذلك تماسك الجماعة وقد ينتج عن هذه الشبكة بعض الهدر من الوقت نتيجة لحرية سريان المعلومات، كما قد تنتج عنها بعض الضوضاء، ويصعب تطبيق هذه الشبكة إلا في

حالات الأعداد المحدودة، أما إذا كبرت الأعداد عن حد معين فيصبح من العسير إن لم يكن مستحيلا التمسك بها¹.

الشكل رقم 4: يوضح شبكة النجمة في الاتصال التنظيمي.



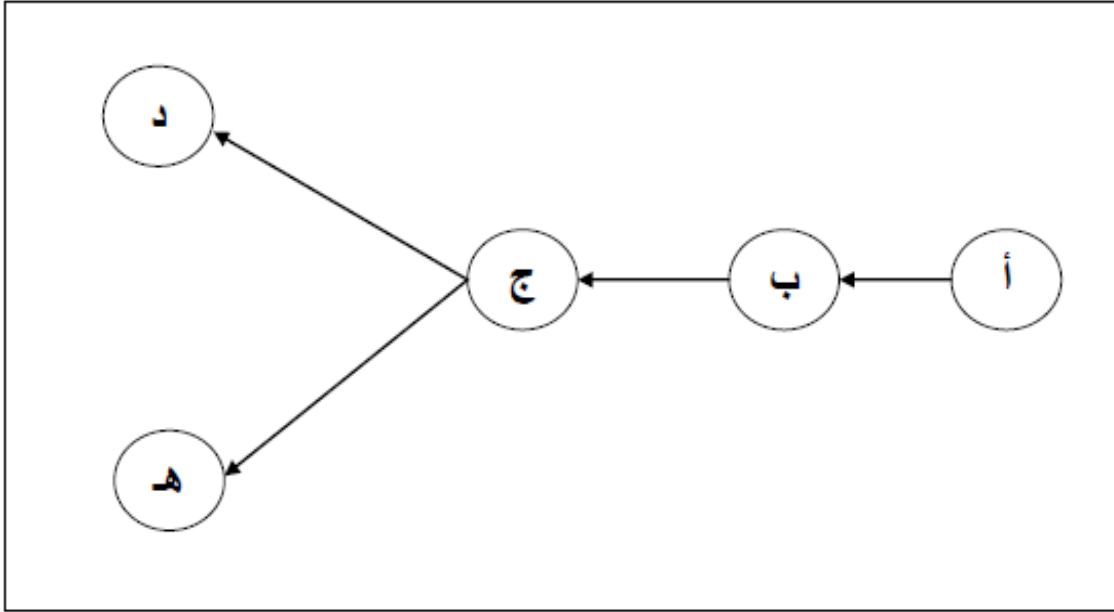
5. الشبكة على شكل Y (الشبكة العنقودية):

وتتجسد من خلال وجود الرئيس في أعلى الشبكة الذي يتصل وينسق مع النائب (ب) ثم النائب (ج)، والذين بدورهم يتصلون بالمرؤوسين².

الشكل رقم 5: يوضح الشبكة على شكل حرف Y.

1 محمد شريف الشريط، مرجع سبق ذكره ، ص.61،

2 ناصر قاسيمي، مرجع سبق ذكره ، ص.26.



3. معوقات الاتصال الإداري

1. معوقات شخصية:

مثل عدم القدرة على التعبير الجسد، وإختيار الألفاظ والعبارات واختلافات قدرات العاملين ومدركاتهم العقلية او هي مجموعة المؤثرات التي تتعلق بالمرسل والمستقبل وتحدث أثرا عاكسا.

2. معوقات تنظيمية:

غياب النظام الجيد وكثرة المستويات الإدارية، وضعف الهيكل التنظيمي وغموض الأدوار وعدم تحديد الصلاحيات عدم تجانس الجماعة.

3. معوقات بيئية:

درجة الحرارة والإضاءة ووجود الفوضى وعدم توفر الجو الملائم تعيق
الاتصال الإداري، وكذلك ضيق الحيز المكاني يؤدي إلى توتر.

4. معوقات تقنية اجتماعية:

إختلاف طرفي الاتصال إجتماعيا، حيث يجب تعزيز العلاقات الاجتماعية بين
العاملين لرفع الحواجز النفسية¹.

1 نوري منير برك ، نعيمة بوزيان الرحماني هاجر، الاتصالات الادارية وأهميتها في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية،
ص.5.

المحاضرة رقم 10:

مدخل إلى مهارات الإتصال

1. تعريف المهارة:

تعددت التعريفات للمهارة إلا أن هناك تعريفات هامة للمهارة ومنها :

تعريف محمد عاطف غيث: "بأنها تنظيم معقد للسلوك تطور من خلال عملية التعليم، وإتجاه نحو هدف معين أو تركز على نشاط محدد ويستخدم مصطلح مهارة في تقويم المواقف والتأثر في سلوك الآخرين".¹

ويذكر فؤاد أبو حطب أن المهارة لها عدة معان منها الإشارة إلى نشاط معقد معين يتطلب فترة من التدريب المقصود والممارسة المنظمة والخبرة المضبوطة بحيث تؤدي بطريقة ملائمة وعادة ما يكون لها وظيفة مفيدة.²

فالمهارة هي الأداء المتقن القائم على الفهم و الاقتصاد في الوقت و الجهد معا، فالمهارة اللغوية هي الأداء اللغوي المتقن محادثة كان أو قراءة أو كتابة أو استماعا.³

ويعرفها نصيف فهمي منقريوس بأنها تشر إلى القدرات العقلية والنفسية والاجتماعية الفطرية والمكتسبة التي تميز بها شخص ما ويستخدمها في العلاقات الاجتماعية وتحقيق التكيف النفسي والاجتماعي.

وتعرفها ماجدة حامد بأنها قدرة الشخص على إحداث التأثيرات المرغوبة فيها وفي الآخرين والقدرة على إقامة تفاعل اجتماعي ناجح معهم ومواصلة هذا التفاعل.⁴

1 رفعت عارف الضبع، الخبر، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2011، ص ص، 103- 104.

2 المرجع نفسه، ص 104.

3 جودة أحمد سعادة، تدريس مهارات التفكير مع مئات الأمثلة التطبيقية، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003، ص 45.

4 رفعت عارف الضبع، الخبر، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2011، ص 104.

2. كيفية اكتساب المهارة¹:

- أن يتمتع المتدرب بالنضج العقلي والجسمي والعصبي الذي يؤهلهم لاكتساب المهارة
- التوجيه والإرشاد المناسب في اكتساب المهارة.
- أن يكون لدى المتدربين رغبة شديدة لتعليم المهارة.
- التشجيع الدائم للمتدربين لإكسابهم المهارات والأداء السليم.
- توفر القدرة أو النموذج السليم.

بالإضافة للعديد من الأساليب من بينها: التعلم باستخدام المحاضرات، والقاعات
التدريبية المتخصصة، أو باستخدام نماذج واقعية، أو باعداد برنامج مهني للتدريب
على المهارة:²

3. صفاة المهارة:³

هناك ثلاث صفاة للمهارة وهي:

- تتابع الإستجابات.
- التأزر الحسي والحركي.
- أنماط الإستجابة.

4. تتابع الاستجابات:

1 المرجع نفسه، ص 104.

2 دحدوح منية ، مهارات الإتصال في العلاقات العامة جامعة 8 ماي 1945 قالمة، ص 76 ، مطبوعة بيداغوجية متناحة
على الرابط: <https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/> ، (2023/04/15، 23:00) .

3 رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص ص، 104-105.

- يتضمن الأداء الساهر سلسلة من الاستجابات وعادة ما تكون هذه الاستجابات من النوع الحركي وهي تختلف عن الاستجابات اللفظية في أنها حركات عضلية أي حركات أطراف والمهارة هي سلسلة من هذه الحركات تربط كل منها في تتابع معين، حيث تقوم كل استجابة بدور المثير للاستجابة التالية.
- التآزر الحسي الحركي: يمكن القول التآزر هو استخدام لعضلات الجسم مع مع تتابع يشمل الأذرع . الأرجل . الأيدي . الأقدام الأصابع.
- أنماط الاستجابة: يمكن اعتبار السلوك الماهر تنظيماً لسلاسل المثيرات والاستجابات في أنماط أكبر.

3. أهمية المهارة:1

- يساعد اكتساب المتدرب على استمتاعهم بالأنشطة التي يمارسونها وتحقيق إشباع الحاجات النفسية لديهم.
- تكمن أهمية المهارات في أنها مجال هام للتواصل والتفاعل الاجتماعي.
- يساعد اكتساب المهارات على تحقيق قدر كبير من الاستقلال الذاتي والاعتماد على النفس والاستمتاع بأوقات الفراغ كما يساعدهم على ثقتهم بأنفسهم ومشاركة الآخرين في الأعمال التي تتفق مع قدراته وإمكانياتهم.
- تعتبر المهارات ضرورة لكل نشاط يقوم به الإنسان إذا تسر سريان النشاط ومكنه من القيام بتنفيذ الواجبات الصعبة والكبيرة والمركبة.
- تساعد على التفاعل مع الرفاق والابتكار والإبداع في حدود طاقتهم الذهنية والجسمية

1 رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 105.

- الاستعداد لتعليم المهارة ويتم التدريب عليه من خلال البعد عن التعقيد وتقديم النموذج.

وتعرف المهارة كذلك بأنها: أنماط متعلمة من التفاعل الناجح مع البيئة لتحقيق الفرد ما يهدف اليه وهي القدرة على القيام بالأعمال المطلوبة من الفرد بسهولة ودقة وتعرف بانها القدرة على إنجاز المهام المطلوبة وإتقان بإتقان وفي الوقت المحدد مع وجود رغبة لدى الشخص لتحقيق ذلك.

وتعرف مهارات الاتصال على أنها من السلوكيات والتظاهر والقدرات تتعلق بالاتصال مع الآخرين حيث تتيح الفرصة للفرد أن يتفاعل بكفاءة ويحدث تأثيرا في الآخرين.

إذن فمهارات الاتصال هي نوع من مشاركة الآخرين في أفكارهم ومحاولة التأثير في سلوكهم والتعرف على رغباتهم وبذلك يمكن دفعهم نحو تحقيق أهدافهم وأهداف المؤسسة والمجتمع ككل¹.

وتعد المهارة بمثابة الآلية التي يستخدمها الإنسان في مجال من المجالات لتحقيق فائدة، وهذا الامر يتطلب معرفة وفهما لطبيعة هذه الآلية ومكوناتها وكيفية استخدامها، لذلك فمهارات الاتصال ليست في المقدره على استخدام الاتصال فقط، بل هي أيضا فهم طبيعة عملية الاتصال الإنساني والتعرف على فنونه ووسائله ثم توظيفه بمقدرة وحكمة لاختيار كيفية الاستخدام الأمثل لاتصال فعال يؤثر ويقنع الناس الآخرين ويحقق الأهداف بنجاح².

1 بركان دليبة، مهارات الاتصال تحديات المسير الناجح، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 46، مارس 2017، ص 650

2 أماني عبد الفتاح علي، مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية، مكتبة الانجلو المصرية: القاهرة، د س ن، ص 43.

أما عن مفهوم المهارة في العلاقات العامة مجموعة: هي مجموعة المعارف والخبرات التي تتراكم لدى ممارس العلاقات العامة والتي تعينه في النهاية على حسن القيام بمهامه في مجال التعامل مع الجمهور ومن ثم فهي خليط متكامل من معطيات متنوعة و قدرات متعددة يكتسبها ممارس العلاقات العامة سواء العلمي او ممارسته العملية طيلة سنوات عمله¹.

1 حمدي الفتح شعبان، وظيفة العلاقات العامة: الاسس والمهارات، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات القاهرة، 2008، ص. 187.

المحاضرة رقم 11:

مهارة التحدث في العلاقات العامة

1. تعريف مهارة التحدث:

التحدث هو المظهر الحقيقي للغة فإذا كانت اللغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم فإن الكلام هو الإطار العام الذي يوظف هذه الأصوات في إنتاج كلمات وجمل ذات معنى كما أن المتحدث يلتزم بمجموعة من القواعد والضوابط التي تحدد استعمال الأصول والصيغ والتراكيب وأساليب التعبير النحوية والدلالية والسياقية أو الحالية لعملية التحدث.

وتعني مهارة التحدث هو مدى قدرة الشخص على اكتساب المواقف الايجابية عند اتصاله بالآخرين ويتكون موقف الحديث دائما من المتحدث الذي يحاول نقل فكرة معينة أو طرح رأيا محددًا أو موضوعا بعينه وهو الطرف المعني بالحديث والمستمع له ثم الظروف المحيطة بموقف الحديث سواء كانت هذه الظروف مادية أو معنوية¹.

2. شروط نجاح مهارة التحدث في المؤسسة:

يتطلب الاتصال الشفاهي توافر بعض الشروط، التي تجعل جو العمل، خاصة العمل الإداري يسمح بالاتصال الصاعد والنازل من خلال قنوات وقيم ومبادئ معينة. وهذه الشروط هي:

- خلق جو ودي ومجال طيب يسمح -أثناء الاتصال- بالتفكير والتحدث دون أن يشعر الإنسان بمعوقات تحول بينه وبين ذلك.

1 ماهر شعبان عبد الباري. مهارات التحدث العملية والاداء. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص ص92-95.

- تبني وتشجيع الجديد من الأفكار والآراء التي يكون هدفها زيادة معادلات الأداء أو تقليل الشعور بالتعب أو الملل... الخ.
 - أن يكون هناك نسقا من القيم والمبادئ والمعايير، التي يعمل ويتمسك بها الرئيس قبل المرؤوسين.
 - تكوين لجان عمل أو استشارات أو تخطيط أو تنظيم، يسمح بتبادل الفكر والرأي بين مختلف الخبرات والمستويات في المؤسسات.
 - إنشاء القنوات التي تسمح بتدفق محتويات الاتصال بين كل فروع المؤسسة وأعضائها.
 - إتاحة الفرصة لكل أعضاء المؤسسة لكي يشترك كل منهم برأيه في إدارة العمل، بحيث يقف كل منهم على خلفية القرارات الإدارية، لا سيما تلك التي تمس حقا من حقوق العمال، تجنباً لحدوث أي نوع من المقاومة¹.
- وللحديث اربع عناصر رئيسية.²
- **المعرفة:** وتعني ضرورة معرفة الموضوع قبل التحدث فيه
 - **الاخلاص:** حيث ينبغي أن يكون المتحدث مؤمناً بموضوعه مما يولد لدى المستمع الاستجابة الايجابية.

1 أحمد العبد ابو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع: عمان، 2014، ص 146.

2 أحمد العبد ابو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، المرجع نفسه، ص. 40.

- **الحماس:** يجب أن يكون المتحدث تواقا للحديث عن الموضوع ويعطي هذا الحماس انطبعا على المستمع بأهمية الرسالة.

- **الممارسة:** الحيث المؤثر يجب ان يصل من خلال الممارسة، التي تزيل حواجز الرهبة والخوف وتكسب المتحدث مزيدا من الثقة تنعكس في درجة تأثيره في الآخرين.

3. خصائص فن التحدث:

1. أنه عملية تفكير:

هذا التفكير يتطلب من المتكلم أن يكون لديه ما يقوله للمستمع ومن ثم يجب أن يحدد التصورات العقلية العامة لهذه الأفكار ويرتبها ترتيبا منطقيا أو سيكولوجيا ليبدأ إسماعها للمتلقي في شكل كلمات وجمل وأصوات مع تفكيره في وقع هذه الكلمات والجمل على المتلقين لها ومدى تأثيرها فيهم.

2. أنه عملية بنائية تفاعلية:

فالمستمع يقوم بتحديد فكرته ولكي يقدم هذه الفكرة واضحة القسامات إلى المستمع عليه أن يصبها في وعاء لغوي مناسب لها ثم ينتقي الأصوات الدقيقة التي تنقل أو تحمل هذه الكلمات أي أن المتكلم هنا يقوم ببناء المعنى أولا ثم يقوم بعد ذلك باختيار الأوعية¹.

الصوتية واللغوية الناقلة لهذا المعنى ليقوم المستمع بنفس الخطوات التي مر بها المتكلم ولكن بطريقة عكسية حيث يستمع للكلمات والجمل الحاملة للفكرة.

1 ماهر شعبان عبد الباري، مهارات التحدث العملية والاداء، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص ص:92-95.

3. أنه عملية نفسية :

بمعنى أن المتكلم لكي يتكلم لابد أن يكون لديه باعث أو حالة داخلية جسمية أو نفسية تثير السلوك في ظروف معينة وتحركه حتى ينتهي إلى غاية معينة فالدوافع حالات لا نلاحظها مباشرة من السلوك الصادر ولكن نستنتجها من خلال المظهر العام للسلوك.

4. أنه عملية لغوية:

قوامها صب التصورات العامة التي يريدها المتحدث إبلاغها إلى المستمعين في قوالب لغوية صحيحة المعنى والمبنى فلا تحدث دون لغة ولا لغة دون حديث أو كلام ولذلك قال قديما أن الكلام هو اللغة فالكلام مهارة لغوية تظهر مبكرة في حياة الشخص ولا تسبق إلا بالاستماع

5. أنه عملية صوتية:

حيث أن الصوت هو المظهر الخارجي للغة ومن ثم فقد كانت اللغة الشفوية اسبق وجودا من الكتابة ولهذا فقد عد اللغويين أن الكلام هو ترجمة اللغة في حين أن الكتابة لا تعد لغة بل هي تسجيل للغة المنطوقة في شكل خطي.

6. أنه فن من المؤشرات السلوكية الدالة عليه والقابلة للقياس قياسا موضوعيا :

ومن هذه المؤشرات نجد:

- ينظر أثناء حديثه في أعين الآخرين .

- ينطق كلماته بوضوح .

ينطق الأصوات المتشابهة والمتجاورة نطقاً صحيحاً.

- يتحدث دون تردد أو خوف.

- ينوع في نبرات الصوت وفقاً للمعاني.

- يعبر بحركاته وإشاراته وإيماءاته عن معانيه.

- يرتب حديثه ترتيباً منطقياً متسلسلاً.

- يدلل صحة كلامه بالأدلة والشواهد.

- يحسن الانتقال من فكرة إلى فكرة أخرى.¹

4. عناصر مهارة التحدث:

1. الحاجة:

وهي الدافع الرئيسي للتحدث ففضاء حاجات معاشنا وحياتنا يدفعنا للحديث فحاجتك إلى التعلم أو السؤال عن الشيء أو الوظيفة أو إيصال رسالة يدفعنا للحديث.²

2. موضوع الحديث:

لكل حديث موضوعه وفكرته التي يقوم عليها فهناك فرق بين خطبة تلقى في الجمهور حاشد أو محاضرة في حضور متخصص أو حديث جانبي لدعوة أو سؤال عن الأهل والحال والأولاد والوظيفة والجو والسياسة والأدب وغير ذلك.

1 ماهر شعبان عبد الباري، مرجع سبق ذكره، ص 96

2 عبد الرزاق حسين، مهارات الاتصال اللغوي، مكتبة العبيكان، الرياض، ص 140.

3. الأسلوب:

يتوقف بناء الأسلوب للحديث على موضوعه وشكله فهناك فرق بين أسلوب الإلقاء أو الحوار أو الجدل أو في طلب حق أو الدفاع عن متهم أو الهجوم على باطل فالألفاظ والمعاني يجب أن تتوافق مع الفكرة المطروحة للنقاش.

4. طبقات الصوت:

لا نشعر ونحن نتحدث بتغير طبقات صوتنا فنجد الحدة والشدة التي تنتاب أصواتنا في حالة غضب واللين والرقّة في حالة الرضا كما أن الضغط على الحروف وإخراج الألفاظ من مخارج فيها ترقيق أو تفخيم ينبئ بنوعية الحديث المثار ونستطيع أن نستكشف طبيعة الحديث من خلال استماعنا للأداء الصوتي فالهمس ينبئ عن حديث ذي طبيعة سرية والحديث المصحوب بالابتسام والقهقهة يدل على الطرافة أما تلك النبرات الآمرة أو الناهية فموضوع الحديث يدل على أنه من الأعلى إلى الأدنى والاستعطاف والرجاء يعطي انطبعا بان الحديث من الأدنى إلى الأعلى.

5. أهمية مهارة التحدث:

- تتمثل أهمية التحدث في كونه وسيلة اتصال بين الفرد والجماعة .
- أنه أهم الغايات المنشودة من دراسة اللغات لأنه وسيلة الإفهام وهو احد جانبي عملية التفاهم.¹

1 ماهر شعبان عبد الباري، مرجع سبق ذكره، ص98-99.

- أنه وسيلة اتصال بين الفرد بغيره وأداة لتقوية الروابط الفكرية والاجتماعية بين الأفراد.

- إن للعجز عن التعبير أثرا كبيرا في إخفاق الأشخاص وتكرار إخفاقهم يترتب عليه الاضطراب وفقدان الثقة بأنفسهم وتأخر نموهم الاجتماعي والفكري.

6. أساسيات مهارة التحدث:

- إن عدم الثقة في التعبير يترتب عليه فوات الفرص وضياع الفائدة.

- إن التحدث وسيلة للإفهام وأداة لتحقيق التواصل الجيد.

- وسيلة ناجحة للتعامل مع كافة الأفراد المحيطين بالمتعلم.¹

7. قواعد مهارة التحدث:

- إن يمتلك الشخص المهارات الاجتماعية.

- إن يكون الحديث صغير وبسيط وهادف ومحدد.

- التغلب على الخجل وبناء الثقة.

- إتقان فن الاتصال والمحادثة بكل بساطة وفعالية.

8. أغراض مهارة التحدث :

التحدث كونه وسيلة التعامل فله أغراض متعددة نذكر منها:

1 ماهر شعبان عبد الباري، مرجع سبق ذكره، ص99.

- القدرة على التعامل مع الآخرين فالإنسان في تعامله اليومي يحتاج لهذه المهارة كحاجته إلى طعامه وشرابه.

- الأداء الوظيفي فالقدرة على التحدث قد تكون شرطا من شروط القبول.¹

الوظيفي فكثير من الوظائف يرتبط بالقدرة على الإقناع مثل المعلمين وموظفي المتاجر ومندوبي الشركات ورجال الإعلام والاستعلام وممن تقوم وظائفهم على مقابلة الناس مثل الأطباء والمحامين والسامسة.

- الدعوة إلى فكرة أو منهج أو اتجاه وأصحابها من أكثر الناس اهتماما بالحصول على هذه المهارة لأنهم تجعلهم قادرين على التعبير عن أفكارهم بطلاقة وحيوية وإبراز مناهجهم في صورة لائقة وتقديم اتجاهاتهم في ثوب اخاد من القبول والإقناع.

- تكوين الشخصية: السعي إلى تملك المهارة والرغبة في إتقانها كونها أساسا في تكوين الشخصية وتكميلها وتجميلها.²

10. استخدامات مهارة التحدث:

تستخدم مهارة التحدث في العديد من المواقف التي نتعرض لها يوميا وتساعدنا في التواصل مع الأشخاص ومن بعض هذه المواقف التي تحتاج فيها إلى مهارات التحدث هي:

- إلقاء الخطب في المساجد المجالس .

1 عبد الرزاق حسين، مرجع سبق ذكره، ص 141.

2 عبد الرزاق حسين، مرجع سبق ذكره، ص 141.

- علماء النفس والمستشارين.
- المذيع في نشرات الأخبار.
- المقابلات الشخصية في التقديم لوظيفة جديدة.
- استخدام هذه المهارة في الحصول على حقوقك.
- مهنة المحاماة والقضاء.
- التعبير عن المشاعر بشكل صحيح في العلاقات العاطفية

11. التكتيكات الفعالة في مهارة التحدث:

- التعبير الواضح .
- استخدام النماذج والأمثلة.
- الانتباه إلى ردود أفعال الجمهور.
- القدرة على الإجابة بفعالية على أسئلة الجمهور.
- القدرة على التحكم في أسلوب نطق الكلمات والألفاظ.
- تجنب الكلمات والمعاني الصعبة والمعقدة.
- استخدام الاستمالة العاطفية والاستمالة المنطقية وفق للجمهور لطبيعة المستهدف ومستواه الثقافي والاجتماعي.
- تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة لأفكار المتحدث وبخاصة في حالة ارتفاع المستوى التعليمي للجمهور.

12. الشروط الأولية لإلقاء الحديث الجيد:

- إيجاد موضوع جيد للحديث من خلال تحديد اهتمامات المتحدث وأفكاره الذاتية والتعرف على رغبات الجمهور لاختيار الموضوع الملائم .
- تحليل طبيعة الجمهور لتحديد مستوى معرفة الجمهور بموضوع الحديث واتجاهاته ومعتقداته .
- للإلقاء الحديث لابد من مرحلة إعداد تتضمن تحديد أهداف المتحدث وتحليل نوعية الجمهور بدقة وتعريف محتوى وبناء موضوع الحديث ومراجعة مكان إلقاء الحديث والعوامل البيئية المحيطة .

5. السمات التي لابد من توافرها في المتحدث الجيد:

1. السمات الشخصية:

الموضوعية : وتعني قدرة المتحدث على السلوك والتصرف وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو رأي أو سياسة أو العدالة في الحكم على الأشياء، والتحدث بلسان مصالح المستحقين وليس المصالح الخاصة.

الصدق: ويعني أن يعكس الحديث حقيقة مشاعر المتحدث وأفكاره وأرائه كمل يعني يعني أن تتطابق أحوال المتحدث مع أفعاله وتصرفاته.

الوضوح: ويعن القدرة على التعبير عن الأفكار بوضوح من خلال اللغة البسيطة والمادة المنظمة والمتسلسلة منطقيا.

الدقة: وتعني التأكد أن الكلمات التي يستخدمها المتحدث تؤدي إلى المعنى الذي يقصده بعناية.

الاتزان الانفعالي: ويقصد به أن يظهر المتحدث انفعاله بالقدر الذي يتناسب مع الموقف وان يكون متحطما في انفعالاته .

المظهر: ويعني أن يعكس مظهر المتحدث مدى رؤيته لنفسه كما يحدد الطريقة التي ينظر بها الآخرون إليه ويشكلون أحكامهم عنه ويضم المظهر العام النظافة والأناقة الشخصية والملبس والمظهر المناسب وكذلك الصحة النفسية والبدنية.

2. السمات الصوتية :

وقد تؤثر العوامل الخاصة بالنطق على مدى نجاح المتحدث مثل النطق بطريقة صحيحة ووضوح الصوت والسرعة الملائمة في النطق واستخدام الوقفات.

3. السمات الاقناعية:

وتتضمن القدرة الاقناعية مجموعة من المهارات المتمثلة في القدرة على التحليل والابتكار والقدرة على العرض والتعبير والقدرة على الضبط الانفعالي وأيضا القدرة على تقبل النقد.

6. طرق اكتساب مهارة التحدث:

- على المتحدث أن لا يتبع السرعة في حديثه ولا يبسط حتى لا يمل المستمع.
- ومن طرق اكتساب مهارة التحدث التحكم في نغمة الصوت .
- استخدام مصطلحات مألوفة لدى المستمع والبساطة والسهولة في الحديث.

- يجب أخذ فترات قليلة من الصمت حتى لا يمل المستمع خاصة في المجالس كثيرة الأفكار .
 - المهارة والتدقيق في استخدام المفردات اللغوية .
 - استخدام الجمل القصيرة والابتعاد عن الكلمات المعقدة والصعبة خاصة وان الكلمات القصيرة تجعل الحديث مرنا .
 - الترابط في الأفكار يعطي المتعة للمستمع إلى متابعة الحديث .
 - الطريقة الصحيحة لنطق الحروف والكلمات تعطي الثقة الكبيرة للمتحدث.
- 7. عيوب مهارة التحدث:**

- الاستطراد في غير موضعه والإطالة والحشو والثرثرة.
- التسرع والعجلة دون تروي وتفكير فالحديث الذي يخرج دون تأمل ونظر قد يؤدي إلى الخطأ.
- الاعتداء والغرور في الرأي فالرأي الذي تتخذه اليوم قد تغيره غدا نظرا لظهور دلائل وشواهد.
- بذاءة اللسان وتعني البعد عن الكلام المؤدي وتجنب قبيح الألفاظ وتعرض لنقيض الآخرين والنيل منهم¹.

1 عبد السلام هارون، البيان والتبيين للجاحظ، ط4. مكتبة الخانجي، القاهرة، ص245.

المحاضرة رقم 12:

مهارة الاستماع في العلاقات العامة

1. تعريف مهارة الاستماع:

الاستماع لغة:

من كلمة السمع يعني حس الأذن والاستماع بمعنى الإصغاء ومفهوم هذه المهارة وهي تلقي الأصوات بقصد واردة فهمها وتحليلها.

اصطلاحا:

إذا فالاستماع عملية إنسانية مقصودة تهدف إلى الاكتساب والفهم والتحليل والتفسير والاشتقاق ثم البناء الذهني...

ولتلقى المادة الصوتية مستويات ثلاثة من خلال النظر فيها ومعرفتهم يتبين لنا المفهوم: الاستماع عملية تلقي الأصوات بقصد واردة فهم وتحليل، وقد ينقطع لعامل ما السماع مثل صوت تغاريد العصافير او الامتحانات الإنصات مثل القرآن وهو أعلى درجات الاستماع ولا ينقطع بأي عامل من العوامل لوجود العزيمة القوية في المنصت.

اجرائيا:

مهارة الاستماع هي محاولة تفسير اللغة المنطوقة أو تأويل اللغة المنطوقة.¹ هي مجموعة من المهارات التي تتضمن الوعي والانتباه للأصوات و الاستجابة إلى أصوات محددة والتمييز السمعي والتعرف على الكلمات وتحديدتها وتفسيرها و الاستماع الاختياري للتعليمات اللفظية وغيرها

1. محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين التربويين والدعاة، مجلة أيادينا للمشروعات والأعمال، مرجع سبق ذكره.

وتعرف كذلك بأنها : تلك العملية الواعية و المقصودة لكل ما يقوله المرسل لفظا وما لا يقوله باللفظ ترمي الى تحقيق غرض معين يسعى إليه المستمع.¹

يدعم العلاقات الفعالة داخل المنظمة ، وتقوي من قدرة المنظمة على تسليم المنتجات وتنبه المنظمة الى عمليات التطوير و التجديد الناتجة عن القوى الداخلية والخارجية .

- تتيح للمنظمة فرصة التعامل مع كل من فئات المستهلكين المختلفة و كذلك القوى العاملة مختلفة الثقافة .

- الاستماع الجيد يزيد من الأداء ويؤدي الى الحصول على ترقيات و علاوات وتحسين الأوضاع ، وأن الشخص الذي يمتلك مهارة الاستماع هو شخص ناجح حيث أن مهارة الاستماع يتم اكتسابها وتعلمها وتحسينها من خلال الممارسات العملية.

- يعتبر الاستماع الجيد هو سر نجاح الكثير من أنواع الاتصال في حياتنا مثل المحادثات والمقابلات والاجتماعات والمحاضرات والتفاوض وإدارة مواقف أخرى مثل الندوات والبيع و الشراء والنصح والمشورة و إلقاء التعليمات والأوامر .

2. الاستماع وبعض المفاهيم المشابهة:

السمع يتعلق بوظيفة الأذن في تلقي المثيرات الصوتية أما الاستماع فيتعلق بمدى انتباه الفرد إلى المعاني المتضمنة فيما يقول المرسل ويطلق أحيانا على عملية الاستماع بالانصات مثل المحاضرات، الاجتماعات، الندوات.

1 بركان دليلة، مهارات الاتصال تحديات المسير الناجح، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 46، مارس

2017، ص ص، 650-651

- السماع عملية تتم دون جهد وعناء حيث تستقبل الأذن الأصوات دون إرادة بينما الاستماع عملية تتطلب جهدا وانتباها وإرادة ولذلك يمكن أن يتمتع الشخص بقدرة سماع ممتازة لكنه يكون سيء الاستماع.

- الاستماع هو وعي وإدراك ما يقوله المتحدث ،فقط يستمع من الأذن ولكن دون الاهتمام أو حتى التركيز بهذا الحديث الصادر عن المتحدث.¹

- الإنصات فهو الاستماع إلى المتكلم والتركيز الكامل معه أي الاستماع إليه بكافة الحواس بالعين والاذن وبالقلب،بينما يكون احساسه بالقلب والعين مباشرة، لأن العين تنقل إلى المستمع التعبيرات التي يرغب المتحدث في نقلها إلى المستمع من خلال حركاته التعبيرية للوجه بالعين واليد وكافة أعضاء الجسم التي تعبر عن الحديث.

هناك فرق بين الاستماع و الإنصات ، فالإنصات أعمل و أشمل من الاستماع، والاستماع شرط من شروط الإنصات ومرحلة من مراحلها و الاستماع يتم من خلال الأذن بينما الإنصات يتم من خلال العقل.

3. العلاقة بين الاستماع والاستيعاب:

إن الهدف الأساسي من الاستماع هو تحقيق الاستيعاب، وبالتالي فالاستيعاب هو الثمرة المرجوة من الاستماع و للاستيعاب أهداف:

أ. **الاستيعاب المعرفي** : يهدف الى الإلمام المعرفي بالمادة المسموعة لتحقيق أحد مستويات التذكر، الفهم، التطبيق، التحليل، التركيب.²

1 عبد الله محمود محمد، مهارة الاستماع،مرجع سبق ذكره.

2 بلال خلف السكارنة، مهارات الاتصال، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2015، ص245 .

ب. الاستيعاب الوجداني: يهدف الى التأثير النفسي والعاطفي على المستمع من
المادة المسموعة .

ج. الاستيعاب السلوكي: يهدف الى التغيير السلوكي على المستمع من المادة
المسموعة.¹

- مؤشرات المستمع الفعال:

من مؤشرات المستمع الجيد و الفعال ما يلي:

- ينوع قدرات الاستماع باستخدام ادواته المتنوعة.
- ينتقي ما يستمع اليه .
- يلتقط الأفكار الأساسية .
- يمارس آداب الاستماع .
- ينتقد الموضوع لا الشخص.
- يقدر مشاعر أولئك الذين لديهم بعض المشاكل مثل العجز في الحديث يبر
عيهم ولا يشمئز منهم.
- يبعد مصادر التششت المحيطة .
- لا يطرح على المستمع أسئلة أو موضوعات غير صلة بالموضوع الأصلي.
- يحتفظ بما يسمع.
- يعمل عقله اكثر من المتحدث.
- يربط بين ما يسمعه و معارفه السابقة.
- يتواصل مع المتحدث ولا يشيح وجهه عنه.²

1 مرجع نفسه، ص.246.

2 أسامة زكي السيد علي، مهارات الاتصال الإنساني والأكاديمي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2016، ص137 .

4. أنواع الاستماع:

الاستماع الغير مركز (الاستماع الهامشي): يعني هذا النوع من الاستماع بمعرفة الخطوط العريضة لما يقال دون الخوض في التفاصيل ودون الحكم عليها، كما يشوبه خلل في الفهم والنقل، وهو الاستماع الذي تمارسه العامة اتجاه المادة المسموعة من وسائل الاعلام المرئية او المسموعة.

1. **الاستماع الاستماعي:** وهو الاستماع الذي يهدف المرء من ورائه الى المتعة النفسية و الروحية ولا يخلو من فهم وتحليل وتفسير الا أن المتعة تغلب عليه مثل الاستماع الى من يلقي شعرا ولكي يؤتى هذا النوع من الاستماع ينبغي أن يكون المستمع مرتاحا في جلسته و المكان مناسب في إنارته.¹

1. **الاستماع اليقظ:** وهو الاستماع الذي يهدف المرء من ورائه الى المادة المسموعة نفسها بقصد فهمها وتحليلها وتفسيرها وذلك غالبا ما يكون في المحاضرات والندوات وقاعات الدراسة.

2. **الاستماع النقدي:** وهو الاستماع الذي لا يقف المرء من ورائه على الفهم و التحليل والتفسير بل يتعدى ذلك الى مقارنة ما سمعه بما يراه ويعتقده من خلال الأسس والمبادئ الكامنة فيه، ثم يصدر الحكم له وعليه وعليه قد تكون بعد المقارنة مناقشة، وهذا النوع من الاستماع لا يتأتى الا لمن لديه قدر كاف من الثقافة والوعي والتخصص.²

1 بلال خلف السكارنة، مرجع سبق ذكره، ص242.

2 بلال خلف السكارنة، مرجع سبق ذكره، ص243.

5. عناصر الاستماع:

عن فهم عملية الاستماع يعتمد جزئيا على فهم الفرد لبعض العناصر المكونة والمؤثرة فيها، وواحد من أساليب النظر الى عناصر الاستماع هو تحليل مكوناتها اللفظية و الغير لفظية التي تتمثل في:

أولاً: العناصر اللفظية:

هناك بعض العناصر المنطوقة او الملفوظة التي تؤثر على إمكانية الاستماع هي:
أ. الألفاظ و الصياغات: إن الكلمات وطريقة صياغة الجمل والفقرات لها تأثير على مدى فهم المستمع للرسالة أو الموضوع الذي يتحدث فيه المرسل وكذا الحال فان استخدام مصطلحات أو كلمات صعبة يجعل عملية الاستماع شاقة هذا من جانب المتحدث أما من جانب المستمع فعليه ان يشجع المتحدث من خلال عبارات التشجيع وأصوات الترحيب بما يتم سماعه.

ب. توجيه المناقشة: قد يخرج الحديث أحيانا الى أمور هامشية وخارجية وقد يتطلب الامر من المستمع ان يوجه ويركز المناقشة في الأفكار الأساسية فقد يقول المستمع ويشجع المتحدث بقوله، ودعنا نركز على، أو اعتقد ان اهتماماتنا المشتركة في ما رأيك.

ج. التصرف العملي: قد يستطرد المتحدث دون الدخول في التطبيق أو الحل أو في التصرف، وعلى المستمع أن يشجعه ببعض العبارات مثل “ما رأيك في الحل؟” او “مالذي يجب ان نفعله؟” أو “فماهي الخطوات التالية؟”¹.

1 حصة محمد آل مساعد، أحلام عبد السميع العقباني، مهارات الاتصال والتفاعل، عالم الكتب، مصر، 2011، ص.253.

د. الصوت: اذا استخدم المتحدث صوتا منخفضا جعل الاستماع عملية صعبة واذا استخدم نبرة صوت دافئة للتعبير عن المشاعر الهادئة واستخدم نبرة صوت سعيدة للتعبير عن المشاعر السريعة يمكن ان يعزز من المعاني التي يتحدث عنها شخص معين.

ثانيا: العناصر الغير لفظية في الاستماع:

أ. حركة الجسد و الأيدي: ان قيام المتحدث باستخدام جزع الجسم وحركته للامام والخلف الى الجانبين وأيضا حركة الأيدي والأصابع ويمكنها ان تعزز معنى الرسالة والموضوع الذي يتحدث عنه وازدياد الحركات عن المعقول او المناسب قد يشوه ويشوش المعاني وقد تستخد كدلالة على عدم ثقة المتحدث في نفسه اما بالنسبة للمستمع فالحركة الهادئة لجزء الجسم واسناد الجسم على ظهر الكرسي وعدم التمتع والتثاؤب وحركات السأم هي حركات هامة لتشجيع او اثباط همة المتحدث في الاستمرار في الحديث.

ب. تعبيرات الوجه: إن حركة الشفايف، خلجات الوجنتين والعيون والحواجب يمكنها ان تعطي تعبيرا يعزز المعاني التي يتحدث بها المتحدث اما بالنسبة للمستمع فنفس تعبيرات الوجه يمكنها ان تشجع او تثبط همة المتحدث في المضي في الحديث.

ج. المناخ والبيئة: ان مدى الراحة في الأثاث والجلسة والحرارة، الإضاءة والضوضاء ووضع المتحدث بالنسبة للمستمع ويمكنها ان تؤثر بصورة اة بأخرى مع كل من المتحدث والمستمع.¹

6. مراحل عملية الاستماع

1 حصة محمد آل مساعد، أحلام عبد السميع العقباوي، مرجع سبق ذكره، ص254 .

الاستماع (الانصات) لا بد أن يمر بعدة مراحل حتى يمكن إعتبره استماعا نشطا وفعال وليس مجرد سماع فقط بعض الباحثين يرى أنها أربع مراحل بينما يقسمها البعض الآخر إلى ست مراحل بشكل أكثر تفصيلا وهذه المراحل هي:

1. السماع hearing:

وهي مرحلة استقبال الصوت عن طريق الأذن، وهذه عملية فسيولوجية تلقائية لا يمكن اعتبارها استماعا مالم يبدأ المستمع في المراحل التالية لهذه المرحلة.

2. الفهم understanding:

مرحلة الفهم تعد أحد الفروقات الأساسية بين السماع والاستماع وتتضمن هذه المرحلة معالجة المعلومات وأوضح مثال على عملية فهم ما سمعناه هو قدرتنا على متابعة اتجاهنا وطريقنا للوصول لعنوان المكان الذي سمعنا وصفه من أحد أصدقائنا.

3. التفسير interpreting:

وفي هذه المرحلة يحاول المستمع أن يضع معنى للمعلومات التي تم استقبالها وذلك باختيار بعضها وربطه بالخبرات السابقة التي لديه، وفي العادة فإننا نستخدم كل حواسنا من أجل تفسير ما سمعناه.

4. التقويم Evaluating:

وفي هذه المرحلة يحتاج المستمع إلى تحليل الأحداث والتمييز بين الحقائق والآراء الشخصية، ويتم في هذه المرحلة الحكم على مدى حقيقة وصدقية العبارات التي يطرحها المتحدث ومدى تعارضها أو توافقها مع مآنعتده ونؤمن به من خلال عرض الآراء والمعلومات والحقائق التي يطرحها المتحدث للمساءلة عن مدى صحة وحقيقة هذه الأفكار.

5. الاستجابة Responding:

في هذه المرحلة يلجأ المستمع إلى سلوك كلامي أو غير كلامي لإعلام المتحدث أنه فهم أو أنه لم يفهم رسالة المتحدث، فمن السلوك الكلامي طرح سؤال أو تعليق على المتحدث لاستيضاح المعلومة التي تحتاج إلى وضوح أكثر مع الانتباه إلى أن مثل هذا السلوك الكلامي يجب أن لا يتم بطريقة تقطع استرسال المتحدث كما يمكن للمستمع أن يستخدم سلوكا غير كلامي كتحريك الرأس للإشارة بالموقف أو الرغبة في الاسترسال في الحديث أو في إشارة أخرى يرسلها المستمع للمتحدث ليوصل بها استجابة معينة، أن مثل هذه التغذية الراجعة كلامية كانت أو غير كلامية هي في غاية الأهمية للمستمع وكذلك للمتحدث.

6. التذكر Remembre:

المرحلة الأخيرة من مراحل الاستماع وهي تذكر واستعادة الرسالة التي تم استقبالها، وتشير الأبحاث إلى أننا نتذكر أقل من نصف الرسالة التي سمعناها قبل لحظات، ولكن وجد أنه بقدر الاستجابة التي نقوم بها عند استقبال الرسالة (المعلومات) يكون تذكرنا لها فعندما يشارك المستمع في الحديث يتذكر أكثر مما لو استمع فقط، والمشاركة يمكن أن تكون بطرح سؤال على المتحدث أو تدوين ملاحظات أثناء الاستماع أو حتى المشاركة في الحديث، كل ذلك يزيد من نسبة التذكر ويعد أحد استراتيجيات الاستماع النشط¹.

7. عوائق الاستماع:

هناك مجموعة من المعوقات التي تفقد الاستماع فاعليته يمكن اجمالها فيما يلي :

1 أحمد كردي، مقال بعنوان مهارات الاستماع والإنصات ، موسوعة الإسلام والتنمية، مرجع سبق ذكره.

- فقدان الإحساس بالمسؤولية لدى المستمع وفقدان الإحساس لأهميته كعضو أساسي ومشارك وفعال في عملية الاتصال
- فقدان الهدف: فالمستمع الذي يشعر أن الحديث لن يقدم له معلومات جديدة لن يشعر بأهمية الحديث ولن يشجع المتحدث على الاستمرار
- عدم الإعداد الجيد للحديث يجعل المستمع ينصرف عن الاستماع له.
- وجود عوائق ذهنية مثل عدم التركيز والسرحان وضعف الطلاقة اللغوية
- وجود عوائق مشاعرية مثل الضغط، والاجهاد، والغضب والتحيز.
- وجود عوائق بيئية مثل :
 - الضوضاء ،الجلسة غير مريحة أو عدم القدرة على تسجيل وتدوين ما تم الاستماع إليه
 - الاهتمام والتركيز في محاولة السيطرة على الطرف الآخر.
 - اللامبالاة وعدم الاهتمام بالمتحدث أو بموضوع الحديث.
 - السلوك النقدي المتشدد ضد المتحدث.
 - الاتجاه السلبي ضد المتحدث أو عدم قبوله أو عدم الارتياح له¹.
- عوائق ذهنية
 - كعدم التركيز والسرحان واستبعاد أجزاء من الموضوع الحوار.
 - فقدان الحيوية والتشويق نتيجة انشغال الفرد بأفكار تعوق قدرته على الإستماع.
- الضجر والملل:

1 حصة محمد آل مساعد، أحلام عبد السميع العقباني، مرجع سبق ذكره، ص.158.

اختلاف الأمزجة مما يؤدي إلى العزوف عن الاتصال اللفظي، وقد يكون هذا سبب
عدم الرغبة في الكلام أو النفور من المتحدث أو من طريقة كلامه.

- معوقات بيئية:

كالتشويش في بيئة الاتصال بسبب الفوضى وعدم الراحة في الجلوس أو عدم
القدرة على تسجيل وتدوين ما يتم الاستماع إليه¹.

1 بركان دليلة، مرجع سبق ذكره، ص.651.

المحاضرة رقم 13:

مهارة الكتابة في العلاقات العامة

1. مفهوم الكتابة:

تعرف الكتابة في العلاقات العامة بأنها عملية تحرير إعلامي يقصد به اعداد الرسالة الإعلامية التي تنتقل الى الجماهير عن طريق احد وسائل الاعلام أو من خلال الاتصال الشخصي المباشر بهدف تزويد الجمهور بالحقائق وتيسير عملية الاقناع.

ويشير د. عبد العزيز شرف : أن الكلمة المكتوبة او المنطوقة تمثل القاسم المشترك بين الأنماط التحريرية المختلفة وهي : التحرير الإقناعي والتحرير، التعبيري، والتحرير الإعلامي .

فالكتابة أداة أو وسيلة من وسائل التواصل باعتبارها ركن أساسي لهذه العملية التواصلية و على هذا الأساس فإنها: أداة منور و محكوم يعبر به الفرد عن أفكاره ومشاعره و احاسيسه المحبوسة.¹

2. أهمية الكتابة في العلاقات العامة:

تعد مهنة العلاقات العامة مهنة الإبداع وتحقيق الأصالة الذاتية للممارس، حيث أن ممارسي العلاقات العامة يكتبون للصحافة المطبوعة بكثرة فان انقائهم للمهارات الصحفية ولقواعد العامة والمتخصصة في الكتابة هو شرط اساسي لضمان نشر ما يكتبون في الجرائد والمجلات.

إن نشاط العلاقات العامة يمتد الى خارج الإطار العمل الصحفي المطبوع ليشمل وسائل الإتصال المسموعة والمرئية.

1 نبيل عبد الهادي عبد العزيز أبو خشن. مهارات في اللغة والتفكير، دار المسيرة للنشر والطباعة، ص.12.

وقد يطلب من ممارس العلاقات العامة أن يلقي محاضرة عامة أو أن يجري لقاء إذاعي لشرح جوانب معينة مرتبطة بالمؤسسة التي يعمل بها من أجل عرضها وتفسيرها للجماهير¹.

3. أهداف الكتابة في العلاقات العامة:

إذا كانت مهمة العلاقات العامة أن يجعل الاتصال بين المنظمة وجماهيرها ناجحاً وفعالاً، فإن بداية هذه المهمة أن يحدد الأهداف التي يسعى إلى الوصول إليها، فالأهداف هي التي تُشكّل الدوافع من وراء عمليات الكتابة التي يقوم بها، ثم أنها هي التي تثير له طريقه بوضوح وتساعده على التركيز في المهمة التي يقوم بها، فهناك عدد من المواصفات التي ينبغي أن تتصف بها أهداف الكتابة في العلاقات العامة، وهي تتنوع بتنوع الموضوعات التي تتناولها وهي مواصفات خاصة بالجماهير المستهدفة.

حيث يتمكن من التأثير والوضوح وإمكانية القياس والتقويم والوقت اللازم لتحقيقها وتدرج نتائجها ومدى تقدمها، فمن حيث التأثير، فإن كل الأهداف تسعى إلى التأثير على الجماهير المستهدفة، لكن ينبغي ألا تكون أهدافاً إنشائية وغير محددة، إنما ينبغي أن يحدد تماماً ما يراد بها والنتيجة المطلوب تحقيقها وأنها لا تركز على الوسائل والأساليب، إنما تركز على ما يطلب تحقيقه بهذه الوسائل والأساليب.

1 محمد محمد البادي ، فنون الكتابة في العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2018 ، ص.111.

ومن حيث الوضوح فإنه يجب أن تكون واضحة تماماً ومحددة تحديداً دقيقاً ولا غموض فيها، وموصوفة توصيفاً علمياً وبكلمات وعبارات لا تقبل اللبس أو التأويل، كذلك محددة لاتجاهاتها بالكيفية التي يمكن بها الإحساس بنتائجها في مواجهة ما تستهدفه من جماهير معينة، ومن حيث إمكانيات القياس فهي صفة هامة وأساسية وضرورية في مجال العلاقات العامة التي تعاني من أوضاع قلقة في المنظمات¹.

4. خصائص الكتابة في العلاقات العامة:

هنالك مجموعة من الخصائص أو السمات التي يجب ملاحظتها أو الاعتبار لها عند الكتابة، في جميع مراحلها سواء كانت (كلمات ، أو جمل ، أو نصوص) مثل :

- 1- أن تكون الجمل واضحة ومختصرة ويفضل ان تكون من 15-17 كلمة.
- 2- أن تكون الفقرة موجزة لاتتجاوز الفقرة من 6-8 اسطر وتحتوي على فكرة واحدة.
- 3- أن تكون الكلمات واضحة و بسيطة خاصة في حال (المترادفات) بالإضافة أن تكون مألوفة.
- 4- التوجه إلى القارئ باستخدام ضمير مفرد بالإضافة الى الأستشهاد بأمثلة مألوفة.

1 مهدي محمد حيدر صالح ، الكتابة في العلاقات العامة ، جامعة صنعاء ، كلية الإعلام ، 2020 ، ص 181.

5- إستخدام الأشارات الشخصية مثل الأسماء والألقاب والضمائر مما يجعل القارئ اكثر إنتباه (يلفت القارئ).

6- تبسيط الصياغات العلمية في الكتابة (لكي تتناسب مع الجمهور العام في الكتابة).

7- شرح المصطلحات الفنية وتفسيرها.

8- استخدام التدفق في الكتابة لتشويق القارئ.

9- اعادة كتابة الجمل وتحقق دقة الصياغة و توضيح الهدف من الموضوع¹.

5. خطوات الكتابة في العلاقات العامة:

- تحديد الجمهور المستهدف تحديداً دقيقاً، فكل جمهور الهدف من مخاطبته وليكن واضحاً أن الجمهور العام مصطلح لا يوجد في العلاقات العامة، فهي تتعامل مع جماهير نوعية عديدة، لكل منه مصالحه وحاجاته وأهدافه، من خلال تعامله مع المنظمة التي يرتبط بها سواء داخلها أو خارجها.

1 دحدوح منية ، مهارات الإتصال في العلاقات العامة جامعة 8 ماي 1945 قالمة، ص 76 ، مطبوعة بيداغوجية متاحة على الرابط: <https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/> ، (2023/04/15، 23:00) .

- تحديد المستويات الثلاثة للهدف وهي: الوعي، القبول، الالتزام، على أن تكون متتابعة ويمكن قياس ما يتحقق في كل منها ومدى كما يحدث من تقدم من مستوى إلى آخر.

- تحديد إتجاه الهدف، فهناك عدة اتجاهات تسير فيها الكتابة في العلاقات العامة، فقد يستهدف الكاتب خلق التأثير أو زيادته وتعظيمه أو المحافظة على ما تحقق منه، أو التقليل آثاره السلبية في أي اتجاه يريد السير فيه.

- تحديد ما يشير إلى الهدف في كل مستوى من مستوياته، بالكيفية التي تساعد في قياس نتيجة كل مستوى ومدى ما تحقق منه، ويعني المستوى الأول، وهو الوعي والالتفات إلى المعلومات الواردة في الرسالة ومحاولاته في فهمها والاحتفاظ بها، والمستوى الثاني يعني القبول، ومدى الميل إلى ما جاء في الرسالة واتخاذ موقف منها. والمستوى الثالث تبني الرأي أو السلوك الذي دعت إليه هذه الرسالة¹.

1 محمد محمد البادي، مرجع سبق ذكره، ص.150.

- قائمة المصادر والمراجع:

- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، ط4، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004.
- حسن الحلبي، مبادئ العلاقات العامة، بيروت، منشورات عويدات، 2001.
- مهدي زويلف، العلاقات العامة النظرية والأساليب، عمان، دار حنين، 1999.
- غريب عبد السميع غريب، الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة للنشر و التوزيع، الإسكندرية.
- ابراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، مكتبة الإنجلو مصرية، 1998.
- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، مرجع سبق ذكره.
- عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، د. ت.
- طارق يونس شريف، إدارة العلاقات العامة مفاهيم مبادئ وسياسات، دار إثراء للنشر والتوزيع، الشارقة، 2008.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
- بوحنية قوي، الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- عبد الناصر أحمد جردات، لبنان الشامي، أسس العلاقات العامة، دار اليازوري، عمان، 2009.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، دار الفجر، الإسكندرية، 2009.
- علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 1994.

- كلير أوستن، العلاقات العامة الناجحة، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، دار العربية للعلوم، 1998.
- موسى اللوزي، أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2010.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، دار جريير للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 19 محفوظ احمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، ط.4، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح قسنطينة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية، 2006-2007.
- فؤادة البكري، العلاقات العامة بين التخطيط و الاتصال، دار نهضة الشرق، القاهرة، 2001.
- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة، الأردن، 2011.
- محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- مصطفى عشوي، أسس علم النفس الصناعي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1992.
- صلاح الشتواني، التنظيم والإدارة في قطاع الأعمال، مؤسسة شباب جامعة 7 والإسكندرية.
- عمر محمد دره، مدخل الى الادارة، دار الباسل لنشر و التوزيع، حلب سوريا، 2009.
- فضيل دليو، الاتصال، دار الفجر للنشر، 2003.
- ناصر عبد الله، ناصر المعيلي، أهمية الاتصالات الإدارية والتنمية البشرية، دار المعرف، مصر، 1997.
- أحمد بخوش، الاتصال والعولمة، دار الفجر، الجزائر، 2008.
- بشير العلق، الاتصال في المنظمات العامة (بين النظرية والتطبيق)، دار اليازوري، الأردن، 2009.
- فانتن عوض الغزو، القيادة والإشراف الإداري، دار أسامة، عمان الأردن، 2010.
- حسين حريم، مهارات الاتصال في علم الاقتصاد وإدارة الأعمال، دار الحامد، عمان، 2010.

- أحمد ماهر ،كيف ترفع مهارات الادارية في الاتصال، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية،2004.
- صالح بن نوار، الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني والعشرين، 2004.
- محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة المدخل الاتصالي، دار الفجر للنشر والتوزيع مصر ،1995.(pdf)
- صبرينة، محاضرات في الاتصال المؤسساتي، متاح على موقع جامعة سطيف، <https://cte.univ-setif2.dz/moodle/course/view.php?id=148> (2023/05/29)، (10:00).
- محمد سليمان العيمان ،السلوك التنظيمي في المنظمات الاعمال، وائل للنشر، عمان، ط3، 2005.
- طارق المجذوب، الادارة العامة العلمية الادارية والوظيفة العامة والاصلاح الاداري، الدار الجامعية لطباعة والنشر، بيروت، 2000.
- محمد يسرى برهيم عبيس، الإتصال والسلوك الانساني، لبيطاش للنشر والتوزيع ،الاسكندرية، السلسلة 18، 1999.(pdf)
- ناصر قاسيمي ، الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية و تطبيقية ، ديوان المطبوعات الجامعية 2004.
- رفعت عارف الضبع، الخبر، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2011.
- جودة أحمد سعادة، تدريس مهارات التفكير مع مئات الأمثلة التطبيقية، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2003.
- دحوح منية ، مهارات الإتصال في العلاقات العامة جامعة 8 ماي 1945 قالمة، ص 76، مطبوعة بيداغوجية متناحة على الرابط: <https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/> (2023/04/15)، (23:00).
- بركان دليلة، مهارات الاتصال تحديات المسير الناجح، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 46، مارس 2017.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مهارات الاتصال في العلاقات العامة
سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة.....علوم الإعلام والاتصال

- أماني عبد الفتاح علي، مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية، مكتبة الانجلو المصرية: القاهرة، 2011.
- حمدي الفتاح شعبان، وظيفة العلاقات العامة (الاسس و المهارات، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات القاهرة، 2008.
- ماهر شعبان عبد الباري. مهارات التحدث العملية والاداء. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- حمد العبد ابو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع: عمان، 2014.
- احمد العبد ابو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع: عمان، 2014.
- ماهر شعبان عبد الباري، مهارات التحدث العملية والاداء، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- عبد الرزاق حسين، مهارات الاتصال اللغوي، مكتبة العبيكان، الرياض.
- عبد السلام هارون، البيان والتبيين للجاحظ، ط4.مكتبة الخانجي، القاهرة، ..
- بلال خلف السكارنة، مهارات الاتصال، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2015.
- أسامة زكي السيد علي، مهارات الاتصال الإنساني و الأكاديمي، دار أسامة للنشر و التوزيع ،الأردن، 2016.
- حصة محمد آل مساعد، أحلام عبد السميع العقباوي، مهارات الاتصال و التفاعل، عالم الكتب، مصر، 2011.
- نبيل عبد الهادي عبد العزيز أبو خشن مهارات في اللغة و التفكير، دار المسيرة للنشر والطباعة.
- محمد محمد البادي ، فنون الكتابة في العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2018 .

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مهارات الاتصال في العلاقات العامة
سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة.....علوم الإعلام والاتصال

- مهدي محمد حيدر صالح ، الكتابة في العلاقات العامة ، جامعة صنعاء ،كلية الإعلام ،
2020.

- دحدوح منية ، مهارات الإتصال في العلاقات العامة جامعة 8 ماي 1945 قالمة، ص 76،
مطبوعة بيداغوجية متاحة على الرابط : <https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/> (23:00 ، 2023/04/15) .