

## بحث بعنوان

### العلاقات العامّة والاتّصال الحديث

ميساء سالم عبدالرحمن القضاة

مُوظَّفة علاقات عامّة

إنَّ العلاقات العامَّة أصبحت مجال هام للغاية في المجتمع الإنساني فهناك العلاقات العامَّة الحكومية، والتجارية، والصناعية، والعسكرية، والسياسية ولكن كل هذه الأنواع والأقسام تجمعها فلسفة ومبادئ عامَّة واحدة و تستعمل العلاقات العامَّة في ممارسة نشاطها الاتِّصالي التسويقي وسائل الإعلام المتنوّعة وأهمها الاتِّصال الجماهيري، كما تستعمل وسائل الإعلام التي تصدرها بنفسها كمجلة المؤسسة، والمعارض والحفلات والمهرجانات، وهناك وسائل الاتِّصال الشخصي كالخطابية والمحاضرات العامَّة ومكاتب الاستقبال وغيرها، ومن أبرز هذه الوسائل المستعملة (الوسائل المباشرة، الوسائل المطبوعة، الوسائل السمعية البصرية).

**Abstract**

Public relations have become a very important field in human society. There are governmental, commercial, industrial, military, and political public relations, but all these types and sections are united by one general philosophy and principles. Public relations are used in the exercise of its marketing communication activity through various media, the most important of which is mass communication. The media that it publishes by itself, such as the Foundation's magazine, exhibitions, parties, and festivals, and there are personal means of communication such as rhetoric, public lectures, reception offices, etc., and the most prominent of these used means (direct means, printed means, and audio-visual means).

مع بدايات العصر الحديث المتقدّم ومع ازدياد تدفّق المعلومات وانطلاق ثورة الاتّصالات بدأت تتطوّر النواحي الاتصالية والإعلامية في المؤسسات العامّة والخاصّة بعد انفتحت الفضاءات فأصبح العالم في ترابط إعلامياً واسع و سهل و أصبح سهلاً وصول الرسالة للمتلقّي بسرعة فائقة في وقت أصبح فيه العالم غرفة صغيرة كما يقول المهتمون بقضايا الاتّصال الدولي. إنّ للتقنية آثارها في جميع ضروب الحياة - وقد ظهر التسابق الكبير بين المؤسسات لكسب ثقة الجمهور عبر الوسائط الإعلامية المتعددة والوسائل والرسائل.

إنّ أجهزة العلاقات العامّة بالمؤسسات على اختلاف مستوياتها الإدارية سواء كانت إدارة أو وحدة أو قسم أو شعبة فإنها تحتاج إلى مختصين في المجال لأنّ العلاقات العامّة أصبحت في الوقت الحاضر علم يدرس و له فروعه.

فقيادة عمل العلاقات العامّة أصبح يحتاج إلى حنكة إدارية مختصة في المجال حتى تستطيع القيام بواجبات المهنة كاملة وتحقق أهداف المؤسسات وأهمها التواصل والربط بين الجمهوريين الداخلي والخارجي وبين الإدارة العليا والجمهور الداخلي وفيما بين العاملين أنفسهم.

**العلاقات العامّة:** تعد العلاقات العامّة وظيفة إدارية متميزة تساهم في الإقامة والمحافظة على خطوط الاتّصال، الفهم، القبول، التعاون بين المنظّمات وجمهورها، وتساعد إدارة المؤسسة على أن تبقى محاطة علماً ومستجيبة لرأى الجمهور.

**مشكلة الدراسة :**

في سياق العلاقات العامّة والاتّصال الحديث، تتسارع وتيرة التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يطرح صعوبات جديدة ويفتح أفقًا واسعًا للبحث. المشكلة تتركز في كيفية تكامل استراتيجيات العلاقات العامّة مع التقنيات المتطورة لتعزيز التواصل الفعّال وبناء علاقات قوية. يعتبر فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا على نطاق وفاعلية العلاقات العامّة أمرًا حيويًا، و يحتاج البحث في مدى تأثير هذه العوامل على إدارة الاتّصالات وسياق العلاقات العامّة في العصر الحديث. تساؤلات حول كيفية تكامل التفاعلات الرّقمية، وكيفية استغلال وسائل التواصل الحديثة لتعزيز التفاعل وبناء الثقة تشكل أساس المشكلة، مما يجعلها موضوع بحث غني يستحق التفصيل والتحليل.

**أهداف البحث :**

1. فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي: استكشاف كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سياق العلاقات العامّة، وكيف يُمكن تحسين استراتيجيات الاتّصال لتكامل هذه الوسائل بفعالية.
2. تحليل دور التكنولوجيا في تطوير العلاقات: دراسة تأثير التكنولوجيا الحديثة في بناء وتعزيز العلاقات العامّة، وكيف يُمكن استغلال الابتكار التكنولوجي لتحسين فعالية التواصل.
3. تطبيق استراتيجيات الاتّصال الحديثة: تحديد كيفية تكامل استراتيجيات الاتّصال الحديثة، مثل البودكاست والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، في إطار العلاقات العامّة لتحقيق أهداف تسويقية واستراتيجية.

4. قياس تأثير العلاقات العامّة عبر الوسائل الرّقمية: \* تحديث وسائل قياس فعّالة لتحليل تأثير العلاقات العامّة عبر الوسائل الرّقمية، وفهم كيفية قياس التفاعل والمشاركة بشكل أفضل.

5. تعزيز الثقة والتفاعل: دراسة كيف يُمكن تعزيز بناء الثقة والتفاعل الإيجابي عن طريق استعمال وسائل التواصل الحديثة، مما يساعد في تحقيق أهداف العلاقات العامّة بشكل أفضل.

### أهمية البحث:

1. تطور التكنولوجيا وتأثيره على العلاقات العامّة: فهم كيف يُمكن استعمال التكنولوجيا الحديثة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والبودكاست، لتعزيز فعالية العلاقات العامّة والتواصل مع الجمهور بشكل أكثر فعالية.

2. تحسين تفاعل الجمهور: فتح آفاق البحث لتحليل كيفية تعزيز التفاعل بين العلامة التجارية أو المنظمة وجمهورها عبر وسائل الاتّصال الحديثة، مما يساعد في بناء علاقات أقوى ومستدامة.

3. قياس تأثير الحملات الرّقمية: فحص كيف يُمكن قياس تأثير الحملات الرّقمية على سمعة العلامة التجارية وتوجيه التفاعل الإيجابي، وتطوير أساليب فعّالة لتحليل البيانات.

4. تعزيز استراتيجيات الاتّصال الحديثة: توفير إشارات واضحة حول كيف يُمكن تحسين استراتيجيات الاتّصال باستعمال وسائل التواصل الحديثة لتحقيق أهداف العلاقات العامّة.

5. الابتكار وتطوير الصورة العامّة: فهم كيف يُمكن استعمال الابتكار و الاتّصال الحديث لتطوير صورة العلامة التجارية، وكيف يُمكن تحقيق التميّز في مجال العلاقات العامّة عن طريق التقنيات المتقدّمة.

### أسئلة البحث :

1. كيف يُمكن استعمال وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع الجمهور وبناء علاقات قوية في سياق العلاقات العامّة؟

2. ما هو دور البودكاست في تطوير استراتيجيات العلاقات العامّة، وكيف يُمكن أن يساعد في نشر رسالة العلامة التجارية بفعالية؟

3. كيف يُمكن تحليل تأثير حملات التسويق عبر وسائل التواصل الحديثة على صورة العلامة التجارية وتفاعل الجمهور؟

4. ما هو دور التكنولوجيا الحديثة في تحسين فهم الجمهور للعلامة التجارية وتعزيز التواصل الثقافي؟

5. كيف يُمكن توظيف استراتيجيات الاتّصال الحديثة للتعامل مع الصعوبات الإعلامية وإدارة الأزمات بفعالية في سياق العلاقات العامّة؟

أهداف العلاقات العامة في المؤسسة: <sup>1</sup>

دور العلاقات العامة لا يتوقف على التعريف بأنشطة المؤسسة بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور من أجل تطوير العمل بالمؤسسة.

وكما أنّ لها دور في تلبية رغبات وحاجات الجمهور الداخلي من نواحي متنوّعة وخلق صورة ذهنية طيبة للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي فإنها تعمل لتحقيق الأهداف التالية:-

- التعريف بنشاط المؤسسة وكسب تأييد الجمهور لهذا النشاط والرضا عنه البحث و حصد المعلومات وإجراء بحوث الرأي والاستطلاع و حصد المعلومات عن المؤسسات المنافسة ومنتجاتها و جماهيرها وكذلك معلومات عن المؤسسة ومنتجاتها.
- الاتّصال: توفير قنوات الاتّصال المناسبة في الاتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور ومن الجمهور إلى المؤسسة من خلال الاتّصال الشخصي أو الاتّصال الجماهيري.
- تخطيط برامج العلاقات العامة وتنفيذها: وذلك بوضع خطط وقائية وعلاجية لتحسين صورة المنشأة الذهنية لدى الجماهير وتقسيمها إلى خطط طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى
- التقييم: تقوم بتقييم برامجها وخططها تقييم قبلي وتقييم مرحلي (أثناء التنفيذ) وتقييم بعدي.
- التنسيق: تعد العلاقات العامة جهازاً تنسيقياً بين إدارات المؤسسة المتنوّعة وكذلك التنسيق بين المؤسسة وجماهيرها.

<sup>1</sup>- محمد عبدالفتاح محمد، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، أسس مبادئ، الإسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع، 1994م، ط 2، ص 25-36.

## أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:<sup>1</sup>

بما أنّ العلاقات العامة تعمل على كسب رضا الجمهور وتأييده لتحقيق مصالح مشتركة فإنّ الحاجة لا تتوقّف على المؤسسات التجارية بل تتجاوزها إلى المؤسسات العامة لأنّ الحكومات تعمل على رضا الشعب وتستمد قدرتها على الاستمرار في ممارسة سلطاتها على تأييد الشعب، فالقوى التي غيرت وجه العالم خلال أقل من قرن من الزمان أدّت إلى رفع مكانة الفرد وأهميته وتقليص قوة القادة وسيطرتهم فإنه فمن الضروري اليوم لأي قائد أن يحصل على قبول من يقودهم لقيادته وتأييدهم له.

## العلاقات العامة تبدأ من الداخل إلى الخارج:<sup>2</sup>

المقصود بذلك أنّ المؤسسة التي ترمي إلى الحصول على رضا الجمهور عليها أولاً أن تضمن رضا وثقة العاملين بها من عمال وموظّفين لأنّ هؤلاء إن كانوا سعداء في عملهم بالمؤسسة فإنهم يعكسون أثراً طيباً حولها عن طريق معاملتهم للناس في أثناء عملهم وكذلك في أحاديثهم عنها في علاقاتهم الشخصية وعلى العكس من ذلك فإنّ العاملين بالمؤسسة المتذمرين الساخطين بإمكانهم هدم برامج العلاقات العامة من أساسها بتصرفاتهم وأقوالهم التي من الممكن أن تترك أسوأ الآثار لدى الناس من حولهم، وتحقيق سعادة العاملين ورضاهم تأتي من خلال اتباع المؤسسة سياسات عادلة في التوظيف والترقية والتدريب والتنقّلات والإجازات وغيرها، لأنّ ذلك يعمل على

<sup>1</sup> محمود الحارث البخشومي، العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية 1989م، ص 29 26

<sup>2</sup> محمود جودة ناصر، الدعاية والإعلام والعلاقات العامة، مرجع سابق، ص 28

زيادة ثقتهم فيها ورفع كفايتهم في العمل بالإضافة لجعلهم قادرين على إعطاء المعلومات الصحيحة عن المؤسسة للجمهور الخارجي.

## الاتصال:

إنّ الاتصال في مفهوم العلاقات العامّة لا يعني فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات والأخبار لهم، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الاتصال المؤثّر الذي يترك أثراً نافعاً في نفوس المستقبلين والمشاهدين له، أنه يهدف إلى تحسين الرأي العام نحو المؤسسة ولا يتم ذلك إلا إذا كان ما ينقل من اتّصال هو شيء نافع وفعل ومؤثّر. ولكي يكون الاتّصال فعالاً فإنه من الضروري أن تتوفر فيه مجموعة من المحددات يُمكن حصرها فيما يلي:

- يجب أن تصمم الرسالة الاتّصالية وتعالج بطريقة تضمن جذب انتباه الجمهور المستهدف.
- يجب أن تستعمل الرسالة نوع الرموز والكلمات والصور ذات المعنى الموحّد المشترك بين المرسل والمستقبل.
- يجب أن تعمل الرسالة الاتّصالية على استشارة الحاجات الإنسانية لدى المستقبلين وأنّ نقتراح إمكانية إشباع هذه الحاجات.
- يجب أن تكون طرق اتساع هذه الحاجات الإنسانية متناسقة مع القيم الاجتماعية السائدة.

- مرسل الرسالة: يتوجب أن يسعى مرسل الرسالة إلى الوصول إلى الجمهور المعني بالذات بوسيلة صوتية أو بصرية أو بالاتنين وفي أوقات متقاربة حتى يستطيع أن يترك أثراً في الرأي العام.

- الرسالة الإعلامية:

يجب أن تحمل الرسالة فكرة ما وإن تكون الفكرة، محددة وواضحة وتهتم جمهوراً معيناً.

- مستقبل الرسالة: لن يتم الاتصال حتى تصل الرسالة إلى مستقبل الرسالة، وحتى يتسلمها ويصدر منه رد فعل معين، وبالطبع لا يصدر رد فعل إلا وفهمها ووثق فيها وصدقها، وكلما كان مستقبل الرسالة فاهماً وواثقاً بالرسالة كلما كان المستقبل راغباً مهتماً بالرسالة، وكلما استفاد منها وتجاوب معها بسرعة وحرص شديدين، و يؤدي الوقت دوراً مهماً في وصول الرسالة.

ينقسم الاتصال إلى:

- (1) اتصال مباشر: بمعنى أن يكون المرسل والمرسل إليه يتفاعلان وجهاً لوجه، ومن أمثلة ذلك الندوات والمحاضرات والاجتماعات.
- (2) الاتصال غير المباشر: كما الحال عند استعمال المرسل لأداة كالتليفون مثلاً لنقل رسالة إلى المستقبل تتناول موضوعاً يهم الطرفين.

**عناصر الاتصال:**

(3) إنّ عناصر الاتّصال يجب أن تجتمع لتحقيق الهدف الذي تهدف له المؤسسة وهي أربعة عناصر أساسية المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل.

(4) المرسل: هو الجهة التي تصدر منها الرسالة.

(5) الرسالة: المحتوى الذي يراد نقله من المرسل إلى المستقبل وتكون هذه الرسالة عبارة عن معلومات أو أفكار مطلوب توصيلها للمستقبل أو مهارات من الواجب أن يكتسبها اتجاهات سلوكية ينبغي إتباعها، وفي كل هذه الأحوال تكون الرسالة عبارة عن رموز للكتابة والكلام والرسومات والصور والأصوات... الخ. ولهذه الرموز دلالات خاصّة يتوقف فهمنا لها على مدى خبرتنا بها.

(6) هذا ويجب على كل صاحب فكرة أن يحدد مضمون رسالته وأسلوب تقديمها بحيث تناسب الوسيلة التي يستعملها لعرضها والجمهور الذي توجّه إليه و الغرض أو الهدف المراد تحقيقه.

(7) الوسيلة: لا بد أن يتحوّل مضمون الرسالة والرموز التي تدل عليها إلى صورة يسهل نقلها وتداولها فتتحول الأفكار إلى كلمات أو موجات صوتية أو ضوئية تنتقل بواسطة الخطب والأحاديث أو الندوات أو الصحف أو المجلات أو السينما أو الراديو والتلفاز أو النت حتى تصل الرسالة الجمهور الذي يستقبلها.

(8) المستقبل: هو الشخص أو الجماعة أو الجمهور الذي توجّه إليه الرسالة من المرسل بقصد توصيل المعلومات والآراء إليهم أو تعديل سلوكهم أو اتجاهاتهم، ولا يُمكن أن تتم عملية الاتّصال ما لم يتوافر وجود جمهور معين توجه إليه الرسالة. هذا يتأثر مضمون الرسالة

وطريقة عرضها ونوع الوسيلة التي يتم اختيارها بطبيعة الجمهور من حيث العمر والجنس والمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والخبرة السابقة والحالة الذهنية والنفسية.

## خاتمة

وفُرت الأدوات الإلكترونية المتطورة للعلاقات العامة فرصاً أكبر للوصول إلى الجماهير بشكل أسرع مما كان له أثر كبير في تطوير أدائها وقد ساهم موظفي العلاقات العامة على تحقيق التواصل مع الجمهور بشكل أكبر وأدق سواء بين العاملين داخل المؤسسة وجمهورها الخارجي لذا أصبحت شبكة الإنترنت وسيلة اتّصالية لا يُمكن الاستغناء عنها لممارسة العلاقات العامة.

## الدراسات السابقة

دراسة بن زرافة, كباي, & صليحة. (2022): تناولت الدراسة موضوع "دور تقنية الاتّصال الحديثة في إدارة أنشطة العلاقات العامة مؤسسة سونلغاز علي منجلي نموذجاً" حيث سعت الدراسة إلى التعرف على مختلف أنشطة العلاقات العامة الفاعلة في مؤسسة سونلغاز التوزيع علي منجلي وأبرز تقنيات الاتّصال الحديثة المنتشرة ودورها الرئيسي في وظيفة العلاقات العامة إضافة إلى التعرف على كيفية التوظيف الأمثل للمستخدمات التكنولوجية في إدارة أنشطتها ولتحقيق هذه الأهداف تمّ تبني المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا وتطبيق مراحلته على العيّنة القصدية التي قمنا باختيارها، كما شمل مجتمع الدراسة موظفي مؤسسة سونلغاز البالغ عددهم 43 موظفاً، ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ الاستناد على كل من الملاحظة البسيطة وتصميم إستبانه اشتملت على 3 محاور يندرج تحت كل محور 5 أسئلة، تمّ تحليل نتائجها باستعمال الأساليب الإحصائية الملائمة و قد توصلت الدراسة إلى أنّ مؤسسة سونلغاز تعتمد على الاجتماعات والندوات بشكل كبير ومن بين تقنيات الاتّصال المتطورة

الأكثر استخداماً الحاسوب والبريد الإلكتروني كما وصلت الدراسة إلى أنّ تقنيات الإتصال الحديثة لها دور مساعد في إدارة أنشطة العلاقات العامّة.

دراسة بوهيدل, & بن غضبان. (2014): أثرت التطوّرات الحديثة المتمثّلة في العولمة بنواحيها المتنوّعة، اقتصادياً إعلامياً تكنولوجياً في مهنة العلاقات العامّة وفي الصعوبات التي تواجهها والمهمات المناطة بها، حيث حدث تحول كبير في الاعتماد على وسائل بانث تعتبر تقليدية ولا تؤدّي الغرض المطلوب، فمع تشابك وتعقد الحياة المعاصرة بات أمر متابعة تطوّرات وظيفية العلاقات العامّة أمراً لا مفر منه للمؤسسات التي تضع أمام أعينها النجاح والاستمرار وتريد متابعة التطوّرات الحديثة لا سيما منها المؤسسات الاقتصادية التي تدرك دور التجديد وفعالية المبتكرات في تغيير مهام ممارسي نشاط العلاقات العامّة التي هي أمر ضروري للإطلاع على أوضاع العاملين بالمؤسسة وتقديم الدعم المادي والمعنوي لهم من أجل تقديم أفضل الخدمات والأعمال للمؤسسة وأهدافها للجمهورين الداخلي والخارجي فتصبح الجهاز الحيوي لتحقيق هذا الغرض والمؤسسات الجزائرية كغيرها ليست بمنأى عن التغيّرات المعاصرة وتعمل على تعايش اهتماماتها وهياكلها مع معطيات السوق الجديد الذي يشهد سيطرة التكنولوجيا على جميع مجالات الحياة، ومن هذا المنطلق وهذه الأهمية توجّهت دراستنا في التعرف على مدى وعي القائمين على العلاقات العامّة في مؤسساتنا الاقتصادية بأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتّصال الجديدة في مجال عملهم، وفيما إذا كان استعمالها يساعد في تطوير هذا النشاط بالفعل في مؤسستهم على خلفية مقولة ماكلوهان الوسيلة هي الرسالة وتبيّي نموذج انتشار المبتكرات الحديثة، وقد تمّ ذلك عن طريق دراسة ميدانية شملت كل من المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة، وشركة عتاد التكديس والحمولة وحدة جارمان مؤسسة سوناكوم بعين السمارة.

دراسة عامرة, عبد اللطيف, & بولكعيبات. (2022): سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامّة في المؤسسة الجامعية الجزائرية باعتبارها مُحرك ونشاط اتصالي يعمل على تحقيق الأداء المطلوب داخل المؤسسة ويضمن استقرارها واستمرارها وبعتر مؤشّر لنجاحها، ولمعرفة دور وأهمية تكنولوجيا الإتصال الجديدة في تفعيل وتحسين الأداء، اخترنا القيام بدراسة ميدانية بجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03، وقد استندنا في هذه الدراسة على نظرية انتشار المبتكرات لإلقاء الضوء على دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي داخل الجامعة، وباستعمال منهج دراسة الحالة الذي يهتم بدراسة كافة النواحي الخاصة بواقع أداء العلاقات العامّة بالمؤسسة الجامعية والتعرف على خصائصها واعتمداً فيه على أدوات حصد البيانات التالية: المقابلة واستمارة استبيان حيث اعتمدا على العيّنة القصدية واخترنا 74 مفردة من أصل 487 مفردة. وصلنا في الأخير إلى النتائج التالية: تبين لنا الدور الايجابي لتكنولوجيا الإتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامّة في جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة ويكمن هذا الدور الايجابي في تفعيل الإتصال الداخلي بين مختلف الكليات إضافة إلى تسهيل العمل وتحسين نوعيته الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الإتصال الحديثة العلاقات العامّة، الجمهور الداخلي، المؤسسة الجامعية

### النتائج :

تأتي نتائج البحث حول موضوع العلاقات العامّة والإتصال الحديث بإضاءة على العديد من النقاط الأساسية :

1. تأثير إيجابي على التفاعل والمشاركة: تبين النتائج أنّ استعمال وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الحديثة يعزز التفاعل والمشاركة مع الجمهور وتوفّر هذه الوسائل فرصاً للتواصل المستمر والتفاعل الفوري.

2. تطوير العلاقات القوية مع الجمهور: أظهرت النتائج أهمية استراتيجيات الاتّصال الحديثة في بناء وتعزيز علاقات قوية مع الجمهور ويُظهر الالتزام الرّقمي تأثيرًا إيجابيًا في تعزيز الولاء وفهم أفضل لاحتياجات وتنبؤات الجمهور.

3. تحسين صورة العلامة التجارية: تشير النتائج إلى أنّ استعمال وسائل الاتّصال الحديثة من الممكن أن يكون أداة فعّالة في تحسين صورة العلامة التجارية الابتكار والإبداع في استراتيجيات الاتّصال يساعدان في جعل العلامة التجارية أكثر جاذبية ومناسبة.

4. تحليل البيانات وقياس التأثير: يُشير البحث إلى أهمية تحليل البيانات المرتبطة بحملات العلاقات العامّة الرّقمية لقياس تأثيرها تقنيات القياس الفعّال تُتيح رؤية قيّمة حول فعالية الحملات وتوجيه التحسينات.

5. مواجهة الصعوبات وإدارة الأزمات: يُظهر البحث أهمية استعداد العلاقات العامّة للتغلب على الصعوبات وإدارة الأزمات عبر وسائل الاتّصال الحديثة. يظهر الاستجابة الفعّالة عبر الوسائل الرّقمية أهمية تكامل الاتّصال في مواقف الضغط.

#### التوصيات:

- ضرورة اهتمام الإدارة العليا بجهاز العلاقات العامّة و ما يقوم به من برامج و فعاليات.
- تخصيص ميزانية مالية كافية لدعم برامج إدارة العلاقات العامّة.
- اختيار العناصر العاملة في إدارة العلاقات العامّة من ذوى الكفاءة و الخبرة العلمية و العملية.
- ضرورة الاستعانة بخبرات محلية، وذلك لتحسين الأداء و تطوير سير العمل.
- التدريب الدائم لموظّفين العلاقات العامّة بالمؤسسة.
- استعمال وسائل و أدوات حديثة في التعرّف على آراء واتجاهات جماهير المؤسسة.

- ضرورة التنسيق المستمر مع وسائل الاتصال الجماهيري بهدف توصيل برامج العلاقات العامة إلى الجماهير.

### المصادر والمراجع

خزيم سالم الخالدي، (٢٠١٢)، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة: منظور حديث، الصورة والاتصال، مجلد ١، عدد ١، ص ٨٢-٩٥.

د. محمود خلوف. (2018). العلاقات العامة... وإسهاماتها في التعامل مع الأزمات والصورة الذهنية وصناعة الزعامة.

بن مازة، مسعودة، لحر، إيمان، بوبعة، & عبد الوهاب (مشرفاً). (2017). واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية (Doctoral dissertation).

رزان صلاح، (٢٠١٨)، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مقالة منشورة على مدونة موضوع، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <https://mawdoo3.com>، تمت الزيارة بتاريخ: ١١-٠٣-٢٠٢٣، الساعة: ١٠:٠٠ صباحاً.

أحمد مرسي أحمد، هـ. (2015). استراتيجيات الاتصال في العلاقات العامة الدولية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، 2015(1)، 463-479.

بابكر، حواء إسحق جبريل، & نهى حسب الرسول أحمد الحسن. (2021). دور الاتصال في العلاقات العامة في تنمية مهارات الإشراف الطلابي بالجامعات الحكومية 2017-2021 ولاية الخرطوم (Doctoral dissertation، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا).

آدم، & شرف الدين عبدالله حسن. (2017). الاتصال التنظيمي للعلاقات العامة وفاعليته في تطوير المؤسسات الحكومية (Doctoral dissertation، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا).

بدوي, فائزة محمد أبكر, & حسن محمد الزين مدني. (2019). العلاقات العامّة الحديثة ودورها في

تحقيق أهداف شركات التأمين (Doctoral dissertation, جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا).

بوطوقوة, الوافي, & صليحة. (2019). دور تقنيات الإتصال الحديثة في إدارة أنشطة العلاقات

العامّة.

الذير. (2021). استخدامات التقنية الحديثة في العلاقات العامّة. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام

والرأي العام, (1)4, 218-196.

بن زرافة, كبابي, & صليحة. (2022). دور تقنيات الإتصال الحديثة في إدارة أنشطة العلاقات

العامّة.

بوهيدل, & بن غضبان. (2014). أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتّصال الحديثة في مجال العلاقات

العامّة.

عامرة, عبد اللطيف, & بولكعبيات. (2022). دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة في تفعيل أداء

العلاقات العامّة بالمؤسسة الجامعية الجزائرية.