



دراسة لواقع العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسة الجزائرية بين تواجدها الأكاديمي وفقدانها الميداني
-دراسة ميدانية لإحدى مؤسسات القطاع الاقتصادي-
نورة بن وهيبة*

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف (الجزائر)، bnora_23@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/06/30

تاريخ القبول: 2022/05/05

تاريخ الاستلام: 2022/02/15

DOI : 10.53284/2120-009-002-038

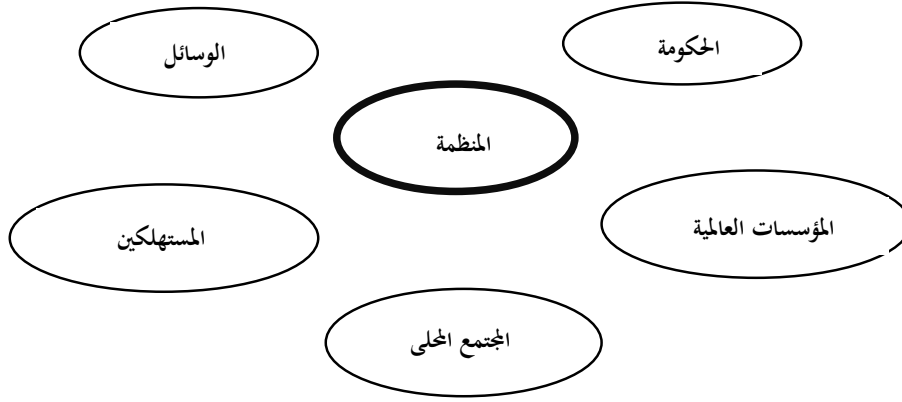
الملخص :

إن التواجد الأكاديمي لوظيفة للعلاقات العامة الالكترونية في جل القطاعات وبالخصوص القطاع الاقتصادي يعد من الركائز الأساسية التي تعمل على النهوض والارتقاء بالاقتصاد الوطني للدول. و على اعتبار أن الجزائر بمؤسساتها الاقتصادية تسعى إلى بذل العديد من المجهودات من أجل تحقيق التنمية الشاملة و المستدامة و توفير التجهيزات اللازمة و الضرورية من أجل تحسين هذا القطاع الاستراتيجي، فاليوم تحاول المؤسسات الجزائرية الاستناد إلى العديد من الأبحاث و الدراسات الأكاديمية التي تولي الأهمية إلى العالم الرقمي مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة التعامل مع المؤسسة الجزائرية في إطار البيئة و المحيط الذي تنتمي إليه من أجل الحصول على الكم الهائل من المعلومات و البيانات و التي من خلالها تستطيع المؤسسة أن تعمل في نوع من الأرباحية و تستطيع من خلالها تحقيق الأهداف الإستراتيجية و العملية. وعليه تحاول المؤسسة الجزائرية تبني العديد من الوظائف الهامة من أجل تحقيق هذا الغرض و من أهمها وظيفة العلاقات العامة الالكترونية التي تعاني العديد من الإشكاليات على مستوى توظيفها و تجسيدها ميدانيا . و عليه أصبح لزاما على المؤسسات الجزائرية كمؤسسة أرسيلور ميتال الجزائر أن تعمل على تحقيق الاتصال والتواصل الرقمي عن طريق العلاقات العامة الالكترونية من أجل ضمان الاستمرارية و الديناميكية على اعتبار أن هذه الوظيفة تعمل على:

- تحسين صورة المؤسسة على أساس ان الهدف الأساس هو تسيير سمعة المؤسسة. Conference call
- توفير قدر كبير من المعلومات الصحيحة حول موضوع معين لجمهور المؤسسة في الداخل والخارج.
- كسب الثقة وتحقيق الاستمرارية والتواصل مع كل هذه الأطراف على المدى الطويل
- تحقيق الانتماء والولاء المستمرين لجميع المتعاملين الموجودين في البيئة الداخلية والخارجية



الشكل رقم 01 : المنظمة في إطار النظم



البيان

المصدر: (راسم محمد الجمال وآخرون، 2005، ص61)

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الإلكترونية، نظم المعلومات، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المؤسسة الاقتصادية

Abstract :

The academic presence of an electronic public relations function in most sectors, especially the economic sector, is one of the main pillars that promote and improve the national economy of the countries.

In view of the fact that Algeria, with its economic institutions, seeks to exert many efforts to achieve comprehensive and sustainable development and to provide the necessary and necessary equipment to improve this strategic sector, Algerian institutions are now trying to rely on many research and academic studies that attach importance to the world. And taking into account the need to deal with the Algerian institution in the context of the environment and the environment to which it belongs in order to obtain the vast amount of information and data through which the Foundation can work in a kind of profitability through which you can Coordination and strategic objectives of the process.

Therefore, the Algerian institution is trying to adopt many important functions in order to achieve this purpose, the most important of which is the function of electronic public relations, which suffers from many problems at the level of employment and its embodiment on the ground.

The Algerian institutions, such as the Arcelor Mittal Foundation, must work to achieve digital communication and communication through electronic public relations in order to ensure continuity and dynamism.



1- مقدمة:

تعد وظيفة العلاقات العامة الالكترونية من الوظائف الهامة والاستراتيجية في كل المؤسسات، حيث تحرص هذه الأخيرة وفي إطار العولمة وإقتصاد السوق أن تكون من المؤسسات الرائدة في المجال الإقتصادي وأيضاً المعلوماتي خاصة وأن العالم اليوم يعيش تطورات سريعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

من هذا المنطلق تحاول المؤسسة الجزائرية بذل العديد من الجهود من أجل الارتقاء بالمستوى الإنتاجي البشري والمعلوماتي، وعليه استهدفنا في هذا المقال دور العلاقات العامة الالكترونية في مؤسسات القطاع الإقتصادي نظراً للدور الاستراتيجي الذي يلعبه هذا القطاع في الارتقاء بالإقتصاد الوطني للدولة الجزائرية.

إن مؤسسات القطاع الإقتصادي الجزائري تحرص اليوم على تبني العديد من الوظائف التي من خلالها تتم تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية والعملية، ولاسيما أنها تحاول إعادة التصميم العلمي لوظيفة العلاقات العامة الإلكترونية التي تعاني اليوم العديد من الاشكاليات على مستوى تطبيقها على مستوى تطبيقها في المؤسسات الجزائرية، فحسب زيارتنا الاستطلاعية والميدانية لبعض المؤسسات الجزائرية نجد أن القليل منها يحاول تبني هذه الوظيفة أما الأغلبية فإن وظيفة العلاقات العامة تعتبر مجموعة من الممارسات مجسدة في وظيفة الاتصال التنظيمي.

وعليه ونظراً لأهميتها تسعى المؤسسات الجزائرية الكبرى مثل سونلغاز، أرسيلور ميتال الجزائر العمل على تطوير العلاقات العامة ودمجها في إطار النظم المعلوماتية الحديثة لتصبح العلاقات العامة الإلكترونية والتي لها مكانها في السلم الهرمي، حيث تحدد أهدافها في تحسين صورة المؤسسة وكسب ثقة الجماهير الداخلية والخارجية وحتى تستطيع تحقيق المؤسسة الإقتصادية الجزائرية هذه الأهداف عليها الارتقاء بمستوى أفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم السوسيو مهنية والتركيز بشكل أساسي على مجال الإعلام والاتصال.

وعليه نطرح السؤال الرئيسي التالي: كيف يمكن الارتقاء بالعلاقات العامة الإلكترونية؟ وكيف تستطيع مؤسسات القطاع الإقتصادي الجزائري تحسيدها ميدانياً؟

2- تاريخية العلاقات العامة:

بالرغم من أنه كان استخدام العلاقات العامة بمعناها الحديث في بداية القرن العشرين إلا أن هذا لا يعني أن نشاط العلاقات العامة قد ولد مع بداية القرن القريب إذ تبين المسيرة الإنسانية أن هذا النشاط قديم قدم المدينة. (مهدي حسن زويلف، 2003، ص 13)

لقد امتازت حياة المجتمعات البشرية الأولى بالقساوة و بالصعوبة الشديدة في تعامل الإنسان في ذلك الوقت مع شتى مجالاتها ، هذا ما أدى به إلى ضرورة خلق فضاء للاتصال بالآخرين و أقامت علاقات معهم و مع أسرته وقبيلته.



و في إطار البحث التاريخي عن جذور العلاقات العامة وجد العلماء و بالتحديد في العراق آثارا لنشرات ترجع إلى 1700 ق.م ترشد المزارعين إلى كيفية زراعة أراضيهم، وفي مصر الفرعونية كانت الجهود تبذل لتحسين سمعة الحكام ووصف شجاعتهم.

لقد انتقل الأمر إلى الحكومات بدأ بأوروبا وأمريكا حيث أصبحت هذه الدول تستخدم العلاقات العامة لشرح سياستها والحصول على تفهم الشعب لها.

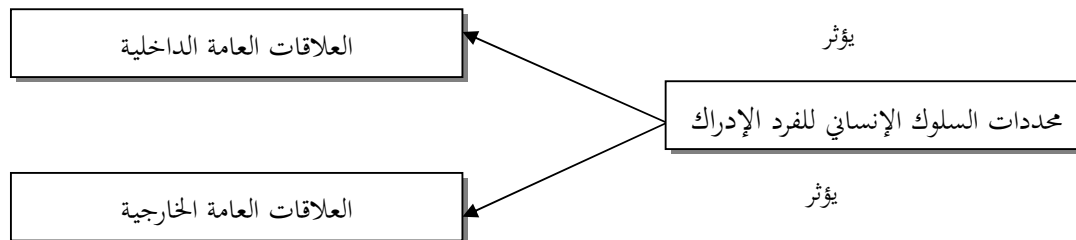
و تدريجيا خاصة مع مجيء الثورة الصناعية و إتباع أنشطة المؤسسات أصبح على هذه المؤسسات أن تحاول جاهدة كسب ثقة الجمهور سواء كان داخليا أم خارجيا خاصة الجمهور الداخلي للتقليص من حدة الصراعات القائمة من أرباب العمل والعمال وأصبحت العلاقات العامة تسير في اتجاهين معاكسين، الاتجاه الأول من المؤسسات إلى جمهورها للتعرف على مهمة المؤسسة و نشاطاتها وأهدافها.

أما الاتجاه الثاني فهو من الجمهور إلى المؤسسة و هذا من خلال نقل وجهة نظرهم و أفكارهم آرائهم إلى إدارة المؤسسة حتى تأخذ ذلك بعين الاعتبار.

ومن هنا أصبح لا يمكن للمنظمات الحديثة أن تزاو وظائفها بنجاح بدون الاهتمام بالعلاقات العامة وهذا الأمر أصبح شبه مؤكد على مستوى العالم، ويستشف من حجم الأموال المخصصة للإنفاق على هذا النشاط في المنظمات والتي تؤكد أن العلاقات أصبحت ضرورة وليس رفاهية. (عبد العزيز محمد النجار، 1993، ص 13)

3- محددات السلوك الإنساني للفرد و تأثيره على نوعية العلاقات العامة الالكترونية داخل المؤسسات

الشكل رقم 02 : محددات السلوك الإنساني للفرد و تأثيره على نوعية العلاقات العامة



المصدر: (من إعداد الباحثة)

3-1- التعلم الرقمي:

إن تعلم سلوك معين لا بد أن يتصف بالدوام وأن لا يكون تعلم عشوائيا من خلال احتياج الفرد بالضرورة إلى الممارسة و التكرار و الخبرة و هذه الأخيرة تلعب دورا كبيرا في عملية التعلم من خلال التراكبات لحصيلة من الخبرات والمعارف.



للتعلم تطبيقات عديدة في مجال الإدارة و يكفي أن نقول أن أي اكتساب للسلوك يحدث في مجال العمل هو نوع من التعلم و من أهم مجالات تطبيق مبادئ التعلم في الإدارة ما يلي :

- التدريب.

- تحرير السلوك. (أحمد ماهر، 1998، ص 124)

لقد ارتبط محدد التعلم بمدى تنمية العلاقات العامة خاصة الداخلية معها وهذا من خلال عنصر التدريب حيث يكمن هذا الارتباط في إمكانية إيجاد الصيغة التوافقية بين هدف التدريب في حد ذاته و بين الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة و هذا لن يكون إلا عن طريق توجيه كل المعارف والمهارات لتحقيق أهداف المؤسسة و هذا يظهر من خلال مستوى من يتدرب

ومعرفة خلفيته حيث تساهم هذه المعرفة في تحسين العلاقة بين المدرب والمتدرب في استخدام العديد من الحوافز للعمال المتدربين لإثارتهم وتشجيعهم على عملية التدريب و في هذا المعنى تتحقق تنمية حسنة للعلاقات العامة الداخلية.

3-2- الدافعية:

إن الأداء الإنساني يمكن تعريفه أساسا على أنه يتحدد بمستوى الدافعية **Motivation** والقدرة **Ability** وتفاعلهما معا تعطي :

$$\text{الأداء} = \text{الدافعية} \times \text{القدرة}$$

و الدافعية تمثل عاملا هاما يتفاعل مع قدرات الفرد ليؤثر على سلوك الأداء الذي يديه الفرد في العمل و هو تمثل القوة التي تحرك وتستشير الفرد هي يؤدي العمل و هذه القوة تعكس في كتابه الجهد الذي يبذله الفرد و في درجة مثابرته واستمراره في الأداء، و في مدى تقييمه لأفضل ما عنده من قدرات ومهارات في العمل. (محمد سعيد أنور سلطان، 2003، ص 119 ، 120)

يعد محور الدافعية مهم جدا فيما يخص تنمية العلاقات العامة الداخلية سيما إذا أدركت الإدارة قيمة هذا المحور داخل المؤسسات.

يؤمن ميرزبيرج **Frederick herzeberg** بأن المؤسسات العاملة في المجالات الصناعية والتجارية في إمكانها أن تصبح قوة هائلة شرط أن تحرر نفسها و تحرر العاملين فيها من عبودية الأرقام تم التزامها بالتوسع الابتكاري في أدوار الأفراد في تلك المؤسسات. (Gerry , Johnson , 2002, p 129)



من خلال ما قدمه **Herzeberes** نجد أن الدافعية هي عملية مرتبطة بالإبداع والابتكار فإذا أتاحت الإدارة الفرصة أمام العاملين معها لخلق روح المبادرة والإبداع والابتكار فحتما سوف تتطور و العلاقات العامة الداخلية و بالتالي تتكون علاقة إيجابية بين الإدارة وجمهورها الداخلي

3-3- بيئة المؤسسة:

إن بيئة المنظمة بصفة عامة مهما كانت داخلية أو خارجية تمثل مجموعة بين التأثيرات المتنوعة و الإشكال الأساسي لا يتمثل في معرفة ماهية هذه المؤثرات البيئية بل كيفية التشخيص و فهم حقيقة هذه المؤثرات على عمل المنظمة. (صالح مهدي لحسن العامري وآخرون، 2007، ص 114)

على أساس هذه الفكرة نستطيع القول أن الأفراد داخل المؤسسات هم معرضين لحملة من التغيرات البيئية الداخلية وحتى الخارجية و هذه التغيرات والتأثيرات تترك حتما بصفات في سلوك الفرد تجعله يترجم هذا السلوك بمجموعة من الأفعال التي تنعكس بدورها على بناء علاقاته بالإدارة سواء كانت إدارة المؤسسة أو الإدارة العليا، و هذا من خلال بناء علاقات إستراتيجية تجمع الطرفين مع الإدارة العليا و العمال .

إن منظمات الأعمال لا تعمل في فراغ و إنما تعتبر أنظمة اجتماعية مفتوحة على بيئة خارجية فمنها الكثير من العناصر التي يمكن أن تشكل مؤثرات توجه سلوك المنظمة باتجاه آخر.

من هنا يستطيع عنصر البيئة التأثير بطريقة أو بأخرى على تنمية وتحسين العلاقات العامة الداخلية والخارجية، و بتركيزنا على العلاقات العامة الداخلية يتم ربط بيئة المنظمة بالمناخ التنظيمي **Organisation Climate** حيث يعرف الباحثون هذا الأخير بأنه عبارة عن مجموعة من الاعتبارات والعوامل المتعلقة ببيئة العمل **Work Environnement** التي يدركها العاملون في هذه البيئة و هي قوة كبرى في التأثير على سلوكهم الوظيفي و تتضمن هذه العوامل الهيكل التنظيمي المنافسة و المسؤولية المساندة و التأييد نظم المكافآت و العقوبات، معايير الأداء. (محمود يوسف وآخرون، 2000، ص 105)

3-4- إشكالية تنمية العلاقات العامة الإلكترونية داخليا:

تنطلق أساسا في دراسة سلوك الأفراد داخل المؤسسات و من خلال تشخيص و فهم أهم المحددات التي تحكم هذا السلوك من أجل الوصول إلى فهم ردود أفعالهم اتجاه مجموعة السياسات الاستراتيجية التي تصنعها المؤسسة بهدف التأثير في اتجاهاتهم لصالحها و لصالح تحقيق أهدافها و ضمان استمرارياتها خاصة نعيش اليوم ثورة علمية في جميع المجالات الاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية والسياسية فكل هذا ينطبق أيضا على المؤسسة فحتى تضمن بقائها في دنيا الأعمال عليها أن تبدأ بتنمية المورد البشري و الاهتمام بسلوكه بفهمها لسلوك الفرد و تصرفاته داخل التنظيم تستطيع المؤسسة التحسين من علاقاتها الداخلية وهذه الأخيرة تؤدي إلى تحسين العلاقات الخارجية.

إن التحليل السلوكي للعلاقات العامة داخل المؤسسة مرتبطا ارتباطا وثيقا بسلوكيات الأفراد.



هذه الأخيرة متعددة الجوانب والمفاهيم، تجمع بين الجوانب البيولوجية المعنوية الشعورية، التعددية، المادية فإذا استطاعت المؤسسة إدارتها تحقيق التوازن الداخلي بين كل هذه الجوانب، من الممكن أن تنجح في تحقيق التكيف والتأقلم مع محيطها الخارجي. (Nicole Coté, 1986, p6)

3-5- الاتصال في إطار العلاقات العامة داخل المؤسسات:

إن الاتصال في مفهوم العلاقات العامة لا يعني فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات و الأخبار لهم، و لكنه يتجاوز هذه المرحلة نقل الاتصال المؤثر الذي يترك أثرا طيبا في نفس المستقبلين و المشاهدين له، و لن يتم ذلك إلا إذا كان ما ينقل من اتصال هو شيء مفيد وفعال و مؤثر. (جميل أحمد خضر، 1998، ص 139)

إن الاتصال يدعم عملية العلاقات العامة الالكترونية من خلال الدور الذي يؤديه في خلق التجديد والإبداع الذي يمكن ملاحظته من خلال تطوير المعلومات الخاصة بالموارد البشرية التي لها الدور الفعال في التغيير نحو الأحسن والأفضل إذا ما أحسنت إدارة المؤسسات التعامل معها عن طريق تحديث العديد من النظم في مجالات مختلفة كنظام التدريب وكذلك نظام الترقية وتنمية المسارات المهنية، وكلها سوف تعمل أكيد على تشجيع فكرة الادارة الالكترونية مع المساهمة في تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة، وهذا لن يتحقق إلا من خلال عملية التطوير في أنماط السلوك التنظيمي في إطار ثقافة تنظيمية محفزة على التغيير ومشجعة له .

4- الإدراك الجيد بمدى ضرورة الانتقال من العلاقات العامة العادية إلى العلاقات العامة الالكترونية

مع تبني العولمة الالكترونية وتكنولوجيات العلام والاتصال، أصبح من الضروري الانتقال بالوظائف الادارية في المؤسسات إلى وظائف إلكترونية في إطار الادارة الالكترونية.

وعليه أصبحت العديد من المؤسسات الحديثة اليوم تحاول مواكبة العديد من التغيرات التكنولوجية وانتقلت بالعلاقات العامة من الوظيفة العادية إلى الوظيفة الالكترونية

- العلاقات العامة الالكترونية هي نشاط يستهدف تحسين صورة المؤسسة في إطار تكنولوجيا الاعلام والاتصال .

- ان الهدف الأساس هو تسيير سمعة المؤسسة. **Conference call**

- العلاقات العامة تهدف بالدرجة الأولى إلى توفير قدر كبير من المعلومات الالكترونية الصحيحة حول موضوع معين لجمهور المؤسسة في الداخل و الخارج.

لقد أضحت العلاقات العامة الالكترونية جزءا من الإدارة وأن ممارسة وإدارة هذه الوظيفة تستند ليس فقط على توفير و تجميع المعلومات في المجال الاتصالي و لكن أيضا تستند إلى أسس و خلفية في مجالات عديدة اقتصادية، إدارية، تسويقية،



إنتاجية، والمعلومات المتحصل عليها على مستوى كل هذه المجالات يؤدي حتما إلى تحقيق الأهداف على مستوى قسم الاتصال بصفة خاصة وعلى المستوى المؤسسي بصفة عامة.

- تهدف العلاقات العامة إلى إقناع الجماهير المتعاملة مع المؤسسة بضرورة تغيير وتعديل آرائها فيما يخص هذه المؤسسة وأيضا تغيير سلوكياتها اتجاه موضوع معين أو قضية مرتبطة ارتباطا وثيقا بنشاط هذه المؤسسة

4-1- العلاقات العامة الالكترونية في القطاع الاقتصادي

إن واقع المؤسسات الاقتصادية يفرض العديد من التحديات والرهانات والمملوءة بالعديد من المخاطر والتحديات وفي هذا الصدد يقع على عاتق مسؤولي المؤسسات الاقتصادية تبني تفكير استراتيجي قائم على ضرورة تواجد وظيفة العلاقات العامة الالكترونية ميدانيا و تجسيدها واقعا من اجل السيطرة على الأحداث المختلفة في ظل المتغيرات البيئية، الداخلية والخارجية بهدف إحداث قدر من التكيف بين سياسات المؤسسة واتجاهات وآراء الجماهير المختلفة الداخلية منها والخارجية. وعلى اعتبار أن تبادل المعلومات مع البيئة هو الأساس الذي تبنى عليه حياة هذه المؤسسات . يأتي دور العلاقات العامة الالكترونية للاضطلاع بعدة مهام:

- رصد ما يحدث في البيئة من تطورات وأحداث و جمع المعلومات عن الفرص والتحديات التي تواجه المؤسسة.
- القدرة على تحليل و فهم وتغيير المعلومات وجمعها وتصنيفها من المهم إلى الأهم.
- محاولة توقع اتجاهات التغيير في البيئة لتحديد ما يساعد المؤسسة و يمنحها فرصا أو ما يؤثر عليها سلبا و يمثل لها تحديات و مخاطر.

4-5- التواجد الأكاديمي و النظري لوظيفة العلاقات العامة الالكترونية و فقدانها ميدانيا

لا يخلو أي مجتمع في العالم من وجود الصلات المختلفة من القرابة واعتبارات المجاملة والمصالح والمنافع المتبادلة وعلى نفس الوتيرة تكاد لا تخلو أية مؤسسة مهما كان نشاطها واختصاصها من صلات العمل والمصالح والتعامل مع الآخرين، والتي قد تتوسع بمرور الزمن انسجاما مع التقدم والتطور في كافة المجالات وزيادة حجم الإنتاج و توسع الأجهزة الإدارية والمالية والاقتصادية والخدماتية في أغلب الدول في عالم اليوم. وفي ظل هذه الظروف والعوامل، تبرز أيضا حاجات الجمهور المتعامل أو المستفيد من أنشطة المؤسسات بهدف الوصول إلى الغايات و الأهداف المرجوة.



إن المؤسسات لا يمكن أن تحقق أهدافها بدون التعاون الإيجابي من قبل جماهيرها الداخلية والخارجية، ولكي يتحقق ذلك التوافق بين الطرفين، لابد أيضا من إيضاح صورة المؤسسة للجمهور في ذات الوقت الذي يجب على المؤسسة التعرف على حاجات ومتطلبات الجمهور وآرائه المختلفة سيما التي لها علاقة بالمؤسسة. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2005، ص13)

5-1- الأسس النظرية لوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسات :

تأسس العلاقات العامة كوظيفة إدارية داخل المؤسسات من خلال مجموعة من المؤشرات: (جميل احمد خضر، 1998، ص 28)

- عملية مخططة :
- إن العلاقات العامة نشاط مخطط وهادف لتحقيق أغراض محددة.
- المسؤولية الاجتماعية:
- إن العلاقات العامة ليست نشاطا أنانيا يخدم مصالح المؤسسة فحسب، ولكنه بنفس القدر يوازن بين مصالحها ومصالح جماهيرها والبيئة المحيطة بها.
- اتصال ذو اتجاهين:
- يتضمن بث برامج إعلامية وتقبل وجهات نظر الرأي العام الجماهيري في نفس الوقت .
- الصدق و الأمانة:
- العلاقات العامة تبنى على الصدق وتبتعد من الغش والتزوير .
- الأداء الجيد:
- ينبغي للمؤسسة أن تسعى لكسب ثقة الجماهير وقبولهم لها من خلال سياساتها الجيدة وترجمة تلك السياسات بالأداء الجيد إلى أعمال مفيدة تنال قبول الجماهير .

5-2- الأهداف المسطرة للعلاقات العامة الالكترونية داخل المؤسسات: (نظريا و ميدانيا)

تختلف أهداف العلاقات العامة العادية والالكترونية من منظمة لأخرى، ومع ذلك نجد أنه من الضروري تحديد تلك الأهداف للأسباب التالية:

- إن الأهداف تعكس الفلسفة التي تقوم عليها الإدارة.
- تحدد الأهداف الاتجاه العام للمجهودات الجماعية.
- تعتبر الأهداف بمثابة دافع لكل فرد في المجموعة للقيام بالعمل.
- تسهل الأهداف عمليات عديدة منها التنسيق، الاتصال، التخطيط والتغيير التنظيمي.



باعتبار أن المؤسسة تحتوي على الأهداف العامة التي تربط الإدارة بعمالها والأهداف الخاصة بكل فرد وبما أن المؤسسة تعتبر كمجتمع مصغر تسوده العلاقات والتفاعلات المهنية والإنسانية، وبالتالي فعلى الجميع تحقيق ذلك التفاعل الإيجابي من

أجل الوصول إلى التغيير الحسن وتفادي الصراعات والنزاعات التي تحد وتقلل من فكرة التغيير الإيجابي، وانطلاقاً من ماهية العلاقات العامة حسب ما تراه منظمات الأعمال يمكن تحديد أهداف العلاقات العامة على النحو التالي :

أهداف العلاقات العامة الالكترونية على المستوى التسويقي: (عبد العزيز محمد النجار، 1993، ص 13)

- إيجاد نوع من التعاون بين الحكومة وأجهزتها المختلفة مع الصحافة باعتبار أن هذه الأخيرة هي مرآة الرأي العام والمجتمع.
- السعي الدؤوب نحو كسب رضا وتأييد المواطنين حتى يمكن تحقيق نوع من التعاون والتنسيق بين الحكومة ومواطنيها .
- القيام بشرح وتفسير القوانين والأنظمة الجديدة للمواطنين لمعرفة أسباب حدوث تغييرات على العديد من المستويات خاصة منها الاجتماعية والاقتصادية والسياسة.

أهداف العلاقات العامة الالكترونية على المستوى منظمات الأعمال: (محمد الصيرفي، 2005، ص 10)

- إحداث نوع من الاتصال ذي الاتجاهين بين المنظمة وعمالها بما يمكن الأولى من إعلام العملاء بسياساتها العامة ويمكن للعملاء من إيصال رغباتهم.
- الاهتمام برغبات وحاجات العاملين في المنظمة من كل زاوية.
- تشجيع و تنمية التعاون بين مختلف الإدارات والأقسام بالمنظمة وبين الإدارة العليا، مما يؤدي إلى توفير المعلومات وعدم التردد في تقديم النصح والمشورة، وعليه ومن المؤكد أن كل هذه الأهداف المذكورة أعلاه تكاد تكون بمثابة القاعدة التحضيرية والخلفية السليمة والعلمية والصحيحة، تبنيها المؤسسات من خلال تبني العديد من الوسائل الاتصالية القوية والحاملة لصدى قوي وكبير من طرف العديد من أفراد المجتمع المتعاملين بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مع المؤسسة سواء كان على الصعيد الداخلي أو الخارجي، ومن الأفضل أن يكون على المستويين معا.
- فإذا احتاجت المؤسسة إلى اللجوء إلى تغيير تنظيمي في مجموعة من المجالات، فأكد أنها ستجد القاعدة الصلبة والاستعداد الفكري والنفسي والإنساني والمادي من أجل تقبل هذا التغيير بشكل صحيح وبالتدريج.

العلاقات العامة تعمل على ترشيد القرارات الإدارية: (زهير عبد اللطيف عابد وآخرون، 2014، ص 152)

على الرغم من أن اتخاذ القرارات الإدارية تصدر من فرد واحد، إلا انه يعتبر عملية جماعية.

ووفقاً لهذه التفرقة، فإن هدف العلاقات العامة يتمثل في: (RIGGE, 1982, P P4, 5)

- العمل على تحقيق المصالح المشتركة لكل من المنظمة والأطراف المرتبطة بها.



- العمل على جعل القرارات مقبولة من جانب المعنيين بها وذلك من خلال حرص العلاقات العامة على ان يكون القرار داخل إطار إنساني.
- توفير المعلومات والبيانات ذات الطابع الانساني للمعنيين بالقرار سواء رجال الإدارة أو المنفذون أو الجماهير الخارجية للمنظمة.
- إن الادارة والمديرين في منظمات الأعمال العامة والخاصة تواجه مجموعة من التحديات التي تعرضها سمات وخصائص القرن الحالي (القرن 21) ومن أهم هذه التحديات: (سيد احمد جاد الرب، 2005، ص1)
 - شدة المنافسة العالمية.
 - الطلب المستمر على الجودة من قبل العملاء .
 - تغيير التكنولوجيا بمعدلات سريعة ومتلاحقة .
 - تحديات البيئة الاجتماعية والثقافية مثل حماية البيئة من التلوث وقبول المسؤولية الاجتماعية بين الشركات الكبرى، أو ما يترتب على ذلك من تخفيض الحجم والتكاليف والأسعار .

5-3- التخطيط في ميدان العلاقات العامة الإلكترونية:

إن أهم مؤشر والذي يتأس كل المؤشرات المرتبطة بوظيفة العلاقات العامة الالكترونية هو مؤشر التخطيط، حيث أن هذا الأخير يحتل المراتب الأولى في الوظائف الإدارية والمعامل عليه كثيرا، فمن خلال التخطيط نستطيع التعرف على الملامح العامة والخاصة للمؤسسة.

إن التخطيط عبارة عن اختيار بين البدائل التي تتاح مستقبلا بما يناسب المنظمة ككل وما يناسب على الإدارة من إدارتها الفرعية، ويمكن أن نوجز نشاطات وظيفة التخطيط باختصار بالإجابة عن الأسئلة التالية: (جمال الدين لعويسات، 2005، ص 51)

- ماذا ستقوم المنظمة بعمله ؟ (What)
 - متى ستقوم به (when)
 - كيف ستقوم به ؟ (how)
 - من سيقوم به ؟ (who)
- فالتخطيط يضمن وضع الأهداف والمعايير، تطوير القواعد والإجراءات، وضع الخطط وتوقع الأحداث المستقبلية القريبة. (خالد عبد الرحيم الهيثي، 2005، ص 30)



وعليه فالتخطيط قائم على التنبؤ بالمستقبل وهو من بين الوظائف الأساسية للمؤسسة. (Jean Claude TARONDEAU, 2001 , P 173)

لقد تدخل التخطيط في ميدان العلاقات العامة، فرغم صعوبته يعد أحد الضروريات اللازمة في أي إدارة ناجحة، وخطة المشروع هي تحديد لكل العوامل والقوى والعلاقات التي تتدخل فيه والمطلوبة من أجل وضع حلول لمشكلات المشروع. (صديق محمد عفيفي، 2003، ص 110)

فبعد القيام بالبحوث اللازمة ومعرفة مشاكل واتجاهات الجماهير، تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد خطط عامة وبرامج تفصيلية لكل هذه المشاكل.

وعليه، ونظر لأهمية مهمة التخطيط في عالم المؤسسات والأعمال، التي لم تعد فقط موجودة ومجسدة في الهياكل والوظائف الإدارية فحسب، بل تبتتها وظيفة العلاقات العامة وجعلتها المهمة الرئيسية لها من أجل مساعدتها في تحسين صورة المؤسسة وربط هذه الأخيرة بالمحيط الداخلي والخارجي من خلال تصميم خطة للعلاقات العامة منظمة ومتناسقة ومحقة للأهداف الاستراتيجية والعملية.

وتبقى عملية التخطيط في مجال العلاقات العامة الالكترونية تعتمد على الاختيار المرتبط بالحقائق ووضع واستخدام الفروض المتعلقة بالمستقبل عند تصور وتكوين الأنشطة المقترحة التي يعتقد بضرورتها ونتائجها المنشودة، وعليه يصبح التخطيط من العلاقات العامة مرتبطا ارتباطا وثيقا بتحديد أهداف المشروع والطرق اللازمة لإرشاد الأشخاص هو قيامهم بنشاطات لتحقيق هذه الأهداف بسهولة ويسر .

من الممكن القول أن عملية التخطيط في ميدان الإدارة بصفة عامة، أو في ميدان العلاقات العامة نجد أنها تبقى دائما مرتبطة بتحقيق الأهداف وتحسين العلاقات وتحقيق فكرة التغيير داخل المؤسسات، وأيضا بالاهتمام بالناحية المستقبلية من خلال تحديد مصير المؤسسة على المستويات المختلفة البعيدة، المتوسطة والقريبة.

فسواء ارتبط التخطيط بالإدارة أو بالعلاقات العامة، فهو من المؤكد أن يكون متصلا بالاستراتيجية العامة للمؤسسة كون هذه الأخيرة عبارة عن أسلوب التحرك لتحقيق الميزة التنافسية ولمواجهة التهديدات أو الفرص البيئية و الذي يأخذ في الحسبان نقاط القوة والضعف و القوى الداخلية للمشروع سعيا لتحقيق رسالة ورؤية و أهداف المنظمة. (أحمد ماهر، 2007، ص 20)

6- التخطيط في ميدان العلاقات العامة الالكترونية



إن التخطيط هو أيضا التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية المؤثرة في المؤسسة وتحديدتها يجب عملية للتكيف مع هذه الاتجاهات. (نادية العارف ، 2001، ص 35)

يمكن العلاقة بين التخطيط والتنبؤ من خلال:

- التنبؤ forecasting هي تقنية رؤية المستقبل fusion of the futur ووضع الفرضيات التي ترصد تطورات وأحداثه، والتنبؤ هو عامل أساسي من عوامل التخطيط خاصة إذا أنت نتائج التنبؤ مطابقة لواقع و تطورات المؤسسة المستقبلي، وضمن الفترات الزمنية المخطط لها. (حسن إبراهيم بلوط، (د.س)، ص ص141-142)
- إن هذه الفترات الزمنية المذكورة سابقا تشكل بعدا أساسيا واستراتيجية في عملية التخطيط، بالإضافة إلى أبعاد أخرى تمثل الركائز الأساسية في هذه العملية من أبعاد وظيفية و أخرى إدارية.

7- العلاقات العامة في القطاع العام (نظريا وميدانيا) المؤسسة الجزائرية نموذجا.

غالبا ما تبدو صورة الموظف التقليدي كصورة البيروقراطي المخيف المحصن خلف أنظمة صارمة والمدقق الموجه سبابة الانتقام نحو مأجور، هو دائما على خطأ لأنه لم يراع القوانين مراعاة تامة في ملئه الأوراق أو لأنه نسي وثيقة هامة في ملفه، أو لأنه تجاوز المهلة التي أعطيت له. (شوميلي وهوسمان، 1980، ص 62)

إن هذا المنظور هو جد كلاسيكي وقديم، بالنسبة لدور العلاقات العامة في القطاع الحكومي أو القطاع العام، وهذا راجع إلى السيطرة والصرامة التي كانت تفرضها الدولة أو الحكومة على مؤسساتها والتدخل الكبير في أساليبها واحتياجاتها وأهدافها، فكانت تطبق ذلك التخطيط الاستراتيجي من خلال العديد من التقنيات الكلاسيكية، لكن اليوم المؤسسة الحديثة تعلم العديد من الأشياء .

من المعلوم اليوم أن أية مؤسسة عمومية لا يمكن لها أن تشق طريقها بنجاح وأن تحقق رسالتها وتلبي حاجاتها وحاجات جمهورها الآن أدركت أهمية علاقاتها مع الحكومة (السلطتين التشريعية والتنفيذية). (عبد الرزاق محمد الديلمي، 2007، ص 100)

وعليه تزداد الحاجة إلى تنمية الثقة والتعاون مع الحكومة لأسباب عديدة:

- الحكومة هي التي تصدر القوانين واللوائح الخاصة بالعمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة ومنها قوانين الضرائب، الجمارك التأمينات الاجتماعية، وبأجور تؤثر تأثيرا واضحا في النشاط الاقتصادي العام.
- إن التشريعات الخاصة بتنظيم العلاقة بين إدارة المؤسسة ومتبوعيها من حيث شروط العمل وساعاته وتحديد وتنظيم الكفاءات والجزاءات والإجازات.
- إن الحكومة تقوم بدور حفظ النظام وبث الطمأنينة في كيان المجتمع. (عبد الرزاق محمد الديلمي، 2007، ص 101)



وعليه فإن للعلاقات أهمية كبيرة بالنسبة للقطاع العام، ولذا وجب على المؤسسة العمومية الاتصال الدائم بالجهاز الحكومي لإعطائها هذه الصورة الحقيقية عن نشاط المؤسسة وأهدافها والخدمات التي تتصل بنشاط المؤسسة والتي يمكن أن تؤثر فيها بصورة غير مباشرة، والشكل الموالي يبين أهمية العلاقات سواء داخل المؤسسات أو بين المؤسسة وجهازها الحكومي.

إن عملية تنمية وتحسين العلاقات تشكل الاستراتيجية العملية المسبوقة والواجب فعلها وهي أيضا الأرضية الواجب تحضيرها ودراستها ومعالجتها معالجة علمية دقيقة آخذين بكل جوانبها وتعقيداتها حتى نستطيع القيام بتغيير يمس مختلف ميادين المؤسسة، فبتحسين مستوى العلاقات العامة والتي تضم مختلف أنواع العلاقات (الإنسانية، المهنية، الاجتماعية) تستطيع المؤسسة تجنب العديد من الصراعات والأزمات التي من شأنها عرقلة مسيرة المؤسسة ونجاحها، وأيضا عرقلة مسيرة التغيير الواجب إحداثه داخلها.

ومن هنا نجد أن الإدارة عليها كجهاز حساس تحديد كل هذه المؤشرات ودراساتها للنهوض سياسية جديدة واستراتيجية دقيقة آخذة بعين الاعتبار دور العلاقات في تحسين مردودية المؤسسات.

إن العلاقات العامة بالنسبة للقطاع العام مجال حيوي تستطيع من خلاله معاونة هيئات الحكومة في توفير الأمن والطمأنينة للمواطنين من خلال الدراسات والأبحاث العلمية في الميادين التي تتصل بعمل المؤسسة، كما تعمل العلاقات العامة في المؤسسات العمومية على إنجاز عددا من المهام وحسب ما عرضه كلا من (Cullip and Couter) وهي: (عبد الرزاق محمد الديلمي، مرجع سابق، ص 101)

• سب تأييد الرأي العام للقوانين الجديدة والتغيرات والتعديلات التي يجب إدخالها على القوانين القديمة والتي تملئها حاجات المجتمع الحديث.

• حاطة المواطن علما بالخدمات والوظائف التي تؤديها الدولة للمجتمع والأفراد وهيئاته .

فلو قمنا بإسقاط كل هذه المعلومات السابقة الذكر من خلال ذكرنا لحاسن وأهمية العلاقات العامة من جانبها النظري والأكاديمي، وقمنا بالموازاة مع ذلك بتطبيقها ومعالجتها داخل المؤسسات العامة، نجد أن هذه العلاقات سوف تصطدم بمجموعة من الإشكاليات نظرا لحساسية وزن ودور المؤسسات ذات القطاع العمومي، حيث تتميز منظمات القطاع العام بالتعدد والتنوع في هيكلها وفي طبيعة أنشطتها ووظائفها، وقد أصبحت هذه المنظمات تجمع بين الأنشطة الإنتاجية والسلعية والأنشطة الخدمية.

8- الارتباط الوثيق للعلاقات العامة الالكترونية بنظم المعلومات الإدارية

8-1- أسس نظام المعلومات:



إن التفكير الجدي في بناء نظام محوسب المعلومات أصبح أمراً أساسياً لأسباب عديدة: (محمد أحمد عبد النبي، 2010، ص ص 302-303)

- **السرعة:** حيث أن الإجراءات التوثيقية المعلومات وأوعيتها المختلفة، تكون أسرع بكثير عند استخدام الحاسب وخاصة بالنسبة إلى استرجاع المعلومات.
 - **الدقة:** حيث أن احتمالات الوقوع في الخطأ أكبر وكثير في النظم التقليدية اليدوية من النظم المحوسبة، وذلك نتيجة التعب والإجهاد الذي يصيب الإنسان في مجال العمل اليدوي، أما الحاسوب فإن أدائه يكون بنفس القابلية والدقة سواء كان ذلك في الدقائق الأولى من عمله أو في الدقائق الأخيرة منها، بغض النظر عن وقت ومدة العمل وظروفه.
 - **توفير الجهود:** فالجهد البشري في النظم التقليدية هو أكبر من الجهد المبذول في النظم المحوسبة سواء كان ذلك على مستوى إجراءات التعامل مع المعلومات ومصادرها المختلفة ومعالجتها وتخزينها والسيطرة عليها من قبل اختصاص التوثيق أو على مستوى استرجاع المعلومات والمصادر والاستفادة منها من قبل الباحثين والمستفيدين الآخرين.
 - **كمية المعلومات:** حيث إن حجم المعلومات والوثائق المخزنة بالطرق التقليدية محدودة، مهما كان حجم الإمكانيات البشرية، والمكانية، قياساً بالإمكانيات الكبيرة والمتنامية لذاكرة الحواسيب ووسائل الحفظ و التخزين الالكترونية و الليزرية المساعدة الأخرى.
 - **الخيارات المتاحة في الاسترجاع:** إن خيارات المعلومات أوسع وأفضل في النظم المحوسبة كما هو الحال في النظم التقليدية، فبالإضافة إلى منافذ الاسترجاع المعروفة كالمؤلف والعنوان ورؤوس الموضوعات أو الموصفات، فهناك مرونة عالية في الاسترجاع بالمنطق البولي **Boolean Logic** حيث تربط الموضوعات والموصفات بعضها البعض وصولاً إلى أدق المعلومات.
- من المؤكد اليوم، تعتمد المؤسسات الحديثة باختلاف مستوياتها وطابعها، حيث نجد أنها بدأت تتجاوز الطرق الاتصالية، المعرفية والمعلوماتية الكلاسيكية، القديمة التي كانت تمر المعلومة بصعوبة لأن نظم المعلومات الرسمية في أي مؤسسة كانت مبنية على الطرق اليدوية التي تعتمد على أسلوب الورقة والقلم.
- وعليه، فإن العملية الاتصالية كانت تعيش مجموعة من المنعرجات والعراقيل تؤثر سلباً على المسار العام لسياسة المؤسسة العامة وأيضاً على الفروع والأقسام بشتى وظائفها ومهامها.
- إن النظام المعلوماتي في السابق كان دافعاً لظاهري الثبات والأستاتيكا، تحدث عنها أوغست كونت في أبحاثه عن المجتمع وعن الظواهر الاجتماعية، والعلاقات والتفاعلات داخل هذا المجتمع باعتباره نظاماً متكاملاً يمثل البناء الاجتماعي الذي ينظم المجتمع الإنساني ويوجه وينفذ أوجه النشاط المتعددة التي يتطلبها تحقيق الحاجات الإنسانية، وعليه من الضروري اليوم أن تقدم المؤسسات خاصة الاقتصادية منها ان تدعم آليات ديناميكية و حركية لكي تحو آثار ظاهرة الثبات القاتل الذي يؤدي



بالمؤسسات إلى التهلكة خاصة إذا كان هذا الثبات والجمود والحمول على مستوى العلاقات السوسيو مهنية التي تلعب الدور البارز في تنمية المؤسسات وتطورها وتغيرها نحو الأحسن.

إن تطور الأنظمة المعلوماتية يعكس عصرة المجتمعات بمؤسساتها المختلفة، وهنا أكد أوغست كونت على ضرورة تبني مفاهيم جديدة دالة على حداثة هذه المجتمعات.

لقد كانت القيم والمثل والمقاييس الجديدة التي أراد كونت وضعها ونشرها في المجتمع تنطبق مع روح العصر. (سمير عبد الفتاح، 2006، ص 66)

وعليه فإن روح العصرية التي تكلم عنها كونت تتضح في الكثير من الأمور الحديثة و هي دليل على الحركية والتحول والتغيير الجدي والبناء المشجع على الأفكار الإيجابية والهادفة إلى تطوير المجتمع بمؤسساته المختلفة خاصة ونحن نعيش ظاهرة العولمة وآثارها على حياتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وأيضا مدى تأثيرها على المؤسسات الاقتصادية منها. فإن لم تكن هذه المؤسسات بالوعي الكافي والكفاءة المطلوبة والديناميكية اللازمة سوف لن نستطيع مواجهة هذا التيار القوي الحامل الكثير من المتغيرات الاقتصادية، هذه العولمة التي أتت بثورة اتصالية ضخمة.

لقد شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات و التي اكتمل نموها في القرن العشرين وكان من أسبابها الثورة الصناعية في العالم المتقدم و التي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة كانت كلها بحاجة إلى اتصال داخل حدود المؤسسات و خارجها. (محمد عبد السميع وآخرون، 2010، ص 265)

إن ظاهرة العولمة أفرزت نوعا جديدا من المجتمعات يسمى بمجتمع المعلوماتية الذي تتاح فيه الاتصالات العالمية و تنتج فيه المعلومات بكميات ضخمة كما توزع توزيعا واسعا و تصبح فيه المعلومات قوة تأثير على الاقتصاد. (محمد فتحي عبد الهادي، 2006، ص 27)

وباعتبار أن المعلومات لا غنى عنها اليوم في كل نواحي النشاط الإنساني، ازداد دورها بشكل كبير خاصة في المجال العملي والمهني و أصبحت تلعب الدور الرائد داخل المؤسسات حيث ترأست قائمة كل الموارد البشرية و المالية و أصبح من يملك المعلومة يستطيع تحقيق النجاح و التطور و بإمكانه إحداث تغيير ملحوظا في الحياة المهنية للمؤسسات.

إن الشيء المميز في مجتمع المعلومات هو الاستخدام الكبير والهائل لنظم المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، هذه التكنولوجيا التي ترسم وتحدد التغيرات الحديثة في هذا المجتمع وبالأخص التغيرات المؤسساتية.

لقد أدى تطور تكنولوجيا المعلومات إلى التركيز على المعرفة، (عبد الستار العلي و آخرون، 2006، ص 5) فمن خلال هذه المعرفة تستطيع المؤسسات الاقتصادية منها مواكبة التطورات الحادثة في البيئة الداخلية والخارجية المحيطة بها، كما وأن ظهور وإشباع تطبيقات الشبكة الدولية الإنترنت خلال العقد الأخير والتي تزامنت مع ثورة المعلومات والاتصالات الهائلة، أدت إلى ظهور العديد من المفاهيم العلمية مثل إدارة المعرفة واقتصاد المعرفة ومجتمعات المعرفة وغيرها.



يمكننا القول أن قيمة المعلومات و المعرفة بشتى أنواعها أصبحت تلعب الدور الكبير والفعال في ضمان وتطوير المؤسسات و تحقيق سيورتها و ديمومتها.

اليوم أصبحت المعلومات ملكية جماعية لكل افراد المؤسسة حيث تبرز قيمتها الإستراتيجية في سهولة وسهولة المعلومة بين مختلف المستويات الإدارية والتنظيمية.

فالمعلومات تعود بالمنفعة على المنظمة وعلى متخذ القرار بما، بمعنى أنه إذا كان هناك عدة بدائل للقرار وقام متخذ القرار باختيار بديل معين ثم وردت إليه معلومات جديدة أدت إلى اختياره بديل آخر فإن قدمت المعلومة في هذه الحالة تمثل الفرق بين نتائج القرار الأول والقرار الثاني. (معالي فهمي حيدر، 2002، ص23)

فكلما كانت النظم المعلوماتية جديدة ومتطورة بأساليب اتصالية حديثة، كلما كان آثار استخدامها واستعمالها مفيد ومجدي وإيجابي على مردودية المؤسسة بمواردها البشرية والمادية.

إن المعلومة الصحيحة والسريعة تؤثر على متخذ القرار وتجعله يفضل الاختيار الصائب الذي يؤدي بالمؤسسة إلى بر الأمان وتحقيق أهدافها الاستراتيجية منها والعملية.

وعليه فالنظم المعلوماتية تساهم مساهمة فعالة في رصد الحقائق الجديدة ومساعدة القادة على اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة التي تتكيف مع الوضع الراهن الذي تعيشه المؤسسة.

كما يمنح النظام الاتصالي الحديث ميكانيزمات فعالة في خلق مناخ مهني وتنظيمي فعال يساعد على خلق فريق عمل فعال يشترك في المعلومة وفي سرعة اتخاذ القرار وتنفيذ هذا القرار بطريقة جماعية.

إن نظم المعلومات تؤثر إيجابا على فرق العمل التي أصبحت ركنا محوريا من أركان الكيانات التنظيمية، فهي كل يوم تثبت فعاليتها التي تتفوق بها على أداء الفرد بذاته.

8-2- فوائد العلاقات العامة الالكترونية في إطار نظم المعلومات:

من هنا، فإن الفوائد والمزايا المترتبة على تطبيق تكنولوجيا المعلومات هي: (عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، 2005، ص

159).

- رفع مستوى الأداء.
- زيادة قيمة المنظمة.
- فعالية اتخاذ القرار.
- تنمية العمل وفق نظم واضحة وطرق عمل محددة.
- إعادة هندسة الكمبيوتر.



- تدعيم نجاح المنظمات ذات المجالات الإدارية المعقدة.

- تنمية السلوك الإيجابي للأفراد.

فلو أحصينا إيجابيات نظم المعلومات نجدها كثيرة و متنوعة و مختلفة باختلاف العمليات الإدارية الموجودة في المؤسسة، وشرحا لما سبق، نجد ان تكنولوجيا المعلومات باختلاف نظمها تتدخل في العديد من الميادين المهنية والإدارية، فهي تشجع على الأداء الحسن للعمال والموظفين وبالتالي تساعد على تقييم أدائهم من خلال: (محمد أحمد عبد النبي، 2010، ص 189)

- الوقوف على مستوى كفاءة و إنجاز العاملين لواجباتهم المحددة لهم في وصف وظائفهم التي يشغلونها وإصدار حكم يوضح مدى نجاحهم.

وعليه فإن سيولة المعلومة عبر النظم الحديثة للاتصال والمعلومات تساعد على رفع الأداء من خلال الإثراء والتنوع في المهارات والقدرات والكفاءات وهذه الأخيرة تساعد على الارتقاء بالمستقبل المهني الجديد والمتغير.

إن المستقبل المهني يعد سلسلة من الوظائف المتتابعة والخبرات المرتبطة بالعمل.

كما أن لنظم المعلومات الدور الحاسم على قيمة المنظمة أو المؤسسة من خلال تصميم وتنفيذ استراتيجيتها.

فمن الأشياء الهامة التي تميز الإدارة الاستراتيجية هو تركيزها على الأداء الكلي للمنظمة وأيضاً الإدارة العليا وفقاً لموقفها، فهي تكون دائماً مسؤولة عن هذا الأداء الكلي. (إسماعيل محمد السيد، 2006، ص 26)

فمن خلال ما سبق، نجد أن قيمة المعلومة و دورها البارز يتركز في أعلى قمة الهرم التنظيمي للمؤسسة، أي من القمة إلى القاعدة والعكس صحيح، بحيث ان نظم المعلومات لا يتوقف عملها على مستوى العمليات الإدارية فحسب بل يرتقي عملها أيضاً إلى تحديد نوع وطبيعة الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسة والتي تساعد على تحقيق أهدافها و اختيار أي الاستراتيجية و السياسات المناسبة.

اليوم وعلى مستوى الإدارة العليا نجد إدارة فرعية قائمة بذاتها تسمى إدارة المعرفة التي تحدد لرأس المال المعرفي ميزة تنافسية جديدة لمنظمات الأعمال في ظل الاقتصاد الرقمي. (طاهر حسن منصور، نعمة عباس الخفاجي، 2008، ص 203)

إذن فنظم وتكنولوجيات المعرفة والمعلومات تتدخل في تحديد مكانة المؤسسة في ظل المنافسة الشرسة بينها وبين المؤسسات الأخرى وبالتالي فإن النظام الحديث للمعرفة والمعلومة بمنح فرصة الريادة والتألق بالنسبة للمؤسسات في سرعة اقتناء بيانات جديدة تخص الاستراتيجية العامة وطرق وإجراءات العمل ومختلف الوظائف والمهام الجديدة و المتغيرة عن طريق تبني أفكار جديدة تصنع للمؤسسة فرصة التغيير الإيجابي من حالة إلى حالة أخرى أكثر تطوراً و تقدماً.

إن الأفكار في إطار العلاقات العامة الإلكترونية على اعتبار أنها وظيفة إستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية، فإنها تحمل التجديد و الابتكار و حل المشكلات في العمل الإداري.

و استخلاصاً لما سبق نجد أن أسس نجاح المنشآت متمثلة في: (عبد الرحمان توفيق، 2004، ص 45)



- الإيجابية في تنفيذ ما يتم إقراره.
 - تشجيع الابتكار من داخل المؤسسة.
 - الإنتاجية تتحقق من خلال أعضاء المنشأة حيث أنهم ذوو موهبة و أفكار جديدة.
- لقد ساهمت نظم المعلومات أيضا بتحديد نوعية التنظيم الذي يحدد نوعية العلاقات السلوكية بين الأفراد كي يؤديوا العمل معا بفعالية.

9-الخاتمة:

مما لا شك فيه أن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية تسعى جاهدة للنهوض باستراتيجية متطورة بالعديد من المجالات مرتكزة على المجال الاقتصادي ، البشري، المعلوماتي.

وعلى اعتبار أن المعلومة تعد من المصادر الأساسية للمعلومات، فإن هذه الأخيرة وعلى الصعيد الوطني تسعى إلى تكريس ثقافة جديدة خاصة بالعلاقات العامة الإلكترونية وجعلها ثقافة مرتبطة بجل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على أساس أنها وظيفة قارة ودائمة ومتواجدة على المدى القريب والمتوسط والبعيد هدفها الحركية والاستمرارية.



10- قائمة المراجع:

أ- المراجع باللغة العربية:

1. أحمد ماهر: الدليل العملي للمديرين في الإدارة الإستراتيجية، الطبعة الرابعة، الدار الجامعية - الإبراهيمية الإسكندرية - مصر، 2007.
2. أحمد ماهر: السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، الطبعة السادسة، الدار الجامعية للطبع، الإسكندرية، مصر، 1998.
3. إسماعيل محمد السيد: الإدارة الإستراتيجية، المكتب العربي - الحديث - الإسكندرية، 2006.
4. جمال الدين لعويصات : مبادئ الإدارة، دار هومه للطباعة و النشر والتوزيع، بوزريعة - الجزائر 2005.
5. جميل احمد خضر: العلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1998.
6. حسن إبراهيم بلوط: المبادئ و الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات، دار النهضة العربية، مصر.
7. خالد عبد الرحيم الهيثي: إدارة الموارد البشرية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
8. راسم محمد الجمال، د خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005.
9. زهير عبد اللطيف عابد، احمد العابد أبو السعيد : إدارة العلاقات العامة وبرامجها، دار اليازوري، الأردن، 2014.
10. سمير عبد الفتاح: مبادئ علم الاجتماع، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2006.
11. سيد احمد جاد الرب: تنظيم و إدارة منظمات الأعمال - منهج متكامل في إطار الفكر الإداري التقليدي والمعاصر، مطبعة العشري، مصر، 2005.
12. شوميلي وهوسمان: ترجمة لأفريد أنطونيوس، العلاقات العامة، الطبعة الأولى، مكتبة الفكر الجامعي، بيروت، لبنان، 1980.
13. صالح مهدي لحسن العامري ، طاهر حسن منصور الغالي: الإدارة والأعمال، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
14. صديق محمد عفيفي: إدارة الأعمال في المنظمات المعاصرة، الطبعة العاشرة، المكتب العربي الحديث الإسكندرية، مصر، 2003.
15. طاهر حسن منصور، نعمة عباس الخفاجي: قراءات في الفكر الإداري المعاصر، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
16. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي: نظم المعلومات الإدارية، مدخل إداري وظيفي، Harthypress ، الزرقاء، دمياط، 2005.



17. عبد الرحمان توفيق: منهج الإدارة العليا، الإدارة الاستراتيجية، المبادئ و الأدوات ، الجزء الأول، مركز الخبرات المهنية للإدارة بميك، القاهرة - مصر، 2004
 18. عبد الرزاق محمد الدليمي : العلاقات العامة في التطبيق، العلاقات العامة في التطبيق، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2005.
 19. عبد الستار العلي و آخرون: المدخل إلى إدارة المعرفة، الطبعة الأولى دار المسيرة للنشر، الأردن، 2006
 20. عبد العزيز محمد النجار: العلاقات العامة مدخل بيئي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1993.
 21. محمد أحمد عبد النبي: إدارة الموارد البشرية، الطبعة الأولى ، زمزم ناشرون الأردن، 2010
 22. محمد الصيرفي: العلاقات العامة من منظور إداري، مؤسسة حورس الدولية الإسكندرية - مصر 2005.
 23. محمد سعيد أنور سلطان : السلوك التنظيمي ، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة الإسكندرية مصر، 2003.
 24. محمد عبد السميع، احمد طيبة: أساسيات الإدارة العامة، الطبعة الأولى ، دار جليس الزمان، الأردن، 2010
 25. محمد فتحي عبد الهادي: مجتمع المعلومات بين النظرية و التطبيق، الدار المصرية اللبنانية، 2006
 26. محمود يوسف، حسان جني: إدارة و تخطيط العلاقات، مركز جامعة القاهرة للتعليم المتنوع القاهرة - مصر 2000 .
 27. معالي فهمي حيدر: نظم المعلومات، مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002
 28. مهدي حسن زويلف: العلاقات العامة، نظريات وأساليب، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2003.
 29. موسوعة عالم التجارة وإدارة الأعمال: العلاقات العامة والإعلان الحديث edito creps
 30. نادية العارف: الإدارة الاستراتيجية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية الإبراهيمية، الإسكندرية، مصر 2001
- ب- المراجع باللغة الأجنبية:

1. Gerry , Johnson, KEVANSCHOLES, Frederic RERY : Strategique, Pearson Education France 2eme Edition ; 2002.
2. Jean Claude TARONDEAU, Christine HUTTIN :Stratégie d'entreprise , librairie Vuibert , Paris , France , 2001 .
3. Nicole Coté, Marry Albrawanef et autre: Individu Groupe d'Organisation , goêtain - édition canada, 1986
4. RIGGE , Present and future friends in public relations, Public relation quarterly, summer 1982.