



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة التقنية الشمالية
معهد الادارة التقني - نينوى



الحقيقة التعليمية

تقنيات ادارة المكتب

القسم العلمي:

العلاقات العامة

اسم المقرر:

المرحلة / المستوى: الأول

الفصل الدراسي: الأول





معلومات عامة

ال العلاقات العامة	اسم المقرر:
قسم إدارة المكتب	القسم:
معهد الادارة التقني - نينوى	الكلية:
الأول	المرحلة / المستوى
الأول	الفصل الدراسي:
3 عملي 2 نظري	عدد الساعات الأسبوعية:
5 وحدات	عدد الوحدات الدراسية:
OMT102	الرمز:
نعم كلاهما عملي نظري	نوع المادة
كلا	هل يتوفر نظير للمقرر في الأقسام الأخرى
	اسم المقرر النظير
	القسم
	رمز المقرر النظير

معلومات تدريسي المادة

د. عبدالخالق سلمان جميان	أسماء مدرسي المقرر: ومعدي الحقيقة
أستاذ مساعد	اللقب العلمي:
2019	سنة الحصول على اللقب
دكتوراه	الشهادة :
2011	سنة الحصول على الشهادة
18 سنة	عدد سنوات الخبرة (تدريس)



الوصف العام للمقرر

تعد مادة العلاقات العامة مادة إدارية تعنى بتوضيح علاقات المنظمة مع بيئتها الخارجية وكيفية التعامل مع هذه البيئة بطريقة صحيحة لتحقيق النجاح للمنظمة ، ويكشف هذا المقرر وظيفتها الإدارية التي تساهم في تعزيز التواصل مع العملاء، وربط طبيعة عمل المنشآت مع الآراء العامة، وتعرف أيضاً، بأنها النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها للناس، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلان المتاحة لتطبيق رؤيتها، وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات، أو السلع التي تقدمها لهم، لذلك يجمع مفهوم العلاقات العامة بين الفن، وعلم الإدارة؛ فاختيار الوسيلة المناسبة للتواصل مع الآخرين يُعدّ نوعاً من أنواع الفنون، أمّا دراسته والتعرف عليه من أجل تطبيقه يعدّ علمًا قائماً بذاته.

الأهداف العامة

- فهم المفاهيم الأساسية للعلاقات العامة: إكساب الطالب المعرفة النظرية المتعلقة بالعلاقات العامة، بما في ذلك مفهومها وأهميتها في المجتمع الحديث ودورها في بناء الصورة العامة للمؤسسات.
- تنمية المهارات الاتصالية: تطوير قدرات الطالب على التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف، سواء من خلال الكتابة، أو التحدث، أو استخدام وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية.

الأهداف الخاصة

- تطوير مهارات العرض والتقديم: تمكين الطالب من تقديم العروض التقديمية والرسائل الإعلامية بشكل واضح ومقنع أمام الجمهور أو في المؤتمرات الصحفية.
- تعلم كيفية بناء خطط حملات العلاقات العامة: تدريب الطالب على إعداد وتصميم حملات علاقات عامة فعالة تشمل التخطيط، التنفيذ، والمتابعة لتحقيق الأهداف المرجوة.

- ومن أمثلة الأهداف التعليمية:
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية: تدريب الطالب على كيفية إدارة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي، والتفاعل مع الجمهور بطرق مبتكرة، وتحليل ردود الأفعال لتحقيق تأثير إيجابي على سمعة المؤسسة.

الأهداف السلوكية أو نواتج التعلم

وفي نهاية هذه الحقيقة يجب أن يكون الطالب قادرًا وبفاءة على أن:

- أن يُعرّف الطالب مفهوم العلاقات العامة
- أن يُحدد الطالب الأدوات المستخدمة في العلاقات العامة
- أن يصنّف الطالب أنواع الجمهور المستهدف
- أن يفسّر الطالب دور العلاقات العامة في بناء صورة المؤسسة



الأهداف السلوكية او مخرجات التعليم الأساسية

آلية التقييم	تفصيل الهدف السلوكي او مخرج التعليم	ت
الاختبارات والمناقشة ثناء المحاضرة والتغذية الراجعة الفعالة	أن يُعرّف الطالب مفهوم العلاقات العامة: أن يتمكن الطالب من تعريف العلاقات العامة بأسلوبه الخاص، متضمناً أبعادها ووظائفها.	1
الواجبات المنزلية في تحضير المحاضرة	أن يُحدد الطالب الأدوات المستخدمة في العلاقات العامة: تحديد الأدوات التي يستخدمها مختصو العلاقات العامة مثل البيانات الصحفية ووسائل التواصل الاجتماعي.	2
الامتحانات اليومية والأسبوعية والشهرية	أن يصنّف الطالب أنواع الجمهور المستهدف: القدرة على تقسيم الجمهور إلى فئات حسب اهتماماتهم وحاجاتهم.	3
امتحان نهاية الكورس	أن يفسّر الطالب دور العلاقات العامة في بناء صورة المؤسسة: توضيح كيف تؤثر العلاقات العامة على صورة المؤسسة وسمعتها.	4



أساليب التدريس (حدد مجموعة متنوعة من أساليب التدريس لتناسب احتياجات الطلاب ومحفوظ المقرر)

الاسلوب او الطريقة	مبررات الاختيار
1. الشرح في القاء المحاضرة	إعطاء تفسيرات منطقية للموضوع الذي سيتم تدريسه
2. التبيان العملي	ذكر الأمثلة للموضوع الذي سيتم تدريسه
3. اسلوب النقاش	يتبادل الطالب والمدرس الحوار في الموضوع الذي سيتم تدريسه
4. التعليم الإلكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت	إعطاء الفرصة للطلبة استخدام الأجهزة المحمولة او الأجهزة اللوحية واستخدام التطبيقات التي تسهم في شرح الدرس
5. عرض أفلام فيديوية	تعد هذه الطريقة داعمه للموضوع وبالتالي يسهل على الطالب فهم الدرس وتذكره وربط المعلومات مع بعضها
6. التعليم التعاوني	إعطاء الفرصة للطلبة للعمل مع الآخرين وابداء آرائهم وسماع وجهات نظر الطلبة الآخرين

الفصل الاول من المحتوى العلمي

عنوان الفصل	الوقت	العملی	النظري	العنوان الفرعي	طريقة التدريس	التقنيات	طرق القياس
الأسبوع الأول	2 ساعة	3 ساعة	2 ساعة	مقدمة عن المقرر، أهداف التعلم، محتوى المقرر	محاضرة	عرض تدريسي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	اختبارات، اعداد تقارير
الأسبوع الثاني	2 ساعة	3 ساعة	2 ساعة	العلاقات العامة المفهوم النشأة و التطور التاريخي	محاضرة	عرض تدريسي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	اختبارات، اعداد تقارير
الاسبوع الثالث	2 ساعة	3 ساعة	2 ساعة	المفاهيم المرادفة للعلاقات العامة ولتقنياتها ، المفاهيم المتصلة بالتفاعل الاجتماعي ، المفاهيم المتصلة بتقنيات العلاقات العامة	محاضرة	عرض تدريسي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	اختبارات، اعداد تقارير
الاسبوع الرابع والاسبوع الخامس	4 ساعة	6 ساعة	4 ساعة	اسباب ظهور العلاقات العامة / اهمية العلاقات العامة	محاضرة	عرض تدريسي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	اختبارات، اعداد تقارير
الاسبوع السادس	2 ساعة	3 ساعة	2 ساعة	التنظيم الداخلي لاجهزة العلاقات العامة المركبة واللامركزية في اعمالها	محاضرة	عرض تدريسي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	اختبارات، اعداد تقارير
الاسبوع السابع والاسبوع الثامن	4 ساعة	6 ساعة	4 ساعة	العاملون في اجهزة العلاقات العامة / الموصفات العامة للعاملين في اجهزة العلاقات العامة / الخصائص الواجب توافرها في اجهزة العلاقات العامة	محاضرة	عرض تدريسي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة	اختبارات، اعداد تقارير

أختبارات، أعداد تقارير	عرض تقديمي، شرح، أسلنة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	اخصائيو العلاقات العامة بالمنظمة ، اخصائى العلاقات العامة	3 ساعة	2 ساعه	الأسبوع السابع التاسع
أختبارات، أعداد تقارير	عرض تقديمي، شرح، أسلنة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	نطاق عمل العلاقات العامة بالمنظمة جماهير المنظمة والرأي العام ، مفهوم الجمهور	3 ساعة	2 ساعه	الأسبوع العاشر
أختبارات، أعداد تقارير	عرض تقديمي، شرح، أسلنة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	مفهوم الرأي العام / انواع الرأي العام / دور العلاقات العامة في تكوين الرأي العام طرق قياس الرأي العام	3 ساعة	2 ساعه	الأسبوع الحادي عشر
أختبارات، أعداد تقارير	عرض تقديمي، شرح، أسلنة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	التخطيط في مجال العلاقات العامة	3 ساعة	2 ساعه	الأسبوع الثاني عشر
أختبارات، أعداد تقارير	عرض تقديمي، شرح، أسلنة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	العلاقات العامة ووسائل اتصالها بالمجاهير ، مفهوم الاتصال ،	3 ساعة	2 ساعه	الأسبوع الثالث عشر
أختبارات، أعداد تقارير	عرض تقديمي، شرح، أسلنة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	عناصر عملية الاتصال - تصنیف وسائل الاتصال	3 ساعة	2 ساعه	الأسبوع الرابع عشر
أختبارات، أعداد تقارير	عرض تقديمي، شرح، أسلنة وأجوبة، مناقشة	محاضرة	انواع وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة	3 ساعة	2 ساعه	الأسبوع الخامس عشر

المحتوى العلمي

المحتوى العلمي

رقم المحاضرة: الاولى	
نشاة العلاقات العامة	عنوان المحاضرة:
عبدالخالق سلمان جميان	اسم المدرس:
طلبة المستوى الاول /الفصل الدراسي الأول /قسم تقنيات ادارة المكتب/ معهد الادارة التقني- نينوى.	الفئة المستهدفة :
- سيمكن الطالب من تحديد متى ظهرت العلاقات العامة - سيعرف الطالب ببدايات تشكل العلاقات العامة	الهدف العام من المحاضرة
أن يعرف الطالب الاتجاهات التي تحدد بدايات العلاقات العامة	الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:
- الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الالكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني	استراتيجيات التيسير المستخدمة
يستطيع الطالب التحدث عن مراحل نشأة العلاقات العامة	المهارات المكتسبة
اسئلة من ضمن المحاضرة	طرق القياس المعتمدة

الاسئلة القبلية:

س1: متى ظهرت العلاقات العامة؟

س2: هل هناك اكثر من اتجاه لتحديد البدايات؟

نشأة العلاقات العامة:

العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية ارتبط ظهورها بنشأة المجتمعات منذ الازل وهي ايضاً فن حديث استفاد من التطور الكبير الذي حققته العلوم الاجتماعية والنفسية وهو التطور الذي انعكس على دراسات الاعلام والدعاية والاعلان ويمكن تقسيم التطور التاريخي للعلاقات العامة الى قسمين رئيسين :-

- العلاقات العامة في العصر القديم وتشمل النشاطات التي يمكن اعتبارها البدور الاولى لها والتي تمتد منذ وجود الانسان البدائي وحتى القرن التاسع عشر
- العلاقات العامة في العصر الحديث وهي النشاط والعلم الذي ولد مع مطلع القرن العشرين وتطور الى ما هو عليه الان

العلاقات العامة في العصر القديم

ان الوسائل التي استخدمت في ممارستها يتفق واحتياجات الافراد والجماعات والمؤسسات المختلفة وبما يتناسب مع حجمها وطبيعتها وميزانيتها وتاريخها . والعلاقات العامة كنشاط مارسها الانسان منذ اقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي افراد المجتمع الذي يعيش فيه ومع ظهور التجمعات البشرية على شكل اسر وعوائل ومن ثم افخاذ وعشائر وقبائل ومع تدرجها على مر الاجيال ظهرت القرى والمدن والاقوام والامم في المجتمعات البدائية كان رب الاسرة هو الذي ينظم العلاقات العامة بين افرادها ثم انتقلت هذه المهمة الى رئيس القبيلة او العشيرة الذي كان يبلغ عن اخبار الحروب او الزواج او الوفاة او العمل مستخدما في توصيل المعلومات بالوسائل البدائية مثل الطبلول او الرقص او لون الملابس ونوعيتها . وقد تطور العلاقات العامة بعد ان عرفت قوة الرأي العام ظهرت الحاجة اليه للسيطرة على زمام الامور ورسم السياسات المختلفة وهذا يعني ان نشأة العلاقات العامة من الناحية التاريخية انما يرجع الى نشأة السلطة العامة

- فقد وجد علماء الاثار في العراق نشرات ترجع الى سنة 1700ق.م ترشد الزارع الى كيفية بذر محاصيلهم وريها ومعالجتها من الافات وهذه النشرات تشبه الى حد كبير النشرات التي تصدرها وزارة الزراعة في الدول المتقدمة .

- وفي ظل الحضارة الفرعونية في مصر القديمة قد عثر على وثائق كانت تصدرها الحكومات الفرعونية لتخفييم الحكم والاعلام عن منجزاتهم او الاطلاع على اخبار الحروب والانتصارات العسكرية التي حققها الحكم بقصد الترويج لحكمهم وكسب التأييد لهم اما الحضارة اليونانية فتبين بان العلاقات العامة فيها قد استخدمت بشكل موسع معتمدة على فن الخطابة في توصيل الاخبار وبث افكار الفلسفه كما استخدم اسلوب المؤتمرات والاجتماعات التي كانت تتضمن المناظرات بين اصحاب الفلسفات لغرض كسب تأييد الرأي العام لاصحاب كل فلسفة

- اما بالنسبة للحضارة الاسلامية فقد اعتمدت في دعوتها الى الدين الجديد وخاصة في المناطق التي امتد اليها الاسلام خارج الجزيرة العربية على الاقناع واقامة البينة والدليل المعنوي والمادي واعتمدت على اسلوب الشورى في اتخاذ القرارات ونشر الدين من خلال دعاة متنورين في المساجد الاسلامية منذ انبثاق دعوتها خطوات متقدمة في مجال العلاقات العامة والاعلام والتاثير والاتصال بجمهور الناس ودعت الى استخدام افضل الاساليب والوسائل المقنعة لنشر الدعوة بين الافراد والجماعات فاستخدام المسلمين

الاوائل الخطابة والنشر.. والمراسلة واسلوب الحملات التجارية والغزوات الحربية ويعتبر انشاء ديوان للرسائل وديوان للبريد دليلا على اهتمام الخلافة الاسلامية بالاعلام وال العلاقات العامة منذ ذلك التاريخ .

ثانيا : العلاقات العامة في العصر- الحديث : شهدت هذه الفترة تطويرا سريعا في مجال الصناعة والانتاج الضخم والذي كانت احدى نتائجه متمثلة في ظهور الاحتكار ورؤوس الاموال الكبيرة وما صاحب ذلك من استغلال للفرد العامل والمستهلك وكانت سياستهم الابتعاد عن الجماهير وسميت هذه الفترة (بعصر الاستخفاف بالجماهير) مما ادى الى التذمر والاحتجاج الذي يعقبه الاصلاح وهذا ما كان حيث تبنت الصحف والمجلات واسعة الانتشار رأي الجماهير ونشر مقالات متتابعة تهاجم فيها الاحتكاريين واساليبهم في استغلال عمالهم وحملة اسهم شركائهم وسرقة المستهلك وتاثيرهم على رجال السياسة بشتى الوسائل مما ادى ذلك الى مولد العلاقات العامة

- فقد ادرك هولاء اهمية اللجوء الى الصحافة لمواجهة موجة الغضب الجماهيري التي فجرتها الاضرابات العالمية

- وقد لجا الرأسماليون انذاك الى الصحفيين المحترفين لشرح وجهة نظرهم وايصالها الى الجمهور غيران معظم هولاء الصحفيين لم تكن لديهم القدرة على فهم الاسباب الحقيقية وراء ذلك الصراع فعجزوا عن معالجة الامور عدالة منهم في هذا المجال و منهم ايفي لي Ivylee الذي يعتبر رائد و مؤسسات وان العلاقات العامة .

- ان جذور العلاقات العامة بمعناها الحديث تعود الى عام 1802 حيث يذكر ان الرئيس الامريكي الثالث توماس جيفرسون اول من استخدم اصطلاح العلاقات العامة

- منذ عام 1919 بعد انتهاء الحرب العالمية الاولى ازدادت النشرات والابحاث عن العلاقات العامة وارسى لها قواعد واصول ومبادئ اخلاقية ومهنية بفضل انشاء جمعيات للعلاقات العامة في امريكا والمعهد البريطاني للعلاقات العامة وغيرها .

- لقد بدأ ايفي لي حياته بالعمل كمراسل صحي في عام 1903 ثم تحول الى عمل مستشار للعلاقات العامة في احدى مؤسسات صناعة الفحم عام 1906 وتولى في نفس العام منصب المدير العام المساعد لشركة بنسلفانيا للسكك الحديد .

- ادرك (ايفي لي) اهمية وقيمة النشر.. والاخبار في الصحف والمعلومات الجديدة و أكد على اعتماد المصداقية والموضوعية لكسب ثقة الجمهور وتقديره واوضح (ايفي لي) بان

مهمة العلاقات مهمة مزدوجة فهي تبدا بدراسة الرأي العام واستطلاع رغبات الجماهير لرسم سياسة المؤسسة او تعديلها على ضوء ذلك ثم اعلام الجماهير بصدق وامانة ودقة عما تقوم به المؤسسة من اعمال وما تتخذه من سياسات ولقد لقيت العلاقات العامة الاهتمام الكافي مع بداية الازمة الاقتصادية عام 1929 والتي دامت حتى سنة 1935 والتي كان من نتائجها اغلاق الكثير من المصانع ووجود الملايين من العاطلين عن العمل الامر الذي تطلب تدخل من الدولة على نطاق لم يالله الشعب الامريكي من قبل حيث قامت الدولة باجراءات اجتماعية واقتصادية واسعة كما لعبت دورا فعالا في افهام الجمهور بالتغييرات وافهامه بضرورة الاجراءات التي اتخذت لمعالجة الازمة

- الحرب العالمية الثانية كان لها الاثر الكبير في تطوير العلاقات العامة حيث عمدت الدول المتحاربة الى تخصيص الاموال الضخمة في ميزانياتها والى حشد الكفاءات البشرية المتخصصة لاغراض العلاقات العامة مما ساعد على تطور وتقدير اساليبها.

اسئلة الوحدة (1)

- س1/ وضح مفهوم العلاقات العامة .
- س2 / بين كيف كانت العلاقات العامة في العصر القديم .
- س3/ هل كان للازمات الاقتصادية والسياسة اثر على تطور العلاقات العامة ووضح ذلك .

المصادر

- 1- العلاقات العامة وادارتها (مدخل وظيفي) الدكتور ابراهيم وهيب وهي عمان 1999 .
- 2- اسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق الدكتور عبد الناصر احمد جرادات عمان . 2009
- 3- مقدمة في العلاقات العامة الدكتور عبد الناصر جرادات عمان 2011

رقم المحاضرة: الثانية والثالثة	
عنوان المحاضرة:	المفاهيم المرادفة للعلاقات العامة ولتقنياتها
اسم المدرس:	عبدالخالق سلمان جميان
الفئة المستهدفة :	طلبة المستوى الأول / الفصل الدراسي الأول / قسم تقنيات ادارة المكتب / معهد الادارة التقني - نينوى.
الهدف العام من المحاضرة	- سيمكن الطالب من تحديد عدد من المفاهيم قريبة من العلاقات العامة
الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:	أن يعرف الطالب الاتجاهات التي تحدد بدايات العلاقات العامة
استراتيجيات التيسير المستخدمة	- الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الإلكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني
المهارات المكتسبة	يستطيع الطالب التحدث التمييز بين مفاهيم العلاقات العامة
طرق القياس المعتمدة	اسئلة من ضمن المحاضرة
الاسئلة القبلية:	

س1: ما تعريف العلاقات العامة؟

س2: هل هناك مفاهيم قريبة من العلاقات العامة؟

المفاهيم المرادفة للعلاقات العامة ولتقنياتها- المفاهيم المتصلة بالتفاعل الاجتماعي

- المفاهيم المتصلة بتقنيات العلاقات العامة .

الهدف :- سيكون الطالب قادرًا على فهم واستيعاب ومعرفة المفاهيم المتصلة بالتفاعل الاجتماعي

المفاهيم المتصلة بتقنيات العلاقات العامة

المفاهيم المتصلة بالتفاعل الاجتماعي

نورد بعض المفاهيم التي قدمت من قبل الدارسين أو الممارسين أو الهيئات المهمة بالعلاقات العامة

- العلاقات العامة فن فعرفوها على أنها ((فن الاتصال بالجماهير والانسجام مع الناس))

- العلاقات العامة هي فن الاعلام وليس فن الاعلان وال العلاقات العامة هي فن مسيرة الناس ومجاراتهم

- الاتحاد الدولي للعلاقات العامة عرفها ((هي وظيفة ادارية ذات طبيعة تخطيطية دائمة تهدف المنظمات والمؤسسات العامة والخاصة من خلالها الى استمرار كسب ود وتعاطف وتعضيد اولئك الذين تهتم بهم عن طريق تقديم الرأي العام لهم بغرض ايجاد ارتباط وثيق بسياستها واجراءتها ولتحصل عن طريق المعلومات العلمية المخطططة على تعاون اكثر انتاجية وكفاية من اجل تحقيق مصالحها المشتركة

- اما ابراهيم امام فعرف العلاقات العامة بقوله (نشر المعلومات والافكار والحقائق مشروحة ومفسرة لجماهير المؤسسة وذلك بغية الوصول الى الانسجام والتكييف الاجتماعي بين المؤسسة والجماهير) .

ويعرفها المعهد البريطاني العلاقات العامة .

((انها جهود مخطططة ومرسومة يقصد من ورائها اقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها

- وعرفتها جمعية العلاقات العامة الامريكية على انها نشاط موجه لبناء وتدعم علاقات سليمة منتجة بين المؤسسة وجمهورها كالعملاء والموظفيين والمساهمين او الجمهور بوجه عام بهدف تسهيل عملية صياغة سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع)

- تعريف اخر للعلاقات العامة (هي طريقة للسلوك واسلوب الاعلام والاتصال يهدف الى اقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها بين المنظمة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة وخارجها التي تتأثر بنشاط تلك المنظمة

- كما عرفها (بتراند كانفليد) بقوله العلاقات العامة هي فلسفة اجتماعية للادارة تعبّر عنها بشكل سياسات واعمال تهدف الى ضمان الثقة والتفاهم بين المنظمة والجماهير وذلك باستخدام الاتصال ذي الاتجاهين بين الطرفين)

- العلاقات العامة ((هي الجهود الادارية الخلاقة المخطططة والمدرورة والمستمرة والهادفة والموجه لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على اساس التفاعل والاقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسه ما وجمهورها لتحقيق اهداف ومصالح الاطراف المعنية ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الاوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر

الحقائق والمعلومات والافكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الاساليب المؤدية لذلك بواسطة افراد مؤهلين لممارسة انشطتها المختلفة .

- العلاقات العامة هي فلسفة اجتماعية للادارة في مختلف مجالاتها وفن للاتصال بالجماهير يعتمد على الاعلام واستخدام وسائل الاتصال المختلفة باتجاهين للتاثير في الرأي العام وكسب تاييده والاستفادة منه. وهي وظيفة ادارية ونشاط اداري مستمر ومخطط وهادف لتحقيق مصلحة المنظمة والمصلحة العامة معا .

- ترتكز العلاقات العامة على دعائم اجتماعية ويوضح ذلك بما يلي
أ- تهدف برامج العلاقات العامة الى تحقيق التماسك الاجتماعي والتضامن بين المؤسسة وجماهيرها . هذا التماسك الذي لا غنى عنه من اجل تحقيق الاهداف الاجتماعية للعلاقات العامة والذي يتم عن طريق استشارة جمهور المتعاملين وتدريبهم على المشاركة في تحمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة .

ب- تهدف برامج العلاقات العامة الى تحقيق التكامل الاجتماعي باعتبارها تتصف بالدوار والاتصال اذ انها تعامل مع جماعات مستقرة وليس مع جماعات مؤقتة عابرة حيث توجه اهتمامها الى الاشخاص باعتبارهم كائنات انسانية تعيش في ظروف اجتماعية مشتركة يخصعون لتجارب وخبرات مشتركة ويتاثرون بضغوط وقوى بيئية متقاربة

ج- تبتعد برامج العلاقات العامة عن الارتجال وتعتمد على التخطيط القائم على التنبؤ بالاعتماد على ناتج البحث العلمي في المجال الاجتماعي .

د- تقوم العلاقات العامة على فلسفة واضحة في اعماقها الایمان بقوة الرأي العام واهميته ولابد من معرفة مكونات الرأي العام ومحدداته الثقافية والدينية والاجتماعية والاقتصادية ومراعاة العادات والتقاليد وما توارثه الجيل الجديد عن ابائه واجداده والعرف السائد الذي له قوة القانون في نفوس الافراد اذ انها امور لا يمكن اغفالها باي حال من الاحوال .

ه - ان العلاقات العامة ترتكز على حقيقة علمية هي ان الانسان اجتماعي بطبيعته ولا يمكن ان يعيش في عزلة عن المجتمع وكذلك بالنسبة للمؤسسات فهي الاخرى لاتستطيع ان تعيش في عزلة عن المجتمع الذي توجد فيه لذلك يعتبر الانسان هو محور اهتمام العلاقات العامة

و- ان العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لانها تعامل مع كائنات انسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة ولذلك تحتاج هذه الوظيفة الى متخصصين لممارسة انشطتها المختلفة .

- المفاهيم المتصلة بتقنيات العلاقات العامة

- العلاقات العامة عملية اتصال بالجماهير حيث ترتبط العلاقات العامة ارتباطاً معنويّاً بالاتصال باعتبار ان الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية والانتشار او الشيوع او المalfافية او الفهم المشترك لفكرة او موضوع اومنشأة او شخص او قضية عن طريق انتقال المعلومات والافكار والاتجاهات من شخص او جماعة الى اشخاص او جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بالنسبة للطرفين .

ان العلاقات العامة كما ذكرنا سابقاً لتعيش بمعزل عن المجتمع وبما ان المجتمع يعيش عصر العولمة وثورة المعلومات والاعلام الرقمي الذي يؤدي الى صقل مهارات التعامل مع الجمهور وكيفية بناء جسور من الثقة بين المنظمة والجمهور لأن اساس عمل العلاقات العامة هو (الصدق) ومناقشة اسس التمييز في ادارة العلاقات العامة في ظل ثورة المعلومات الرقمية .

- تنمية مهارات ادارة انشطة العلاقات العامة الكترونيا .
- اكتساب فنون ومهارات التعامل مع وسائل الاعلام الكترونيا .
- التعرف على طرق رصد اتجاهات الرأي العام تجاه المنظمة.
- اكتشاف افضل الطرق واسرعها لتحقيق علاقات متميزة عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- التوصل الى الاساليب المتميزة لبناء صورة ذهنية للمنظمة طويلة الاجل .
- اتقان فن ومهارات ادارة حملات العلاقات العامة الالكترونية ولابد ان نعرف ان العلاقات العامة تتميز بصفة الاستمرارية وهذه الصفة مهمة جداً في اقامة العلاقات الجيدة مع الجماهير والسعى الى بقائها والمحافظة عليها باستمرار .

اسئلة الوحدة (2) و(3)

س1/ وضح مفهوم ادارة العلاقات العامة .

س2/ ما هو تأثير ثورة المعلومات على ادارة العلاقات العامة .

س3/ اشرح عبارة (ان العلاقات العامة فلسفة اجتماعية للادارة) .

رقم المحاضرة: الرابعة والخامسة	
عنوان المحاضرة:	أسباب ظهور العلاقات العامة / اهمية العلاقات العامة
اسم المدرس:	عبدالخالق سلمان جميان
الفئة المستهدفة :	طلبة المستوى الاول / الفصل الدراسي الأول / قسم تقنيات ادارة المكتب / معهد الادارة التقني - نينوى.
الهدف العام من المحاضرة	- سيمكن الطالب من تحديد أسباب ظهور العلاقات العامة - سيكون الطالب قادرًا على معرف أهمية العلاقات العامة
الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:	أن يعرف الطالب الاتجاهات التي تحدد بدايات العلاقات العامة
استراتيجيات التيسير المستخدمة	- الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الإلكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني
المهارات المكتسبة	يستطيع الطالب تعداد اسباب ظهور العلاقات العامة
طرق القياس المعتمدة	اسئلة من ضمن المحاضرة
الاسئلة القبلية:	

س1: ما الداعي لفن العلاقات العامة ؟

س2: هل العلاقات العامة مهمة؟

أسباب ظهور العلاقات العامة / اهمية العلاقات العامة

1- نشأة الحكومات المركزية الكبيرة في دول اوربا وامریكا ومتبنّتها من فلسفات وايديولوجيات مختلفة استلزم من هذه الحكومات ان تبذل جهداً خاصاً للتعرّف بها وشرح السياسات المستمدّة منها بهدف تهيئ اذهان الجمهور وتعبئته الرأي العام وبالتالي استمرارها في السلطة وبعد ان بدات الحكومات والنظم السياسية تقييم وزناً لردود فعل الرأي العام

وتخشى النقمة الجماهيرية والاحزاب المعارضة التي لجأت الى اثارة الحركات والثورات ضد النظم التقليدية المنغلقة على نفسها او المعزلة عن جماهيرها الامر الذي شكل عامل ضاغطا على الهيئات والمنظمات الحكومية للبحث عن افضل السبل للاتصال بالرأي العام وايصال المعلومات الكافية لدية والوقوف على طبيعة احتياجات الجماهير وذلك طردا مع انتشار مبادئ الحرية والديمقراطية وحقوق الانسان .

2- ازديادوعي الجماهيري نتيجة لانتشار التعليم والذي قاد الى طلب الجماهير للمعلومات والحقائق من الاجهزه الحكومية وبالتالي مطالبتها بتحسين مستوى الخدمات التي تقدمها لهم وهذا ما اظهر حاجة هذه الاجهزه الحكومية الى العلاقات العامة من اجل القيام بدورها بشكل يساعد على تحسين مستوى الخدمات التي تغيب فيها المنافسة مثل الجوازات وتسجيل السيارات .

3- التطور الاقتصادي الكبير وبروز ظاهرة فيض الانتاج لقد اتسعت مساحة النشاطات الاقتصادية بوجة عام والصناعية والتجارية بوجه خاص وذلك عقب الثورة الصناعية ونتيجة للتطور الصناعي والتكنولوجي الذي اسفر عن الاعتماد على الانتاج الواسع الكبير وذلك تطلب اسواقا واسعة لتصريف المنتجات في ظل اجواء المنافسة الشديدة الامر الذي قاد الى تطور وسائل الاعلان والترويج والدعائية فكان لابد للشركات والمؤسسات المنتجة و المسوقة من اللجوء والاستعانة بوسائل واساليب تستطيع من خلالها ان تكسب ثقة جمهور المستهلكين وتقف على ارائهم وانطباعاتهم ازاء السلع والخدمات التي تنتجها .

وفي ظل التقدم التكنولوجي والفنى لم تعد المشكلة مشكلة انتاج بقدر ما اصبحت مشكلة اقناع الجمهور بالتعامل مع منتجات الشركة دونا عن المنتجات الخاصة بالمنشآت المنافسة .

4- تزايد تعقيد هيكل الصناعة وزيادة ابعادها عن الاتصال المباشر بالجماهير وذلك بسبب التقدم التكنولوجي والفنى الذي حققه البشرية خلال النصف الاخير من القرن العشرين بمعدلات فاقت ما حققه خالل التاريخ الانساني كله وذلك الشكل يشمل كل مجالات الحياة وفي اتجاه تحقيق الرفاهية للانسان .

5- تطور فن الاتصال واساليبه وادوته التي اسفرت عنها الثورة التكنولوجية من اجهزة ومعدات الكترونية واقمار صناعية فقد كان متاحا استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية كالصحافة والراديو والتلفزيون من اجل التأثير على الفئات المختلفة من الجماهير كما قد كان من المتعدد على المؤسسات المتطرفة ان تتجاهل ذلك كي لا تختلف عن نظيراتها في

العالم المتقدم وهذا ما تطلب الاستعانة بوسائل الاتصال لنقل الاخبار والمعلومات وشرح السياسات والاغراض للجمهور الامر الذي اكد الحاجة الى وجود نشاط العلاقات العامة لتحقيق هذه الاهداف وبالتالي ادى الى تطوير العلاقات العامة .

6- اشتداد الصراعات والمنازعات الدولية وظهور الاحلاف العسكرية والكتل السياسية والاقتصادية والاسواق التجارية والمنظمات الاقليمية والدولية المتخصصة في حل المشكلات الدولية وتوثيق عرى الصداقة والتعاون بين الشعوب باعتبار ان الانسان المعاصر قد خرج عن نطاق مجتمعه المحلي الى الاهتمام بالمجتمع الدولي باسره فاصبح يهتم بكل ما يحدث على الساحة الدولية من متغيرات سياسية او اقتصادية وبذلك تصبح العلاقات العامة نشاط ضروري لا غنى عنه لاي حكومة او منظمة او انسان متحضر .

7- انتشار افكار مدرسة العلاقات الانسانية

ان ظهور المدرسة السلوكية وانتشار افكارها وما احدثته من تطور في وسائل البحث والتصدي للظواهر والمشكلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية باطار كلي انصب على التحليل المنطقي لسلوك الانسان وقد اعطى دفعا قويا لعلماء النفس والاجتماع والادارة والسياسة للقيام بدراسة سلوك الافراد والجماعات والمنظمات والمجتمعات للوقوف على اساليب التأثير فيها لتحقيق التغيير والتطوير في القيم والمفاهيم والمشاعر والسلوك والتفكير .

8- تطور العلوم التي تعتمد عليها العلاقات العامة .

ان النتائج الدراسات التي تحققت في مجال العلوم الاجتماعية قد ساعد على تطوير العلاقات العامة وعموما فقد اثبتت دراسة خبراء العلاقات العامة . ان المناهج العلمية التي يتزود بها اخصائيو العلاقات العامة في المؤسسات الاكاديمية تعتمد على علم النفس والاجتماع ولعلم النفس الاجتماعي والأنثروبولوجيا وعلوم الاتصال والتخطيط والادارة والارشاد والتعليم والعلاقات الصناعية والدراسات الاقتصادية والسياسية ومناهج البحث العلمي .

9- ظهور الاثار السلبية للهجرة من الريف الى المدينة وما ترتب على ذلك من تغيرات اجتماعية غير منتظمة اخلت بتوازن فئات المجتمع وكذلك اثرت على اتجاهات ونوعية الانتاج والاستهلاك معا على المستوى القومي ما ادى الى زيادة الاهتمام باجراء بحوث

الرأي العام لدراسة التركيبة الاجتماعية للسكان وعناصر تحولها واتجاه معدل هذا التحول وهذا أحد اختصاصات نشاط العلاقات العامة .

- 10- المواد التي انتجتها العلاقات العامة تعتبر وسائل فعالة للمؤسسة تتضمن مواد تفيد الادارة العليا للمؤسسة للتعریف بشؤونها ويطلق المختصون على استفاده المؤسسة من المواد التي تنتجهما العلاقات العامة اصطلاح (تسويق برامج العلاقات العامة)
- 11- زيادة قوة واهمية الفرد في المجتمع الحديث حيث ان جميع المؤسسات والحكومات تسعى الى كسب الفرد والمواطن للحصول على تأييده .
- 12- نمو العلوم الانسانية التي تتناول دراسة القوى والدوافع وراء سلوك الفرد وتصيرفاته .
- 13- سهولة الانتقال للأشخاص والافكار نتيجة توافر وسائل الانتقال التقنية الحديثة .
- 14- تنوع وتشابك العلاقات بين الافراد والجماعة .

اسئلة الوحدة (4) و(5)

- س1/ كيف ساعد تطور فن الاتصال على ظهور العلاقات العامة .
- س2/ للتطور التكنولوجي دور في ظهور اهمية العلاقات العامة . ووضح ذلك .
- س3/ برأيك ما هي اهم اسباب التي ادت الى ظهور علم العلاقات العامة . عددها فقط .

التنظيم الداخلي اجهزة العلاقات العامة / المركزية واللامركزية في اعمالها	عنوان المحاضرة:
عبدالخالق سلمان جميان	اسم المدرس:
طلبة المستوى الاول / الفصل الدراسي الأول / قسم تقنيات ادارة المكتب / معهد الادارة التقني - زينوى.	الفئة المستهدفة :
<ul style="list-style-type: none"> - سيمكن الطالب من تحديد مكانة العلاقات العامة داخل المنظمة - سيكون الطالب قادرا على التمييز بين النظام المركزي واللامركزي 	الهدف العام من المحاضرة
أن يعرف الطالب اين نضع العلاقات العامة داخل المنظمة	الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:
<ul style="list-style-type: none"> - الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الالكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض افلام فيديوية - التعليم التعاوني 	استراتيجيات التيسير المستخدمة
يستطيع الطالب التفريق بين المركزية واللامركزي	المهارات المكتسبة
اسئلة من ضمن المحاضرة	طرق القياس المعتمدة
	الاسئلة القبلية:

س1: اين نضع العلاقات العامة داخل المنظمة ؟

س2: هل هناك فرق بين المركزية واللامركزي ؟

الوحدة (6)

التنظيم الداخلي اجهزة العلاقات العامة / المركزية واللامركزية في اعمالها

يختلف اسلوب التنظيم الداخلي من منظمة لاخري لكي يلائم اهداف كل منظمة وحجمها وظروفها فيها السلعة والخدمة التي تنتجهما ومدى فهم المستويات الادارية العليا لاعمالها وايمانها بها والجماهير التي تسعى الى كسب تاييدها لذلك من الصعب وضع تنظيم امثل لادارة العلاقات العامة .

التنظيم الجيد يجب ان يتتصف بالمرونة بحيث يسمح باضافة مسؤوليات جديدة اذا اقتضت الضرورة او دمج بعض المسؤوليات او الغاء مايلزم الاستغناء عنه اذا كان ذلك يخدم سير العمل

التنظيم الداخلي لاعمال العلاقات العامة يجب ان يتضمن اقساماً يعهد اليها مسؤولية تنفيذ انشطتها الاساسية (البحث / التخطيط الاتصال / النسق / التقويم)

كثير من المنظمات تقوم بتخصيص قسم مستقل داخل ادارة العلاقات العامة لاعمال البحث بسمى بقسم البحث وتكون مسؤوليته جميع المعلومات عن المنتظمة والبيئة الخارجية التي تمثل جميع الاطراف التي تتعامل معها وجمع المعلومات عن الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر عليها بالإضافة لذلك يقوم قسم البحث بدراسة وتحليل الرأي العام وتقويم الاتجاهات السائدة ونقلها للادارة العليا

عندما لا تتمكن المنظمة من تخصيص قسم مستقل لبحوث العلاقات العامة تقوم بالاستعانة ب احد اقسامها التي تهتم بالبحوث (كقسم بحوث التسويق) او مكتب ابحاث خارجي لاجراء بحوث العلاقات العامة ومن اهم اقسام العلاقات العامة في اي منظمة تلك التي تهتم باعمال الاتصال الموجهة الى الجماهير المختلفة الداخلية منها والخارجية وتوجد ثلاثة اساليب للاتصال بادارة العلاقات العامة ويعتمد كل منها على مدى تشعب علاقات المنظمة وحجم كل جمهور وعلى النحو التالي

1- الاسلوب الاتصالي العام : يعتمد على اساس وسائل الاتصال الجماهيرية حيث يخصص قسم للصحافة لدراسة البيانات وتحليلها وتوزيعها وتنظيم المؤتمرات الصحفية واصدار صحيفة باسم المنظمة ويخصص قسم اخر للاذاعة والتلفزيون وآخر للانتاج المطبوعات والنشرات وفي بعض الادارات للعلاقات العامة يخصص قسم مستقل للتخطيط الاعلامي وفي بعض المنظمات يقوم بهذه الوظيفة مدير العلاقات العامة

2- الاسلوب الاتصالي النوعي :- الذي يكون على اساس الجماهير النوعية للمنظمة كقسم اتصال بالمستثمرين / المستهلكين / الموردين وتحدد ذلك في الاقسام حسب طبيعة نشاطها واعمال المنظمة

3- الاسلوب الاتصالي المزدوج :- يجمع بين الاسلوب العام والاسلوب النوعي والاسلوب الامثل ما يتفق وحاجة المنظمة واهدافها وامكانياتها التي تستعين بها على تحقيق هذه الاهداف . لا يوجد تنظيم امثال للعلاقات العامة يمكن تطبيقه او الاسترشاد به لجميع المنظمات لاختلاف انشطتها .

ان التنظيم الداخلي لاعمال العلاقات يعتمد الى درجة كبيرة على حجم المنظمة وامكانياتها والصلاحيات الممنوحة لها ونوع جماهيرها .

المركزية والامرکزية في اعمال العلاقات العامة

1- **المركزية** : وهي تركيز الصلاحيات الممنوحة وحصدها في المستويات الادارية العليا حيث يتم اتخاذ القرارات مركزا اي في المركز الرئيسي. ثم يقوم المتخصصين بممارسة وظيفتهم في فروع المنظمة طبقا للخطة الموضوعة ويتبع هذا الاسلوب تخطيط انشطة العلاقات العامة وتنمية الاتصالات الالزمة مع جميع الاطراف الخارجية التي تؤثر على نشاط المنظمة بصفة عامة وكذلك العمل على خلق صورة ذهنية جيدة للمنظمة في اعين جماهيرها.

2- **الامرکزية** :- هي تخول الصلاحيات على المستويات الادارية المختلفة ومنح المدراء حق اتخاذ القرارات اي يصبح لكل فرع من فروع المنظمة ادارة العلاقات العامة الخاصة به والتي تمارس نشاطها من خلاله طبقا لظروفها المتميزة في حدود الامكانيات وعند التفضيل بين الاسلوبين نجد ان طبيعة انشطة المنظمة هي التي تحدد الاسلوب الافضل حيث هناك العديد من الانشطة التي تتعلق بانشطة وسياسات المنظمة ككل ويفضل تخطيطها وتنفيذها مركزا بينما البعض الآخر من الانشطة التي تختلف باختلاف ظروف كل فرع من فروع المنظمة وبالتالي الاسلوب المفضل هو اتباع مزيج من الاسلوبين للتتمع بمزايا كل منهما وفي ظل هذا الاسلوب تشتراك الفروع في وضع الخطة العامة ويحدد كل فرع واجباته الخاصة في اطار هذه الخطة مستفيدا من الامكانيات الفنية المتوفرة لادارات العلاقات العامة في المركز الرئيسي .

اسئلة الوحدة (6)

س1/ عدد اساليب الاتصال الخاصة بتنظيم ادارة العلاقات العامة .

س2/ وصح مفهوم مرکزية ولامرکزية اعمال العلاقات العامة .

س3/ ماذا نقصد بعبارة (ان التنظيم الجيد لادارة العلاقات العامة لابد ان يتتصف بالمرونة)

رقم المحاضرة: السابع
والثانية

العاملون في اجهزة العلاقات العامة	عنوان المحاضرة:
عبدالخالق سلمان جميـان	اسم المدرس:
طلبة المستوى الاول / الفصل الدراسي الأول / قسم تقنيات ادارة المكتب / معهد الادارة التقني - نينوى.	الفئة المستهدفة :
- سيمكن الطالب الموصفات العامة للعاملين في اجهزة العلاقات العامة أن يعرف الطالب الخصائص الواجب توافرها في اجهزة العلاقات العامة	الهدف العام من المحاضرة الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:
- الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الالكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني	استراتيجيات التيسير المستخدمة
يستطيع الطالب التعرف على العامة للعاملين في اجهزة العلاقات العامة	المهارات المكتسبة
اسئلة من ضمن المحاضرة	طرق القياس المعتمدة الاسئلة القبلية:

س1: عدد الموصفات العامة للعاملين في اجهزة العلاقات العامة ؟

س2: ما هي الخصائص الواجب توافرها في اجهزة العلاقات العامة ؟

الوحدة (7) و(8)

العاملون في اجهزة العلاقات العامة / الموصفات العامة للعاملين في اجهزة العلاقات العامة / الخصائص الواجب توافرها في اجهزة العلاقات العامة

الموصفات العامة للعاملين في اجهزة العلاقات العامة .

1- النشاط :- العلاقات العامة عمل مستمر وحيوي ومتنوعة في مجالات وجهد متواصل مما يتطلب أن يتصف من يعمل في العلاقات العامة بالقدرة على التحرك السريع ودون ملل وبذل أقصى الجهد لنجاح مهمته

2- حسن المظهر والمنطق والجاذبية وسماحة الوجه ورقية الحديث والكلام وتناسب القوام وحسن الهندام وقدر على التعبير الكلامي

- 3- الشخصية المستقرة والمترنة لتحقيق التفاهم مع الافراد والجماعات وكسب تاييدهم وخلق انطباع طيب عند الجماهير عن المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة
- 4- الشجاعة :- ان يكون رجل العلاقات العامة قوي الشخصية وشجاعا في عرض ارائه واقتراحاته والدفاع عن وجهه نظرة امام الادارة العامة
- 5- الاقناع :- من المميزات المهمة لرجل العلاقات العامة ان يكون له القدرة على التاثير في نفوس الناس واقتناعهم ببلباقه وهو خبير بالنفس البشرية والجماعة الانسانية يعرف كيف يوجه ويرشد وكيف يقنع باللفظ والعبارة وقوه الشخصية
- 6- الذكاء ان يكون ذكيا ناضج الشخصية اهلا للثقة
- 7- التكييف : عامل اساس في العلاقات العامة ومن الحقائق المتفق عليها ان الناس والجماعات والهيئات يعوزها ان تتكييف فيما بينها اذا اريد ان يكون لنا مجتمع متجانس ومن واجبات العلاقات العامة تحقيق التفاهم عن طريق الاتصال بالاخرين محببا للاندماج معهم للتعرف على طريقة تفكيرهم واساليب التاثير فهم
- 8- الاستقامة والصدق :- ان يكون قادرا على عرض الحقائق عرضا سلانيا على الجمهور لكي يظفر بتاييده ويكتسب ثقته وان يتحلى بالسمعة الطيبة والاخلاق الفاضلة وهي من الصفات الاجتماعية التي يؤكد عليها المجتمع والدين وانها تدل على خلفية وتاريخ العائلة والمجتمع
- 9- الموضوعية : هي القدرة على النظر بتجدد عن الذات الى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة واسلوب العمل
- 10-الاحساس العام :- ان يكون قادرا على التوافق مع الغير ةان يعرف متى يتكلم ومتى ينصت ومتى يدافع او يهاجم وان الحرص ضروري حتى لا تؤدي زلة لسان الى مشكلات يصعب حلها وان تتوافر لديه المقدرة الايجابية على التحليل والتأليف مستمدًا مقاييسه في الحكم من بدايته ومفطنته السلمية
- 11- الخيال الحضب : عمل العلاقات العامة وظيفة تتعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة والغلبة على الاراء المعارضة باضعافها لكتسب فئات جديدة من الجماهير كما لابد ان يتميز بالخلق والابداع والمثابرة بالإضافة لذلك لابد من توفر المؤهلات العلمية

- 1- ان يكون مزودا بالاصول العلمية في علم وفن العلاقات العامة كدراسة علوم الاجتماع والنفس والادارة ودراسة المنهج العلمي في العلاقات العامة واساليب قياسات الرأي العام وحاصل على شهادة علمية من معهد او كلية باحدى اختصاصات الادارة او اللغات او الاعلام او الصحافة او السياحة او المكتبات او علم الاجتماع .
 - 2- ان يتمتع باليقظة والانتباه عند الاستماع للجماهير او لوسائل الاعلام .
 - 3- القدرة على الخطابة وفن مخاطبة الناس والالامام باكثر من لغة اجنبية .
 - 4- ان يكون لديه القدرة على الكتابة والتعبير بهدف الاقناع فالكتابة وظيفتها نقل الافكار والمعلومات والاحدات مما لابد منه وان تكون بسيطة وواضحة ومؤثرة .
 - 5- الصحافة لابد ان يتمتع رجل العلاقات العامة بخبرة حتى لو كانت بسيطة عن اسلوب التحرير الصحفي والتحقيقات الصحفية والمقال وفن الارتجاع وهي الاساس الذي يعتمد عليه في مادة الاتصال بالجمهور .
 - 6- الاطلاع الفني :- يستخدم رجل العلاقات العامة بالإضافة الى الوسائل المطبوعة / الافلام / المعارض / الاذاعة الداخلية / الشرائط المصرورة وكذلك وسائل الاتصال السمعي والمرئي والسينما فلا بد ان يتتوفر لديه الاطلاع والحس الفني
- الخصائص الواجب توافرها في اجهزة العلاقات العامة
- 1- العلاقات العامة ليست من الانشطة الثانوية قليلة الاهمية بل تشكل عنصراً اساسياً في انشطة المنظمات فهي ضرورية في جميع المنشآت وعلى مختلف المستويات يفرضها المجتمع الحديث
 - 2- العلاقات العامة وظيفية ادارية اساسية من وظائف الادارة وهي وظيفة مستمرة ومخططة لايمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود افعال انية لمواجهة المشكلات والازمات التي تواجه المنظمة
 - 3- العلاقات العامة وظيفية استشارية تنفيذية لأنها تقدم النصح والمشورة للادارة العليا في كيفية التعامل مع الجماهير وتنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها .

- 4- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل حيث تعكس وجه النظر الجماهير لادارة العليا وتعكس وجهة نظر الادارة لكافية الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الوسائل والاشكال والقنوات والاساليب الاتصالية المتاحة للمنظمة .
- 5- تعتمد العلاقات العامة في ممارسة انشطتها على الاسلوب العلمي القائم على الدراسات والبحوث المستمرة والتخطيط العلمي السليم فهي ليست نشاطا عشوائيا .
- 6- الرأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة وهدفها الاساسي من خلال التأثير العام على اتجاهاته وكسب تعاطفه وتاييده بما يحقق الصالح العام للمنظمة وبجماهيرها المعنية .
- 7- تتصف العلاقات العامة بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون اخر بل يمتد ليشمل كافة المبادين الأساسية والاقتصادية والاجتماعية .
- 8- ترتكز العلاقات العامة على مبادي اخلاقية لتدعم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها ولهذا فهي تبتعد عن كافة اساليب واشكال الغش والخداع والتضليل والدعائية المزيفة وتقديم الحقائق والواقع للجماهير لكسب ثقتها وتاييدها .
- 9- العلاقات العامة نشاطها موقوف بمعنى ان اختيار التوقيت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامج العلاقات العامة وهو ضروري لنجاح هذا البرنامج وهو يعتمد على حسن الادراك وكثرة المران وطول المراس وكلها صفات مطلوبة في حيز العلاقات العامة .

اسئلة الوحدة (7) و(8)

- س1/ عدد اهم الخصائص الواجب توفرها في اجهزة العلاقات العامة .
- س2/ وضح المقصود بخصائص رجل العلاقات العامة التالية .
- 1- الموضوعية 2- الخيال الخصب 3- الاقناع
- س3/ عدد خصائص رجل العلاقات العامة الناجح .

رقم المحاضرة: التاسعة	
عنوان المحاضرة:	اخصائيو العلاقات العامة / اخصائي العلاقات العامة بالمنظمة
اسم المدرس:	عبدالخالق سلمان جميان
الفئة المستهدفة :	طلبة المستوى الاول / الفصل الدراسي الأول / قسم تقنيات ادارة المكتب/ معهد الإدارة التقني- نينوى.
الهدف العام من المحاضرة	- سيمكن الطالب من تعداد صفات وخصائص اخصائي العلاقات العامة
الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:	أن يعرف الطالب الخصائص الواجب توافرها في اخصائي العلاقات العامة
استراتيجيات التيسير المستخدمة	<ul style="list-style-type: none"> - الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الالكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض افلام فيديوية - التعليم التعاوني
المهارات المكتسبة	يستطيع الطالب التعرف على واجبات اخصائي العلاقات العامة
طرق القياس المعتمدة	اسئلة من ضمن المحاضرة
الأسئلة القبلية:	

س1: عدد مواصفات اخصائي العلاقات العامة ؟

س2: ما هي الخصائص الواجب توافرها في اخصائي العلاقات العامة ؟

الوحدة (9)

اخصائيو العلاقات العامة / اخصائي العلاقات العامة بالمنظمة

اخصائي العلاقات العامة بالمنظمة

يتزايد استغراق الادارة العليا وقتا اطول في مجال الشؤون العامة او الجماهيرية بسبب الضغوط الاجتماعية المتزايدة ولهذا نتطلب الادارة من اخصائي العلاقات العامة تدريبها على كيفية نقل المنظمة الى الجماهير بفاعلية فضلا عن نصح وارشاد الادارة فيما يتعلق بالمسائل التي لها صلة بعلاقة المنظمة بجماهيرها .

ان اخصائي العلاقات العامة مطلوب منه ان يدرس الظروف المختلفة الخاصة بعلاقات المنظمة وجماهيرها وان يوفر فرصا للحصول على مزيد من الدعم والتاييد من الجمهور لسياسات المنظمة وانشطتها وخدماتها وان يروج للمنظمة لدى جماهيرها وتقوم العديد من المنظمات بالاستعانة بخدمات المستشارين الخارجيين للاستفادة من خبرتهم وجهودهم في كسب تاييد الجماهير والتغلب على المشاكل التي تصادفهم في هذا المجال ولقد ظهرت اهمية وظيفية مستشار العلاقات العامة وانتشرت وكذلك خلال هذه الفترة مكاتب العلاقات العامة وتطوير حجمها مما ادى الى ظهور مكاتب ووكالات دولية لخدمة الشركات والدول وقد زاد في اهمية وجود هذه المكاتب زيادة حجم المنافسة بين الشركات وتبين الاتجاهات السياسية والمشاكل البيئية في مختلف الدول وقد تم انشاء المكتب الاستشاري الدولي للعلاقات العامة يخدم العديد من الدول عن طريق مكاتب فرعية او وكالء الفروع وتختلف الخدمات التي يقدمها هؤلاء الاختصاصيون من منظمة لآخر حسب ظروف المنظمة فبعض المنظمات يستخدم خدمات المستشارين بصفة دائمة والبعض الآخر يستخدم خدماتهم لمواجهة مشكلات معينة طارئة بالإضافة لذلك تقوم بعض المنظمات بالاستعانة بخدمات المستشار الخارجي الى جانب عمل العلاقات العامة بينما البعض الآخر خاصة المنظمات المتوسطة الحجم تقوم بنقل اعباء العلاقات العامة كليا الى المستشار الخارجي ونستطيع تلخيص مزايا الاستعانة بالمستشار الخارجي بما يلي .

1- القدرة على النظر الى الامور بموضوعية تامة دون التأثير بالخلافات الشخصية التي قد توجد بين رجال الادارة بالمنظمة لابتعاده عن مشكلات العمل اليومية وتفاصيلها وعدم تأثيره بالعواطف الشخصية بين زملاء العمل الواحد

2- خبرته الواسعة ومهاراته المتعددة نظرا لاتصاله بوسائل الاعلام المختلفة وكثرة المشاكل التي يتعامل معها

3- لايعتبر المستشار الخارجي عبء على ميزانيه المنظمة فهو لايتقاضى راتبا منتظما بل يتقاضى اتعابا حسب طبيعة الخدمات التي يؤديها

اما عيوب الاستعانة بالمستشار الخارجي فهي :-

1- عدم الارتياح له من قبل ادارة المنظمة لانه من وجه نظرهم عنصرا دخila على المؤسسة
2- قد لا تكون نظريته شاملة ويشوبها بعض القصور اذا اغفلت على ادراك بعض الخفايا المتعلقة بالموقف العام

3- توجد بعض الانشطة تتطلب تواجد رجل العلاقات العامة باستمرار في نفس موقع العمل لمتابعة الاحداث اولا باول ومواجهة المواقف التي تحتمل سوء الفهم بين المنظمة وبين جمهور من جماهيرها ومن الطبيعي ان المستشار الخارجي لا يستطيع ان يكرس كل وقته لاحدى الشركات بصفة مستمرة والا انتفت عنه صفة الخارجية واصبح كاحد الاعضاء العاملين فيها .

اسئلة الوحدة (9)

س1/ عدد مزايا الاستعانة بالمستشار الخارجي .

س2/ عدد عيوب الاستعانة بالمستشار الخارجي .

عنوان المحاضرة:	رقم المحاضرة: العاشرة
اسم المدرس:	نطاق عمل العلاقات العامة بالمنظمة ، وجماهير المنظمة ، والرأي العام
الفئة المستهدفة :	عبدالخالق سلمان جميان طلبة المستوى الاول /الفصل الدراسي الأول /قسم تقنيات ادارة المكتب/ معهد الإدارة التقني- نينوى.
الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:	- سيمكن الطالب قادر ا على معرفة نطاق عمل العلاقات بالمنظمة
استراتيجيات التيسير المستخدمة	أن يعرف الطالب الخصائص الواجب توفرها في جماهير المنظمة
المهارات المكتسبة	- الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الإلكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني
طرق القياس المعتمدة	اسئلة من ضمن المحاضرة
الأسئلة القبلية:	يستطيع الطالب التعرف أنواع الجماهير في العلاقات العامة

س1: تكلم عن الجمهور الداخلي ؟

س2: ما هي انواع الجماهير ؟

الوحدة (10)

نطاق عمل العلاقات العامة بالمنظمة ، وجماهير المنظمة ، والرأي العام ، مفهوم الجمهور

نطاق عمل العلاقات العامة بالمنظمة

لاختلاف الكثير حول تحديد مظائف النشطة العلاقات العامة يمكن اجمالها بما يالي

- 1- البحث وهي قياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المنظمة سواء في الداخل او الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الاعلامية المختلفة بمقاييس احصائي دقيق .
- 2- التخطيط رسم سياسية العلاقات العامة والتنبؤ للمستقبل بالنسبة للمنظمة عن طريق تحديد الهدف والجماهير المستهدفة وتصميم البرامج الاعلامية المناسبة وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية وتوزيعها على الانشطة .
- 3- الاتصال ويقصد به القيام بتنفيذ الخطط والاتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد الوسائل الاعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور الاتصال بالهيئات والافراد في الخارج وقادرة الرأي ومراكز المعلومات .
- 4- التنسيق بين الادارات الاخرى في المنظمة وذلك فيما يخص بالأنشطة التي تقوم بها وترتبط هذه الادارات بحيث تؤدي في النهاية اي فعالية القيام بالنشاط
- 5- التقويم وهو قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة والقيام بالاجراءات التصحيحية لضمان فعالية البرامج وتحقيق الاهداف وهناك رأي اخر يحدد وظائف انشطة العلاقات العامة كما يلي . (1)

اولا :- وظائف بالنسبة للجمهور بصفة عامة

- 1- تعريف الجمهور بالمنظمة واهدافها بلغة مبسطة بهدف الحصول على تأييد الجماهير
- 2- شرح سياسة المنظمة للجماهير وابلاغها باي تغير قد يحصل بهدف قبولها والتعاون معها .

3- مساعدة الجمهور في تكوين رأي عام سليم عن طريق امداده بكافة المعلومات الصحيحة والصادقة ليكون رأيه مبنياً على أساس من الواقع والحقيقة .

4- التأكيد من أن جميع الأخبار التي تنشر للجمهور صحيحة وسليمة .

5- تهيئة جو صالح بين المنظمة والأفراد وبعضها البعض داخل المنظمة .

ثانياً :- وظائفها بالنسبة للمنظمة ككل

1- مد المنظمة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام .

2- حماية المنظمة من أي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها .

3- التأكيد من أن أهداف المنظمة وأغراضها وأعمالها تلقي الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة .

ثالثاً: وظائفها بالنسبة لإدارة المنظمة .

1- أخبارة الإدارة العليا للمنظمة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة .

2- بحث وتحليل وتلخيص جميع الوسائل التي تهم الإدارة العليا ورد فعلها إليها .

3- مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا وبين المستويات الدنيا وبالعكس .

4- تعمل كمنسق بين الأدارات المختلفة في المنظمة لتحقيق الانسجام بين هذه الأدارات من ناحية وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية أخرى .

5- تعمل كمستشار شخصي- لاعضاء مجلس الإدارة ولجميع مديري الإدارة العليا للمنظمة واسداء النصح للمسؤولين عن اصدار القرارات وتعديل السياسات

جماهير المنظمة : ان مفهوم الجمهور اوسع من مجرد جماعة من الناس في اغلب الاحيان وتقسم جماهير المنظمة الى نوعين رئيسين هما

1- **الجمهور الداخلي** :- وهو يمثل جميع العاملين داخل المنظمة اي الموظفين والعمال المستخدمين الذي يعملون بالمنظمة .

2- **الجمهور الخارجي** :- ويتمثل الجمهور المتصل بشكل مباشر او غير مباشر بالمنظمة .

الرأي العام : هو ما يتفق عليه ويعتنقه جماعة من الناس قد تتسع حتى تشمل المجتمع بأكمله في موضوع معين وفي وقت محدد وضمن ظروف معينة .

اسئلة الوحدة (10)

س1/ بين وظائف المنظمة بالنسبة للجمهور ككل .

س2/ وضح مفهوم كلًا مما يأتي .

1- الجمهور الداخلي . 2- الجمهور الخارجي . 3- الرأي العام .

س3/ ما المقصود بوظيفة البحث ووظيفة التقويم لأنشطة العلاقات العامة .

رقم المحاضرة: الحادية عشر	عنوان المحاضرة:
نطاق عمل العلاقات العامة بالمنظمة ، وجماهير المنظمة ، والرأي العام	عبدالخالق سلمان جميان
طلبة المستوى الأول / الفصل الدراسي الأول / قسم تقنيات ادارة المكتب / معهد الادارة التقني - نينوى.	الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:
- سيكون الطالب قادرًا على معرفة مفهوم الرأي العام أن يعرف الطالب - أنواع الرأي العام	الهدف العام من المحاضرة
- الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الإلكتروني والمدمج / الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني	استراتيجيات التيسير المستخدمة
يستطيع الطالب التعرف على دور العلاقات العامة في تكوين الرأي العام	المهارات المكتسبة
اسئلة من ضمن المحاضرة	طرق القياس المعتمدة
	الأسئلة القبلية :

س1: تكلم عن طرق قياس الرأي العام؟

س2: ما هو مفهوم الرأي العام؟

الوحدة (11)

مفهوم الرأي العام / انواع الرأي العام / دور العلاقات العامة في تكوين الرأي العام طرق قياس الرأي العام

مفهوم الرأي العام :- هو ما يتفق عليه ويعتنقه جماعة من الناس قد تتسع حتى تشمل المجتمع بأكمله في موضوع معين وفي وقت معين وضمن ظروف معينة

الرأي العام مجموعة الآراء التي يحملها جماعة من الناس حول مسائل او مواقف او مشاكل تؤثر على مصالحهم العامة او الخاصة

انواع الرأي العام .

1- الرأي العام الظاهر وهو تعبير مجموعة من الناس عن اتجاهاتها وارائهم ازراء مشكلة معينة تعبيرا صريحا حيث توافر الحرية ولا يتردد الناس ان يعبروا عن ارائهم بصرامة .

2- الرأي العام الباطن او غير الظاهر : وهو عكس الاول اي غير المعبر عنه لان افراد الجماعة يخشون التعبير عن ارائهم واتجاهاتهم لانها ضد القانون او الاعراف والمعايير الاجتماعية فإذا اما ستحت الفرصة للجماعة لكي يعبر عن ارائهم وميولها واتجاهاتها عند تغيير القانون او السماح بابداء الآراء مثلا ظهر الرأي العام صريحا واصبح عاما ظاهرا .

3- الرأي العام الكامن : عندما لا تتصدر اراء الجمهور نحو قضية معينة او مشكلة عامة تخصهم فيكون الرأي العام كامن واذا استجدة حادثة او موقف معين قد يتتحول الرأي العام الكامن الى رأي عام ظاهر وباطن .

دور العلاقات العامة في تكوين الرأي العام .

1- الاهتمام بالرأي العام وعدم انكاره والعمل على قياسه بطرق علمية للوقوف على الرأي العام الحقيقي والتجاوب معه وتوجيهه الموسسة نحو هذا الاتجاه .

2- المساعدة في تكوين رأي العام حقيقي وصادق وسليم تمشيا مع المسؤولية الاجتماعية للمنشأة وللعلاقات العامة ايضا .

3- تزويد الجماهير بالمعلومات والاخبار الكاملة والكافية والصادقة والمفهومة حتى يتكون الرأي العام السليم على اساس من الموضوعية والحقائق ويصبح رأيا اكثر تعقلاء وصائبا.

4- استخدام اساليب ووسائل الاتصال والاخبار والاعلام الملائمة للجمهور وكذلك للتخطيط والتنفيذ السليمين في هذا المجال .

5- تشجيع وترغيب الافراد والجماهير للادلاء برأيها في الموضوعات المختلفة وفي كل ما يهمها و تحويل الفريق الذي لرأي له ومساعدته لكي يكون فريقا ايجابيا لكي يسهم مع غيره في تكوين الرأي العام المستنير يخدم الطرفين ويحقق الرفاهية .

6- تصوير وتنوير الجماهير بالدعائية الانفعالية والاكاذيب والتضليل او الصور المزيفة او الاحصاءات المؤلفة وهي الاحصاءات المؤلفة من قبل واضعيها لخدمة موقوف اني فقط

7- تجميع وملاحظة وتحليل الشائعات التي يتم نشرها والتاكيد من درجة مصداقيتها والشائعات هي ما ينشر بين الناس او ينشر في الناس من اخبار حول موضوع معين وتدور على الاسننة والافواه في مختلف الاوساط قد تكون الشائعة صحيحة او غير صحيحة

طرق قياس الرأي العام العام : ويمكن تقسيم هذه الطرق الى قسمين رئيسيين

- الطرق الكمية

- الطرق الكمية :- تعتمد هذه الطريقة نفس خطوات البحث العلمي والتي تتخلص

1- اختيار العينة - من الصعوبات التي تواجه العاملين في مجال العلاقات العامة هي اختيار العينة عند القيام بقياس الرأي العام وذلك لكثره عدد افراد الجمهور موضوع البحث مثل جمهور طلبة / جمهور امهات / جمهور العاملين وقد يصل عدد افراد كل جمهور الى ارقام كبيرة فجمع المعلومات لهذه العينة سيكون عملية صعبة جدا لذلك يجب العناية باختيار العينة بحيث تمثل قدر الامكان تمثيلا صحيحا الجمهور الذي سيجري عليه البحث وان لا يكون حجم العينة صغيرا جدا فدرجه الدقة تزداد كلما زاد حجم العينة

2- تحديد الاسئلة وصياغتها .

1- تكون الاسئلة واضحة ومفهومة وان يكون لكل سؤال معنى واحد يالنسبة لجميع افراد البحث مهما كان الاختلاف بينهم .

2- ترتيب الاسئلة ترتيبا منطقيا يتماش والتسلسل الطبيعي لتفكير الفرد .

3- صياغة الاسئلة بحيث يمكن الاجابة عليها بكلمة (نعم) او (لا) او بعدد .

4- في حالة تعدد الاجابات المحتملة والطلب من الشخص التأشير على الاجابة المناسبة مثلا السؤال عن الحالة الزوجية : اعزب / متزوج / مطلق / ارمل / .

5- الابتعاد عن المقاييس الكيفية كلما امكن واستخدام مقاييس كمية لانه المقاييس الكيفية في الغالب نسبة اي تتوقف على تقدير الفرد الذي يجيب على السؤال .

6- الابتعاد عن الاسئلة التي تعتمد على ذاكرة الفرد والتي تتطلب منه عصر-الذهن للإجابة عليها .

7- عدم دمج سؤالين او اكثر في سؤال واحد.

3- جمع البيانات .

- طريقة المقابلة الشخصية - طريقة البريد

- طريقة الاستفتاء قائمة الاسئلة - طريقة الهاتف

4- المراجعة والتبويب :- اي تقسيم بالبيانات والمعلومات الى مجموعات فئات متجانسة توضع في جداول منتظمة تنظيميا خاصا حسب طبيعة البحث لتسهيل دراستها وتحليلها

5- التحليل

تصنف وتتبوّب البيانات والمعلومات في جداول سوف تمدنا بحقائق ومعلومات كثيرة واحدة من هذه الحقائق والمعلومات معنى خاص قد يكون له علاقة باتجاهات واراء الرأي العام او المشاكل موضوعة البحث ومن الممكن اكتشاف حقائق ومعلومات اخرى بمقارنة النتائج بعضها ببعض

6- التوصيات والمقترنات التي اسفرت عنها دراسة الرأي العام والتعرف على اتجاهاته - الطرق الكيفية :- تستخدم الطرق الكيفية من قبل وحدة العلاقات العامة للكشف عن

قوة اتجاهات الرأي العام ومصادره هذه الاتجاهات

1- الاستقصاء الفردي العميق 2- المناقشة الجماعية

3- الملاحظة 4- تحليل مواد الاعلام 5- تحليل الرسائل الواردة للمؤسسات

6- دراسة قادة الرأي العام في الجماهير .

اسئلة الوحدة (11)

- 1- عدد مع التوضيح انواع الرأي العام .
- 2- ما هو دور العلاقات العامة من تكوين الرأي العام .
- 3- وضح الفرق بين طرق قياس الرأي العام الكمية والكيفية .
- 4- عدد الشروط الواجب توافرها عند صياغة اسئلة جمع المعلومات .

رقم المحاضرة: الثانية عشر	
عنوان المحاضرة:	الخطيط في مجال العلاقات العامة
اسم المدرس:	عبدالخالق سلمان جميان
الفئة المستهدفة :	طلبة المستوى الاول /الفصل الدراسي الأول /قسم تقنيات ادارة المكتب/ معهد الإدارة التقني- نينوى.
الهدف العام من المحاضرة	- سيكون الطالب قادرا على معرفة مفهوم التخطيط للعلاقات العامة
الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:	أن يعرف الطالب التخطيط وأنواعه
استراتيجيات التيسير المستخدمة	<ul style="list-style-type: none"> - الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الإلكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني
المهارات المكتسبة	يستطيع الطالب التعرف على فوائد التخطيط الانشطة العلاقات العامة
طرق القياس المعتمدة	اسئلة من ضمن المحاضرة
الأسئلة القبلية:	

س1: عدد أنواع التخطيط ؟

س2: ما هو التخطيط ؟

التخطيط في مجال العلاقات العامة

مفهوم التخطيط في مجال العلاقات العامة .

- يمثل التخطيط مرحلة التفكير السابق للتنفيذ وينطوي على قرارات تتعلق بما ينبغي عمله وكيفية توقعاته وهو يتصل بالتنبؤ بما يمكن أن يكون عليه في المستقبل
 - التخطيط هو النشاط العقلي الارادي الذي يوجه لاختيار امثل استخدام ممكн لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق اغراض معينة في فترة زمنية محددة
- فوائد التخطيط لانشطة العلاقات العامة**

على الرغم مما يتطلبه التخطيط من تكاليف في المال والجهود والوقت فانه ذو فوائد كبيرة من ابرزها مايلي .

- 1- يحدد الاهداف التي يطلب من الافراد تحقيقها ويبرزها بشكل يؤدي الى توجيه الجهد المتاحة لإنجاز هذه الاهداف .
- 2- يبين مقدما العناصر الضرورية لتحقيق الاهداف فيساعد على حسن اختيار وسائل الاتصال والموضوعات والآوقات الملائمة والاساليب الاكثر فاعلية في التنفيذ .
- 3- يرتبط التنفيذ بالزمن لاسيما وانه من اهم عناصر التكلفة .
- 4- يلفت الانتباه مقدما الى المشكلات لاتخاذ التدابير الوقائية للتصدي لها على اساس الاستعداد المسبق وذلك باعتبار التنبؤ يمثل احد دعامات التخطيط
- 5- يعتبر اساسا للرقابة ويرفع من كفائتها لانه يحدد سلفا المعايير التي تستخدم في قياس النتائج المتحققة اذ يتعدى على الادارة ان تراقب عملا لم يخطط له مسبقا لاسيما وان بعض اهداف الرقابة هو الوقوف على الانحرافات بدلالة الخطة الموضوعة
- 6- يساعد على تحقيق امثل استخدام ممكن لوسائل الاعلام المتاحة في الوصول الى الجماهير المستهدفة .

انواع التخطيط للعلاقات العامة

ان التخطيط في حقل العلاقات العامة ينقسم من حيث الهدف الى نوعين

1- التخطيط الوقائي :- وهو التخطيط الذي يجب ان يبني على اساس من الدراسات المعمقة والبحوث الرشيدة والذي يستهدف تحقيق غايات بعيدة في اطار العلاقات العامة كتحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة واقامة علاقات ودية مستقرة ومتطورة بينها وبين جماهيرها المختلفة عن طريق السعي الدائم لازالة اي نوع من سوء الفهم قد يظهر او تعارض في المصالح قد يبرز بين المنظمة وجماهيرها. التخطيط الوقائي قد يكون طويلاً المدى فيشهي الاستراتيجية او قد يكون مصير المدى فيشهي التكتيكي وكلاهما يبرز كضرورة .

اذن التخطيط الوقائي باتي كمرحلة متطورة للتخطيط العلاجي

2- التخطيط العلاجي : يقوم هذا النوع من التخطيط على التوقعات لخبراء العلاقات العامة وانها يمكن ان تحصل في اجزاء العمل المختلفة ويتصف التخطيط العلاجي الذي يتطلب نوعا من الاعداد الاولى بأنه تخطيط مسبق الاعداد ومبني على التوقعات التي تتبع من طبيعة العمل في المؤسسة وبانه مؤجل التنفيذ اي ان المؤسسة لا تتجاء الى تنفيذ الخطة الموضوعة فور الانتهاء منها بل تتجاء الى تنفيذها عند الحاجة كما يتتصف بأنه تخطيط سريع التنفيذ اذ لامجال للتأخير في تنفيذ الخطة الموضوعة بشكل سريع وحازم من اجل تضييق دائرة انتشار الاشاعات وتضخيم الحوادث هذا مع العلم ان اغلب الخطط العلاجية تحتاج الى اضافة بعض اللمسات الاضافية عند التنفيذ تبعا للموقف الذي تتعرض له ، الامر الذي يؤدي الى استكمال الخطة وتنفيذها بكل دقة وحزم .

وبعد توضيح مفهوم كل من التخطيط الوقائي والتخطيط العلاجي فاننا نرى بان ادارة العلاقات العامة يجب ان تنصب جهودها على الاهتمام والأخذ بالخطط الوقائي بشكل رئيسي. ومن ثم تلتفت الى التخطيط العلاجي من منطلق ان التخطيط ضرورة مستمرة اساسا لترسيخ السمعة الطيبة .

ترتيب مراحل التخطيط للعلاقات العامة

اولا - دراسة الموقف الحالي

- تحديد الاهداف ولابد ان تكون هذه الاهداف واقعية / واضحة مفهومة / دراسة الوقت والجهد والمال / مرونة تحقيق الهدف .

ثانيا- تحديد الجماهير المستهدفة :- والهدف من تحديد الجمهور هو الوصول الى قطاعات المجتمع التي لها علاقة باهداف الاتصال ويكون هذا التحديد سهلا اذا كانت الجماهير مميزة ومحصورة في قوائم لدى المنظمة كجمهور العمال / جمهور حملة الاسهم / جمهور المتعهددين / جمهور الموردين وعملية التحديد هذه توفر الكثير من الجهد والنفقات لاتها تركز على الهدف مباشرة .

ثالثا- تحديد الوسائل والامكانيات المتاحة : تحتاج ادارة العلاقات لتنفيذ برامجها الى موارد مالية وبشرية فنية وان خبير العلاقات العامة لا يستطيع ان يحدد احتياجاته مالم يكن لديه تصور / تقريبي لحجم الانشطة التي ستنفذ ومن هنا يتضح ان التخطيط لانشطة العلاقات العامة يسير جنبا مع تحديد الميزانية .

رابعا- استراتيجية العلاقات العامة :- هي الخطة العامة للمواطنين والتي تهدف الى بيان اساليب العمل ولما كانت انشطة العلاقات العامة متنوعة ومتعددة فمن الطبيعي ان يكون لكل ميدان استراتيجية خاصة ملائمة ومن انواعها :-

1- استراتيجية التركيز 2- استراتيجية التوقيت

3- استراتيجية الترث وعدم التورط 4- استراتيجية المفاجأة

5- استراتيجية ملتقي المشاركه 6- استراتيجية عدم التدخل

7- استراتيجية ملتقى الطرق

اي تحديد وسائل الاتصال المناسبة

خامسا- اختيار الموضوعات وتحديد البرامج : لكي نحصل على برنامج جيد الاعداد
لابد ان توفر له الاسس التالية :-

- 1- ان يتضمن معلومات مفيدة لها مغزى وجديدة
- 2- ان يكون البرنامج مؤثر الى اقصى مدى
- 3- اختيار افضل الوسائل لنقل الرسالة وذلك يتوقف على
- صفات الجمهور المستهدف
- طبيعة الفكرة او الموضوع المطروح من حيث بساطة التنفيذ
- اهمية عامل الوقت بالنسبة للهدف من البرنامج
- الوسائل الاعلامية المتاحة داخليا وخارجيا
- النفقات التي تتطلبها الوسيلة ومدى ملائمتها للهدف من البرنامج .

اسئلة الوحدة (12)

س1/ ما هو الفرق بين التخطيط الوقائي والتخطيط العلاجي .

س2/ عدد فوائد التخطيط لانشطة العلاقات العامة .

س3/ وضح مفهوم التخطيط .

س4/ ما المقصود بتحديد الامكانيات والوسائل المتاحة لتنفيذ برنامج العلاقات العامة.

رقم المحاضرة: الثالثة عشر	
العلاقات العامة ووسائل اتصالها بالجماهير	عنوان المحاضرة:
عبدالخالق سلمان جميان	اسم المدرس:
طلبة المستوى الاول /الفصل الدراسي الأول /قسم تقنيات ادارة المكتب/ معهد الادارة التقني- نينوى.	الفئة المستهدفة :
- سيكون الطالب قادرًا على معرفة وسائل اتصال بالجماهير	الهدف العام من المحاضرة
أن يعرف الطالب الاتصال	الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:
<ul style="list-style-type: none"> - الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الإلكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني 	استراتيجيات التيسير المستخدمة
يستطيع الطالب التعرف على عناصر الاتصال	المهارات المكتسبة
اسئلة من ضمن المحاضرة	طرق القياس المعتمدة الأسئلة القلبية:

س1: عدد عناصر الاتصال ؟

س2: ما هو الاتصال ؟

الوحدة (13)

العلاقات العامة ووسائل اتصالها بالجماهير / مفهوم الاتصال - عناصر علمية الاتصال

- مفهوم الاتصال

- عناصر الاتصال

العلاقات العامة ووسائل اتصالها بالجماهير

تعتبر وظيفة الاتصال من اهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة لابل انها الوظيفة التي تكشف عن مقدرة هذه الادارات في الوصول الى الجماهير المستهدفة والتاثير فيها بما يحقق اهداف خطة العلاقات العامة . والاتصال كما يفهمه خبراء العلاقات العامة هو نشاط ذو اتجاهين يمارسه طرفا الاتصال (المرسل والمستقبل) وهو هادف للتاثير في الطرف الآخر واحداث التفاعل بين الطرفين عن طريق الحصول على التغذية المرتدة او معرفة الاثر المحدث . وبذلك يصبح

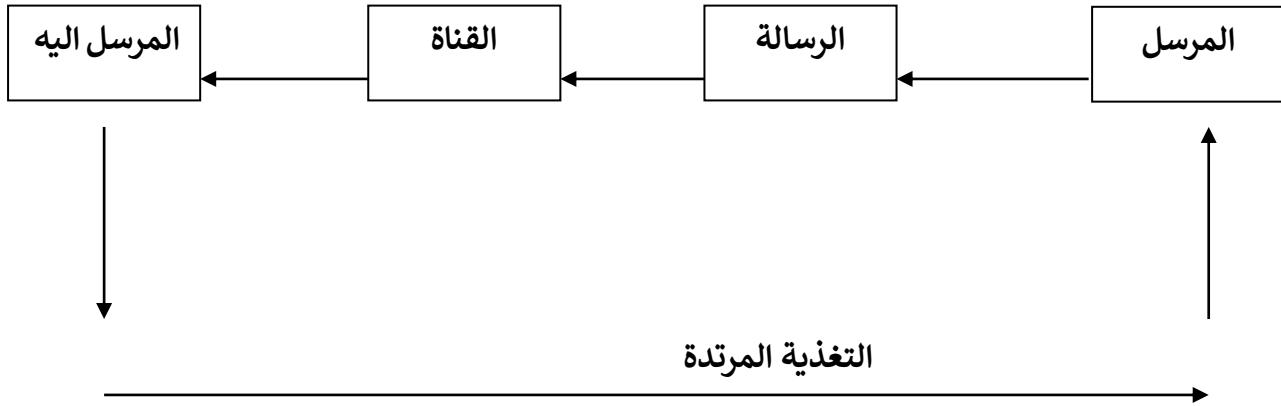
الاتصال من اقوى العوامل التي تضمن لطرف الاتصال ان يتفهم كلا منهما وجهات نظر الآخر فيعمل على تحقيق رغباته وبما يحقق المصلحة المشتركة بينهما ويعتبر الاتصال من اقدم اوجه النشاط الانساني وهو من الظواهر المألوفة لدينا فان مجرد اجراء محادثة خاصة او عامة بين شخصين وادت هذه المحادثة الى تفاهم متبادل نقول : لقد جرى اتصال بينهما وتحقق الهدف .

- **مفهوم الاتصال :** هو عملية توصيل الافكار والمعلومات والحقائق من والى الجماهير بهدف التأثير فيها في الاتجاه الذي يضمن تاييدها وتفهمها للمؤسسة .

من هذا التعريف يظهر لنا خطوات عملية الاتصال وهي

- 1- تحديد الفكرة المراد ايصالها للجمهور .
- 2- تحديد الجمهور الذي سيتم الاتصال به (مساهمين / مستهلكين)
- 3- تحويل الفكرة الى رسالة تتضمن تعبيرا عن الفكرة على شكل كلمات او ارقام او رموز او اشارات .
- 4- تحديد التوقيت المناسب لاطلاق الفكرة او تفيذ الرسالة وارسالها الى الجمهور المستهدف .
- 5- تنفيذ الرسالة واطلاق الفكرة او ارسالها بالاسلوب المناسب والتوقيت المحدد الى الجمهور المعنى
- 6- مراقبة ردود الافعال لدى الجمهور المرسل اليه للتتأكد من وصول الرسالة اليه
- 7- تقييم النتائج على ضوء المعلومات المتحصلة من الجمهور وبيان ومدى فعالية وسيلة الاتصال المستخدمة

عناصر عملية الاتصال



- 1- المُرسِل : هو المتصل والطرف الاول في عملية الاتصال وقد يكون شخصا او معنويا (مؤسسة - شركة - وزارة - ادارة الخ) وهو الذي يقوم بتوجيه رسالته الى الطرف الآخر .
- 2- الرسالة وهي مجموعة المعاني التي يرسلها الى المستقبل من خلال تضمينها مجموعة من الرموز او المعلومات او الاراء او المشاعر او الاتجاهات التي يرغب المُرسِل بنقلها الى الطرف الاخر المستهدف ويختلف شكل مضمون الرسالة تبعاً للهدف الذي اعدت من اجله .
- 3- القناه :- وهي الوسيلة او الواسطة المادية التي تستخدم في ايصال الرموز الحاملة للمعاني التي تشكل الرسالة وتتعدد الوسائل المستخدمة في تنفيذ عملية الاتصال لفظية سواء محكية او مكتوبة .
 - أ- القناه اللفظية (استخدام اللغة المنطقية) .
 - ب- القناه الكتابية (اللغة المكتوبة) صحف / مجلات / كتب مطبوعات .
 - ج- القناه التصويرية (الملصقات وكتابات الحائط ولوحة الاعلانات .
 - د- القناه الحركية (اللغة الصامتة) .
- ه - قنوات تقنية وفيها تستخدم احدث وسائل الاتصال الجماهيري مثل الاذاعة والتلفزيون وتستخدم منجزات الثورة التكنولوجية فيه في عالم الاتصالات مثل الهاتف التلكس الفاكس وشبكة الانترنت .

4- المرسل اليه : وهو الطرف الآخر الذي يجعل دائرة الاتصال تكتمل انه مصب عملية الاتصال وهو المقصود بها وقد يكون المرسل اليه او المتلقى فردا او جماعة او فئة من الجمهور او الجماهير كافة .

اسئلة الوحدة (13)

س1/ ما هو مفهوم الاتصال .

س2/ عدد عناصر الاتصال مع التوضيح .

س3/ وضح خطوات عملية الاتصال .

العلاقات العامة ووسائل اتصالها بالجماهير	عنوان المحاضرة:
عبدالخالق سلمان جميان	اسم المدرس:
طلبة المستوى الأول /الفصل الدراسي الأول /قسم تقنيات ادارة المكتب/ معهد الادارة التقني- زينوى.	الفئة المستهدفة :
- سيكون الطالب قادرًا على تصنیف وسائل الاتصال أن يعرف الطالب الاتصال	الهدف العام من المحاضرة الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:
<ul style="list-style-type: none"> - الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الالكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني 	استراتيجيات التيسير المستخدمة
يستطيع الطالب التعرف على الاتصال الشخصي	المهارات المكتسبة
اسئلة من ضمن المحاضرة	طرق القياس المعتمدة الأسئلة القبلية:

س1: عدد وسائل الاتصال؟

س2: ما هو الاتصال غير الشخصي؟

الوحدة (14)

تصنیف وسائل الاتصال

تصنیف وسائل الاتصال

يمكن تصنیف وسائل الاتصال وكالاتي

التصنیف الاول لوسائل الاتصال

1- الوسائل الشخصية 2- الوسائل غير الشخصية

1- الوسائل الشخصية : وتهدف الى الاتصال المباشر بالجماهير المستهدفة عن طريق استخدام
اربعة انواع من الاتصالات الشخصية وهي :-

1- القنوات الداخلية في المنظمة . عن طريق رجال البيع والعلاقات العامة وممثلي المنظمة

بـ- قنوات الخبراء والتي تكون من الشخصيات المستقلة عن الشركة ومن اصحاب الخبرة والنفوذ مثل الاستشاريين او الشخصيات العامة .

جـ- القنوات الاجتماعية مثل الاصدقاء وافراد الاسرة وزملاء العمل او الدراسة الذين قد مارسوا نفوذا على الفرد ذاته .

دـ- الاتصال عن طريق الكلمة ويعتبر هذا النوع من اقوى الوسائل الشخصية التي يمكن استخدامها والاعتماد عليها .

2- الوسائل غير الشخصية

وهي الوسائل التي لا تشمل اتصالا شخصيا بين المفردات وتشمل

أـ- الوسائل واسعة النطاق : وهي التي تصل الى اعداد كبيرة من المرسل اليهم ومنها الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون .

بـ- الوسائل التي تصل الى مجموعة محددة من المرسل اليهم كالمعارض والحفلات والمناسبات الخاصة .

جـ- الوسائل الخاصة التي تصدرها المنظمة خصيصا لجمهورها الداخلي والخارجي او التجاري او بعض قطاعات الجماهير الخاصة ومنها صحيفة المنظمة او مجلتها ونشراتها وافلامها ومعارضها.

التصنيف الثاني لوسائل الاعلام

1- وسائل الاعلام العامة كالاذاعة الصوتية والمرئية والسينما والصحف والمجلات وكتب الثقافة العامة ثم المعارض والمهرجانات وهي التي تعرض على سائر افراد الجمهور العام .

2- وسائل الاعلام الخاصة وهي التي تستخدمها المؤسسة خصيصا بجمهورها الداخلي او الخارجي او التجاري او بعض قطاعات الجماهير الخاصة من هذه الوسائل صحيفة المؤسسة او مجلتها ونشراتها وافلامها واذاعاتها وحفلاتها ومعارضها .

3- وسائل الاتصال الشخصي. وايا كانت صورته مثل الخطابات والتلفزيون ولوحة الاعلانات والمؤتمرات الصحفية .

التصنيف الثالث لوسائل الاتصال

يعتمد هذا التصنيف على الرابط بين وسائل الاتصال وسائل العلاقات التي يستخدمها خبراء العلاقات العامة وهي كالاتي :

- 1- الوسائل السمعية وهي الاذاعة - الاشرطة - الاسطوانات - الهاتف
- 2- الوسائل السمعية البصرية وهي التلفزيون - السينما - الفيديو - الحاسوب
- 3- الوسائل المقروءة وهي الجرائد - المجلات - الكتب - النشريات - الرسائل الملصقات - الفاكس - الانترنت .
- 4- الوسائل المرئية وهي الصور - الملصقات - اعلانات الشوارع

ومن دراسة هذه التصنيفات يتبين بان كافة وسائل الاتصال ومهمما اختفت تسمياتها وسواء كانت تعتمد على حواس الانسان كان تكون مسموعة او مرئية او مقروءه فانها تمثل ادارة مادية يستخدمها طرفا الاتصال لنقل وتبادل الرموز التي اما ان تكون عبارة عن اشارات وحركات وصور على اختلاف انواعها واما ان تكون عبارة عن كلمات منطقية او مكتوبة وهذا ما يكسبها صفة العمومية .

اسئلة الوحدة (14)

س1/ ما هو الفرق بين وسائل الاتصال الشخصية وغير الشخصية .

س2/ وضح وسائل الاتصال 1-المقرؤة 2-السمعية 3-البصرية .

س3/ كيف يمكن تصنيف وسائل الاتصال .

رقم المحاضرة: الخامس عشر

عنوان المحاضرة:	انواع وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة
اسم المدرس:	عبدالخالق سلمان جميان
الفئة المستهدفة :	طلبة المستوى الاول /الفصل الدراسي الأول /قسم تقنيات ادارة المكتب/ معهد الإدارة التقني- نينوى.
الهدف العام من المحاضرة	- سيكون الطالب قادرًا على معرفة انواع وسائل الاتصال
الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم:	أن يعرف الطالب مضمون كل وسيلة
استراتيجيات التيسير المستخدمة	<ul style="list-style-type: none"> - الشرح في القاء المحاضرة - التبيان العملي - اسلوب النقاش - التعليم الالكتروني والمدمج/ الكلاس روم وعرض البوربوينت - عرض أفلام فيديوية - التعليم التعاوني
المهارات المكتسبة	يستطيع الطالب التعرف على الاتصال الشخصي
طرق القياس المعتمدة	اسئلة من ضمن المحاضرة
الأسئلة القبلية:	

س1: عدد وسائل الاتصال ؟

س2: ما هو الاتصال غير الشخصي؟

(15) الوحدة

انواع وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة

انواع وسائل الاتصال

يمكن ان نميز بين ثلاثة انواع من الوسائل الاتصال هي :

- وسائل الاتصال الشخصية
- وسائل الاتصال الخاصة
- وسائل الاتصال العامة الجماهيرية .

اولا :- وسائل الاتصال الشخصية : تستخدم من قبل مالك الموسسة او من ينوب عنه في اداراتها او في ممارسة عملية الاتصال فقد يكون مستشار خارجيا او خبير في العلاقات العامة يعمل فيها ويستخدم وسائل الاتصال الشخصية المختلفة والتي منها

1- **الاتصال الشخصي.**والذى يتم بشكل مباشر بين طرفى عملية الاتصال عن طريق المقابلة بالمواجهة الشخصية بين المتصل والمتصلب به اذا قد يكون فردا او جماعة وتستخدم الاشارات والصور والحركات والكلمات المكتوبة او المقرؤة في نقل وتبادل المعلومات سواء في اللقاءات الفردية او في الاجتماعات الدورية او الندوات وان الاتصال الشخصي . يحتل مكان الصدارة بين وسائل الاتصال الاخرى من حيث قوة التاثير على الطرف الآخر ومعرفة صدى الرسالة عند المستقبل ويتميز هذا النوع من الاتصال في انخفاض تكلفة الاتصال قياسيا بتكلفة الوسائل الاخرى .

2- **الهاتف :** يعتبر الهاتف ثانى اكبر شبكة اتصال منظمة بين الاشخاص بعد نظام البريد وله القدرة على تسير الحوار التلقائى المباشر وهو وسيلة قليلة التكاليف من حيث اختصار وقت اللقاءات والاستعاضة عنه بوسيلة الهاتف الذى لا يتطلب الاقليلا من الوقت والجهد والكلفة المادية .

3- **المراسلات :** تستخدم المراسلات كوسيلة للاتصال بفئات متعددة من الجماهير وهي عبارة عن نصوص مكتوبة يتحكم المرسل في طريقة اعدادها وتوقيت تنفيذها بما يتلائم مع الهدف منها وفئات الجمهور الموجهة اليها فقد يتم مخاطبة الوكلاء او الموردين او المساهمين بموجبها حيث تكون بدليلا للاتصال الموجهة ومن مزايا وسيلة المراسلات هو الموضوعية وقلة تكاليفها مقارنة بالوسائل الاخرى اذا يمكن نسخ او تصوير عدة رسائل واستخدامها اذا كان الموضوع يخص عدة فئات من الجمهور ويعاب على هذه الوسيلة عدم القدرة على استخدامها اذا كان المخاطب اميأ

4- **الاتصال بقادة الرأي :** يعتبر الاتصال بقادة الرأي من الوسائل الهامة والفعالة نظرا للدور البارز الذي يلعبه هؤلاء من قادة الرأي في الاقناع والتاثير على تابعيهم او من يسترشدون برأيهم فتصبح لزاما على ادارة العلاقات العامة ان تتعرف على قادة الرأي من كل فئة من فئات جماهير المؤسسة وان تتصل بهم مباشرة في محاولة لكسب ثقتهم وتأييدهم عن طريق نقل المعلومات الكافية لهم واقناعهم بالفكرة المراد ايصالها لهم

ثانياً : وسائل الاتصال الخاصة .

وهي الوسائل التي تكون ملكيتها عائدة الى المؤسسة التي تتکيف في استخدامها واعدادها او في طباعتها ونشرها بما يتناسب والهدف واهم هذه الوسائل

- 1 النشرات والكتيبات
- 2 صحيفه المؤسسه
- 3 اللافتات والملصقات
- 4 الاذاعه ومكبرات الصوت
- 5 الفيديو والسينما
- 6 الزيارات
- 7 المعارض

ثالثاً :- وسائل الاتصال العامة (الجماهيرية)

وهي الوسائل التي تستخدمنها المؤسسة من اجل ايصال رسائلها الاعلامية الى فئات متعددة من الجماهير او جماهيرها العريضة التي لايمكن الاتصال بها مباشرة ومن ملكية هذه الوسائل تعود الى جهات اخرى قد تكون حكومية او خاصة او مشتركة ولابد من التأكيد على ان نقل المعلومات خلال هذه الوسائل لا يكون موجها الى شخص واحد وانما الى مجموعات من البشر. لذا فان المعلومات المنقولة يمكن تسميتها بالجماهيرية وبالتالي فان وسائل نقل هذه المعلومات هي وسائل الاعلام الجماهيرية ةهذه الوسائل لاتقوم بنقل المعلومات فقط وانما تقوم بتحديد المواقف الجماهيرية حول كثير من القضايا المطروحة وبتكوين وجهات نظر معينة لدى الجماهير وتحويل بعض المفاهيم والمبادئ الى افعال وخطوات عملية تترجمها الجماهير الى سلوك يتفق مع مدى التأثير الذي احدثته الرسائل الاعلامية ومن هذه الوسائل .

1- الصحف : وتعتبر من اقدم وسائل الاتصال العامة التي استخدمتها العلاقات العامة لنشر الاخبار والمعلومات وعرض الحقائق امام الجمهور وهي وسيلة للإعلان والاقتناع والتثقيف والترفيه بحيث اصبح من المتعذر الاستغناء عنها في معظم المؤسسات في أي مجتمع من المجتمعات وتكون يومية او اسبوعية وتمتاز برخص ثمنها وسعة انتشارها الا ان امكانية استخدامها محصورة في المجتمعات التي تقل فيها نسبة الامية وان النجاح في

الاعتماد عليها يتوقف الى حد كبير على خبرة ادارة العلاقات العامة بفنون كتابة الرسالة الاعلامية .

2- المجالات :- تختلف عن الصحف بتخصصها في المجال دون اخر فتجد بعض المجالات ذو طابع اقتصادي بحث وهناك مجالات للاطفال واخري للشباب او للنساء وتكون المجالات اسبوعية او نصف شهرية او شهرية او ربع سنوية او فصلية وهي اكثر تكلفة من الصحف نظرا لان غالبيتها يعتمد على ابراز الحدث بالصورة الملونة الى جانب التعليق او الكلمة المكتوبة ولكنها تميّز عن الصحف بامكانية الاحتفاظ بها الى فترات طويلة .

3- الاذاعة :- يعد الراديو اكثراً وسائل الاعلام والاتصال وجوداً في جميع ارجاء العالم اذ يكاد لا يخلو أي منزل في أي مجتمع من المجتمعات من وجود جهاز الرadio باشكاله المختلفة منها الثابت ومنها المحمول بشكل متوفّر فيه امكانية الاستماع الى الاذاعة في كل وقت وفي كل مكان من قبل كافة افراد وفئات وشّرائح المجتمع لذا فهي وسيلة جماهيرية وممكن ان يستخدم الرadio بطريقة سهلة واقتصادية لبلوغ المناطق البعيدة

4- التلفزيون :- وسيلة اتصال تجمع بين الصوت والصورة والحركة من خلاله يمكن ايصال الرسائل المتنوعة الى الفئات المختلفة من الجماهير والتلفزيون كالاذاعة يقدم الخبر والصورة المرئية له في نفس وقت حدوثه ويستطيع توفير الاحساس الجماعي لمشاهديه وقد ضاعف التلفزيون من كمية المعلومات المرئية وامكانية التسلية المتاحة للجمهور على نطاق واسع وقد اصبح التلفزيون ببرامجه الثقافية والعلمية والترفيهية اكبر واسع نافذة ثقافية يطل منها المشاهدون على العالم ليتصرف على ما يحدث فيه من تغيرات في حينه او حين وقوع الحدث وقد تحول التلفزيون لبصفة اداة تسيطر على عقول الصغار والكبار وللتصبح عاملـاً مؤثـراً على سلوك الافراد واتجـاهـاتـهم وعلى تـكوـينـ الرـايـ العامـ

5- الاعلانات تكون عن طريق المجالات او الصحف والتلفزيون لكل منها ثمن

6- المعارض : وسيلة اعلام تهدف اعطاء صور جيدة للزائرين وتكون على اشكال مؤقتة ودائمة او ثابتة او متنقلة وقد تكون محلية ودولية .

7- الاحاديث والخطب وهي وسيلة من وسائل الاتصال لابد ان نعرف الجمهور الذي ستحدث اليه وتحديد الهدف الخطبة وان يكون الحديث واضح مفهوم عفوياً وتلقائي بدون قراء والحقائق تكون واقعية والتاكيد ان الصوت واضح لكل الحاضرين .

- 8- اللغة الصامتة نوع من انواع الاتصال يعتمد على الصورة الاشارة او الحركة (رب صورة اغنت عن الف كلمة) ولكي تكون الاتصالات فعالة يجب ان تكون الاشارات والحركات مفهومة ومتعارف على معانيها من قبل طرف الاتصال ومنها
- لغة الابتسامة قد تعبّر عن سخرية / استهزاء / شماتة / سعادة / رضا / فرح / المفاجأة / الحزن
 - حركة اليدين / تحريك الكف / الاصابع لكل منها معنى خاص
 - لغة الالون : ابيض / النقاء الاسود / اللحزن الاخضر. / الثنائي في التفكير الازرق / الهدوء الاصفر / الذكاء والمرح البرتقالي الحيوة والكبرباء الاحمر / ابداع وصراحة ووضوح لغة الوقفة والجلسة
 - لغة الزي والمظهر ملابس عمل / ملابس رياضية .

اسئلة الوحدة (15)

س1/ عرف اللغة الصامتة وبين انواعها.

س2/ عدد انواع وسائل الاتصال بالمنظمة .

س3/ وضح ما ياتي

ا- الاحاديث والخطب ب- الاعلانات

المصادر الاساسية :

- 1- العلاقات العامة والمجتمع ، الدكتور ابراهيم ، امام مكتبة الانجلو المصرية ، 1968 .
- 2- العلاقات العامة (المبادي التطبيقي) ، الدكتور مجد فريد الصحن ، الدار الجامعية / الاسكندرية ، 1988 .
- 3- العلاقات العامة كادة للتنمية ، الطبعة السابعة القاهرة دار المعارف بمصر ، 1970 .
- 4- تنظيم وادارة العلاقات العامة الدكتور بشير العلاق عمان 2010 .

المصادر المقترحة:

- 1- اسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، الدكتور عبد الناصر جرادات ، عمان ، 2009
- 2- مقدمة في العلاقات العامة ، للدكتور عبد الناصر جرادات ، عمان ، 2011 .

- 3- تنظيم وادارة العلاقات العامة ، الدكتور بشير العلاق عمان ، 2010 .
- 4- نظريات الاتصال مدخل متكامل / الدكتور بشير العلاق / عمان 2010

روابط محاضرات فديوية في التعليم المدمج لمادة العلاقات العامة:

<https://www.youtube.com/watch?v=M5VFUYhO-i8>

<https://www.youtube.com/watch?v=Bocj9szDRUU>

<https://www.youtube.com/watch?v=Wmtuvdonta0>

رابط الصف الالكتروني الخاص بمادة العلاقات العامة:

<https://classroom.google.com/c/NjUwNDU1MTgyMDI5>