وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور العلاقات العامة في إنماء المشاريع الاجتماعية

دراسة حالة جمعية – ناس الخير – متليلي

مذكّرة مقدمة لاستكمال متطلّبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: علوم الإعلام و الاتصال

إعداد الطالب (ة):

- **بن عبد الرحمان فاروق**
- **السبتي محمد عبد الكريم**

إشراف الأستاذ:

- **بوخاري محمد**

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
ابي اسماعيل قاسم	جامعة غرداية	رئيسا
بوخاري محمد	جامعة غرداية	مشرفا مقررا
كانون جمال	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي: **1442–1443هـ ./2021–2022م**

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور العلاقات العامة في إنماء المشاريع الاجتماعية

دراسة حالة جمعية – ناس الخير – متليلي

مذكّرة مقدمة لاستكمال متطلّبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: علوم الإعلام و الاتصال

إعداد الطالب (ة):

- **بن عبد الرحمان فاروق**
- **السبتي محمد عبد الكريم**

إشراف الأستاذ:

- **بوخاري محمد**

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
ابي اسماعيل قاسم	جامعة غرداية	رئيسا
بوخاري محمد	جامعة غرداية	مشرفا مقررا
كانون جمال	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي: **1442–1443هـ ./2021–2022م**

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان

الحمد رب العالمين والصلاة والسلام على معلم البشرية وهادي الإنسانية وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

إنطلاقا من العرفان بالجميل، فإنه ليسرنا و يثلج صدورنا أن نتقدم بالشكر والامتنان إلى الأستاذ، بوخاري محمد الذي تفضل بقبول الإشراف على هذا العمل الذي مدنا من منابع علمه بالكثير، ولم يتوانى يوما عن مد يد المساعدة لنا في جميع المجالات من أجل إثراء معلوماتنا لإنجاز هذا العمل.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الموقرين على ما بذلوه من جهد في قراءة هذه المذكرة وحضورهم من أجل المشاركة في إثرائها.

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للذين تفانوا في تعليمنا وسهروا على تكويننا منذ أن وطأت أقدامنا عتبة المدارس إلى أن بلغنا بفضل الله الأطوار الجامعية، وإنجاز البحوث العلمية.

كما نشكر كل من أعان وساهم من قريب أو بعيد لإتمام هذا المجهود.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

صاحب السيرة العطرة، والفكر المُستنير؛ فلقد كان له الفضل الأوَّل

في بلوغي التعليم العالي (والدي الحبيب)، أطال الله في عُمره.

من وضعتني على طريق الحياة، وجعلتني رابط الجأش، ورعتني حتى صرت

كبيرًا (أمي الغالية).

من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب، إخوتي وإخواتي.

من علمونا حروفًا من ذهب و كلمات من درر و عبارات من أسمى

و أحلى العبارات في العلم.

إلى جميع أساتذتي الكرام؛ ممن لم يتوانوا في مد يد العون لي.

فاروق

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

والدي الغالي الذي زرع القيم و المبادئ في قلبي.

أمي الحنون التي مازلت تمدني بالقوة و الثقة في النفس.

إلى من حبهم يجري في عروقي و يلهج بذكراهم فؤادي إلى إخوتي وأخواتي.

إلى من صاغوا لنا علمهم حروفا و من فكرهم منارة تنير لنا سيرة

العلم و النجاح إلى أساتذتنا الكرام.

محمد

ملخص البحث:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة دور العلاقات العامة في تنمية المشاريع الاجتماعية، من خلال دراسة حالة جمعية –ناس الخير – متليلي، وللإجابة على تساؤلات الدراسة فقد تم اتباع منهج دراسة الحالة، نظرا لملاءمته لهذا النوع من الدراسات، حيث تم الاعتماد على الملاحظة بالمشاركة بالإضافة للمقابلة كأداتين رئيسيتين لجمع البيانات. وقد أظهرت النتائج أن للعلاقات العامة دور فعال في إنجاح المشاريع الاجتماعية والتأثير على تنميتها، وهو ما يدل على مدى أهمية العلاقات العامة بالنسبة لهذا النوع المشاريع.

و لتحقيق أهداف هذه الدراسة تم التطرق إلى ماهية المشاريع الاجتماعية و خصائصها و نشأة العلاقات العامة و علاقتها بالتنمية في مختلف الأصعدة و على وجه الخصوص الشق الاجتماعي.

و من أهم نتائج البحث ابراز دور العلاقات العامة و مساهمتها الفعالة في التنمية من خلال المشاريع الاجتماعية التي تم التطرق اليها في الفصل التطبيقي للدراسة و دور العمل الجمعوي الذي يستغل تأثير العلاقات العامة في تحقيق التنمية .

Abstract :

This study aims to identify the role of public relations in the development of social projects, through Nass el Khir Association as a Case Study, In order to address the problematic of our study, we relied on the case study method, as it is the most appropriate for such studies, also Observation in partnership as well as interview were relied upon as key data collection tools. The results show that public relations has an effective role in the success of the social projects and its development, Which shows how important public relations are to this type of projects.

In order to achieve the objectives of this study, we have discussed what social projects, their characteristics, the formation of public relations and their relationship with development at various levels, in particular the social incision. One of the most important findings of the research is to highlight the role of public relations and their effective contribution to development through social projects addressed in the applied chapter of the study and the role of associative work that exploits the impact of public relations on the achievement of development.

الفهرس

العنوان	رقم الصفحة
شكر و عرفان	
إهداء	
ملخص البحث	
الفهرس	
فهرس الاشكال	
مقدمة	أ– ب
المدخل التمهيدي :الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة	
تمهيد	02
1–إشكالية الدراسة و التساؤلات	02
2–أسباب اختيار الموضوع	04
3–أهمية الدراسة	05
4–أهداف الدراسة	05
5–تحديد مفاهيم الدراسة	05

6–منهج الدراسة وأدواتها	06
7–الدراسات السابقة	07
الفصل الأول مدخل عام للمشاريع الاجتماعية	
تمهيد	10
المبحث الأول: مفاهيم نظرية لماهية المشاريع	11
المطلب الأول: ماهية المشروع	11
المطلب الثاني: أنواع المشاريع ومراحل اعدادها	14
المبحث الثاني: ماهية المشاريع الاجتماعية وتنميتها	18
المطلب الاول: المشاريع الاجتماعية وتنميتها	18
المطلب الثاني: خصائص المشاريع الاجتماعية	20
المطلب الثالث: ماهية التنمية وعناصرها	23
خلاصة الفصل	28
الفصل الثاني مدخل للعلاقات العامة	
تمهيد	30
المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.	31
المطلب الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة	31

المطلب الثاني: مفهوم العلاقات العامة وعوامل الاهتمام بها	33
المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة	37
المبحث الثاني: أهمية وأهداف العلاقات العامة ووظائفها	40
المطلب الأول: أهمية العلاقات العامة	40
المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة	41
المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة	44
خلاصة الفصل	50
الفصل التطبيقي دراسة حالة جمعية –ناس الخير – متليلي	
تمهيد	52
سبب اختيار منهج دراسة الحالة	53
أدوات جمع البيانات	53
مجالات الدراسة	55
1–الملاحظة بالمشاركة	56
2–نشاطات الجمعية	60

3–أهمية العلاقات العامة ووظائفها في الجمعية	62
4–وسائل العلاقات العامة المستعملة في مشاريع الجمعية	64
5–تأثير العلاقات العامة في تنمية المشروع الجمعية	68
خلاصة الفصل	76
خاتمة	77
قائمة المراجع	80
الملاحق	

فهرس الاشكال.

العنوان	رقم الصفحة
الشكل رقم 1: منحنى يوضح حصيلة مشروع استضف فقيرا	69
الشكل رقم 2: افطار عابري السبيل	70
الشكل رقم 3: يوضح حصيلة توزيع قفة رمضان	71
الشكل رقم4 : يوضح إحصائيات عيد الأضحى	72
الشكل رقم 5: يوضح حصيلة الاقبال على المهرجان	73

مقدمة

إن تحقيق الإكتفاء الذاتي والوصول إلى مراحل الإزدهار لدى الأمم يمثل تحديا أزليا، وللوصول لهذا المستوى فقد تعددت الأساليب والإستراتيجيات التي إعتمدها الفاعلون في المجتمعات من أجل الوصول للمستوى المعيشي المنشود، وتعد المشاريع الاجتماعية من بين أبرز الآليات التي حظيت بالإهتمام وذلك نظرا لمدى مساهمتها في تحقيق المستوى المعيشي المنشود

وتعتبر العلاقات العامة من بين أبرز الأساليب الاتصالية التي تحضى بإهتمام الباحثين نظرا للمكانة التي تشغلها في مختلف المجالات سواء تعلق الأمر بنشاط اقتصادي، اجتماعي، أو غيرها، ومن بين المجالات التي ارتبط اسمها بالعلاقات العامة نجد المشاريع الاجتماعية، فهذه الأخيرة تزايد الاهتمام بها على الصعيدين العالمي والوطني على حد سواء نظرا لتأثيرها الإيجابي الملموس على المجتمعات التي تقام بها. وقد تركز موضوع بحثنا على دراسة دور العلاقات العامة في تنمية المشاريع الاجتماعية.

وللإجابة على تساؤلات الدراسة فقد قمنا بتقسيم دراستنا إلى إطارين، إطار نظري وإطار تطبيقي

الإطار النظري يتكون من مدخل تمهيدي: تطرقنا فيه إلى الإطار المنهجي للدراسة من خ لال اس تعراض إشكالية الدراسة، التساؤلات والفرضيات، أسباب اختيارنا للموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها، بالإضافة إلى المف اهيم الإجرائية لمتغيرات الدراسة، حدودها، منهجها ونوعها، كما استعراضنا بعض الدراسات المتعلقة بمتغيرات موضوع بحثنا.

فيما تناول الفصل الأول مدخل عام للمشاريع الاجتماعية، حيث إستعرضنا في المبحث الأول ماهية المشاريع وأنواعها وكذا المراحل التي تمر بها، لنتطرق في المبحث الثاني للتعريف بالمشاريع الاجتماعية وتبيان طبيعتها والخصائص التي تميزها، لنستعرض في آخر الفصل مجموعة مفاهيم حول التنمية والعناصر المكونة لها وكذا الخصائص التي تمتاز بها.

لنتطرق في الفصل الثاني لعرض مدخل للعلاقات العامة، والذي استعرضنا في مبحثه الأول ماهية العلاقات العامة من خلال التعريف بها وتبيان نشأتها وكذا الأسس التي تستند عليها، لنتطرق في المبحث الثاني لتبيان أهمية هذه الأداة وكذا الوظائف التي تؤديها والأهداف الممكن تحقيقها من خلالها.

أما الفصل الثالث فقد خصص للإطار التطبيقي، حيث تم فيه التطرق للحديث عن جمعية ناس الخير بمتليلي بإعتبارها نموذجا يمكن من خلاله قياس تأثير العلاقات العامة في إنماء المشاريع الاجتماعية، حيث قمنا فيه بعرض تفصيلي لأنشطة الجمعية وذلك بعد التعريف بها وبنشأتها، لنتطرق بعد ذلك لتبيان وسائل العلاقات العامة المستعملة في مشاريع الجمعية، لنستعرض في الأخير تأثير العلاقات العامة في تنمية مشروع الجمعية.

المدخل التمهيدي:
الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

تمهيد:

سنحـ ـاول مـ ـن خـ ـلال هذا الإطار المفـ ـ ـاهيمي والمنهجي طرح إشكـ ـ ـالية البحث، و التسـ ـاؤلات الفرعيـ ـ ـة، لنستعرض بعدها مجموعة من العناصر التي توضح أهمية البحث وأسباب اختياره، شرح المنهجية المتبعة للإجابة على هذه التساؤلات، وسبب اختيارها، وكذا تبيان الأدوات التي سنعتمدها في الإجابة على تساؤلات الدراسة.

1- إشكالية الدراسة و التساؤلات:

أدت التغييرات والتداخلات التي يشهدها العالم اليوم في مختلف المجالات إلى الإهتمام بإنعكاسها وتأثيرها على المجتمعات، وذلك من أجل ضمان الحد من التأثيرات السلبية الممكن حدوثها كنتيجة لهذه التغييرات، كالكوارث الطبيعية، الأزمات الإقتصادية، والإنفجارات الديموغرافية وغيرها من العوامل الواجب التعامل معها من أجل ضمان التأقلم مع هذه الوضعيات.

وقد تعددت الآليات والمقترحات التي تم تبنيها والعمل عليها من طرف الفاعلين في المجتمع ممثلين في أطراف حكومية وخواص من أجل الوصول للتغيير الاجتماعي السلس الذي يضمن التماشي مع هذه التغييرات

وتعتبر المشاريع الاجتماعية من بين هذه الآليات التي أصبحت تعنى باهتمام بالغ خاصة في العقود القليلة الماضية، وقد تعددت أسباب الاهتمام بها، حيث يرى البعض أن مرد ذلك يعود إلى التكافل الاجتماعي الذي يتميز به هذا النوع من المشاريع، والذي من شأنه تحسين المستوى المعيشي لشريحة معتبرة من المجتمع، حيث أن الخدمات الاجتماعية التي تتيحها المشاريع الاجتماعية على غرار الصحة، التعليم، دعم المحتاجين، التربية والترفيه وغيرها تساعد على ترقية المجتمع، ودفعه إلى التطور من خلال تنمية قدراته.

وتأخذ المشاريع الاجتماعية العديد من الأوجه، والتي نذكر منها الجمعيات الخيرية، والتي يعود أصلها إلى مجتمعات الغرب الرأسمالي منذ عدة قرون وذلك في إطار مفهوم الخير والإحسان، في نفس الوقت ارتبطت بالظروف الاجتماعية والإنسانية ليبدأ دورها الفعلي في منتصف القرن التاسع عشر في

أوروبا، وكان كل هذا التشكل من تأثير الكنيسة من أجل خدمة الفقراء والمحتاجين وفئات اليتامى وضحايا الكوارث والمشاكل الاجتماعية، لتبدأ في التطور الفعلي والميداني بإنشاء جمعية أصدقاء الغرباء سنة 1785 م في لندن، والتي تعتبر من أوائل الجمعيات الخيرية على مستوى انجلترا، ثم انتقل الدور إلى المنظمات الحديثة كالأنروا والصليب الأحمر الدولي وغيرها من المنظمات الخيرية باعتبارها تهتم بالفئات التي لا تستطيع سد وتحقيق حاجاتها بنفسها سواء مادية كانت أو معنوية، وهي تقوم على التبرعات والهبات التي تحصل عليها من خلال اعتمادها على مجموعة من الوسائل لعل أبرزها جهاز العلاقات العامة، والذي يرسم للقائمين والفاعلين فيها خطط وأهداف وتحديد الأدوار في تحقيق استمراريتها وتلبية رغبات الشريحة والفئة التي تعنى بما في شكل عمل جمعوي وخيري فعال يمر عبر الاتصال والتواصل والوصول إلى الأهداف وتحقيق النتائج القيمة والمحافظة على استمرارية هذا النوع من المشاريع الاجتماعية.

فظهور مصطلح العلاقات العامة جاء كحتمية وضرورة للمؤسسات والإدارات، وذلك نظرا لمساهمته في التخطيط والتقييم والمتابعة والتنفيذ والتقويم وغيرها من الخدمات، بالإضافة إلى رسم إستراتيجيات المؤسسات. إن مصطلح العلاقات العامة من أكثر المصطلحات إثارة للجدل حول جذوره التاريخية فكل يرجع تداوله للآخر، إلا أن الحقيقة تتجلى في كون مفهوم العلاقات العامة بدأ مع "إيفيلي" مؤسس هذا العلم والذي أسس أول مكتب عالمي للعلاقات العامة في نيويورك، ومع نهاية الحرب العالمية الثانية تطور هذا العلم أكثر وخرج للعلن خصوصا في أمريكا وأوروبا لتأتي أول خطوة بتأسيس أول مكتب عالمي للعلاقات العامة في نيويورك والموافقة على ميثاق الشرف الدولي للعلاقات العامة ليدخل بعدها كعلم يدرس في الجامعات والمعاهد ومراكز التعليم، لتصبح بعدها العلاقات العامة مدخلا أساسيا لتنظيم وإدارة المؤسسات والمنظمات والجمعيات التي تعنى بالنشاط الإنساني والجمعيات الخيرية أحد أهم هذه المنابر، حيث أصبحت هذه الأخيرة تعتمد على جهاز العلاقات العامة للحصول على الدعم المادي وتحقيق الأهداف والغايات وإستراتيجيات المشاريع الاجتماعية.

وتعتبر جمعية –ناس الخير– متليلي من أبرز الجمعيات الخيرية على المستوى المحلي نظرا لما تقدمه به في سبيل فئة اليتامى والأرامل والاهتمام والإلمام باحتياجاتهم والمستلزمات التي تخدمهم، وهي جمعية ذات

طابع اجتماعي وإنساني تنشط داخل الولاية و-ناس الخير- متليلي بولاية غرداية خير نموذج على تقديم يد العون ومساعدة المحتاجين ، وهذا ما حاولنا التطرق إليه من خلال دراستنا المعنونة **بدور العلاقات العامة في تنمية المشاريع الاجتماعية** دراسة حالة جمعية -ناس الخير– متليلي – غرداية ، ومن هنا يمكن أن نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

ما هو دور العلاقات العامة في تنمية المشاريع الاجتماعية من خلال دراسة حالة جمعية ناس الخير – متليلي – لولاية غرداية ؟

كما تندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية؟

1- فيما تكمن أهمية العلاقات العامة بالنسبة للجمعية ؟

2- ماهي الوظائف التي تؤديها العلاقات العامة على مستوى الجمعية؟

3- ماهي وسائل العلاقات العامة المستعملة على مستوى الجمعية؟

4- إلى أي مدى تؤثر العلاقات العامة في تنمية مشروع الجمعية؟

2- أسباب إختيار موضوع الدراسة :

ينقسم سبب اختيارنا للموضوع لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية

- **الأسباب الذاتية**

- الرغبة في فهم أعمق للموضوع.
- محاولة تقديم قيمة مضافة من خلال الدراسة.
- الميل الشخصي للمواضيع المتعلقة بالبعد الاجتماعي.

- **الأسباب الموضوعية**

- كون المشاريع الاجتماعية موضوعا حديثا.
- توافق الموضوع مع التخصص.
- فتح المجال لدراسات أخرى في مجال المشاريع الاجتماعية

3- أهمية الدراسة:

تتمحور أهمية الدراسة في:

- قلة الدراسات التي خاضت في مجال المشاريع الاجتماعية عموما، والتي درست علاقتها مع العلاقات العامة
- إبراز حاجة المشروع الاجتماعي للعلاقات العامة من أجل تحقيق أهدافها .
- الحاجة لتسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة في المشاريع الاجتماعية من خلال الجمعية محل الدراسة كنموذج.

4- أهداف الدراسة:

- التعرف على أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمشروع الاجتماعي.
- توضيح الوظائف التي يمكن للعلاقات العامة أن تؤديها للقائمين على المشاريع الاجتماعية.
- إبراز وسائل وآليات العلاقات العامة التي يمكن الاعتماد عليها في تأديتها لوظائفها.
- التعرف على تأثير العلاقات العامة في تنمية المشاريع ذات الطابع الاجتماعي.

5- تحديد مفاهيم الدراسة:

-المشروع الاجتماعي:

مشروعات وبرامج "الخدمات الاجتماعية" من صحة وتعليم وإسكان ومساعدات اجتماعية وغير ذلك، وهذا هو المعنى السائد للمشروعات الاجتماعية في الدوائر الرسمية[1]

- التنمية :

[1] عباس أحمد، **تقويم المشروعات الاجتماعية**، دار القلم للنشر والتوزيع، الامارات العربية المتحدة،ط1، 2002، ص12.

(سعد الدين إبراهيم) الذي عرف التنمية بأنها: انبثاق، ونمو كل الإمكانيات، والطاقات الكامنة في كيان معين بشكل كامل، وشامل، ومتوازن سواء كان هذا الكيان فردا أو جماعة أو مجتمعا[1]

-العلاقات العامة:

تلك الجهود المخططة والمرسومة، والتي يقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها [2]

- الاتصال الداخلي :

هو عبارة عن اتصال منطوق ومكتوب يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي، ويساهم

في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين [3].

- الجمعيات الخيرية :

كل مجموعة من الأعضاء (طبيعيين أو معنويين) يدخلون نظاما يحكم طريقة ونظم تحقيق الهدف الذي أنشئت من أجله[4].

6- منهج الدراسة وأدواتها:

يمثل اختيار المنهج المناسب أمرا في غاية الأهمية وذلك لدوره في مساعدة الباحث على الوصول لأجوبة للتساؤلات المطروحة أيا كان موضوع البحث.

---

[1] سعد الدين إبراهيم، **دراسات في التنمية والتغيير الاجتماعي**، بيروت، معهد الانماء العربي، 1981، ص07.

[2] اسامة كامل وأخرون، **إدارة العلاقات العامة**، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، القاهرة، مصر، ط1 ،2006، ص10.

[3] موسى عبد الرافع، **الجمعيات الأهلية والأسس التي تقوم عليها ومدى تجارية أعمالها واكتسابها صفة التاجر**، دار النهضة العربية، مصر، 1994، ص21.

[4] موسى عبد الرافع،**مرجع سابق**، ط2، 1998، ص 32.

حيث يعرف أحمد بن مرسلي منهج الدراسة بأنه: مجموعة من الاجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة[1].

- مفهوم منهج دراسة الحالة:

حسب مروان إبراهيم فإن دراسة الحالة هي وسيلة لفهم التفاعل الذي يحدث بين العوامل، التي تؤدي إلى التغيير والنمو والتطور على مدى فترة من الزمن، وهي تتكامل مع عملية خدمة الفرد التي تهدف إلى العلاج اعتمادا على ما تقدمه لها دراسة الحالة.

حيث أن منهج دراسة الحالة والذي تهتم بدراسة حالة فرد أو جماعة أو مؤسسة يعد الأنسب لطبيعة بحثنا مقارنة بالمناهج الأخرى، نظرا للأدواته التي تسهل عملية جمع المعلومات من مجتمع الدراسة بأسلوب معمق[2].

وتجدر الإشارة إلى أن دراسة الحالة تعتبر شكلا من أشكال الدراسات الوصفية أو أسلوب من أساليب البحث الوصفي، والذي يتيح للباحث مختلف البيانات الكمية والكيفية المتعلقة بالمتغيرات المرتبطة بفرد أو أسرة أو مؤسسة أو نظام اجتماعي وحالات محددة.

وتتضمن هذه البيانات جوانب شخصية وبيئية ونفسية وغيرها، مما يمكن الباحث من إجراء وصف تفصيلي معمق للحالة موضوع الدراسة[3] .

---

[1] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2003، ص 282.

[2] مروان عبد المجيد ابراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد رسائل الجامعية**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000، ص 13.

[3] غريب محمد سيد أحمد، **تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1988، ص ص 109-112.

10- الدراسـ ـات السابقة:

نظرا لقلة المراجع التي تناولت هذه الدراسة فقد اعتمدنا بشكل كبير على دراستين

الدراسة الأولى:

دور جهاز العلاقات العامة في تفعيل العمل الجمعوي – دراسة حالة كافل اليتيم بولاية جيجل – 2017.

حيث تمثل الإشكال الرئيسي للدراسة في ما يلي:

ما هو دور جهاز العلاقات العامة في تفعيل العمل الجمعوي من خلال دراسة حالة جمعية كافل اليتيم لولاية جيجل؟

وقد وردت الأسئلة الفرعية كالتالي:

1 .ماهي الآليات والوسائل التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في التعريف بنشاطات الجمعية كافل اليتيم؟

2. ما موقع جهاز العلاقات العامة في تفعيل العمل الجمعوي؟

3. هل يساهم جهاز العلاقات العامة في تحقيق أهداف جمعية كافل اليتيم؟

4. ماهي مجالات الاتصال عن طريق العلاقات العامة داخل جمعية كافل اليتيم لوالية جيجل؟

وللإجابة على تساؤلات الدراسة اعتمد الباحث على منهج دراسة الحالة، كما تم الاعتماد على الملاحظة والمقابلة كأدوات لجمع المعلومات.

وقد توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مايلي:

- إعتماد جهاز العلاقات العامة لجمعية كافل اليتيم على العديد من الأشكال والأنواع الاتصالية.
- يستخدم جهاز العلاقات العامة العديد من الوسائل الاتصالية في الجمعية يأتي في مقدمتها الهاتف المحمول وكذلك الرسائل النصية القصرية sms والفيس بوك، كما يستعمل الإشهار كأهم وسيلة تروجيية لنشاطات وأعمال الجمعية.
- يتمتع جهاز العلاقات العامة داخل جمعية كافل اليتيم بمكانة هامة إنطلاقا من الأدوار البارزة للكادر البشري

-يمتلك جهاز العلاقات العامة العديد من العلاقات الواسعة مع وسائل الإعلام الوطنية كجريدة الشروق، ووسائل الإعلام المحلية كجريدة جيجل الجديدة.

- يساهم جهاز العلاقات العامة في تحقيق أهداف وخطط واستراتيجيات الجمعية باستمرار الدعم المادي والنفسي والتربوي والتنظيم والتخطيط والمتابعة بالإضافة إلى قيامه بأيام دراسية وملتقيات مفتوحة على وسائل الإعلام للتعريف بأهداف وغايات جمعية كافل اليتيم.

الفصل الأول:
مفاهيم عامة حول
المشاريع الإجتماعية

تمهيد:

تعتبر المشاريع الاجتماعية من بين ابرز أشكال الاستثمار الاجتماعي في العصر الحديث، حيث شهد هذا النوع من المشاريع اهتماما متزايدا نظرا لتأثيره المباشر على تنمية المجتمعات وترقيتها، اذ تسعى الجهات الفاعلة في هذا المجال سواء كانت حكومية، مؤسسات أو أفراد الى ترقية المستوى المعيشي للمجتمع من خلال مشاريع مختلفة سواء تعليمية، صحية، أو غيرها والتي من شأنها رفع المستوى المعيشي للجمهور المستهدف.

وسنحاول من خلال هذا الفصل عرض مدخل مفاهيمي حول المشاريع الاجتماعية حيث سنستعرض في المبحث الأول ماهية المشاريع وأنواعها وكذا المراحل التي تمر بها، لنتطرق في المبحث الثاني للتعريف بالمشاريع الاجتماعية وتبيان طبيعتها والخصائص التي تميزها، لنستعرض في آخر الفصل مجموعة من المفاهيم حول التنمية والعناصر المكونة لها وكذا الخصائص التي تمتاز بها .

المبحث الأول: مفاهيم نظرية لماهية المشاريع

المطلب الأول: ماهية المشروع

أولا: مفهوم المشروع

المشروع هو عملية أو نشاط مقيد بزمن، أي له تاريخ بداية وتاريخ نهاية، يتم القيام به مرة واحدة من أجل تقديم منتج ما أو خدمة ما بهدف تحقيق تغيير مفيد أو إيجاد قيمة مضافة.

وهناك تعارض ما بين خاصية كون المشروع أمراً مؤقتاً لمرة واحدة، وبين ما تتسم به العمليات الإدارية أو التشغيلية التي تجري بشكل دائم أو شبه دائم من أجلِ تقديم نفس المنتج أو الخدمة مراراً وتكراراً. ولا تتطلب إدارة المشاريع بالضرورة نفس المتطلبات التي تتطلبها إدارة العمليات الإدارية والتشغيلية الدائمة، سواء من ناحية المهارات الفنية المطلوبة أو فلسفة العمل، ومن ثم فقد نشأت الحاجة إلى بلورة إدارة المشاريع[1].

كما يمكن تعريف المشروع بأنه: عبارة عن مجهود يتم القيام به بهدف تحقيق إنجاز محدد، لمرة واحدة، وذو طبيعة خاصة لا تتكرر بنفس الصورة ويتم عادة إنجاز هذا المشروع خلال فترة زمنية محددة[2]

فيما عرفت منظمة المواصفات العالمية (ISO) المشروع بأنه العملية الفريدة التي تحتوي على مجموعة من الفعاليات المتناسقة والمسيطر عليها التي لها تاريخ بداية ونهاية والموجهة نحو تحقيق هدف محدد وفقا للمتطلبات المحددة وتعتمد على الزمن، التكلفة، والموارد[3].

---

[1] نرمين عبد الوهاب، **أدارة المشاريع**، جامعة المستنصرية، بغداد، العراق، 2017، ص 2

[2] محمد توفيق ماضي، **إدارة و جدولة المشاريع – خطوات تخطيط و تنظيم و جدولة مراحل تنفيذ المشروع و كيفية الرقابة عليها**، الدار الجامعية للنشر و الطبع و التوزيع، الإسكندرية، 2000، ص16

[3] عبد الستار محمد العلي، **إدارة المشروعات العامة**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2009،

أما معهد إدارة المشروع (Project Management Institute) فقد عرفه على أنه الجهود المؤقتة الموجهة نحو توليد المنتج المنفرد أو الخدمة المنفردة والمقصود بالوقت، يعني بـ أن كـ ل مشروع محدد، أما المقصود بالمنفرد (أو الفرادة) بأن المنتج أو الخدمة تختلف بشكل أو بآخر عن جميـ ع المنتجات والخدمات التقليدية .

بناءا على ما سبق فيمكن القول بأن المشروع هو عملية يتم من خلالها استغلال موارد معينة مادية ومالية وفق خطة محددة بغرض تحقيق أهداف مسطرة مسبقا[1] .

ثانيا: عناصر إدارة المشروع

تتمثل إدارة المشاريع في العناصر التالية:

1. إدارة نطاق العمل:

ويقصد به تخطيط المشروع والإلمام بجميع عناصره قبل الشروع فيه.

2. إدارة وقت المشروع:

هذا العنصر في غاية الأهمية وفيه تقوم بوضع تصور دقيق ومفصل للوقت الذي ستستغرقه أنشطة المشروع وتجعل أهدافك واقعية وقابلة للتحقيق وخلال المشروع قد تضطر لإجراء بعض التعديلات.

3. إدارة تكلفة المشروع

ص 23 .

[1] عابد علي، **دور التخطيط والرقابة في إدارة المشاريع باستخدام التحليل الشبكي**، مذكرة ماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان، 2010 - 2011 ، ص 4

هذا العنصر يعتبر بالغ الأهمية أيضا إذ عليك إدارة مشروعك وفق الميزانية المحددة، فتقليل الإنفاق لا يقل خطورة عن الإسراف وإذا ما وضعت خطة مالية جيدة ستضمن لنفسك تحقيق جميع أهدافك[1].

4. إدارة جودة المشروع

إن هذا العنصر أكثر إرتباطا بمشاريع الإنشاء حيث يتأكد عمال البناء من موافقة المواصفات الفنية للمنشاءات الأعلى المعايير والمواصفات القياسية ، ولكن من الضروري أيضا أن يتم تنفيذ المشاريع المجتمعية بأفضل جودة.

5. إدارة الموارد البشرية للمشروع

إدارة الموارد البشرية للمشروع تهتم بجميع العمليات التي من قدرتها إدارة شؤون الأفراد المنفذين للمشروع بتحديد المسؤوليات الموكلة إليهم بطريقة جيدة[2].

6. إدارة التواصل

إذا ما وضعت خطة للتواصل الجيد مع الجهات المعنية والمانحين وفريق عمل المشروع ، فسيؤدي ذلك إلى سير العمل بسلاسة

7. إدارة المخاطر

[1] روان محمد الحديدي، **مفاهيم إدارة المشاريع وأهدافها**، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 25، الأردن – عمان، 2020، ص ص 581-582

[2] آمل عبدي، **دور إدارة مخاطر المشروع في ضمان نجاح إنجازه**، رسالة ماجستير، الجزائر، 2013، ص 26

لا شك أن كل مشروع معرض لمواجهة لبعض المخاطر، و سيكون من الأفضل لو حاولت التنبؤ بها وجهزت نفسك لإجراء أي تعديلات تقتضيها.

8. إدارة المشتريات

ونعني بذلك إدارة شراء وتوريد المنتجات والخدمات خلال المشروع[1].

المطلب الثاني: أنواع المشاريع ومراحل اعدادها

أولا: أنواع المشاريع

يعرض المتخصصين في العلوم الإدارية تقسيمات مختلفة للمشاريع في الواقع العملي، وذلك بالاستناد إلى طبيعة القطاع أو طبيعة الهدف الذي يؤسس من أجله المشروع وبشكل عام يتفق الجميع على وجود الأنواع التالية:

- المشاريع الإنشائية : وهي المشروعات الأكثر شيوعا في الواقع العملي ، ويذهب البعض إلى ربطها بالحاجات الأساسية للفرد من خلال ماهو وارد في مثلث "ماسلو" للحاجات [2]

وبشكل عام يرد تحت عنوان هذا النوع من المشروعات مايلي :

- بناء العمارات السكنية و الأبنية الملحقة بها الخاصة بإدارة الأعمال وتقديم الخدمات وماشبه ذلك.
- بناء الطرق والجسور والسدود الخاصة بالزراعة والطاقة الكهربائية.
- بناء الملاعب و المستشفيات والجامعات والمدارس.

[1] روان محمد الحديدي، **مرجع سبق ذكره**، ص 583

[2] عابد علي، **مرجع سبق ذكره**، ص 18.

- بناء القواعد والمرتكزات الأساسية لكافة المشاريع الأخرى سواء كانت صناعية أو خدمية أو علمية.....الخ[1].

- المشاريع الصناعية : ويقصد بذلك المشروعات ذات الطابع الهندسي والتكنولوجي والتي تهدف إلى إقامة المصانع والخطوط الإنتاجية التي تهدف بالنهاية إلى تطوير المنتج
- المشاريع الخدمية : وهي المشروعات التي يتمخض عنها خدمات مختلفة تقدم في أطر وصيغ مختلفة كما هو الحال في مشروع تسويق منتج جديد أو تصميم حملة إعلانية تمهيدا لتسويق منتج جديد.
- المشروعات الاقتصادية : ويقصد بذلك المشاريع على مستوى اقتصاد البلد بشكل عام من أجل خلق صيغ للتنمية الاقتصادية ومن هذه المشروعات:
  - برامج مواجهة الكساد والبطالة.
  - برامج مواجهة التضخم وغلاء المعيشة.
  - برامج التحول نحو الخصخصة أو العولمة
  - برامج استبدال العملة أو تدعيمه[2]
- المشاريع الاجتماعية: إن المشروعات الاجتماعية ترتبط بتوجهات الدولة نحو خلق تنمية اجتماعية لمواكبة التطورات المختلفة في مجالات الحياة، ومن هذه المشروعات:
  - المشروعات التي تنظم في هيئة حملات تثقيفية لتنظيم الأسرة وتحديد النسل.

[1] مؤيد الفضل، **تقييم وإدارة المشروعات المتوسطة والكبيرة**، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان – الأردن، ط1، 2009، ص 6.

[2] عابد علي، **مرجع سبق ذكره**، ص 18.

- حملات مكافحة الجريمة والفساد الاجتماعي.
- الحملات الصحية ضد الإيدز والتدخين.
- حملات تدعيم التكافل الاجتماعي. [1]

ثانيا: مراحل اعداد المشروع

تمر عملية إعداد المشروع بثلاث مراحل رئيسية وهي كالآتي:

- مرحلة الإعداد والتحضير
- مرحلة الإنجاز والتنفيذ
- مرحلة التقويم والتتبع.

وتشمل كل مرحلة من هذه المراحل الثلاث مجموعة من العمليات والإجراءات المنظمة التي تشكل مراحل صغرى[2]

1- مرحلة الإعداد والتحضير:

تعتبر مرحلة الإعداد والتحضير مرحلة التصوير، وتمثل المشروع في مختلف عناصره ومكوناته، ففي هذه المرحلة نفكر في نوع المشروع المناسب ونصوغ أهدافه ونحدد مجالاته، ونصمم عملياته ونتفق على خطواته. و يمكن اختزال العمليات الأساسية التي نعتمدها للإعداد والتحضير في :

- تشخيص المنطلقات وهي خطوة نحاول فيها أن نتقصى الواقع وخصائصه
- اتخاذ القرار وتبتدئ بلحظة ابتكار أكبر عدد من المشاريع وتنتهي بلحظة اتخاذ قرار اختيار مشروع معين

1 خوجة عبد الكريم، **إشكالية التنمية في الجزائر بعد الإستقلال: المفكر عبد الله شريط نموذجا**، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2012، ص 65.

2 روابنية فيصل، **دليل الاطار الجمعوي**، وكالة التنمية الاجتماعية، الجزائر، 2007، ص04.

- التخطيط والهيكلة وهي المرحلة التي نحدد فيها أهداف المشروع ونصمم عملياته ونبرمجها زمنيا ونقترح وسائل التنفيذ وإجراءات التقويم.[1]

2 -مرحلة الإنجاز والتنفيذ:

بعد الانتهاء من إعداد متطلبات المرحلة الاعداد والتحضير يبقى على فريق عمل المشروع الشروع بتنفيذ المرحلة، كما ويقوم رئيس الفريق بتقديم التقارير الضرورية حول تقدم العمل بالمشروع إلى الإدارة العليا وكذلك إلى أصحاب المصالح والمستفيدين من المشروع حيث تتركز على الآتي :

-تقدم العمل بالمشروع.

-النفقات.

-التكاليف.

-الأحداث التي لم تكن ضمن الخطة وتشمل هذه المرحلة على الخطوات والفعاليات الأساسية وهي إعداد التصاميم التفصيلية للمشروع وتطوير خطط العمل وجدولة الأعمال وكذلك شراء المواد المتطلبات المادية لمرحلة التنفيذ وأنظمة التزويد الممكن إتباعها وتنفيذ كل الفقرات المتعلقة بذلك.[2]

3 .مرحلة التقويم والتتبع

[1] المرجع نفسه، ص 5

[2] عابد علي، **مرجع سبق ذكره**، ص 25

التقويم بمثابة كلمة الختام في تصميم المشروع إذ لا تكتمل خطة دون التفكير في عدة التقويم التي تتيح فحص النتائج وضبطها. وهي المرحلة التي يستطيع من خلالها التأكد من تحقق الأهداف من عدمه[1].

أول الإجراءات التي يلزم أن تتضمنها عدة التقويم هي وصف النتائج المرتقبة والتي تترجم ما نصبو إلى تحقيقه وهي ذات ارتباط مباشر بالأهداف. وللتقويم أربعة أسئلة :

1 –لماذا نقوم؟: لمعرفة نهاية المشروع واتخاذ قرار بشأن النتائج المتوصل إليها والاستفادة من التجربة في المشاريع المقبلة.

التخطيط: هل ما خططنا له كان هو المطلوب؟ هل تشخيصنا للواقع كان في المستوى؟ هل توزيع المهام انبنى على إدراك تام بمؤهلات وقدرات كل واحد؟.

2 –ماذا نقوم؟: النتائج – الأهداف على مستوى المراحل. طريقة العمل – أداء الأعضاء

3 –كيف نقوم؟: تحديد الأهداف من البداية وكذلك مؤشرات المتابعة

4– مع من نقوم؟: الكل معني بالتقويم.

المبحث الثاني: ماهية المشاريع الاجتماعية وتنميتها

المطلب الاول: المشاريع الاجتماعية وتنميتها

أولا: مفهوم المشاريع الاجتماعية

[1] صفيه صالح الدايل، **أثر برنامج تدريبي قائم على عمليات التصميم التعليمي في تنمية المهارات الحياتية لدى طالبات جامعة الأميرة نوره بنت عبدالرحمن في المملكة العربية السعودية**، المجلة العلمية للبحوث والنشر العلمي، العدد 4، مجلة 38، الرياض، المملكة السعودية، 2022، ص 48.

يرى Boisier بأن المشاريع الاجتماعية هي أداة تسمح بإحداث تغيير من طرف مبادرة الجهات الفاعلة التي تتفاعل في إقليم أو قطاع معين، حيث أن التحول الاجتماعي من خلال المشاريع ينطوي على إدارة محلية تبني هياكل فرص جديدة ومساحات أكبر من الحرية للسكان، وبالتالي خلق بيئة مواتية لإكتشاف إمكانات الأقاليم[1].

فيما يرى (Larisa Nikitina, Maria Tabachnikova) يعتبر المشروع الاجتماعي نظام مشروع قائم على مجموعة من مقاييس ذات التوجه الاجتماعي. حيث أنه يمتاز بأهداف محددة، ويقع في المكان والزمان مقيدين[2].

فيما يرى (بن العارية محمد) أن المشاريع الاجتماعية هي تلك المشاريع التي لا تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف اقتصادية مثل مشاريع الصحة والتعليم، والصفات الاجتماعية للمشاريع هي العناصر المتشابهة غير الكمية في مشاريع تهدف إلى تحقيق احتياجات اقتصادية، فمثلا إذا كان هناك مشروعان أحدهما لصناعة الحديد والآخر لصناعة المنسوجات فيعد إقامة برنامج لمحو الأمية للعاملين بكل منهما من الصفات الاجتماعية لهذين المشروعين أما التقسيم الاجتماعي للتكلفة والمنفعة فهو قياس تكاليف وفوائد المشاريع من وجهة نظر المجتمع ككل، كما أن كلمة اجتماعية

تتباين مع كلمة خاص هذا بالإضافة إلى أن المشروع الاجتماعي ليس بالضرورة مرافقا لمشروع حكومي أو قطاع عام[3].

[1] Norma Baca-Tavira, **Social projects**. **Notes on their design and management in rural territories**, Universidad Autónoma del Estado de México, n 72, Mexico, 2016, p3

[2] Larisa Nikitina, Maria Tabachnikova, **An Empirical Study of the Content Characteristics of Social Projects** (**According to In-depth Interviews**), David Publishing, N1, N 1, 2014, p 1

[3] بن العارية محمد، **تقييم المشاريع الاجتماعية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2013 ص51.

من بين أبسط المفاهيم للمشروع الاجتماعي نجد تعريفا يعود للأستاذ عباس أحمد، والذي يرى بأنها تعني مشروعات وبرامج "الخدمات الاجتماعية" من صحة وتعليم وإسكان ومساعدات اجتماعية وغير ذلك، وهذا هو المعنى السائد للمشروعات الاجتماعية في الدوائر الرسمية[1].

وتجدر الإشارة الى أنه هناك تداخل مفاهيمي بين مفهوم المشاريع الاجتماعية ومفهوم مشاريع الاستثمار الاجتماعية حيث كلاهما يشير الى أنها تلك المشاريع التي تكون منتجاتها غير قابلة للمتاجرة الدولية مثل مشاريع المياه ومشاريع الصحة وغيرها، وفي هذه المشاريع يمكن التمييز بين الأشخاص الذين تؤول اليهم منافع المشروع في الوقت الذي يصعب تحديد المنافع أو وضع الأسعار لها[2].

ثانيا: نطاق وطبيعة المشاريع الاجتماعية

يظهر نطاق وطبيعة المشاريع الاجتماعية مستوى تطور المسؤولية الاجتماعية للجهة الفاعلة بشكل خاص والمجتمع بشكل عام. اذ وفي سياق تنفيذ المشاريع الاجتماعية، يمكن أن يكون للجهة الفاعلة (المنظمة) عدة أهداف مثل تطوير مجتمع متسامح راقي ومتعلم، بالإضافة أيضا لفوائده الخاصة (التغطية الإعلامية ، ابراز فعالية المنظمة من منظور

[1] عباس أحمد، **مرجع سبق ذكره**، ص12.

[2] أفكار محمد قنديل، **تقييم مشروعات الاستثمار الاجتماعية**، رسالة دكتوراه ،جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 1993، ص 05.

المسؤولية الاجتماعية، وغيرها). حيث غالبا ما يتم الجمع بين كلا الهدفين بشكل متناغم في معظم المشاريع الاجتماعية الحديثة[1]

المطلب الثاني: خصائص المشاريع الاجتماعية.

تختلف خصائص المشاريع الاجتماعية باختلاف الباحثين والممارسين فيهذا المجال، وعليه سنحاول من خلال هذا المطلب تلخيص ابرز خصائص هذا النوع من المشاريع من خلال النقاط التالية:

1- عدم وجود التنافس في استهلاك منتجاتها، وعدم القدرة على الاستبعاد حيث أن المشاريع الاجتماعية هي التي غالبا ما تضطلع الدولة بإقامة الجزء الأكبر منها وذلك لإشباع الحاجات العامة بقسميها سواء " الحاجات الجديرة بالإشباع Merit Wants، أو الحاجات الاجتماعية، والأخيرة هي التي لا يستطيع جهاز السعر أن يقوم بإشباعها مثل الحاجة إلى الدفاع والعدالة والأمن و غيرها، أما الحاجات الجديرة بالإشباع فهي التي يمكن إشباعها بواسطة السوق، لكن المستويات التي تقدمها السوق منها تكون أقل من المستويات المرغوبة اجتماعيا مثل التعليم. ولإشباع تلك الحاجات تقام المشاريع الاجتماعية التي تنتج خدمات تستهلك بكميات متساوية بواسطة الجميع وهذا والأفراد الذين لا يدفعون مقابلا لتلك الخدمات لا يمكن تطبيق مبدأ الاستبعاد عليهم لحرمانهم من المنافع الناتجة وبالتالي فإن الاستمتاع بتلك السلع والخدمات لا يكون موضوعا للمدفوعات السعرية، إذ أن تلك السلع و الخدمات لا تقدم من خلال السوق[2].

[1] Tetiana Myhovych & others, **COMPONENTS AND FEATURES OF THE SOCIAL PROJECT**, Conference Paper, 5. Juni, 2020, Stuttgart, Deutschland, p 7

[2] Social Investment Projects, <http://www.cdainc.com/publications/cep/issuepapers/cepIssuePaperSocialInvestmentProject.pdf> P 04.

فالتبادل في السوق يعتمد على أن المستهلك إذا ما كانت لديه الرغبة في سلعة معينة (سلعة خاصة)، فما عليه إلا أن يقابل شروط التبادل بواسطة من يتصادف امتلاكه لهذه السلعة، وعلى ذلك فإنه يتم استبعاد الأفراد غير المستعدين لدفع ثمنها – لمن يملكها – من الاستمتاع بتلك السلعة أو الخدمة الخاصة وهذا ما يطلق عليه مبدأ الاستبعاد Exclusion Principale، كذلك فإن استهلاك شخص ما لسلعة معينة ولتكن نوعا من الطعام لا يجعلها متاحة لآخر في الوقت نفسه، وبالتالي فإن استهلاكها تنافسي والمستهلك يحاول الحصول على السلع التي يحتاجها والسعر الذي يدفعه يكشف عن القيمة التي يتخلى عنها المنتج مقابل السلعة، وفي الوقت نفسه فهو يخبره بطريق غير مباشرة عما يجب انتاجه[1].

وتجدر الإشارة الى أن السلع الجديرة بالإشباع Merit Wants تقع بين السلع الاجتماعية و السلع الخاصة، حيث أن مثل تلك السلع يمكن تقديمها عن طريق السوق مثل بعض مشروعات التعليم والصحة حيث يقدم المنتج الخاص جزاء منها ذا شكل متميز يناسب مع فئات مرتفعة المستوى في المجتمع ويحجم عن تقديم الجزء الأكبر والذي يتناسب مع الفئات الأقل الأخرى ولذلك يعهد إلى بتوفيرها، وبالتالي يظهر الجزء الذي يقدمه المنتج الخاص الصالح للتطبيق مبدأ الاستبعاد عن طريق السعر، هذا بالإضافة إلى أن ذلك الجزء سيكون استهلاكه تنافسيا بينما الجزء الآخر منها الذي تتولى الدولة توفيره لا يكون استهلاكه تنافسيا[2].

1 Nandlal Pribhdas Tolani, Social Investment Decisions: An Operational Model for Choosing Between a Fertilizer Plant and an Irrigation Project in Underdeveloped Countries, Cornell Univ, 1974 , p24

2 Social Investment Projects, op cit, p 05

2- عدم وجود سوق المخرجات المشاريع الاجتماعية

اتضح من الخاصية الأولى أن الجزء الأكبر من مخرجات المشاريع الاجتماعية سواء كان سلعا اجتماعية Social Goods مثل توفير الأمن و الدفاع أو سلعا جديرة بالإشباعMerit Goods وخصوصا التي تقدمها الدولة لإتباع في السوق وليس لها قيمة سوقية مما يؤدي إلى صعوبة إخضاعها للقياس الكمي، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور التقدير الشخصي في التقدير قيمتها وفي قياس مدى تحقيق المشروع لها وكذلك مدى كفاءة استخدام المشروع للموارد المخصصة له من أجل تقديمها[1].

3- عدم تجانس مخرجاتها

تتميز المشاريع الاجتماعية بعدم تجانس مخرجاتها بطريقة غير عادية إذا قيست بمخرجات مشروع صناعي مثلا فقد يتعذر التواصل إلى طبيعة المنتج النهائي نفسه، الأمر الذي يصعب معه وضع تعريف ثابت له، فقد يأخذ المنتوج النهائي لخدمة ما عدة صور تختلف في مواصفاتها ولو اختلافات بسيطة بحيث لا تصبح متجانسة، هذا بالإضافة إلى اختلاف الظروف التي تتم ضوئها المنتجات النهائية، فمثلا اختلاف و تغير المستوى العلمي لخريجي الجامعات، بوصفهم منتجا للجامعة وكذلك اختلاف تخصصاتهم وأهميتهم من حيث احتياج المشاريع الأخرى لهم.

4- إلغاء دوافع الربح في نشاط المشاريع الاجتماعية

لعل إلغاء دوافع الربح في نشاط تلك المشاريع يزيد الأمر تعقيدا ويجعلها مختلفة عن المشاريع الاقتصادية التي تنشأ أصلا بهدف تحقيق الربح، ويؤدي بالتالي إلى عدم خضوعها للقياس الكمي، وما يؤدي إليه ذلك من عدم صياغة الأهداف المراد بلوغها في صورة واضحة وقابلة للقياس بل تقتصر على عبارات وصفية مبنية على الأحكام الشخصية كأن تمدن الجامعات والتعليم العالي إلى قبول عدد معين من الطلاب[2].

[1] Tetiana Myhovych & others, op cit, p08

[2] بن العارية محمد، **مرجع سبق ذكره**، ص 53.

المطلب الثالث: ماهية التنمية وعناصرها

أولا: تعريف التنمية

– لغة: الزيادة، والنماء، والكثرة، والوفرة، والمضاعفة.

– اصطلاحا: اختلفت مفاهيم التنمية اصطلاحاً من شخص لآخر تبعا للمضمون الذي يركّز عليه، لكن يمكن إجمال التعاريف للتنمية بأنّها عبارة عن التغيير الإرادي الذي يحدث في المجتمع سواءً اجتماعياً، أم اقتصادياً، أم سياسيا، بحيث ينتقل من خلاله من الوضع الحالي الذي هو عليه إلى الوضع الذي ينبغي أن يكون عليه، بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس من خلال استغلال جميع الموارد والطاقات المتاحة حتى تستغّل في مكانها الصحيح، ويعتمد هذا التغيير بشكل أساسي على مشاركة أفراد المجتمع نفسه. حيث يفرق العلماء بين مفهوم النمو والتنمية، فالتنمية ترتبط دائماً بتغييرات جذرية في هيكل المؤسسة نفسها وليس فقط على النتيجة كما هو الحال في النمو[1].

ومثال ذلك (سعد الدين إبراهيم) الذي عرف التنمية بأنها: انبثاق، ونمو كل الإمكانيات، والطاقات الكامنة في كيان معين بشكل كامل، وشامل، ومتوازن سواء كان هذا الكيان فردا أو جمعة أو مجتمعا.[2]

أما (مدحت محمد أبو النصر) فيرى التنمية على أنها: "عملية ديناميكية تتكون من سلسلة من التغيرات الهيكلية والوظيفية في المجتمع وتحدث نتيجة للتدخل في توجيه حجم ونوعية الموارد المتاحة للمجتمع، وذلك لرفع مستوى رفاهية الغالبية من أفراد المجتمع عن طريق زيادة فاعلية أفراده في استثمار طاقات المجتمع إلى الحد الأقصى"

[1] سعيد غني نوري(2020/01/20)، **التنمية بين المفهوم والاصطلاح، المفاهيم الأساسية للتعلم**،تم الاطلاع عليه في2022/04/15 نقلا عن الرابط التالي: https://real-prizes-here.life/?u=w9ckgeu&o=q89pgbc&t=main&cid=meh1tv3erkht

[2] أحمد فوزي ملوخية، **التنمية السياسية**، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص 20.

فيما يعرفها (خليفة الكواري): عملية مجتمعية واعية، وموجهة لإيجاد تحولات هيكلية تؤدي إلى تكوين قاعدة إنتاجية ذاتية يتحقق بموجبها تزايد منتظم في متوسط إنتاجية الفرد، وقدرات المجتمع ضمن إطار من العلاقة الاجتماعية، يؤكد الارتباط بين المكافئة والجهود، ويعمق متطلبات المشاركة مستهدفا توفير الاحتياجات الأساسية وموفرا الضمانات للأمن الفردي، والاجتماعي والقومي[1].

وقد أثار مفهوم التنمية كثير من الجدل على جميع المستويات (النظرية والعملية التطبيقية) وتحمل المؤلفات السياسية والاقتصادية والاجتماعية العديد من التعاريف لهذا المصطلح، وكل منها تناوله من زاوية معينة حسب اختلاف الميادين والمناهج العلمية الخاصة بها. ولعل أول من استعمل هذا المصطلح هو" بوجين ستيلي" حين اقترح خطة تنمية العالم سنة 1889م[2].

ثانيا: عناصر التنمية

ويمكن تلخيص عناصر التنمية في النقاط التالية:

- إن المجتمع المحلي الذي يمكن أن يتخذ كوحدة للتنمية، هو في المجتمع الريفي على مستوى القرية، وفي المجتمع الحضري على مستوى الجيرة بالمدينة.
- تهدف تنمية المجتمع إلى تغيير ظروف و أوضاع المجتمعات المحلية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية إلى الأفضل، على أن يتم هذا التغيير بمبادرة من الأهالي ومشاركتهم مشاركة كاملة وفعالة.
- إن مشاركة المواطنين في كل مشروعات التنمية المحلية، وفي كل خطواتها بدءا من المرحلة التمهيدية فالتخطيطية فالتنفيذية فالمتابعة والتقويم، هي فيصل نجاح أو فشل جهود التنمية، لهذا يجب أن يتاح

[1] محمد حسن دخيل، **إشكالية التنمية الاقتصادية المتوازنة: دراسة مقارنة**، سوريا، منشورات الحلبي الحقوقية، 2009، ص 17.

[2] مدحت محمد أبو النصر، **إدارة وتنمية الموارد البشرية الاتجاهات المعاصرة**، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2007، ص 189.

لمشاركة المواطنين كل مقومات النجاح كالجو الديمقراطي، وتطبيق اللامركزية ما أمكن، وإعطاء كل ضمانات الحرية والأمن والأمان.

- تهتم تنمية المجتمع بتنمية قدرات الطاقات البشرية، وذلك عن طريق تغيير أفكار المواطنين واتجاهاتهم وقيمهم، ومساندة مشروعاتهم الذاتية، إذا عجزت الموارد المحلية، طلبت المساعدات الفنية والمادية من الجانب الحكومي، وذلك لكي يتم الربط بين الخطط المحلية والخطط القومية، لأن الخطط المحلية ما هي إلا جزء من خطة قومية عامة. وكذلك لإيجاد قنوات للتفاعل بين المجتمع المحلي والمجتمع القومي الأكبر[1].
- التنمية عملية تكاملية تعتمد على الجهود الأهلية، وتلعب القيادات الشعبية فيها دورا مؤثرا، كما أنها عمل لفريق كبير من الفنيين كالطبيب والمهندس[2]

ثالثا: أهداف التنمية

للتنمية أهداف عديدة، تدور كلها حول رفع المستوى المعيشي للسكان، وتوفير أسباب الحياة الكريمة لهم، وربما يكون من الصعب على المرء أن يحدد أهدافا معينة في هذا المجال نظرا لاختلاف في ظروف كل دولة واختلاف أوضاعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية إلا أنه مع ذلك يمكن إبراز بعض الأهداف الأساسية التي يجب أن تتبلور حولها الخطة العامة للتنمية في الدول المختلفة[3].

- زيادة الدخل القومي:

[1] ملوان ليلى، **مبادئ فعالية المشروع الجمعوي في تنمية المجتمع المحلي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر 02، الجزائر، 2012، ص 75.

[2] المرجع نفسه، ص 76.

[3] كامل البكري، **التنمية الاقتصادية**، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1986، ص 63.

تعتبر زيادة الدخل القومي من أول أهداف التنمية في الدول المتخلفة، بل هي أهم هذه الأهداف على الإطلاق، ذلك بأن الغرض الأساسي الذي يدفع هذه البلاد إلى القيام بالتنمية إنما هو فقرها وانخفاض مستوى معيشة أهلها

وإضطراد نمو عدد سكانها، ولا سبيل إلى القضاء على هذا الفقر، وانخفاض مستوى المعيشة وتحاشي تفاقم المشكلة السكانية إلا بزيادة الدخل القومي.

- رفع مستوى المعيشة:

يعتبر رفع مستوى المعيشة من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها التنمية خاصة في الدول المتخلفة اقتصاديا، فمن المتعذر تحقيق الضرورات المادية للحياة من مأكل وملبس ومسكن وغيره دون رفع مستوى معيشة السكان، وبدرجة كافية لتحقيق مثل هذه الغايات للمجموع الأكبر من السكان، فالتنمية ليست وسيلة لزيادة الدخل القومي فقط وإنما

هي وسيلة أيضا لرفع مستوى المعيشة بكل ما يتضمنه هذا التعبير من معان من حيث تقليل الفوارق بين الدخول بمراعاة التوزيع وعدالته.[1]

- إشباع الحاجات الأساسية:

[1] هشام مصطفى الجمل، **دور الموارد البشرية في تمويل التنمية بين النظام المالي الإسلامي والنظام المالي الوضعي (دراسة مقارنة)**، دار الفكر الجامعي،ط1 ،2006م، ص ص 80-81.

تهدف التنمية إلى تعبئة الموارد المحلية المتاحة لديها، أو الحصول عليها من الخارج بهدف زيادة الا وتحسين مستواه وذلك بهدف إشباع الحاجات الأساسية للأغلبية الساحقة من السكان، ومن ثم جرى التأكيد على أن إشباع هذه الحاجات الأساسية ليس معناه الترول بحاجات الإنسان إلى حدها الأدنى وإنما معناه توفير الحد الأدنى من الحاجات الأساسية للإنسان[1].

- تقليل التفاوت في الدخول والثروات:

يعتبر هدف تقليل التفاوت في الدخول والثروات وإعادة توزيع الدخل هدف اجتماعي، إذ أن معظم الدول المتخلفة رغم انخفاض متوسط دخل الفرد فيها إلا أننا نرى أن هناك بونا شاسعا بين الطبقات فيها، إذ تستولي فئة صغيرة من أفراد المجتمع على الجزء الأكبر من ثروته. بينما لا تحصل الأغلبية من الأفراد إلا على نسبة بسيطة جدا من ثروته ومثل هذا التفاوت يؤدي إلى إصابة المجتمع بأضرار جسيمة، ولذلك فليس من المستغرب أن تعمل التنمية على اعتبار تقليل التفاوت في توزيع الثروات والدخول من الأهداف الهامة التي تسعى الى تحقيقها، والا فسوف يؤدي ذلك الى مشاكل اجتماعية خطيرة[2]

- تعديل التركيب النسبي للاقتصاد القومي:

ثمة أهداف أخرى أساسية للتنمية في تلك البلاد المتخلفة تدور كلها حول تعديل التركيب النسبي للاقتصاد القومي، وتغيير طابعه التقليدي.

[1] كامل البكري، **مرجع سبق ذكره**، ص 64

[2] هشام مصطفى الجمل، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 74 – 75

ففي هذه البلاد تغلب الزراعة على البنيان الاقتصادي، ففي مجال الإنتاج، ومصدر العيش للغالبية العظمى من السكان، كما وأنها تلعب الدور الأهم بالنسبة للقطاعات الأخرى كمصدر من مصادر الدخل القومي[1].

[1] نائل عبد الحافظ العوالمة، **ادارة التنمية**، دار زهران للنشر والتوزيع، ط 1، 2010، ص 38

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل عرض مجموعة من المفاهيم النظرية المتعلقة بالمشاريع الاجتماعية، وذلك من أجل تشكيل صورة مفاهيمية تساعدنا على فهم أعمق لهذا النوع من المشاريع، ومن خلال ما تم عرضه يمكن القول بأن للمشاريع الاجتماعية مكانة هامة في تنمية المجتمعات، حيث تلعب دورا هاما في جميع أنحاء العالم في تنمية المجتمع، بدءا من المشاريع الاجتماعية في بعض أفقر المناطق الريفية في العالم، إلى المشاريع المصممة لتعزيز نوعية الحياة لأفراد المجتمع.

الفصل الثاني
مدخل للعلاقات العامة

تمهيد:

إن احتدام المنافسة في شتى المجالات، يجعل من السمعة مكتسبا حساسا لا يمكن لأي منظمة بغض النظر عن طبيعة نشاطها أن تتنازل عنها أو تخاطر بها، حيث أن المساس بها قد يؤدي بالمنظمة إلى الانهيار في ظرف وجيز. من هنا تبرز قيمة العلاقات العامة،إذ يمكن اعتبارها كنظام حماية لسمعة المنظمة أو المؤسسة وصورتها الحسنة في بيئتها التي تنشط بها،مما يساهم في بقائها وتعزيز فرص استمرار نشاطها

سنحاول من خلال هذا الفصل استعراض مجموعة من المفاهيم، والتي من خلالها يمكن بناء فهم أعمق حول هذه الأداة ومدى أهميتها.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

إن العلاقات العامة هي محاولة تشكيل انطباع جيد عن المؤسسة لدى جمهورها دون إهمال أهدافها، وللتعرف أكثر إلى نشاطاتها وجب التطرق إلى نشأتها ومفهومها، وكذا أهميتها والأهداف الممكن تحقيقها من خلالها.

المطلب الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة

تعتبر عملية ضبط تاريخ محدد لنشأة العلاقات العامة سواء في التاريخ القديم أو الحديث عملية غاية في الصعوبة، إلا أنه يمكن الحديث عن مفهوم أو مبادئ العلاقات العامة التي طبقتها هذه الشعوب أو الأمم.

العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية، امتدت جذورها منذ أن وجد الإنسان على هذه الأرض، ومما لا الشك فيه أن المجتمعات البشرية أينما وجدت نشأت بينها العلاقات والاتصالات وذلك حتى تستطيع هذه التجمعات أن تواجه متطلبات الحياة[1].

فبالحديث عن العلاقات العامة في التاريخ الحديث، فقد ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطا مستقلا مع بداية الثورة الصناعية، وما صاحبها من توسع في العمل والتجارة، لكنها لم تعرف بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين[2].

[1] حماش الحسين، **واقع العلاقات العامة في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة**، مذكرة دكتوراه في علم النفس االجتماعي، جامعة الجزئر، 2006/2005، ص 24 (بتصرف)

[2] Thierry LIBAERT et Andrea CATELLANI,« Les relations sont-elles publiques ou avec les publics ? », Communication et organisation [En ligne], 45 | 2014, P : 166. consulté le 17/04/2022. URL : http://communicationorganisation.revues.org/4565.

إذ بدأت تتجلى سياستها لتعرض على الجمهور، و تسهم بذلك في تهيئة الأذهان و تعبئة الرأي العام خاصة في المناسبات، الأزمات و الحروب، وفي عام 1903 كان إفتتاح أول مكتب للعلاقات العامة لشؤون الإتصال بالصحافة من طرف إيفي لي Ivy lee ، وإن كان خبراء العلاقات العام يرجعون تاريخها إلى 1906 .

حيث أسس" إيفيلي " الغرفة العالمية للعلاقات العامة في نيويورك، ويلقب بأب العلاقات العامة، إذ كانت له إرهاصات ناجحة في تطويرها، وإرساء القواعد والدعامات الكبرى لها، حيث كان من الأوائل الذين نادوا بعدم جدوى الترويج ما لم تصاحبه أفعال طيبة، كما أنه أول من استخدم الإعلان كوسيلة من وسائل العلاقات العامة لتحقيق أهدافها، وهو أول من وضع أسس العلاقات العامة لأغلب مديري الشركات حيث فسرها بأنها عملية مزدوجة تبدأ بمعرفة إتجاهات وأراء الجمهور ونشر الحقائق والمعلومات عن الشركة بصدق وأمانة، والتي على ضوئها تقوم الشركات بإعادة النظر في خططها وسياساتها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام والمصلحة العامة[1].

وقد تم تأسيس جمعية العلاقات العامة الأمريكية عام 1948 لتنتقل عقب ذلك إلى أوروبا وباقي دول العالم، حيث شهد الوطن العربي تأسيس جمعية العلاقات العامة العربية في الفاتح من ماي سنة 1965 في مصر على يد الدكتور محمود محمد الجوهرى، إذ تضمنت أهدافها تنمية الوعي بقيمة العلاقات العامة وأهدافها وبسط مفهوم العلاقات العامة ومبادئها، وكذا إرساس أسس العلاقات العامة.

وقد أشار بعض المهتمين بالمجال إلى أن الوضعية الراهنة للعلاقات العامة في الوطن العربي ورغم قدم تأسيس أول جمعية لها إلا أنها لازلت بحاجة للتفكير المعمق من أجل وضع إستراتيجيات جديدة حيز التنفيذ، يكون الهدف منها إعادة تحديد بناءاتها ووظائفها[2].

---

[1] لبنان هاتف الشامي: **العلاقات العامة " المبادئ والأسس العلمية"**، اليازوري، عمان، ط1، 2001، ص27.

[2] بن دريدي فوزي، **نحو إستراتيجية لتطوير ممارسة العلاقات العامة في الوطن العربي**، المجلة الجزائرية للدراسات السوسيولوجية، العدد1، جانفي 2006، الجزائر، ص 65 (بتصرف)

المطلب الثاني: مفهوم العلاقات العامة وعوامل الاهتمام بها

أ) مفهوم العلاقات العامة:

رغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين أو الممارسين أو من جانب الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة إلا أن هناك سمات مشتركة بين التعريفات رغم إختلاف الأسلوب أو التفاصيل

بين تعريف وآخر وتتحدد هذه السمات المشتركةعلى النحو التالي:

– أن العلاقات العامة عملية طويلة المدى ودائمة ومستمرة تستهدف الركن الأول لمفهومها إعطاء الجماهير النوعية هيئة أكبر عدد من المعلومات الصحيحة حول موضوع معين أو قضية معينة[1].

– تستهدف العلاقات العامة إقناع الجماهير التوعية بتغيير أو تعديل آرائها وسلوكها تجاه قضية معينة.

– تستهدف العلاقات العامة إحداث التكيف أو التوافق بين موقف واتجاهات سياسات هيئة معنية ومواقف واتجاهات وآراء الجماهير النوعية التي ترتبط بها مصالحها العامة والعكس صحيح وهي جميعها مترابطة ومتعاونة.

وتعرف العلاقات العامة على أنها نظام يساعد على التبكير بالتعرف على الاتجاهات و التوقعات، ولأجل ذلك تستخدم بحوث وسائل الاتصال وأساليبها وطرقها وفنون الاتصال على أسس أخلاقية لتحقيق مهام محددة.

– أما المعهد البريطاني للعلاقات العامة فقد نظر إليها على أنها "تلك الجهود المخططة والمرسومة، والتي يقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها[2].

1 طارق شريف يونس، **ادارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ**، اثراء للنشر والتوزيع، 2008، ص193.

2 اسامة كامل وأخرون، **إدارة العلاقات العامة**، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية القاهرة، ط1، مصر،2006، ص10.

-أما جمعية العلاقات الدولية فعرفتها أنها وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة التي تسعى بها المؤسسات والمنظمات العامة و الخاصة لكسب تفاهم و تعاطف و تأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان. مع سياستها و أنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون و الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدامها الإعلام شامل ومخطط[1].

-كما عرفا قاموس ويستر الدولي الجديد الذي يشير إلى أن العلاقات العامة هي فن وعلم وتطوير الفهم الثنائي المتبادل والنيات الحسنة[2].

في حين عرفها كانفيلد" أنها الفلسفة الاجتماعية للإدارة و التي تعبر عنها من خلال أنشطتها و سياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته و تفاهمه، و هو يرى أن العلاقات العامة أنها الجانب الاجتماعي للإدارة بما أنها تقوم بنشاطات و مجهودات ذات صبغة اجتماعية موجهة للجمهور ، ليتم التعريف بهذا الأخير بكل السياسات الخاصة بالمؤسسة من أجل كسب الثقة[3].

من خلال ماسبق يمكن استخلاص النقاط التالية:

- العلاقات العامة علم يستعين بالأسلوب العلمي، ويستند إلى النظريات العلمية والخبرات المقننة والتجارب المدروسة.
- العلاقات العامة فن، بمعنى أنها تعتمد تطبيقات العلوم الاجتماعية، وتعتمد على مهارات خاصة في تطبيق النظريات المختلفة، واستعدادات فردية تختلف من متخصص لآخر.

[1] على الباز، **العلاقات العامة و العلاقات الإنسانية و الرأي العام** ، مصر ،2002، ص 75.

[2] محمد صاحب سلطان ، **العلاقات العامة ووسائل الإتصال**، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011، ص35

[3] على عجوة، **الأسس العلمية للعلاقات العامة**، عالم الكتب، ط3 ، القاهرة ، ص 20.

- تحتاج العلاقات العامة إلى متخصصين على مستويات مختلفة، يتخرجون من خلال معاهد وكليات متخصصة، فهم يقومون بتحديد وتقييم الرأي العام من الزاوية التي تهم المنظمة وتتعلق بها، كما أنهم يقدمون النصح والمشورة إلى المديرين بالنسبة لطرق التعامل مع الرأي العام .
- تعد العلاقات العامة وسيلة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة أو للقيام بمسئوليات مطلوبة[1].

ب) عوامل الاهتمام بالعلاقات العامة:

تعددت العوامل التي أدت الى الاهتمام بالعلاقات العامة، حيث منها ما إرتبط بالثورة الصناعية وإرتفاع حجم الإنتاج، ومنها ما ارتبط بتزايد المنافسة وتزايد الوعي من جانب جماهير الرأي العام، إضافة الى تطوير وسائل الإتصال، وكذا تزايد علاقات الإعتمادية بين الأفراد والمنظمات.

ويمكن عرضها في النقاط التالية:

- الثورة الصناعية وظهور الإنتاج الكبير:

أدى ظهور الثورة الصناعية في أوائل القرن التاسع عشر إلى تطور هائل في أدوات الإنتاج وأساليبه ، ونتيجة لتطبيق مبادئ الإدارة العلمية السليمة ظهرت الصناعات الضخمة أدت إلى ظهور مشاكل في العلاقات بين صاحب العمل (والمتمثل في مجلس الإدارة والعمال داخل هذه المصانع) ، ومن هنا زاد ضغط الرأي العام لإنصاف العمال وتلبية مطالبهم ولهذا ظهرت أهمية وجود حلقة اتصال بين الإدارة والعمال (الجمهور الداخلي) لشرح وجهة نظر المنظمة فيما يتعلق بسياساتها وإجراءاتها[2].

[1] عبد الرزاق الدليمي، **العلاقات العامة وادارة الازمات**، دار اليازوري العلمية، ط2، عمان، الأردن، 2015 ص 48.

[2] مريهان منصور أبوسنة، **محـ ـاضرات في مدخل إلى العلاقـ ـات العـ ـ ـامة والإعلان**، جامعة المنوفية، ط1، مصر، 2012، ص 08.

- تزايد المنافسة:

أدى إتباع الطرق السليمة في الصناعة إلى زيادة الإنتاج وبالتالي ازداد المعروض من المنتجات عن حجم الطلب عليه ، وتحول السوق من سوق بائعين (قلة المعروض من سلعة أو خدمة معينة بالنسبة للطلب عليها) إلى سوق مشترين ، وقد نتج عن هذا التطور زيادة حدة المنافسة بين الشركات في محاولة لإرضاء المستهلك و إشباع رغباته ، وقد أدت هذه المنافسة إلى الاهتمام لإرضاء احتياجات ورغبات المستهلكين وأخذها بإقامة علاقات طيبة مع جماهير الشركة المتصلة بها وجماهير الرأي العام لمحاولة كسر تأييد وثقة هذه الجماهير والعمل على خلق صورة ذهنية

جيدة للشركة في أعين الجماهير مقارنة بالشركات الأخرى .

- تزايد الوعي من جانب جماهير الرأي العام:

أدى تزايد الوعي وانتشار التعليم والثقافة بين الفئات المختلفة للمجتمع إلى تزايد الحاجة إلى المعلومات الصحيحة وإلى مزيد من التفسيرات والإيضاحات المتعلقة بالقرارات ، والسياسات التي تتبعها المنظمة على مستوى الوحدة الاقتصادية ، والقرارات السياسية الخاصة بالدولة على مستوى المجتمع بأكمله[1].

- تطوير وسائل الاتصال:

لقد ساهم التطور الهائل في وسائل الاتصال الجماهيري في تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة، حتى أصبح يطلق عليه (قرية صغيرة) وكان ذلك سببا من أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة في المجال الدولي ، والحرص على كسب تأييد الرأي العام العالمي، وفي نفس الوقت انعكس هذا الاهتمام مرة ثانية على المجال الداخلي سواء على مستوى المنظمة أو على مستوى المجتمع ككل.

[1] بضياف ع ـاطف، **فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية**، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري – قسنطينة، 2010، ص 36.

- تزايد علاقات الاعتمادية:

يتميز العصر الذي نعيش فيه اليوم بالتبعية والاعتمادية المتبادلة بين الأفراد والمنظمات المختلفة ، فالأفراد في محاولاتهم لإشباع احتياجاتهم الاقتصادية والاجتماعية والروحية أصبحوا يعتمدون إلى حد كبير على تعاون الآخرين سواء أفرادا أو منظمات ، فهم يعتمدون على المتاجر في توفير الطعام والملبس وعلى الحكومة لإمدادهم بالمنافع والحماية وغيرها من الاعتمادات ، وهذه العلاقات ذات الطبيعة الاعتمادية أدت إلى بروز أهمية العلاقات الإنسانية في الحياة المعقدة[1].

المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة:

لكي تقوم العلاقات العامة بدورها وتنجح في تحقيق أهدافها، لا بد لها أن تقوم أو تستند على مجموعة من الأسس والمبادئ والتي اختزلها إدوارد بيرنيز في قاعدتين أساسيتين وهما: الأداء النافع أولا والإخبار الصادق ثانيا، ويؤكد على أن القاعدة الثانية مكملة للأولى ولا يمكن أن تقوم بديلا عنها، وتتمثل هذه الأسس والمبادئ فيما يلي:

أ) العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

إن أي مؤسسة يقوم نجاحها على أساس التفاهم والتعاون المتبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون فيها من جهة، وبين العمال فيما بينهم من جهة أخرى، فلا يعقل أن تحسن المؤسسة علاقتها بالجمهور الخارجي

[1] مريهان منصور أبوسنة، **مرجع سبق ذكره**، ص 09.

وتترك جمهورها الداخلي على غير ما يرام، وعليه يجب أولا وقبل كل شيء خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة، ليبدأ بعد ذلك توطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي[1].

ب) مراعاة الصدق وإتباع الأسلوب العلمي:

من الضروري مراعاة الصدق والأمانة والتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع الأعمال الموكلة للأفراد العاملين، كما يجب الالتزام في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم ، فالصدق والأمانة في نشر الأخبار شيء ضروري، لأن استعمال الأخبار الكاذبة والمزيفة لا يزيد من شهرة المؤسسة بل على العكس من ذلك فإنه يعمل على دمارها ويهدد وجودها وكيانها.

ج) إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

تعتبر الصراحة وبث الأخبار الصحيحة من أسس العلاقات العامة، لأن سياسة عدم إخفاء الحقائق تقضي على كل الشائعات التي تضر المؤسسة، وتولد الثقة بين الجمهور والمؤسسة، وعليه فإنه على المؤسسة إتباع أسلوب المكاشفة وعدم إخفاء الحقائق وذلك للقضاء على كل الأقاويل الكاذبة التي يمكن أن يستعملها بعض المغرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة[2].

ح) مساهمة الهيئة في رفاهية المجتمع:

[1] هناء حافظ بدوي، **العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية (مصر)، 2001، ص 42.
[2] هناء حافظ بدوي، **مرجع سبق ذكره**، ص 42.

تعتبر المساهمة في رفاهية المجتمع من طرف المؤسسة مسؤولية اجتماعية، لأن المؤسسة جزء من هذا المجتمع، وعليه فإنه يجب على إدارة كل مؤ سسة أن تكون عضوا نافعا في المجتمع، وتعمل على رفاهيته، فلم يعد هدف أي مؤ سسة هو تحقيق أكبر كسب مادي فقط، بل صبح كذلك هدفها هو رفاهية المجتمع، لأن المؤ سسة الناجحة هي التي تعتمد على تأييد الجماهير لها داخليا وخارجيا.

خ) نشر الوعي بين الجماهير:

إن أكبر مهمة أوكلت للعلاقات العامة هي شرح سيا سة الدولة أو المؤ سسة وكذا خطط التنمية، وتوجيه الرأي العام وذلك من أجل دفع الجماهير للتعاون مع الدولة أو المؤسسة وكسب ثقتهم وتأييد السياسة العامة[1].

د) كسب ثقة الجماهير:

إن هدف العلاقات العامة لأي مؤسسة هو كسب ثقة الجماهير، وذلك من أجل تحقيق أهدافها، وعليه يجب على أفراد المؤ سسة أن يتدربوا حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب هذه الثقة، وذلك بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرها2.

[1] محمد بهجت جاد الله كشك، **تنظيم المجتمع من المساعدة الى الدفاع**، **المكتب الجامعي الحديث**، الإسكندرية- مصر، 2003.ص 25.

[2] محمد مصطفى أحمد، **العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية**، الإسكندرية- مصر، 1997، ص 48.

ذ) تعاون الهيئة مع الهيئات الأخرى:لا يمكن لأي هيئة أن تنجح وتحقق أهدافها إذا لم تتعاون مع هيئات أخرى، لأن أساس النجاح هو التعاون، وعليه فإن هناك حاجة ماسة إلى تنظيم الإتصال بين هذه الهيئات

وذلك للاتفاق على مبادئ التعاون خاصة في برامج العلاقات العامة[1].

المبحث الثاني: أهمية وأهداف العلاقات العامة ووظائفها

المطلب الأول: أهمية العلاقات العامة

قد ازدادت أهمية العلاقات العامة اثر التغير الكبير الذي حدث في المجتمعات الحديثة، فقد تميز المجتمع بتغيرات واسعة في شكله وتكوينه وطبيعته من النواحي السياسية، الاقتصادية والاجتماعية، ومن ابرز العوامل التي أدت إلى ازدياد الاهتمام بالعلاقات العامة ما يلي:

– ازدياد كبير في قوة ونفوذ الرأي العام خاصة في المجتمعات الديمقراطية، و هذا التطور في تزايد مستمر من يوم إلى أخر، فحتى تستمر الحكومات في الحكم لا بد لها من كسب ود الجماهير الشعبية، وتأييد الجمهور للحكومة و ثقته فيها عامل أساسي لنجاحها، و يتم ذلك عن طريق الأخبار الصادقة الهادفة إلى تعليم الجمهور الطرق السليمة للحصول على الخدمات التي تؤديها الأجهزة الحكومية، وبذلك تسعى الوزارات والمصالح والإدارات العمومية المختلفة إلى تحقيق التفاهم بينها وبين الجماهير المتعاملة معها.

[1] محمد بهجت جاد الله كشك، **مرجع سبق ذكره**. ص 26.

- كبر حجم المؤسسات الصناعية والتجارية وتزايد التنافس بينها، فأصبح وجود الشركات الضخمة التي يعمل بها آلاف العمال، تنتج إنتاجا ضخما وتتعامل مع الملايين من البشر في بقاع العالم، هذه التغيرات في حجم المؤسسات جعلها في حاجة ماسة إلى أن تحقق اتصالات سليمة بهذه الأعداد الكبيرة من الجماهير المختلفة و أن تنظم برنامجا و ترسم خططا تسير في ضوئها في علاقاتها العامة .

-الاستجابة لجماعات الضغط وجماعات الاهتمام المختلفة في المجتمع، وضرورة الاستجابة لها والسعي للحصول على تأييدها ودعمها، ففي ظل التحول الصناعي و التجاري الضخم، نظم العمال أنفسهم في نقابات واتحادات، تجمع كلمتهم وتدافع عن مصالحهم، وأصبحت هذه النقابات في الأمم الصناعية المتحدث الرسمي باسم العمال، وأصبح لها من القوة والنفوذ ما جعل أصحاب الأعمال يخشون بطشها ويقبلون على مراضاها و كان عليهم مواجهة ضغط النقابات و اكتساب الرأي العام و هنا تبرز أهمية ودور العلاقات العامة[1].

-تطور وسائل الإعلام والنشر نتيجة للتقدم الفكري والفني والتقني الكبير، فهناك تطور تقني في الطباعة، في إخراج الصحف والمجلات، كما ظهرت وسائل إعلام لم تكن معروفة فيما مضى، كالأفلام السينمائية والراديو والتلفزيون والانترنت (خاصة شبكات التواصل الاجتماعي) ، مما سهل من مهمة العلاقات العامة في الاتصال بالجماهير المختلفة، واستخدام الوسائل الملائمة مع الجماهير المتنوعة، وفي الأوقات المناسبة

[1] فهمي محمد العدوي، **مفاهيم جديدة فى العلاقات العامة**، دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن-عمان، ط1، 2011. ص ص 31-32.

-تزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تجاه المجتمع، وتحقيق التفاعل الاجتماعي مع مختلف الأنظمة[1].

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة

إن وضوح الأهداف يعتبر من الأهمية بمكان بالنسبة لأية مؤسسة الى إحراز النجاحات في أعمالها، لأن ذلك يمكنها من تحديد الوسيلة المناسبة في بلوغ للخط المستقبلي الذي تريده، وهذا لا يكون واضحا إلا عندما تجد الجماهير أن علاقتها بالقيادة هي علاقة وثيقة مبنية على التفاعل الديمقراطي الحي.

ومن جهة أخرى إن للصدق دور كبير في الإقناع، فقد كان للصدق دور مؤثر في نشر الرسالة الإسلامية، فحين انقطاع الوحي عن الرسول الكريم مع لأكثر من سنتين لم يتوقف الرسول الكريم عن دعوته المباركة للدين الإسلامي الجديد، بل ظل يتصل بالناس ويبني العلاقات معهم ويهديهم وهو لا يملك إلا بضع آيات، فكسب أناسا في هذه الفترة، وكان إسلام هؤلاء المسلمين الأوائل مبنية على أساس الإيمان بأن النبي محمدا (صلى الله عليه وسلم) من رجل صادق وأمين وما إلى هنالك من صفات حميدة[2].

كما أن الإقناع في العلاقات العامة لا يتم استنادا للأساليب البلاغية والكلام الفصيح فقط، بل يعتمد على الأساليب العلمية في التأثير. فهو يستعين بالحقائق والأرقام والوقائع في توضيح أهداف المؤسسة للجماهير، ويقوم على دراسة الجماهير للتعرف عليها وعلى ميولها واتجاهاتها ورغباتها وأفكارها وبذل الجهود المخططة المستمرة للتأثير في هذه الميول والاتجاهات والرغبات لأن التأثير في الفرد اليوم أصبح عملية معقدة تحتاج إلى الاستعانة

[1] حسين عبد الحميد احمد رشوان، **العلاقات العامة و الاعلام من منظور علم الاجتماع**، المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية-مصر، 2014، ص ص 102-103.

[2] عبد الناصر أحمد جرادات، **أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق**، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان، 2009، ص ص 34-35.

بالعلوم التطبيقية كالعلوم الاجتماعية والإحصائية. وهذا يعني أن نشاط العلاقات العامة لا يكون فعالا دون الاستناد إلى الأساليب العلمية والكمية ومنها بحوث الرأي العام، ويعتبر ذلك سمة ثانية للعلاقات العامة[1].

إضافة الى ما سبق، يمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة في النقاط التالية:

- توعية الجماهير بالأهداف العامة للدولة وسياستها ومسؤوليته في تنفيذها .كما تهدف المؤسسات إلى إبراز أسلوب وعمل ونوع نشاطها وخططها للجماهير كما تسهل التنسيق بين مجهودات الأفراد؛
- القيام بالأعمال المختلفة التي تقوم بها الإدارات الأخرى ومساعدتها، مثلا تقوم بمساعدة إدارة العلاقات الصناعية باجتذاب الممتازين من الموظفين والعمال، وهي تشجع الاتصال بين المستويات الإدارية وغيرها؛
- رفع الكفاية الإنتاجية بتوفير العامل المادي والمعنوي، وزيادة الفوائد التي تعود على أصحاب المؤسسة وعمالها ومستهلكي منتجاتها والجماعات التي تعمل فيها، وذلك عن طريق وضع برنامج لتحسين المصانع والمنتجات، وإنتاج السلع الجديدة وزيادة منافذ التوزيع؛
- تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والقومية لدى المواطنين ومساعدتهم على تحمل المسؤولية في رسم السياسة العامة للمؤسسة و حل مشاكلها؛
- إشاعة روح الإبداع و خلق صورة لدى الجمهور بأن المؤسسة هي بمثابة مواطن يعمل مع الجميع ولخدمتهم؛

[1] ثامر البكري، **الإتصالات التسويقية والترويج**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 592.

- الترويج للأفكار أو الأشخاص أو السلع أو الخدمات بهدف تكميل الجهد الترويجي لباقي وسائل الترويج الأخرى كالإعلان و البيع الشخصي وغيرها؛
- بناء جسور من الثقة المتبادلة بين العاملين في المؤسسة المعينة والمؤسسة نفسها من جهة بالإضافة إلى بناء علاقات ايجابية مع الجماهير المستهدفة من قبل هذه المؤسسة وبما يخدم منتجاتها ويؤدي إلى بناء ولاء وانتماء عالية لها؛
- و كسب ثقة المتعاملين من الموردين وتجار الجملة أو التجزئة و الأجهزة الحكومية بأعمال وأنشطة المؤسسة؛
- مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها إدارة المؤسسة و مساعدتها على تجاوز تلك المواقف والأزمات بأقل خسارة ممكنة[1].

المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة

حظيت العلاقات العامة بالكثير من الاهتمام والآراء من طرف الباحثين، متفقة في جوانب ومختلفة في جوانب أخرى، ومن بين الجوانب التي تعددت فيها الآراء جانب الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة، حيث وردت الكثير من الآراء حول هذه الوظائف نظرا لاختلاف وتنوع زاوية النظر لدى الباحثين والممارسين على حد سواء

[1] وريدة لرجان، **أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الإدارية**، مذكرة ماجستير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2015، ص 39.

ويمثل تحديد وظائف العلاقات العامة في أي مؤسسة أمر في غاية الأهمية خاصة وأن الخلط وصل إلى أن العلاقات العامة هي وظيفة كل فرد في المؤسسة[1]، ويظن البعض أن النشر والإعلام وإصدار الكتيبات والتأثير في الناس هو العلاقات العامة، ولكن هذه المغالطة هي التي تهدم كيان العلاقات العامة التي ينبغي أن تقوم على التفاهم والوعي، ويرى بعض الباحثين أن أي فرد في أي منظمة طالما هو يتعامل مع جمهور هذه المؤسسة، لابد له أن يمارس العلاقات العامة، وذلك لا يتأتى من خلال ممارسته لوظائف العلاقات العامة وإنما من خلال تعاونه مع إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها، أما إذا تعلق الأمر بوظائف العلاقات العامة فلابد من تحديدها وتحديد القائمين بها، فالقول بأن العلاقات العامة وظيفة كل فرد في المنظمة يعني عدم حاجتها لمهارات ومؤهلات محددة. وأن أي فرد في المنظمة يمكن أن يقوم بوظيفة من وظائف العلاقات العامة مفهوم غير صحيح.

فهناك اتفاق على طبيعة العلاقات العامة فيما يتعلق بوظائفها وأوجه نشاطها، وذلك بالرغم من تطور وجهات نظر الأكاديميين والممارسين لهذه الوظائف والأنشطة وتطور الممارسة العملية لها[2].

ولهذا يتوقف نجاح العلاقات العامة في أي مؤسسة على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة واقتناعها أيضا بضرورة تهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها من خلال جميع العاملين بها من ناحية، وعن طريق إدارة متخصصة لقيادة هذا العمل من الناحية الأخرى[3].

تقوم العلاقات العامة بست وظائف رئيسية هي:

[1] طاهر مرسى عطية، **فن وعلم العلاقات العامة**، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994م، ص 31.

[2] خالد الصوفي، **العلاقات العامة أساليب وممارسة**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2004م، ص 21.

[3] عبد الحكيم خليل مصطفى، **العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص 65.

أولا – الوظيفة الإعلامية: وتشمل أنشطة متعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية كالصحف العامة والإذاعة المسموعة والمرئية ووسائل الإعلام الخاصة بالمؤسسة مثل النشرات والمعارض والأفلام التسجيلية وتغطية المؤتمرات وإعداد كل المعلومات عن المؤسسة.

ثانيا – الوظيفة الاتصالية: وتتضمن هذه الوظيفة النشاطات التي تستهدف الاتصال بجماهير المؤسسة عن طريق التفاوض والحوار والاتصال الشخصي دون استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية أو الوسائل الخاصة بالمؤسسة

وتتمثل هذه الأنشطة حسب ممارستها في الأمور التالية:

- إجراء الاتصالات غير الرسمية مع جماهير المؤسسة.
- إجراء الاتصالات مع القائمين على وسائل الإعلام الجماهيرية.
- تنظيم اللقاءات بين الإدارة العليا وجمهور العاملين.
- إجراء الاتصالات مع قادة الفكر والساسة والعلماء.
- متابعة صندوق الشكاوي والاقتراحات وعرضها على الإدارة.
- إعداد إعلانات المؤسسة.

ويرى بعض أساتذة العلاقات العامة أن الوظيفة الاتصالية إلى الجمهور الداخلي ينبغي أن تلبي – على الأقل – خمس احتياجات أساسية هي:

1. أن تخلق الوعي لدى العاملين بأهداف المؤسسة وتنمية هذا الوعي باستمرار.

2. أن تعلم العاملين بصورة منظمة ومستمرة بالتطورات المهمة والتي تؤثر على المؤسسة وعلى جمهورها الداخلي[1].

3. أن تزيد من فاعلية العاملين كقائمين بالاتصال في المجتمع المحلي.

4. أن تنمي في العاملين الاتجاهات المحاسبية وأن تحفزهم نحو المزيد من الإنتاجية.

5. أن تشبع رغبات العاملين في الإطلاع على كل ما يجري في المؤسسة وهو الاتجاه الذي يؤكد على أن العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة وذلك بتحقيق التفاهم المتبادل بين الجماهير الداخلية والمؤسسة وذلك بتنمية الشعور بالانتماء لمؤسستهم[2].

فالعلاقات العامة تمارس في كافة المجالات الحياتية سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو غيرها، فقد أصبحت نشاط لازم لاستمرار المؤسسة أيا كان نوعها أو حجمها وذلك لأداء وظيفتها بالصورة الأمثل[3].

ثالثا – الوظيفة البحثية والاستشارية: ويقصد بها إجراءات الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة، إضافة إلى دراسات تحليل مضمون وسائل الإعلام وتقويم الحملات الإعلامية ومدى تحقيقها لأهدافها[4]

وأما الاستشارات فتتمثل في الأنشطة التالية:

---

[1] عبد الحكيم خليل مصطفى، **مرجع سبق ذكره**، ص 66.

[2] المرجع نفسه ، ص 71.

[3] سعيد يماني العوضي، **العلاقات العامة مفاهيم نظرية ومجالات تطبيقه**، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة،ط1، 2000م، ص 276.

[4] المرجع نفسه، ص 277.

- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا.
- إعداد الخطب والمقالات التي يلقيها رئيس المؤسسة.
- إعداد بحوث الرأي العام.
- تحليل مضمون وسائل الإعلام.

وهنا نؤكد أن الوظيفة البحثية والاستشارية تتكامل مع بعضها البعض للخروج ببرامج تستند على نتائج البحوث العلمية التي تجري على كافة الجماهير المستهدفة وغيرها، كما تقدم العلاقات العامة كمستشار للإدارة العليا.

رابعا – وظيفة التخطيط: وذلك لاختيار أمثل استخدام ممكن للطاقات المتاحة لتحقيق أهداف معينة في فترة زمنية محددة من خلال رسم الإطار العام الذي يحدد الأنشطة التي تسعى العلاقات العامة لتنفيذها للوصول إلى الأهداف المنشودة، وتوضيح الطريق الأمثل لتحقيق هذه الأهداف وتشمل أنشطة هذه الوظيفة ما يلي:

- الإسهام في وضع الخطط العلمية المتطورة واستخدام الاستراتيجيات المختلفة.
- التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى في المؤسسة.
- استقطاب الكفاءات للعمل في مجال العلاقات العامة في المؤسسة.

خامسا : وظيفة التقويم: ويقصد بها قياس مدى نجاح برامج العلاقات العامة وأنشطتها المختلفة، والوقوف على مواطن القوة وتدعيمها ونقاط الضعف وتلافيها، ومدى فعالية برامج العلاقات العامة وبالتالي زيادة فرص النجاح المتوقعة لها بنسبة أفضل[1].

وتشتمل هذه الوظيفة على ما يلي:

[1] معظم إبراهيم ثالث، **وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية**، درجة الماجستير ، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2012، ص 46.

استطلاع الرأي العام قبل تنفيذ البرنامج لمعرفة مدى مناسبته مع حاجات الجماهير وتطلعاتها.

إجراء بحوث التقويم عند تنفيذ البرامج وبعدها لتعديلها إذا تطلب الأمر ومعرفة تأثيرها.

ويؤكد الباحث أن بحوث التقويم تتميز بالاستمرارية في كل مراحل العلاقات العامة ووظائفها الرئيسية وأنشطتها المتعددة وبرامجها المختلفة، وذلك كل نشاط تقوم به العلاقات العامة لابد وأن ينطلق من أرضية علمية ومعلوماتية قوامها نتائج بحثية واقعية وإلا سوف يكتب الفشل لكل نشاط أو برامج أو وظيفة تقوم بها العلاقات العامة في أي مرحلة من مراحلها المختلفة[1].

سادسا – وظيفة الخدمات والشئون العامة: وتشمل هذه الوظيفة المسئوليات التي تقع على عاتق المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، إضافة إلى إنتاج السلع والخدمات وتحقيق الأرباح وتتمثل هذه الوظيفة في ما يلي:

- استقبال الوفود ومرافقتهم.
- إجراء التسهيلات العامة مثل التأشيرات والحجز في السفر واستقبال المسئولين.
- الوظيفة الاجتماعية والإنسانية للمؤسسة.
- توظيف بعض العاطلين عن العمل ومساعدة المحتاجين في المجتمع وتبني المشروعات الخيرية التي تقوم بها المؤسسة[2].

وعلى ضوء ما سبق يمكن تحديد وظائف العلاقات العامة الأساسية على النحو التالي:

- تعريف الجمهور بالمؤسسة وشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة بسيطة بغية اهتمام الجمهور بها.
- شرح سياسة المنشاة إلى الجمهور أو أي تعديل أو تغير فيها بغية قبوله إياها والتعاون معها.

[1] عبد الحكيم خليل مصطفى، **مرجع سبق ذكره** ، ص 47.
[2] المرجع نفسه، ص 73.

- مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنيا على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.
- التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع.
- مد المنشأة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.
- حماية المؤسسة ضد اي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو صحيحة عنها.
- تهيئة جو صالح بين المؤسسة والأفراد وبين الأفراد بعضهم البعض داخل المؤسسة.
- إخبار الإدارة العليا للمؤسسة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة.
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.
- مساعدة وتشجيع الاتصال بين مستويات الإدارة العليا والمستويات الدنيا وبالعكس.
- التأكد من أن أهداف المنشأة وأغراضها وأعمالها تلقي الاهتمام الكافي من فئات الجمهور.
- تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنشأة لتحقيق الانسجام بين بعضها البعض وبينها بين الجمهور الداخلي والخارجي. تعمل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الأفراد في المستويات الإدارية العليا وإسداء النصح للمسئولين عند إصدار القرارات وتعديل السياسات[1].

[1] محمد منير حجاب، **العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 60.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم عرضه وبعد التطرق الى مختلف الأدبيات النظرية المتعلقة بالعلاقات العامة يمكن القول أن للعلاقات العامة مكانة أساسية لدى المنظمات، وذلك نظرا لدورها في حماية سمعة المنظمات الربحية وغير الربحية، وكذا قدرتها على بناء وتعزيز الصورة الحسنة، مما يسهل على المنظمات الوصول الى تحقيق الأهداف المنشودة، وهو ما يمثل قيمة مضافة لا يمكن للمنظمات الاستغناء عنها.

الفصل التطبيقي
دراسة حالة جمعية
ناس الخير - متليلي

تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل إبراز الدور الذي تلعبه العلاقات العامة بمفهومها الحديث ومختلف وظائفها المتكاملة في تنمية المشاريع الاجتماعية، وإبراز فعالية هذه الاداة الاتصالية في تحقيق الأهداف التنموية المنشودة للمشروع الاجتماعي.

ولتحقيق ذلك فقد تم اختيار جمعية – ناس الخير – متليلي باعتبارها نموذج متميزا للمشروع الاجتماعي على المستوى المحلي والوطني.

وللاجابة على تساؤلات الدراسة فقد تم تقسيم هذا الفصل الى جزأين، في الجزء الأول من هذا الفصل والذي يمثل القسم الرئيسي سنستعرض ما تم التوصل إليه من خلال الملاحظة بالمشاركة وذلك بتقديم نبذة تعريفية عن الجمعية وكذا النشاطات التي تمارسها، ثم بعرض ما تم التوصل إليه حول دور العلاقات العامة داخل الجمعية، ووسائلها، ومدى تأثيرها على الجمعية . لنتطرق في الجزء الثاني لعرض أجوبة المقابلة والتي نحاول من خلالها معرفة نظرة الرئيس الجمعية للدور الذي لعبته العلاقات العامة في تنمية مشروع الجمعية.

وتجدر الإشارة الى أن تركيزنا إنصب على ثلاث شخصيات رئيسية من أجل جمع البيانات وإجراء المقابلة وهي:

الإسم واللقب	المنصب داخل الجمعية	مدة العمل داخل الجمعية	المنصب خارج الجمعية
حروز مهدي	رئيس الجمعية	منذ تأسيسها	موظف
مولاي عمار عقبة	الأمين العام	منذ تأسيسها	موظف
الشايش عبد الرحمان	مكلف بالإعلام	منذ 04 سنوات	موظف

– سبب اختيار منهج دراسة الحالة:

نظرا لطبيعة موضوع الدراسة والذي نسعى من خلاله لمعرفة دور العلاقات العامة في تنمية المشاريع الاجتماعية، وبعد الاضطلاع على طبيعة الموضوع وخصائصه، توصلنا إلى أن منهج دراسة الحالة هو الأنسب لهذه الدراسة .

– أدوات جمع البيانات:

أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها وتفسيرها في إطار الدراسة حيث لابد للباحث أن يختار أكثر الأدوات ملائمة للدراسة من أجل الوصول إلى الأهداف التي يرغب الوصول إليها من خلال دراسته.

فبعد الاضطلاع على مختلف الأدبيات النظرية وتشكيل صورة مفاهيمية حول الموضوع، قمنا بتحديد مجتمع الدراسة وباشرنا في عملية جمع معلومات حول الجمعية محل الدراسة، وذلك بالتواصل مع رئيس الجمعية من أجل الاضطلاع على المعلومات المتاحة في أرشيف الجمعية ومن خلال الأسئلة المباشرة .

وبناءا على ذلك فقد توصلنا إلى اعتماد أداتين للإجابة على تساؤلات الدراسة: الملاحظة والمقابلة الشخصية، حيث وجدنا أن اعتماد الملاحظة من خلال المشاركة كأداة رئيسة والمقابلة كأداة مساعدة ستسمح لنا بالوصول للبيانات اللازمة حول موضوع الدراسة، والتي تمكننا من الوصول الى أجوبة للتساؤلات المطروحة. وفيما يلي تعريف لأدوات البحث المستخدمة ومدى أهميتها:

- الملاحظة:

تعرف الملاحظة بأنها الانتباه العفوي إلى حادثة أوظاهرة أو أمر ما، أما الملاحظة العلمية فهي انتباه للظواهر أو الحوادث أو الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها[1] .

[1] رجاء وحيد دويدري، **البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته علمية**، دار الفكر المعاصر، بيروت– لبنان، 2000، ص317

-أهمية الملاحظة :

ويكمن تلخيص أهمية الملاحظة في النقاط التالية :

1 -تساعد الباحث بشكل كبير في عملتي الاستقراء والاستنباط.

2 -تساعد الباحث في معرفة ردود الأفعال المختلفة للأفراد والتغييرات الواردة على الظواهر المختلفة.

3 -تمكن الباحث في متابعة التغيرات السلوكية للأفراد ورصدها سواء كانت إيجابية أو سلبية.

4 -تساعد الباحث في دراسة ديناميكية الأفراد والجماعات والمجتمعات المختلفة، وذلك من خلال جمع العديد من البيانات المتعلقة بعادات وتقاليد بعض الجماعات ذات المعتقدات المختلفة [1] .

- المقابلة :

هي محادثة موجهة بين الباحث والشخص المبحوث بهدف الوصول الى نتائج علمية تؤكد أو

ترفض الفرضيات المقترحة في دراسة معينة[2].

-أهمية المقابلة :

ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- العمق والحصول على معلومات منفصلة.
- يستطيع القائم على المقابلة أن يجري تحسينات كثيرة عليها وعلى نوعية المعلومات التي يحصل عليها. كما أن بإمكانه استخدام أساليب متنوعة للتغلب على عدم رغبة المستجيب على الاستجابة، وتوضيح الأسئلة غير المفهومة، وإزالة الشكوك بينه وبين المستجيب في حالة ظهورها.

[1] عصام حسن أحمد الدليمي، و علي عبد الرحيم صالح، ، **البحث العلمي أسسه ومناهجه**،ط1، دار رضوان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 65

[2] أيوب عياش، **مطبوعة في منهجية البحث العلمي**، جامعة العربي التبسي، أم البواقي، ص 20

- يستطيع القائم على المقابلة الحصول على معلومات كثيرة حول طبيعة حياة المستجيب وظروفه من خلال ملاحظته لبيئته.
- يستطيع القائم على المقابلة من استخدام وسائل سمعية وبصرية تساعده في تحسين إجراءات المقابلة.
- أن المقابل هو ملاحظ في نفس الوقت، فهو يلاحظ سلوك المستجيب وحركاته وإيماءاته وليس فقط ما يتلفظ به.
- تمتاز المقابلة بالمرونة والتكيف مع مواقف الأفراد[1].

– مجالات الدراسة :

- – المجال الزماني: امتدت فترة تحضير الشق النظري للدراسة من منتصف شهر جانفي الى غاية أواخر شهر فيفري 2022، اما اعداد الدراسة الميدانية فقد كان مع بداية شهر مارس إلى غاية منتصف شهر ماي من نفس السنة .
- – المجال المكاني: تطلب إعداد الدراسة الميدانية إجراء زيارات ميدانية إلى مقر جمعية ناس الخير بحي 08 ماي ب . . مدينة متليلي ولاية غرداية.

[1] الضامن منذر، **أساسيات البحث العلمي**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص 34

I. الملاحظة بالمشاركة:

1- التعريف بالجمعية:

- **اسم الجمعية:**

ناس الخير – متليلي–

- **هاتف الجمعية:**

06.63.59.44.90

- **البريد الالكتروني:**

nsk.metlili47@gmail.com

رابط الحساب على موقع التواصل:

https://www.facebook.com/nskmetlili

- **تأسيس الجمعية:**

بدأت الجمعية نشاطها أول نشاط لها شهر رمضان المبارك سنة 2012، حيث كانت الانطلاقة من نشاط خيري مرتكز على إفطار الصائم، و لم تكن للجمعية حينها أي صيغة قانونية، بل كانت عبارة عن مجموعة من الأفراد نسقوا فيما بينهم للقيام بعمل تطوعي، وبعد اتفاق مجموعة من المتطوعين على تأسيس الجمعية وتقديم الوثائق اللازمة تحصلت الجمعية على اعتمادها في الشهر الأول من سنة 2013، ليتم الإعلان عن تأسيسها في ال 10 من فيفري 2013 وذلك برئاسة السيد مولاي عمار عقبة. ليستمر عطاء الجمعية ونموها إلى يومنا هذا.

- **الهيكل التنظيمي للجمعية:**

من أجل ضمان السير الحسن لأنشطة ومهام الجمعية فقد تم الاعتماد على هيكل تنظيمي عضوي وديناميكي حتى يمكن القائمين على الجمعية من مواكبة التطورات والتعديلات اللازمة في استراتيجيتها ونظرتها المستقبلية.

- ❖ الجمعية العامة:
- ❖ المكتب التنفيذي
- ❖ رئيس الجمعية:

يعنى رئيس الجمعية بالإشراف على كل من:

- لجنة النشاطات
- لجنة تسيير الأزمات
- البيئة
- نظافة المساجد
- البناء والترميم والتجهيز
- الطفولة

- ❖ الأمين العام:

يعنى الأمين العام بتسيير والإشراف كل من:

- قسم الإعلام والاتصال
- لجنة الفقراء والمعوزين
- لجنة جمع وتوزيع تبرعات سلة الخير

- لجنة دراسة الحالات لاجتماعية

❖ أمين المال:

يكلف أمين المال بتسيير كل من:

- لجنة الجرد والعتاد: والتي تعنى بتسيير العتاد الطبي الاستعجالي لحالات الاعاقة المؤقتة
- لجنة الصحة والتوعية والمسنين: وتعنى بـ . .:
  - دراسة ملفات الحالات المرضية وتتبعها
  - لجنة إحصاء الزمر الدموية
  - لجنة المرأة والأسرة

- **أعضاء الجمعية:**

بلغ مجموع المنخرطين في جمعية ناس الخير – متليلي- 314 منخرط ، منهم الأعضاء المؤسسين للجمعية، وأعضاء شرفيين يتم الاستعانة بهم حسب الحاجة ونوع النشاط، مثل الأطباء، المهندسين، الأساتذة .... الخ، فيما يشكل الشباب المتطوع النسبة الأكبر من المنخرطين، حيث و بصفتهم القائم على الاتصال بالجمعية، يمثلون الوقود الذي يسمح لها بتجسيد مشاريعها الاجتماعية على أرض الواقع.

أهداف الجمعية:

يمكن تلخيص أهداف الجمعية في النقاط التالية:

- تقديم المساعدات الخيرية النقدية والعينية للأسر والأفراد والمحتاجين على شكل مساعدات ثابتة أو مؤقتة أو طارئة للأفراد أو الأسر الذين يثبت استحقاقهم لها على ضوء البحث الاجتماعي.
- تقديم المساعدات للفقراء بشكل دوري وموسمي.

- الاشتراك مع الهيئات الأهلية والحكومية في مساعدة منكوبي الكوارث كحوادث السير والأمطار والحريق.
- القيام أو المشاركة لتنفيذ مشروعات هدفها تقديم خدمات اجتماعية وتعليمية وثقافية وصحية ورعاية الطفولة والأمومة والعجزة والمعاقين وغيرها من المشروعات والبرامج في حدود المفهوم العام للتنمية الاجتماعية.
- تقديم خدمات ذات جودة عالية للأطفال الأيتام وتعليم وترفيه الطفولة.
- **تطلعات وآفاق الجمعية**

يتطلع القائمون على الجمعية الى إنجاز ثلاثة مشاريع مستقبلا تتمثل في تشجير مدخل المدينة، إنجاز مشروع مستشفى خيري مختص بسرطان الأطفال، وإنجاز المخيم العلمي للأطفال.

- **رؤية الجمعية:**

ريادة التنمية المجتمعية والعمل الخيري.

- **رسالة الجمعية:**

تنمية العمل الاجتماعي في متليلي، من خلال المشاريع والبرامج المبتكرة والفاعلة، وبإدارة شراكات مع الجهات العامة والخاصة ومعالجة أسباب الفقر وتقليصه بتبني نظم متقدمة في إدارة الجمعية.

2- نشاطات الجمعية:

تعتبر جمعية ناس الخير متليلي مشروعا اجتماعية نظرا لمستوى تأثيره على التنمية المحلية من خلال حجم وتنوع

نشاطاتها ونذكر منها:

- **المشاريع التوعوية:**

يحدد المشروع التوعوي وفقا للظروف المحيطة ومدى تأثيرها على المجتمع، ومن أمثلة المشاريع التوعوية التي أشرفت عليها الجمعية مايلي:

حملة سرطان الثدي - التوعية من حوادث المرور – خطورة التدخين والمخدرات – التوعية من وباء الكورونا وغيرها

- **المشاريع التربوية الترفيهية:**

لاحظنا من خلال الاحتكاك من بعض الأعضاء أن الأطفال يملكون مكانة خاصة لدى المنخرطين في الجمعية، حيث يحاول الجميع تقديم أقصى ما يمكنهم من أجل إدخال الفرحة على قلوب الأطفال. من بين المشاريع الترفيهية التي تشرف عليها الجمعية نجد "مهرجان الطفل" والذي يقام بصفة سنوية، وتجدر الإشارة الى أنه يعتبر الأول من نوعه على مستوى الجنوب. بالإضافة الى نشاطات متنوعة مرتبطة بالمدارس والتعليم ، والتي يحاول من خلالها الأعضاء تعزيز التحصيل العلمي لدى الأطفال من خلال تحسين ظروف التحصيل قدر المستطاع.

- **الأعمال التطوعية:** وهي عبارة عن مزيج من النشاطات الخيرية التي يعنى بها اعضاء الجمعية حيث تتضمن زيارة المرضى.

و ذوي الاحتياجات الخاصة، تنظيف المساجد، حملات التشجير، التعليم ودروس الدعم، وغيرها على حسب البرنامج المسطر والإمكانات المتاحة.

- **مشاريع الترميم والتأهيل:**

هذا النوع من المشاريع يعتبر نوعا، خاصا حيث يتم تحديد المشروع على حسب حساسية الحالة وامكانيات الجمعية، ومن أمثلة ذلك إعادة بناء مسكن لمحتاج (وقد تم انجاز هذا المشروع في ظرف قياسي 60 يوم)، ترميم مترل، وبناء حمام لمحتاج.

- **مشاريع تضامنية إسعافية:**

يعتبر هذا النوع من المشاريع من بين أهم أسباب شهرة الجمعية على الصعيد الوطني، حيث تضمن هذا النوع من المشاريع بعدا وطنيا وليس محليا فقط، حيث وفي حالة وقوع كوارث طبيعة مثل الفيضانات أو الزلازل يسارع القائمون على الجمعية الى جمع ما يمكن من المساعدات وتبرعات وإرسالها في صيغة قافلة إغاثة، ومن بين أبرز الأمثلة على ذلك قافلة شلف، قافلة جانت، وقافلة فيضانات غرداية.

- **مشاريع صحية:**

تعتبر المشاريع المتعلقة بالصحة من بين المشاريع التي تحوز على اهتمام بالغ من قبل القائمين على الجمعية، والتي سخر لها لجان خاصة لمتابعتها والحرص على تحقيق أهدافها. وتتضمن مشاريع عديدة نذكر منها العناية بمرضى العيون، ذوي الاحتياجات الخاصة، تتبع حالات مرضية، تسيير العتاد الطبي الاستعجالي، وغيرها من المشاريع التي سنعرض مثالا عنها لاحقا.

- **مشروع رمضان:**

مع بلوغ شهر رمضان الكريم تتولى جمعية ناس الخير بمتليلي تسيير ستة مشاريع في آن واحد وهي:

- مشروع استضف فقيرا في بيتك

- مشروع عابري السبيل
- مشروع مطعم الرحمة
- مشروع قفة رمضان
- مشروع كسوة العيد
- مشروع حلويات العيد

وهو من بين المشاريع التي تحظى بدعم وتأييد شريحة واسعة من المجتمع المحلي سواء مدنيين أو الهيئات الرسمية.

3- أهمية العلاقات العامة ووظائفها في الجمعية:

3-1 أهمية العلاقات العامة:

من بين أبرز ما يمكن ملاحظته أثناء سعينا لمعرفة أهمية العلاقات العامة بالنسبة للجمعية، وجدنا اتفاقا شبه تام بين من تواصلنا معهم وعلى رأسهم رئيس الجمعية على مدى أهمية هذه الأداة بالنسبة لنشاطاتهم، حيث وكما وصفها رئيس الجمعية بأنها جزئ لا يتجزأ من المحرك الذي يدفع بالأنشطة الاجتماعية إلى الأمام، حيث تساعدهم على تحقيق التعاون بين المسيرين والأعضاء من جهة، وتساهم في خلق التفاعل الإيجابي مع الجمهور خارجي من جهة أخرى.

3-2 وظائف العلاقات العامة في جمعية ناس الخير:

كما أشرنا سابقا فإن للعلاقات العامة دورا بالغ الأهمية على مستوى الجمعية، والذي تستمده من مختلف الوظائف التي تؤديها، وبإسقاط وظائف العلاقات العامة الستة (والتي وردت في كتاب عبد الحكيم

خليل مصطفى والمعنون بـ . .: العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي) على نشاطات وآلية عمل الجمعية

توصلنا الى ما يلي:

أولا – الإعلام:

وتعني استغلال جميع وسائل الاتصال المتاحة للجمعية على غرار، وسائل الإعلام الجماهيرية كالإذاعة المسموعة، ووسائل الإعلام الخاصة بالمؤسسة مثل المطويات، النشرات، المعارض والمؤتمرات وإعداد كل المعلومات عن المؤسسة لإبقاء كل من الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة على اضطلاع بالمستجدات والأحداث التي ترغب الجمعية بنشرها.

ثانيا – الاتصال:

وتضم مجموعة الوظائف التي تعنى بالاتصال بالجمهور المستهدف سواء مدنيين، هيئات رسمية أو غيرها من الشخصيات البارزة، من خلال التفاوض والحوار والاتصال الشخصي دون استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية أو الوسائل الخاصة بالمؤسسة، حيث قد تأخذ عدة أشكال منها:

- ❖ تنظيم التواصل بين قادة الجمعية، الأعضاء الشرفيين، وباقي المنخرطين للتطوع في مختلف نشاطاتها؛
- ❖ فتح قناة تواصل والاتصال مع الجهات الاعلامية؛
- ❖ التواصل بالوسائل غير الرسمية مع الجهات المؤثرة لدى الجمعية؛
- ❖ التواصل الدائم مع الفاعلين في المجتمع المحلي؛

حيث تهدف الجمعية من خلال هذه الوظيفة الى تحقيق مايلي:

1- خلق وتعزيز الوعي لدى أعضاء الجمعية بأهدافها وتطلعاتها وتنمية هذا الوعي باستمرار؛

2- إعلام الأعضاء بصورة منتظمة ومستمرة بالتطورات المهمة ذات التأثير الداخلي؛

3- تعزيز فاعلية الأعضاء كقائمين بالاتصال في المجتمع المحلي؛

4- الإستجابة لطلبات الاعضاء المتعلقة بالمعلومات حول الانشطة ومستجدات الجمعية، وذلك لتحقيق الثقة المتبادلة بين الأعضاء، وبالتالي تحفيزهم وتعزيز الشعور بالانتماء للجمعية.

ثالثا – البحث:

فالبحث هنا يقصد به قياس وتقييم مدى فعالية الاتصال الداخلي والخارجي للجمعية ككل.

وأما الاستشارات فتتمثل في الأنشطة التالية:

1- تقديم المقترحات والمشورة لمسؤولي الجمعية؛

2- إعداد ومراجعة رسائل الاتصال الإقناعي التي تتم بين مسؤولي الجمعية والمجتمع المحلي؛

3- تقييم نظرة المجتمع المحلي للجمعية من خلال التواصل والملاحظات.

رابعا – التخطيط: نظرا لتعدد نشاطات الجمعية وتنوعها، فإن عمليات التواصل سواء مع الأعضاء أو مع المجتمع المحلي تتطلب تخطيطا مسبقا ومحكما حتى يكون للعمليات الاتصالية الأثر الإيجابي المرغوب تحقيقه.

خامسا – التقويم:

بعد إنتهاء الجمعية من أي نشاط أو مشروع تشرف عليه، يقوم أعضاءها بتقييم شامل للأداء، وتكلف خلية الإعلام والإتصال بتقييم أداء العمليات الإتصالية الداخلية والخارجية التي تعلقت بالمشروع، حتى تتمكن من تحديد النقائص وتحسين أدائها في مشاريعها القادمة.

4- وسائل العلاقات العامة المستعملة في مشاريع الجمعية:

تشرف الجمعية ناس الخير بمتليلي مثلما اشرنا سابقا على العديد من النشاطات والمشاريع، وكل مشروع منها يتطلب آلية اتصال معينة سواء كان الاتصال داخليا أو مع الجمهور الخارجي.

وقد أتاحت العلاقات العامة العديد من الوسائل التي من شأنها مساعدة الجمعية على تحقيق أهدفها،

نذكر منها:

- **الهاتف:**

ويعتبر أحد أبرز الأدوات التي تستند عليها الجمعية في إدارة أنشطتها وتحقيق أهدافها، فبالنسبة للاتصال الداخلي، يسمح الهاتف بالتنسيق السريع والمباشر داخل الجمعية، سواء في حالات الاتصال العمودية بين المسؤولين والأعضاء، أو في حالة الاتصال الأفقي بين الأعضاء المنخرطين. أما بالنسبة للجمهور الخارجي، فقد وفر الهاتف العديد من المميزات نذكر منها:

- رفع الحرج عن الراغبين في الإستفادة من خدمات الجمعية: حيث يمكنهم توجيه طلباتهم وعرض حالتهم عبر اتصال هاتفي دون الوقوع في ما يعتبره البعض حرج اللقاء المباشر
- دعوة والتنسيق مع المتبرعين بشكل مباشر، وهي تعتبر آلية فعالة: حيث يستفيد الأعضاء من الحديث المباشر مع المتبرعين المحتملين مما يعزز فرصة الاستجابة بشكل أفضل، كما يتم التنسيق مع المتبرعين بشكل مباشر حول الآلية تحصيل التبرعات والاجابة على تساؤلاتهم واستفساراتهم دون عناء وبفاعلية أكبر.
- التواصل والتنسيق مع مختلف الفاعلين في المجتمع: كالجمعيات، الهيئات الرسمية، رجال الأعمال وغيرهم حول مختلف المشاريع التي تشرف عليها الجمعية، وكذا القضايا التي لها علاقة مع المجتمع المحلي

- يوفر الهاتف لأعضاء الجمعية تنسيقا فوريا قبل وأثناء تنفيذ المهام، وهو ما يعتبر أمرا ضروريا في العديد من المشاريع والنشاطات، خاصة تلك التي تتطلب الانقسام الى مجموعات، مثل مشروع افطار عابري السبيل.
- توفير تكاليف التنقل: وهي نقطة تعتبر مهمة بالنسبة لميزانية الجمعية، اذ يتحمل أعضاء الجمعية في أغلب الأحيان مصاريف التنقل، وهي التي ساهم الهاتف في تخفيفها بشكل كبير.

- **الملصقات واللافتات:**

تعتبر من وسائل العلاقات العامة الشائعة لدى هذا النوع من الجمعيات خاصة الخيرة منها، الملصقات من الأدوات المهمة بالنسبة للجمعية وتحديدا للمكلفين بالإعلام والاتصال، حيث تستخدم في الاتصال الإعلامي لإطلاع المجمهور على النشاطات والمشاريع المعدة، وكذا تؤدي وظيفة الاتصال الإقناعي من أجل استمالة الجمهور المستهدف، من خلال التصميم، الألوان، والكلمات المؤثرة. والتي تتم صياغتها في لوحات مصورة على صحائف كبيرة وضخمة من الورق تلصق داخل إطارات، وتعلق في أماكن استراتيجية يشرف المكلفين بالإعلام على اختيارها، والتي تكون بالعادة مواقع تتميز بالكثافة وكثرة الحركية، وهو مايضمن وصول رسائلها لأكبر شريحة ممكنة.

- **الاذاعة:**

تمثل إذاعة غرداية الجهوية وسيلة اتصال ذات أهمية بالغة في تفعيل النشاط الجمعوي، حيث تتيح الإذاعة منبرها للجمعية من خلال تخصيص جزء من الوقت للإشهار والإعلان والتعريف الجمعية، وتوعية الجمهور بأهمية التفاعل من أجل تحقيق التنمية الاجتماعية المحلية.

تستضيف إذاعة غرداية في كل مناسبة ممثلا عن الجمعية عادة ما يكون إما رئيس الجمعية أو المكلف بالإعلام والاتصال. حيث يتم من خلال اللقاء المبرمج التعريف بالجمعية وعرض أبرز إنجازاتها، كما توجه الدعوات من خلال الإذاعة للمستمعين من أجل تشجيعهم على المساهمة الخيرية والتفاعل مع مشاريع وأنشطة الجمعية، خاصة تلك التي تتطلب تكافل من شريحة واسعة حتى تتمكن الجمعية من تحقيق أهدافها، مثل مشروع قفة رمضان، قوافل الإغاثة ....الخ.

- **الفايسبوك:**

في تقرير أعدته Technology Repot خلال الربع الأول من سنة 2021، توصلت من خلاله الى أن نسبة 93% من المنظمات غير الحكومية على الصعيد العالمي تستخدم منصة الفايسبوك، وهي نسبة تعكس مدى أهمية هذه المنصة بالنسبة لهذه للمنظمات، حيث اعتبرت أكبر منصة تواصل اجتماعي بمجموع 2،85 مليار حساب نشط شهريا، فيما قدر عدد مستخدمي هذه المنصة في الجزائر بـ . . 28 مليون مستخدم سنة 2021 حسب تقرير نشره موقع statista، وهو ما يعكس حجم الشريحة الممكن الوصول واستقطابها للتفاعل والتعاون مع الجمعية[1].

من خلال زيارتنا للصفحة الرسمية للجمعية، كانت أول ملاحظة لنا وجود الآية : « وتعاونوا على البر والتقوى» (المائدة،2) في مستهل العرض التقديمي للصفحة، يليه مباشرة منشور حول نشاط لجمعية "روح الأمل للثقافة والفنون" وهي جمعية تنشط في نفس المدينة، تعنى بالانشطة التعليمية والثقافية، وهو ما يعتبر

[1] https://www.statista.com/statistics/259379/social-media-platforms-used-by-marketers-worldwide/, visted at 16-04-2022 at 22:03

دليلا على ترسيخ روح التعاون والتكافل بين الجمعية وباقي الجهات الفاعلة في المجتمع المحلي من أجل تحقيق التنمية.

تتضمن صفحة الجمعية والمسمات: ناس الخير متليلي الشعانبة Ness Elkhir Metlili Chaamba والتي تضم أكثر من 26 ألف حساب متابع، في واجهتها صورة تضم شعار الجمعية وبعض أنشطتها، ومقدمة تعريفية بالجمعية وأهدافها، تليها مجموعة من المنشورات عديدة ومتنوعة نذكر منها:

- منشورات إعلامية حول النشاطات الجارية والمستقبلية.
- صور وفيديوهات حول النشاطات التي تقوم بها الجمعية.
- منشورات توعوية وتربوية.
- بعض الملفات المتعلقة المفيدة والمتعلقة بالجانب التعليمي والتثقيفي.

مما لاحظناه كذلك هو الاعتماد على العنصر النسوي في تسيير ومتابعة الصفحة، حيث تتكفل الإناث في أغلب الأحيان بالمتابعة والنشر والتفاعل مع تعليقات المتابعين، وهو ما يعزز التواصل الدائم مع الجمهور.

تتم إدارة الصفحة من قبل سبع حسابات، منها حساب رئيس الجمعية، المكلف بالإعلام والاتصال، والأعضاء مكلفين بالصفحة. ويتميز القائمون على الصفحة بالجدية والالتزام في تعاملهم مع الصفحة نظرا لمدى أهميتها وتأثيرها في تحقيق أهدافها الاتصالية، والتي تعزز بدورها فرص الجمعية في تحقيق أهدافها.

- **الاتصال الشخصي:**

إن دور الاتصال الشخصي داخل الجمعية لا يقل أهمية عن الوسائل التي تطرقنا لها سابقا، حيث يؤدي الاتصال الشخصي العديد من الدوار والتي تسمح بتحقيق الأهداف المنشودة، فإقامة علاقات بطريقة مباشرة يقوم المنتمين للجمعية من خلالها بدعوة كل من يمكن التواصل معهم بشكل مباشر ونذكر منهم:

أفراد الأسرة والأقارب – زملاء العمل والدراسة – أبناء الحي والأصدقاء وغيرهم ممن يمكن للمنتمي للجمعية التواصل معه بشكل مباشر من أجل عرض فكرة الجمعية عليهم والنشاطات التي تقوم بها والمشاريع التي تشرف عليها، هذه الطريقة سمحت باستقطاب العديد من المنخرطين من جهة، كما تساعد ايضا على إقناع المخاطبين على تقديم الدعم المعنوي والمادي والمالي بفاعلية أكبر. فالاتصال المباشر يمكن أعضاء الجمعية من عرض رسالتهم بطريقة أكثر فاعلية نظرا لتوفر امكانية التفاعل المباشر.

5- تأثير العلاقات العامة في تنمية المشروع الجمعية:

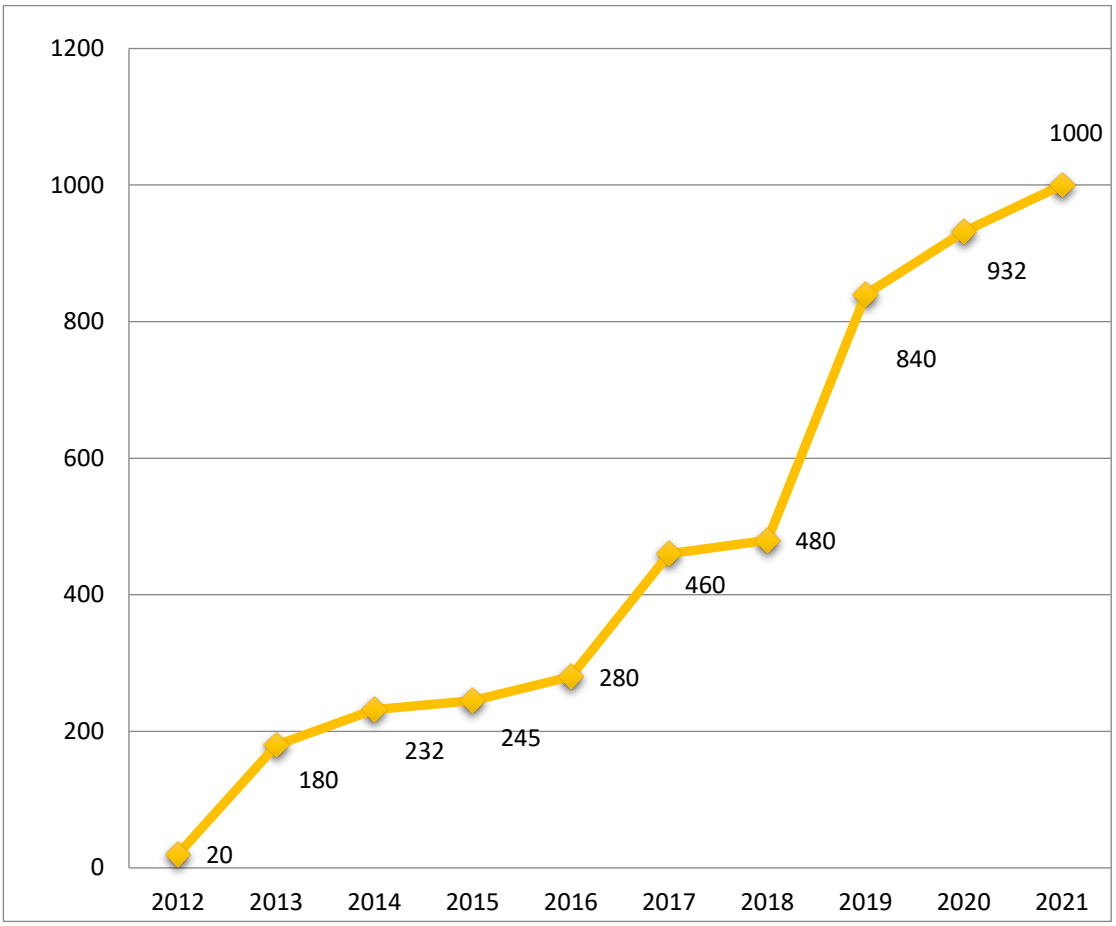
يعتبر احتفال الجمعية بمرور عقد على تأسيسها من بين أبرز الدلائل على نجاعة إستراتيجية قادة الجمعية في تسييرها، وأهمية العلاقات العامة ومدى مساهمتها في تنمية مشروع الجمعية من جهة اخرى، حيث لم يخلو أي نشاط من أنشطة الجمعية من استخدام العلاقات العامة من خلال مختلف وسائلها وآلياتها من أجل أداء المشروع بأنسب طريقة ممكنة.

وفيما يلي سنستعرض أداء الجمعية من خلال مختلف أنشطتها على مدى العقد الماضي، حتى نتمكن من توضيح أثر العلاقات العامة بأسلوب كمي لإثبات تطور أداء الجمعية

- حصيلة مشروع استضف فقيرا:

وهو عبارة عن حصص توزع بشكل دوري مثلما أشرنا سابقا على الفقراء والمحتاجين، والمنحنى التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم(1) : منحنى يوضح حصيلة مشروع استضف فقيرا



المصدر: من اعداد الباحثين استنادا على أرشيف الجمعية

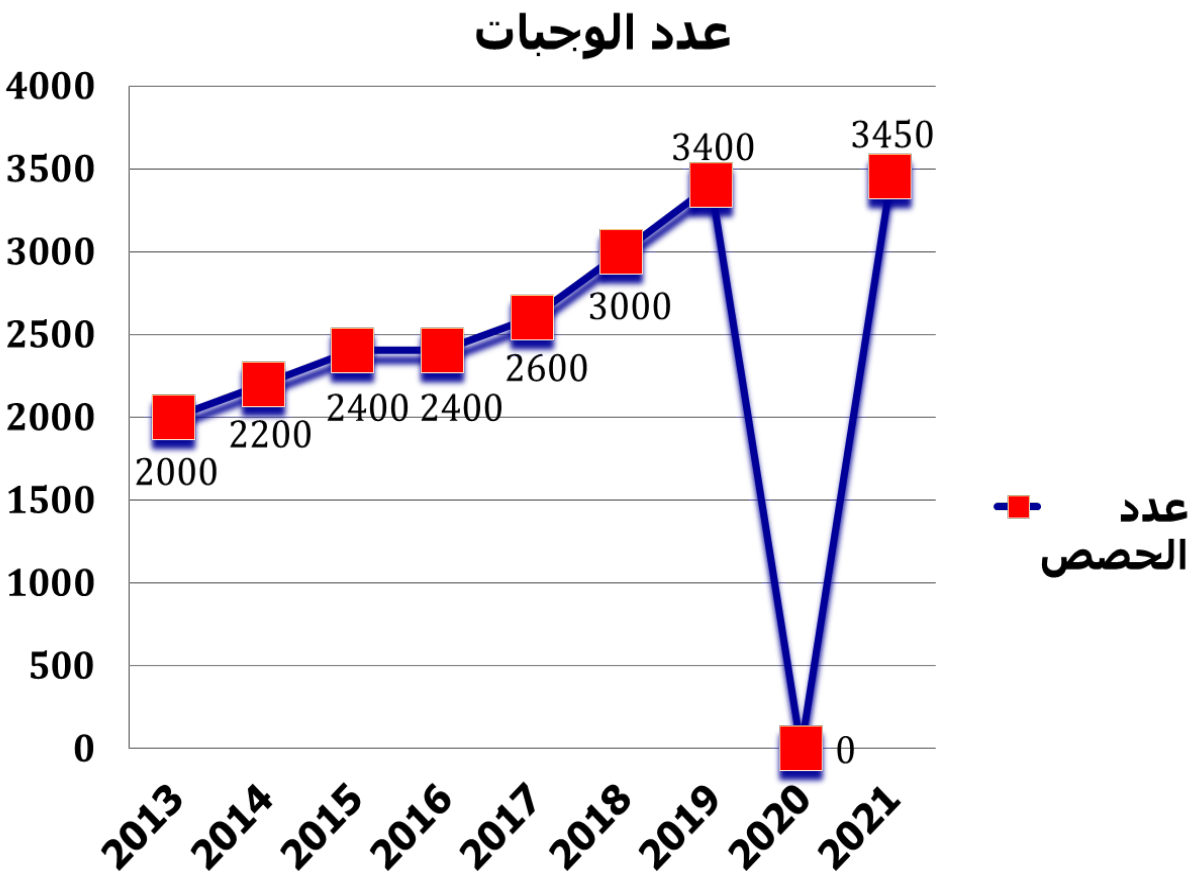
حيث بلغت حصيلة ما تم توزيعه على مدار 10 سنوات 4696 حصة، تضمنت قرابة 85 طن من الخضر والفواكه بالإضافة الى 5 طن من اللحوم.

من المنحنى نلاحظ المسار التصاعدي لهذا المشروع، والذي كانت بدايته ب 20 حصة فقط سنة 2012، ليبلغ ذروته سنة 2021، والتي تم توزيع 1000 حصة فيها، وهو ما يبين المسار المتنامي لهذا المشروع، وبالتالي مستوى الأداء الايجابي الذي ساهمت من خلاله العلاقات العامة في تطوير هذا المشروع.

- حصيلة مشروع افطار عابري السبيل:

والذي يتم من خلاله توزيع وجبات الافطار على الصائمين عند مفترق طرق " فينيس" ، والمنحنى التالي يوضح أداء الجمعية بالنسبة لهذا المشروع:

الشكل رقم (2) : افطار عابري السبيل



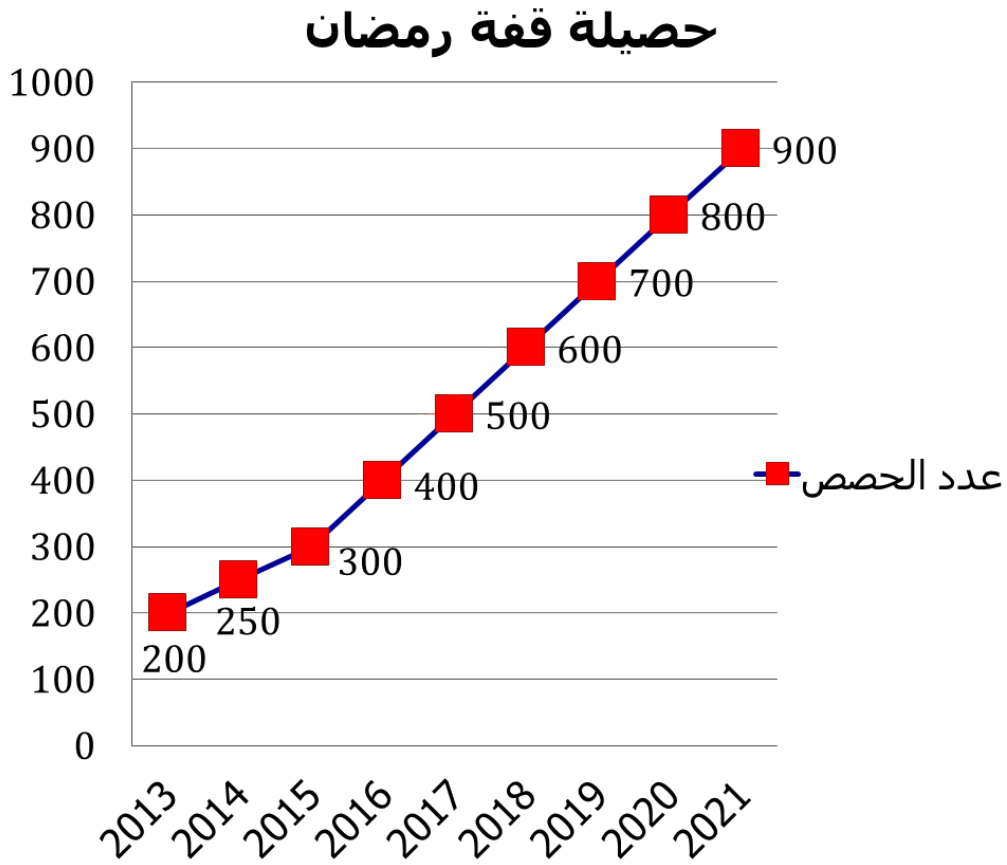
المصدر: من اعداد الباحثين استنادا على أرشيف الجمعية

نلاحظ من خلال المنحنى أن المشروع أخذ مسارا تصاعديا بالرغم من أن نسبة زيادة متقاربة سنويا، وبالرغم من توقفه سنة 2020 بسبب وباء الكورونا الا أنه بلغ أقصى مستوى له سنة 2021، بـ . 3450 وجبة، وهو ما يبين المسار التصاعدي لأداء الجمعية.

- مشروع قفة رمضان:

ويمكن قراءة تطور اداء الجمعية بالنسبة لتوزيع قفة رمضان من خلال المنحنى التالي:

الشكل رقم (3) : يوضح حصيلة توزيع قفة رمضان



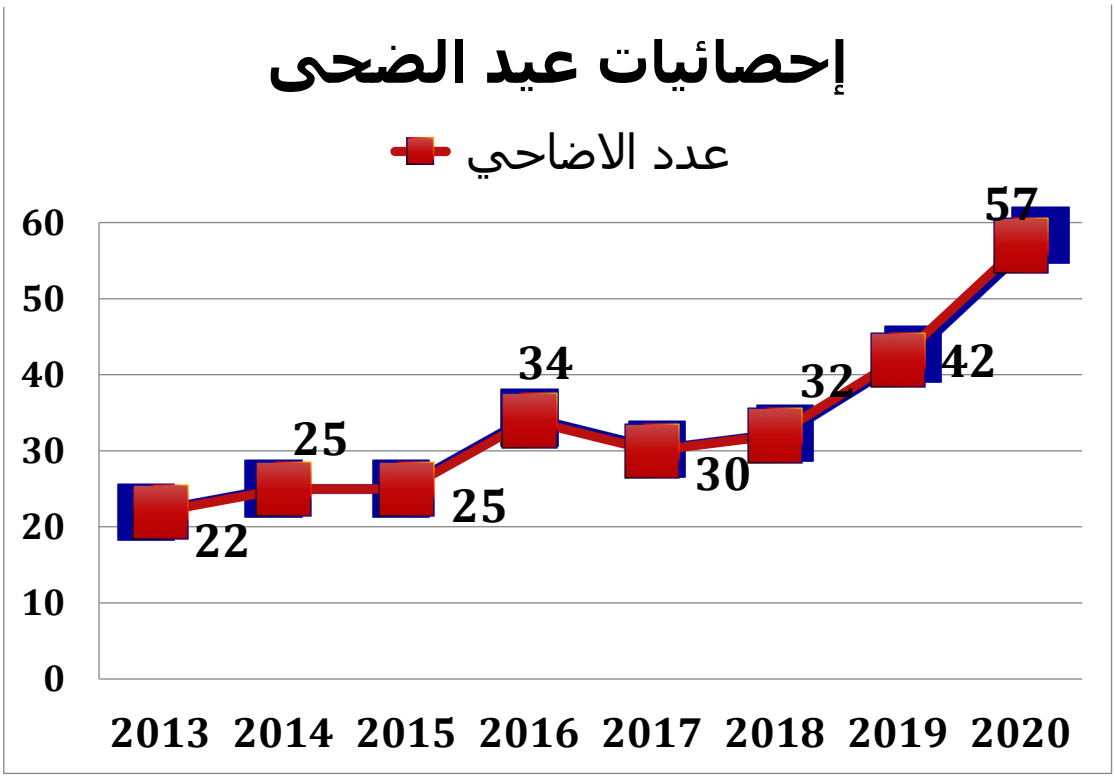
المصدر: من اعداد الباحثين استنادا على أرشيف الجمعية

مثلما هو موضع في الشكل أعلاه، فمنذ انطلاق الجمعية في توزيع قفة رمضان سنة 2013 وهي تشهد نمو من سنة لأخرى وبوتيرة متصاعدة، حيث بلغ عدد الحصص الموزعة في سنة 2021 مايقدر ب 900 قفة، وهو مايبين نمو أداء الجمعية من سنة لأخرى. وقد أثبت تصاعد مستوى أداء الجمعية في هذا النشاط مدى فعالية العلاقات العامة، حيث أن الثقة والسيرة الحسنة للجمعية والتي عززها القائمون عليها من خلال مختلف أنشطة وأدوات العلاقات العامة أدت دورا رئيسيا في تحفيز الفاعلين في المجتمع على التعاون والمساهمة من أجل الوصول للنتائج التي يبينها هذا المنحنى التصاعدي.

وتجدر الاشارة الى أن مجموع ما تم توزيعه من قفة رمضان بلغ 4650 قفة، أي مايعادل 69.7 طن من المواد الغذائية.

- مشروع عيد الأضحى:

الشكل رقم (4) : يوضح إحصائيات عيد الأضحى

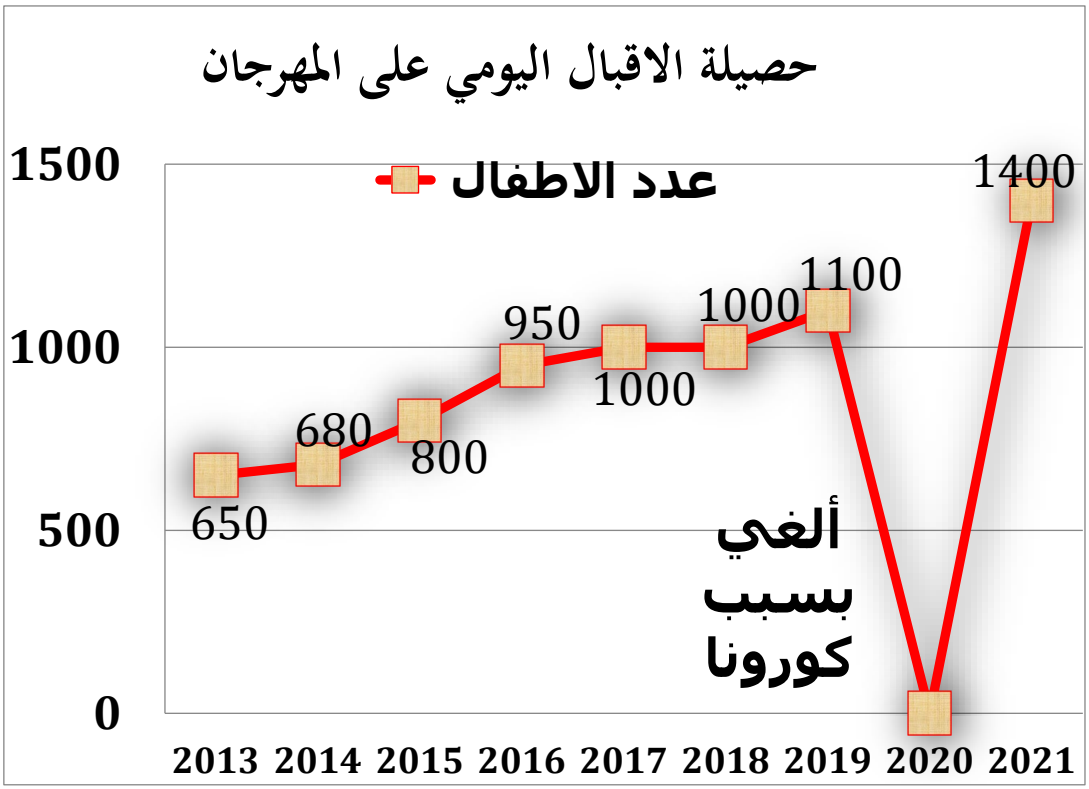


المصدر: من اعداد الباحثين استنادا على أرشيف الجمعية

نلاحظ من خلال المنحنى أن أداء الجمعية بالنسبة لتوزيع أضاحي العيد، وبإستثناء سنة 2017، قد شهد تصاعدا منذ انطلاق المشروع سنة 2013، ليحقق مع حلول سنة 2021، تقدما واضحا مقارنة بالسنة التي قبلها، حيث بلغ عدد الأضاحي التي تم توزيعها 57 أضحية. ومثلما أشرنا سابقا فإن ثقة أصحاب المال والموردين بالجمعية وأهدافها التي يتم تبيانها من خلال أنشطة العلاقات العامة هي التي ساعدت الجمعية في الوصول لهذه النتائج الإيجابية

- مهرجان الطفل:

الشكل رقم (5): يوضح حصيلة الاقبال على المهرجان



المصدر: من اعداد الباحثين استنادا على أرشيف الجمعية

لم تختلف نتائج هذا المشروع عن المشاريع السابقة من حيث النمو والتطور على مدار السنين ، حيث ظل الإقبال على هذا المهرجان يسير في منحنى تصاعدي، وبإعتبار هذا المشروع الأول من نوعه على مستوى الجنوب فقد تمكن من استقطاب العديد من الزوار من داخل الولاية ومن خارجها.

II. المقابلة:

سنحاول من خلال هذا القسم عرض أجوبة رئيس الجمعية السيد مهدي حروز حول ثلاثة أسئلة التي أردنا من خلالها معرفة نظرة الرئيس لدور العلاقات العامة في الجمعية، وقد كان حوارا مطولا سنحاول اختصاره في النقاط التالية:

– س1: قبل الخوض في موضوع بحثنا كيف كانت بدايتكم مع رئاسة الجمعية؟

– ج1: أولا بودي أن أشير إلى أمر مهم، وهو أن المناصب في جمعيتنا هي أمور اجرائية فقط، أما في واقع الأمر فلا فرق بين متطوع ورئيس أو أمين عام، فالكل يقترح رأيه ويناقشه بصورة عادية وبدون تكليف، والمهام توزع على حسب الظروف والإمكانيات ولا علاقة للمناصب بذلك إلا في حالة الضرورة.

عند بداية تأسيس الجمعية تطوعت لأكون من الأعضاء المؤسسين للجمعية، وبدأت نشاطي فيها كغيري من الزملاء المتطوعين. أما بالنسية لرئاسة الجمعية فقد بدأت قبل ثلاثة سنوات فقط، و لم يتغير أي شيء سواء بالنسبة لي أو بالنسبة لزملائي.

– س2: كيف تتم عملية الاتصال الداخلي في جمعيتكم؟

– ج2: حاولنا ومنذ تأسيس الجمعية أن تكون لنا آلية اتصال داخلي فعالة نظرا لدرايتنا بمدى أهمية الاتصال في النشاط الجمعوي، ومثال ذلك أننا ومنذ بداية نشاط الجمعية سنة 2012 اعتمدنا منصة الفيسبوك كأحد وسائل الاتصال الداخلي، والتي نعتمدها في تنسيق الاتصال ونقل المعلومات بين أعضاء الجمعية.

من بين ما نحرص عليه في الإتصال الداخلي سواء كان إعلاميا أو إقناعيا مثل مناقشة المشاريع فنحرص على أن تكون هناك شفافية تامة ووضوح للأفكار المقترحة مما يخلق سلاسة ومودة بين أعضاء الجمعية، ويعزز ولاء أعضائها ويحفزهم على تقديم الأفضل دائما، تضم جمعيتنا 314 عضوا، يستطيع أي عضو من المنخرطين الاتصال عبر الهاتف أو من خلال المجموعة الخاصة بالأعضاء وطلب تنظيم لقاء من أجل عرض مقترح لنشاط أو مشروع ما، ويجتمع بناءا على طلبه الأعضاء لمناقشة مقترح هذا العضو ودراسته،

وإذا تم التوصل الى إتفاق يتم إعلام باقي الأعضاء من خلال المكلفين بالإعلام عبر الهاتف أو المجموعة الخاصة ويباشرون في العمل على انجازه.

- **س3: كيف ترون تأثير العلاقات العامة على إنجاز مشاريع الجمعية**
- **ج3:** مثلما قد لاحظتم سابقا فإن كل حركة تخطوها الجمعية إلا وصاحبتها عملية اتصالية قد يكون الهدف منها إعلام الأعضاء بمستجدات أو تكليفهم بمهام، أو مناقشة تفاصيل معينة. هذا على الصعيد الداخلي، أما على صعيد من يتم التعامل معهم من خارج الجمعية، فقد ساعدتنا وسائل العلاقات العامة على تحقيق الكثير، فعلاوة على تسهيل عملية جذب التبرعات والمساعدات، فقد تمكنا من استقطاب بعض الحالات التي كانت تعاني أساسا من الآفات الاجتماعية، وتمكن الأعضاء بتوفيق من الله من إقناعهم بالعمل التطوعي وأصبحوا أعضاء بارزين في الجمعية.

هذه التجارب وغيرها أثبتت لنا أهمية العلاقات العامة في انجاز مشاريعنا وتنميتها.

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذه الدراسة الميدانية معرفة دور العلاقات العامة في تنمية المشاريع الاجتماعية، وقد اخترنا جمعية ناس الخير –متليلي– للإجابة على تساؤلات الدراسة، وقد اعتمدنا بشكل رئيسي فيها على الملاحظة بالمشاركة ، كما حاولنا تلخيص ما تم التوصل اليه من خلال المقابلة مع رئيس الجمعية، وكانت النتائج متوافقة مع الفرضيات المطروحة، حيث أظهرت أن للعلاقات العامة دورا هاما في تحقيق التنمية نظرا للوظائف التي تؤديها داخل الجمعية وخارجها .

حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن دور العلاقات العامة في تنمية المشاريع الاجتماعية وذلك من خلال إتباع منهج دراسة الحالة، وقد اعتمدنا من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة على أداة الملاحظة كأداة أساسية لجمع المعلومات والبيانات، ثم من خلال المقابلة كأداة مساعدة لفهم آلية عمل العلاقات العامة ودورها بالنسبة للمشروع الاجتماعي.

– نتائج الدراسة:

ومن خلال الدراسة الميدانية تم التوصل إلى النتائج التالية:

– أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن للعلاقات العامة أهمية بالنسبة للجمعية ككل سواء في خلق اتصال داخلي سلس وفعال بين الأعضاء، أو في الاتصال مع الجمهور الخارجي بطريقة فعالة ومؤثرة، وهو ما تم تأكيده من خلال وصف رئيس الجمعية لها بالمحرك حيث، تساعد تحقيق التعاون بين المسيرين والأعضاء من جهة، وتساهم في خلق التفاعل الايجابي مع الجمهور خارجي من جهة أخرى

– تؤدي العلاقات العامة العديد من الوظائف الهامة على مستوى الجمعية، منها ماهو مرتبط بالجمهور الداخلي للجمعية زمنها ماهو مرتبط بالتواصل مع الجمهور الخارجي، وهي وظائف تأخذ عدة أشكال مثل وظائف الإعلامية، الاتصالية، البحثية وغيرها

– من خلال الدراسة الميدانية يمكن القول أن الجمعية تستعين في أداء مهامها بالعديد من وسائل العلاقات العامة، وهي وسائل لايمكن للجمعية الاستغناء عنها، أبرزها الهاتف، منصة الفيسبوك، الإذاعة

– من خلال نتائج الدراسة تبين لنا مدى مساهمة العلاقات العامة في إنجاح المشاريع والتأثير على تنميتها وذلك نتيجة ارتباطها التام بمشاريع الجمعية وهو ما يدل على مكانتها وقدرتها على التنمية والتطوير، وهو ما أكد نتائج الدراسة، بالإضافة الى رئيس الجمعية من خلال تعليقه على السؤال المتعلق بتأثير العلاقات العامة

اقتراحات:

من خلال تعاملنا مع الأعضاء واضطلاعنا على آلية تسيير الجمعية ارتأينا تقديم الإقتراحات التالية:

- يعتبر الفايسبوك منصة فعالة في تسهيل مهام الجمعية، لكن نقترح على القائمين على الجمعية استغلال المنصات الأخرى على غرار Instagram، Telegram، حيث أن لهذه المنصات جمهورا معتبرا من المستخدمين، والممكن التواصل معهم واستمالتهم للتفاعل مع الجمعية

- تكثيف الدورات التدريبية المتعلقة بالجانب الاتصالي لدى الأعضاء لتسهيل مهامهم بشكل أكثر في التواصل مع الجمهور.

- الاحتكاك بشكل أكبر مع المنظمات غير الربحية على الصعيدين الوطني والدولي لتبادل الخبرات والاستفادة من تجاربهم من أجل تحسين وتطوير مشاريع الجمعية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع.

أولا: المراجع باللغة العربية:

أ- الكتب:

1- أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياسية، دار الفكر الجامعي، مصر،2007.

2- أسامة كامل وأخرون، إدارة العلاقات العامة مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية،ط1، القاهرة، مصر،2006 .

3- بن دريدي فوزي، نحو إستراتيجية لتطوير ممارسة العلاقات العامة في الوطن العربي، المجلة الجزائرية للدراسات السوسيولوجية، العدد1، الجزائر، 2006.

4- ثامر البكري، الإتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.

5- حسين عبد الحميد احمد رشوان، العلاقات العامة و الاعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية- مصر، 2014.

6- خالد الصوفي، العلاقات العامة أساليب وممارسة، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2004.

7- رواينية فيصل، دليل الاطار الجمعوي، وكالة التنمية الاجتماعية، الجزائر، 2007.

8- سعد الدين إبراهيم، دراسات في التنمية والتغيير الاجتماعي، بيروت، معهد الانماء العربي، 1981.

9- سعيد يماني العوضي، العلاقات العامة مفاهيم نظرية ومجالات تطبيقه، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2000.

10- ضامن منذر، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007.

11- طارق شريف يونس، ادارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ، اثراء للنشر والتوزيع، 2008.

12- طاهر مرسى عطية، فن وعلم العلاقات العامة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994م.

13- عباس أحمد، تقويم المشروعات الاجتماعية، ط1، دار القلم للنشر والتوزيع، الامارات العربية المتحدة، 2002.

14- عبد الحكيم خليل مصطفى، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2009.

15- عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة وادارة الازمات، دار اليازوري العلمية، ط2، عمان، الأردن، 2015.

16- عبد الستار محمد العلي، إدارة المشروعات العامة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009.

17- على الباز، العلاقات العامة و العلاقات الإنسانية و الرأي العام ، مصر ،2002.

18- على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، ط3 ، القاهرة،1985.

19- غريب محمد، سيد أحمد تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1988.

20- فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة فى العلاقات العامة، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، 2011.

21- فهمي محمد العدوي ، التنمية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر،1986 .

22- لبنان هاتف الشامي العلاقات العامة " المبادئ والأسس العلمية"، ط1، اليازوري، عمان، 2001.

23- محمد بهجت جاد الله كشك، تنظيم المجتمع من المساعدة الى الدفاع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية- مصر، 2003.

24- محمد توفيق ماضي، إدارة و جدولة المشاريع – خطوات تخطيط و تنظيم و جدولة مراحل تنفيذ المشروع و كيفية الرقابة عليها، الدار الجامعية للنشر و الطبع و التوزيع، الإسكندرية،2000.

25- محمد حسن دخيل، إشكالية التنمية الاقتصادية المتوازنة، دراسة مقارنة، سوريا، منشورات الحلبي الحقوقية، 2009.

26- محمد صاحب سلطان ، العلاقات العامة ووسائل الإتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان ،2011 .

27- محمد مصطفى أحمد، العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية- مصر، 1997 .

28- محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007.

29- مدحت محمد أبو النصر، إدارة وتنمية الموارد البشرية الاتجاهات المعاصرة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2007.

30- مريهان منصور أبوسنة، محاضرات في مدخل إلى العلاقات العامة والإعلان، كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، ط1، مصر، 2012.

31- موسى عبد الرافع، الجمعيات الأهلية والأسس التي تقوم عليها ومدى تجارية أعمالها واكتسابها صفة التاجر، دار النهضة العربية، مصر، 1994.

32- مؤيد الفضل، تقييم وإدارة المشروعات المتوسطة والكبيرة، الطبعة الأولى، دار الـوراق للنـشر والتوزيع، عمان – الأردن، 2009.
33- نائل عبد الحافظ العوالمة، ادارة التنمية، دار زهران للنشر والتوزيع، ط 1، 2010.
34- نرمين عبد الوهاب، أدارة المشاريع، قسم البيئة، كلية الهندسة، جامعة المستنصرية، بغداد، العراق، 2017.
35- هشام مصطفى الجمل، دور الموارد البشرية في تمويل التنمية بين النظام المالي الإسلامي والنظام المالي الوضعي (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، 2006.
36- هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية، المكتب الجـ . . . . . ـامعي الحديث، الإسكندريـ . ـة- مصر، 2001.

ب- كتب المنهجية

1- أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.

2- أيوب عياش ، مطبوعة في منهجية البحث العلمي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة العربي التبسي، أم البواقي، 2020.
3- عصام حسن أحمد الدليمي ، علي عبد الرحيم صالح ، البحث العلمي أسسه ومناهجه، الطبعة الأولى، دار رضوان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

4- رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارسته علمية، دار الفكر المعاصر، بيروت- لبنان، 2000.
5- مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد رسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000.

ج- الرسائل الجامعية

1- أفكار محمد قنديل، تقييم مشروعات الاستثمار الاجتماعية، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة-مصر، 1993.

2- آمال عبدي، دور إدارة مخاطر المشروع في ضمان نجاح إنجازه، رسالة ماجستير، الجزائر، 2013.

3- بضياف ع ـاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري – قسنطينة، 2010.

4- بن العارية محمد، تقييم المشاريع الاجتماعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2013.

5- حماش الحسين، واقع العالقات العامة في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة، مذكرة دكتوراه ، جامعة الجزئر،2005/2006.

6-خوجة عبد الكريم، إشكالية التنمية في الجزائر بعد الإستقلال، المفكر عبد الله شريط نموذجا، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2012.

7- عابد علي، دور التخطيط والرقابة في إدارة المشاريع باستخدام التحليل الشبكي، مذكرة الماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان، 2010 - 2011.

8- معظم إبراهيم ثالث، وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، درجة الماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2012.

9- ملوان ليلى، مبادئ فعالية المشروع الجمعوي في تنمية المجتمع المحلي، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر 02، الجزائر، 2012.

10- وريدة لرجان، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الإدارية، مذكرة ماجستير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس- الجزائر، 2015.

د –المجلات

1- روان محمد الحديدي، مفاهيم إدارة المشاريع وأهدافها، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 25، عمان الأردن،2020.

2- صفية صالح الدايل، أثر برنامج تدريبي قائم على عمليات التصميم التعليمي في تنمية المهارات الحياتية لدى طالبات جامعة الأميرة نوره بنت عبدالرحمن في المملكة العربية السعودية، المجلة العلمية للبحوث والنشر العلمي، العدد 4، مجلة 38، الرياض، المملكة السعودية،2022.

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- Larisa Nikitina, Maria Tabachnikova, An Empirical Study of the Content Characteristics of Social Projects (According to In-depth Interviews), David Publishing, N1, N 1, 2014.

2- Nandlal Pribhdas Tolani, Social Investment Decisions: An Operational Model for Choosing Between a Fertilizer Plant and an Irrigation Project in Underdeveloped Countries, Cornell Univ, 1974

3- Norma Baca-Tavira, Social projects. Notes on their design and management in rural territories, Universidad Autónoma del Estado de México, n 72, Mexico, 2016.

4- Tetiana Myhovych & others, COMPONENTS AND FEATURES OF THE SOCIAL PROJECT, Conference Paper, 5. Juni, 2020, Stuttgart, Deutschland

ثالثا: مواقع الانترنت

1- Social Investment Projects,

http://www.cdainc.com/publications/cep/issuepapers/cepIssuePaperSocialInvestmen tProject.pdf

2- Thierry LIBAERT et Andrea CATELLANI « Les relations sont-elles publiques ou avec les publics ? », Communication et organisation [En ligne], 45 | 2014, consulté le 17/04/ 2016. - URL : http://communicationorganisation.revues.org/4565

3- https://real-prizes-here.life/?u=w9ckgeu&o=q89pgbc&t=main&cid=meh1tv3erkht

قائمة الملاحق

ج . امع . . ة غرداي . . . . . ة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تاريخ المقابلة : 2022/03/12

مكان اجراء المقابلة : مقر جمعية ناس الخير بحي 08 ماي ب . . مدينة متليلي ولاية غرداية.

استمارة دليل المقابلة

في اطار انجاز مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة حول موضوع : **دور**

العلاقات العامة في انماء المشاريع الاجتماعية.

وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع من حضرتكم المساهمة الجادة في انجاح هده الدراسة من خلال الاجابة بكل موضوعية على الاسئلة علما ان هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط نشكر لكم مقدما جهودكم وحسن تعاونكم.

السنة الجامعية: 2022/2021

– استمارة دليل المقابلة –

1- المحور الأول معطيات خاصة بالمبحوث

الاسم : .....

اللقب : .....

السن : .....

الجنس :.....

الحالة العائلية : .....

المستوى الدراسي : .....

المهنة :.....

الدخل السنوي : .....

– استمارة دليل المقابلة –

2 – المحور الثاني : الأسئلة الموجهة للمبحوث

–س1: قبل الخوض في موضوع بحثنا كيف كانت بدايتكم مع رئاسة الجمعية؟

.....

.....

– س2: كيف تتم عملية الاتصال الداخلي في جمعيتكم ؟

.....

.....

– س3: كيف ترون تأثير العلاقات العامة على إنجاز مشاريع الجمعية ؟

.....

.....

METLILI

ناس الخير متليلي

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة
مديرية النشاط الإجتماعي والتضامن
مدرسة الأطفال المعاقين سمعيا بمتليلي
شهادة مشاركة
يسر مدرسة الأطفال المعاقين سمعيا بمتليلي أن تمنح هذه الشهادة لـ:
جمعية ناس الخير متليلي الشعانبة
بمناسبة مشاركتها في الإحتفال الولائي باليوم العالمي للطفل المصادف لـ
01 جوان من كل سنة المنظمة من طرف المدرسة
دمتم ذخرا للبلاد و العباد
31 ماي 2022
مدرسة الأطفال المعوقين سمعيا
بوبالة ناصر
وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة
مدرسة الأطفال المعوقين سمعيا متليلي رقم 02
ولاية غرداية

للتواصل معنا
0663594490
06.55.31.32.33
0698125959
0200001658_13
رقم الحساب البنكي
ناس الخير
Ness Elkhir
Humanitarian & Environement
جمعية ناس الخير لتمثيل الشعانبة
مساعدات
نشاطات خيرية
صلاة العيدين
سلة الخير
أنشطة رمضانية
زيارات للمستشفيات
قوافل خيرية
الدخول المدرسي
مهرجان الطفل

جمعية ناس الخير متليلي
ناس الخير
Ness Elkhir
Humanitarian & Environment
ناس الخير هي أنتم

Safina

جمعية ناس الخير متليلي الشعانبة

ناس الخير
Ness Elkhir

تنظم

مشروع كسوة العيد
1443 هـ

تحت شعار :

نعيدو كامل كيف كيف

- ملابس أولاد
- ملابس بنات
- ملابس رضع
- أحدية

06.63.59.44.90

المقر : حي 08 ماي 1945
بجانب دار الشباب دهان ابراهيم

ناس الخير هي انتم