

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية

دراسة حالة مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذة:

د/ ليلي سليمان

من إعداد الطالبتين:

- حياة حاج قويدر
- خديجة بن قومار

الموسم الجامعي: 1441/1442هـ / 2019/2020م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية

دراسة حالة مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذة:

د/ ليلي سليمان

من إعداد الطالبتين:

● حياة حاج قويدر

● خديجة بن قومار

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
كانون جمال	جامعة غرداية	رئيسا
سليمان ليلي	جامعة غرداية	مشرفا مقرا
أبي اسماعيل قاسم	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي: 1441/1442هـ / 2019/2020م

الإهداء

اهدي ثمرة جهدي إلى أحب واعز ما في الوجود والديا الغاليين ، يا من كنتم لي سنداً بالمعنويات
والماديات شكراً يا أبي يا من أفنيت حياتك لنجاحي وشكراً يا أمي يا من سهرت لي لتكويري و تعلمي
و لا انسي قوله تعالى (وَقُلْ رَبِّ ارْزُقْهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا) وأرجو من المولى عز وجل أن يوفقني في
حياتي و ابر بوالديا وأقدم لهم و لو نصف ما قدماه لي.

أهدي هذا العمل إلى إخوتي وأخواتي أولادهم كل واحد باسمه ، إلى زوجة أخي
كما لا أنسى أن اهدي هذا العمل إلى الروح الطاهرة التي فارقتني صديقتي حياة الديب.

إلى صديقتي خديجة ، كريمة ، عبير ، عقيلة ، أمينة ، ريحة ، مروة.

إلى الطاقم التربوي والإداري لابتدائية الحاج إبراهيم علي بن عيسى

إلى كل من يحمل لقب حاج قويدر وكل من يعرف حياة .

وأخيراً الحمد لله الذي ساعدني على إتمام هذا المشوار ومد لنا القوة وخط لنا طريق النجاح.

حياة

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

الى من فضلها عن نفسي ولما لا فلقد ضحيت من أجلي ، ولم تدخر جهدا في سبيل اسعادي على

دوام فلقد علمتني معنى العطاء والصبر والدي العزيزة

الى صاحب الوجه الطيب والسند في هذه الحياة ورمز الفخر والاعتزاز وصاحب السيرة العطرة

والذي العزيز

الى إخوتي ، من كان لهم بالغ الأثر في الكثير من العقبات و الصعاب حفظهم الله ورعاهم

الى أخواتي الذين كان لهم الفضل الكبير في مساعدتي أطل الله في أعمارهم

الى اصدقائي ومعارفي والذين أحبهم

الى زوجات اخواني وابنائهم كلا باسمه

إليكم جميعا اهدى هذا العمل

خديجة

شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

الحمد لله على إحسانه والشكر له على توفيقه و امتنانه ونشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له تعظيماً
لشأنه ونشهد أن سيدنا ونبينا محمد عبده ورسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه وعلى آله وأصحابه
وأتباعه وسلم.

بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لي لإتمام هذا البحث المتواضع، أتوجه بالشكر الجزيل إلى من
شرفتنا بإشرافها على مذكرتنا الدكتوراة "سليمانى لىلى" والتي ساهمت بشكل كبير في إتمام واستكمال هذا
العمل؛ وإلى كل أساتذة قسم الإعلام والاتصال؛ كما نتوجه بخالص شكرنا وتقديرنا إلى
الآنسة محبوب الزهرة، والسيد يوسف رويجى، والسيد عبد الحق طالب احمد، ولكل من ساعدنا من قريب
أو من بعيد على إنجاز وإتمام هذا العمل.

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في
عبادك الصالحين".

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تطبيق برامج العلاقات العامة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الجزائرية ، وإبراز أهم المعوقات التي تحول دون تطبيق ذلك ، وهذا من خلال الاعتماد على منهج دراسة الحالة وبعض الأدوات لجمع البيانات كالملاحظة والمقابلة . هذه الأخيرة أجريت مع رؤساء المصالح بمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية.

وبعد القيام بالدراسة الميدانية خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن المؤسسة تعمل على تطبيق وظائف العلاقات العامة ضمينا في البرامج الإدارية اليومية للمؤسسة، كما تمارس مختلف أنشطة المسؤولية الاجتماعية والتي تعتبر من بين الأهداف العامة للمؤسسة وهذا راجع إلى طبيعة نشاطها الذي يقتضي منها ذلك.

كما تم تسجيل جملة من الاقتراحات والتي تمثل حلول لبعض المعوقات المرتبطة بموضوع الدراسة كأن يتم انشاء قسم خاص للعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة يتولى القيام بالمهام والأنشطة المرتبطة بهذا المجال ، توظيف الكفاءات المتخصصة و ضرورة الاهتمام بالكوادر البشرية المتواجدة على مستوى المديرية.

الكلمات المفتاحية : العلاقات العامة ، المسؤولية الاجتماعية ، النشاط الاجتماعي ، الكفاءات المتخصصة

Abstract

The study aimed to find out the extent to which public relations programs apply the principles of social responsibility in Algerian institutions, then to highlight the most important obstacles that hinder access to the result, by relying on the method of case study and some tools for collecting data such as observation and interview. The latter was conducted with the heads of interests of the Directorate of Social Activity and Solidarity of the State of Ghardaia.

After conducting the field study, the study concluded a number of conclusions, the most important of which are that the institution is working to apply public relations functions implicitly in the organization's daily administrative programs, It also engages in various social responsibility activities, which are among the general objectives of the institution, due to the nature of its activity, which requires it to do so.

A number of proposals were also recorded, which represent solutions to some of the obstacles related to the subject of the study, such as the establishment of a special public relations department within the organizational structure of the institution to carry out the tasks and activities related to this field, employ specialized competencies and the need to take care of the human resources present at the level of the directorate.

Keywords: Public Relations, Social Responsibility, Social Activity, Specialized Competencies ...

قائمة المحتويات

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	شكر وعرفان
-	ملخص
-	قائمة المحتويات
-	قائمة الجداول
-	قائمة الأشكال
-	قائمة الملاحق
2-1	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
04	أ. الإشكالية
05	ب. أهداف الدراسة
06	ت. أهمية الدراسة
06	ث. أسباب اختيار الموضوع
06	ج. منهج الدراسة والأدوات المستخدمة
08	ح. مجتمع البحث وعينة الدراسة
08	خ. تحديد المفاهيم والمصطلحات
10	د. الدراسات السابقة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية	
17	تمهيد
18	المبحث الأول : مفاهيم حول العلاقات العامة
18	1-تعريف العلاقات العامة
21	2-أسس ومبادئ العلاقات العامة
24	3-وظائف وأهداف العلاقات العامة

32	4- وسائل الاتصال في العلاقات العامة
35	المبحث الثاني : مدخل مبسط حول المسؤولية الاجتماعية
35	1- تعريف المسؤولية الاجتماعية
39	2- مجالات وأبعاد المسؤولية الاجتماعية
42	3- الحجج المؤيدة والمعارضة للمسؤولية الاجتماعية
47	4- معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية
53	المبحث الثالث : المسؤولية الاجتماعية في الإدارة
53	1- دوافع وأهداف إدماج المسؤولية الاجتماعية في الإدارات
57	2- المداخل الإدارية للمسؤولية الاجتماعية
59	3- المعايير والمواصفات العالمية لقياس المسؤولية الاجتماعية
63	خلاصة الفصل
الفصل الثاني : الدراسة التطبيقية	
65	تمهيد
66	المبحث الأول: الإطار التطبيقي
66	1-التعريف بمديرية النشاط الاجتماعي
68	2-الهيكلة التنظيمية
70	3-مهام مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن
72	المبحث الثاني: تحليل النتائج
72	1-تحليل نتائج الملاحظة
73	2-تحليل نتائج المقابلة
79	خاتمة
82	قائمة المراجع
90	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
38	تعريف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات	الجدول 1
46	الحجج المؤيدة والمعارضة للمسؤولية الاجتماعية	الجدول 2

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
34	وسائل الاتصال في العلاقات العامة	الشكل 1
41	مخطط كارول للمسؤولية الاجتماعية	الشكل 2
57	المدخل الإداري للمسؤولية الاجتماعية	الشكل 3
62	نظرة عامة عن الايزو iso 26000	الشكل 4
69	الهيكل التنظيمي لمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن	الشكل 5

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق :

الصفحة	رقم الملحق
90	الملحق 1
95	الملحق 2
96	الملحق 3

مقدمة

مقدمة:

في السنوات الأخير ظهرت تغيرات لمست شتى المجالات سواء الجانب السياسي الاقتصادي أو الاجتماعي، وصلت هذه التحولات إلى الجانب الاتصالي الذي يعتبر من الأساسيات التي تقوم عليها العلاقات بين أفراد المجتمع، فحدثت تغيرات في الوسائل المستعملة في الاتصال ساهمت في تطور الجانب الإداري للمؤسسات الفاعلة في المجتمع.

بدأت المؤسسات بمختلف توجهاتها وأشكالها تسعى إلى إبراز صورتها وتعزيز علاقتها مع الجمهور الداخلي أو الخارجي لها، ضمن برامج العلاقات العامة، حيث عرفت وظيفة العلاقات العامة تطورات مواكبة للتطورات الحاصلة، حيث أصبحت المؤسسات تركز بشكل كبير على هذا الجانب وزاد الاهتمام به أكثر مما جعلها تصبح ضرورة حتمية لا بد منها، بالنظر إلى فائدتها في تكوين الصورة الذهنية الجيدة للمؤسسة وتحقيق الأهداف العامة لها.

ومما لاشك فيه أن العلاقات العامة حققت قفزة نوعية في الجانب الإداري للمؤسسات حيث أصبحت تعتبر ظاهرة اجتماعية، تسعى من خلالها المؤسسات لتلبية حاجيات الأفراد وتقديم خدمات أفضل لهم، فلم تعد تقتصر وظيفة العلاقات العامة على الجهود الإدارية والاتصالية فحسب، بل تعدت إلى كونها تحاول تقديم خدمات اجتماعية وتطوعية للمجتمع الذي تنشط فيه، ومنه ظهرت مفاهيم إدارية جديدة، من بينها مفهوم المسؤولية الاجتماعية، الذي يعتبر منفذا للمؤسسة لتطبيق برامجها الاجتماعية تهدف من خلالها إلى تحقيق المصلحة المشتركة بين المؤسسة ومجتمعها المحلي، ومنه زيادة الآثار الإيجابية للنشاطات، ومحاولة التقليل من الآثار السلبية، ومن خلال هذا بدأ الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

فالمسؤولية الاجتماعية تعتبر مفهوم اجتماعي، لا مفهوم إداري، بل تعتبر نشاطات متبادلة تخدم المؤسسة والمجتمع معا، وقد أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية متداول بكثرة في السنوات الأخيرة، سعت المنظمات الى تبني مبادئها، وإدماجها ضمن برامجها ومخططاتها والأهداف الخاصة بها .

ومن هنا تعمل وظائف العلاقات العامة على تحقيق التكامل والتوازن والاتصال الاجتماعي بين مختلف الأطراف التي تتعامل مع المؤسسة، سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها، ومحاولة التنسيق بينها، كما

تسعى المؤسسات من خلال هذه الوظائف الى الدخول والاندماج في المجتمع الذي تنشط فيه ،وتحديد المسؤوليات التي تقع على عاتقها اتجاهه لخدمة مصالحه،من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية .

وبالنظر للأهمية التي تحضى بها برامج الاجتماعية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ،فالمؤسسات الجزائية من بين المؤسسات التي تسعى الى تحقيق النفع المشترك بينها وبين جمهورها وتطبيق هذه النوعية من البرامج .

وفي هذه الدراسة حاولنا البحث في الجوانب المختلفة للمتغيرين والإلمام بالعناصر المختلفة لهما ،ولذلك اتبعنا التسلسل المنهجي لبحوث العلمية: كبداية للبحث بدأنا بجانب منهجي متضمن إشكالية وأهداف وأهمية الدراسة بالإضافة الى شرح بعض المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالدراسة ،وكجانب نظري جاء الفصل الأول بعنوان الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية متضمنا مبحث أول تحت عنوان مفاهيم حول العلاقات العامة يتضمن عناصر نظرية ،أما المبحث الثاني كان كمدخل لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ،في حين جاء المبحث الثالث بعنوان المسؤولية الاجتماعية في الإدارات ،أما في الجانب التطبيقي فقد حاولنا تقديم تعريف لمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن التي هي محل الدراسة وإبراز أهم مهامها وتقديم هيكلها التنظيمي ، ومنه الحصول على نتائج للبحث وتحليلها وتقديم توصيات .

الفصل المنهجي

أ.الإشكالية:

يعتبر إرضاء الجمهور من بين الأهداف الرئيسية التي تصبوا إليها أي مؤسسة، وذلك من خلال النشاطات المختلفة للعلاقات العامة الموجهة للجمهوريين الداخلي والخارجي الرامية إلى إبراز الصورة الجيدة لها. فالعلاقات العامة في الوقت الحالي أضحت ضرورة ملحة لجميع المؤسسات باختلاف أنواعها وطبيعة نشاطها ، بحيث يتم الاعتماد عليها للترويج لأنشطتها وصورتها .

بالنظر إلى أهمية العلاقات العامة في خلق جسر من التواصل بين المؤسسات وجمهورها. ازداد الاهتمام بها في العصر الراهن الذي يتميز بجدثة الوسائل الاتصالية المستعملة، و بالتطور التكنولوجي والمعلوماتي الذي ساهم في خلق جوا من التفاعل الاجتماعي . ومن هنا استخدمت نشاطات العلاقات العامة كوظيفة هامة وضرورية في الجانب الإداري والمهني للمنظمات وتعدى ذلك إلى الجانب الاجتماعي المتعلق بالأفراد العاملين بالمؤسسة أو حتى المجتمع الذي تتواجد فيه.

ومن أهم أنشطة العلاقات العامة المتعلقة بالجانب الاجتماعي و التي تعتبر من بين السياسات والاستراتيجيات التي تتبعها المؤسسة اتجاه جمهورها، تندرج ضمن ما يسمى بمفهوم "المسؤولية الاجتماعية" حيث تعرف بأنها التزام المؤسسة أخلاقيا اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه .

فهي تعتبر حلا مناسباً ومبتكراً يهتم بخدمة المجتمع تنتهجه العلاقات العامة يحمل في طياته محتوى أخلاقي في إطار اتصال مباشر مع الأطراف الفاعلة في المؤسسة ،يعمل على خلق التفاعل الإنساني والاجتماعي بينهم.

ولقد ازداد التركيز على مفهوم المسؤولية الاجتماعية من قبل المؤسسات في شتى أنحاء العالم، وأصبحت جزء مهم من السياسة العامة لها، حيث أوليت برامج المسؤولية الاجتماعية من قبل الإدارات باهتمام كبير ، وذلك بالنظر إلى النتيجة التي حققتها جراء اعتمادها على هذا النوع من البرامج والنشاطات سيما في تحسين صورتها و اكتسابها مكانة بين المؤسسات المنافسة وبذلك تضمن بقاءها و استمرارها.

وعلى غرار المؤسسات في العالم، اتبعت المؤسسات الجزائرية نفس النهج من خلال اهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية ضمناً في برامج العلاقات العامة، و ذلك بالرغم من أن برامج المسؤولية الاجتماعية

الفصل المنهجي

قليلة نظرا لعدم فهم معنى المسؤولية الاجتماعية، ومدى تحقيقها للتنمية الاجتماعية و الاقتصادية والخوف من الميزانية التي ستنفق على هذه البرامج.

من بين المؤسسات الجزائرية نجد تلك المؤسسات الحكومية ذات الطابع الخدماتي التضامني، ولعل أبرزها مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن.

من هذا المنطلق نطرح التساؤل التالي:

- كيف تساهم العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية؟

التساؤلات الفرعية:

1- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية؟

2- فيما تتمثل الأنشطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتجسيد مفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

3- ما هي الأهداف التي تسعى إليها إدارة العلاقات العامة من خلال برامج أو نشاطات المسؤولية الاجتماعية؟

ب. أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نلخصها في جملة النقاط الآتية:

- التعرف على واقع العلاقات العامة في مديرية النشاط الاجتماعي.
- معرفة أهم نشاطات العلاقات العامة المتعلقة بالجانب الاجتماعي.
- توضيح دور العلاقات العامة في المساهمة في إبراز مفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- إبراز مدى معرفة عمال المؤسسة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- الكشف عن أهمية اضطلاع المؤسسات بموضوع المسؤولية الاجتماعية، ومحاولة تقديم النتائج الإيجابية التي تحققت من خلال توظيف برامجها سواء كانت هذه النتائج متعلقة بالجمهور الداخلي أو الخارجي.

ت. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تحقيق التوازن والتكامل في تحقيق المصلحة بين المؤسسة وجمهورها، وذلك لأن أنشطة العلاقات العامة لا تقتصر على الجانب الإداري الذي يخدم مصالح المؤسسة فحسب، بل تتعدى إلى الترويج لصورة المؤسسة المسؤولة اجتماعيا اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه.

لذا من الواجب ترسيخ فكرة المسؤولية الاجتماعية في أي منظمة وممارستها كعمل أو نشاط مهم، وبما أن المؤسسة محل الدراسة تهتم بالجانب الإنساني أكثر ومراعاتها للجانب الأخلاقي والاجتماعي يجعل المؤسسة أكثر تميزا عن غيرها.

ث. أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في البحث حول موضوع المسؤولية الاجتماعية كونها ترتبط بالجانب الاجتماعي للمؤسسات اتجاه الأفراد والمجتمع.
- اكتساب معارف تطبيقية حول المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال التقرب من المؤسسة ومعرفة مدى تطبيقها لبرامج المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة.

الأسباب الموضوعية:

- التأكيد على أهمية الموضوع خاصة في ظل التطورات التي تشهدها الإدارة وبيئة الأعمال .
- محاولة التعريف بالمفاهيم الحديثة للإدارة من بينها مفهوم المسؤولية الاجتماعية .
- الكشف على أهمية المسؤولية الاجتماعية والدور الذي تلعبه في إبراز الصورة الجيدة للمؤسسة.
- قلة الأبحاث والدراسات المرتبطة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية في مجال العلاقات العامة خاصة في الدراسات العربية والجزائرية في حدود إطلاعنا .

ج. منهج الدراسة والأدوات المستخدمة:

للإجابة عن إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة، ويعتبر منهج دراسة الحالة من مناهج البحث المستخدمة في الدراسات الوصفية، والذي يهدف إلى التحليل وفهم

الفصل المنهجي

مشكلة، أو ظاهرة محددة ودقيقة بدراسة خصائصها بالتفصيل، مثل ما حدثت في سياقها الحقيقي أو بإعادة تشكيله معتبرا إياها ممثلة لمجتمع البحث المراد دراسته.¹ حيث تهدف هذه الدراسة إلى إبراز واقع ممارسة المؤسسات الجزائرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وذلك بالتركيز على مدى تكريس أنشطة العلاقات العامة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية .

أما عن الأدوات المستعملة في جمع البيانات فاعتمدنا على الملاحظة والمقابلة، حيث تم استخدام هذه الأدوات لمعرفة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في ترسيخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

الملاحظة: المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة، وتسجيل الملاحظات أول بأول كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات.²

وقد اعتمدنا على الملاحظة دون المشاركة، حيث تم استخدامها من خلال الزيارات الميدانية التي قمنا بها بمؤسسة مديريةية النشاط الإجتماعي والتضامن للتعرف عن قرب على المبحوثين وملاحظة خصائص مجتمع الدراسة وأفادتنا الملاحظة في التعرف على واقع المسؤولية الاجتماعية في مديريةية النشاط الإجتماعي والتضامن لولاية غرداية فيما تم تحديد زمان الملاحظة، بعدها تدوين ما تمت ملاحظته من خلال الدراسة الميدانية.³

المقابلة: مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات التي يتطلب الإجابة والتعقيب عليها وجها لوجه بين الباحث والأشخاص المعنيين بالبحث أو عينة ممثلة لهم.

تم الاعتماد على أسلوب المقابلة المقننة، وقد كانت هذه المقابلات بالحصول على ترخيص من إدارة المؤسسة، بعدها تحديد الأفراد الذين سيتم إجراء المقابلة معهم، فتحديد الأسئلة و التأكيد على سرية المعلومات المقدمة، وقد أجريت المقابلة مع رئيس مصلحة الإدارة والوسائل العامة للتعريف بالمؤسسة، كما

¹ كتاب جماعي، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019م، ص134.

² عامر قنديلجي، البحث العلمي ومصادر استخدام المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، ط1، 1999م، ص168.

³ عامر قنديلجي، نفس المرجع ص172.

الفصل المنهجي

تمت مع مدير مكتب حماية وترقية العائلة و المرأة والمسنين والمراهقة، بالإضافة إلى مقابلة مع رئيسة مصلحة التلاحم الاجتماعي والعائلة والطفولة والشبيبة.

ح. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه جميع المشاهدات موضع الدراسة. أو هو كافة مفردات مجتمع الدراسة يتمثل في مجتمع البحث في الجمهور الداخلي لمديرية للنشاط الاجتماعي والتضامن وعددهم سبع وأربعون (47) عاملاً.

كما تم الاعتماد على العينة القصدية، التي تخدم نوع الدراسة، وتعتمد على اختيار الباحث لمفردات العينة، بالنظر للقيام بدراسة شاملة لمجتمع الدراسة وما يتضمنه من معلومات، وتخلص إلى التأكد الشخصي للباحث من مدى فائدة اختياره للعينة.

تمثلت مفردات عينة دراستنا في رؤساء بعض المصالح في مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية، وطرح أسئلة الدراسة عليهم.

خ. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

تم بناء الدراسة على جملة من المفاهيم والمصطلحات الأساسية منها ما يلي:

خ.1. العلاقات العامة: تعددت التعاريف لمفهوم العلاقات العامة، وهذا التنوع يرجع لتعدد أبعادها وأنشطتها على المستوى الخارجي والداخلي للمؤسسة .

أ/ لغة: العلاقات العامة مكونة من مصطلحان هما: العلاقات والعامة.

العلاقة: جمع علاقات وعلائق، وهي الصلات والروابط.¹

العامة: جمع عوام، مؤنث العام، يقصد بها عامة الناس.²

¹ المعجم الأبجدي، دار المشرق، بيروت، لبنان، ط5، 1986م، ص711.

² المرجع نفسه، ص6

الفصل المنهجي

ب/ اصطلاحاً: «عرف المعهد البريطاني العلاقات العامة بأنها: الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين أي هيئة وجمهورها».¹

كما تعرف العلاقات العامة بأنها الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه».²

ج/ التعريف الإجرائي: العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تساهم في تحديد الأهداف العامة للمنظمة باستخدام وسائل اتصالية مختلفة تربطها مع جمهورها الذي تتعامل معه سواء كان داخلي أو خارجي وذلك لكسب علاقات جيدة معه وخلق ثقة بينهما ومنه إعطاء صورة جيدة للمنظمة.

خ.2. المسؤولية الاجتماعية:

أ/ لغة: المسؤولية: «سأل ما يكون به الإنسان مسؤولاً ومطالباً عن أمور وأفعال أتاها».³

الاجتماع: «الالتئام، الجلسة، علم الاجتماع: علم يدرس علاقات الإنسان بالآخرين، وقيل علم يبحث نمو المجتمعات البشرية وأنظمتها، الاجتماعي: المختص بالمجتمع من هو بفطرته ميال إلى الحياة في المجتمع، الحسن المعاشرة، الهيئة الاجتماعية: الحالة الحاصلة من اجتماع قوم لهم مصالح مشتركة».⁴

ب/ اصطلاحاً: عرفها محمد عقلة بأنها «إقرار المرء بما يصدر عنه من أفعال و استعداد لتحمل نتائج التزاماته و قراراته العملية من الناحية الإيجابية و السلبية أمام الله و أمام ضميره و أمام المجتمع».⁵

¹ شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، إشراف الدكتور إبراهيم محمد المدون، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006، ص 17.

² علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، ط1، 2006، ص18، 19.

³ المعجم الأبيدي، ص 946.

⁴ المرجع نفسه، ص16.

⁵ وجيه السعد، المعجم الموسوعي في علم النفس، مترجم، وزارة الثقافة، ج5، دمشق، سوريا، 2000م، ص2417.

«ويعرف "هندرسون" المسؤولية الاجتماعية بأنها استعداد الفرد للإقرار بنتائج سلوكه وأفعاله مع إمكانية الوثوق به والاعتماد عليه وإظهار مشاعر الاتزان نحو الجماعة والاستقامة وإبداء التحمس نحو حاجات الآخرين.»¹

التعريف الإجرائي: هي التزام المؤسسة بأعمال وأنشطة تعود بالنفع على المجتمع والبيئة التي تعمل فيه، ومحاولة تحسين الظروف المعيشية للمجتمع المحلي، مع الأخذ بعين الاعتبار الأخلاقيات العامة لهذا المجتمع والقوانين والضوابط الحكومية.

د. الدراسات السابقة:

د.1. الدراسات العربية:

أ-رسالة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير قدمتها الباحثة مقدم وهيبة بعنوان **تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري**، قدمت هذه الدراسة سنة 2013. جامعة وهران

تمثلت إشكالية الدراسة في السؤال التالي: ما تقييم ممارسة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لبرامج المسؤولية الاجتماعية؟

أهم ما توصلت إليه الباحثة من خلال دراستها هذه:

- تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها مفهوم تقوم بمقتضاه منظمات الأعمال بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها على نحو تطوعي.
- مبادئ المسؤولية الاجتماعية متأصلة في الإسلام من خلال آيات قرآنية وأحاديث شريفة وقواعد فقهية وليست مستحدثة كما في الأنظمة الوضعية.
- تشمل المسؤولية الاجتماعية ثلاث أبعاد البعد الاقتصادي، الاجتماعي و البيئي فإدراج هذه البرامج يعتبر مثاليا للوصول إلى منظمة مسؤولة اجتماعيا .

¹خولة عبد الوهاب القيسي، المسؤولية الاجتماعية لأطفال الرياض الأهلية، مجلة البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، العراق، العدد 30، ص 6.

الفصل المنهجي

ب-دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير من إعداد الطالب فارس نبيل عجيلات تحت عنوان المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية (دراسة حالة شركة الاتصالات الأردنية)، بكلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط 2011_2012م

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على دور العلاقات العامة بشركات الاتصالات الأردنية في الأنشطة والممارسات التي تجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

كانت إشكالية الدراسة كالتالي: ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدوائر العلاقات العامة لشركة الاتصالات الأردنية "أورنج"؟، ما الأنشطة و البرامج التي تنفذها الشركة لتجسيد مفهومها في المسؤولية الاجتماعية نحو شرائح من العملاء والمجتمع المحلي والبيئة المحلية؟ وما مستوى معرفة العملاء والمستفيدين ومستوى رضاهم عن برامج المسؤولية الاجتماعية؟

أهم ماتوصل إليه الباحث من خلال هذه الدراسة:

● تحتل وظيفة المسؤولية الاجتماعية مكانة متوسطة في الهيكل الإداري لشركة مجموعة الاتصالات

الأردنية أورنج وهي شكل مستحدث من أشكال العلاقات العامة التي تدمج مهمات اتصالية عدة في آن واحد.

● تعتمد الشركة في المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة مرتكزات:

1- نشر الأنترنت

2- التنمية المجتمعية المستدامة

3- دعم المشروعات الصغيرة في مجال الاتصالات

● حققت أنشطة المسؤولية الاجتماعية تطورات لا بأس بها في المجالات الثقافية، الرياضة، الصحية والتنمية.

ج-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة من إعداد الطالب ياسين مسيلي بعنوان "العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية" (دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس قسنطينة ") . جامعة منتوري قسنطينة 2008_2009م.

الفصل المنهجي

تمثلت الإشكالية فيما يلي: هل يوجد اهتمام خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة موضوع الدراسة ؟

هدفت الدراسة إلى التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة موضوع الدراسة وكيفية عملها وكذلك مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها ومحاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاط العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة.

أهم النتائج لبتى توصلت إليها الدراسة :

إبراز أهمية ودور العلاقات العامة وضرورة ممارسة أنشطتها من خلال جهاز يضم كفاءات علمية وفنية.

• عدم اعتماد إدارة المستشفى للسياسات التقليدية بعيدة عن العلاقات العامة فيما يخص كسب ثقة وتأييد الجمهور.

• عدم وجود قسم أو جهاز يمثل فعلا أنشطة العلاقات العامة في المستشفى وغموض هذا المصطلح أساسا عند المسؤولين والعاملين في المستشفى.

• إقناع الإدارة العليا بأهمية ووظيفة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في النهوض بالمستشفى.

• إنشاء إدارات وأقسام أو وحدات علاقات العامة في الجهات التي لا توجد بها علاقات عامة .

• إعادة النظر في أهمية العلاقات العامة كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى.

د.2. الدراسات الأجنبية:

أ-دراسة بعنوان المسؤولية الاجتماعية للشركات والقدرة التنافسية التقييم والنهج الاستراتيجي من

إعداد

Patricia Crifo بالتعاون مع **Salima Benhamou et Marc-Arthur Diaye**

استنتج الباحثين من هذه الدراسة أن الهدف الأساسي الذي تسعى إليه المسؤولية الاجتماعية للشركات ليس التجارة فحسب . ففي الأول، كان الأمر يتعلق بحصول الشركات على حساب النتائج الخارجية، بما في ذلك النتائج الاجتماعية، لأنشطتها. ثم تحولت الفكرة لديها نحو مراعاة جميع أصحاب

الفصل المنهجي

المصلحة. هذا من جهة، أما من الناحية الأخرى فنعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات كوسيلة لأداء اجتماعي واضح. يمكنها أن تكون دافع استراتيجي للقدرة التنافسية للشركات، ففي الواقع المسؤولية الاجتماعية للشركات، تأخذ في عين الاعتبار أصحاب المصلحة، فهذا من شأنه أن يقلل من المخاطر المستقبلية المرتبطة بأصحاب المصلحة.

التحليل الأصلي لبيانات الشركة الفردية المقدمة في هذه الدراسة يدل على أن الآثار الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية للشركات تفوق المصاريف، فالمسؤولية الاجتماعية للشركات توفر متوسط أداء يصل إلى حوالي 13٪ مقارنة بالشركات غير مسؤولة اجتماعيا.

فقبل كل شيء يمكن أن تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات فرصة لإعادة النظر في تنظيم الشركة في النظام الإيكولوجي الاقتصادي والاجتماعي الأوسع نطاقا حيث أنماط "الحكم والعلاقات بين الأعمال التجارية، الكبيرة و الصغيرة، لذا، تدعو هذه الدراسة إلى تنفيذ إستراتيجية حقيقية مركزة على مسؤولية الشركات و القدرة التنافسية. لكن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا ينبغي بالطبع، أن تقتصر على التوقعات الاقتصادية، ويجب أن تسمح قبل كل شيء بتلبية توقعات المجتمع المدني ورفع مستوى الثقة بين جميع الجهات الفاعلة التي تشكل المجتمع.

ب-دراسة "Harmony J. ، Palmer"، بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية للشركات والمالية الأداء: هل تدفع لتكون جيدة؟".

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بينالمسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للشركات وتختبر هذه الدراسة بالإضافة إلى ذلك تأثير المسؤولية الاجتماعية على المبيعات والهامش الإجمالي على أمل تقديم نظرة ثاقبة حول استراتيجيات المبيعات التي يمكن تنفيذها لتحقيق أقصى تأثير للعلاقة.

تتضمن مجموعة البيانات معظم شركات الاقتصاد وتغطي السنوات من 2001 إلى 2005. يتم اختبار العلاقات باستخدام انحدارات زمنية.

الفصل المنهجي

تشير النتائج إلى أن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي لديهما علاقة إيجابية إلى حد كبير في كلا الاتجاهين، مما يدعم الرأي القائل بأن برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات لها تأثيرات إيجابية على الحد الأدنى.

النتائج تشير أيضا إلى أن زيادة المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى زيادة في هامش الربح الإجمالي مشيراً إلى أن بعض العملاء يرغبون في دفع علاوة لمنتجات أو خدمات شركة ذات مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وأخيراً تشير النتائج أيضاً إلى أن الزيادات في المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى انخفاض في المبيعات، مما يعني انخفاض في العملاء قاعدة لأن أقل الناس على استعداد لشراء المنتجات بسعر أعلى على الرغم من النتيجة على المبيعات، فأنا أرى في هذه الورقة أن الشركات يمكن أن تزيد المبيعات عن طريق زيادة استثمارات المسؤولية الاجتماعية للشركات على افتراض زيادة في الاستثمارات يؤدي إلى ارتفاع المسؤولية الاجتماعية طالما تصور برامج تحويل من والأعمال الخيرية المسؤولة اجتماعياً لبرامج تعزيز قيمة مشتركة للشركات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

ركزت الدراسات السابقة في مجملها على المسؤولية الاجتماعية في القطاع الاقتصادي الخاص وأغفلت القطاع الخدماتي الحكومي العمومي، بالإضافة إلى اختلاف المنهج وأدوات جمع البيانات المستخدمة في دراستنا عن الدراسات السابقة الذكر بالإضافة إلى اختلاف الأهداف العامة باعتبار اختلاف المتغيرات، كما أن الدراسات السابقة تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية بصفة معمقة، وأملت بجميع جوانب المسؤولية الاجتماعية، كذلك بالنسبة للدراسات التي تناولت موضوع العلاقات العامة.

وكما سلف الذكر أن الدراسات لم تبرز العلاقة بين المتغيرين؛ العلاقات العامة و المسؤولية الاجتماعية بشكل مباشر أو مفصل، في حين أن دراستنا تطرقت للمتغيرين ومحاولت إبراز العلاقة بينهما ومعرفة أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية في القطاع الحكومي الخدماتي متمثلاً في مديرية النشاط الاجتماعي لولاية غرداية.

الفصل المنهجي

أما عن الاتفاق بين دراستنا والدراسات السابقة؛ فيمكن في محاولة توضيح أهمية العلاقات العامة وأنشطتها والدور الذي تلعبه في تحقيق الأهداف العامة للمؤسسات، كما يمكن الاتفاق في ضرورة تطبيق وإدماج برامج المسؤولية الاجتماعية ضمن البرامج السنوية للمؤسسات.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية

تمهيد:

أصبحت العلاقات العامة ضرورة ملحة تلجأ إليها المؤسسات في السنوات القليلة الماضية، بالنظر إلى وظيفتها في التنظيم والاتصال الداخلي والخارجي مع الجمهور، والتنسيق بين الأطراف الفاعلة في المؤسسة، وتحقيق رضاهم، وتحسين صورتها، وكل هذا يعتمد على ما تقدمه المؤسسة من أنشطة وخدمات لفائدة الجمهور، ومن هذا المنطلق أصبحت برامج العلاقات العامة تسعى إلى تقديم خدمة للمجتمع لتلبية احتياجاته ورغباته وتحقيق المنفعة المشتركة، في إطار إنساني، اجتماعي وأخلاقي.

ومع ظهور المفاهيم الجديدة في الإدارات وللمؤسسات، والتي من بينها مفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبحت المؤسسات تسعى أن تكون ملتزمة اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه، و مسؤولية اجتماعيا من خلال الأنشطة والبرامج التي تقدمها.

ولهذا جاء هذا الفصل لتحديد الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة في مبحثه الأول، أما المبحث الثاني فكان عبارة عن عناصر يتم من خلالها الإمام بجوانب المسؤولية الاجتماعية من خلال مدخل مبسط حول المسؤولية الاجتماعية، وجاء المبحث الأخير كمحاولة للربط بين المفهومين تحت عنوان المسؤولية الاجتماعية في الإدارات وعلاقتها بالعلاقات العامة.

المبحث الأول: مفاهيم حول العلاقات العامة:

1-تعريف العلاقات العامة:

«ظهر مصطلح العلاقات العامة Public Relation قرابة نهاية القرن التاسع عشر، وشاع استخدامه في منتصف القرن العشرين، وبالرغم من شيوعه في أوساط الأعمال إلا أنه كان يستخدم لوصف مجموعة متنوعة وواسعة من النشاطات مما ألبسه غموضاً وإبهاماً، وهنالك الكثير من التعريفات للعلاقات العامة التي تطورت مع تطور هذه الإدارة، وتعددت التعريفات التي تقدم حول مفهوم العلاقات العامة، ولا يوجد تعريف واحد جامع للعلاقات العامة، فيري البعض مفهوم العلاقات العامة في ضوء الفكر الإداري، أو من جهة نظر علم الاتصال والإعلام أو التسويق أو علم الاجتماع وعليه نشير هنا إلى بعض التعريفات بغرض توضيح مفهوم العلاقات العامة للعاملين في إدارة المنظمات»¹ ، ومن هذه التعريفات:

- «مفهوم قاموس ويبستر الدولي للعلاقات العامة بأنها: «مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتجاه أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطنية وسلمية مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام . وذلك لتفسير نفسها للجميع حتى تكسب رضاه»².

- « كما يعرفها إدوارد بيرنز وهو أحد الخبراء في مجال العلاقات العامة بأنها: «عملية التواصل بالمعلومات والاقتناع والتكيف لكسب التأييد العام لنشاط أو هدف أو حركة منظمة ما فقد صاغ إدوارد بيرنز مفهومًا حديثًا للعلاقات العامة علي أساس أنها: معلومات يتم تغذية الجمهور بها أو هي عمليات إقناعية موجهة للجمهور بهدف تعديل اتجاهه وسلوكه أو أنها مجهودات لخلق تكامل اتجاهات وتصرفات المنظمة واتجاهات وتصرفات جمهورها»³.

¹ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة، عمان، الأردن، ط1، 2011م، ص 17.

² غريب سيد أحمد، علم الاجتماع و الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1996، ص11.

³ عرسان يوسف الزوبعي، العلاقات العامة والتنمية، دار أسامة، عمان، الأردن، ط1، 2016م، ص15.

كما أشار تعريف العلاقات العامة للجمعية للعلاقات العامة الأمريكية بأنها: «نشاط أي صناعة أو اتحاد أو مهنة أو أي منشأة أخرى في بناء علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحول سياساتها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسات للمجتمع».¹

«في حين عرفها الدكتور علي عجوة بأنها الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكي تكتسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع».²

- «أما إبراهيم إمام عرف العلاقات العامة بأنها فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم».³

- «في نفس السياق عرفها الدكتور ياسين خضير وآخرون كتعريف معاصر: بأن العلاقات العامة هي نشاط منهجي مخطط لإدارة سلوك الجمهور والمؤسسة معا، باستخدام الفنون والمهارات في بناء علاقة نموذجية في اتجاهين بهدف كسب الجمهور وتأييدهم للنشاطات المختلفة باستخدام علم الإقناع في الوسائل الاتصالية التقليدية والإلكترونية، بما يتناسب مع، القوانين وخصوصيات المجتمع وفلسفة وأخلاقياته ورغباته الجمهور وحاجاته الاجتماعية والسيكولوجية ومصالح المؤسسة وتطلعاتها»⁴

- «وعرفها كانفيلد ومور: على أنها الفلسفة الاجتماعية للإدارة التي تعتبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه».⁵

¹ د علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة و الإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، ط1، 2006م، ص 18 .

² أ، د، عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى العلاقات العامة، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط1، 2011م، ص 154-155.

³ أم د عرسان يوسف الزوبعي، مرجع السابق، ص 15.

⁴ عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية، عمان الأردن، ط1، 2013م، ص، 22.

⁵ لبصير فطيمة، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، "مجلس الأمة نموذجاً" مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة جامعة متوري قسنطينة، إشراف أ، د فضيل دليو، 2007م، 2008م، ص 66.

- «ويرى أدريان باراديز بأن العلاقات العامة هي التعامل الناجح مع الأفراد، والاهتمام بنشاط يؤدي إلى منفعة الأفراد، أو يهدف إلى كسب ثقتهم، تقوم وظيفة العلاقات العامة وبرامجها بصياغة سياسات ووضع استراتيجيات المؤسسة بما يتلاءم مع مستلزمات البيئة الخارجية، إضافة إلى تنوع وتزايد حاجات يريد المستهلك إشباعها نتيجة التغيرات البيئة المفاجئة، لأن المؤسسة تعتبر كذلك كيان اجتماعي يتفاعل مع البيئة الخارجية، بحيث تتأثر بيئة المؤسسة الداخلية بعناصر من هذه البيئة».¹

- - «كما تم تعريفها بأنها عملية مستمرة تستخدم أدوات الإعلام ووسائل الاتصال بعد الاتصال بعد قياس اتجاهات الرأي العام وتحليل نفسية الجماهير المعنية بالهيئات الاجتماعية طبقاً لمنهاج علمي يمكن عن الفئات المذكورة من الجماهير يهدف إيجاد التفاهم و الاتفاق والتكيف بين المؤسسات وجماهيرها المختلفة، وبذلك تتحقق الفائدة للجميع».²

وتأسيساً على ما تقدم تعرف الدراسة الحالية العلاقات العامة على أنها: جملة النشاطات الإدارية التي يتم فيها استعمال مختلف أنواع وسائل الاتصال بغية تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة ومنه إبراز وتحسين صورتها.

¹ بوخناف هشام، وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على اداء المؤسسة العمومية الجزائرية " دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر - عنابة" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علاقات عامة إشراف بروفيسور سموك علي، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2010-2011م، ص 24.

² احمد محمد موسى، العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط1، 2007م، ص 19-20.

2- أسس ومبادئ العلاقات العامة:

أولاً: أسس العلاقات العامة:

تعتبر العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية، اعتدت جذورها منذ أن وجد الإنسان على هذه الأرض ومما لاشك في إن المجتمعات البشرية أينما وجدت نشأت بينها العلاقات والاتصالات، والمعاملات حتى تستطيع هد التجمعات أو توجه متطلبات الحياة، والعلاقات العامة باعتبارها إحدى العلوم الاجتماعية التطبيقية أصبحت تقوم على مجموعة من الأسس والركائز العملية يمكن تحديد فيما يلي:

1- «يرتكز الإعلام على الديناميكية والحيوية وقوة التفاعل بين القائمين بها القوة المؤثرة وبين الجماهير المتنوعة القوة المتأثرة ولذا يجب أن تتصف المؤسسات والهيئات بالفاعلية والإيجابية حتى يمكنها التغلب على المعوقات التي تواجهها أثناء، استخدامها لوسائل الاتصال وأدوات الإعلام من أجل التأثير في الجماهير.

2- العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية ذات نشاط متسع أصبحت تعمل في العديد من المجالات الاجتماعية والصناعية والاقتصادية، بالإضافة إلى أنها توجه في المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء وبين جميع فئات جماهير هذه المنتجات ولذلك فهي لا قوم على الطائفية أو العنصرية والتحيز، بل تتعامل مع جميع الجماهير بغض النظر على جنسهم وثقافتهم أو اتجاهاتهم أو الحالة الاجتماعية»¹.

3- «ترتكز العلاقات العامة على مجموعة من المبادئ والقيم الأخلاقية والتي تقوم على أساس من الثقة و الاحترام المتبادل بين كل من المؤسسة أو الهيئة وجماهيرها، وبالتالي فهي لا تستخدم أساليب الغش والتدليس والخداع.

4- تركز العلاقات العامة على ركائز اجتماعية وذلك من خلال تدريب جماهير المؤسسات والهيئات على تحمل المسؤولية الاجتماعية وذلك بعد تبصيرهم بإمكانيات هذه المؤسسات ومجهوداتها والعوائق التي تقف أمامها في تحقيق رسالتها.

¹ عماد تاج السر فقير ، المرجع نفسه ، ص 28.

5- تركز العلاقات العامة على مبدأ هام هو توافق برامجها مع ظروف المجتمع من أجل إشباع حاجات أبنائه ولذا فإن برنامج العلاقات العامة يجب أن يمتاز بالتجديد المستمر و الابتكار من أجل خلق عنصر التسويق¹.

- وهناك ركائز وأسس أخرى تقوم عليها العلاقات العامة الناجحة تتلخص فيما يلي:

- الديناميكية والحيوية: وتعتمد على قوة التفاعل بين القوى المؤثرة والمتأثرة ولذلك يجب أن تتصف المؤسسة بالفعالية والإيجابية حيث تتغلب على المعوقات التي تواجهها وتضع رد فعل الجمهور موضع لدراسة والبحث.
- تركز العلاقات العامة على المبادئ الأخلاقية وتراعي الدساتير الدولية لآداب مهنة العلاقات العامة وأخلاقياتها، بما فيها حق الإنسان في التمتع بحرية الرأي والتعبير وحقه في أن يعلم ويعلم وحقه في المعاملة الإنسانية التي تحفظ الكرامة وتدعو إلى العمل والإنجاز.
- كما تركز على ركائز اجتماعية من زاوية حرصها على المصالح العامة وخدمة المجتمع والاضطلاع بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.
- كلما ازدادت إدارة العلاقات العامة والعاملين بها وعياً وتمسكاً، بالركائز والمعايير الأخلاقية والاجتماعية، كلما كانت أكثر إلماماً بجوهر العلاقات العامة وماهيتها، بما يؤدي إلى تحقيق النتائج الفعالة في تعاملاتها مع جماهيرها على تنوعها ومع الإدارة العليا، بما يدعم من مكانة المؤسسة داخل المجتمع وبين المؤسسات الأخرى أيضاً يدعم من مكانة إدارة العلاقات العامة ويزيد من وعي الإدارة العليا من أهميتها والحاجة إليها.
- وتعد الأخلاق والثقة والمصداقية من أهم أسس العلاقات العامة الناجحة فلم تعد مهمة إدارة العلاقات العامة مجرد تنظيم الزيادات والاحتفالات بل أصبحت بمثابة ناصح أمين للإدارة يساعدها على تشكيل الآراء الخاصة بجماهيرهم وميولهم واحتياجاتهم مما يؤكد تزايد أهمية الدور الاجتماعي الأخلاقي للعلاقات العامة.

¹ أ.د محمد عبد الفتاح محمد ، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، الإسكندرية، 2006، ص 42-43.

● للعلاقات العامة عدة جوانب اجتماعية: حيث تهدف المؤسسة من خلال إدارة العلاقات العامة إلى مساعدة جمهورها على التكيف الاجتماعي بهدف خلق رأي عام مؤيد، أيضا جانب أخلاقي، وفيه تحاول إدارة العلاقات العامة تطبيق مبادئ تقوم على احترام الكيان الإنساني وتستخدم الإقناع والتفسير والأمانة مع الجمهور، أما الجانب السلوكي للعلاقات العامة فيتمثل في التعامل مع أفراد الجمهور ككائنات إنسانية ذات طبائع مختلفة، من ثم يجب أن يكون القائم بالاتصال ببرامج العلاقات العامة مدركا لتلك الأسس وان تكون لديه دراية بأساليب قياس الرأي العام والتأثير في الاتجاهات.¹

ثانيا: مبادئ العلاقات العامة:

- يعتمد القائمون بالعلاقات العامة في أي مؤسسة على مجموعة من المبادئ المتمثلة في ما يلي:

أ- المسؤولية الاجتماعية:

- من واجب المؤسسة أن تكون عنصر نافعاً في المجتمع، بحيث تقوم عليها مسؤولية خدمتها، العمل على تقدمه وتحقيق رفاهيته وتلبية كل رغبات وميولاته فالعلاقات العامة تساهم في رفع مستوى معيشة الأفراد كتقديم المنح والمستلزمات الدراسية، والإعانات والقيام بالأبحاث والدراسات المعالجة للمشاكل التي في المجتمع ومنه فهي تعمل على تحقيق المصلحة العامة والخاصة معا للمؤسسة وفي حالة تعارض هاتين المصلحتين تتدخل العلاقات العامة للتوفيق بينهما وتقديم الحلول الممكنة .

ب- تقديم المعلومات الصحيحة في المؤسسة وكشف الحقائق للجمهور:

- إن الإدارة الحديثة تعمل في شفافية ووضوح ولا تخفي عن الجمهور الداخلي والخارجي المعلومات والحقائق التي تخص المؤسسة والتي من حقهم الاطلاع عليها عدا الإسرار الخاصة بعمليات الإنتاج بحيث إذا التزمت المؤسسة بعمل الصريح استطاعت كسب الجمهور وإبعاد الشكوك التي تؤدي إلى ظهور الشائعات.

¹ د، شدوان على شبيهه، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، قسم الاجتماع شعبة الاتصال والإعلام، كلية الآداب -جامعة الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2014م، ص 61-62..

ج- إتباع المنهج العلمي في العمل:

- يقتضي هذا العمل إتباع المنهج العلمي لدراسة المشكلات التي قد تواجه المؤسسة ومحاولة حلها قصد الوصول إلى قرارات سليمة في الأخير وذلك بإتباع طرق المنهج العلمي.

د- خلق الثقة لدى الجمهور وكسب تأييده.

و- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة.

ن- الطابع الديمقراطي للعلاقات العامة.¹

3- وظائف وأهداف العلاقات العامة:

أولا: وظائف العلاقات العامة:

ليس العبرة أن تجد تنظيما للعلاقات العامة بل العبرة بنتائج عملها ومدى قيامها بمسؤولياتها في إطار ذلك التنظيم، إضافة إلى كيفية تأدية العلاقات العامة أو تنظيم العلاقات العامة لعمله، ويحقق أهدافه المقصودة لإيجاد علاقات متينة بين المؤسسة وجمهورها، ولن يتم ذلك إلى من خلال الوظائف والمهام التي يؤديها هذا الجهاز، ويحدد الباحثون عدة مهام أو وظائف رئيسة للعلاقات العامة تتمثل في مايلي :

1. البحث

2. التخطيط

3. الاتصال

4. التنسيق

5. التقويم²

¹ بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيمياة - سكيكدة-مذكرة مكملة للنيل شهادة ماجستير- علوم الإعلام والاتصال - إشراف د، ليلي بن لطرش جامعة منشوري- قسنطينة - 2009-2010، ص 41.

²أ، د، عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع سابق ،ص38.

أ. البحث: «تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة آراءهم واتجاهاتهم حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة فبالنسبة للجامعة مثلاً يمكن معرفة اتجاهات الرأي بين الأساتذة والطلبة وأولياء الأمور. وفي الجيش يمكن معرفة الرأي بين الجنود والضباط وغيرهم من الفنيين في الشركات والوزارات تدرس اتجاهات الرأي العام بين الموظفين والعمال وبالإضافة إلى ذلك تقاس اتجاهات الرأي بين الجماهير الخارجية كالمستهلكين والمساهمين والتجار وندرس العلاقات العامة كذلك التطورات الاقتصادية والاجتماعية و السياسية، وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا . وتشمل الأبحاث أيضاً المبادئ الفنية للعلاقات العامة».¹

ب. التخطيط: «وهي الوظيفة الأخرى من وظائف العلاقات العامة فهو النشاط الفعلي الإداري الذي يوجه لاختبار أمثل استخدام لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محددة. ان أهم مراحل التخطيط في العلاقات العامة هي المرحلة المتمثلة في دراسة اتجاهات الجمهور وبالتالي يساعد هذا على التنبؤ بالرغبات والاحتياجات المختلفة، بما يجعل الخطط الموضوعة مستندة إلى أسس عملية معرفة شاملة بما يدور وتوقع أفضل للنتائج».²

ج. الاتصال: «الاتصال وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب ابتكار الإدارة وسائل نقل الخطة للواقع والاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفوية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة، الاتصالات ليست في اتجاه واحد أي أن العملية لا تقتصر على إرسال الرسالة و استلامها بل إدراك مستلمها لمحتواها ومكوناتها . حيث يتم الاتصال بين إدارة العلاقات العامة مع الإجراءات المختلفة وكذلك مع المؤسسات المختلفة في المجتمع وإبراز صورتها الطيبة وموقعها وأهميتها في خدمة الجمهور.

د. التنسيق: تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة ولا بد من التنسيق المستمر مع هيئات المجتمع المحلي

¹ نزار عوني اللبدي ، إدارة العلاقات العامة وتنميتها ، دجلة للنشر ،الأردن ،1،2015، ص ص 63_64.

²أ، د، عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع نفسه، ص ص 40 - 39.

والهيئات التي تماثلها والمراكز الإعلامية وتقوم كذلك بتأمين الاتصالات الإعلامية اللازمة مع الهيئات والمؤسسات الإعلامية لنقل صورة المؤسسة ونشاطاتها المختلفة ووظيفتها في خدمة المجتمع».¹

هـ. **التقويم:** «التقويم يمثل المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة كما أن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى، وظهر التقويم نتيجة للحاجة المستمرة إلى معرفة مدى كفاية خطط العلاقات العامة وبرامجها ومدى حاجات جماهيرها المستمر، وكذلك فهي تمثل عملية التحري العلمي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المختلفة لتلاقيها في الخطط المستقبلية بما يساهم في نجاح المؤسسة، وهذا يؤكد على أن عملية التقويم هي عملية مستمرة تتزامن مع العمليات التحضيرية والتخطيطية والتعبيرية وهماك ثلاثة أنواع من عمليات التقويم:

التقويم السابق على التنفيذ.

التقويم المتزامن مع التنفيذ.

التقويم اللاحق للتنفيذ.

ومن الجدير بالذكر أن البحث والتخطيط والاتصال والتنسيق والتقويم آليات ليس من السهل تطبيقها في برامج العلاقات العامة لكونها نشاطات نوعية يصعب قياسها بوسائل القياس المادية كالحجم والمساحة.

- هناك أيضا تقسيم آخر لهذه الوظائف الذي طرحه كل من كاتليب. سنترويروم: وقد ذهب هذا الفريق في تقسيمه لوظائف العلاقات العامة كما يلي:

- تحليل وتفسير اتجاهات الرأي العام المتوقع، ودراسة القضايا التي تؤثر إيجابيا أو سلبيا على خطط وتنظيم ونشاطات المؤسسة.

- تقديم النصح والمشورة لإدارة المؤسسة خاصة تلك المتعلقة باتخاذ القرارات وعمليات الاتصال والمسؤولية الاجتماعية .

- الاستمرار في عملية البحث والعمل على إعداد البرامج الاتصالية والسهر على تنفيذها وتقويمها من أجل تحقيق أهداف المؤسسة .

¹ فهمي محمد العدوي، المرجع السابق، ص66.

-المساهمة في إعداد الخطط بما فيها وضع الأهداف وتحديد الميزانيات وكذا المساهمة في تدريب الأفراد»¹.

-التقسيم الذي طرحه ماكويل:

- «التوجيه والتفسير والتقييم شخص المؤسسة إلى المجتمع تقدم إيجابي.

-الدفاع عن المؤسسة وممارسة الضبط.

-تنمية وتطوير العلاقات.²

-ورغم تباين التقسيم أو التصنيف للوظائف التي يمكن أن تؤديها العلاقات العامة إلا أن هناك شبه اتفاق

على الإطار العام لهذه الوظائف والذي يتمثل في:

أ-الوظيفة الإعلامية للعلاقات العامة: وتعني كل مجالات أو أنواع الممارسة الإعلامية.

ب-الوظيفة الاستعلامية للعلاقات العامة: وتعني كافة الدراسات المتعلقة بالجمهور

ج-الوظيفة التنسيقية للعلاقات العامة: وتعني تنظيم شبكة العلاقات داخل المؤسسة وخارجها .

وقد صنف مجموعة من الباحثين في مجال الاتصال وظائف العلاقات العامة كمايلي:

1. وظيفة البحث: تتمثل وهذه الوظيفة في كافة الجهود المتعلقة بمعرفة اتجاهات وأراء الجمهور حول ممارسة العلاقات العامة سواء كان فردا أو مؤسسة.

2. وظيفة التخطيط: وتعد من أهم الوظائف بل هي الأهم لأنها معنية بوضع التصور المتكامل لأنشطة العلاقات العامة وبرامجها، وتحديد الأهداف المرجوة من تلك البرامج والأنشطة مع اقتراح الوسائل لتنفيذها.

3. وظيفة التنسيق: والتي تكمن في مدى قدرة العلاقات العامة على التقريب بين مكونات شبكة العلاقات الخاصة بالمنشأة على المستويين الداخلي والخارجي.

¹ أ، د، عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 40-41

² ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، دراسة ميدانية بالمستشفى الجامع ابن بادية، قسنطينة - مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، 2008-2009، ص 103-104.

4. وظيفة الإدارة: وتقوم العلاقات العامة فيها بدور الداعم لمختلف الإدارات والأقسام في المؤسسة والمعاون لها على أداء مهامها.

5. وظيفة الإنتاج: وهي عملية إعداد وتهيئة المواد والبرامج الإعلامية المختلفة التي يكون هدفها تحسين الصورة الذهنية للجمهور اتجاه المؤسسة»¹.

¹ عماد الدين تاج السر فقير، المرجع نفسه ، ص ص28،27 .

ثانياً: أهداف العلاقات العامة:

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق جملة من الأهداف في المؤسسة ونجملها كالتالي:

1- تحسين السمعة أو الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة:

وذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة وشرح سياستها وأهدافها كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة حكومية أو خاصة، ونفسرها تفسيراً جيداً حتى نضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها ويكون ذلك عن طريق برامج توطيد السلعة وتنظيم الزيارات الجماهيرية للمؤسسة، أو تنظيم المعارض من خلال مساهمة المؤسسة في أنشطة المجتمع المحلي التي تمكن من زيادة المبيعات، كما تساهم أيضاً في الأنشطة الثقافية والرياضية أو الفنية والاجتماعية والهدف الكلي هو الترويج لاسم المؤسسة وتحسين سمعتها.

2- كسب الجمهور الداخلي:

أن تعمل العلاقات العامة على إشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة وذلك بتحسيسهم بالانتماء و المساهمة في حل مشاكلهم الخاصة ومحاولة توفير لهم ما يعرف بالاستقرار الوظيفي كما تشجع الأنشطة الثقافية والاجتماعية ورحلات لترفيه عن العمال .

3- كسب الجمهور الخارجي:

تعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف وأنشطة العلاقات العامة، فعلى أي مؤسسة أن تقوم بتحديد أهم الجماهير المتصلة بها، ثم تسعى بعد ذلك إلى تدعيم علاقتها معها والعمل على إرضائهم بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف. وتدعيم هذه الأهداف بهدفين آخرين هما:

- معرفة اتجاهات الجمهور الحقيقية نحو نشاطات المؤسسة وعرضها على قيادة هذه المؤسسة.

- إعلام الجمهور بنشاط المؤسسة وبرامجها وأهدافها الأساسية لكسب تعاونه¹.

¹ لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح بقسنطينة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير-علوم الإعلام والاتصال-إشراف د، حسين خريف، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2007م، ص ص 77-78.

كما تم تحديد الأهداف في الجوانب الرئيسية الآتية:

1- الجانب الاجتماعي:

حيث تهدف العلاقات العامة إلى مساعدة المواطنين على التكيف الاجتماعي مع الجماعة تبعاً لحاجاتها ومطلبها والانطواء تحت حظيرة الرأي العام.

2- الجانب الأخلاقي:

فيه تحاول العلاقات العامة إقامة مبادئ تستند على احترام الكيان الإنساني وفردية الإنسان وتبعد الإنسان عن استخدام أساليب الإرهاب وتعتمد على استشارة الإنسان وعلى التشويق القائم على عمليات التوضيح النفسي والتبصير والمعاونة السليمة.

3- الجانب السلوكي:

هو أمر جانب فيها حيث يتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طابع مختلفة تكوين نفسي متغير من فرض لآخر بل أن الفرد في ذاته يتغير من وقت إلى آخر بل ومن لحظة إلى أخرى ومن السهل التأثير على الأفراد وتوجيههم ولدى يجب أن يقوم بتنفيذ برامج العلاقات العامة أفراد لهم دراية بأساليب قيادة الرأي العام وأن يكون من المؤمنين بأهمية الرأي العام وكيفية الوقوف على الطبيعة البشرية وطريقة استخدام أساليب الاستشارة الفعالة على الجماهير.¹

كما أن هناك عدة أهداف تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها من أهمها:

1. تعريف جماهير المؤسسة بأهدافها وسياستها ومنتجاتها.
2. إحاطة الإدارة عن اتجاهات جماهير المؤسسة وأراءها.
3. المساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المنظمة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها وذلك من خلال وضع برامج للعلاقات العامة يهدف إلى تحسين العلاقات مع الجماهير .
4. نصح وإرشاد الإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة .
5. كما تسعى العلاقات العامة لتثقيف وتوعية الجمهور مستخدمة في ذلك وسائل الإعلام المختلفة.

¹أ، د، محمد عبد الفتاح محمد، مرجع نفسه، ص 61.

تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوفيق والانسجام بين المنظمة والجمهور سواء كان هذا الجمهور داخليا أو خارجيا، كما تهدف أيضا إلى رفع الكفاية والإنتاجية بتوفير العامل المادي والمعنوي وزيادة الفوائد التي تعود على أصحاب الشركة أو المؤسسة وعملها وذلك بوضع برامج لتحسين خدماتها أو منتجاتها.¹

¹ مرتضى البشير الأمين، الاتصال في العلاقات العامة، دار أمواج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016، ص76.

4- الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها:

تقوم عملية الاتصال في دوائر العلاقات العامة على أساس نقل المعلومات للجهات المعنية واستقبال معلومات مهمّة، بهدف إحداث تغيير معيّن، وتعدّد وسائل الاتصال التي تفي بهذا الغرض، وتمثّل على سبيل الذكر فيما يلي:

- عقد الاجتماعات مع الجهات الممولة والبنوك الداعمة لعمل المنظمات.
- المشاركة في المؤتمرات على المستوى الدّولي والمحليّ.
- الاتصال عبر البريد الإلكترونيّ والفاكس والهواتف النّقالة أو عن طريق صفحات مواقع التواصل الاجتماعيّ الخاصّة بالمؤسّسات.

توجد عدة تصنيفات لوسائل الاتصال في العلاقات العامة من بينها مايلي :

1- وسائل الاتصال الشخصي الوسيط:

- -التمثلة في: التليفون، التلغراف، التليكس، الفاكس الإذاعة الداخلية، والدوائر التلفزيونية المغلقة.
- اتصالات الحاسب الإلكتروني: الأنترنت، و الاكسترنات الداخلي للمؤسسة والانترنت الشبكة المحلية التشاركية ضمن حدود معينة.
- مكبرات الصوت، الأجراس، وصفارات الإنذار.
- -تسجيلات الفيديو.
- -التقارير اليومية، الدورية، والسنوية، المذكرات الداخلية، والخطابات، والرسائل بالإرسال المباشر أو بواسطة البريد، لوحة الإعلانات، صندوق المقترحات، الاستثمارات.

2- وسائل الاتصال الشخصي المباشر:

- -الاتصال بقيادة الرأي العام في المجتمع والاشترك في المسابقات العامة.
- -خدمة المجتمع المحلي.
- رعاية العاملين، الزيارات، الاجتماعات، المقابلات، المناقشات والمحادثات الرسمية و غير الرسمية.¹

¹ أحمد أمين محمد عتوم 'أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة ،دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية ،رسالة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط 'عمان 'الأردن ،2016م ،ص ص 15-18.

3- وسائل الاتصال الجماهيري:

مجلة المنشأة، ، البيانات الصحفية، الكتيبات، الأدلة الإرشادية، مطويات الموجزة المصورة، الخرائط، التخطيطات التوضيحية، اللافتات والملصقات والندوات، المحاضرات الأحاديث والخطب العامة، ، المناظرات، المعارض، أفلام العلاقات العامة الوثائقية، الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، السينما، المسرح.¹

وفي تصنيف آخر نجد:

1- النشريات الدورية للمؤسسة: لها هدف اتصالي بالإضافة إلى وجود الملصقات واللافتات الاشهارية... الخ، أما الوسائل المعينة البصرية، فهي متمثلة في الجريدة المعلوماتية، والموجهة خصيصا إلى جمهور معين، تقوم باقتراح محاضرات ودروس تقدمها إدارات المؤسسة أو المشاركة في نشاطات ثقافية وعملية تنظمها مؤسسات أخرى .

2- المقابلات: تتمثل في المنتقيات، الأيام الدراسية، المؤتمرات، أيام الأبواب المقترحة، الندوات، التدشين ، المعارض الثابتة والمتجولة، المقابلات الشخصية مع مسؤولي المؤسسة. وبالنسبة للمعارض فإنها تستخدم لأسباب إعلامية وترويجية للسلع والخدمات لإبراز إنتاج المؤسسة وتحسين صورتها العمومية أو لمعرفة اتجاهات جمهورها.

3- المعارض: قد توضع هذه المعارض أمام مكاتب المنظمة و منشآتها أوفي الأماكن العامة، وغالب إما يحدد نوع المعرض أو الواجهة وفقا لمكان الذي سيقام فيه، كما تسعى المعارض لتحسين صورة المنظمة لدى الرأي العام، وكسبه لجانبها وذلك بتزويده بالمعلومات المختلفة على شكل رسومات و تخطيطات، فمن خلال المعارض يمكن الإعلام عن تاريخا لمؤسسة، نشاطها الحالي، خططها لمنظمة، منتجات المنظمة، التكريمات، والجوائز.... الخ

4- التحفيزات والتشجيعات: وتتمثل في:

-منح أسفار تحفيزية فترات تدريبية .

-تقديم منح دراسية ونهايات أسابيع استجمامية.²

¹ احمد أمين محمد عتوم ، المرجع نفسه ،ص 18.

² حاج احمد كريمة 'المرجع السابق ،ص 120.

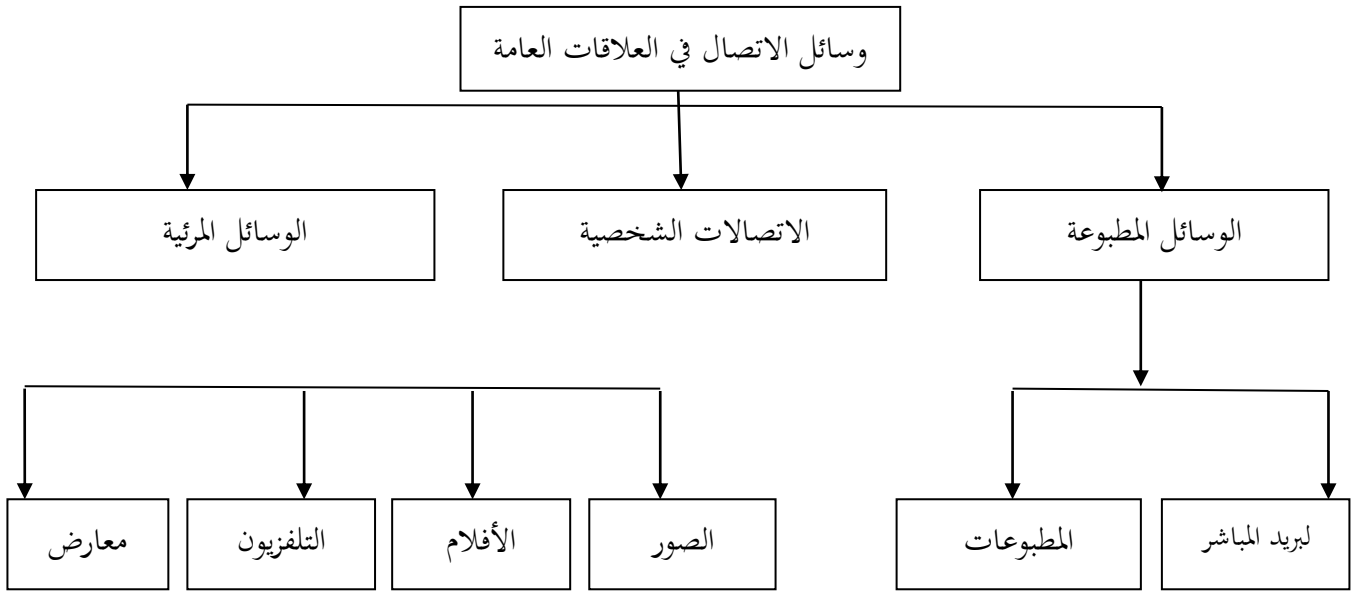
- القيام بدعوات خاصة للمشاركة في الملتقيات التجارية، والأمنيات التكرمية لتدشين المقرات، وافتتاح المؤتمرات والمحاضرات ولزيارة المؤسسة وورشات العمل أو قاعات التدريس والبحث.

5- الأعمال الخيرية: وهي إحدى الوسائل التقنية للعلاقات العامة وتعني تجسيده مختلف

إمكانيات المؤسسة لخدمة قضايا ذات منفعة أو مصلحة عامة كدعم مجاني مقدم للمؤسسات الدينية الثقافية، الاجتماعية... ومن أهدافها تمكين المؤسسة من التغلغل في النسيج الاجتماعي و الاستفادة من الأثر الاجتماعي الإيجابي على صورة المؤسسة.

وبما أن العلاقات العامة شأنها شأن أي فرع من الفروع المؤسسة في استخدامها لعدد من الاتصالات التي تمكنها من تنفيذ أهدافها المحددة من قبل إدارة المؤسسة، ولقد أوضح ثامر البكري هذه الوسائل في الشكل التالي:¹

الشكل (1): وسائل الاتصال في العلاقات العامة:



المصدر: حاج أحمد كريمة، المرجع السابق، ص 122.

¹ حاج أحمد كريمة، المرجع السابق، ص 122.

المبحث الثاني: مدخل مبسط حول المسؤولية الاجتماعية

1-تعريف المسؤولية الاجتماعية:

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفا بشكل واضح في النصف الأول من القرن العشرين حيث كانت المنظمات تحاول تعظيم أرباح بكافة الوسائل، ولكن مع النقد المستمر لمفهوم الأرباح فقد ظهرت دوافع لأن تتبنى دور أكبر اتجاه البيئة التي تعمل فيها. وبالرغم من صعوبة تحديد تعريف دقيق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية إلا أنه هناك عدة اجتهادات هادفة إلى تعريفها فيما يلي:

«قد أشار "Holmes" إلى أن المسؤولية الاجتماعية ما هي إلا التزام على منشأة الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمة ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها»¹.
«ويشير Bernant إلى أن الوصول إلى تشخيص متكامل للمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال في حقيقة الأمر ليس بالعملية بل أنها عملية معقدة جدا ويرجع هذا بالأساس إلى أمرين:
الأول: يتمثل في وجود عدد كبير من أصحاب المصالح الذين تتعدد أهدافهم وتباين بل وتتناقض أحيانا.
الثاني: وجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع مع هذه المنظمات وبين ما يتصوره رجال الأعمال من إمكانيات يمكن أن تقدمها منظماتهم للمجتمع»².

-«حدد الاتحاد الأوروبي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال على انه سلوك تقوم على أساسه الشركات لتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئة في تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل طوعي»³.

¹ محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية مصر، ط1، 2007م، ص 15.

² طاهر محسن منصور الغالي، د. صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط3، 2005، ص ص 48-49.

³ رسلان حضور، التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا، ندوة الثلاثاء الاقتصادية 24، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، دمشق، سوريا 26/11/2022، ص6.

- «يعتبر "Bowen" أول من قدم تعريف لها، الذي يعد اعترافاً صريحاً بوجود مسؤولية تقع على عاتق المؤسسة ترتبط مباشرة بالآثار التي تتركها المؤسسة على مجتمعها».¹

- «في حين عرفها معيار الإيزو ISO26000= المسؤولية الاجتماعية تظهر في أثر قرارات المؤسسة ونشاطاتها على المجتمع والمحيط من خلال سلوك يتسم بالثقافية و الأخلاقية حيث يساهم في التنمية المستدامة بأخذ عين الاعتبار توقعات أصحاب المصالح احترام القوانين والاتفاقيات».²

«والمسؤولية الاجتماعية: هي واجب والتزام من جانب منظمات الأعمال اتجاهاً المجتمع بشرائحه المختلفة شرط أن يكون هذا التوجه طوعاً ومتجاوزاً للالتزامات المنصوص عليها قانوناً».³

«ويمكن ذكر التعريف التالي للمسؤولية الاجتماعية للباحثين Chang and Flores وهو أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام متخذ القرار بانتهاج أسلوب للعمل يؤمن من خلاله حماية المجتمع وإساعده ككل فضلاً عن تحقيق منفعته الخاصة».⁴

«يرى السيد الشحات خضر أن المسؤولية الاجتماعية للمشروع تتمثل في جميع الأنشطة التي يقوم لها للوفاء باحتياجات اجتماعية سواء للبيئة الاجتماعية الخارجية أو الداخلية وينشأ عنها تكاليف أو ضياع يمكن قياسه بطريقة أو بأخرى دون أن يعود على المشروع منها فائدة أو منافع، سواء قام بهذه الأنشطة اختيارياً أو إلزامياً تنفيذاً لأحكام القوانين واللوائح».⁵

¹ قاسمي كمال، بعلي منية، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كأحد المتطلبات الحديثة لدعم العلاقات العامة، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 3، 2016، ص ص83-84.

² مجيدر بلال، حمر العين عبد الرزاق، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية مجلة أوراق اقتصادية، ا، مجلد 3، العدد2، 2019، ص 139.

³ فارس نبيل عجيلات، المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركة الاتصالات الأردنية، دراسة حالة شركة الاتصالات الأردنية، إشراف عبد الرزاق الدليمي، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2012/2011، ص24.

⁴ محمد الصيرفي، المرجع نفسه، ص ص 17-18.

⁵ ثامر ياسر البكري، التسويق. والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان الأردن، ط1، 2001، ص26.

«المسؤولية الاجتماعية هي نظرية أخلاقية، يكون الأفراد فيها، مسؤولين عن أداء واجبهم المدني، كما أن تصرفات الفرد يجب أن يستفيد منها المجتمع بأسره، و بهذه الطريقة يجب أن يكون توازن بين النمو الاقتصادي ورفاهية المجتمع والبيئة، إذا ما تم الحفاظ على هذا التوازن يتم تحقيق المسؤولية الاجتماعية».¹

«وتعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها طريقة عمل المؤسسة والتي من خلالها تدمج الاهتمامات والقضايا الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والأنشطة داخل الشركة بشفافية ومحاسبة لئتم تطبيق أحسن الممارسات».²

«كما يعرفها المرصد الفرنسي ORSE بأنها تحسين كل طاقات المؤسسة كي تساهم بشكل إيجابي إلى جانب كل الفاعلين العموميين في التنمية المستدامة ويكون ذلك بإدماج الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في أنشطتهم وهذا حتى تصبح متوائمة مع أهداف التنمية المستدامة .

كما عرفتها الفرقة الدولية للتجارة: بأنها التزام مؤسسات الأعمال الطوعي بإدارة أنشطتها على نحو مسؤول».³

«ويعرفها معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية: بأنها تركز على الحقوق والواجبات وإشباع الحاجات، وحل المشكلات: وأنها لا بد أن ترتبط بمدى مساهمة أفراد المجتمع، واشتراكهم لإشباع احتياجاتهم وحل مشكلاتهم معتمدين على أنفسهم، والمسؤولية الاجتماعية تكون متبادلة بين الأفراد والجماعات وبين المجتمعات المحلية والمجتمع العام.

تتحد مسؤوليات الأفراد والجماعات وفقا للأدوار التي يقومون بها والتي تحددها التوقعات المتبادلة المرتبطة بقيم المجتمع ومعاييرها وأيضا المسؤولية الاجتماعية هي وعي وممارسة الأفراد والمجتمعات والقطاعات

¹ <https://www.pachamama.org/social-justice/social-responsibility-and-ethics> pachamama ,01/03/2020 20:30 .

² أحمد كردي ، كنانة أونلاين دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية،

<http://www.kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/159111> . , 01/03/2020 , 13 :45.

³ العايب عبد الرحمان، التحكم في الإداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة فرحات عباس سطيف الجزائر، إشراف، دبكة الشريف، 2010، ص 50.

الحكومية والخاصة بالواجبات الإنسانية والبيئية والاستمرار في الدور الذي يؤديه ويقوم به تجاه المجتمع والمصالح العام ويتحمل نتائجها»¹.

جدول رقم (1): تعريف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات.

التعريف	المصدر
تعد المسؤولية الاجتماعية كمنتوج Product.	Murray & Montanari 1986، 817.
عقد اجتماعي بين المنظمة والمجتمع الذي تعمل به.	Goolsby ، Hunt 1992.
التزام المنظمة للعمل بطرق تخدم مصالحها وتخدم أصحاب المصالح المتأثرين بسلوكها بشكل عام.	Schermerhorn، 2001، 126.
القيام بالأشياء الصحيحة	O 'brien & Robinson 2002، 3.
تعني إدارة عادلة وفاعلة تسهم في تطوير الاقتصاديات	Fulop & others ، 2000، 15

المصدر: فؤاد محمد الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2003، ص 40.

¹ عادل عامر، الصدى نت ،

2-مجالات وأبعاد المسؤولية الاجتماعية:

أولاً: مجالات المسؤولية الاجتماعية:

أصبحت المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تمثل بعداً هاماً يتكامل مع الأبعاد الأخرى التي ينبغي للمنظمة تحقيقها على المدى البعيد والقريب.

وقد وقعت المنظمات تحت تأثير العديد من الضغوط التي دفعتها نحو أداء الأنشطة والبرامج الاجتماعية ومن أهم هذه الضغوطات ما يلي:

أ. التشريعات الحكومية: وذلك من حيث الحدود والتوجيهات التي تضعها الحكومة للمشاركة في المجالات الاجتماعية المختلفة والأماكن التي تتواجد بها.

ب. المنافسة: حيث تشتد المنافسة بين مختلف المنظمات سواء على المستوى القومي أو الدولي مما يجبر هذه المنظمات على القيام بالعديد من الجوانب التي تنعكس مسؤوليتها لبناء سمعة طيبة لها.

ج. التقدم الفني والتكنولوجي: مما يضيف أفكار جديدة ويفتح مجالات أوسع للمزيد من مشاركة المنظمات في المسؤولية الاجتماعية.

د. الثقافة والتعليم: فتقدم المعلومات والمعارف والقيم وتطويرها يلزم المنظمات بمراعاة وتطوير سياسات العاملين وشؤونهم وتقييم أعمالهم ومراعاة رغباتهم.

ر. جماعة الضغط: والتي تمارس بدورها ضغوطاً على المنظمة لإجبارها على القيام بالمسؤوليات الاجتماعية مثل جماعات حماية المستهلك وغيرها.

هـ. اتجاهات الإدارة: حيث تلقى الاتجاهات في الإدارة على المديرين أعباء ومسؤوليات متعلقة بقيام المنظمة بمسؤولياتها الاجتماعية للمساعدة في تحقيق الأهداف.¹

ثانياً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لقد توسع مفهوم المسؤولية الاجتماعية في إطار البحوث ودراسات حولها ويمكن هنا التركيز على

اثنتين من وجهات النظر حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

¹ محمد الصيرفي، المرجع نفسه، ص 49-50.

وجهة النظر الأولى: «تشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية لها بعدين داخلي وخارجي، في البعد الداخلي ينصب تطبيق ممارسة المسؤولية الاجتماعية على الأفراد العاملين مثل رأس المال البشري والصحة، السلامة، الإدارة، في حيث تمارس المسؤولية الاجتماعية في بعدها الخارجي بالبيئة أساسا وتتركز على إدارة الموارد الطبيعية المستخدمة في عمليات الإنتاج وتمتد إلى المجتمع المحلي والمدارس والجامعات والمنظمات غير حكومية التي تنشط في المجتمعات المحلية أو البيئة: اعتمد iso26000 مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وفي هذا الصدد فإن مسؤولية المنظمة تتحدد في تأثير قراراتها التي تنجزها على البيئة المجتمع والبيئة في إطار سلوك تنظيمي يتسم بالشفافية والأخلاق».¹

وجهة النظر الثانية: الأبعاد الأربعة الرئيسية التي حددها الباحث Caroll وهي كالتالي:

1. البعد الاقتصادي: حيث تمارس منظمة الأعمال أنشطة اقتصادية لتحقيق الكفاءة والفعالية، وتستخدم الموارد بشكل رشيد لتنتج سلع وخدمات بنوعية راقية وتوزع العوائد بشكل عادل على عوامل الإنتاج المختلفة بتحقيق ذلك تكون قد تحملت مسؤولية اقتصادية.

2. البعد القانوني: حيث يندرج في هذا الإطار الالتزام الواعي والطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع سواء كان هذا في الاستثمار أو جور أو العمل أو البيئة أو المنافسة أو غيرها.

3. البعد الخيري: الذي يشتمل على التبرعات والهبات والمساعدات الاجتماعية الخيرية التي تخدم المجتمع ولا تهدف إلى الربح، كما قد تتبنى المنظمة في هذا الإطار قضية أساسية من قضايا المجتمع وتعمل على دعمها ومتابعتها.²

- تدريب العاطلين عن العمل على المدى الطويل وأيضا توفير الرعاية اليومية للأمهات العاملات.³

¹ د، محمد عبد حسين طائي، المسؤولية الاجتماعية للشركات وأخلاقيات الأعمال، دار الثقافة، ط1، 2016م، عمان، الأردن، ص 27.

² طاهر محسن منصور، نعمة عباس الخفاجي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن، 2008، ص 289.

³ د، محمد عبد حسين الطائي، المرجع السابق، ص 28.

4 البعد الأخلاقي: التي تراعي من خلاله منظمة الأعمال الجانب الأخلاقي في كل قراراتها أو مسارها في الصناعة التي تعمل فيها، تجنباً لأي ضرر قد يلحق المجتمع.

الشكل رقم (2): منخطط كارول CARROLL للمسؤولية الاجتماعية

المسؤولية الخيرية: إن التصرف كمواطن صالح يسهم في تعزيز الموارد في المجتمع وتحسين نوعية الحياة فيه.
المسؤولية الأخلاقية: عندما تراعي المنظمة الأخلاق في قراراتها فإنها تعمل ما هو صحيح وحق وعادل وتتجنب الأضرار بالفئات المختلفة.
المسؤولية القانونية: من خلال الامتثال للقوانين، لأن القوانين هي مرآة تعكس ما هو صحيح أو خطأ في المجتمع وتمثل قواعد العمل الأساسية.
المسؤولية الاقتصادية: كون المنظمة تحقق ربحاً، فإن هذا يمثل قاعدة أساسية للوفاء بالمتطلبات الأخرى.

المصدر: طاهر محسن المنصور الغالي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال: الأعمال والمجتمع، دار ووائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008، ص 83.

3- الحجج المؤيدة والحجج المعارضة لتبني الإدارات للمسؤولية الاجتماعية:

«مع تنوع الصعوبات ذات العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية، وما نتج عنها من اختلاف مداخل تعريفها وتحديد نطاقها، تباينت اتجاهات التأييد و اتجاهات الاعتراض، لدور منظمات الأعمال في تحمل أعباء المسؤولية الاجتماعية وأبعاد الأطر الأخلاقية و القيمة المنظمة لها، ونلخص فيما يلي النقاط الأساسية التي يعرضها كل اتجاه من هذه الاتجاهات المؤيدة والمعتضة»¹.

أولاً: الحجج المؤيدة لفكرة المسؤولية الاجتماعية:

-«عندما تقوم المؤسسة ببرامج المسؤولية الاجتماعية تتكون العلاقات مع المجتمع وبالتالي تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور .

-تعمل برامج المسؤولية الاجتماعية على خلق أفضل الصور لجذب الجمهور .

-ارتفاع التوقعات الاجتماعية من المؤسسات التي تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية يدعم الاهتمام الاجتماعي والأهداف الاقتصادية.

-تعمل برامج المسؤولية الاجتماعية على بيئة أكثر استقراراً وجذبا للعمالة ذات الخبرة.

-تبني فكرة الوقاية خير من العلاج، والمؤسسات العاملة في نطاق المجتمع المحيط تسعى إلى حل المشاكل قبل الوقوع فيها وتفاقمها.

-القوانين والتشريعات الموضوعية لا يمكنها أن تشمل كل التفاصيل المرتبطة بالمجتمع، ولكن مع وجود المسؤولية الاجتماعية في الأعمال فإنها ستشكل قانوناً اجتماعياً»².

-«إن الشركات جزء لا يتجزأ من المجتمع تعيش فيه وتنمو فيه وتزدهر بفضلها.

- العمل على التقليل من النقد الموجه لهيمنة الشركات على القرارات المتعلقة بحياة الناس.

- إن الالتزامات الأخلاقية تملئها على الشركات يكون لها دور اجتماعياً»³.

¹ د.محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازري، عمان، الاردن ط1، 2016، ص 62 .

² صيفية بنت عبد الرحمن العمري، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الشركات الصناعية سلطة عمان، دراسة حالة مؤسسة جسور، رسالة ماجستير في العلاقات العامة والاعلان، جامعة السلطان قابوس، سلطة عمان، 2015، ص ص 39-40.

³ سظام بن خالد الدلبي، برامج المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود، السعودية، 2019، ص 19.

-«ضخامة الكثير من المنظمات والقوة الكبيرة التي تتمتع بها بعضها في التأثير على بعض قرارات الحكومة خلق قلقاً من طرف أفراد المجتمع تجاه منظمات الأعمال هاته، فأصبحوا ينظرون إليها برؤية ويعتقدون بوجود احتمالات تواطؤ بين السياسيين وأصحاب رأس المال لتحقيق مصالحهم فقط، أفضل وسيلة لتجنب المنظمة هذا الأمر هي المبادرة إلى الاتفاق على أنشطة اجتماعية وتنموية مختلفة.

-إن منظومة القيم السائدة والأديان تحث على البذل و الاهتمام بالمجتمع لذلك فان المسؤولية الاجتماعية مطلب ديني وأخلاقي وحضاري تستمد شرعيتها من هذه الأمور.

-تمارس منظمات الأعمال نشاطها ضمن ما يسمى مجموعة من القيم الحضارية بشكل مشابه لأفراد المجتمع الاتجاهات الحضارية محددات قوية للتصرف، بحيث يمكن تحقيق الربح أينما كان ذلك ضمن الأخلاق والمستوى الحضاري في ذلك المجتمع.

-تنبثق المسؤولية الاجتماعية من مفاهيم التضامن الاجتماعي بحيث تستطيع منظمات الأعمال تقديم حلول لكثير من المشكلات الاجتماعية من خلال إمكانياتها المادية والفنية والبشرية، حيث تعمل منظمات الأعمال كنظام مفتوح يتمدد على التفاعل المستمر مع المجتمع على شكل حلقات متصلة من المدخلات والعمليات والمخرجات العكسية، فالمنظمات تعمل من خلال استعمال المدخلات التي تحصل عليها من البيئة والمجتمع وتحوّلها بهدف إنتاج السلع والخدمات التي تقدمها كمخرجات وتكتمل حلقة النظام المفتوح بين المنظمات ومجتمعها من خلال التغذية العكسية والتي تتمثل في المعلومات وردود الفعل الإيجابية والسلبية حول دائها وعلاقتها مع المجتمع»¹.

¹ مقدم وهيبة، تقييم مدى إستجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات العرب الجزائري، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية، تخصص علوم التسيير، جامعة وهران، اشراف أد، زابري بلقاسم 2013م، ص ص 119-120.

ثانيا: الحجج المعارضة للمسؤولية الاجتماعية:

-«محدودية الخبرة والمهارة المتاحة لدى منظمات الأعمال في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترضها عملها.

-تضعف الأهداف الرئيسية الأخرى لمنظمة الأعمال لكونها تستنزف طاقة ليست بالقليلة من جهد المنظمة».¹

-«تحميل منظمات الأعمال كلفة عالية جراء الأنشطة الاجتماعية المتزايدة حيث أن قدرة المنظمة مهما كانت مواردها فهي محددة فإذا ما حملت بأهداف اجتماعية تتجاوز هذه القدرة أو تحد منها فان المنظمة تتعرض للمخاطر.

-لا توجد جهة عليت رسمية من الجمهور تمكن تتابع مدى الإنجاز الاجتماعي المتحقق، حيث أن عدم وجود مثل هذه الجهة يعقد من عملية التأكيد من مدى الإنجاز المتحقق وقد يترك المجال للدعاء بدور أكبر مما هو واقع فعلا أو قد يهضم حق المنظمة رغم دورها الاجتماعي».²

-«القيام بمهام المسؤولية الاجتماعية عمل طوعي لا يحدده القانون.

-تعقيد وصعوبة المسؤولية الاجتماعية مما يصعب استبعادها وخصوصا في المنظمات صغيرة الحجم».³

-«أصحاب هذا الاتجاه يرون أن المفاهيم الأخلاقية تنطبق على الأفراد لا على المنظمات، لأن الأفراد وحدهم من يستطيعون صنع المفاهيم الأخلاقية وتطبيقها، وطالما أن المسؤولية الاجتماعية وهذا لا يمكن إلا للشخص الطبيعي ولا ينطبق على المنظمة لكونها شخصية اعتبارية.

¹مقدم وهيبه، بكار بشير، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق الموصفات الدولية ايزو2600 للمسؤولية الاجتماعية، ص 14.

²فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية - دراسة حالة بنك البركة الجزائري، رسالة دكتوراه منشورة جامعة أكلي محمد البويرة الجزائر، 2018، ص 29.

³ محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية، رسالة ماجستير منشورة، إشراف الدكتور محمد عبد العال النعيمي، جامعة الشرق الأوسط، 2008 م، ص 40.

- غياب الرصيد العلمي وعدم توفر القدرات الإدارية والتنظيمية لدى المنظمات في هذا المجال لكي تحدد نطاق ومجالات وأشكال المسؤولية الاجتماعية¹.
- الكثير من معارضي المسؤولية الاجتماعية لا يرون حاجة للالتزام الاجتماعي لمنظمات الأعمال، أو على الأقل لا يعتبرونها حاجة ملحة يجب على المنظمات أن تأخذها بعين الاعتبار، وحججهم كانت كالتالي:
- احتمال وجود تعارض داخل المنظمة حول الاهتمامات الاجتماعية مما قد يخلق مشكلات فيها.
- الاتفاق على الأنشطة الاستثمارية يمكن أن يقلل من حجم الأموال المخصصة لإعادة الاستثمار والتوسع، مما سيحرم المجتمع من فرض عمل إضافية يمكن أن يسهم في حل مشكلة البطالة.
- المبالغة في التركيز على الدور الاجتماعي لمنظمات الأعمال سوف يدعم قوة هذه المنظمات في المجتمع، ويمكن أن تسيء استخدامها، فالإنفاق على الالتزامات الاجتماعية سيمنح المنظمات سلطة إضافية تعزز من نفوذها وتأثيرها على قرارات السلطة العمومية، وتمارس ضغوط على المجتمع ومؤسساتها .
- المنظمات بطبيعتها تهدف إلى الربح من خلال إنتاج سلع وخدمات، وبالتالي لا يجوز إنفاق جزء من الأرباح على الأنشطة الاجتماعية التي تؤدي إلى تضرر المستهلك النهائي، الذي سيتحمل الجزء الأكبر من تكاليف ممارسة المسؤولية الاجتماعية .
- تفتقد بعض المنظمات إلى الخبرة اللازمة لإدراك وفهم المعنى الحقيقي للبرامج الاجتماعية ومعرفة التي تستحق الدعم، ويظهر من خلال وجود منظمات تربط بين الدعم الاجتماعي والطلب على منتجاتها، مثال ذلك شركة Mci للاتصالات التلفزيونية التي ستقطع بنسبة من عائدات مكالماتها الدولية لمشروع إعادة التشجير أو استزراع الغابات، النقد الموجه لهذه الممارسات هو كونها تمنح المنظمات نفوذا أكبر على المشروعات الخيرية وأن الأخيرة سوف تمثل في النهاية أداة تسويقية وترويجية لهذه الشركات.
- يمكن أن تدعي بعض المنظمات أنها أنفقت الكثير لخدمة المجتمع والواقع غير ذلك مجرد أنها تكسب شهرة وموقعا في السوق مستغلة عواطف المستهلكين، ويساعدها في ذلك صعوبة المحاسبة عن الأنشطة الاجتماعية وغياب المساءلة الاجتماعية ومعايير التقييم الاجتماعي².

¹ د. محمد فلاق، مرجع سابق، ص 67.

² مقدم وهبية، مرجع سابق، ص ص 120 - 122.

الجدول رقم (2) الحجج المؤيدة والمعارضة للمسؤولية الاجتماعية:

مع المسؤولية الاجتماعية	ضد المسؤولية الاجتماعية
1. توقعات الجمهور public Expectation إن التوقعات الاجتماعية من الأعمال قد ازدادت منذ الستينات . والرأي العام يدعم الاهتمام الاجتماعي بالأعمال و أيضا أهدافها الاقتصادية	1. انتهاج أقصى الربح Violation : هذا هو جوهر الرؤية التقليدية، حيث الشركات يجب أن تهتم بالأهداف الاقتصادية وتترك ما هو اجتماعي لمؤسسات المجتمع الأخرى
2. الأرباح طويلة الأمد: إن الأعمال المسؤولية اجتماعيا تميل لأن تكون أكثر أرباحا طويلة الأمد . وهذه نتيجة طبيعية لعلاقات أفضل مع المجتمع وتحسن صورة الأعمال لدى الجمهور	2. أضعاف الغرض Dilution Purpose : إن متابعة الأعمال الاجتماعية يضعف الغرض الأساسي للأعمال: الإنتاجية الاقتصادية . وإن المجتمع قد يعاني من عدم حل المشكلات الاجتماعية وعدم تحقيق الأهداف الاقتصادية أيضا .
3. الالتزام الأخلاقي Ethical Obligation إن شركات الأعمال يمكن ويجب أن يكون لديها ضمير وان تراعي في مجالها ما هو صواب و ما هو غير ذلك .	3. التكاليف Costs : إن اغلب الأنشطة المسؤولة اجتماعيا يجب أن يتحمل تكلفتها شخصا ما . والأعمال قد تمرر هذه التكلفة إلى الزبائن من خلال الأسعار الأعلى .
4. الصورة الذهنية للجمهور Public Image : الشركات تسعى لإثراء الصورة الذهنية لدى الجمهور لكسب زبائن أكثر وعاملين أفضل والوصول إلى أسواق وأرباح أكثر	4. القوة الأكبر Too Much Power : إن شركات الأعمال هي المؤسسات الأقوى في المجتمع، وأنها مع الأنشطة المسؤولة اجتماعيا قد تصبح أقوى ما هي عليه .
5. البيئة الأفضل Better Environment : إن الالتزام الأعمال بحل المشكلات الاجتماعية الصعبة ينتج جودة حياة أفضل وبيئة أكثر استقرارا واجتذابا للعاملين الماهرين	5. نقص المهارات Lack of Skills : لأن قادة الأعمال موجهون نحو الأهداف الاقتصادية فان الأعمال قد لا تكون مؤهلة لمواجهة القضايا الاجتماعية .
6. عدم تشجيع لوائح حكومية لاحقة Further Responsibility and Power : إن اللوائح الحكومية تضيف تكاليف اقتصادية وقيود إدارية على مرونة الإدارة والعمل في الشركات، من خلال المسؤولية الاجتماعية فإن الشركات تزيل الحاجة لمثل هذه اللوائح .	6. نقص المساءلة Lack Of Accountability : إن السياسيون المتابعون للقضايا الاجتماعية يساءلون عن أنشطتهم، إلا أن قادة الأعمال تكون مثل هذه القضايا ليس ضمن خط مسؤوليتهم المباشرة .
7. الموازنة بين المسؤولية والقوة Balance of Responsibility and power : الأعمال لها قوة كبيرة في المجتمع، ومثل هذه القوة لا بد لها من توازن من خلال المسؤولية الاجتماعية لكي لا تثير القلق منها ولا تبدو الأعمال تعمل ضد الصالح العام	7. نقص دعم الجمهور الواسع Lack of Brond Public Support : عدم توفر مثل هذا الدعم لدى الجمهور وانقسامه إزاء هذه القضية أو تلك يولد مناقشات ساخنة يجعل الأعمال في غير حاجة للدخول فيها.

المصدر: نجم، عبود نجم، 2006 . أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، ط الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 214،

نقلا عن Robbins and Decenzo, 2004.

4- معوقات تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

أولاً: المعوقات الإدارية:

1. عدم وجود اتصالاً فعالاً من قبل الإدارات مع الجمهور.¹
2. عدم احتواء بعض من الشركات على إدارة العلاقات العامة.
3. نقص الخبرة لدى الذين يشغلون إدارات وأقسام الشركات فيما يتعلق بالأمور الاجتماعية والأخلاقية.
4. إهمال الدور الاستشاري المهم للشركات.
5. ضعف الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الإدارة العليا تجاه المجتمع والبيئة المحيطة وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية والعقلانية.
6. إهمال الإدارات العليا في عملية اشتراك المستويات الإدارية الأخرى في عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية المتعلقة بموضوع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

ثانياً: معوقات القانونية:

1. عدم وجود صياغة سياسية اجتماعية أخلاقية التي هي وظيفة من وظائف التخطيط الاستراتيجي.
2. الالتزام بنشاطات محددة تنص عليها القوانين والأنظمة.
3. عدم وضع دستور اجتماعي أخلاقي في الشركات التي يتم تطبيقه في كبرى الشركات في العالم.
4. عدم احترام التشريعات والقوانين عند بعض من الشركات فيما يخص حماية البيئة والعمل والضرائب والجمارك..... الخ .
5. كثير من المديرين يتجاهلون القوانين والأنظمة في سبيل تحقيق المكاسب المادية، وعندما
6. أما الذي اكتشف أمره أو دين فقد تغطي المكاسب المالية التي حصل عليها ما يتحمله من خسائر.

¹ مجموعة من الباحثين: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقارنات النظرية والممارسات التطبيقية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ط 1، 2019 م، ص 86 .

7. لأن المسؤولية الاجتماعية هي التزاماً أدبياً وأخلاقياً من قبل المديرين على الأغلب لم تفرضه القوانين والأنظمة قبل ما تحتمه ضرورات المنفعة المجتمعية العامة أدت إلى ضعف الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية عند المدراء.

ثالثاً: المعوقات المالية:

1. صعوبة الجمع بين العمل المربح وعمل الشركة المتجاوبة اجتماعياً وأخلاقياً.¹
 2. نقص الموارد المالية التي تحول دون الإسهام في نشاطات المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.
 3. هدف بعض من الشركات هو تعظيم الأرباح فقط.
 4. الاعتقاد بأن إيلاء الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية يؤدي إلى خفض أرباح الشركة وإضعافها في المنافسة الدولية.
 5. عدم تواجد موظفين مؤهلين بقدر كاف للقيام بمساهمة في تنزيل برامج المسؤولية الاجتماعية على أرض الواقع نظر لنقص المعلومات لديهم بهذا الخصوص.
 6. الهشاشة المالية الهيكلية والبشرية للشركات.
 7. رفض رجال الأعمال تقدمهم التزامهم الطوعي تجاه المسؤولية الاجتماعية على أساس الفهم يحتاجون إلى التركيز على الجوانب الاقتصادية للتصدي للمنافسة ومحمل القول هو أن رجال الأعمال يرفضون الاندماج في المسؤولية الاجتماعية على أساس أن المسؤولية الاجتماعية هي مرادفة للتكاليف الإضافية.
- لا يتوقعون منها أي فائدة أو عوائد مريحة.
 - يقصي الموارد المالية .
 - ليست ذات أولوية.
 - عدم توفر الدقة المخصص لها.
 - المسؤولية الاجتماعية تخص الشركات الكبرى والمتعددة الجنسيات.²

¹ محمد الصيرفي: المرجع نفسه، ص ص 179-180.

² نعيمة إبراهيم الغنام، الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية، دور تفعيل المسؤولية الاجتماعية للمقاولات الصغرى والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة،

- عدم وجود ثقافة المسؤولية المجتمعية لدى معظم المؤسسات، فمن الملاحظ ان حدد المؤسسات المبنية لهذه الثقافة في مثل قلة المؤسسات الكبرى، في حين، بالغالبية يجهلون تماما هذا المفهوم .
- غياب التنظيم لجهود بعض المؤسسات، فلكي تكون المسؤولية الاجتماعية ذات أثر، فإنما بحاجة إلى أن تأخذ شكلا تنظيميا ومؤسسا له خطة وأهداف محددة، بلا لا من أن تكون جهودا عشوائية مبعثرة.
- غياب ثقافة العطاء للتنمية حيث أن معظم جهود المؤسسات تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء توفير ملايين، أو خدمات لهم دون التطرق إلى مشاريع تنموية تغير المستوى المعنيين للفقراء بشكل جذري.
- قلة المعرفة والقدرة العلمية على وضع مقاييس ومعايير لقياس الجهودات فهناك حتى الآن خلط بين المسؤولية الاجتماعية والأعمال الخيرية.¹

صعوبة تغير ماهية التكاليف الاجتماعية حيث توجد وجهي نظر متعارضتين الأولى اقتصادية والثانية محاسبية، فالاقتصاديون يرون أن التكاليف الاجتماعية تتمثل في الإصرار التي يتحملها المجتمع نتيجة ممارسة المؤسسة لنشاطها، أما المحاسبون فيرون بان التكاليف الاجتماعية تتمثل في الأعباء المالية التي تنفعاها المؤسسة و لا يتطلبها نشاطها وهذا في ظل عدم حصولها على أي عائد اقتصادي مباشر مقابل هذه التكاليف أي يتم إنفاقها نتيجة التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية.

وفي هذا الإطار حدد الباحثون مجموعة من العوامل التي تحول دون تطبيق المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية وهي :

- عوامل داخلية: يمكن السيطرة عليها وتدليلها مثل الثقافة السائدة داخل المؤسسة لمسؤوليتها الاجتماعية والقيام بالواجب تجاه أصحاب المصالح من مستثمرين وموظفين وزبائن ومستهلكين ومجتمع محلي .

<https://www.regionalcsr.com> , 2020/05/13/ 12.30 .

¹ محمد ابوعلبة، زين اللحام : مقرر المسؤولية المجتمعية

<https://dspace.qou.edu/handle/194/2348>. 2020/05/11 14.55/

■ عوامل خارجية: ناتجة عن البيئة الخارجية والظروف التي تعمل من خلالها هذه المؤسسة مثل: التشريعات والقوانين السارية وأجهزة الرقابة داخل المجتمع، والدور الذي تلعبه الحكومة في تشجيع المحاسبة أو الإفصاح عن المعلومات ذات الدلالات الاجتماعية ومنظمات الضغط في المجتمع ومدى قيام المؤسسات المنافسة بدورها الاجتماعي والبيئي.¹

- كما تواجه عملية تنفيذ المسؤولية الاجتماعية العديد من المعوقات نذكر منها:²

1. عدم المشاركة المجتمعية في أنشطة المسؤولية الاجتماعية: هناك عدم اهتمام من المجتمع المحلي للمشاركة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية، يعزى إلى حد كبير إلى حقيقة أن هناك معرفة قليلة أو معدومة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات داخل المجتمعات المحلية وعدم وجود جهود جادة لنشر الوعي حول المسؤولية الاجتماعية وغرس الثقة في المجتمعات المحلية عن مثل هذه المبادرات.

2. الحاجة إلى بناء قدرات محلية: هناك قدرة خطيرة من المنظمات المدربة وذات الكفاءة والتي يمكن أن تسهم بشكل فعال في أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات.

3. القضايا الثقافية: إن المؤسسات لا تبذل جهود كافية لتكتف المعلومات عن برامجها، مثل قضايا التدقيق وتقييم الأثر و استخدام الأموال . فهذا النقص في الثقافية يؤثر سلبا على عملية بناء الثقة بين المؤسسات والمجتمعات المحلية التي هي المفتاح لنجاح مبادرات المسؤولية الاجتماعية على المستوى المحلي.

4. عامل الرؤية: دور الإعلام في تسليط الضوء على الحالات الناجحة هو موضع ترحيب لأنها تنشر القصص الجيدة والمحفزة للسكان المحليين حول مختلف مبادرات المسؤولية الاجتماعية.

¹ فروم محمد الصالح، معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية من وجهة نظر متخذي القرار " دراسة حالة قطب المحروقات لولاية سكيكدة: محلية نماء لاقتصاد التجارة العدد، 3 جوان 2018، ص 178 .

² مجموعة من الباحثين: المرجع نفسه، ص 87.

5. التصور الضيق اتجاه مبادرات المسؤولية الاجتماعية: عدم توافر إرشادات واضحة للمسؤولية الاجتماعية: لا توجد مبادئ توجيهية قانونية واضحة المعالم أو التوجيهات للسياسة العامة لإعطاء اتجاه نهائي لمبادرات المسؤولية الاجتماعية.

6. عدم توافق الآراء بشأن تنفيذ قضايا المسؤولية الاجتماعية: فعدم وجود التوافق يؤدي إلى ازدواجية الأنشطة التي تقوم بها الشركات في مجالات تدخلها.

ووفقاً لدراسة أجراها الباحث (bonituo،2014،66،pp) فقد حدد تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات ضمن قسمين:¹

1- عدم إشراك أصحاب المصلحة الرئيسيين: فمعظم برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست ضمن سابق محدد، حيث تمثل الشركات والمنظمات في إشراك أصحاب المصلحة حول القضايا الاجتماعية الرئيسية التي تتناولها برامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمات والشركات، وهذا لا يمثل تحدياً فقط للمنظمات ولكنها تتحول إلى عرقلة التنفيذ الناجح لتدخلات المسؤولية الاجتماعية .

في حين أكد الاتجاه المعاصر في نماذج التشغيل المستندة إلى شبكة الإنترنت الحاجة إلى عولمة الشركات من خلال الربط بين أصحاب المصالح في جميع أنحاء العالم، قد أدى هذا إلى إدخال أصحاب المصالح جدد في إجراء جميع العمليات في الشركات، يمكن أن يؤدي هذا التحول بشركات لإدارة قضايا مخاطر اجتماعية، فمعظم الشركات تنظر إلى المخاطر الاجتماعية كما لو أنها انبثقت عن طريق سلوكها أو عمل الآخرين داخل البيئة التشغيلية، ومنذ أن أدرك أصحاب المصالح أهمية القضايا الاجتماعية كضرورة، أصبح يتم غرس إدارة القضايا الاجتماعية في استراتيجية الشركات .

2- مهارات غير مؤهلة لتنفيذ المسؤولية الاجتماعية: تتكون المؤسسات من عدد الأفراد الذين يتمتعون بحقوق وواجبات وبالتالي تواجه الشركات العديد من أصحاب المصلحة منهم من لديه العديد من المسؤوليات، فإشباع أصحاب المصلحة الذين تعمل معهم الشركات قد يجعل من المسؤولية الاجتماعية عديمة المعنى، فالمؤسسات التي تكون مسؤولية اجتماعياً يجب عليها تطوير القدرات والمهارات اللازمة لاتخاذ

¹ مجموعة من الباحثين: المرجع نفسه، ص 89 .

القرارات وسلوك أوسع وأعمق وأكثر إثراء الاتجاه أصحاب المصلحة، وعلى عكس وجهه النظر هذه فإن معظم الشركات تفتقر إلى المهارات المناسبة واللازمة، لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية بنجاح .

وفي تصنيف آخر تتلخص تحديات تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

1. أزمة المفهوم: لا يوجد تعريف عالمي موحد للمسؤولية الاجتماعية على الرغم من أن وجودها لا يزال يتعلق برفاهية الأفراد والمجتمعات بالإضافة إلى أن المسؤولية الاجتماعية يمكن أن تحمل في حياتها المصالح الخاصة للأفراد.

2. المزالق السياسية: على الرغم من أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح ينظر إليه بشكل متزايد كأداة استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة ، لكن الاعتقاد السياسي للحكومة يمكن أن يعيق برامج المسؤولية الاجتماعية ومحمل القول أن أهم تحدي يمكن أن تواجهه الشركات في تبنيتها أو تنفيذها لبرامج المسؤولية الاجتماعية هو قلة الوعي بأهداف هذه الممارسات الذي سببه قلة وجود جهود جادة للتوعية بأهمية المسؤولية الاجتماعية، مما ينجز عنه قلة أو انعدام الثقة، التي هي المفتاح لنجاح تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.¹

¹ مجموعة من الباحثين، المرجع نفسه، ص 89.

المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية في الإدارة

1-دوافع وأهداف إدماج المسؤولية الاجتماعية في الإدارات:

أولاً : دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية في الإدارات

تباين دوافع الشركات سواء كانت خاصة أو عامة نحو أهداف تبنيها للمسؤولية الاجتماعية كما تباينت كذلك دوافع أصحاب المصالح أو ملاك الشركة وإدارتها والمجتمع المدني من تبني المسؤولية الاجتماعية حيث ينظم لها البعض على أنها استثمار يعود على الشركة بتعزيز قدراتها التنافسية في حين ينظر البعض على أنها تكلفة اجتماعية وواجب تمليه الدوافع الإنسانية والاجتماعية والدينية... الخ .

ومن أهم دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية نجد:

- إن عملية نشر القيم الإنسانية في الأعمال تعمل على تهيئة مناخ العمل الإبداعي الخصب للعاملين، وتتيح لهم فرص الارتقاء الوظيفي مما يعني تطوير الأداء المؤسسي ورفع التنافسية المهنية وتحفيز الموارد البشرية
- الشركات مضطرة لبذل جهداً أكبر لحماية سمعتها .
- أصبح بالإمكان تسجيل الأخبار المخرجة في أي مكان في العالم وبثها .
- التغير المناخي ربما يكون المحرك الأكبر للنمو في صناعة المسؤولية المجتمعية للمؤسسات .
- إن الجميع يتحمل المسؤولية تجاه النفس والأسرة والمجتمع
- يجب أن تسعى الحكومات إلى تشجيع أفراد المجتمع لكي يساعدوا أنفسهم .
- ربط المسؤولية الاجتماعية بالمعتقدات والقيم الإنسانية الإسلامية .
- رد الجميل للمجتمع بالاتفاق على الأعمال الخيرية .
- من المسؤولية الاجتماعية وسلبية للالتزام الإيجابي للشركات والمؤسسات تجاه المجتمع من خلال تنمية الموارد البشرية¹.

¹د.عزوي عمر وآخرون، دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كميّار لقياس الأداء الاجتماعي، ملتقى دولي، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ص ص 14-15 .

ويرجع التزام الإدارات بالمسؤولية الاجتماعية إلى بعدين أساسيين وهما:

1- البعد الكلي: يمثل المتغيرات الكلية ونذكر منها مايلي:

الكوارث والفضائح الأخلاقية أو ما يسميه البعض ثمن تجاهل التبعات والتي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ظاهرة الاحتباس الحراري، كارثة معمل كاربا يد في بوبال بالهند التي أودت بحياة أكثر من 6000 شخص .

- الضغوطات التبعية والحكومية والدولية: وتبرز من خلال التشريعات الداعية لحماية المستهلك والبيئة والعمل والامن والدور الإيجابي للمنظمات في تحقيق حقوق الإنسان .
- التطور التكنولوجي: لقد ساهم التطور التكنولوجي، أو الثورة التكنولوجية في مجالات تقنية عديدة وحركات التنقل وتوفير البيئة المناسبة للاهتمام بجودة المنتجات والعمليات وتنمية مهارات العاملين.

2- البعد الجزئي: بمعنى المتغيرات الخاصة بالمؤسسة في حد ذاتها ونذكر منها:

- -تغير هدف المؤسسة: إن هدف الربح لم يعد كافيا حتى تتمكن المؤسسة من الاستجابة لمطالب المجتمع والحفاظ على بقائها وبالتالي تحول هدفها إلى السعي لإشباع الحاجات الاجتماعية.
- -تغير دور الإدارة: لم تعد إدارة المؤسسة مسؤولة عن تحقيق رغبات ومصالح فئة واحدة فقط، بل أصبحت مسؤولة عن تحقيق التوازن المستمر بين مصالح العديد من الفئات ذوي العلاقة.¹

1- سبب عملي أو رشيد براغماتي: هو الدافع وراء المصلحة الذاتية بلا شك ويتضمن هنا السلوك الاجتماعي وتحمل مزيدا من المسؤوليات والمشاركة بنشاط في المشاريع الاجتماعية بغية كسب صورة مميزة وتعزيز الأرباح على المدى الطويل، الأمر الذي يسهم في كسب ميزة تنافسية للشركة وانعكاس إيجابي على المجتمع .

¹ عبد الرزاق بركات: دراسة مدى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الالتزام التنظيمي للعاملين في مؤسسة بركات العائلية، الجامعة الاقتراحية السورية، ص 21.

2- سبب أخلاقي: ومن المفترض أن الشركات لها واجب أخلاقيا فيما يتعلق بالمجتمع والبيئة المجتمعية التي تعمل فيها.

الضغط الاجتماعي: استنادا إلى السبب يتعين على الشركات أن يتمثل للشروط الاجتماعية المتزايدة، فالمجتمع ككل يرفض شركات لم تثبت سلوك مسؤول ويوضح تحليل تجريبي للبيئة التجارية العالمية أن الشركات تقوم بمبادرات اجتماعية لأسباب متعددة على الرغم من أنه عادة يتأكد أن الدافع الأخلاقي بالدرجة الأولى.¹

تعددية الجماهير: في ظل تعددا الجماهير المستهدفة للمنظمة سواء كانوا العملاء أو العاملين أو غيرهم ورغبة مختلف المؤسسات للحفاظ على جماهيرها، فقد أعطى ذلك للشركات حافز قوي لتبني المسؤولية الاجتماعية.

تلبية احتياجات الرأي العام: يتمثل في كيفية معالجتها للموضوعات والقضايا التي تكون مثارة و تكون ذات تأثير كبير على أفراد المجتمع ككل، لذلك تسعى المنظمات لتلبية احتياجات المجتمع بهدف تحسين سمعة المؤسسة والحصول على حب وتقدير جميع أفراد المجتمع .

ويعتمد نجاح برامج المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير على الاحترام لكافة أفراد المجتمع، التزام المؤسسة بدعم وحماية المجتمع.²

العولمة: وتعد من أهم الدوافع لتبني المنظمات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية حيث أصبحت العديد من الشركات المتعددة الجنسيات ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها

¹ ا.د بن عبد الفتاح دحمان، ارتباط تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بانخفاض الثقة في الديمقراطية، مجلة الحقيقة - جامعة ادرار، الجزائر، 27، ص 368.

² رضا فولي عثمان ثابت حسن، التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية، باحث دكتوراه العلاقات العامة والإعلان - كلية الأدب جامعة الحلوان سوري، ص 36.

تهتم بحقوق الإنسان أو أنها تلتزم بتوفير ظروف العمل الآمنة للعاملين، وبأنها لا تسمح بتشغيل الأطفال، كما أنها تهتم بالقضايا البيئية والحفاظ على الموارد الطبيعية.¹

ثانياً الأهداف:

لقد كان مؤتمر ريو دي جانيرو المنعقد عام 1992، والمعروف بقصة الأرض، خطوة هامة في زيادة وعي المؤسسات بمسئولياتها البيئية وحقوق العاملين والمستهلكين وضمن حق الأجيال القادمة في الموارد ليرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية والبيئية بمفهوم التنمية المستدامة وتسعى المؤسسات إلى تبني ممارسات ضمن المضمون البيئي والاجتماعي ومحاولة التوفيق بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لتلك العمليات تطبيق لمفهوم التنمية المستدامة، إن الكثير من المؤسسات لم تعد بمعزل عن تأثير المسؤولية الاجتماعية وما ينجز عنها من انعكاسات قد تعصف بمخططاتها، وأن النقاش المتزايد في الآونة الأخيرة حول هنا المفهوم وما يتصل به من مفاهيم كالعولمة والتنمية المستدامة غير نظرة المؤسسات وجعلها تعترف بضرورة خلق وضعيات يكون الكل فيها رابح المؤسسة والمجتمع معاً، فالفوائد التي يمكن أن تحصل عليها المؤسسات من إدماج المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الوظيفية عديدة لعل أهمها:

- تطوير صورتها وتقوية رصيدها في المجتمع.
- تحقيق مكاسب تنافسية
- التحكم في الأخطار والتكاليف البيئية والاجتماعية.
- توجيه الأفراد لاندماج في سياسة تطوعية و مسؤولة.
- الاستجابة لمتطلبات الشركاء وتعزيز ثقتهم.

إن الأهمية التي أضحت تكتسبها المسؤولية الاجتماعية مالياً فتحت المجال للعديد من الدراسات التي أسهمت في توضيح الفرص التي تمكن أن تحصل عليها المؤسسات باندماج هذا المفهوم في استراتيجياتها وتمثل هذه الفرص في:

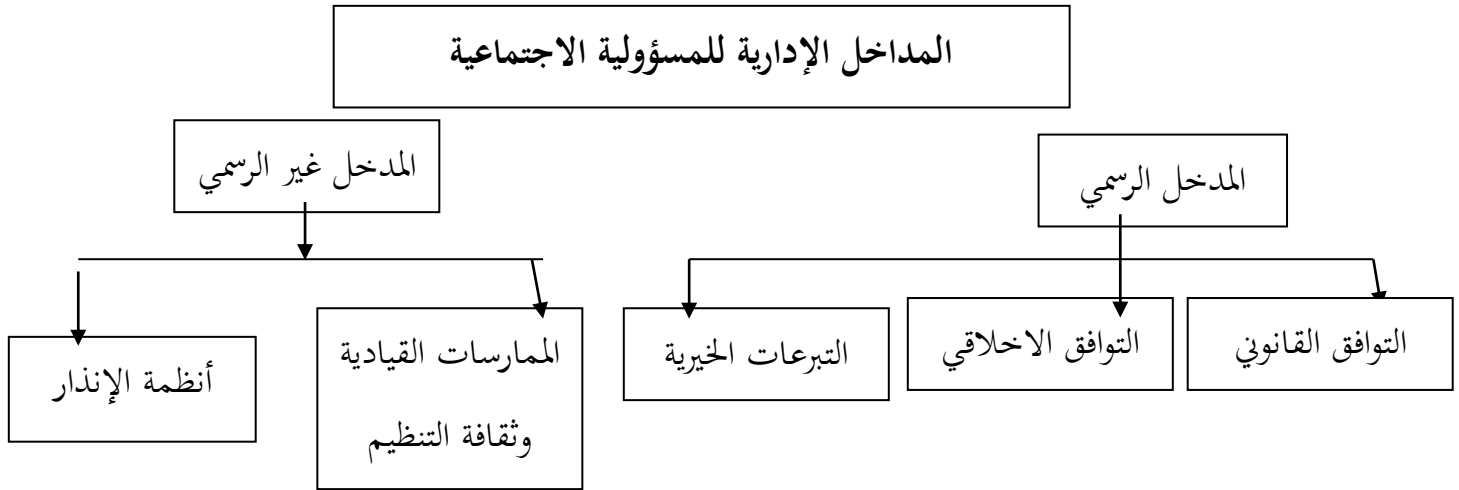
¹ حسين عبد المطلب الأسرج، المسؤولية الاجتماعية للشركات-التحديات والأفاق من اجل التنمية في الدول العربية، باحث اقتصادي ومدير إدارة بوزارة التجارة والصناعة المصرية، أرشيف ميونخ الشخصي، 2011م، ص 9.

- تطوير صورة المؤسسة والقيمة المضافة للعلامة.
- إمكانية الحفاظ وجذب المواهب على أعلى مستوى.
- تدعيم الرضا في العمل والعدل والولاء للمؤسسة.
- تطوير تسيير المخاطر.¹

2- المداخل الإدارية للمسؤولية الاجتماعية:

إن بقاء المنظمة واستمرار نجاحها يتوقف على قدرتها في خلق ثروة كافية أو ترضيه أصحاب المصلحة عن طريق تبنيها مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وإلا فإنها تكون معرضة للانحيار والإفلاس، ومن أجل كل هذا عليها أن لا تنظر إلى ما المفهوم على أنه مجرد عمل تطوعي بل تعتبره تحدياً رئيسياً يتطلب تخطيط جيد وقدرة مرتفعة على اتخاذ القرارات حيث يمكن تصنيف المداخل الإدارية للمسؤولية الاجتماعية إلى مدخلين: المدخل الرسمي، والمدخل غير الرسمي.²

الشكل (3): المداخل الإدارية للمسؤولية الاجتماعية



المصدر: عبا زهية، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن ممارسات الوظيفة في المؤسسة، دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية، رسالة دكتوراه تخصص إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، إشراف أ، د، زكية مقري، 2018، ص 92.

¹ عبا زهية، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن ممارسات الوظيفة في المؤسسة، دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية، رسالة دكتوراه تخصص إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، إشراف أ، د، زكية مقري، 2018، ص 93.

² د.عناي بن عيسى، فاطمة الزهرة قسول، إدارة السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال ملتقى منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، 2012، ص 9.

المداخل الرسمية: يمكن للمنظمة الاستناد إلى مداخل لتحقيق التوافق مع بيئتها الاجتماعية، وتمثل هذه المداخل في التوافق القانوني، التوافق الأخلاقي، بالإضافة إلى التبرعات الخيرية، كما تعمل المؤسسات على إحداث الموائمة بين أهدافها الاقتصادية والاجتماعية بما يسمح بتحقيق المصالح المشتركة وذلك من خلال ما يلي:

1- **التوافق القانوني:** تسعى المؤسسات أثناء مزاولتها لأنشطتها المختلفة للالتزام بالقوانين والتشريعات التي تبنيها الحكومات ومحاولة التكيف مع الضوابط القانونية لتفادي الموقف التي يمكن أن تنجر عن المخالفات وتحسين صورتها لدى السلطات.

2- **التوافق الأخلاقي:** تمثل الأخلاقيات رافد هام في تكوين المؤسسات وموظفيها، ومن خلال تبني الأخلاقيات المتعارف عليها داخل المؤسسة بإحداث توعية وإرشادات ولجان متخصصة تهتم بذلك نشأ سلوكيات مسؤولة واعية متوافقة وقيم وأخلاقيات المجتمع.

3- **التبرعات الخيرية:** من خلال رعاية المشاريع الخيرية وتقديم منح أو هدايا للجمعيات إضافة إلى تبني برامج تتكفل بقضايا اجتماعية تخدم الأفراد والمجتمع.¹

المداخل غير الرسمي:

بالإضافة لاستخدام المداخل الرسمية لإدارة المنظمة المعاصرة لمسؤوليتها الاجتماعية يوجد أيضا بعض المداخل غير الرسمية، تتمثل في:

- **الممارسات القيادية وثقافة التنظيم:** إن القيادة العليا هي من تستطيع نشر فلسفة المسؤولية الاجتماعية عبر أرجاء المنظمة .
- **أنظمة أو أخلاق الصفارات:** يتمثل هذا المدخل في تشجيع العاملين على الكشف عن أي ممارسات غير قانونية أو أخلاقية يقوم بها البعض الأخر في المنظمة، ويجب على الأفراد الذين يقومون بإطلاق الصفارات التحذيرية أن يقوموا بإبلاغ الرئيس المباشر أولاً، فإذا لم تحدث استجابة يتم اللجوء إلى الرئيس الأعلى قبل اللجوء إلى أحد الأجهزة المتخصصة أو الصحافة وإلا قد يتعرضون للطرد من

¹.عباز زهية، المرجع نفسه ، ص93.

وظائفهم، فحماية القيم والأخلاقيات داخل المؤسسة بتشجيع عملية الكشف عن الخروقات التي تطل القوانين والأخلاق، وتعمل المداخل الإدارية السابقة على تسهيل تجاوز المؤسسات مع متطلبات المسؤولية الاجتماعية وترسيخ مبادئها في إطار عملي يتضمن مواكبة رغبات أصحاب المصالح والتفاعل مع المفاهيم الجديدة لإدارة الأعمال.

كما أن هناك عدة مداخل أخرى نذكر منها:

- المدخل المعلوماتي: الذي مصدره المعرفة¹ ويعتمد على العقلانية والإقناع، ومن أمثلته الحملات الإعلانية، ومواقع الشبكة العالمية للانترنت والتدريب.
- المدخل الاقتصادي: أو الأسلوب ويعتمد على التأثير من خلال الأدوات المالية وقوى السوق، ومن أمثلته الإعفاءات الضريبية والضرائب.
- مدخل الشراكة: أو الربط لبناء شبكة تعاونية بين الأطراف ذات الاهتمامات المختلفة للعمل جميعاً نحو أهداف مشتركة.
- مدخل التجانس: وذلك بمزج مدخلين أو أكثر من قبل الحكومة من أجل تعزيز مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتأسيس قاعدة سياسات عامة صلبة تنطلق منها المبادرات نحو رؤية واضحة.¹

3- المعايير والمواصفات العالمية لقياس المسؤولية الاجتماعية:

- «مدى التزام بأخلاقيات العمل وظروف شروط العمل وبالواجبات اتجاه العاملين.
- مدى الالتزام اتجاه البيئة.
- مدة الاندماج في المجتمع والمساهمة المجتمعية.
- مدى الاستثمار في البحث والتطوير.
- مدى احترام حقوق الإنسان ومراعاة القواعد الأخلاقية عدم التورط في الرشوة والفساد.
- كما أن هناك معايير دولية لتباين المسؤولية الاجتماعية للشركات كإيزو 2600 ISO الذي يشمل المجالات التالية: حقوق الإنسان، الحقوق العمالية وممارسات العمل، حماية البيئة».¹

¹ د عابد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2015م، صص 73-74.

تعتبر مواصفة الإيزو 2600 مواصفة دولية جديدة أطلقتها المنظمة الدولية للمعايير هدفها إعطاء إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية ويتم استخدامها من قبل جميع المنظمات على اختلاف أنواعها في كلا القطاعين العام والخاص، وتعمل على مساعدة المنظمات على دعم جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسؤول اجتماعيا والذي يتطلبه المجتمع بطريقة متزايدة.

- وتوفر منظمة الإيزو قيمة مضافة لكل المبادرات الحالية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية من خلال عرض مجموعة من الإرشادات والتوجيهات المتكاملة تركز على اتفاق عالمي بين الخبراء الذين يمثلون أطراف مختلفة من أصحاب المصالح وتشجيع هذه المواصفة أيضا على الممارسات الجيدة في مجال المسؤولية الاجتماعية في العالم ككل.
- قد حددت المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO سبعة مجالات تمثل القضايا أو الموضوعات الرئيسية للمواصفة القياسية ISO 2600 وهي:
 - الحوكمة التنظيمية: وتشمل الشكوى القانونية، المحاسبية، الشفافية، السلوك أو التصرف الأخلاقي.
 - الحقوق الإنسانية: وتشمل الحقوق الرئيسية في العمل، الحقوق المدنية والسياسة، الحقوق الاجتماعية والاقتصادية.
 - ممارسات العمل: التوظيف، أحوال العمل والحماية الاجتماعية، الصحة والسلامة في العمل وغيرها.
 - البيئة: وتشمل تدعيم وتحفيز الاستهلاك والإنتاج المستدام، للاستخدام المستدام للموارد، تعظيم قيمة الخدمات التكنولوجية.
 - ممارسات التشغيل العادلة: محاربة الفساد والرشاوى، التنافس الشريف احترام حقوق الملكية وغيرها.
 - قضايا المستهلك: حماية صحة وسلامة المستهلكين، وجود نظام لإرجاع واستبدال المنتج، تقديم سلعة نافعة.

¹ رسلان خضور، مرجع السابق، ص 8.

- التنمية الاجتماعية: الاهتمام بقايا المجتمع المحلي، المساهمة في أنشطة المجتمع وفي تحقيق التنمية الاقتصادية.¹

أهداف مواصفة الايزو 2600:

- مساعدة المؤسسات في مخاطبة مسؤولياتها الاجتماعية وفي نفس الوقت احترام الاختلافات الثقافية والاجتماعية .
- تعزيز مصداقية التقارير المعدة من أجل عرض تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية .
- نشر الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية و التحسيس بأهميتها ومكاسبها .
- العمل المشترك على المستوى الدولي في حقل المسؤولية الاجتماعية وتوحيد ممارساتها يسهل تقييمها بشكل مماثل في الدول المختلفة.²

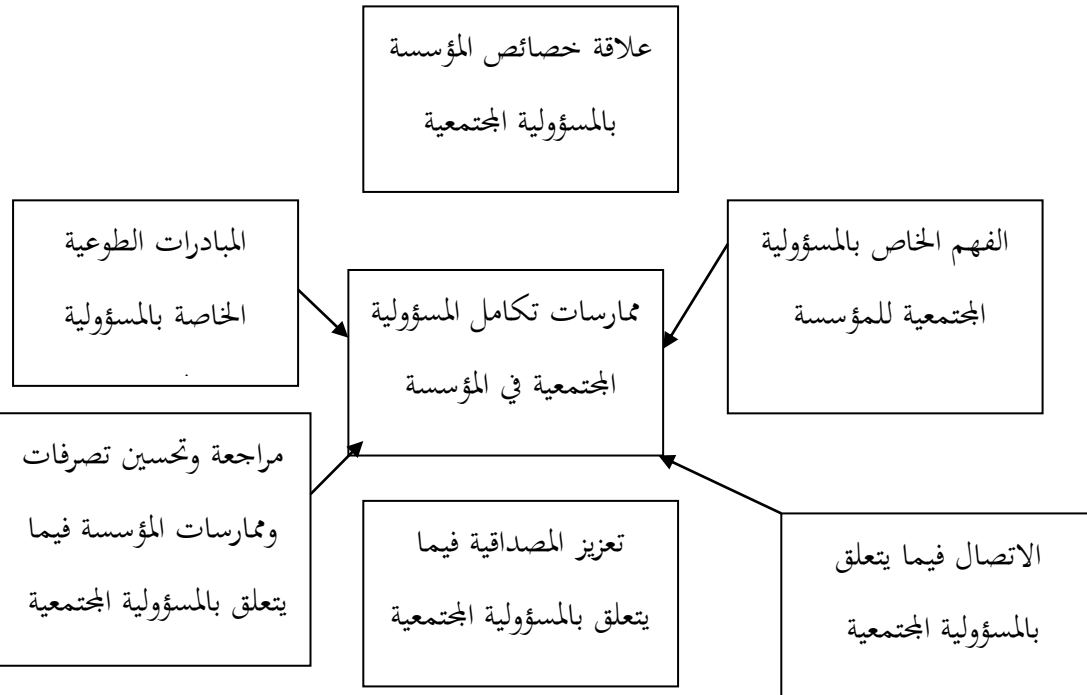
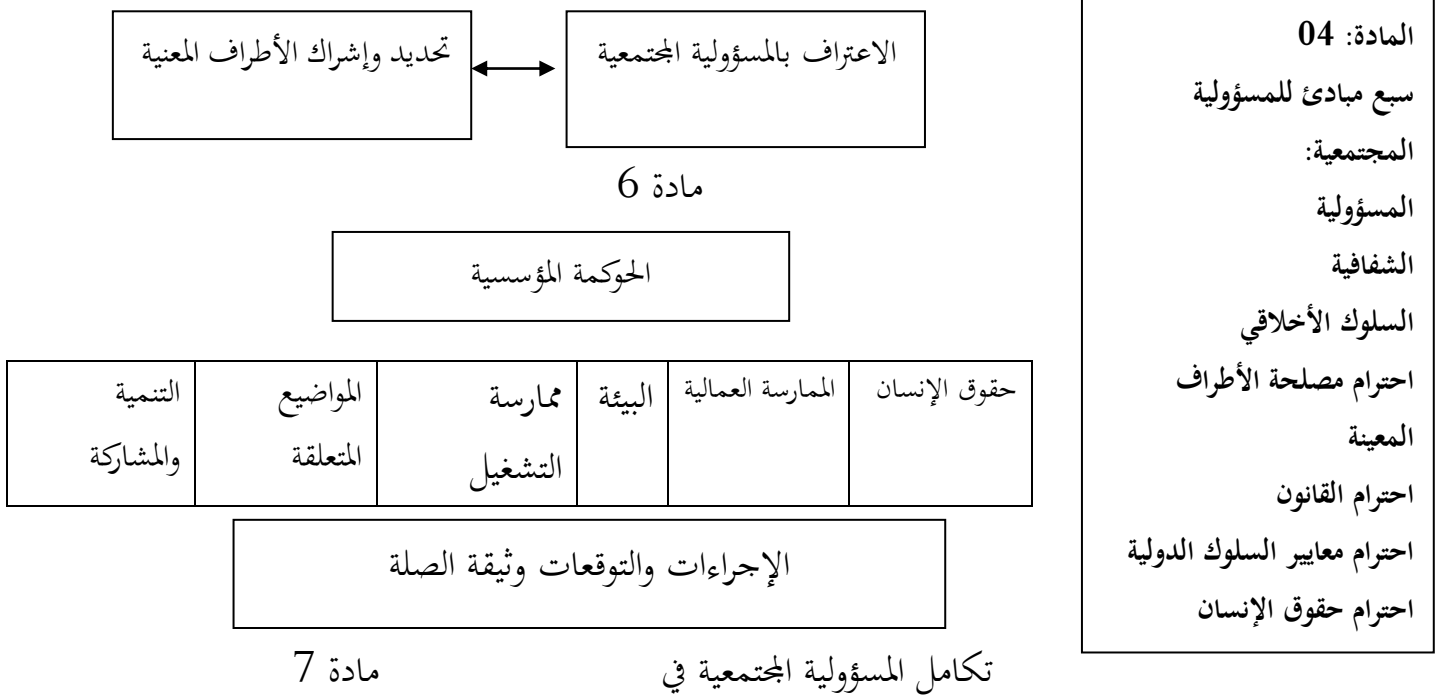
وتمثل المواصفة دليلا إرشاديا لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وهي تهدف إلى دمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن الخطط الاستراتيجية والأنظمة والممارسات والعمليات للشركات، وقد مرت المواصفة بمرحلة إعداد طويلة انتهت بإطلاقها في عام 2010.³

¹ د. عمر فرحاني، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كتوجيه استراتيجي للاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ملتقى وطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر -06-2017/12/07، ص ص 17-20.

² مقدم وهيبية، بكار بشير، المرجع نفسه ص 16.

³ مقدم وهيبية، بكار بشير المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، ص 14.

الشكل (4): نظرة عامة على ايزو 26000



المرجع: العايب عبد الرحمن، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل التنمية المستدامة، رسالة دكتوراه، تخصص العلوم الاقتصادية، إشراف أ.د بقة الشريف، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010. ص

خلاصة الفصل:

نستنتج من كل ما سبق أن لنشاطات العلاقات العامة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات في ربط المؤسسة بجمهورها، وإرضاء الجمهور الداخلي أو الخارجي لها، وهذا وجه الاتفاق بين نشاطات العلاقات العامة مع برامج المسؤولية الاجتماعية، وعليه يمكن القول إن للمفهومين نفس الأهداف الأساسية من وراء تطبيق كل منهما، وضرورة إدراجهما في كل المؤسسات باختلاف طابعها وتوجهاتها.

الفصل الثاني:

الدراسة التطبيقية

تمهيد :

بعد الدراسة النظرية التي تناولنا فيها مفاهيم عامة حول الموضوع من خلال الفصلين السابقين والذين كانا تمهيدا للموضوع في جانبه التطبيقي، جاء هذا الفصل كدراسة ميدانية للتعرف والاطلاع عن قرب لمعرفة كل هذا ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، حيث تناولت في المبحث الأول الإطار التطبيقي من خلال تقديم مكان الدراسة ومنه التعريف بمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن ثم تقديم الهيكل التنظيمي بعدها مهام ووظائف المديرية. أما المبحث الثاني فتطرقتنا إلى تحليل نتائج الملاحظة وتحليل نتائج المقابلة بالإضافة إلى التوصيات والمقترحات.

المبحث الأول: الإطار التطبيقي

1. التعريف بمديرية النشاط الاجتماعي:

يندرج النشاط الاجتماعي دوماً ضمن المهام الأولية للدولة، من خلال الأجهزة و البرامج الموضوعة، إلى التكفل بالفئات السكانية المحرومة اقتصادياً، اجتماعياً و ضمان الاستجابة لحاجياتها الأساسية.

تمثل الفئات السكانية المسجلة بعنوان هذا البرنامج، في النساء في وضع صعب والأشخاص المسنين عديمي الموارد و كذا الأشخاص المعاقين، الطفولة المحرومة من العائلة، و الشباب المعرضين لـ ” خطر أخلاقي ”، وكذا الأشخاص المعوزين و المواطنين القاطنين بالمناطق المعزولة و المحرومة.

تشكل هذه المساعدة الاجتماعية للدولة من سلسلة من المنح و المزايا الموجهة للتخفيف عن الفئات السكانية الأكثر حرماناً و مساعدتهم و هي متمحورة حول نظام المساعدات المباشرة و غير المباشرة، تتدخل الدولة أيضاً في مجال ضمان التكفل المؤسساتي بهذه الفئات المختلفة.

منذ سنة 2000 تميّزت سياسة الدولة للتنمية و مكافحة الهشاشة بوضع سلسلة من الأجهزة المشجّعة على الإدماج المهني و استحداث مناصب شغل، لاسيما عن طريق برنامج الإدماج الاجتماعي للشباب حاملي الشهادات (PID) و جهاز نشاطات الإدماج الاجتماعي (DAIS) و جهاز القرض المصغر لخلق نشاطات تقليدية و مؤسسات مصغرة (TPE).

تم إسناد مهمة تنفيذ هذه السياسة إلى وزارة التضامن الوطني و الأسرة قضايا المرأة (MSNFC) وإلى وكالتين تحت وصايتها و هما: وكالة التنمية الاجتماعية (ADS) و الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM).¹

تعريف المديرية: هي هيئة تنفيذية تشرف على المتابعة القانونية للأجهزة، وتنفذ سياسة الاجتماعية للدولة مرافقة الأشخاص المتواجدين في وضعية الهشاشة الاقتصادية والاجتماعية، أشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، الطفولة المسعفة والنساء المتواجدات في وضع اجتماعي صعب والمسنين، وهي تابعة لوزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة.

¹ وثائق من مديرية النشاط الاجتماعي .

أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 471/96 المؤرخ في 7 شعبان عام 1417 الموافق ل 18 ديسمبر سنة 1996 الذي يحدد القواعد الخاصة بتنظيم مصالح النشاط، وحسب المادة رقم 1 من المرسوم تأخذ تسمية مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن للولاية بتطوير وتنفيذ جميع التدابير التي من شأنها تأطير النشاطات المرتبطة بالنشاط الاجتماعي للدولة والتضامن الوطني وضمان متابعتها ومراقبتها.

أنشئت مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية يوم 17 مارس 1998،¹ وحسب القرار المشترك بين الوزارات لتنظيم العمل الاجتماعي في المادة 4، فإن مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية تحوي أربع خدمات:

- خدمات المؤسسات المتخصصة.
- خدمات الرعاية الاجتماعية للمحتاجين.
- خدمات الاندماج الاجتماعي والتضامن والحركات الطوعية.
- خدمات الإدارة العامة.²

¹ مقابلة مع رئيس مصلحة الإدارة والوسائل العامة 2020/03/15 الساعة 10:15.

² وثائق من مديرية النشاط الاجتماعي .

2- الهيكل التنظيمي: تتكون مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن من:

أ. المدير: هو المكلف و المسؤول الأول على تطبيق الأحكام الخاصة بتسيير المديرية، وتنظيم العمليات والوظائف داخل المديرية بالاعتماد على الأمانة وبمجموعة من المصالح التي تحت تصرفه، وبممارسة السلطة السلمية على الموظفين.

ب. الأمانة: مهمتها استقبال المواطنين، وهي همزة وصل بين المدير والمصالح كما تعمل على تسجيل المراسلات الصادرة والواردة.

كما تضم المديرية 4 مصالح لكل مصلحة اختصاصاتها ومهامها:

1.2. مصلحة الإدارة العامة والوسائل: تضم مكتبتين:

- مكتب المستخدمين والتكوين.

- مكتب الميزانية والوسائل ومتابعة المشاريع.

- مصلحة الاتصال الجماعي ونظام إعلام التسيير: تضم كل من:

• مكتب الإعلام والتوجيه والاتصال الاجتماعي والإحصائيات.

• مكتب تسيير النظام الإعلامي ومتابعة النظام المعلوماتي.

2.2. مصلحة حماية الأشخاص المعوقين وترقيتهم: تضم كل من

- مكتب البرامج الاجتماعية والوقاية والإدماج وترقية الأشخاص المعوقين.

- مكتب متابعة سير مؤسسات العمومية والخاصة للتربية والتعليم المتخصص.

3.2. مصلحة العائلة والتلاحم والطفولة والشبابية: تحوي مكتبتين¹

- مكتب حماية وترقية العائلة والمرأة والأشخاص المسنين والطفولة والمراهقة في وضع اجتماعي صعب.

والطفولة المحرومة من العائلة.

- مكتب الوساطة الاجتماعية والعائلة.

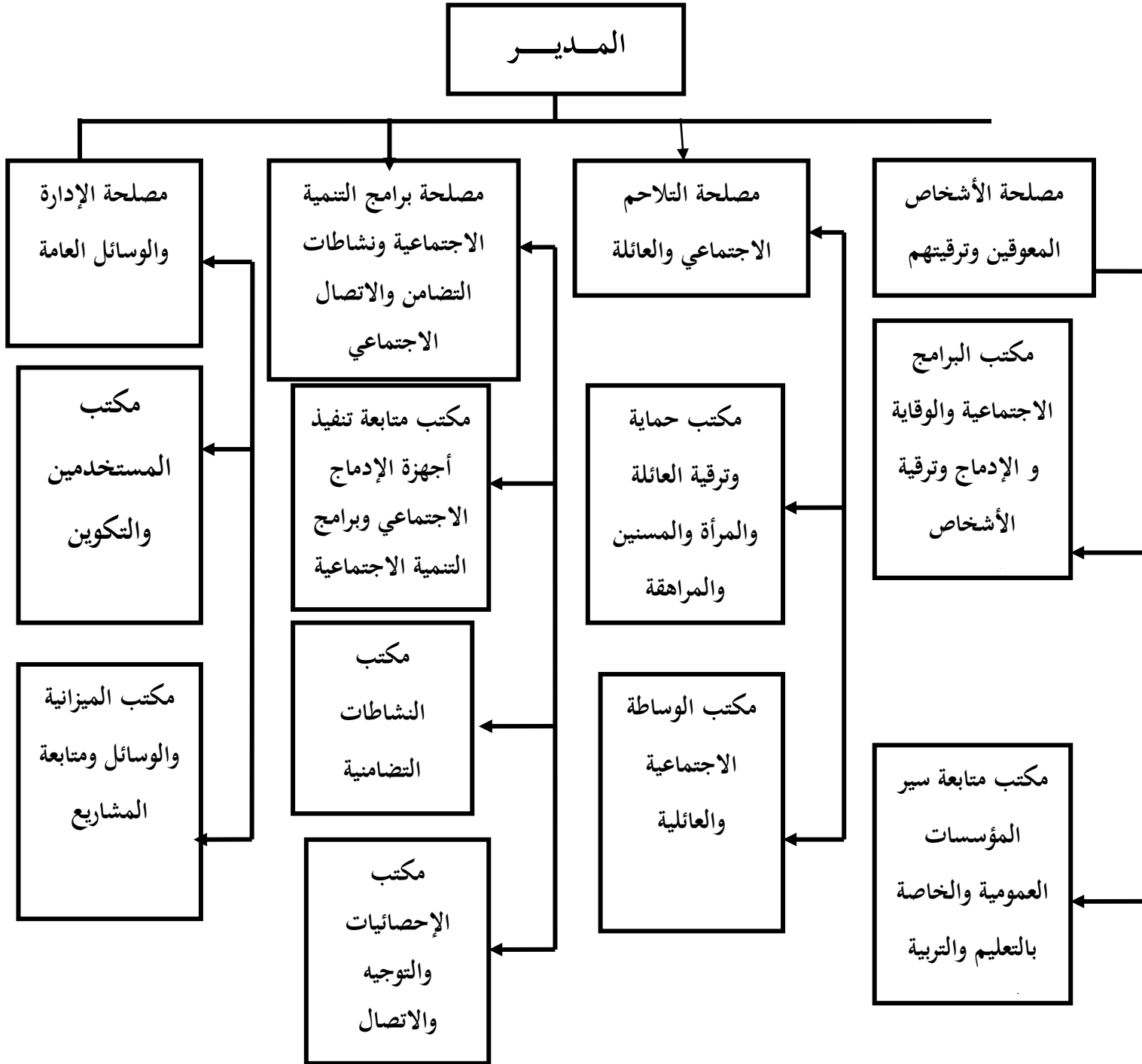
4.2. مصلحة البرامج التنموية الاجتماعية ونشاطات التضامن: تتكون من:

- مكتب متابعة تنفيذ أجهزة الإدماج الاجتماعي وبرامج التنمية الاجتماعية.

- مكتب النشاطات التضامنية ومتابعة نشاطات الجمعيات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني.¹

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 21.2015.م، ص ص 58-60.

الشكل (5): الهيكل التنظيمي لمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن ولاية غرداية.



المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 21.2015.م، ص، ص 58-60.

¹ مقابلة مع السيد مدير مكتب حماية وترقية العائلة والمرأة والمسنين والمراهقة يوم 15/03/2020/ الساعة 10:45 .

3- مهام مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن:

تتكفل مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن القيام بالمهام التالية:

أ. بعنوان النشاط الاجتماعي للدولة:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم في الميادين المرتبطة بنشاطات النشاط الاجتماعي.
- وضع بالاتصال مع السلطات المحلية، جهاز إعلامي يتعلق بتقويم الحاجات في مجال النشاط الاجتماعي وإحصاء الفئات المحرومة والأشخاص في حالة الإعاقة.
- تنظيم جهاز تسيير المساعدة الاجتماعية للدولة.
- تأطير تطبيق جهاز المساعدة والدعم المباشر لصالح الفئات الاجتماعية المحرومة أو المعوزة.
- السهر على تطبيق تدابير وبرامج الحماية والتربية والتعليم المتخصص والتكفل بكل فئات الأشخاص المعوقين.
- تنفيذ جميع التدابير التي من شأنها ترقية نشاطات الإدماج والاندماج المدرسي والاجتماعي والمهني للأشخاص المعوقين وتنميتها.
- السهر على متابعة برامج التكوين التي تبادر بها الإدارة المكلفة بالنشاط الاجتماعي والتضامن الوطني.
- تنسيق السير البيداغوجي والإداري للمؤسسات المتخصصة وتقييمه ومراقبته.
- تطوير برامج المساعدة وإعانة الأشخاص في وضع صعب، لاسيما النساء في وضع صعب وتنفيذها.
- السهر على تنفيذ تدابير الاستعجال الاجتماعي وما بعد الاستعجال الموجهة للفئات الاجتماعية في وضع صعب.
- تنفيذ بالاتصال مع القطاعات المعنية، برامج وتدابير المساعدة والدعم الموجهة للعائلات المحرومة. إعداد البطاقة الاجتماعية للولاية وتحسينها.
- ضمان بالتنسيق مع المؤسسات المعنية وفي إطار الإجراءات المعمول بها. متابعة العمليات المخططة في مجال إنجاز المشاريع والهياكل التابعة لقطاع التضامن الوطني وتجهيزها.
- تنظيم نشاطات الإعلام والاتصال المتعلقة ببرامج وأجهزة المساعدة والإعانة الاجتماعية وتنميتها.
- وضع على المستوى الولائي نظام الإعلام وتسيير البرامج التي تطورها الإدارة المكلفة بالنشاط الاجتماعي والتضامن الوطني.

- السهر على توفير الوسائل الضرورية والهياكل التكفل بالأطفال المحرومين من العائلة العمومية والخاصة وضمان متابعتها ومراقبتها والعمل على إعادة إدماجهم الاجتماعي والعائلي.
- السهر على وضع الوسائل الضرورية لاستقبال الأطفال المراهقين في وضع اجتماعي صعب أو في خطر معنوي والتكفل بهم.

ب. بعنوان التضامن الاجتماعي:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم في الميادين المرتبطة بنشاطات التضامن الوطني.
- تأطير برامج التضامن الوطني الموجهة للفئات الاجتماعية المحرومة وتنشيطها وتنسيقها وتقييم تنفيذها وقياس أثرها.
- تحديد بالاتصال مع القطاعات المعنية الاحتياجات في مجال التضامن الوطني وتقييمها.
- تنظيم توزيع المعلومات بالبرامج المحلية للتضامن.
- السهر على التسيير العقلاني للمتطلبات والسير الحسن للهياكل التابعة للقطاع لاسيما تلك الموضوعة تحت تصرف الحركة الجمعوية التي تنشط في ميدان اختصاص القطاع بما فيها دور الجمعيات.
- السهر على تنفيذ البرامج الهادفة إلى تنمية الجماعية التساهمية.
- ترقية نشاطات توعية المواطن من أجل مكافحة الفقر والهشاشة والإقصاء وتنظيمها.
- المشاركة في ترقية النشاطات الاجتماعية والتضامنية لصالح الجالية الوطنية بالخارج.
- تشجيع مشاركة الحركة الجمعوية في النشاطات التي يقوم بها القطاع في المجال الاجتماعي والإنساني.¹

¹ وثائق من مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية .

المبحث الثاني: تحليل النتائج

1. تحليل نتائج الملاحظة:

- عدم وجود مكتب للعلاقات العامة.
- عدم وجود مكلف بالاتصال في المؤسسة.
- عدم إدراك الموظفين لمفهوم العلاقات العامة وهذا ما يجعلهم يجهلون أهمية هذا القسم.
- تنفيذ برامج وأنشطة العلاقات العامة.
- تركز برامج العلاقات العامة على الزيارات والاستقبال والنشاط الاجتماعي والإعلامي.
- التنظيم المحكم لمكاتب المديرية و اختلاف المهام الموكلة لكل مصلحة.
- عدم وجود وثيقة للهيكل التنظيمي للمؤسسة ويتم الاعتماد على الجريدة الرسمية في تزويد الطلبة بالهيكل التنظيمي.
- الاعتماد على الوسائل التقليدية للاتصال بالمراسلات والإعلانات الورقية " كما يتم الاعتماد على الوسائل الحديثة المتمثلة في الانترنت، والأنترانت الشبكة الداخلية للمؤسسة، الإيميل، الصفحة الرسمية للمديرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- تحديد يوم استقبال المواطنين الثلاثاء صباحا.
- التنسيق الدائم مع السلطات المحلية وجمعيات المجتمع المدني والمراكز التابعة للمديرية.
- وضع سجل الاقتراحات والشكاوي.
- القيام بحملات تحسيسية وتطوعية.
- القيام بزيارات ميدانية لتحديد لمعوزين تسجيل احتياجاتهم.
- كتابة تقارير عن الأنشطة والزيارات الميدانية.
- دراسة الملفات المتواجدة على مستوى المكاتب توفير الاحتياجات اللازمة للمسجلين في المديرية.
- التعامل الجيد من طرف الموظفين للمواطنين الوافدين للمؤسسة.
- التعاون الملحوظ بين موظفي المؤسسة.
- تسخير كل الإمكانيات لفائدة المراكز التابعة للمديرية.
- توظيف أشخاص ذوي كفاءة عالية وملمين بالجانب الاجتماعي.

2. تحليل نتائج المقابلة :

المقابلة (أ): أجريت المقابلة مع السيد جمال مول الضاية ، رئيس مصلحة الوسائل العامة والمستخدمين ، يعمل بالمؤسسة منذ 15 سنة .

الاسم الكامل للمؤسسة لمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية ، تعتبر من بين المديرية الولائية تابعة لوزارة التضامن الاجتماعي والتضامن .

أسست المؤسسة بتاريخ مارس 1998 ضمن مرسوم تنفيذي للجريدة الرسمية ينص على إنشاء مديريات إضافية تابعة لوزارة النشاط الاجتماعي والتضامن من بينها ولاية غرداية ، وذلك لتغطية واستفادة المجتمع المحلي من نشاطات العامة للمؤسسة .

تعتبر مديري النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية مؤسسة عمومية حكومية تنشط ضمن القطاع الاجتماعي التضامني الهادف الى خدمة المجتمع وتحسين ظروفه .

كما تعتبر المدير مركزا لها عدة فروع على مستوى مختلف البلديات المتواجدة على مستوى الولاية ، ومكاتب تتكفل بالتحقيقات الاجتماعية ومراكز بيداغوجية لتدريس الأطفال المعاقين ذهنيا وحركيا . تضم المؤسسة عدة مصالح ومكاتب يترأسها موظفين ورؤساء مصالح عددهم الاجمالي 47 عاملا .

مقابلة (ب) أجريت مع رئيسة مصلحة التلاحم الاجتماعية والتضامن السيدة : خديجة بن أحمد ، ماستر علم النفس العيادي ، تعمل بالمؤسسة مدة 15 سنة .

تعتبر العلاقات العامة بالنسبة لموظفي مديرية النشاط الاجتماعي ، بأنها الاتصالات بشتى أنواعها لنشر نشاطات المؤسسة ، في حين أن العلاقات العامة هي الجهود الإدارية التي تتبعها المؤسسة ، باستعمال وسائل الاتصال المختلفة لتحقيق أهدافها العامة ، وخلق الثقة بينها وبين جمهورها ، ومنه تحسين صورتها .

كما أن مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية لا تتوفر على قسم أو مكتب خاص بالاتصال والعلاقات العامة ، إلا أن وظائف العلاقات العامة مطبقة ضمن البرامج الإدارية للمؤسسة ، وتوكل هذه المهم لرؤساء المصالح حيث أن كل مصلحة تتكفل بفئة معينة من المجتمع والفئة المستهدفة من برامج المؤسسة ، و هي بدورها تقوم بالنشاطات الاتصالية وتتكفل بتوجيه الفئات الخاصة بها واستقبالها .

أما عن نوع الاتصال الداخلي القائم في المؤسسة فكانت الإجابة أن الاتصال يتم من رؤساء المصالح إلى المدير ، وهذا ما يسمى بالاتصال الصاعد، بالإضافة الى اتصال نازل من المدير الى رؤساء المصالح ، ومنها ما هو اتصال أفقي بين رؤساء المصالح.

وتعتمد المؤسسة في اتصالها على على عدة وسائل منها ما هي كتابية ورقية ومنها ما هي شفوية ،فمن الوسائل الكتابية نجد المراسلات الورقية ، الإعلانات، الملصقات ، المذكرات المصلحية أما الوسائل الشفهية فتتمثل في ، الاتصال الشخصي المباشر بين الموظفين عن طريق الاجتماعات واللقاءات ، الحوارات ، الهاتف من خلال الاتصالات الشخصية والاتصالات المهنية .

كما تعتمد مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن على الاتصال الالكتروني من خلال شبكة الانترنت ،الانترانت الشبكة الداخلية للمؤسسة ، الايميل الخاص بالمؤسسة الذي يتم من خلاله إرسال واستقبال مراسلات الكترونية من مختلف المؤسسات والأطراف التي تتعامل مع المؤسسة ، موقع الرقمنة ، بالإضافة الى استعمال الفاكس و التلغراف .

ويعتبر الايميل الأكثر استعمالا من بين الوسائل الاتصالية الالكترونية .

في حين أن مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية تقدم مجموعة من البرامج الاتصالية متمثلة في الأيام التوجيهية والتحسيسية وذلك بالتنسيق مع البلديات التي ستقام فيها ،ويتم من خلالها التعريف بنشاطات المؤسسة وأهدافها ، وإقامة معارض لمختلف المناسبات ، كما حددت المؤسسة يوم لاستقبال وتوجيه المواطنين وحددته بيوم الثلاثاء من كل أسبوع ، بالإضافة الى تنظيم تظاهرات وندوات دورية ومستمرة .

ومديرية النشاط الاجتماعية والتضامن لولاية غرداية علاقات مع مختلف المؤسسات ،منها ماتكون علاقات داخلية مع المراكز والفروع المتعددة التابعة للمديرية على مستوى مختلف البلديات متمثلة في مراكز المعاقين ذهنيا وحركيا ، مكاتب التحقيقات الاجتماعية ، ...، أما عن العلاقات الخارجية فللمديرية علاقات متعددة مع أغلب المصالح المحلية والمديريات الولائية المتواجدة على تراب الولاية ،على غرار الولاية ، مديرية الصحة ،مديرية التربية ،البلديات ، الدوائر ، بالإضافة الى الاتصال بالفنادق ومراكز مختلفة المتواجدة على المستوى الوطني للقيام بنشاطات اجتماعية ورحلات استجمامية لفائدة الفئات المستهدفة من نشاطات المديرية . وهذا ما يساهم في تعزيز الثقة بين المؤسسة والأطراف التي تتعامل معها .

وتسهر المديرية على إقامة معارض، وتظاهرات، ورعاية حفلات لفائدة الفئات الهشة في المجتمع ، في المناسبات الوطنية والعالمية ، كيوم المعاق ويوم المسن ، يتم من خلالها تقديم جوائز وهدايا هذه التظاهرات من شأنها أن ترفع من قيمة المؤسسة وتعطيها صورة جيدة أم جمهورها.

كما تكون المؤسسة تحت أعين الصحافة بالتغطية الإعلامية لمختلف النشاطات التي تقوم بها المؤسسة من خرجات ميدانية ومساعدات إنسانية ، يتم تغطية النشاطات من الإذاعة المحلية والصحافة المكتوبة ، التلفزيون، في حين أن المؤسسة تقوم بالتنسيق مع الإذاعة المحلية لنشر إعلاناتها وتوضيح رؤيتها ونشاطاتها وأهدافها وذلك بحضور ممثل عن المديرية للبرامج الإذاعية .

ويتم تقويم هذه النشاطات من طرف رؤساء المصالح من خلال إعداد تقارير منها ما هي تقارير يومية ، مسطرة للأحداث والحالات الطارئة ، ترسل يوميا ، على غرار الفيضانات والكوارث ، ترسل المديرية للولاية والوزارة تقريرا يوميا عن المساعدات والخرجات التي قامت بها مصالح المديرية ،بالإضافة الى تقارير شهرية يتم من خلالها إحصاء المستفيدين من النشاطات خلال الشهر ، ومنها متكون تقارير سداسية ومنها ما هي سنوية التي تعتبر حصيلة لكل النشاطات التي قامت بها المديرية خلال السنة ، في هذا التقرير يتم إدراج الإحصائيات وعرض النشاطات وتحديد الميزانيات وتقويمها بالإضافة الى عرض النقائص وإدراج الحلول لتداركها. ووضع توقعات لميزانية السنة الموالية ووضع خطط وأهداف .

فيما يخص أسباب التي تحول دون إدراج قسم للاتصال والعلاقات العامة بالمديرية أجابت رئيسة مصلحة التلاحم الاجتماعي أن السبب يعود إلى عدم إدراجها من طرف الجهات الوصية كقسم ضمن الهيكل التنظيمي للمديريات على المستوى الوطني ، بالإضافة الى عدم توظيف كفاءات وإطارات في هذا المجال ، أما السبب الآخر فتجيب رئيسة مصلحة التلاحم الاجتماعي على أن عدم توفير الدولة لوظائف شغل وعدم تنظيم مسابقات للتشغيل ، فمن خلال ما ذكرت نقول أنه يوجد جهل وعدم إدراك لأهمية قسم العلاقات العامة في المؤسسات .

تعتبر مديرية النشاط الاجتماعي ذات طابع حكومي تضامني يسعى الى خدمة المجتمع و تحسين ظروفه المعيشية ،حيث تستهدف نشاطاتها الفئات الهشة من المجتمع ،من مسنين ومعاقين حركيا وذهنيا ، بالإضافة الى الاهتمام بالمرأة والأسرة ككل .

يتم ذلك من خلال مشاريع اجتماعية تقدمها المديرية متمثلة في مشروع الأسرة المنتجة ، مشروع المرأة الريفية ، المشاريع الكبرى لفائدة المجتمع كبناء ملاعب للأحياء ، حلقة فضاءات للتسلية والألعاب لفائدة الأطفال ، تهيئة الطرقات والإنارة العمومية ، مشروع الجزائر البيضاء الخاص بنظافة الأحياء

كما يعتبر الشباب من بين الفئات المستهدفة من نشاطات المديرية وذلك من خلال توفير مناصب شغل، وإعطائهم فرص للعمل و ذلك عن طريق صيغ مختلفة لعقود التشغيل نذكر منها : صيغة عقود الشبكة الاجتماعية ، صيغة عقود النشاط الاجتماعي ، صيغة عقود الإدماج الاجتماعي .

كما تساهم المؤسسة في تقديم مساعدات للجمعيات والمراكز التابعة لها ، مساعدات مادية من خلال تقديم ميزانية لانجاز مشروع معين أو مساعدة المحتاجين ، ومساعدات متمثلة في الأجهزة المكتبية كالحواسيب والطابعات وأجهزة أخرى .

كما تواجه المؤسسة عقبات حين تنفيذها لبرامج ونشاطات المسؤولية الاجتماعية أهمها : صعوبة تغطية والتكفل بكافة الحالات الاجتماعية المتواجدة على المستوى الولائي ، نظرا لكثرتها ، بالإضافة إلى صعوبة التحقيقات الاجتماعية التي تجرى على الحالات فيما يتعلق بدراسة الحالة دراسة معمقة ، أيضا أولوية التكفل بالحالات المستعصية والطارئة ، وعدم تفهم بعض المواطنين لهذا الوضع ، بالإضافة إلى نقص في وسائل النقل والإمكانيات لنقل الحاجيات للمستفيدين .

فالوسائل الاتصالية والإعلامية السالفة الذكر من شأنها أن تعزز الصورة الجيدة للمؤسسة ، من خلال نشر الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة والتغطية الإعلامية بهذه الأنشطة، ونشر الصور والتقارير عبر صفحة الفيسبوك الخاصة بالمديرية ، وهذا يدل على أن المؤسسة تعمل جاهدة لمواكبة التطورات ومحاولة تقرب المؤسسة من المواطنين .

فالإدارة العليا لمديرية النشاط الاجتماعي تولى أهمية بالغة لبرامج المسؤولية الاجتماعية فأنشطة المؤسسة هي أنشطة اجتماعية محضة، تسعى إلى تحسين الظروف للمجتمع وأساسيات العيش الكريم للفئات الهشة من المجتمع .

كما ساهمت نشاطات المسؤولية الاجتماعية في التعريف بالمديرية وهذا لأنها في تواصل دائم مع جمهورها من خلال النشاطات التي تقوم بها المديرية الهادفة لتحقيق التنمية الاجتماعية التي يمكن اعتبارها أنها تندرج ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

المقابلة (ج): أجريت مع مدير مكتب حماية وترقية المرأة والمسنين والمراهقة السيد سمير العتلة ،ليسانس في العلوم السياسية ،يعمل بالمؤسسة منذ 12 سنة .

مديرية النشاط الاجتماعية والتضامن لولاية غرداية لا تقدم دورات تدريبية للموظفين ، وعدم الاهتمام بالكوادر البشرية المتواجدة على مستوى المديرية، ولا تهتم بتنمية قدراتهم المهنية ، وهذا يرجع الى إغفال أهمية هذا النوع من الدورات ، والتقصير في حق الموظفين .

يسود المؤسسة جو من التعاون والتكافل بين الموظفين باختلاف مهامهم ومناصبهم ، مما يساهم في خلق جو مناسب للعمل ، ويساهم في تعزيز الثقة بين الموظفين أنفسهم.

وإضافة الى عدم تقديم دورات التدريبية للموظفين، فمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن ، لا تقدم إطلاقا خدمات اجتماعية لموظفيها ولا تساهم في تلبية حاجياتهم ، بل أن الموظفين يقومون بتقديم خدمات لبعضهم ضمن إطار شخصي وإنساني ، والمديرية تقتصر على إعطاء الحقوق المنصوص عليها فقط دون زيادات، كالحق في العطل السنوية .

ولأن ترقية الموظفين والعمال يساهم في رفع مستوى خدمات المؤسسة ، فنظام الترقية لا يعد من مهام المديرية الولائية باعتبارها مديرية تنفيذية ، فالأمر يرجع الى السلطات المعنية المتمثلة في وزارة النشاط الاجتماعي و التضامن.

أما من حيث التأمين الاجتماعي للموظفين فهو حق مشروط يشترطه قانون العمل ، حين فترة العمل وبعد التقاعد .

خاتمة

خاتمة :

بعد تناولنا لموضوع أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية -دراسة حالة مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن بالجزئين النظري والتطبيقي ، استنتجنا أن كل من العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية يحققان المصلحة المشتركة بين المؤسسة وجمهورها .

فالعلاقات العامة جهد إداري اتصالي يمكن المؤسسة من معرفة جمهورها ووضع دراسات لمعرفة اتجاهاته، وتلبية حاجياته ورغباته ،من خلال البرامج الاجتماعية التي تجسدها ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

فمن خلال هذه الدراسة توصلنا الى أن المؤسسات تسعى من خلال توظيف برامج العلاقات العامة ، وأنشطة المسؤولية الاجتماعية إلى هدفين رئيسيين وهما توثيق العلاقات بين المؤسسات وجمهورها ، بالإضافة الى الحرص على خلق الصورة الجيدة للمؤسسة ،كل هذا تبين من خلال التعريفات المقدمة للمتغيرين .

ومنه فمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية مؤسسة تخدم المجتمع ، وتؤدي وظائف العلاقات العامة ،يظهر ذلك جليا من خلال النشاطات الإدارية اليومية والبرامج والأهداف التي تصبو إليها المؤسسة .

وكإجابة عن الإشكالية المطروحة في أول الدراسة ،فنقول أن العلاقات العامة لها أهمية كبيرة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال تطبيق وظائف العلاقات العامة واستخدام المؤسسة الوسائل الاتصال المختلفة للعلاقات العامة في تحقيق برامجها الاجتماعية .

خاتمة

نتائج الدراسة :

- 1- تعدد التعريفات المقدمة للمتغيرين .
- 2- زيادة الاهتمام بالمفهومين في السنوات الأخيرة.
- 3- تسعى العلاقات العامة من خلال وظائفها الى تطبيق برامج اجتماعية ،وهذا من شأنه أن يجسد مفهوم المسؤولية الاجتماعية .
- 4- مساهمة وسائل الإعلام في نشر النشاطات الاجتماعية .
- 5- عدم إلمام الإدارة العامة لمديرية النشاط الاجتماعي لولاية غرداية لمفهوم العلاقات العامة.
- 6- عدم إدراك أهمية العلاقات العامة ووظائفها
- 7- عدم اهتمام الإدارة العامة لمديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية بالكوادر المتواجدة في المؤسسة .
- 8- تطبيق وظائف للعلاقات العامة ضمن الوظائف الإدارية.

التوصيات :

- 1- ضرورة إيلاء الأهمية الكاملة للعلاقات العامة ووظائفها.
- 2- ضرورة إدراج قسم خاص بالعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة .
- 3- ضرورة الاهتمام بالموارد البشرية للمؤسسة ،وإدراك قيمة الكادر البشري المتواجد فيها ،وإلزامية أن يحضى ببرامج اجتماعية أيضا باعتباره جهورا داخليا للمؤسسة .
- 4- توسيع الفئات المستهدفة من البرامج الاجتماعية المقدمة من طرف مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية .
- 5- الاهتمام أكثر بالوسائل الحديثة و التركيز على مواقع التواصل الاجتماعي ، وإنشاء موقع رسمي خاص بالمؤسسة لنشر نشاطاتها.
- 6- خلق فضاء في موقع الرقمنة الوزاري ،لتمكين الفئات المعنية من التسجيل عبره دون عناء التنقل للمؤسسة .
- 7- تسخير إمكانيات أكبر لتسهيل النشاطات المختلفة .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

الكتب:

1. الأسرج حسين عبد المطلب ، المسؤولية الاجتماعية للشركات-التحديات والأفاق من اجل التنمية في الدول العربية، باحث اقتصادي ومدير إدارة بوزارة التجارة والصناعة المصرية، أرشيف ميونخ الشخصي، 2011م.
2. البكري ثامر ياسر ، التسويق. والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان الأردن، ط1، 2001م.
3. تاج السر فقير عمر عماد الدين ، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية، عمان الأردن، ط1، 2013م.
4. الجحني علي بن فايز ، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، ط1، 2006م.
5. الدليمي عبد الرزاق محمد ، مدخل إلى العلاقات العامة، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط1، 2011م.
6. السعد وجيه ، المعجم الموسوعي في علم النفس، مترجم، وزارة الثقافة، ج5، دمشق، سوريا، 2000م.
7. شدوان على شبيه، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، قسم الاجتماع شعبة الاتصال والإعلام، كلية الآداب -جامعة الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2014م
8. الصيرفي محمد ، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية مصر، ط1، 2007م.
9. طائي محمد عبد حسين ، المسؤولية الاجتماعية للشركات وأخلاقيات الأعمال، دار الثقافة، ط1، عمان، الأردن، 2016م.
10. العدوي فهمي محمد ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة، عمان، الأردن، ط1، 2011م.

قائمة المراجع

11. عرسان يوسف الزوبعي، العلاقات العامة والتنمية، دار أسامة، عمان، الأردن، ط1، 2016م.
12. العصيمي عابد عبد الله ، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2015م.
13. الغالي طاهر محسن منصور ، نعمة عباس الخفاجي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر ، دار اليازوري العلمية للنشر ، عمان ، الأردن ، 2008 .
14. الغالي طاهر محسن منصور ، العامري صالح مهدي محسن، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط3، 2005م.
15. غريب سيد أحمد، علم الاجتماع و الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية مصر، 1996.
16. فلاق محمد ، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري، عمان، الأردن ط1، 2016.
17. فولي رضا ، عثمان ثابت حسن، التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية، باحث دكتوراه العلاقات العامة والإعلان – كلية الأدب جامعة الحلوان سوري.
18. قنديلجي عامر ، البحث العلمي ومصادر استخدام المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، ط1، 1999م.
19. كتاب جماعي، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019م، ص134.
20. اللبدي نزار عوني ، إدارة العلاقات العامة وتنميتها ، دجلة للنشر ،الأردن ، ط1، 2015م.
21. مجموعة من الباحثين: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقارنات النظرية والممارسات التطبيقية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ط 1، 2019 م.
22. محمد عبد الفتاح محمد ، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، الإسكندرية ، 2006م.

23. مرتضى البشير الأمين، الاتصال في العلاقات العامة، دار أمواج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016م.
24. المعجم الأبجدي، دار المشرق، بيروت، لبنان، ط5، 1986م.
25. موسى احمد محمد ، العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط1، 2007م.

المذكرات :

1. أبو سليم شذا سليم ، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، إشراف الدكتور إبراهيم محمد المدهون، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006م.
2. بركات عبد الرزاق: دراسة مدى تأثير ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الالتزام التنظيمي للعاملين في مؤسسة بركات العائلية، رسالة ماجستير ، الجامعة الافتراضية السورية ، 2012م.
3. بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبترو كيمياء - سكيكدة-مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير- علوم الإعلام والاتصال - إشراف د، ليلي بن لطرش جامعة منشوري- قسنطينة - 2009-2010م.
4. بوخناف هشام، وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية " دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر -عنابة" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علاقات عامة إشراف بروفيسور سموك علي، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2010-2011م.
5. الدليجي سطاتم بن خالد ، برامج المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود، السعودية، 2019.
6. العايب عبد الرحمان، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة فرحات عباس سطيف الجزائر، إشراف، دبكة الشريف، 2010م.

قائمة المراجع

7. عبا زهية، إشكالية إدماج المسؤولية الاجتماعية ضمن ممارسات الوظيفية في المؤسسة، دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية، رسالة دكتوراه تخصص إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، إشراف أ، د، زكية مقري، 2018.
8. عتوم أحمد أمين محمد، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2016م .
9. عجيات فارس نبيل ، المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركة الاتصالات الأردنية، دراسة حالة شركة الاتصالات الأردنية، إشراف عبد الرزاق الدليمي، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2012/2011.
10. فضالة خالد، دور الاقتصاد الإسلامي في إرساء المسؤولية الاجتماعية للبنوك الإسلامية – دراسة حالة بنك البركة الجزائري، رسالة دكتوراه منشورة جامعة أكلي محمد البويرة الجزائر، 2018
11. لبصير فطيمة، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، "مجلس الأمة نموذجاً" مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة جامعة متوري قسنطينة، إشراف أ، د فضيل دليو، 2007م، 2008م.
12. لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير – علوم الإعلام والاتصال – إشراف د، حسين خريف، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006م.
13. محمد عاطف محمد ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية، رسالة ماجستير منشورة، إشراف الدكتور محمد عبد العالي النعيمي ، جامعة الشرق الأوسط، 2008 م.
14. مسيلي ياسين ، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، دراسة ميدانية بالمستشفى الجامع ابن بادية، قسنطينة – مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، 2008-2009.

قائمة المراجع

15. المعمرية صيفية بنت عبد الرحمن ، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الشركات الصناعية سلطة عمان، دراسة حالة مؤسسة جسور، رسالة ماجستير في العلاقات العامة والإعلان، جامعة السلطان قابوس، سلطة عمان، 2015.
16. مقدم وهيبية، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات العرب الجزائري ،رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية ،تخصص علوم التسيير ،جامعة وهران ،اشراف أد،زايري بلقاسم ،2013م.

المجلات

1. دحمان بن عبد الفتاح ، ارتباط تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بانخفاض الثقة في الديمقراطية، مجلة الحقيقة – جامعة ادرار، الجزائر .
2. فروم محمد الصالح، معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية من وجهة نظر متخذي القرار " دراسة حالة قطب المحروقات لولاية سكيكدة، مجلة نماء لاقتصاد التجارة العدد، 3 جوان 2018.
3. قاسمي كمال، بعلي منية، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة كأحد المتطلبات الحديثة لدعم العلاقات العامة، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 3، 2016م.
4. القيسي خولة عبد الوهاب ، المسؤولية الاجتماعية لأطفال الرياض الأهلية، مجلة البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، العراق، العدد 30. 2011م.
5. مجيدر بلال، حمر العين عبد الرزاق، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية، مجلة أوراق اقتصادية ا، مجلد 3، العدد2، 2019م. .

الملتقيات :

1. حضور رسلان ،التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا ،ندوة الثلاثاء الاقتصادية 24،المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال ،دمشق ،سوريا ،26/11/2022م.

قائمة المراجع

2. عزاوي عمر وآخرون، دوافع تبني منظمات الأعمال أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الاجتماعي، ملتقى دولي، جامعة بشار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
3. عنابي بن عيسى، قسول فاطمة الزهرة ، إدارة السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال ملتقى منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار 2012م ..
4. فرحاتي عمر ، الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية كتوجيه استراتيجي للاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ملتقى وطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر -06-2017/12/07

المواقع الإلكترونية:

1. أحمد كردي ، كنانة أونلاين دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية، 01/03/2020 , <http://www.kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/159111> . , 13 :45.
 2. عادل عامر، الصدى نت ، <http://elsada.net/114752> , 1/03/2020 , 12 :15.
 3. محمد ابوعلبة، زين اللحام : مقرر المسؤولية المجتمعية <https://dspace.qou.edu/handle/194/2348>. 2020/05/11 14.55/
 4. التنمية المستدامة ، <https://www.regionalcsr.com> , 2020/05/13/ 12.30 .
1. <https://www.pachamama.org/social-justice/social-responsibility-and-ethics.html> pachamama ,01/03/2020 20:30 .

المقابلات :

- مقابلة مع رئيس مصلحة الإدارة والوسائل العامة 2020/03/15 الساعة 10:15.

قائمة المراجع

مقابلة مع السيد مدير مكتب حماية وترقية العائلة والمرأة والمسنين والمراهقة يوم 2020/03/15 الساعة
10:45 .

مقابلة مع رئيس مصلحة التلاحم الإجتماعي ،يوم 2020/09/06 الساعة 08:30 .

وثائق :

وثائق من مديرية النشاط الاجتماعي .

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 2015.21م.

الملاحق

الملحق رقم (01)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص الاتصال والعلاقات العامة

استمارة مقابلة

الموضوع :

أهمية العلاقات العامة في إرساء مفهوم المسؤولية الاجتماعية

دراسة حالة مديرية النشاط الاجتماعي والتضامن لولاية غرداية

إشراف الدكتورة :

ليلي سليمان

إعداد الطالبين :

حياة حاج قويدر

خديجة بن قومار

المعلومات الواردة في هذه الاستمارة تبقى سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية بحثية

الموسم الجامعي: 2020/2019

المقابلة (أ): معلومات عامة حول المؤسسة

الجزء الأول : البيانات الشخصية :

الجنس:

المنصب :

المستوى الدراسي :

الخبرة المهنية :

الجزء الثاني :معلومات حول المؤسسة ؟

1) ما هو الاسم الكامل للمؤسسة ؟

2) تاريخ تأسيس المؤسسة ؟

3) هل هي مؤسسة عمومية أو خاصة أو مختلطة ؟

4) ما هو القطاع الذي تنشط فيه ؟

5) هل تعتبر المؤسسة فرع أو مركز ؟

6) إن كانت مركز هل لها فروع ؟

7) ما هو عدد العاملين في المؤسسة؟

المقابلة (ب): وظائف العلاقات العامة المساهمة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية

الجزء الأول : البيانات الشخصية:

الجنس:

المنصب :

المستوى الدراسي :

الجزء الثاني :العلاقات العامة:

- 1- ما مفهومك للعلاقات العامة ؟
- 2- هل يوجد مكتب خاص للاتصال والعلاقات العامة بمؤسستكم ؟
- 3- ما هو نوع الاتصال القائم داخل المؤسسة ؟
- 4- ما هي الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة ؟
- 5- فيما تمثل الوسائل الاتصالية الكتابية والشفهية في المؤسسة ؟
- 6- هل تعتمد المؤسسة على الوسائل الاتصالية الالكترونية ؟
- 7- ما هي الوسيلة الالكترونية الأكثر استعمالا في المؤسسة ؟
- 8- ما هي البرامج الاتصالية التي تقوم بها المؤسسة ؟
- 9- هل نظمت من قبل حفلات أو معارض أو قمتم برعاية تظاهرات من قبل ؟ فيما تتمثل ؟
- 10- ماهي علاقة المؤسسة بالمؤسسات الأخرى ؟

- 11- هل يوجد تنسيق بينكم وبين وسائل الإعلام؟
- 12- هل تقومون بعملية التقويم لأداء نشاطات المؤسسة؟
- 13- في رأيك ما هي الأسباب التي تحول دون إدراج قسم خاص بالعلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي؟

الجزء الثالث : المسؤولية الاجتماعية

- 1- ما هي الفئة التي تركزون عليها في الأنشطة الاجتماعية؟
- 2- هل تساهم المؤسسة في إنجاز مشاريع لفائدة المجتمع؟
- 3- هل تهتم المؤسسة في تقديم فرص عمل للشباب؟
- 4- هل تقدم المؤسسة مساعدات للجمعيات والمراكز الخاصة؟
- 5- ما هي العقبات التي تواجهونها في حالة قيامكم بالأنشطة الاجتماعية؟
- 6- هل توفر المؤسسة برامج تدريبية من أجل تحسين مهارات الموظفين؟
- 7- هل يستفيد العمال من التأمين الاجتماعي؟
- 8- هل تمنح المؤسسة برنامج تأميني بعد التقاعد؟..

الجزء الرابع : دور العلاقات العامة ودعم مبادئ المسؤولية الاجتماعية

- 1- هل ساهمت الأنشطة الاتصالية لبرامج المسؤولية الاجتماعية في تعزيز صورة المؤسسة؟
- 2- في رأيك هل تعطي الإدارة العليا للمديرية أهمية لبرامج المسؤولية الاجتماعية؟
- 3- هل تعتبر أن وظائف العلاقات العامة تعمل على التعريف بالبرامج الاجتماعية للمؤسسة؟

المقابلة (ج):مدى تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية على الجمهور الداخلي للمؤسسة .

الجزء الأول : البيانات الشخصية :

الجنس:

المنصب :

المستوى الدراسي :

الخبرة المهنية :

الجزء الثاني مدى تطبيق المسؤولية الاجتماعية على الجمهور الداخلي للمؤسسة

1) هل توفر المؤسسة برامج تدريبية لتحسين مهارات الموظفين ؟

2) هل ترى أن المؤسسة توفر الجو المناسب للعمل ؟

3) هل تقدم المؤسسة خدمات اجتماعية للموظفين ؟

4) هل تهتم المؤسسة بتلبية حاجات الموظفين ؟

5) هل تنظم المؤسسة مسابقات لترقية الموظفين ؟

6) هل يستفيد العمال من التأمين الاجتماعي ؟

7) هل تمنح المؤسسة برنامج تأميني بعد التقاعد ؟

الملحق رقم (02)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التضامن الوطني و الأسرة و قضايا المرأة

الصورة

استمارة المعلومات الشخصية للاستفادة من بطاقة المسن

إطار خاص بالإدارة

- مديرية النشاط الاجتماعي و التضامن لولاية
- رقم التسجيل: تاريخ إيداع الملف

إطار خاص بالشخص المسن

❖ الحالة المعنوية:

- الاسم: اللقب:
- ابن(ة):
- تاريخ الميلاد: مكان الميلاد:
- الجنسية:
- بطاقة التعريف رقم: الصادرة عن: في:
- رقم الهاتف:

❖ مؤهلات المسن(ة):

- متعلم(ة): نعم لا
- إذا كان الجواب لا هل المسن(ة) مستفيد(ة): من دروس في نحو الأمية: نعم لا
- المستوى الدراسي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- شهادات أخرى متحصل عليها:
- إذا كان المسن(ة) بدون مستوى دراسي، يرجى تحديد إذا كان:
➢ يعرف القراءة و /أو الكتابة

الملحق رقم (03)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DE LA SOLIDARITE NATIONALE, DE LA FAMILLE
ET DE LA CONDITION DE LA FEMME

وزارة التضامن الوطني
والأسرة وقضايا المرأة

Photo d'identité

استمارة طلب بطاقة الشخص المعوق
Formulaire de demande de la carte de la personne handicapée

Informations Générales	معلومات عامة
Prénom :	الاسم :
Nom :	اللقب :
Date de naissance :	تاريخ الميلاد :
Lieu de naissance :	مكان الميلاد :
Sexe : Masculin <input type="checkbox"/> ذكر Féminin <input type="checkbox"/> أنثى	الجنس :
Adresse :	العنوان :
Commune :	البلدية :
wilaya :	الولاية :
Téléphone :	الهاتف :
E-mail :	البريد الإلكتروني :
Situation familiale	الوضعية العائلية

أرملة (ت) مطلق (ت) متزوج (ت) أعزب / عزباء
Veuf (ve) Divorcé(e) Marié(e) Célibataire