

مهارات التحدث لدى القائم بالعلاقات العامة ودورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

The Role of Public Relations Officer's Speaking Skill in Improving the Mental Representation of the Institution

محمد بوخبزة^{1*}

¹ جامعة احمد بن بلة وهران 1 الجزائر، boukhobza.mohamed@univ-oran1.dz

تاريخ النشر: 2021/06/03

تاريخ القبول: 2021/05/28

تاريخ الاستلام: 2021/05/21

ملخص: إن الحديث عن مهارات التحدث لدى القائم بالعلاقات العامة وعلاقتها بتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة يعني التركيز على "التحدث" انطلاقاً من كونه متغيراً ضمن العملية الاتصالية التي تعبر عن المؤسسة وتنشئ تلك التمثيلات والتصورات والانطباعات المشكلة للصورة الذهنية التي قد تتكون عنها، والتي تستهدف المؤسسة أن تكون ايجابية. في هذا السياق يكون "التحدث" مهارة تجمع بين الملكات الفطرية والقدرات المكتسبة التي يطورها القائم بالعلاقات العامة لتحقيق هذا الهدف الذي يقع ضمن وظيفته. ومن خلال هذه الدراسة النظرية نسعى إلى إبراز العلاقة بين المتغيرات السابقة مرتكزين على الاستنباط كمنهج ننتقل فيه من المعاني العامة التي تحملها المفاهيم والمصطلحات الخاصة بها لنصل خلال تحليلنا أن التحدث له أهمية كمهارة، وله تأثيره على الصورة الذهنية وعلى محيط المؤسسة. كلمات مفتاحية: المهارة، التحدث، العلاقات العامة، الصورة الذهنية.

Sammury:The speaking skill of the Public Relations Officer and his relationship to improve the mental image of the institution means focusing on his communicative ability inside the institution to express and arise those representations, perceptions and impressions that comprise the mental image. The latter has to be positive so the institution succeeds. Speaking is a skill that combines both innate and acquired abilities developed by the PRO to achieve his job's objective. This study seeks to highlight the relationship between the previous variables standing on deduction as a method moving from the general meanings of the

communicative terminological concepts, towards realizing the role of the public relations officer's speaking ability and its impact on the institution mental image and the institution
Keywords: the skill of speaking, public-relations, mental image

1. مقدمة:

"تكلم حتى أراك" هكذا قالها سقراط ذات يوم في إحدى جلساته العلمية، بعد أن رمق رجلا يتبختر بمشيته ليجلب الأنظار إلى نفسه متفاخرا بمنظره فكانت العبارة السالفة ردا لسقراط على فعلته. إن الكلام أو الحديث من أولى الصيغ التعبيرية التي عرفها الإنسان منذ خلقته حيث بدأ يتكلم ليعبر عن احتياجاته الطبيعية، المادية والنفسية إذ أن الكلام هو وسيلة سانحة للتواصل وضرورية يتفاعل بها الفرد ويتواصل مع الكون وأقرانه ويخرج مكنوناته الذاتية والحسية من الوجود بالقوة إلى الوجود بالفعل الكلامي المسموع، والتحدث يعد مهارة خاصة إذا ما اقترن بتخصص الإعلام والاتصال فهذا الميدان قائم بشكل جوهري على تبادل الأفكار والآراء وأطراف الحديث بواسطة التلفظ (الكلام) الذي مهما زاحمته الكتابة والوسائط المتعددة الجديدة يبقى أساسيا. إن تحكم القائم بالعلاقات العامة واتقانه لمهارة التحدث ينعكس لا محالة على مستوى تحقيق الأهداف المنشودة من قبله ومن قبل إدارة المؤسسة التي دائما ما تسعى من خلاله إلى الترويج لصورة ذهنية مقبولة و محترمة و مرغوب فيها لدى مختلف جماهيرها عبر عديد الأنشطة الاتصالية وحملات العلاقات العامة، والقائم عليها أو المختص في هذا الميدان هو اليوم من أشد الموظفين حنكة و ذكاء في إدارة شؤون المؤسسة عبر أفكاره و سلوكياته و مهاراته الإدارية و الاتصالية ومدى قدرته على الاستجابة والتأقلم مع المستجدات بأسرع وقت ممكن.

إن التكوين الذي يتلقاه رجل العلاقات العامة حول الاتصال وأشكاله واستراتيجياته والملكات التي قد يتميز بها كقائم بالاتصال والمهارات الاتصالية المكتسبة عن طريق التكوين كمهارة التحدث أمام الجمهور وإقناعه لها وقعها على انطباعات الجمهور الداخلي والخارجي

للمؤسسة وهي بذلك تؤثر في مدى فاعلية العملية الاتصالية داخل المؤسسة وعلى مستوى طبيعة العلاقات العامة فيها ومن هنا نطرح الاشكالية: ما دور مهارات التحدث لدى القائم بالعلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة ؟

2. مفهوم الاتصال :

يعرف الاتصال بأنه "مجموعة الأفعال والتعبيرات والأشكال التي تتم بين البشر لغرض الإبلاغ والإيحاء وإملاء العواطف والأفكار". (منديل ، 52 ، 1992). ويعرف أيضاً على أنه عملية تبادل الأفكار والآراء والمعلومات عن طريق الحديث أو الكتابة أو الإشارات. (الطنوبي ، 2001 ، 14).

1.2 أهمية الاتصال :

ترجع أهمية الاتصال إلى دوره الفعال في تمكين القائم بالاتصال من نقل أفكاره ومشاعره واتجاهاته بفعالية وبصورة ملائمة وبمرونة كافية للمستقبل، مما يترتب عليه نجاحه في تحقيق الهدف من الاتصال من خلال التأثير الفعال في المستقبل، لذلك يُعد الأفراد الذين يجيدون مهارات الاتصال اللفظي و غير اللفظي أكثر فعالية في علاقاتهم مع الآخرين نتيجة قدرتهم وبراعتهم على التأثير في مشاعر الآخرين وتوجهاتهم، مما ينعكس بشكل إيجابي على مسيرتهم في الحياة (إبراهيم الشاعر ، 2004 ، 158).

كما أن تحسين أنماط الاتصال داخل المنظمات الإنتاجية يؤثر بفعالية في درجة نجاح المنظمة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين، وينعكس بشكل إيجابي على زيادة الإنتاجية نتيجة وجود قنوات الاتصال مفتوحة بين الرؤساء والمرؤوسين، مما يترتب عليه ارتفاع الروح المعنوية للعاملين وزيادة إقبالهم على العمل وتعديل اتجاهاتهم بصورة ايجابية ومشاركتهم في التغيير والتطوير للأفضل، وبالتالي يساهم في زيادة درجات الولاء والانتماء للمنظمة ونجاحها في تحقيق أهدافها. (لويس كامل ، 1989 ، 368).

3. مفهوم العلاقات العامة :

لغة: العلاقات العامة مصطلح مركب من لفظتين ، (العلاقات) و (العامة) ، ونبين

معناهما على النحو التالي:

العلاقات: جمع علاقة من الفعل الماضي علق يعلق عُلوْقاً؛ والعُلوق هو تدلي شيء من شيء أعلا منه؛ تقول: (علّقت الشيء إذا جعلته يتدلى من شيء هو أعلى منه)، وكل شيء التزم شيئاً فقد علق به جمعهما علائق و تعني الارتباط يقال " لي في هذا علاقة " أي تعلق. (مجموعة من المؤلفين ، المنجد في اللغة و الإعلام ، 2008 ، 526).

وعلى ذلك فالعلاقات هي صلات تتصل الأشياء بها بعضها مع بعض.

العامة: خلاف الخاص أي عامة الناس ، يقال " جاء القوم عامة " أي جميعاً.. (مجموعة من المؤلفين ، 2008 ، ص 528).

اصطلاحاً: يعتبر مفهوم العلاقات العامة من المفاهيم التي يشوبها بعض الغموض لدى الكثير من الخبراء و الممارسين و الهيئات و المنظمات المختلفة ، الأمر الذي أدى إلى وجود تعاريف متعددة لها تتسم بالتفاوت و التباين .

تعريف ايڤي لي (Ivy Ledbeter Lee) : الأب الروحي للعلاقات العامة كما يسمونه يرى

بأن : " مهمة العلاقات العامة تتصل بالإعلام و نشر المعلومات الصحيحة عن المنظمة للجمهور و ذلك لكسب وده و تستخدم في ذلك الأخبار و الصور و إذاعة البيانات و التعليقات و عرض الأفلام و تنسيق المعارض و الندوات ، كذلك تستخدم أساليب الدعاية عندما تقوم بالتأثير الانفعالي على الجماهير ، تلجأ إلى الإعلان بوسائله المختلفة ، و قد تنطوي أنشطة العلاقات العامة على بعض النواحي التعليمية و التثقيفية لجماهير المنظمة الداخلية و الخارجية . (غريب ، 2006 ، 49).

1.3 . أهمية العلاقات العامة :

العلاقات العامة هي أداة اتصال مقنعة يتم استخدامها من طرف الفرد أو المؤسسة

من أجل حث أو تحريك الأفراد الآخرين ، المؤسسات ليساعدوهم في الوصول إلى أهدافهم (أبو شنب ، 2009، ص 64) ، و لقد برزت العلاقات العامة كمهنة متخصصة في ظل تطوير

الحياة الاقتصادية ، و الصناعية تقدم خبراتها و استشاراتها لمؤسسات الأعمال و ترسم الخطط لحملاتها الإعلامية .

و تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق جملة من الأهداف و منها :

• إسهامها الجيد في أن تسود علاقات عمل جيدة بالمنظمة و هذا من شأنه تسهيل تدبير احتياجات المنظمة و تساهم في الاستقرار .

• إسهاماتها الطيبة في حسن تقدير و فهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين أو من الجمهور الذي تتعامل معه المنظمة و هذا ما يساعد على إتخاذ الرأي المناسب بشأنها .(حسن الحلبي ، 1980 ، 68 .)

و بالتالي فالعلاقات العامة تعمل على تحقيق التكيف الإنساني و كذا التوافق بين الهيئات و المؤسسات و بين الجماهير . (صبطي ، مسعودي ، 2010 ، 26 .)

2.3. تعريف القائم بالعلاقات العامة :

1.2.3. القائم بالعلاقات العامة :

هو ذلك الشخص الذي يعمل على تحقيق المنفعة المتبادلة بين الجماهير و المنظمة

التي يعمل بها .(ناجي عوض ، ديب العجي ، 2008 ، 08 .)

2.2.3. أهم شروط ومواصفات القائم بالعلاقات العامة :

3.2.3. شروط ومواصفات فطرية :

وهذه الشروط تتعلق أساسا بشخصية الفرد المرشح لشغل وظيفة في مجال نشاط

العلاقات العامة وأبعادها الطبيعية التي يجب أن تشتمل على:

-قدرة متميزة على الإقناع وكسب ثقة الآخرين.

-التمتع بشخصية جذابة، والبعد عن الهجومية في الحديث مع التركيز على الوصول لهدف

من أي حديث أو اتصال، وامتلاك ذهن صاف على الدوام.

-إحساس عاطفي بالمواقف والأحداث يعطي للمتلقي الانطباع بالتأثر بما يحمله الشخص من أفكار وقيم.

-القدرة على التفكير المنطقي، والتمتع بإحساس عام جيد في مواجهة المواقف والمشكلات وفهم العلاقات المختلفة . (خلف الله دياب ، 2002 ، 127).

-امتلاك مهارات الاتصال، وتحديدًا الكتابة لتكون له القدرة على إقناع الآخرين .
-القدرة على التفاهم الإنساني ، وقضاء وقت طويل في الشرح والتوضيح.

-النشاط : العلاقات العامة عمل مستمر وحيوي، ومتعدد المجالات، وجهد متواصل مما يتطلب أن يتصف من يعمل بالعلاقات العامة بالقدرة على التحرك السريع ودون ملل، وبذل أقصى الجهود لنجاح مهمته.

-كذلك لابد أن يتصف ممارسي العلاقات العامة بالشخصية المستقرة والمتزنة الهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات، وكسب تأييدهم، وخلق انطباع طيب عند الجماهير عن المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة (خلف الله دياب، 2002 ، 128 ، 129).

4.2.3. شروط ومواصفات مكتسبة :

بعد أن سبق وأبرزنا أهمية توفر الشروط المتعلقة بالفرد ولأن هذه العملية ذات أبعاد متعددة فإنها تقوم هي الأخرى على مجموعة من المواصفات النظرية من اجل انجاح المشتغلين بالعلاقات العامة في وظائفهم، إلا أنه من الواجب تنمية هذه الصفات. ويمكن تمييز عدة تقسيمات فرعية للشروط و المواصفات المكتسبة، أهمها ما يلي :

1.4.2.3. من حيث الناحية المظهرية:

-حسن المظهر يساعد على تقبل أفراد الجمهور لمندوب العلاقات العامة الذي يمثل المنشأة، ويساعد المظهر المناسب لمندوب في تقبل ما يطرحه من أفكار، وما يطرحه من حلول للمشكلات المطروحة.

-كذلك فإن سماحة الوجه ورقة الحديث ، وتناسب القوام ، وحسن الهندام يعد من العناصر المهمة في تكوين الشخصية المحبوبة ، وكذلك فإن هذه الصفة تؤدي دورا أساسيا

في تشكيل الانطباع المبدئي عن رجل العلاقات العامة ، وبالتالي فإن أول شيء ينظر إليه الإنسان عندما يتعامل مع إنسان آخر هو وجهه ، فإن كان الوجه سمحا فقد حقق العنصر الأول في جذب الناس إليه والاستراحة له ، وكذلك فإن رقة الحديث أو الرفق فيه هو عنصر مهم في جذب المستمعين إلى المتحدث والاستماع لحديثه ، وعدم الملل منه والانصراف عنه ، وقد ذكر المولى (عز وجل) رسوله برحمته التي جعلته لنا في حديثه حتى يجتمع القوم عليه ولا يتفرقون في قوله تعالى: "فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ". سورة آل عمران الآية (159)

-اللباقة وطلاقة اللسان عند التخاطب مع الآخرين. (فوال ، 1992 ، 30).

2.4.2.3. من حيث الناحية التعليمية :

-أن يكون على دراية كبيرة بالمعلومات المتخصصة في الاتصال من حيث الأدوات الفنية، ومن حيث الأساليب المناسبة في الاستخدام.

- الإلمام بلغة أجنبية واحدة على الأقل حتى يتمكن من التعامل مع مزيد من الشرائح من

فئات الجمهور المختلفة

-القدرة على تنظيم العمل والتعلم .

-القدرة على استخدام لغة خاصة (أسلوب) مميزة وبسيطة لشرح المسائل المعقدة فنيا

للشخص العادي، والقدرة على صياغة الرسائل إلى الجماهير في أي صورة بشكل مفهوم

واضح، وفي أقل عدد من الكلمات.

- المهارة في تحديد الرأي العام وعمل الإحصاءات، وتبويب البيانات وتحليلها، واستخدام

الأدوات اللازمة لممارسة هذه المهارات كالحاسبات الآلية (فوال ، 1992 ، 33).

- وحول الصفات الأساسية التي ينبغي توافرها في القائمين بالاتصال في العلاقات العامة أيا

كان مجال عمل المؤسسة، فقد لخصها علي عجوة في صفتين أساسيتين هما :

الشخصية المحبوبة، والقدرة على الاتصال . ولا بد للصفتين أن تتكاملا فلا تغيب إحدهما عن الأخرى ، فرجل العلاقات العامة صاحب الشخصية المحبوبة لن ينجح ما لم تكن لديه القدرة على الاتصال ، وكذلك فإن رجل العلاقات العامة صاحب القدرة على الاتصال لن ينجح ما لم يكن محبوبا.

4. مهارة الحديث والقائم بالعلاقات العامة:

لقد سعى الباحثون على مر مسارهم العلمي والبحثي إلى تصنيف المتطلبات التي يجب توافرها في ممارسي مهنة العلاقات العامة من وجهات نظر متعددة فمنهم من صنفها إلى شروط فطرية، تعليمية، شروط مكتسبة ن وآخرون قسموها إلى مهارات، معارف، قدرات، خصائص أو صفات شخصية ومهارات اتصالية لعل من أبرزها مهارة التحدث فما معنى المهارة أولا؟ يقصد بالمهارة عدة معان مرتبطة منها: خصائص النشاط المعقد الذي يتطلب فترة من التدريب المقصود ، و الممارسة المنظمة، بحيث يؤدي بطريقة ملائمة ، و عادة ما يكون بهذا النشاط وظيفة مفيدة و من معاني المهارة أيضا الكفاءة والجودة في الأداء ، وسواء استخدم المصطلح في هذا المعنى أو ذاك فإن المهارة تدل على السلوك المتعمد أو المكتسب الذي يتوافر له شرطان جوهريان أولهما ، إن يكون موجها نحو إبراز هدف أو غرض معين و ثانيها أن يكون منظما بحيث يؤدي إلى إحراز الهدف في اقصر وقت ممكن (جمال عبد الفتاح ، <https://almerja.com/reading.php?idm=60460>، كما أنها إتقان عمل و أدائه على أكمل وجه دون زيادة أو نقصان أما وفق المراجع الأجنبية فينضرون إلى المهارة على أنها مزيج من المعرفة و المدارك و المواقف المناسبة لحالة معينة. المهارات الأساسية هي أساس النمو الشخصي و الإدماج الاجتماعي و المواطنة النشطة والعمل www.ac-grenoble.fr ، من خلال هذه التعريفات نستشف أهم الركائز والخصائص الأساسية التي تقوم عليها المهارة كفعل وهي التدريب كما يعززه عبد الشافي رحاب في وصفه للمهارة أنها شيء يمكن تعلمه أو اكتسابه أو تكوينه لدى المتعلم ، عن طريق المحاكاة والتدريب وان ما يتعلمه يختلف

باختلاف نوع المادة و طبيعتها أو خصائصها والهدف من تعلمها(سيد رحاب،1997، 276.)إضافة إلى التنظيم،الخبرة ، الحدق والإجادة والفعالية إلى جانب الإخلاص مع ضرورة تصور هدف يرجى بلوغه بعد القيام بالعمل المطلوب بمهارة .

إذا ما ربطناها بمهارة التحدث في ميدان العلاقات العامة فسنلج عالما متعالقا فيما بين عناصره يشمل الجمهور و الموضوع والسياق والمتحدث في حد ذاته لأن كل عناصره تجعل وتحقق من التحدث مهارة اتصالية بامتياز مستكملة لجميع شروطها إذا ما أجاد رجل العلاقات العامة أداءها وهي رديفة للكلام لما تعنيه من القدرة على جعل الألفاظ مطابقة للمعاني التي يقصدها الممارس بحيث يجعل أفكاره متسلسلة و موجزة ، و إجادة فن الحديث و القدرة على التعبير عن الذات بطلاقة حيث المقدره اللفظية مقوما هاما للنجاح في مهنة العلاقات العامة ومدى مقدره الشخص على اكتساب المواقف الايجابية عند اتصاله بالآخرين ويتكون موقف الحديث دائما من المتحدث الذي يحاول نقل فكرة معينة أو رأي محدد أو موضوع بعينه و هو الطرف المعني بالحديث والمستمع له و هنالك أربعة عناصر أساسية تمثل ضروريات الحديث المؤثر وهي: المعرفة وتعني ضرورة معرفة الموضوع قبل التحدث فيه.،الإخلاص حيث ينبغي أن يكون المتحدث مؤمنا بموضوعه مما يولد لدى المستمع الاستجابة الايجابية، الحماس يجب أن يكون المتحدث تواقا للحديث عن الموضوع و يعطي هذا الحماس انطبعا لدى المستمع بأهمية الرسالة ،الممارسة فالحديث الكلام لا يختلف عن أية مهارة أخرى يجب أن تصقل من خلال الممارسة التي تزيل حاجز الرهبة والخوف وتكتسب المتكلم مزيدا من الثقة تنعكس في درجة تأثيره على الآخرين،

(. https://abhaskom.blogspot.com/2019/08/blogpost_47.html، Mahmoud)

وكما أن لكل عملية محددات فللحديث كذلك شروط حتى تصح عليه صفة الكلام أولها التلفظ أي أن يكون منطوقا لا بالكتابة ولا بالإشارة ثانيا كونه مركبا أي ما يتركب من كلمتين وأكثر وهو نوعان ظاهر، ومقدر ثانيا كونه مفيدا بما معناه كونه بالوضع أي أن يكون

المتكلم فاهما قاصدا لما يقوله (أبو أنس أشرف بن يوسف بن حسن،
(/https://www.alukah.net/sharia/0/118658

تجدر الإشارة إلى أن الحديث كمهارة خاصة عند رجل العلاقات العامة ليست متفردة بذاتها بل تتصل بمهارات أخرى تتدخل في تشكيلها كمهارة اتصال العين هي الأخرى التي لها من الأهمية الحيز الكبير كونها تدلل على أهمية المتحدث من عدمها للمتحدث كونها الجزء الوحيد من الجهاز العصبي الذي يتصل بالآخرين بشكل مباشر وما مكن لها أن تخلفه من ألفة أو تخويف للمستمعين كذلك مهارة الوضع و الحركة ، ملامح الوجه والإشارات ، مهارة استخدام اللباس والمظهر الخارجي كلها إذا ما أدت بشروطها فستحسن لا محالة من صورة المؤسسة حيث أن صورة القائم بالعلاقات العامة الموظف الذي يعمل على تحقيق المنفعة المتبادلة بين الناس وبين المنظمة التي يعمل بها بتوطيد العلاقات الطيبة بينهما عن طريق الإعلام بالقدر الكافي و تصحيح المعلومات الخاطئة لدى الرأي العام هي من صورة مؤسسته فما المقصود بصورة المؤسسة؟

5. الصورة الذهنية للمؤسسة:

بعد استقراء الدراسات السابقة في مجال الصورة، ومن تتبع التعريفات التي قدمها الباحثون لها نستجلي اختلافها وفق مجالات وتخصصات كل واحد منهم وفق مداخل نذكر منها المداخل النفسية ، الاجتماعية، التفسيرية الكلية ... الخ، سنعرج في البداية على اللغوي منها إذ جاء في لسان العرب لابن منظور مادة (ص.و.ر) الصورة في الشكل ، والجمع صور، و قد صوره فتصور، وتصورت الشيء توهمت صورته، فتصور لي ، والتصاوير، التماثيل والصورة هي ظاهر الشيء وهيئته وحقيقة الشيء و صفته

(https://lahodod.blogspot.com/2011/10/blog-post_2246.html)

أما مفردة الذهنية فإنها تشير إلى الذهن والذهن هو العقل (حسنى عبد الخالق،
2015، 118). كذلك هي الفطنة والحفظ و بهذا فان الذهن يطلق على الإدراك والتفكير

الاستدلالي عن طريق إنشاء العلاقات وعليه فان الصورة الذهنية هي صورة الشيء وتصوره في هيئته و حقيقته وظاهره، يكونها الذهن في ضوء إدراكه و استدلالاته للأشياء(عماد الدين، 2019/2018، 12).

كما أنها الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصور عن التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة ، وقد تعتمد على الأدلة و الوثائق أو على الإشاعات والأقوال غير الموثقة ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم (منصور ندا، 2004 ، 31). من أحكام و تصورات وانطباعات قديمة و جديدة ايجابية منها وسلبية التي يأخذونها عن الأخر حول موضوع معين سواء أ كان هيئة أو فردا و يستخدمونها منطلقا و أساسا لتقييمها أو تحديد (المتصور) موقفه و سلوكه إزاءها. كما تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر (باقر، 2014 ، 56) تكون ديناميكية متغيرة وليست استاتيكية جامدة، وهي أيضا مجموعة الأفكار والمعتقدات و الأحاسيس التي تتكون في عقل ووجدان الجماهير اتجاه قضية أو منظمة أو فكرة أو شخص ، وهي تتبادر إلى الذهن عند ذكر اسمها لتعطي فكرة معينة أو مفهوما عاما عنها قد يكون طيبا أو سيئا ، وتتكون هذه الصورة مما يستقيه الفرد من وسائل الإعلام و ما اكتسبه من معارف و معلومات وخبرات حول هذه القضايا أو الأفكار أو المنظمات (حسنى عبد الخالق، 2015، 118). و ككل ظاهرة فان الصورة الذهنية تمتاز بسمات تحقق لها كينونتها ووجودها على غرار أن: الصورة ليست محددة الموضوع فأى شيء صالح لان يكون موضوعا للصورة (الفرد، الجماعة ن المجتمع، المؤسسة...)

مكتسبة ومتعلمة من سمات الصورة الذهنية أنها مكتسبة ومتعلمة، فهي توجد داخل جماعة موحدة ومتجانسة من الناس، وتشابهه مع إحدى الثقافات انعكاس

الاتجاهات: الصورة الذهنية هي انعكاس للاتجاهات النابعة عن العادات و ترتبط الاتجاهات نحو الأفراد و الجماعات الأخرى بالطريقة التي يتم بها تصور الأفراد الآخرين أن الصورة عملية و يعني ذلك أنها ليست ظاهرة استاتيكية جامدة ولكنها ظاهرة ديناميكية متفاعلة، تمر بمراحل متعددة ، تتأثر كل مرحلة بما يسبقها، وتأثر فيما يلحق بها . الصورة الذهنية تتسم بالتطور و التغير، وتأخذ أشكالاً عديدة و قوالب مختلفة، سلبية أو ايجابية معتمدة على كيفية التي وضع بها الفرد أو الجماعات تقيمه لها .(حسنى عبد الخالق ، 2015 ، 118).

التحدث و تحسين الصورة الذهنية:

التحدث أو الكلام هو أهم صفة إنسانية بشرية تفرق بين البشر وغيرهم من المخلوقات والكائنات، ولذلك جاء عن الفلاسفة في تعريفهم للإنسان بأنه الحي الناطق المبين التحكم في اتجاهات الناس وتصرفاتهم(علي عجوة، محمد عتران، 38، 2008). هو الذي يكشف مكنون الإنسان على غرار المختص بالعلاقات العامة من رؤى و أفكار و المشاعر التي تتحكم في كمية المعلومات التي تتدفق اليه ونوعها(علي ، محمد ، 47، 2008). ، وهذا ما ينعكس على عمل المؤسسة و نشاطاتها و حال عمالها المعنوي و المادي ، إلى جانب التحدث إلى الجماهير الخارجية للمؤسسة قصد التوجه إليها برسائل الإدارة لما تليه من حرص على راحة و رضا العميل على المنتج و جودته و مختلف الفعاليات والأنشطة الإعلامية للإبلاغ عن كل ما هو جديد عن المؤسسة و خدماتها و أخرى اتصالية تهدف إلى توطيد وشد حبال العلاقة القائمة بين الجمهور الخارجي والمؤسسة

تعتبر الصورة الذهنية للمؤسسة هي اداة غير مباشرة لنقل المعلومات ، ومن أساسيات البناء الإداري والسلوكي للعلاقات العامة من خلال تحريك استجاباتنا(علي ، محمد ، 2008، 39، 40). ، و تساعد الصورة الطيبة التي ترتسم في الذهن على اجتذاب المهارات البشرية اللازمة للعمل بين القائم بالعلاقات العامة وبين الزبائن أو الجمهور المستهدف . ونحن نعلم أن جانبا كبيرا من هذه الصورة يعتمد على جهود العلاقات العامة(علي ، محمد ، 68، 2008). لذا يجب ان يمتلك المشتغلون بالعلاقات العامة مهارات اكبر وطاقات وان تتوفر فيهم

موصفات ، لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة (علي ، محمد ، 2008، 105). وهنا نقول أن المؤسسة لا يمكن أن تستغني عن صورتها الذهنية ، و أن الجمهور ليس هو المحور الأساس للمؤسسة بقدر أن تكون له فكرة طيبة عنها وبما يتوافق مع المواصفات المراد تحقيقها ، وما يمكننا إجماله أن القدرة على استخدام لغة خاصة وبأسلوب علمي من طرف رجل العلاقات العامة تساهم في شرح المسائل للجمهور في تعقدها .

6. خاتمة:

من خلال هاته الدراسة النظرية التي أقمها الباحث و المراجع التي اطلع عليها استخلص انه لا وجود لاتصال ناجح وفعال يفضي إلى صورة حسنة عن المؤسسة دون اتصاف القائم بعلاقاتها العامة بالمهارات الاتصالية مثل الكتابة، القراءة ،الإصغاء كما التحدث الذي لا يقل عن أهمية عن المهارات الأخرى حين يكون أثقل وأول وسيلة تحمل المعاني والمعلومات والأفكار والعواطف لتنقلها إلى الغير وما تشكله من انطباعات ذهنية وتراكمات عقلية في الذهن تستفيد منها المؤسسة، فالجمهور مجموعة أفراد تتأثر كثيرا باللفظ تبعا لعوامل نفسية إما بالسلب أو بالإيجاب والحديث من احد مكوناتها الرئيسية يتدخل فيها الأسلوب و الخبرة إضافة إلى الشروط الواجب الامتثال لها و الإبداع فهو ضروري بحكم أن الكلام مهارة تحتاج إلى التنمية والتدريب والتحسين للوصول إلى الأفضل كما هو فن و موهبة لأنه شخصي يعتمد على شخصية الإنسان ومقدار حماسته وإبداعه على مسؤول إدارة العلاقات العامة التحلي به إلى جانب سؤال جماهيره في كل لقاء حتى يظهر صورة اهتمام منظمته بهم. تسعى كل منظمة إلى تحقيق أهدافها بالمحافظة على استمرار الاتصالات و بناء علاقة ثقة بينها و بين زبائنها ، التي تعتمد على المهارات الاتصالية لتأثيرها على فعالية العلاقات العامة.

كون العلاقات العامة أحد أهم الأنشطة الاتصالية تعتمد على الاتصال بشكل أساسي و ضروري من خلال توفير الوسائل الكفيلة و هذا راجع إلى القائم بالعلاقات العامة الذي يسهر على تنفيذ الخطط و البرامج الإستراتيجية و يتطلب مهارات و مؤهلات ليقوم

بهذا الدور الهام من خلال تكوينه لممارسة العلاقات العامة من خلال نماذجها المختلفة و الوصول إلى الهدف الأسمى و هو تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها .
و من خلال ما تقدم هناك مجموعة من النتائج، كان من أهمها:
-المهارات لها تأثير قوي على المؤسسة و جمهورها فاكتساب المهارة ليس بالأمر السهل أو المتوقع على القائم بالعلاقات العامة و لذا عند تطبيقها تتطلب وقت و جهد للوصول إلى النتائج الموجودة .
-حتى يحسن القائم بالعلاقات العامة سمعة المؤسسة التي يخدمها يجب عليه أن يؤمن إيماناً راسخاً بما يفعله و يرغب فيه من وراء نشاطاته .
-تتمثل أهمية المهارات التي يكتسبها القائم بالعلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة في الأداء الأمثل للعمل و العمال معا و في القدرة على استقطاب أكبر عدد من الزبائن .
-مهارة التحدث و التفسير و غيرها من المهارات كلها لها دور كبير في تحسين العلاقات العامة بدور مزدوج فهي تعطي صورة حقيقية عن المؤسسة لجمهورها و في نفس الوقت إعطاء صورة حقيقية عن رأي و احتياجات الجمهور من المؤسسة .
- التحكم الجيد في مهارات الاتصال خاصة الداخلية بالنسبة للقائم بالعلاقات العامة في محيط عمله يعنيه على الوصول إلى قراءة و معرفة سلوكيات العمال و طريقة تصرفاتهم .
-من المعلوم أن المؤسسة الناجحة هي التي تمتلك ثقافة الحوار في سياق عملها و بين موظفيها لعل و أهمها وجود محفزات تعمل على خلق ذلك الجو من التفاهم و دون إقصاء آراء الآخرين مهما كانت مستوياتهم .

7. قائمة المراجع:

المؤلفات:

1. ايمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، المدينة برس، 2004.
2. -جان جبران كرم ، مدخل إلى اللغة الإعلام ، ط2 ، دار الجيل ، بيروت ، لبنان ، 1992.
3. جمال أبو شنب ، العلاقات الإنسانية دراسة في مهارات الاتصال و التعامل ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2009 .
4. حسن الحلبي ، مبادئ في العلاقات العامة ، ط 1 ، منشورات عويدات لبنان ، بيروت ، 1980.
5. عبد الجبار منديل الغانمي ، الإعلان بين النظرية و التطبيقية ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان ، الأردن ، 1999.
6. عبد الرحمان إبراهيم الشاعر ، تقنية المعلومات و الاتصالات ، دار تثقيف للنشر و التوزيع ، الرياض ، السعودية ، 2004.
7. عبيدة صبطي ، كلثوم مسعودي ، مدخل إلى العلاقات العامة ، ط1، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2010.
8. غريب عبد السميع ، الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مؤسسة شباب الجامعة ، مصر ، 2006.
9. -فاتح بدر ناجي عوض ، محمد حسين ديب العجمي ، مهارات العاملين في العلاقات العامة في عصر المعلومات ، دراسة ميدانية ، د ط ، 2008.
10. مجموعة من المؤلفين ، المنجد في اللغة و الإعلام ، ط 43 ، دار المشرق بيروت ، لبنان ، 2008.
11. -محمد ممدد الطنوبي ، نظريات الاتصال ، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، القاهرة ، مصر ، 2001.
12. مليكة لويس كامل ، سيكولوجية الجماعات و القيادة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر ، 1989.
13. موسى باقر ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
14. نجوى فوال ، القائمون بالاتصال ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية.

15. وليد خلف الله دياب ، أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة ، ط 1 ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002 .
16. يسرا حسنى عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، ط2015،1.
17. علي عجوة، محمد عتران، فن العلاقات العامة، ب ط، بدون دار النشر، القاهرة، 2008.

المذكرات:

- 1 عماد الدين، دور الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز بسكرة، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة خيضر بسكرة، الجزائر، 2018/2019

المقالات:

1. عبد الشافي احمد سيد رحاب، 1997، فعالية برنامج مقترح لتنمية المهارات الإملائية اللازمة لتلاميذ الحلقة الثانية، جامعة جنوب الوادي، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني عشر

مواقع الانترنت:

1. https://lahodod.blogspot.com/2011/10/blog-post_2246.html تم الإطلاع عليه يوم 21\04\2020 على الساعة 14:50 د.
2. جمال عبد الفتاح، تعريف المهارة ، 11/9/2016، من كتاب مهارات الحياة ص ص 46 49 ، <https://almerja.com/reading.php?idm=60460>، تم الإطلاع عليه يوم 20\04\2020 على الساعة 10:30 د.
3. أبو أنس أشرف بن يوسف بن حسن ، 1/8/2017، شروط الكلام عند النحويين، <https://www.alukah.net/sharia/0/118658> تم الإطلاع عليه يوم 21\04\2020 على الساعة 14:30
4. Mahmoud Toba ، مهارة التحدث، 25/08/2019 ، https://abhaskom.blogspot.com/2019/08/blog-post_47.html تم الإطلاع عليه يوم 21\04\2020 على الساعة 14:05 د.
5. www.ac-grenoble.fr تم الإطلاع عليه يوم 20\04\2020 على الساعة 11:17 د.

6. <https://almaktaba.org/book/10614/79#p2> كتاب البيان والتبيين - أدوات البيان الخمس

ص83 تم الاطلاع عليه يوم 2021/05/26 على الساعة 11:17 د.