

العلاقات العامة الإلكترونية في الجزائر: واقع الممارسة وتحديات الرقمنة

**Electronic public relations in Algeria:
reality of practice and challenges of digitization.**



د/ بسمة فنور *

جامعة قسنطينة 3-صالح بونيدر

basma.fennour@univ-constantine3.dz

تاريخ الاستلام: 2022/08/09 تاريخ القبول 2022/10/02 تاريخ النشر 2022/10/13



ملخص:

أثرت التكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال في كل نواحي الحياة الإنسانية، فهي تسير بالعالم نحو رقمنة أغلب الوظائف والتنظيمات، وقد تأثرت ممارسة العلاقات العامة كوظيفة اتصالية بهذه الأساليب الجديدة، وأثرت في كل عناصر عمليتها الاتصالية، تسعى هذه الورقة العلمية للتعرف على واقع ممارسة العلاقات العامة في الجزائر من خلال محاولة رصد أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تناولت هذا الموضوع خلال السنوات الأخيرة في مختلف أقسام العلاقات العامة في الجامعات الجزائرية وتثمينها، والتعرف على أهم التحديات التي تواجهها ممارسة العلاقات العامة، ومنه استشراف آفاق ممارسة هذه المهنة إلكترونياً في الجزائر في ظل البيئة الرقمية.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، العلاقات العامة الإلكترونية، جمهور المؤسسة، ممارسة العلاقات العامة، التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

* المؤلف المراسل

Abstract: The new media and communication technology has affected all aspects of life, as it is moving the world towards the digitization of most jobs and organizations, the practice of public relations as a communicative function has been affected by these new methods and has affected all elements of its communicative process. This scientific paper seeks to identify the reality of the practice of public relations in Algeria and to identify the most important challenges it faces, including exploring the prospects for practicing this profession electronically in Algeria in the light of the digital environment.

Keys Words: the practice of public relations, electronic public relations, the public of the institution, public relations

مقدّمة:

أدى التطور الهائل الذي مسّ الأنظمة المعلوماتية والاتصالية الحديثة نتيجة الثورة التكنولوجية إلى ظهور تقنيات حديثة في الإعلام والاتصال، غيرت شكل العملية الاتصالية وطورت أساليبها وامكانياتها ووسعت مجالها، لتلغي حدود العالم الجغرافية وتجعل من العملية الاتصالية عملية عالمية، يتفاعل أطراف العملية الاتصالية مع بعضهم البعض، مع إمكانية مشاركة الجميع في صناعة وصياغة الرسائل الاتصالية، وحثّ الانتشار الواسع لهذه التقنيات الحديثة على الكثير من المؤسسات والمنظمات في العصر الحديث الاهتمام بهذا الجانب ووضعه في سلم أولوياتها الاقتصادية، نظرا لأهمية هذه التقنيات الحديثة وإسهاماتها المباشرة في تطوير كافة المؤسسات وترقية أدائها، ومواكبة هذه التقنيات التي هي الأساس في تطوير الدول ومؤسساتها وتحويلها من نمط التقليدية إلى الحداثة، تضمنت هذه التقنيات العديد من التكنولوجيا المستحدثة في عمليات الاتصال والإعلام وإنتاج المعلومات ومعالجتها وتبادلها حيث شملت العديد من المجالات وأتاحت شبكة الانترنت الكثير من قنوات الاتصال، تطورت هذه القنوات وأصبحت تستقطب حولها عددا كبيرا من المستخدمين، ما جعل العامة تجد نفسها امام تحديات كبيرة اتاحتها الانترنت من خلال استيعاب تقنياتها والبرامج التي تنتج موادها ورسائلها، وبالتالي الاستفادة من أبرز الخدمات التي توفرها الانترنت لخدمة المؤسسة وجمهور المؤسسة.

شهدت الفترة الأخيرة اهتماما بارزا بالعلاقات العامة خاصة العلاقات العامة الرقمية بسبب انتشار الوسائط المتعددة والهواتف النقالة الذكية والألواح الرقمية بين الجمهور، الأمر الذي ساهم في تحول عملية التواصل اليومي في حياة الناس، وساهمت الانترنت في تقريب المسافة بين المؤسسة وجمهورها وانتشار برامج تساعد على جمع وتحليلي البيانات والإحصاءات اللازمة، وسرعة التفاعل ونقل رسائل وبيانات المؤسسات إلى الجمهور المستهدف، كما ساهم انتشار المؤسسات والشركات عبر شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي الامر الذي ساهم في خلق بيئة مناسبة للتواصل مع الجماهير وعملاء المؤسسة.

تناولت العديد من الدراسات موضوع العلاقات العامة وواقع وممارسة هذه الوظيفة في المؤسسات الجزائرية بالبحث والمناقشة طول السنوات الماضية، لكن لا يزال هذا الموضوع بحاجة للبحث أكثر لمعرفة المنحى الذي سيسير عبره تطور هذه الوظيفة ومدى تأثيرها بالتكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، وكيف ستؤثر الوسائل الالكترونية التي وفرتها الانترنت على ممارسة العلاقات العامة في الجزائر، ويقودنا الحديث عن مدى تأثير ممارسة العلاقات العامة بالتكنولوجيا الرقمية الحديثة إلى طرح العديد من الأسئلة الملحة التي تمس جوهر العلاقات العامة، على مستوى المفهوم والممارسة، وتمس المعارف والمهارات التي يجب أن يكتسبها ممارس العلاقات العامة.

- هل ستصبح تكنولوجيا المعلومات وسيلة أساسية للاتصال بالجمهور؟
- ما هي التحديات التي يواجهها ممارس العلاقات العامة في اتصاله بالجمهور في البيئة الرقمية؟

يشير مفهوم العلاقات العامة إلى التواصل الفعال الذي تقوم به المؤسسة، هذه الفعالية التي يصعب تحقيقها إلا إذا توفرت مجموعة من الشروط الذاتية والموضوعية، التي تتعلق بالعنصر البشري المتمثل في القائم بالعلاقات العامة داخل المؤسسة ومجموع الخصائص

والمميزات التي يجب أن تتوفر في شخصه، ثم في الوسائل الاتصالية الملائمة، لتعود وتنتهي بالعنصر البشري الذي يجب أن يستوعب تلك الوسائل الملائمة ويحسن استخدامها واستغلالها.

المبحث الأول

العلاقات العامة التقليدية والعلاقات العامة الرقمية:

1. قراءة في مفهوم العلاقات العامة:

اختلفت التعاريف التي تحاول تحديد مفهوم العلاقات العامة منذ ظهورها باختلاف المشارب والتخصصات التي ينتمي لها المفكرون، وتطورت بتطور ممارسة العلاقات العامة، لكن يمكننا أن نعرف العلاقات العامة كما يلي: العلاقات العامة هي وظيفة إدارية اتصالية استشارية، وهي جهود اتصالية مستمرة تعمل على خلق علاقات ثقة بين المؤسسة وجمهورها، حيث تعمل على خلق الشعور بالانتماء لدى الجمهور الداخلي، والشعور بالولاء لدى الجمهور الخارجي. وعلينا أن نسجل أنه مهما اختلفت تعاريف العلاقات العامة ومهما تطورت ممارستها فهي لا تخرج عن مجموع النقاط التالية:

- أنها وظيفة إدارية مهمتها البحث والتخطيط العلمي.
- أنها وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى من خلالها المؤسسة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل والمخطط.¹
- أنها عملية اتصالية تحكم العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي.
- أنها جهود تعتمد على المنهج العلمي المنظم الذي يهتم بتحليل وتقييم الاتجاهات والرأي العام والميول الاجتماعية، تهدف إلى تحسين صورة المؤسسة وتحقيق سمعة طيبة

عنها تساعد على كسب تأييد الجمهور لقراراتها، كما يساعدها على التنبؤ باتجاهات الجمهور وينبئها بشأن الازمات المتوقعة.

- أنها وظيفة استشارية، تساعد المؤسسة في عملية البحث والتخطيط، كما تساعد على تقييم اجازاتها بصفة عامة وإنجازات إدارة العلاقات العامة بصفة خاصة.
- العلاقات العامة فن وعلم ووظيفة الإدارة العليا، تستخدم وسائل الاتصال المختلفة للوصول إلى جمهورها.

وسط التطور الكبير في عالم التكنولوجيا الرقمية، وظهور دور العلاقات العامة بشكل بارز لتحل العديد من الأزمات التي تواجه المؤسسات، وكذا ظهور وظيفة القائم بالعلاقات العامة في المؤسسات بشكل كبير لتحديث تكييفها بين وسائل الاتصال الحديثة وتقريب التواصل بين الجمهور والمؤسسات بشكل سريع لم يعد مفهوم العلاقات العامة - وبالتالي دورها ومسؤولياتها- مقتصرًا على الأدوار التقليدية، بل أضفت لها مسؤوليات جديدة نتيجة تطور الفكر الإداري من جهة، وظهور مشكلات جديدة تعاني منها المؤسسات المعاصرة، ولا حل لمثل هذه المشكلات إلا بتطوير العلاقات العامة لاستراتيجيات جديدة، وبالتالي القيام بمسؤوليات جديدة تمثلت فيما يلي: المسؤولية الاجتماعية، حماية المستهلك، تمثيل المؤسسة بالبيئة المحيطة. فعززت الانترنت خاصية الاتصال في اتجاهين، وساهمت في تقريب المسافة بين المؤسسة وجمهورها وانتشار برامج تساعد على جمع وتحليلي البيانات والإحصاءات اللازمة، وسرعة التفاعل ونقل رسائل وبيانات المؤسسات إلى الجمهور المستهدف.

2. العلاقات العامة الرقمية:

العلاقات العامة الرقمية هي فن دمج العلاقات العامة التقليدية بالمحتوى الرقمي والتسويقي والإعلام الاجتماعي.²

يمكن النظر إلى العلاقات العامة الرقمية على أنها نشاط مرتبط بشكل وثيق بتحسين العملية الاتصالية مع الجمهور، وذلك من خلال شبكة الانترنت والتطبيقات والمواقع التي اتاحتها بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث المختلفة، وتحقق العلاقات العامة الرقمية التفاعل المباشر مع الجمهور تجاه القضايا سواء كانت مرتبطة بأحداث راهنة او بالرد على الشائعات، أو تحسين صورة. هذا وتميز العلاقات العامة الرقمية بما يلي³:

- حسن الاتصال: حيث توفر للعلاقات العامة بيئة اتصالية تسمح لها بالاتصال المباشر مع جمهورها دون اللجوء إلى وسائط، جمهور يسهل عليها التعرف عليه وعلى مميزاته وخصائصه واختياراته واتجاهاته وبالتالي تحسن صياغة الرسائل التي تناسبه.
- سرعة التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية بالمؤسسة: حيث تتسم بالسرعة في التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية داخل المؤسسة، ففي حالة وجود أي اعتراضات من الجمهور على ما تقدمه المؤسسة تقوم إدارة العلاقات العامة بالتواصل مع الإدارات المعنية داخل المؤسسة لمعالجة أسباب تلك الاعتراضات والاحتجاجات بسرعة وفعالية كبيرة بفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- الشفافية: تمتاز العلاقات العامة بالصدق والشفافية، وأضفت شبكة الانترنت والانفجار المعلومات مزيدا من الشفافية على هذه العملية، وزادت من انفتاح المؤسسات على جمهورها.
- تقييم وقياس الأداء: تعمل إدارة العلاقات العامة على قياس أدائها داخل المؤسسة بشكل مستمر، من خلال تقييم تواصلها مع قاعدتها الجماعية. ويقوم الانتقال من العلاقات العامة التقليدية إلى العلاقات العامة الحديثة (الرقمية) على ثلاث أركان تتمثل في: إعادة توظيف المحتوى عبر الإعلام الاجتماعي (الانترنت، مواقع

التواصل الاجتماعي)، خلق وتوزيع مادة اتصالية تفاعلية ذات قيمة عبر المدونات (مواد خلاقة، روابط وفيديوهات جذابة)، وإدارة السمعة على الانترنت.

المبحث الثاني:

التكنولوجيا الرقمية الحديثة وممارسة العلاقات العامة:

يشير مفهوم العلاقات العامة إلى التواصل الفعال الذي تقوم به المؤسسة، هذه الفعالية التي يصعب تحقيقها إلا إذا توفرت مجموعة من الشروط الذاتية والموضوعية، التي تتعلق بالعنصر البشري المتمثل في القائم بالعلاقات العامة داخل المؤسسة ومجموع الخصائص والمميزات التي يجب أن تتوفر في شخصه، ثم في الوسائل الاتصالية الملائمة، لتعود وتنتهي بالعنصر البشري الذي يجب أن يستوعب تلك الوسائل الملائمة ويحسن استخدامها واستغلالها.

وساهم التحول الكبير الذي مس مستويات التعبير عن المعرفة (جمع ومعالجة ونشر البيانات، المعلومات، الأفكار) لسيطرة التكنولوجيا على وسائل الاتصال وبالتالي سبل الاتصال، فالتواصل الفعال الذي يتجسد في شكل العلاقات العامة لا يقتصر فقط على إتقان أساليب التحدث والخطابة من أجل تحسين صورة المؤسسة، بل يتعداه إلى الاشتغال على المعرفة من خلال جمع البيانات والمعلومات وتحليلها ومعالجتها، وصياغة الرسائل وتقييمها وتقويمها، حتى أصبحت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات جزء لا يتجزأ بل ضرورة من ضروريات العمل الاتصالي للعلاقات العامة، بل وأثرت في عناصر العملية الاتصالية للعلاقات العامة، فتغير شكل وطبيعة المرسل أو القائم بالعلاقات العامة، هوية وطبيعة جمهور المؤسسة، شكل وطبيعة قنوات الاتصال، شكل الاتصال طرقه وأسلوبه وحتى حجمه وتيرته، شكل ومضمون الرسائل الاتصالية، رجع الصدى، كل هذه العناصر نضيف لها سمعة وهوية المؤسسة التي أصبحت تدار وتسيّر إلكترونياً.

1. العلاقات العامة والانترنت:

تسبب الانترنت في حصول ثورة في الاتصال، وأحدث تغييرات هامة خاصة في مجال الفضاء العمومي، حيث أصبح بإمكان الجميع المشاركة بأرائهم والتعبير عنها ومشاركتها مع العالم بأسره في وقت قصير جدا قد لا يتعدى الثانية الواحدة وبنقرة بسيطة على زر المشاركة⁴ _ سواء كانت آراء سياسية او اقتصادية أو اجتماعية... الخ في شتى المجالات _ انعكست هذه التطورات على مجال ممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية، حيث تحتم عليها الانتقال إلى عالم الانترنت والشبكات الاتصالية، أين يمكنها ان تمتلك وسائل اتصال قوية مباشرة، ذات جماهيرية عالمية، تعطيها القدرة على التواصل مع آلاف أو ملايين الجماهير الموزعين على مختلف مناطق العالم ومخاطبتهم مباشرة وفي أي وقت أرادت ذلك تقريبا، وأصبح لزاما على ممارسي العلاقات العامة إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية ومواكبة التطور الحاصل في التكنولوجيا الرقمية، حيث لم يعد بإمكان العلاقات العامة التي لا تتواصل بشكل فعال مع مجتمع الانترنت أن تعمل بشكل فعال على تشكيل وصيانة الصورة العامة المطلوبة للمؤسسة.

ولما كانت وظيفة العلاقات العامة وظيفية اتصالية في الأساس فقد كانت من أكثر الوظائف تأثرا بالانترنت كوسيلة اتصال، فقد غيرت الانترنت طبيعة وسائل الاتصال مع الجمهور التي تحول منها إلى شكل رقمي مع ظهور أشكال ووسائل وقنوات اتصال رقمية جديدة، وامتد التغيير ليشمل ممارسة هذه الوظيفة في إطار الوظائف الإدارية والتسويقية الأخرى.

ساعدت الانترنت العلاقات العامة على تطوير ممارساتها، وتطوير استراتيجياتها وأهدافها، بإعطائها وسيلة قوية لمخاطبة جمهورها، وساهمت في انفتاح المؤسسة على بيئتها الخارجية، وساعدت حدة المنافسة التي خلقتها ديمقراطية الانترنت في تطور الفكر الإبداعي لممارسي العلاقات العامة، خاصة مع توافر برمجيات إنتاج الرسائل الاتصالية، وتوافر بنوك المعلومات، وإمكانية دراسة الجمهور وتحليل اتجاهاتها ودراسة رغباته بشكل

أوسع وأدق، بأقل جهد وبأقل التكاليف، لكن مع ذلك جعلت من وظيفة العلاقات العامة أكثر صعوبة، لأن الخطأ مكلف خاصة مع الانتشار السريع للأخبار والمعلومات، وهو ما يتوجب عليهم متابعة كل ما ينشر عنهم وكل ما يصلهم من استفسارات بشكل مستمر ودقيق. هذا وحقت شبكة الإنترنت لوظيفة العلاقات العامة الفوائد التالية:

- **الاتصال الدائم:** تتيح شبكة الإنترنت لمؤسسة الأعمال الاتصال الدائم بالمتلقي لمدة 24 ساعة باليوم ولسبعة أيام بالأسبوع ولكافة أيام السنة.

- **الاستجابة الفورية:** تستطيع مؤسسة الأعمال أن تستجيب بشكل فوري لما يظهر من موضوعات وحالات وتطورات في العمل وفي اتجاهات الجماهير نحو مؤسسة الأعمال ذات العلاقة.

- **الانتشار على مستوى العالم:** ينتشر المتلقون لشبكة الإنترنت على مستوى العالم وبالتالي تستطيع مؤسسة الأعمال الوصول إلى جماهيرها أينما كانوا في العالم.

- **رجع الصدى:** لأن شبكة الإنترنت تبادلية تستطيع مؤسسة الأعمال أن تحصل على رجع الصدى فوري من المتلقين، الأمر الذي يتيح لها أن تعرف ما يريده المتلقون منها وآرائهم ووجهات نظرهم بشكل سريع وآني.

- **الاتصال ذر اتجاهين:** أحد أهداف إدارات العلاقات العامة الرئيسية هو تحقيق الاتصال الثنائي الاتجاه بين مؤسسة الأعمال والجماهير ذات العلاقة، فهذا الاتصال الثنائي يتيح بناء علاقات تبادلية مفيدة بين المؤسسة وجماهيرها، حيث مكّنت الإنترنت إقامة اتصال ثنائي وبالتالي إتاحة الفرصة للمتلقين للتفاعل مع مؤسسة الأعمال من جهة وللمؤسسة للتفاعل مع جماهيرها من جهة أخرى، وهو ما لم يكن متاحا بهذه السهولة باستخدام الوسائل التقليدية.

- **انخفاض التكلفة:** يعتبر استخدام العلاقات العامة للشبكة الإلكترونية ذو جدوى اقتصادية عالية، وذو كلفة منخفضة إذ لا يتطلب هذا الاستخدام الورق أو القرطاسية أو

تحمل كلفة الطباعة، وكما يزيد انخفاض أجور استخدام شبكة الإنترنت من الجدوى الاقتصادية لاستخدامها في مجال العلاقات العامة.⁵

2. وسائل وقنوات الاتصال التي أتاحتها الإنترنت للعلاقات العامة:

أضفت شبكة الإنترنت بعدا آخر للعلاقات العامة، حيث وفرت كما سبق وذكرنا أدوات وقنوات اتصالية لممارس العلاقات العامة كما نجحت في ضبط الطريقة التي يتم بها توزيع معلومات العلاقات العامة للإعلام فحلت خدمات البريد الإلكتروني محل قناة اتصال البريد الورقي.

وتكاد تكون شبكة الإنترنت أكثر قدرة على التأقلم مع مجال العلاقات العامة من مجالات الصحافة والإعلان والتسويق، فالعلاقات العامة ذات وظيفة إقناعية، ولا تخضع لقواعد الصحافة الموضوعية، ومحتوى رسالة أو برنامج العلاقات العامة يتم منحه لوسائل الإعلام والجمهور دون مقابل، فكل ما على الجمهور فعله هو تلقي الرسالة من الشبكة.⁶

لقد أتاحت شبكة الإنترنت الكثير من قنوات الاتصال، ونمت هذه القنوات بمرور الزمن، ومما لا شك فيه أنّ ذلك مهم للغاية بالنسبة لمسؤول العلاقات العامة في أي منظمة، وتتطلب الديناميكية التي يعمل بها الإنترنت أن يأخذ ممارس العلاقات العامة دائما بزمام المبادرة، والاستفادة من أبرز الخدمات المتوفرة على الشبكة لخدمة جمهور المنظمة، ومن أبرز تلك الخدمات:

- شبكة الويب The Word Wide Web: تعتبر شبكة الويب أو WWW، مثلما يعرفها مستخدموها، من الممكن أكثر شمولاً في الإنترنت، وتقوم بدمج الكلمات والصور والرسومات والصوت وتضيف الألوان وتشتمل على الإعلان والنصوص والبرامج التي يجري تحميلها، وتعطي شبكة الويب مظهراً خارجياً يعكس النظام

للأنترنت، وبإمكان المستخدم تنظيم البحث عن المعلومات في أي موضوع بمجرد إدخال كلمة رئيسية مفتاحية أو عبارة بقصد البحث عنها.

● **قواعد البيانات على الشبكة Data bases:** ساعد استخدام قواعد البيانات ممارسي العلاقات العامة من المشاركة في صنع القرارات داخل مؤسساتهم.

● **البريد الإلكتروني Email:** من أقدم الخدمات التي يتميز بها الانترنت، وهو أحد محركات تطور هذه الخدمة، إذ تمكن لمستخدم من الاتصال بصورة متبادلة مع أي شخص في أي مكان مهما بعدت المسافة، ويرتبط الكثير من الأفراد بطريقة أو بأخرى بالانترنت، فيمكن من خلال البريد الإلكتروني أن يرسل الفرد رسالة واحدة إلى عدة أشخاص في وقت واحد، وتبدأ الرسائل بالتجمع إلى أن يتم فتح البريد الإلكتروني، وقراءة كافة الرسائل المرسلة، وساعد البريد الإلكتروني ممارسي العلاقات العامة باستخدامه كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين أفراد المؤسسة وخارجيا مع الجمهور الخارجي ومع المؤسسات الأخرى.

● **استطلاعات الرأي بالبريد الإلكتروني:** يعد خيارا مهما لممارس العلاقات العامة لجمع البيانات من الجماهير المستهدفة، وأضاف خيارا لإجراء البحوث في شكل مقابلات في الشبكة، ويعتبر بديلا لاستطلاعات الرأي التي تعتمد على النماذج التقليدية، ومن أهم فوائدها أن الأفراد عندما يقومون بمراجعة بريدهم الإلكتروني فإنهم يكونون مهئين نفسيا للقراءة والإجابة عن الاستطلاع.

● **تلقي الشكاوى:** الشكاوى المقدمة من الجمهور إلى منظمة واحدة من أهم القنوات التي يتم من خلالها التعرف على ردود أفعال المتعاملين، ورضاهم عن مستوى أدائها، فالعميل الذي يشعر بالرضا تجاه الخدمة المقدمة له سوف يقوم بإخبار واحد أو اثنين من العملاء الآخرين، أما العميل الذي لا يشعر بالرضا فسوف يخبر عشرة أو أكثر من العملاء، وبعد أن أنشأت المؤسسات مواقع لها على شبكة الانترنت، نجد ان

العميل الذي لا يشعر بالرضا بمقدوره إخبار آلاف من العملاء عن طريق خدمة الشكاوى، وتوضيح أسباب عدم الرضا.

- **المجموعات الإخبارية:** المجموعات الإخبارية هي مجموعة المناقشة التي يمكن تبادل المعلومات والآراء معها في جميع أنحاء العالم، من خلال برنامج لقراءة الأخبار على الانترنت، ويستطيع ممارس العلاقات العامة الاستفادة من خاصية المجموعات الإخبارية في توزيع المعلومات عن أنشطة وخدمات المؤسسة للجمهور، وقد يستخدم لوحات إعلانية على مواقع المؤسسة لعرض تعليق على الرسائل والأخبار، والحصول على تغذية عكسية من الجمهور الذي يزور الموقع.
- **مراقبة الموقع:** تخلق تكنولوجيا الاتصال فرصة كبيرة أمام الجمهور للحديث عن المؤسسة وخدماتها، فالإنترنت كوسيلة اتصالية تمثل نشاطا متداخلا بين الجماهير التي تستخدم موقع المؤسسة، وبالتالي يستطيع أي فرد أن يعبر عن رأيه دون قيود على خلاف وسائل الإعلام الأخرى، ويشتمل مجتمع الانترنت على الآلاف من الجماعات تستخدم خدمات الانترنت الاتصالية مثل: حجرات الدردشة، Chatroom، وقوائم البريد Email، وجماعات الأخبار لمناقشة موضوعات مشتركة، من هنا يستطيع هؤلاء المستخدمون إحداث تأثير في رأيهم على سمعة وصورة المؤسسة، والتعبير بحرية حول المؤسسة وخدماتها، منح ممارس العلاقات العامة إمكانية التواجد المستمر على الشبكة، إضافة إلى إمكانية إعداد موقع يوضع على الشبكة في حالة الأزمات يطلق عليه الموقع الإلكتروني المظلم موقع يستهدف جمهورا محددًا وقت الأزمة.

- **منتدى العلاقات العامة:** هي جماعة إخبارية تركز نفسها للاتصالات في مكان معين، حيث يستطيع الباحثون طلب المعلومات التي يريدونها، ويقوم الأشخاص الذين لديهم معرفة بالموضوعات بإرسال رسالة بالبريد الإلكتروني للباحث، فعلى

سبيل المثال قام أحد ممارسي العلاقات العامة بطلب معلومات عن كيفية وضع استراتيجية اتصال طلبها منه أحد العملاء، وخلال يوم واحد أرسل له عدد من الإجابات، والتي شكلت قيمة للعميل، مثل ربط استراتيجية الاتصال بأهداف المؤسسة، وتجزئة الجماهير لشرائح، وكل قطاع منها يختص بأساليب معينة للتعامل، إلى جانب ضرورة فهم ما الذي يود الجمهور معرفته والسؤال عنهم

● **المقابلات الشخصية على الانترنت:** تعتبر المقابلات الشخصية عبر الانترنت منهجية بحثية جديدة ومفيدة، بحيث يمكن إجراؤها عن طريق البريد الإلكتروني، او بالمجموعات الإخبارية، وتستجوب المقابلة الشخصية على الانترنت قيام الفرد بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة، ومن أهم مزايا هذا النوع من المقابلات على الانترنت قيام عدم الحاجة للاستئذان في الدخول على الموقع حيث يمكن أن يتم الاتصال مباشرة مع صناع القرار، وإتاحة القائم بالمقابلة الشخصية الوقت الكافي للمباحث حتى يفكر بتأني وحذر عند تقديم الردود، هذا إلى جانب أنه في العديد من أشكال المقابلات على الانترنت لا تكون هناك حاجة لجدولة مواعيد المقابلات حيث بإمكان القائم بالمقابلة استكمال العمل في الوقت الذي يختاره الخاضع للمقابلة.

إذن تستطيع المنظمات توظيف خدمات شبكة الانترنت في مجال العلاقات العامة، ويمكن عرض أهم هذه الاستخدامات في الآتي⁷:

أ. تصميم موقع المنظمة الإلكتروني على شبكة الانترنت العالمية، حيث يمثل أداة جوهرية وحيوية للاتصال بجمهور المنظمة والعالم الخارجي بشكل عام، ويعكس صورة حسنة للمنظمة، على أن يتم مراعاة الجوانب الفنية عند تصميم الموقع، ونشر كل المعلومات عن المنظمة وأنشطتها المختلفة وتحديثه باستمرار.

ب. استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار، ومعرفة كل جديد في شتى المجالات، والاستفادة منها في إعداد نشرات ومطويات ومطبوعات المؤسسة بشكل عام.

ج. استخدام البريد الإلكتروني، أو ما يعرف اختصارا Email، واستخدام هذه الخدمة كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين أعضاء المنظمة، واتصال إدارة المنظمة بالجمهور الخارجي المستهدف.

د. إجراء البحوث على شبكة الانترنت من خلال المقابلات عبر الشبكة، ومن خلال البريد الإلكتروني والتصويت في موقع المنظمة، ومجموعات الحوار في المنتديات، وعبر التخاطب المكتوب الدردشة Chat، والاتصال التلفوني عبر الأنترنت بأقل التكاليف.

هـ. التعرف على صورة المؤسسة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الإعلام والمنافسين والمستخدمين وغيرهم في شبكة الانترنت.

و. تصفح المواقع المختلفة للمؤسسات ومراكز الأبحاث والمعاهد والجامعات والتعرف على أنشطة هذه المؤسسات والاستفادة منها، وتبادل الخبرات معها.

ز. الاستفادة من خدمة نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات والصور، ونقلها أو تحميلها على أجهزة الكمبيوتر الخاصة بالمنظمة.

إنها أهم الخدمات التي يستفيد منها ممارسو العلاقات العامة في المنظمات، وهناك غيرها من الخدمات، والتي تزداد كلما تطورت تكنولوجيا المعلومات، ولكن الاستفادة ممارسي العلاقات العامة من شبكة الانترنت سيكون مرهونا بزيادة مستخدمي الشبكة العنكبوتية، وبمدى قدرة العاملين في مجال العلاقات العامة على التعامل معها واستخدام التقنيات الحديثة في المجال.

ووفرت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال عددا من الوسائل الإلكترونية التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة في عمليات اتصالها بالجمهور، نذكر منها

الموقع الإلكتروني للمؤسسة، مدونة المؤسسة، الرسائل الإلكترونية، غرفة الصحافة الافتراضية، الانترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي.

3. واقع استخدام ممارس العلاقات العامة للإنترنت:

على الرغم من أهمية الانترنت وأهمية الخدمات التي وفرتها لممارسي العلاقات العامة، والإمكانيات الكبيرة التي تقدمها في مجال الاتصال إلا أن واقع استخدام العلاقات العامة لهذه الإمكانيات يبقى مختلفا من بلاد إلى أخرى، ومن مؤسسة إلى أخرى، فهناك بعض المؤسسات التي قطعت أشواطاً في الاستفادة من خدمات الانترنت، في حين مازالت مؤسسات أخرى تنظر لهذه الخدمات بعين الريبة، فلا تحسن استغلالها كما يجب، ويبقى واقع الاستخدام الفعال للإنترنت في مجال العلاقات العامة حتى في الدول الرائدة في مجال الانترنت كالولايات المتحدة الأمريكية ينم عن ضعف وبطء واضحين في الإقبال على الاستفادة من خدماتها، فقد توصلت العديد من البحوث التي تناولت هذا الموضوع إلى أن الوسائط المتعددة والأشكال التفاعلية للإنترنت لم تستغل من طرف ممارسي العلاقات العامة كما ينبغي، وأرجعت بعض البحوث ضعف استخدام ممارسي العلاقات العامة للإنترنت إلى ما يسمى بمنحى تبني التكنولوجيا، حيث أن التكنولوجيا الجديدة تضاعف وظائف التكنولوجيا الموجودة (باعتبارها قديمة)، ويحتاج التكيف معها إلى وقت كاف لتطوير تطبيقات تتلاءم معها، و وأن إقبال ممارسي العلاقات العامة على الاستخدام الفعال للإنترنت رهين بـ:

- ازدياد نسبة مستخدمي الانترنت.
- سهولة الاستخدام حيث يجد بعض الممارسين صعوبة في التعامل مع الانترنت.
- السرعة في الولوج والتحميل من الشبكة.
- التقارب حيث أن جودة الصورة والصوت لازالت محدودة.

المبحث الثالث:

واقع ممارسة العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية:

يمكن القول أن الاعتماد على العلاقات العامة كوظيفة من وظائف تسيير وإدارة المؤسسات في الجزائر قد بدأ فقط من التسعينيات من القرن الماضي، مع دخول الجزائر عصر اقتصاد السوق، وخصوصة المؤسسات والانتقال من النظام الاقتصادي القائم على الاعتماد على القطاع العام إلى الاقتصاد القائم المنفتح على المؤسسات الخاصة، وانفتاح السوق، ودخول المؤسسات الأجنبية والمؤسسات متعددة الجنسيات للسوق الاستثمار في الجزائر، ومع ظهور العولمة والتطور المذهل في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال، التي تم إدخالها في نشاطات المؤسسة، فأصبحت المؤسسات التي كانت تعتمد على التسيير التقليدي تستند إلى ما أنتجه العلم الحديث سواء في مجال العلوم التقنية أو العلوم الاجتماعية والإنسانية.⁸

فكانت الجزائر كباقي دول العالم الثالث خاصة منها الدول التي كانت تنتمي للمعسكر الشرقي متأخرة عن الدول المتقدمة فيما يخص استخدام العلوم التقنية وتوظيف العلوم الانسانية في تسيير الإدارة، ونجد عدد محدودا من المؤسسات فقط تتوفر على شبكة الأنترنت، حتى في المؤسسات التعليمية والمؤسسات البحثية، حيث مازالت جامعات لا تتوفر على الأنترنت، كما يعتبر ظهور العلاقات العامة كعلم حديث الظهور في الجزائر، حيث دخلت الجامعة كمقياس يدرس في أقسام علوم الإعلام والاتصال بداية السبعينيات من القرن الماضي، كما تأسس معهدين اثنين فقط في علوم الإعلام والاتصال مع بداية التسعينيات من نفس القرن، أحدهما في الجزائر العاصمة والثاني في جامعة عنابة، لذلك يسجل نقص كبير للمختصين والخبراء في هذا المجال الذين بإمكانهم توفير تكوين يتميز بالاحترافية والمهنية وصقل روح الإبداع فيه، كما نتج عنه برامج مقررات تكاد تكون مفرغة من محتوياتها وبعيدة جدا عن تحقيق الأهداف المنوطة بها، وبالتالي إسناد تكوين الطلبة ضمن هذا التخصص في أحيان كثيرة لغير المتخصصين .

وقد توصلت العديد من الدراسات الأكاديمية التي تناولت واقع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية باختلاف طابعها وتنوع نشاطاتها، على عدم اهتمام المؤسسة الجزائرية بجهاز العلاقات العامة، رغم كل المشاكل التي تعانيتها على الصعيدين الإداري والاتصالي، التي كان من الممكن تجاوزها أو التقليل من حدتها بوجود جهاز للعلاقات العامة، وسنحاول تلخيص أهم ما رصدته النتائج لجملة من الدراسات السابقة التي شكلت منطلقا لتشخيص وضع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، في الجدول الآتي⁹ :

جدول رقم (1) يلخص أهم نتائج الدراسات التي اهتمت بالبحث في ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية:

مؤشرات ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات الجزائرية	نتائج قياس هذه المؤشرات
وجود ومكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسات	- غياب مصلحة (قسم) العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمعظم المؤسسات الجزائرية مجال البحث. - الاكتفاء بوجود خلية الإعلام و/أو الاتصال في بعض المؤسسات الجزائرية مجال البحث. - تتذيل هذه المصالح الترتيب ضمن هرم الهيكل التنظيمي في أغلب الأحيان.
مميزات وخصائص الموظف المكلف بالاتصال/الإعلام	- يمارس أنشطة الاتصال والإعلام ويشرف على خلايا الاعلام والاتصال في أغلب الأحيان موظفون من غير المختصين في مجال الاتصال والعلاقات العامة. - تسند مهمة إدارة الموقع الإلكتروني للمؤسسة وصفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي لمختصين في الإعلام الآلي في معظم المؤسسات مجال البحث.
ممارسة أنشطة العلاقات العامة	- تمارس معظم المؤسسات مجال الدراسة أنشطة اتصالية مختلفة (تنظيم معارض، أبواب مفتوحة، حملات تحسيسية... الخ)، قد تعادل أو تشبه أنشطة العلاقات العامة لكنها لا تؤديها بنفس المعنى الوظيفي لوظيفة العلاقات العامة، لأنها تعتبر مهام جزئية ل تسعى لتحقيق نفس الأهداف التي تسعى لتحقيقها وظيفة العلاقات العامة.

<p>-لا تمارس أغلب المؤسسات مجال البحث كل وظائف العلاقات العامة من بحث وتخطيط وتنسيق واتصال وتقييم وتقويم، وبالتالي يمكننا ان نقول انها تمارس نشاطا يشبه العلاقات العامة لكنه ليس بالتأكيد علاقات عامة.</p>	<p>ممارسة وظائف العلاقات العامة</p>
<p>-تولي بعض المؤسسات مجال البحث أهمية للجمهور الداخلي، وبالتالي تحاول انتهاج سياسة إدارية تعتنى بإشراك هذا الجمهور في القرارات التي تتخذها الإدارة، لكن تبقى علاقة أغلب هذه المؤسسات مع الجمهور الخارجي علاقة اتصال في اتجاه واحد.</p>	<p>الاهتمام بالعلاقة مع الجمهور</p>
<p>-تملك أغلب المؤسسات مجال البحث علاقة مع وسائل الإعلام، لكنها تبقى علاقة مناسبة ووظيفية غير مبنية على الأسس العلمية التي تحددها العلاقات العامة.</p> <p>-تنتج معظم المؤسسات مجال البحث مختلف الدعامات والمواد والوسائل التي تعتبر من مواد العلاقات العامة مثل البيانات الصحفية، الملفات الصحفية، مجلة المؤسسة، المطويات ... الخ. لكنها لا تؤدي نفس الأدوار التي كان يجب ان تؤديها العلاقات العامة.</p>	<p>وسائل الإعلام والاتصال التي تعتمد عليها المؤسسة</p>
<p>-غياب ثقافة استخدام وظيفة العلاقات العامة.</p> <p>-غياب ثقافة الشفافية في التسيير، واحتكار الإدارة لبعض الصلاحيات ومنها احتكار المعلومات.</p> <p>- عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة وسوء فهم وظائفها، ما نتج عنه تداخل بين وظيفة العلاقات العامة وبعض الوظائف الأخرى.</p> <p>-ضعف الرأي العام وتشتته لغياب وسائل إعلام قوية ومؤسسات أو مراكز قياس الرأي العام.</p> <p>-اعتبار ميزانية العلاقات العامة(الاتصال) تكاليف إضافية لا جدوى منها، خاصة وأن نتائج جهودها تظهر على المستوى المتوسط والمستوى البعيد.</p>	<p>الظروف التي تقف عائقا أمام ممارسة العلاقات العامة</p>
<p>-تعاني أغلب المؤسسات مجال البحث من مشاكل إدارية واتصالية في ظل غياب جهاز العلاقات العامة الذي يعمل على خلق وصيانة وتقوية العلاقات بين مختلف المستويات الإدارية.</p> <p>-تتخبط أغلب المؤسسات الجزائرية مجال البحث في مشاكل اتصالية على الصعيد الداخلي والخارجي، وهو ما يجعلها ضعيفة أمام مواجهة الازمات.</p>	<p>المشاكل التي نجمت عن إهمال العلاقات العامة</p>

المصدر: من إنجاز شخصي (بالاستعانة بمجموعة من الدراسات السابقة).

وقد سعت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات شبكة الانترنت والتقنيات المرتبطة بها من خلال ارتباطها بشبكة الانترنت في شهر مارس من عام 1994 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني والذي من مهامه العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية.

وتبذل الجزائر جهودا كبيرة لترقية قطاع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وتؤكد ما يقارب 83% من المؤسسات الجزائرية استخدام الانترنت الذي أصبح امر ضروري لنشاط المؤسسة، كما ترى ضرورة إتاحة الانترنت لكل المستويات الإدارية لتشجيع العمال على العمل الجماعي، وبالتالي تحفيز الإبداع والتفكير الإبداعي وتبادل الأفكار.¹⁰ ورغم هذه التأكيدات إلا أن اهتمام المؤسسات الجزائرية بالانترنت مازال ضعيفا، وتعود أسباب عدم الاهتمام الكافي بتكنولوجيا الانترنت إلى:

- ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات في المؤسسات الجزائرية والاقتصار على استخدامها في تسهيل الأعمال الإدارية اليومية من خلال معالجة النصوص وتخزين المعلومات والبيانات.
- عدم وعي الكوادر البشرية بالمؤسسات الجزائرية بالمزايا الممكن تحقيقها من التواجد على شبكة الانترنت وممارسة الاتصالات التسويقية الالكترونية.
- التقليل من جدوى الأنشطة الاتصالية عبر الانترنت بدعوى ضعف استثمار الانترنت في الجزائر، حتى إن القليل من المؤسسات الجزائرية من تمتلك شبكة داخلية (انترانت)، أو شبكة متصلة بشبكة تجارية مع شركائها (اكسترات)، كما أن المؤسسات التي تمتلك موقع الكتروني لا تقوم بتحديثه إلا نادرا مما يقلل من أهمية المعلومات التي تحتويها ويتسبب في عزوف الجماهير عن زيارته.

- وفيما يتعلق بأنشطة العلاقات العامة عبر الانترنت فإنها تشهد غياب تام في ظل عدم اهتمام المؤسسات الجزائرية بهذه الأنشطة حتى في العالم الحقيقي مما يؤثر سلبا على صورتها ويهدد مستقبلها في تعرضها لحمولات لترويج الإشاعات.

المبحث الرابع:

التحديات التي تواجهها ممارسة العلاقات العامة الإلكترونية:

على الرغم من أهمية الانترنت وأهمية الخدمات التي وفرتها لممارسي العلاقات العامة، والإمكانيات الكبيرة التي تقدمها في مجال الاتصال إلا ان واقع استخدام العلاقات العامة لهذه الإمكانيات يبقى مختلفا من بلاد إلى أخرى ومن مؤسسة إلى أخرى، فهناك بعض المؤسسات التي قطعت أشواطاً في الاستفادة من خدمات الانترنت، في حين مازالت مؤسسات أخرى ترى لهذه الخدمات بعين الريبة فلا تحسن استغلالها كما يجب، ويبقى واقع الاستخدام الفعال للانترنت في مجال العلاقات العامة حتى في الدول الرائدة في مجال الانترنت كالولايات المتحدة الأمريكية ينم عن ضعف وبطء واضحين في الإقبال على الاستفادة من خدماتها، فقد توصلت العديد من البحوث التي تناولت هذا الموضوع إلى أن الوسائط المتعددة والأشكال التفاعلية للانترنت لم تستغل من طرف ممارسي العلاقات العامة كما ينبغي، وأرجعت بعض البحوث ضعف استخدام ممارسي العلاقات العامة للانترنت إلى ما يسمى بمنحى تبني التكنولوجيا، حيث ان التكنولوجيا الجديدة تضاعف وظائف التكنولوجيا الموجودة (باعتبارها قديمة)، ويحتاج التكيف معها إلى وقت كاف لتطوير تطبيقات تتلاءم معها، و وأن إقبال ممارسي العلاقات العامة على الاستخدام الفعال للانترنت رهين بـ:

- ازدياد نسبة مستخدمي الانترنت.
- سهولة الاستخدام حيث يجد بعض الممارسين صعوبة في التعامل مع الانترنت.
- السرعة في الولوج والتحميل من الشبكة.

- التقارب حيث أن جودة الصورة والصوت لازالت محدودة.
- وتواجه ممارسة العلاقات العامة الإلكترونية في الجزائر كبقية الدول النامية مجموعة من التحديات يمكن أن نلخص أهمها فيما يلي:
- ضعف البنى التحتية ومنها ضعف تدفق الأنترنت، حيث يحتل تدفق الأنترنت في الجزائر مراتب أخيرة ضمن الترتيب العالمي.
- تملك أغلب المؤسسات مواقع إلكترونية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، لكنها غير مفعلة، فالمواقع الإلكترونية في أغلب الأحيان موجودة على الشبكة فقط من أجل مواكبة متطلبات الواقع الحديث واتجاه أغلب المؤسسات لإنشاء مواقع إلكترونية، لكن القائمين عليها في أغلب الأحيان من غير ذوي الاختصاص، بل تسند مهمة القيام عليها وصيانتها واختيار المعلومات التي يجب ان تتضمنها لمختصين في الإعلام الآلي، لذلك تبقى العلاقات العامة تعاني من نفس التهميش وسوء الفهم وإسناد مهامها لغير ذوي الاختصاص، ووظيفة من لا وظيفة له، ونفس الشيء بالنسبة للصفحات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، التي يديرها اي موظف يملك وقتا إضافيا.
- عدم الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة إدارية، فهي وإن وجدت ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة، فمكانها يكون في مراتب متدنية، وبالتالي لا تخصص لها الميزانية الكافية لتحقيق الاهداف المنوطة بها.
- ضعف التكوين في مجال العلاقات العامة، نتيجة العدد القليل للمختصين في العلاقات العامة، وتدریس التخصص ضمن التخصصات في العلوم الانسانية والاجتماعية، ساهم في إفراغ البرامج المقررة من محتوياتها الحقيقية والأهداف التي يجب أن تحققها، إضافة إلى إسناد مقاييس التخصص لغير المتخصصين.

- قلة المختصين في العلاقات العامة وضعف مستوى تكوينهم، نتيجة ضعف إمكانيات التأطير في الجامعات.

خاتمة:

على الرغم من تنامي أهمية العلاقات العامة في المؤسسات في العصر الحديث، وأهمية الصورة كميزة تنافسية للمؤسسات تضمن لها مكانة مميزة في البيئة التي تنشط بها وتضمن بالتالي استمرارها ونجاحها وبروزها كعلامة مميزة، فلا زالت العلاقات العامة تعاني في الجزائر من مختلف المشاكل التي تعانيها في العالم الثالث، وعلى الرغم من انتشار أقسام وكليات تدرس تخصص العلاقات العامة في مختلف الجامعات الجزائرية عبر مختلف مناطق الوطن، إلا أن هذا التخصص لم يحصل بعد على اهتمام المؤسسات في الجزائر، نتيجة مجموعة من الظروف السياسية والاقتصادية والاتصالية والاجتماعية مجتمعة، وبينما تسير ممارسة العلاقات العامة في دول العالم المتقدم نحو الممارسة الرقمية وتقديم استشارات العلاقات العامة وخدماتها إلكترونية قد تصل نحو الاعتماد على محركات البحث عبر الشبكة، ومنه الاستثمار في هذا القطاع الاقتصادي الذي يساهم بشكل كبير في الدخل القومي لهذه الدول نتيجة الانفتاح العالمي للأسواق من جهة، واتساع قاعدة المستهلكين وتوزعهم على مناطق مختلفة من العالم من جهة ثانية، والاستخدام المفرط لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي فرضته البيئة الرقمية الجديدة، قطاعا اقتصادياً مهماً، ومنتجاً، ويساهم بشكل كبير في الدخل القومي للدول. لكن لا زال هذا القطاع الاقتصادي الهام بعيداً عن لعب أدواره الأساسية في تحريك عجلة التنمية في الجزائر، على الرغم من امتلاك هذه الأخيرة سوقاً استهلاكياً كبيراً، ووعاءً اقتصادياً مفتوحاً على كل الاستثمارات وورشة كبيرة للتنمية، نتيجة غياب الوعي بأهميته وأهمية جهوده، وكذا غياب الشروط اللازمة لتطوره وتأثيره الإيجابي على النمو.

الهوامش:

- ¹ فهمي محمد، العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص266.
- ² جمال طاهر، العلاقات العامة الرقمية، <https://www.academia.edu/36472206> ، تاريخ الدخول 3 جوان 2019، الساعة 16:30.
- ³ Danid Finn, Public relations and management, New York, Reinhold publishing corporation, 1969,P1
- ⁴ عباس، مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم، والوسائل والتطبيقات، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص (179،180).
- ⁵ محمد ناجي، الجوهر، المواد الإعلامية التقليدية والإلكترونية في العلاقات العامة، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2017، ص ص 205-206.
- ⁶ عبد القادر بن شهاب، استخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة، http://www.veecos.net/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=9367:2013_01_25_20_28_10&catid=229:general&Itemid=314 تاريخ الزيارة 14/مارس/ 2015. الساعة 22:30
- ⁷ ليلى فيلالي، دور شبكة الانترنت في تطوير أداء العلاقات العامة، مجلة المعيار، العدد 34، ص ص(403_436).
- ⁸ وليدة حدادي: العلاقات العامة الإلكترونية في الوطن العربي، مجلة العلوم الاجتماعية جامعة الأغواط، المجلد 7، العدد 30ماي 2018.
- ⁹ مجموعة من الدراسات السابقة.
- ¹⁰ موسى سهام، مساهمة في بناء نموذج قياس أثر المحاذاة الاستراتيجية لتكنولوجيا الانترنت (دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمنطقة الصناعية، العلمة ولاية سطيف، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة)، 2014، ص ص (160،164).