

تكنولوجيا الإتصال الحديثة ودورها في ممارسة أنشطة العلاقات العامة

Modern communication technology and its role in practicing public relations activities

ط.د قندز كريم*، مخبر الإقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، جامعة تيسمسيلت. الجزائر،

karim.guendez@univ-tissemsilt.dz

د.أمال حمو زروقي، مخبر الإقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، جامعة تيسمسيلت. الجزائر،

a.hammouzerouki@univ-tissemsilt.dz

تاريخ النشر: 30 / 09 /

تاريخ القبول: 29 / 09 / 2024

تاريخ الاستلام: 2024/03/04

2024

ملخص:

أصبحت تكنولوجيا الإتصال الجديدة جزءا من البناء التنظيمي في المؤسسات ،وعدت تشكل أداة لتحسين صورة المنظمة،عن طريق انتهاز المنظمات أدوات إتصالية جديدة موجهة للجمهور تستشعر حاجاتهم ورغباتهم. مما نتج عنه أثراً فعالاً على الأنشطة التسويقية ومنها العلاقات العامة. وتهدف الدراسة الى إبراز تأثير تكنولوجيا الإتصال الجديدة على أنشطة العلاقات العامة واستخدامها كأداة للاتصال والترويج لخدماتها ،وتوصلت الدراسة أن تكنولوجيا الجديدة وفرت لإدارة العلاقات العامة أدوات اتصال جديدة مثل: مواقع التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني ،الموقع الإلكتروني للمنظمة ..الخ،وأعادت إنتاج وتشكيل خارطة عمل العلاقات العامة بما تحمل من مميزات عالمية الانتشار،وسرعة الوصول،والفاعل،وقلة التكلفة.

كلمات مفتاحية: علاقات عامة، جمهور، مواقع تواصل اجتماعي، بريد إلكتروني.

تصنيف JEL: A19، M3، M1، O3، z33.

Abstract:

New communication technology has become part of the organizational structure in institutions, and has become a tool to improve the organization's image, by adopting new communication tools directed to the public that sense their needs and desires.

* المؤلف المرسل.

This has resulted in an effective impact on marketing activities, including public relations. The study aims to highlight the impact of new communication technology on public relations activities and its use as a tool for communication and promotion of its descriptive services. The study concluded that new technology has provided public relations management with new communication tools such as: social networking sites, e-mail, the organization's website, etc., and has reproduced and shaped the public relations work map with its advantages such as global spread,

Keywords: Public relations, audience, social media, new communication technology, email

JEL classification: A19,z33,O3,M1,M3

1. مقدمة

يتميز العصر الحالي بتغيرات كبيرة في مجال الاتصالات الجديدة وأجهزتها بحيث أصبح يسمى بعصر المعلومات، مما خلف أثراً فعالاً على جل النشاطات الإدارية و منها العلاقات العامة (العدوي، 2011، صفحة 282). إن العلاقات العامة، بمفهومها الجديد والمعاصر، هي إدارة العلاقات والروابط بين المنظمات المختلفة و جماهيرها كبيرة، وتقديم المشورة لإدارة المنظمات واستقطاب الموارد المالية، وتحسين صورة المنظمة والاهتمام بالشؤون المجتمعية العامة، وإعطائها ميزة تنافسية (درة و نبيل خليف، 2010، صفحة 16). وتظهر أهمية تكنولوجيا الاتصال للعلاقات العامة من خلال حاجتها لوسيلة اتصالية سريعة متزامنة متطابقة مع تطورات ومهارات وقدرات العديد من فئات الجمهور المتعددة (الأمين، 2016، صفحة 141). وتعتبر عملية استثمار التكنولوجيا أو الاستفادة من التقنيات في بناء العلاقات أو إنشاء العلاقات العامة و التجارية الشخصية مع الجمهور من الإستراتيجيات الهامة في إدارة العلاقات العامة مع الجمهور (تاج، 2013، صفحة 192) وأدت التطورات متصارعة لتكنولوجيا الاتصال كقناة اتصال، الى ضرورة إعادة النظر في الإستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في مختلف المؤسسات والمنظمات سواء كانت إنتاجية أو خدمية، وأشارت دراسات متعددة الى أن وظيفة العلاقات العامة كانت من أكثر الوظائف الإدارية تأثراً بتطبيقات تكنولوجيا الاتصال كأداة اتصال ولم يقتصر تأثيرها على مجال الدراسات الأكاديمية لعلاقات العامة كوظيفة إدارية و اتصالية وإنما امتد ليشمل ممارسة هذه الأنشطة في إطار الأنشطة الإدارية

التسويقية الأخرى (فرجاني، 2018، صفحة 62). كما أن التطور التكنولوجي قدم للعلاقات العامة خدمات عدة منها: البريد الكتروني، والمجموعات الإخبارية، والإعلان عبر الإنترنت، وقاعدة معلومات هائلة (هتيمي، 2015، صفحة 24)، فقد أصبحت تكنولوجيا الاتصال بمختلف منتجاتها شديدة التأثير على طبيعة النشاط اتصالي في العلاقات العامة، وهذا ما دفع العديد من المؤسسات بإنشاء مواقع الكترونية لها على الشبكة الدولية للمعلومات، كي تصبح وسيلة جديدة من وسائل العلاقات العامة للتعريف بالمنظمة و ما تقدمه من خدمات ومنتجات (فرجاني، 2018، صفحة 62).

1.2 الإشكالية: ومن خلال ما سبق ذكره، نطرح التساؤل التالي: كيف أثرت تكنولوجيا الاتصال

على أنشطة العلاقات العامة ؟

وللإجابة على الاشكالية نطرح الأسئلة الآتية:

1. ما هي أهم الأساليب الاتصالية الجديدة التي توفرها تكنولوجيا الاتصال الى ممارسي العلاقات العامة؟

2. ما تأثير تطبيقات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على وظائف العلاقات العامة ؟

3. ماهي أهم فوائد واستخدامات التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال لممارسي العلاقات العامة ؟

1.2 أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة الى:

1. معرفة أهم وسائل الاتصال الرقمي التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال لممارسي العلاقات العامة.

2. توضيح مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وابرز أهم خدماتها ومميزاتها.

3. محاولة إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير أنشطة العلاقات العامة.

1.3 أهمية الدراسة: تستمد الدراسة أهميتها من المتغيرات التي تتناولها كونها تسعى الى ابراز

طبيعة وجوهر العلاقة بين متغيري الدراسة وهما تكنولوجيا المعلومات والاتصال والعلاقات العامة والسعي الى تحقيق الترابط والتمازج الفكري والتطبيقي بينهما.

4.1 منهج الدراسة: لبلوغ الأهداف المرجوة من الدراسة تم الاعتماد أساسا على المنهج الوصفي و

ذلك من خلال ابراز أهمية تكنولوجيا المعلومات الحديثة في تطوير أنشطة العلاقات العامة

ولتحقيق هذه الأهداف وللإجابة على التساؤل الرئيسي تقرر تقسيم الورقة البحثية الى

2. الإطار المفاهيمي للعلاقات العامة

في هذا المحور نحاول تقصي موضوع العلاقات العامة من خلال الوقوف على طبيعة العلاقات العامة. لكن قبل الدخول بشكل مباشر في الموضوع، لابد لنا في البداية من الوقوف على مصطلح الموضوع

1.2 مفهوم العلاقات العامة: فالعلاقات العامة كما يظهر تتكون من مصطلحين هما:

1. **علاقات:** وتعني حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين هيئة و الجماهير المتعاملة معها وباعتبارها هكذا فهي في اتجاهين ولها طرفين يتحكمان في هذه الصفات بحيث يتوفر قيامها على وجودها (طبت، 2019، الصفحات 20-21).

2. **عامة:** أي الجمهور العام مثل أفراد الشعب او الجمهور الجزئي كجمهور الطلبة و المزارعين..ويقسم الجمهور الى عام و هو كافة المتأثرين بنشاطات واهداف المؤسسة و العكس صحيح، أما الجمهور الخاص فهو الجمهور الذي يرتبط بروابط مشتركة كجمهور الموظفين وركاب وسائل النقل و جمهور عملاء المؤسسات، أي أن مصطلح العامة هو الجمهور أو الناس، ويعد هذا المفهوم تحديد النطاق شمولية العلاقات (المشاقبة، 2014، صفحة 229).

وفيما يلي نورد أهم التعاريف الخاصة بالعلاقات العامة:

- **عرفتها جمعية العلاقات العامة الفرنسية** بأنها: "طريقة للسلوك وأسلوب للاعلام والاتصال يهدف الى اقامة علاقات مفعمة بالثقة والحفاطة عليها وتقوم هذه العلاقة على المعرفة والفهم المتبادل بين المنظمة والجماهير الداخلية والخارجية التي تتأثر بوظائف وأنشطة تلك المنظمة" (فاضل و زيدان، 2016، صفحة 77). لقد حصر هذا تعريف العلاقات العامة كنشاط الاتصالي الذي تقدمه لجماهيرها الداخلية و الخارجية، فالعلاقات العلاقات تبدأ من الداخل ولا بد من تنمية علاقات جيدة من جمهور العاملين قبل البدء في أي نشاط خارجي.

أما **المعهد البريطاني** فعرفها بأنها: "الجهود الادارية والمخططة والمتواصلة لايجاد وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسة ما و جمهورها) (الجوهري، 1997، صفحة 18). إلا أن هذا التعريف ينقصه

التركيز والتحديد، فهو لا يتطرق الى طبيعة تلك الجهود، وعلى أية جهة من المؤسسة تقع مسؤوليتها، كما أنه لا يوضح المقصود بجماهير المؤسسة، وقد أوضح التعريف ناحية مهمة حينما أكد بأن نشاط العلاقات العامة هو نشاط مخطط وهادف إلا أنه لم يبين كيفية تحقيق هذا الهدف.

وبالمقابل فاننا نجد أن التعريفات العربية للعلاقات العامة لم تختلف كثيراً عن التعريفات الأجنبية ، فقد عرفها الدكتور **محمود محمد الجوهري** بأنها: "مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة، ساسية و اجتماعية واقتصادية وعسكرية، للحصول على ثقة و تأييد جمهورها الداخلي والخارجي، وذلك بأخبار الصادقة والأداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل وفقا للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشدا وهاديا ومميزا في بناء الوطن ورسم سياسته في اطار ميثاقها الوطني " (جرادات و بنان هاتف، 2009، صفحة 22). في حين يرى **الدكتور هادي نعمان الهيتي** أن العلاقات العامة بأنها: "نشاط اداري يستعين بالاتصال بقصد بلورة انطباعات ايجابية عن الهيئة التي تتولى القيام بين العاملين فيها وبين المتعاملين أو الذين يحتمل أن يتعاملو مع الهيئة اعتماداً على تنظيم تفاعل اتصالي أساسه المعاني و المعلومات التي تحقق أهداف اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية" (موسى ب.، 2014، صفحة 16).

ونرى أن اختلاف تعاريف خاصة بالعلاقات العامة وتنوعها؛ ينم عن أهمية ممارستها حيث أن معظمها جاءت متفقة وبشكل كبير على أن العلاقات العامة نشاط يهدف الى تحقيق التعاون و التفاهم بين المؤسسة وجمهورها.

وفي ضوء هذا التحليل، يمكن القول بأن العلاقات العامة هي فعالية اتصالية تستند في عملها على الوظائف الادارية (البحث العلمي، الاتصال، التنسيق، التخطيط، التقييم) بهدف إيجاد الصلة بين المصدر (المؤسسة، الفرد، هيئة) و المستقبل (الجمهور الداخلي والخارجي) في ضوء استخدام وسائل وأساليب الاتصال من أجل خلق صورة ذهنية ايجابية لدى المستقبل تجاه المصدر لتحقيق أهداف اقتصادية، اجتماعية، سياسية، خدمية.

2.2 خصائص العلاقات العامة:

حدد بعض الباحثين خصائص العلاقات العامة فيما يلي (قنديل، 2020، الصفحات 12-13):

1. العلاقات العامة توجه برامجها الى كافة الجماهير، فهي لا تفرق بين فئة من الجماهير وأخرى بسبب الدين أو الجنس أو اللغة أو لمعتقدات.
2. العلاقات العامة ليست نوعا من السحر يشفي و يداوي العيوب وليست وظيفة للدفاع عن اخطاء المؤسسة، وإنما السمعة الحسنة التي تبنيها لا يمكن بناؤها إلا مع مرور الزمن و عن طريق الاداء الطيب اولا و الاعلام الجيد عنه بعد ذلك.
3. العلاقات العامة وسيلة هامة لتدريب واعداد الجماهير لتقبل أفكار و اراء جديدة بمسؤوليات مطلوبة.
4. العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم انشطة المنظمة.
5. تسعى لتحقيق الرضا العام، وتحاول انتزاع وموافقة رضا الجمهور وإيصال السمعة الحسنة عن المنظمة (سرحان و عائدة، 2022، صفحة 38).
6. العلاقات العامة نشاطا علمي قائم على التخطيط، وهذا يعني انها ليست نشاطا عشوائيا، وليست نشاطا وقتيا يبدأ حين تقع المؤسسة في أزمة و ينتهي بانتهاء الأزمة، وذلك لأن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر (البدوي، 2015، صفحة 77).
7. العلاقات العامة نشاط مستمر وذات طابع وقائي و علاجي في نفس الوقت وأي نشاط له صفة الاستمرارية لا بد من أن يكون مخططا أن يبنى العلم ويستهدف غايات، وأن يكون هناك أسلوب لقياس فعاليته و تعديله وفقا للظروف (قنديل، 2020، صفحة 12).

8. العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر لكافة الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الرسائل والأشكال والقنوات للأساليب الاتصالية المتاحة للمؤسسة (الجرايدة، 2013، صفحة 152).

3.2. أهداف العلاقات العامة:

تحدد أهداف وظيفة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة تركز على توجيه جهود ممارسيها في تحقيق الانسجام و التوافق المتبادل بين المنظمة وجمهورها بهدف الوصول الى الرضا لكلى من الطرفين وفيمايلي هذه الأهداف:

أ- الأهداف الاتصالية التي تسعى العلاقات العامة الى تحقيقها مع الجمهور الداخلي "العاملين

بالمنظمة":

وتتمثل في (شعبان، 2008، صفحة 34):

1. بناء جسور من الثقة المتبادلة بين المنظمة و جمهور العاملين.
2. نشر الوعي بين العاملين و تعريفهم بدورهم و اهميتهم في كسب ثقة الجمهور الخارجي.
3. العمل على تدفق المعلومات الى جميع العاملين، التي توضح و تشرح كافة سياسات و خطط و قرارات الادارة -العليا بالمنظمة و تحديد وتعظيم دور العاملين في انجازها.
4. العمل على رفع الروح المعنوية للعاملين من خلال تنمية روح الولاء و الانتماء للمنظمة (صبيح، 2012، صفحة 77).
5. تنمية الرضا الوظيفي لدى العاملين بالمنظمة عن طريق (غباشي ن.، 2008، صفحة 52):
 - تنمية مهارات الاتصال لديهم.
 - عقد الدورات التدريبية المستمرة للارتقاء بمستوى أدائهم المهني.
 - التعرف المستمر على مشكلاتهم و مقترحاتهم و توصيلها للإدارة العليا فالعلاقات العامة تمثل حلقة الوصل بين الادارة العليا و العاملين.
 - تدريبهم على استخدام التكنولوجيا الحديثة في العلاقات العامة لزيادة كفاءتهم الوظيفية.

ب- الأهداف الاتصالية التي تسعى العلاقات العامة الى تحقيقها مع الجمهور الخارجي: وتتمثل

في (قحف، 1997، صفحة 29):

1. تحسين سمعة أو الصورة الذهنية لدى الجماهير عن المنظمة وذلك من خلال التقديم الجيد للمنشأة لهذه الجماهير و للمجتمع ككل مع شرح سياسات واهداف المنظمة لها.
2. استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة و المناسبة للعمل بالمنظمة.
3. توفير معلومات للإدارة عن الجماهير أو أطراف التعامل مع المنظمة.
4. شرح دور المنظمة في خدمة البيئة و المواطنين بصفة عامة (المغربي، 2020، صفحة 173).
5. كسب ثقة الجمهور الخارجي و تفهمه و تأييده و تعاونه بامداه لمعلومات الصحيحة و الحقائق اللازمة عن المنظمة من حيث الأهداف و الظروف والتحديات (السردى، 2011، صفحة 263).

3.فعالية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ممارسة العلاقات العامة

في هذا المحور نحاول تقصي موضوع تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومدى فعاليتها على ممارسي العلاقات العامة من خلال الوقوف على مفهوم وسماتها وأهم تطبيقاتها وأساليبها الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للتواصل مع جماهيرها المختلفة.

1.3 تعريف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال:

يعرف رولي Rowhey تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بأنها: "جمع و تخزين و معالجة و بث باستخدام المعلومات ولا يقتصر ذلك على التجهيزات المادية أو البرامج ولكن بتصرف كذلك الى أهمية دور الانسان و غايته التي يرجوها من تطبيق واستخدام تلك التكنولوجيات والقيم و المبادئ الي يلجا اليها لتحقيق خبراته" (مصطفى و براهم، 2020، صفحة 181).

وتعرف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بأنها: "مجموع التقنيات او الدوات او الوسائل او النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات و البيانات المسموعة و المكتوبة

أو المصورة أو المسموعة المرئية أو المرسومة أو المطبوعة أو الرقمية (من خلال الحاسبات الالكترونية) ثم تخزين هذه البيانات و المعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان الى آخر و مبادلتهما، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو الية أو الكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال و المجالات التي يشملها هذا التطور" (صلاح و جابر السيد، 2020، صفحة 220).

ومن خلال هذه التعاريف يتبين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الأدوات التقنية الحديثة والمتطورة تعمل على جمع و تخزين و معالجة المعلومات واسترجاعها و ايصالها باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة.

2.3 خصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصال :

ولذلك فقد تميزت هذه التقنية الحديثة بالعديد من الخصائص ونذكر من بينها:

1. **التفاعلية:** فالمستخدم فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل و كاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية في الاعلام القديم (شاعر ح.، 2015، صفحة 67)
2. **الاجماهيرية:** بمعنى أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه الى فرد واحد أو الى جماعة معينة، وليس الى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من المنتج الرسالة الى مستهلكها (عواج، 2019، صفحة 271).
3. **اللاتزامنية:** حيث يكون بإمكان المستخدم ارسال واستقبال الرسائل في لأي وقت مناسب، وهو غير مطالب باستخدام النظام في الوقت نفسه (العلا، 2013، صفحة 120).
4. **الشيوع والانتشار:** أي قابلية الشبكة للتوسع والانتشار عبر مختلف مناطق العالم، وهذا ما يسمح بتدفق المعلومات عبر مسارات مختلفة مما يعطيها الطابع العالمي (عواج، 2019، صفحة 271).
5. **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الإتصال على نقل المعلومات من وسيط الى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة والعكس (صديق، 2014، صفحة 170).

6. سهولة الاستخدام: حيث تتسم بسهولة وبساطة التشغيل، ومن أمثلة ذلك: الفيديو، الفاكس، أجهزة الكمبيوتر، الانترنت. (محمد، 2009، صفحة 04).

3.3 فوائد تكنولوجيا الاتصال الحديثة على وظائف العلاقات العامة:

ويمكن إيجاز الفوائد التي يحققها استخدام تكنولوجيا الجديدة و تطبيقاتها لوظيفة العلاقات العامة بمنظمات الأعمال في النقاط الآتية (درار و الدناني، 2020، صفحة 124):

1. تسهم في تعزيز العلاقات التفاعلية مع وسائل الاعلام، حيث أنها تسمح للمنظمة امكانيات التواصل الفوري وتوفير أية معلومات مطلوبة، بأشكالها المتعددة سواء كانت صورة أو نصوص أو فيديو أو غير ذلك من المواد الاعلامية.

2. تلعب دورا بارزا في الترويج و التسويق لخدمات و منتجات المنظمة، مما يوفر لها جهدا وقتا و تكلفة عليها و على دوائر العلاقات العامة.

3. تعد شبكة الانترنت مصدرا خصبا وداعما للعلاقات العامة في المنظمة يمكن الاعتماد عليها في توفير المعلومات وإحصائيات، وغير ذلك من المواد الاعلامية.

4. تسهم في التنبؤ بحدوث الأزمات قبل وقوعها، من خلال المتابعة المستمرة لتوجهات وردود الفعل المحيطة بالمنظمة، حتى يتم مواجهتها.

5. تساعد ممارسي العلاقات العامة في التعرف على اتجاهات الجمهور الداخلي و الخارجي للمنظمة بأساليب متعددة وفورية، مثل خدمات البريد الالكتروني أو المواقع الالكترونية، وغيرها من الخدمات.

6. تلعب دورا بارزا في إيصال المعلومات الصحيحة للجمهور، سواء من خلال النشر على موقع المنظمة أو من خلال النشرات الاخبارية الالكترونية الدورية وغير ذلك من التطبيقات.

7. تسهم في التسويق للمنظمة، وتعزيز سمعتها على المستويين المحلي و الدولي، لاسيما في ظل تميزها بتخطيها للحواجز الجغرافية و الثقافية، ولهذا تعتم المنظمات بالنشر على الشبكة بلغات متعددة.

4.3 تطبيقات تكنولوجيا الإتصال الحديثة على ممارسي العلاقات العامة.

مع تعدد وسائل الاتصالية في مجال العلاقات العامة، شهد العصر الحديث تقدما ملحوظا في وسائل اتصالية أخرى أكثر فاعلية وسهولة. وسوف نستعرض فيمايلي عدد من الأساليب والوسائل الحديثة التي وفرتها تكنولوجيا الإتصال الجديدة والتي يمكن لممارسي العلاقات العامة تطبيقها والإستفادة منها في تفعيل استراتيجيات وآليات الإتصال المرتبطة بالجمهور وبالبرامج و الحملات التي ينفذونها.

1.4.3 وسائل الإتصال بالجمهور المستخدمة في العلاقات العامة من خلال تطبيقات

تكنولوجيا الإتصال الحديثة(الانترنت):

ويتجلى بوضوح تأثير تكنولوجيا المعلومات في العلاقات العامة عند الحديث عن أبرز تطبيقات هذه التكنولوجيا وهي:

1. الإنترنت :

فالانترنت تقدم لمهنة للعلاقات العامة التكنولوجيا اللازمة لإشباع حاجتها الى الاتصالات التفاعلية والمزدوجة والمتكافئة بين المنظمة و جماهيرها و الوصول الى العلاقات العامة التفاعلية وتفيد العلاقات العامة من التكنولوجيا سواء في انشاء موقع للمنظمة ولإثراء المواقع الخاصة أثناء الأزمات لشرح وجهات نظر المنظمة و العمل المبكر لإحتواء الأزمة (البكري، 2015، صفحة 56). وتساهم الإنترنت في تحقيق الأهداف التي تصبو إليها العلاقات العامة وهي (البكري، 2015، صفحة 55):

1. تحسين الصورة الذهنية للمنظمة والتعرف على صورتها الحقيقية من خلال ما ينشر من قبل وسائل الإعلام أو المنافسين أو الجمهور.

2. تسهيل إجراء البحوث عن طريق المقابلات عبر الشبكة.

3. تسهيل عملية جمع وتحليل البيانات وأراء الجماهير النوعية والرأي العام.

4. إستخدام البريد الالكتروني كوسيلة اتصال داخلي وخارجي.

5. وضع أجندة اهتمامات المنظمة بحيث تعكس احتياجات الجمهور و صولا الى التوافق بين

سياسة المنظمة والرأي العام والجمهور.

6. استخدام قواعد البيانات للحصول على المعلومات وكتابة التقرير.

2. الموقع الالكتروني للمنظمة:

ويمكن للمؤسسة السياحية والفندقية إنشاء موقع الكتروني خاص بها، يحوي العديد من الوسائل والرسائل بغرض الوصول الى الجمهور المستهدف، يجب على إدارة العلاقات العامة العمل على تصميم موقع المؤسسة داخل شبكة الانترنت ويتم الاعلان عن عنوان هذه المواقع؛ ل يتيح فرصة أمام الجمهور المختلف لزيارته والإطلاع على ما فيه من المعلومات والبيانات والأخبار عن المؤسسة وخدماتها (العجل، درويش، و آخرون، بدون سنة، صفحة 101).

3. البريد الالكتروني:

وساهم الدور الحيوي الذي يلعبه البريد الالكتروني في إرسال و إستقبال الرسائل و المعلومات في نقل رسائل العلاقات العامة مثل توزيع البيانات الصحفية، وأخبار المنظمة، والنشرات الإلكترونية، بالإضافة الى إمكانية إرسال الرسائل الإخبارية لعدد من الجماهير المستهدفة، حيث يتم إستخدامه بشكل متزايد كوسيلة للإعلام عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها المنظمة (فرجاني، 2018، صفحة 66).

4. مواقع التواصل الاجتماعي:

وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في نقل الأخبار و التعليقات والأراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة، ولذلك أصبحت هذه المواقع ذات أهمية فعالة لإدارت العلاقات العامة مما جعل هذه الإدارات مجبرة على استخدامها كوسيلة من وسائل اتصالها بجماهيرها، فمواقع التواصل الاجتماعي لديها القدرة على تجميع الأشخاص وتوجيههم نحو موضوع ما او قضية محددة في شكل احتفال او تظاهرة أو احتجاج أو غير ذلك من أشكال التعبير و التعامل (درار، و الدناني، 2020، صفحة 138).

وهكذا نجد أن العلاقات العامة يمكن أن تمارس عبر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال من خلال آليات وتقنيات متطورة تستلزم إلمام بالعلاقات العامة بهذه التقنيات الحديثة.

2.4.3 الخدمات التي حققتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة لممارسي العلاقات العامة:

وعلى الرغم من الاختلاف بين الباحثين حول إيجابيات وسلبيات وأدوار وأهمية الأنترنت إلا أن هناك إتفاقاً على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبحت وسيلة اتصالية لازمة بالنسبة للمنظمات وبما أن الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة هي بناء العلاقات بين المنظمة وجماهيرها فإن الأنترنت تقدم للعلاقات العامة وسيلة عالية التفاعل لأداء هذه الوظيفة. وتتمثل أهم الخدمات فيمايلي (البكري، 2015، الصفحات 56-57):

1. ومن خلال تطبيق الاتصالات التسويقية المتكاملة حيث تعد العلاقات العامة عنصراً رئيسياً بها تتواءم العلاقات العامة مع البيع المباشر حيث يسهل الأنترنت هذه العملية بالمقارنة بين المنتجات وأسعارها لإختيار الأفضل للمستهلك بسهولة.
2. البحوث التسويقية: من خلال إجراء البحوث العلمية المعروفة للتعرف على آراء الجمهور المستهدف واهتماماتهم، بالإضافة الى ذلك إجراء مجموعات المناقشة المتعمقة.
3. خدمة العملاء بهدف تدعيم القرار الشرائي للمستهلك و الإجابة على تساؤلاته. وهناك الاتصالات التي تجريها وتدعمها العلاقات العامة داخلياً مع عملائها و جمهورها الداخلي عن طريق استخدام التكنولوجيا أيضا باستخدام الشبكة في التواصل الداخلي عن طريق الأنترنت.
4. تدعيم مبيعات المنتج من خلال تقديم معلومات عن المنتج ومن ثم توصيله بالمسئول عن البيع الشخصي.
5. البحث عن المعلومات في عدد كبير من الوسائل سواء في الكتب أو الدوريات أو تقارير أو مواقع حكومية.
6. تستفيد العلاقات العامة من جهود تنشيط المبيعات حيث يمكن استخدام موقع المؤسسة في خلق علاقة طويلة المدى بين المؤسسة وجماهيرها المستهدفة من اجل توجيه الرسائل الاتصالية مباشرة لهم لتوضيح العروض الخاصة المقدمة من المؤسسة.

4. تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على ممارسي العلاقات العامة:

تمكنت العلاقات العامة من خلال توظيف تطبيقات تكنولوجيا الحديثة التواصل مع جماهيرها محليا و عالميا وتقديم أعمالها، ويمكن إبراز أهم تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أنشطة العلاقات العامة كالآتي

1.4 أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة لممارسي العلاقات العامة:

وتبرز أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة لممارسي العلاقات العامة في النقاط التالية:

1. تأثرت المنظمات بتكنولوجيا الاتصال و المعلومات، وشمل تأثيرها العلاقات العامة؛ بوصفها إحدى المهن الإتصالية في أي منظمة؛ حيث أسهمت هذه التكنولوجيا في تطوير أساليبها ووسائلها، كما أسهمت في التأثير في جماهيرها (سليمان ر.، 2009، صفحة 36)
2. ومن جهة فالتكنولوجية الحديثة للاتصالات أتاحت فرصة توفير معلومات وبيانات حديثة للجماهير وكذلك سرعة إعداد النشرات والرسائل الإخبارية وإعداد قوائم الأتصال بالبريد وتجهيز بيانات مسح اتجاهات الجماهير وكل ما يدخل في ممارسة أنشطة العلاقات العامة (موسى ب.، 2014، صفحة 41).

3. كما ساهمت التكنولوجيا بتطوير العلاقات العامة وزيادة كفاءتها وتسهيل أنماط الإتصال عن طريق شبكة المعلومات الدولية والأقمار الصناعية، المر الذي وافر عملية الوصول الى دول العالم كافة (صالح، 2017، صفحة 107).

4. كما أثرت كذلك على طريقة الإتصال، التي تعد جوهر نشاط العلاقات العامة، فقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات بمختلف منتجاتها شديدة التأثير على طبيعة النشاط الإتصالي في العلاقات العامة ويتجلى هذا التأثير في وسائل الاتصال، وهوية جمهور المنظمة، وسرعة الإتصال وأساليبه، وشكل الرسالة ومضمونها، ورجع الصدى، وكيفية تصنيف المعلومات وإدارتها (العدوي، 2011، صفحة 283).

5. أن العلاقات العامة باستخدامها تكنولوجيا الاتصال الحديثة نقلت جماهير المنظمات الى مرحلة الجمهور النشط و المتفاعل حيث تقدم الانترنت للعلاقات العامة الوسيلة المثالية للوصول الى فئات

الجمهور المستهدف وتقدم أيضا الوسيلة الفعالة للدخول في حوار مع هذه الجماهير (بكري، 2015، صفحة 56).

6. وانعكست التطورات التكنولوجية الرقمية المتلاحقة على مجال ممارسة المنظمات لأدوارها الإتصالية، وأصبح لزاما على ممارسي العلاقات العامة توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة سمعة الشركة، ويعد موقع الإنترنت الخاص بالمنظمة وحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز أدوات الاتصال الرقمي الجديد لإدارة سمعة المنظمة وعلامتها التجارية وإدارة العلاقة مع الجماهير (سرحان و عائدة، 2022، صفحة 86).

7. ويتضح تأثير تكنولوجيا الاتصال و المعلومات في العلاقات العامة، عند ممارستها عبر الوسائط المتعددة التي تتمثل في مجموعة تطبيقات الحاسوب التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متعددة، وتشمل على النصوص والأصوات والرسومات والصور الثابتة منها والمتحركة، واستخدام هذه المعلومات وعرضها بطريقة تفاعلية وفقا لمسارات يتحكم فيها المستخدم، وتعتمد على الرقمية، والذاكرة البصرية، وتكنولوجيا الضغط، والذكاء الاصطناعي وأشعة الليزر و الأقمار الصناعية (صالح، 2017، صفحة 101).

8. استفادت إدارت العلاقات العامة في المنظمات الحديثة من ثورة الاتصالات و المعلومات بصورة ملموسة؛ حيث ساعدها ذلك على التطوير والتنوع في برامجها التي تقدمها عادة على مستوى المنظمة داخليا، وعلى مستوى جمهور المنظمة في الخارج، كما استفادت من التسهيلات التي أصبح يتمتع بها الجمهور في مجال الاتصالات، وامتلاكهم معظم هذه الوسائل، وهذا خلق فرصة للتواصل (سليمان ش.، 2009، صفحة 24).

9. قامت العديد من المؤسسات سواء كانت حكومية أو خاصة بإنشاء مواقع الكترونية لها على الشبكة الدولية للمعلومات، كي تعد اداة جديدة من أدوات العلاقات العامة للتعريف بالمنظمة وما تقدمه من خدمات ومنتجات، ولتشجيع الجماهير الداخلية و الخارجية على التواصل مع المنظمة الكترونيا من أجل تنمية علاقات مستمرة معها و الحفاظ عليها (فرجاني، 2018، صفحة 62).

2.4 و عن تأثير توظيف وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في انجاز وظائف العلاقات

العامة، ثمة أربع وظائف مميزة ومتداخلة في ممارسة العلاقات العامة وهي:

1. البحث: للتعرف على التطورات والأساليب و الطرق و المنتجات أو الخدمات المنافسة فضلا

عن آراء الجمهور و المنافسين و المجتمع. حيث تشكل عملية البحث على شبكة الأنترنت من الأساليب المهمة في طرق جمع المعلومات والبيانات عن جماهير المنظمة واتجاهاتهم وميولهم و الصورة الذهنية لديهم عن المنظمة (باقرموسى، 2014، صفحة 43).

ويمكن للمنظمات الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعية في مجال البحث من خلال تعليقات الجمهور على ماتشره المنظمة والاستفادة من آرائهم و مقترحاتهم في تطوير الخدمات والمنتجات، إضافة الى ان هذه التعليقات والاقتراحات تزود الشركات ببيانات ثرية و متنوعة عن الجماهير و التي تساعد في تطوير الخدمات المقدمة مستقبلا بشكل يلبي احتياجات ورغبات تلك الجماهير (سرحان و عائدة، 2022، صفحة 87).

2. الاتصال: توفر هذه الشبكة الإتصال الرقمي سواء كان الكترونيا(عن طريق البريد الإلكتروني أو

عن طريق الهاتف)، وتتميز هذه الطريقة بالسرعة الفائقة و الكفاءة العالية والإستخدام الحر و الفعال في نقل الرسائل الإتصالية لنشاط العلاقات العامة دون الإهتمام بعامل الزمن أو الحجم أو المسافة (باقرموسى، 2014، صفحة 43)

3. التخطيط: التخطيط في العلاقات العامة هو عملية وضع الأهداف افسراتيجية بشكل قابل

للقياس، ويتضمن التخطيط صياغة الأهداف الإجرائية التي تمكن من بلوغ الأهداف افسراتيجية، وصياغة الإستراتيجيات التي تستخدم لإنجاز الأهداف. لذا يمكن لإدارة العلاقات العلاقات أن تدمج وسائل الاعلام الاجتماعى ضمن خططها الاستراتيجية لما لهذه الوسائل من إمكانيات جيدة في تحقيق أهداف العلاقات العامة، وأبرز هذه الأهداف تحقيق الفهم المتبادل بين المنظمة والجمهور، وبناء علاقات مثمرة بينهما والحفاظ عليها (جفال، 2021-2022، صفحة 212).

4. التقييم: يساعد تقويم أنشطة العلاقات العامة في توفير معلومات وتغذية راجعة عن الخدمات التي تقدمها برامج العلاقات العامة، ويمكن لممارسي العلاقات العامة تقويم البرامج والأنشطة باستخدام وسائل الاعلام الاجتماعي من خلال: تحليل آراء الجمهور و تحليل تفاعلات الجمهور مع المنظمة و الخدمات المقدمة، إضافة الى تحليل ردة فعل الجمهور على تلك البرامج من خلال تعليقاته ومقترحاته عليها (سرحان، و عائدة، 2022، صفحة 87).

5. خاتمة:

من خلال ماسبق ذكره، نجد أن استخدام العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ساعد على القيام بالأعمال الإدارية بسهولة من تخطيط واتصال وتقييم وتحقيق العديد من المزايا مع امكانية حفظ البيانات والمعلومات دون تلف واستقبال آلاف الرسائل في أي وقت وارسال الى عدد كبير من الجمهور الى جانب تقديم خدمات على مدار 24 ساعة بالإضافة الى سهولة البحث عن أي معلومة تحتاجها المنظمة، وهو ما يحقق للعلاقات العامة السرعة والإنجاز والدقة والسهولة، كما وفرت لإدارت العلاقات العامة في المنظمات الأعمال وسيلة حديثة ومتطورة في تعريف الجماهير بالمنظمة والخدمات والمنتجات التي تقدمها، ودفعهم وتشجيعهم على التواصل معها من خلال الموقع الإلكتروني للمنظمة، أو مواقع التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، والعمل على إقامة وتنمية التواصل من خلال علاقات تقنية إلكترونية دائمة مع الجماهير المنظمة الداخلية و الخارجية، وتميزت العلاقات العامة عبر وسائل الاتصال الحديثة بالحرية المتاحة في نشر ما ترغب بنشره من مواد إعلامية، فضلا عن طبيعة الجمهور المستهدف الموجه إليه الرسالة الإعلامية.

1.5 النتائج: من أهم النتائج المتوصل اليها نذكر مايلي:

1. وفرت وسائل التطور التكنولوجي إمكانيات التفاعل، فقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي امكانيات للتفاعل (المشاركة، التعليق، الإعجاب. أستكلاعات الرأي، الأسئلة.. وغيرها).
2. إن التطور التكنولوجي المتسارع وفر لممارسي العلاقات العامة فرصا كبيرة وتحديات مختلفة، مما حتم على ممارسي العلاقات العامة التمتع بروح الابداع و الابتكار لتحقيق اهداف المؤسسة.

2. وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة للعلاقات العامة إمكانية الإستفادة من جهود تنشيط المبيعات حيث يمكن استخدام موقع المؤسسة في خلق علاقة طويلة المدى بين المؤسسة وجماهيرها المستهدفة.
3. أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أعادت إنتاج وتشكيل خارطة عمل العلاقات العامة بما تحمل من مميزات كعملية الانتشار، وسرعة الوصول، والتفاعل، وقلة التكلفة.
4. أن العلاقات العامة باستخدامها تكنولوجيا الاتصال الحديثة نقلت جماهير المنظمات الى مرحلة الجمهور النشط والمتفاعل.

7. المراجع

1.7. قائمة المراجع باللغة العربية

1. ا. الجرايدة، ب. ع. (2013). *إدارة العلاقات العامة الطبعة الأولى*. (عمان، الأردن: دارأسامة للنشر والتوزيع).
2. الجوهري، د. م. (1997). *اتجاهات حديثة في العلاقات العامة*. مصر: مكتبة أنجلو.
3. السردى، م. ا. (2011). *الاتصال و العلاقات العامة*، ط. 1. عمان، الأردن: دار ثراء للنشر و التوزيع.
4. العلا، م. ع. (2013). *العلاقات العامة في ضوء الإعلان وتكنولوجيا الإتصال*. مصر، مصر: دار العلم والإيمان.
5. المشاقبة، ب. ع. (2014). *عمان، الاردن: دار أسامة للنشر و التوزيع*.
6. المشهداني، م. ج. (2017). *لعلاقات العامة في المؤسسات السياحية*، ط. 1. عمان، الأردن: دار أمجد للنشر و التوزيع.
7. المغربي، م. ا. (2020). *الإتصال التنظيمي* (éd. الطبعة الأولى). (القاهرة، مصر: دار حميثرا. صبيح، أ. (2012). *استراتيجية العلاقات العامة والإعلام بمصلحة الجمارك*. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية.

8. صديق، خ. (2014). الإعلام الجديد. (éd.) الطبعة الأولى. (عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي).
9. نزار عوني البدي. (2015). دارة العلاقات العامة وتنميتها (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار دجلة.
10. باقر موسى. (2014). الصورة الذهنية في العلاقات العامة (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دارأسامة.
11. تقرورت محمد. (2009). أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية. ملتقى وطني حول السياحة والتسويقي السياحي في الجزائر الامكانيات والتحديات التنافسية يومي 25-26 أكتوبر 2009 (صفحة 03). جامعة قلمة، الجزائر: قلمة.
12. حسين محمود هتيمي. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار أسامة.
13. خالد درار، و عبد الملك الدناني. (2020). لعلاقات العامة الأسس النظرية و الممارسة المهنية (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دارأسامة.
14. رحمة شريفة رحمة الله سليمان. (2009). دور الإتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية (الإصدار الطبعة الأولى). أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة: مركزالإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية،.
15. عبد الباري إبراهيم درة، و نبيل خليف المجالي. (2010). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين النظرية والممارسة منحى نظامي واستراتيجي (الإصدار 2). عمان: دار وائل.
16. عبد الرحمن العجل، عماد درويش، و آخرون. (بدون سنة). الدليل العلمي للعلاقات العامة في المنظمات غير الربحية. /: مكانة لتطوير الإعلامي.
17. عبد الرزاق محمد الدليمي. (2010). العلاقات العامة رؤية معاصرة (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار وائل.
18. عبد الكريم سرحان. (2022). مدخل الى العلاقات العامة والاتصال. الأردن: عائدة فخر الدين، دار الشامل .

19. علي فرجاني. (2018). العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دارأحمد.
20. فؤاد بكري. (2015). العلاقات العامة وتغير ثقافة المنظمات (الإصدار الطبعة الأولى). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
21. محمد وليد صالح. (2017). محتوى الاتصال في العلاقات العامة النوعية (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار أمجد.
22. نعين أحمد غباشي. (2008). ديناميكية العلاقات العامة الداخلية صورة المنشأة وآليات إدارة الأزمات. القاهرة: دار النهضة العربية .