

## أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي

الاستاذ: محمد بشير محمودي \*

جامعة بسكرة - الجزائر-

Mohamed.bachir32@yahoo.com

تاريخ الاستلام 2019/06/11 تاريخ القبول 2019/08/30

### المُلخَص

أضحى العمل في مؤسسات الإعلام والاتصال يقتضي ضرورة اختيار العاملين بها ( الصحفيين والمراسلين..) اختياراً دقيقاً نظراً لمسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع التي أصبحت مسؤوليات ضخمة وخطيرة في آن واحد، هذه المسؤوليات التي أصبح لزاماً عليها إختيار أفضل للمتقدمين إليها ووضعهم في المكان المناسب من خلال تكوينهم وتدريبهم في أداء العمل الإعلامي الذي يتلائم مع مواهبهم وقدراتهم ومؤهلاتهم الذي من شأنه أن يؤدي إلى حسن الأداء والإرتقاء بالمهنة إلى مصاف الإحترافية وكسب قدرات اتصالية مميزة تجعله مُميراً عن باقي عاملي المؤسسات الإعلامية الأخرى. هذا كُلّه وأكثر لا يتأتى إلّا من خلال معرفة الأهمية الوظيفية لخبير وأخصائي العلاقات العامة في مجال الإعلام من خلال خصائصه وصفاته ودوره في مجال العمل الإعلامي، ناهيك عن قدراته الاتصالية والمعرفية والعلمية في سبيل رقي المؤسسة إلى مصاف عالية.

**الكلمات المفتاحية:** المستشار ، وظيفة العلاقات العامة، التدريب، العمل الإعلامي

### The importance of a public relations advisor in the field of media training

#### Abstract :

*The work in media and communication institutions necessitated the necessity to choose their employees (journalists and correspondents ..) a careful choice due to their social responsibilities towards society, which have become huge and dangerous responsibilities at the same time. And training them in performing media work that is compatible with their talents, abilities and qualifications, which would lead to good performance and upgrading the profession to the ranks of professionalism and gaining distinctive communication capabilities that make it distinguished from the*

*rest of the workers of other media institutions. All this and more can only be achieved through knowing the functional importance of a public relations expert and specialist in the field of media through his characteristics, qualities and role in the field of media work, not to mention his communication, knowledge and scientific capabilities in order to elevate the institution to high ranks.*

**Keys Words:** Counselor, public relations function, training, media work

\* المؤلف المرسل: محمودي محمد بشير

#### مُقدِّمة:

إنّ وظيفة العلاقات العامة من الوظائف المُتخصِّصة في مجال العمل الإعلامي نظرا لخصوصية هذا المجال الذي يستهدف عامة الناس (الرأي العام)، لذلك فهي تتطلب إعدادا علميا ومعرفيا متخصصا من جانب المشتغلين بها تكون لهم إماما كافيا بالموضوعات ذات الصلة بمختلف علوم الإنسان والمجتمع، وبذلك يكون في مقدور خبراء وأخصائي العلاقات العامة فهم الأفراد داخل المجتمع وفهم دوافعهم للتصرف والتأثير فيهم. وهذا ما يجعل من أهمية خبير العلاقات العامة داخل المؤسسة الإعلامية كضرورة وحتمية للرقى بمهنة الإعلام.

#### 1. مفاهيم أساسية:

##### 1.1 مفهوم الإعلام:

هو نشر الحقائق والأخبار والآراء والأفكار بين جماهير الشركة أو الهيئة أو المؤسسة أو الجمهور بوجه عام بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة، والإذاعة، السينما، الندوات، المعارض وغيرها، بنية التفاهم والإقناع وكسب التأييد وبذلك يمكن ربط الهيئة أو المؤسسة بالمجتمع والجماهير، حتى يثقوا بصحة ما أعلموا فيؤيدوا المؤسسة<sup>1</sup>. ويقصد به عملية النشر وتقديم المعلومات الصحيحة والحقائق الموضحة والأخبار الصادقة والموضوعات الدقيقة والوقائع المحددة والأفكار المنطقية والآراء الراجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام. ويقوم على مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية وعلى المناقشة والحوار والإقناع بأمانة وموضوعية<sup>2</sup>.

##### 2.1 مفهوم العلاقات العامة:

تتفق معظم تعاريف العلاقات العامة على أن العلاقات العامة هي: وظيفة إدارية واتصالية في آن واحد<sup>3</sup>، فالعلاقات العامة تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات بين طرفي عملية الاتصال

أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي \_\_\_\_\_ أ. / محمودي محمد بشير

داخل التنظيم وخارجه باستخدام وسيلة معينة خلال إطار موقفي محدد يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل نحو تحقيق الأهداف المحددة للعلاقات العامة<sup>4</sup>.

**3.1 ما هو الإعلامي؟** هو الشخص المسؤول عن عملية أو مسؤولية توصيل الحقائق والمعلومات والأخبار مشروحة مبسطة بطريقة علمية فنية مؤثرة. أن يوصل المعلومات من القيادات العلمية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية إلى الجماهير، وفي نفس الوقت يجمع وينقل إلى القيادات صوت الجماهير واتجاهات الرأي العام، أن يقوم بدور الوسيط أو الرجل الثالث<sup>5</sup>.

**4.1 مفهوم التدريب في العلاقات العامة:** هو عملية منظمة تستهدف إكساب الفرد معارف أو مهارات أو أفكار أو آراء لأداء عمل معين أو بلوغ هدف معين<sup>6</sup>.

### 3 مستويات التدريب للعلاقات العامة في مجال الإعلام:

يمكن استخلاص مستويات التدريب المستهدفة في العلاقات العامة من خلال ثلاث مستويات<sup>7</sup>:

أ. الإعداد الأكاديمي لخبير العلاقات العامة.

ب. تدريب كافة المستويات الإدارية بدءاً من الإدارة العليا وحتى مستوى أخصائي العلاقات العامة.

ت. تدريب للعاملين بالمنشأة لزيادة كفاءتهم المعنوية كنوع من التنسيق والتكامل مع العلاقات العامة من خلال الإشتراك مع الإدارات الأخرى بالمؤسسة مع العناية بتلقين هؤلاء العاملين مبادئ العلاقات العامة من خلال الدورات.

### 4 المهارات الاتصالية لخبير العلاقات العامة الناجح في المؤسسة الإعلامية:

تكمن المهارات الاتصالية الأساسية التي ينبغي توافرها في خبراء العلاقات العامة أياً كان مجال عمل المؤسسة فيما يلي<sup>8</sup>:

١. الموضوعية في الأقوال والأفعال وفي الحكم على الأمور مستنداً في ذلك إلى حقائق مدعومة بالبحوث وبالدراسات التجريبية التي توصل إلى تفسيرات علمية والبعده عن أي صورة من صور التحيز لشعوره الشخصي أو أي صورة من صور الإنحراف لتحقيق منفعة أو كسب أو غرض ذاتي، كذلك البعد عن التأثير اللفظي والاعتماد على معلومات وحقائق مؤكدة ومدعومة بالتحليل الكمي والاهتمام بالتفاصيل.

أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي \_\_\_\_\_ أ. / محمودي محمد بشير

١٧. توافر مهارة التحدث والتخاطب وقوة الإقناع، أيضاً فإن القدرة على الإستماع هي جزء هام وجوهري من خبرة الاتصال.

١٧. توافر مهارات الكتابة وتعني القدرة على وضع المعلومات والأفكار على الورق بوضوح وبإيجاز وبلغة سليمة بما يساعد على سهولة نقل أفكاره بدقة وإحداث انطباع محبب لدى قارئ المادة المكتوبة سواء كانت نشرة إخبارية أو نشرات أو تقارير سنوية... هذا إلى جانب مهارات التحرير والإلمام بالفنون التخطيطية كاللصوير وإعداد الرسوم البيانية والطباعة واستخدام المعنيات السمعية والبصرية.

١٧. الإلمام بالأصول والأسس العلمية للعلاقات العامة وبطرق تحليل وقياس الرأي العام واتجاهات وآراء المجموعات والجمهير المختلفة التي تتعامل معها المنظمة سواء كانوا عاملين أو عملاء أو مساهمين أو موردين أو المجتمع المحلي أو الجمهور العام. وكذلك التأثير في الإتجاهات وتوجيهها، وكذلك الإلمام بالدراسات والعلوم المرتبطة بالعلاقات العامة كعلم النفس وعلم الإجتماع وغيرها من العلوم التي تلقي الضوء على مكونات وأبعاد النفس البشرية والاتجاهات النفسية للأفراد، وبذلك يكون في مقدور أخصائي العلاقات العامة فهم الناس وفهم دوافعهم للتصرف والتأثير فيهم، هذا إلى جانب توافر الخبرة العملية في ميدان العلاقات العامة والقدرة على الإعداد السليم لبرامج العلاقات العامة والحملات الإعلامية وتصميم وتنفيذ الرسائل والنشرات الإعلامية وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل موقف على حد وتنظيم المؤتمرات الصحفية والمعارض وغيرها.

##### 5 المجالات الأساسية لعمل خبير العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية:

حصرت إحدى الدراسات المجالات التي يمكن أن يسهم فيها المستشار في المجالات التالية<sup>9</sup>:

- إعداد وتنفيذ بحوث الرأي العام
- وضع البرنامج العام أو الفعلي لأنشطة العلاقات العامة.
- كتابة المقالات والموضوعات المتعلقة بالمنشأة في وسائل الاتصال المختلفة.
- تدعيم صلة المنظمة بوسائل الاتصال الجماهيرية.
- تنظيم المؤتمرات الصحفية.
- تصميم وإقامة المعارض والإشراف عليها.
- كتابة إخراج النشرات الداخلية والخارجية.
- تصميم شعار المنشأة كنص وتطوير نماذجها الفنية المختلفة.

أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي \_\_\_\_\_ أ. / محمودي محمد بشير

- كتابة الخطب وكلمات رؤساء المنظمات في المناسبات المختلفة.
- تنظيم عقد الإجتماعات وحلقات البحث والدراسة في الموضوعات الهامة.
- إعداد وإخراج الكتيبات الخاصة والتقارير السنوية.
- تنظيم المسابقات والأحداث الخاصة للمنشأة.
- إنتاج المواد السمعية والبصرية للأغراض الإعلامية المختلفة.
- تنسيق اللوحات والصور المعبرة ووضعها في الأماكن المناسبة للمنشأة.

## 6 الأدوار الأساسية لخبير العلاقات العامة تجاه الإعلام:

ويمكن أن نحدد أهم أدوار رجل العلاقات العامة والمتصلة بوظيفة الإعلام، وكذلك أهم السبل التي تساعد الوسائل التي تمكنه من القيام بهذه الأدوار في النقاط الآتية:

- أ- توطيد الصلة بين رجل العلاقات العامة ورجل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما... الخ.
- ب- جمع كل ما ينشر عن المؤسسة أو المنظمة التي يعمل بها والمرتبطة بنشاطاتها وكذلك المرتبطة بالمؤسسات والمنظمات والمنشآت المختلفة التي تعمل بمجالات أنشطتها.
- ت- نشر المعلومات والبيانات الصحيحة وتوصيلها لأكبر عدد من الجماهير الداخلية والخارجية.

إن وظيفة الإعلام للعلاقات العامة تكمن من خلال الأدوات والوسائل الإعلامية التي تستخدمها المنظمة خارج أسوارها بهدف الوصول إلى عدد أكبر من جمهورها، هذا الأخير الذي يتم صناعته من قبل إدارة العلاقات العامة معتمدة في ذلك على وسائل الإعلام (الصحافة، الإذاعة والتلفزيون..). من هذا المنطلق يمكن إبراز العديد من العلاقات المتبادلة في أنشطة العلاقات العامة بأي منظمة على اختلاف أنواعها مع وسائل الإعلام المكتوبة (الصحافة) والسمعية (الإذاعة) والمرئية (التلفزيون) فيما يلي:

### أ- العلاقات العامة والإعلام المكتوب:

في البداية العلاقات العامة ظهرت على مفترق الطرق بين الدعاية والإعلان والصحافة، ومنذ القدم أخذت نشاطات العلاقات العامة بالتوسع. وكان المهم فهم الفرق بين العلاقات العامة والدعاية والإعلان والصحافة وغيرها من أشكال نشاطات الاتصال الجماهيري. وانحصرت علاقة

أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي \_\_\_\_\_ أ. / محمودي محمد بشير

العلاقات العامة بوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية وخاصة الصحافة عن طريق تقديم معلومات مدعمة بالوثائق، لتقوم الصحافة بنشرها دون تحريف. لأن الصحافة وكما هو معروف يمكنها تحريف التصورات والتفاعلات الاجتماعية الجارية عن طريق اختيارها معلومات معينة دون أخرى للنشر.

وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في البلد المعني مستقلة بالكامل، وهذا أمر مشكوك فيه لأنه لا توجد وسائل الاتصال وإعلام جماهيرية مستقلة في أي بلد من بلدان العالم. لماذا؟ لأن تلك الوسائل تتناول الأحداث من وجهة نظر ومصالح جهات معينة (الجهة الممولة). ومع ذلك تسعى إدارات العلاقات العامة لإيجاد نوع من التفاهم طويل المدى دون إلزام أي طرف بتبني رأي أو فكرة معينة دون سواها. حتى إن المتخصص بالعلاقات العامة "إدوارد بيرنيس" اعتبر أن العلاقات العامة تعتمد في نشاطاتها على العلوم الاجتماعية والإنسانية وليس على العلوم اللغوية كما هي الحال في وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، وخاصة الصحافة التي اعتبرت المقالات ومختلف مواد الدعاية والإعلان نتيجة غير مباشرة لنشاطات العلاقات العامة<sup>10</sup>.

#### ب- العلاقات العامة والإعلام المسموع:

في ظل التغيرات والتطورات الهائلة والتمتساعة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مجال الصوتيات والمرئيات، فإن العلاقات العامة وجدت في تكنولوجيا الإذاعة المسموعة وسيلة سهلة لاستخداماتها في عملية الاتصال فضلا عن إمكانية نقلها مع الأشخاص والجماعات في أي مكان. وتعتبر الإذاعة إحدى الوسائل المستخدمة في عملية التنمية المحلية خاصة على مستوى الإذاعات المحلية والجهوية، وكذلك من خلال الحملات الإعلامية التي تنظم على مستوى الإذاعات الوطنية الهادفة إلى تنظيم سير حركة المرور والتقليل من حوادث الطرقات عن طريق استهدافها لسائقي المركبات فضلا عن النصائح والتوجيهات اليومية المقدمة لربات البيوت... والبرامج الدينية- التعليمية- الثقافية والترفيهية. حيث تهتم بنشر المعلومة والمعرفة، وإيجاد البدائل بسرعة وفورية متخطية بذلك حاجز الحدود المكانية والعوائق الجغرافية وحاجز الأمية.

#### ت- العلاقات العامة والإعلام المرئي:

أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي \_\_\_\_\_ أ. / محمودي محمد بشير

إن التميز الذي يحويه التلفزيون عن باقي وسائل الإعلام الأخرى من خلال جملة من ميزات الصوت- الصورة- الحركة والألوان يجعله منفردا في أنشطته الاتصالية الممارسة من طرف القائم بالاتصال، هذا الأخير الذي يسعى جاهدا في كل نشاط إلى صناعة جمهور جديد بفضيل وسيلة التلفزيون لما لها من أهمية وواقعية لدى الرأي العام وهي عناصر هامة لجذب انتباه الجماهير والاستحواذ على مشاعرهم. ويعتبر التلفزيون إحدى الوسائل الأساسية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في إنجاح أنشطتها الاتصالية بهدف تحسين الصورة الذهنية للمنظمة، وإعطاء الصورة الواقعية لشخصيتها وفلسفتها.

من خلال ماتم تناوله في ربط العلاقات العامة بوسائل الاتصال الجماهيري(المكتوب،السمعي والمرئي) يمكن حصر وظيفة الإعلام فيمايلي:  
التغطية الإخبارية وتوفير المعلومات عن الظروف المحيطة :

إن تحقيق التغطية الإخبارية هو جوهر عمل الإعلام في وقتنا الحالي لكي يستطيع المواطن أن يلم بكافة الأحداث الجارية على الصعيدين المحلي والدولي ولقد حدث تقدم هائل في هذه الوظيفة بعد انتشار القنوات الفضائية وتزايد حدة المنافسة بينها الأمر الذي جعل بعضها ينفرد في عمليات التغطية المباشرة لينقل الحدث في مهده.

تحقيق الإلتزام الخلقي والتربوي :

وذلك من خلال إيجاد رقابة فعالة على الوسائل الإعلامية كالصحف و الإذاعة والتلفزيون والمسرح لضمان تأكيد الاحترام الخلقي والتربوي في نفوس المواطنين، وكلنا يعلم ما لهذه الوسائل من تأثير وكم رأينا من جرائم وأحداث كان سببها التأثير والتقليد لما يراه المشاهدين في تلك الوسائل الإعلامية.

الإرتقاء بجميع مجالات المعرفة الإنسانية :

وهذا يعتبر هدفا أساسيا ووظيفة رئيسية من وظائف الإعلام من أجل مواكبة مسيرة الحضارة العالمية في عصر أصبح الصراع فيه بين الأمم صراعا حضاريا وعلميا قبل أن يكون صراعا عسكريا تقليديا.

تحقيق الضبط الاجتماعي عن طريق الإقناع :

أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي \_\_\_\_\_ أ. / محمودي محمد بشير

حيث يجب أن تكون وسائل الإعلام مدركة لوظيفتها ودورها في المجتمع وهذا يقتضي أن تلتمس السبل الراقية التي تؤكد احترام إنسانية الفرد وتقدير حسه الاجتماعي تقديرا واعيا، من ناحية أخرى فإن اتجاه وسائل الإعلام إلى تحقيق الضبط والنظام الاجتماعي عن طريق التّفخيم في السلطات و التلويح بالقوانين والإجراءات القمعية يذهب أدراج الأرباح، ومن هنا يلزم أن يكون السبيل إلى تحقيق ذلك قائما على الإقناع بالدرجة الأولى.

#### 7. أهمية التدريب في العلاقات العامة المرتبط بالمجال الإعلامي:

تعتبر العلاقات العامة من المهن التي تفرض على ممارسيها استعدادات ومواصفات معينة، ويعد تأهيل منتسبي العلاقات العامة من خلال أسلوبين<sup>11</sup>:

الأول: التأهيل العلمي الذي يحصل عليه دارسو العلاقات العامة داخل شعب وأقسام العلاقات العامة وتخصصاتها.

الثاني: البرامج التأهيلية أو التدريبية التي يحصل عليها ممارسو العلاقات العامة.

ويتناول التأهيل عددا من المجالات:

• المجال النظري: يتناول مكونات الاتصال وفنون الإقناع ونظريات التأثير الإعلامي وتكوين الصور الذهنية ونشر الأفكار المستحدثة.

• المجال التطبيقي: ويهتم بتنمية الممارسين وقدراتهم الاتصالية في مجالات العلاقات العامة ومنها إنتاج المواد الإعلامية والجوانب الأخلاقية والقانونية المرتبطة بالعمل الإعلامي.

ولا يتحقق تطوير العمل في مجالات العلاقات العامة إلا بواسطة التدريب من خلال برامج متعددة المستويات والأهداف التي تحقق في النهاية فعالية دور إدارة العلاقات العامة خاصة مع استمرار شكوى أجهزة العلاقات العامة المتزايدة في المؤسسات من نقص الكوادر المؤهلة لممارسة العلاقات العامة والإعلام وضعف مستوى خريجي الجامعات للعمل في مجالاتها.

لهذا يقع على كاهل تدريب منتسبي العلاقات العامة مسؤولية اكسابهم الخبرات العلمية والعملية اللازمة لرفع كفاءتها وتفعيل دورها وبالتالي يجب أن تتضمن كافة برامج تدريب منتسبي العلاقات العامة موضوعات تغطي نشاط العلاقات العامة وتوضح المفاهيم الصحيحة والممارسات العملية لدعم خبراتهم الفنية والنظرية بالإضافة إلى مراعاة متطلبات هذا النوع من التدريب والأهداف المرجوة منه

أهمية مستشار العلاقات العامة في مجال التدريب الإعلامي \_\_\_\_\_ أ. / محمودي محمد بشير  
ورسم السياسة التنفيذية لتحقيق مثل هذه الأهداف ووضع الإجراءات المطلوبة وتوفير الاحتياجات  
والمعدات التدريبية وتوفير المكان التدريبي المناسب بالإضافة إلى توفير المدربين الكفاء.  
كما أنه يجب مراعاة أركان البرنامج التدريبي ومنها تحديد أساليب التدريب التي ستتبع والوظائف  
والمستويات التي يستهدفها آخذين في الإعتبار خلفيات المتدربين العملية والثقافية والفنية  
 واحتياجاتهم التدريبية بطريقة مباشرة وفعالة وكذا تحديد أعدادهم وتوضيح مفردات البرامج  
التدريبية ومشاركة المتدربين وتفاعلهم معها ثم متابعة البرامج التدريبية لمعرفة مدى نجاحه  
 وإيجابياته أو معوقاته التي يمكن أن تحول دون تحقيق أهدافه<sup>12</sup>.

#### خاتمة:

إن نجاح العمل الإعلامي في مؤسسات الإعلام والاتصال وارتقائه إلى مصاف الاحترافية ومواكبته  
لتطورات العصر يستلزم منها الإلمام بالجوانب العلمية والعملية الأساسية التي تلقى على كاهلها،  
وذلك حسب طبيعة وحجم المؤسسة الإعلامية والظروف المحيطة بها، لهذا فالتدريب في مجال  
العلاقات العامة يعد أحد الجوانب العملية الأساسية والذي يستهدف تجهيز الإعلامي للعمل المثمر  
وإكسابه معارف ومهارات اتصالية تجعل منه إعلاميا محترفا ومميزا عن باقي الإعلاميين الآخرين في  
مؤسسات إعلامية أخرى.

### الهوامش:

- 1- سمير محمد حسين. (1996). إدارة العلاقات العامة، القاهرة: دار الشعب. ص ص 24-25.
- 2- سعاد جبر سعيد. (2007). سيكولوجية الاتصال الجماهيري. عمان: عالم الكتب الحديث. ص 19.
- 3- محمد عبده حافظ. (2009). العلاقات العامة، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. ص 13.
- 4- محمد منير حجاب. 2007 ص 30.
- 5- غريب عبد السميع غريب. (1996). الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة. ص 81.
- 6- عصام الدين فرج. (2010). إدارة العلاقات العامة. ط 2. مصر: دار النهضة العربية. ص 95.
- 7- عصام الدين فرج. المرجع نفسه. ص 99.
- 8- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي. (2005). الاتصال والعلاقات العامة، ط 1. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص ص 323-324.
- 9- عصام الدين فرج. المرجع نفسه. ص ص 55-56.
- 10- رضوان بلخيري، سارة جابري. (2013). مدخل للاتصال والعلاقات العامة. ط 1. الجزائر: جسور للنشر والتوزيع. ص 233.
- 11- عصام الدين فرج. المرجع نفسه. ص 97.
- 12- محمد معوض، وآخرون. (2000). البرامج التدريبية في مجال العلاقات العامة في الكويت: دراسة تطبيقية. دراسات إعلامية. الجزء الثالث. الكويت: دار الكتاب الحديث. ص ص 339-342.