

ممارسة العلاقات العامة الرقمية في البيئة الاتصالية الجديدة: الأطر والمفاهيم  
The practice of digital public relations in the new communication  
environment: frameworks and concepts

سامية خبيزي \*

<sup>1</sup>جامعة الجزائر 3، (الجزائر)

Khebizi.samia@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2023/12/30

تاريخ قبول النشر: 2023/11/05

تاريخ الإستلام: 2022/05/07

ملخص:

مع التسارع في استخدام التكنولوجيات الحديثة أصبحت المؤسسات تتسابق نحو إنشاء مواقع الكترونية وصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتتمكن من عرض نشاطاتها وإشباع حاجات جمهورها الخارجي من المعلومات وكذا تفعيل العلاقات معهم، وعليه نهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى إبراز الممارسات الجديدة للعلاقات العامة الرقمية. من أبرز ما توصلنا إليه أن تشكل وظهور العلاقات الرقمية جاء مدفوع بمجموعة من العوامل، وقد أصبحت تلعب أدورا مهمة في المؤسسة إلى أنها تواجه تحديات عديدة. الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية؛ البيئة الاتصالية الجديدة؛ تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

**Abstract:**

With the acceleration in the use of modern technologies, modern institutions are racing towards creating websites and pages on social media platforms to present their activities and meet the information needs of their external audience, as well as activate relations with them. Thus, we aim through this intervention to highlight the new practices of digital public relations.

One of the most prominent findings is that a number of factors drives the formation and emergence of digital relationships, and they have become integral to the functioning of institutions. However, they also face many challenges.

**Keywords:** public relations; digital public relations; the new communicative environment; Information and Communication Technology

## 1. مقدمة:

مع بروز التطورات التكنولوجية وما أحدثته من تغييرات على مستوى ممارسات مختلف المؤسسة تأثرت العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية بالبيئة الاتصالية الجديدة وبرز ما يصطلح على تسميته العلاقات العامة الرقمية أي ممارسة العلاقات العامة من خلال تقنيات الاتصال الحديثة، حيث أصبحت تمارس أنشطتها من خلال وسائل اتصالية حديثة كالبريد الإلكتروني، المواقع الإلكترونية، المنتديات، مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة المؤسسة الإلكترونية وغيرها وهذا كله بغية تفعيل عملية التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي في أي زمان وفي كل مكان.

إن من أهم ما يميز العلاقات العامة الإلكترونية أو الرقمية تفاعلها وابتكارها وتغييرها في أنواع الأنشطة التي تقوم بها وهو ما تفتقر إليه العلاقات العامة التقليدية، فقد أصبحت هذه الممارسة الجديدة تعتمد على التقنيات الحديثة في مختلف الأنشطة أي الانتقال من استخدام الوسائل التقليدية إلى استخدام وسائل اتصال رقمية كالمواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي وكذا المدونات وغيرها وهو ما أتاح إمكانية عالية من التفاعل وسرعة التواصل وسهولة إيصال المعلومات، وساهم في تحسين صورة المؤسسة وتوسيع نطاق جمهورها الداخلي والخارجي وتعزيز ثقتهم بها.

أدى اتجاه ممارسي العلاقات العامة إلى استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في مختلف الأنشطة والوظائف التي يقومون بها وخاصة أدوات الجيل الثاني للويب إلى خلق وظائف وأدوار جديدة للعلاقات العامة وزيادة أهميتها داخل المؤسسة، وخلق تحديات جديدة لها أمام جمهورها، تأسيسا على ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

فيما تتجلى ملامح العلاقات العامة الرقمية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة؟

تتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات:

- ما هو مفهوم العلاقات العامة الرقمية؟
- ما هي العوامل التي أدت إلى تشكل وظهور العلاقات العامة الرقمية ؟
- ما هي الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة الرقمية؟
- فيما تتجلى أدوار وأهمية العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات؟
- ما هي أبرز التحديات التي تواجهها العلاقات العامة الرقمية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة؟

## أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- إبراز مفهوم العلاقات العامة الرقمية.
- الكشف عن العوامل التي أدت إلى تشكل وظهور العلاقات العامة الرقمية.
- التعرف على أهم الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة الرقمية.

- توضيح أدوار وأهمية العلاقات العامة الرقمية بالنسبة للمؤسسات.
- إبراز التحديات التي تواجهها العلاقات العامة الرقمية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة.

## 2. العلاقات العامة الرقمية

### أ. مفهوم العلاقات العامة:

قبل التطرق إلى مفهوم العلاقات العامة الرقمية لا بد من عرض التعاريف المرتبطة بمفهوم العلاقات العامة فكل تعريف من هذه التعاريف ركز على جانب من العلاقات العامة ومن بين هذه التعاريف نجد: عرف قاموس ويبستر الدولي العلاقات العامة على أنها: "أي نشاط من جانب المؤسسات الصناعية والمهن المختلفة والنقابات والأجهزة الحكومية وغير الحكومية يقصد به تكوين علاقات طيبة بالجمهير المختلفة والنقابات كالمستهلكين والموظفين وحملة الأسهم وغيرها حتى تكسب رضى المجتمع الذي نعيش فيه، فالعلاقات العامة هي نشر المعلومات والأفكار والحقائق من الجمهير والمؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الانسجام والتكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجمهير" (كمال، 2012، ص 28).

كما عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها: "وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم والحفاظ على ثقتهم، عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها" (الدغيم، 2014، ص 71).

أما معهد العلاقات العامة البريطاني فيعرفها: "بأنها الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها" (صالح، السيد رمضان، 2004، ص 26).

عرفها كانفليد canfield بأنها: "الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه" (رحال، 2015، ص 20).

قدم إيفي تعريف مهني متخصص للعلاقات العامة فقد عرفها بأنها: "مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح ثم إعلام الناس بالأمر وبهذا فإن مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح المؤسسة بتغيير سياستها لخدمة مصالحهم" (قرواط، 2019، ص 228).

بناءً على ما سبق نعرف العلاقات العامة على أنها وظيفة اتصالية وعملية إدارية تقوم على الاتصال المستمر والمخطط والهادف إلى بناء علاقات طيبة مع الجمهور الخارجي للوصول إلى تعزيز صورة المؤسسة، وهي في ذلك تعتمد على مجموعة من الأنشطة والبحوث وتتطلب توفر قائمين بالاتصال يمتلكون مهارات في الإدارة والاتصال وغيرها من العلوم.

### ب. مفهوم العلاقات العامة الرقمية:

مع تطور حقل الاتصال عبر ثورة الإنترنت التي قادت إلى تحول كبير من عصر الورق إلى الفضاء الرقمي، تشكلت ملامح جديدة للعلاقات العامة قوامها مكونات الشكل التقليدي نفسه ممزوجة بوسائل الإعلام

الجديدة، وصناعة المحتوى مع توظيف تطبيقات جديدة لخدمة مهام وأدوار العلاقات العامة بما يعزز من تفعيلها على نحو مهني غير مسبوق. ومنه فالعلاقات العامة الرقمية تشترك مع العلاقات العامة التقليدية في المفهوم والمبادئ والأهداف، إلا أنها تختلف عنها في الممارسة. وذلك باعتمادها على تطبيقات الاتصال الإلكتروني، بهدف تحقيق الحوار والتفاعل والفهم المتبادل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة (حدادي، 2018، ص 102).

ظهرت تسميات عديدة للعلاقات العامة الإلكترونية كالعلاقات العامة الرقمية، العلاقات العامة أونلاين، أو مصطلح تكنولوجيا الاتصال الجديدة في العلاقات العامة، وهناك من يطلق عليها مصطلح العلاقات العامة عبر الإنترنت، العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية وغيرها (رفاس، 2019، ص 262). على هذا بربط تقنيات الاتصال الحديثة بممارسة العلاقات العامة تبرز العلاقات العامة الرقمية أو الإلكترونية والتي تعددت تعريفها من أبرزها:

عرف فيليبس Phillips العلاقات العامة الرقمية بأنها: "إدارة الاتصال بين المؤسسة والجمهور من خلال تطبيقات الإنترنت" (الصيفي، 2020، ص 11).

عرفت العلاقات العامة الرقمية وفقا لجمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة أنها: "قيام إدارة العلاقات العامة بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديثة وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع." (حدادي، 2018، ص 101).

عرفتها برايان سوليس بأنها: "نتاج التطورات التي احتوى عليها الويب 2.0 من محركات بحث ومواقع التواصل الاجتماعي، أي أنها اندماج العلاقات العامة بالإنترنت عن طريق أدوات الويب 2.0 مما ينتج عنها احتمال تغيير إستراتيجية الاتصال المهني للوصول إلى العملاء والمجتمع الرقمي" (غراف، قرة، 2018، ص 209).

كما عرفت على أنها: "إدارة الاتصالات الفعالة باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة مع موظفي المؤسسة وكذا الاتصالات الإلكترونية المستمرة مع فئات الجمهور المتعددة، من أجل إقامة علاقات إستراتيجية قوية، تحقيق صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة، تكون دافعا لتحقيق أهدافها ومخططاتها" (بشريف، 2018، ص 50).

تصنف العلاقات العامة الرقمية إلى فئتين من حيث التطور ومجالات توظيف التقنيات الرقمية وهما (الصالحي، 2021، ص 53):

أ- العلاقات العامة التي تستخدم تطبيقات (Web 01) وتسمى (PR-1) : وتستخدم العلاقات العامة الرقمية ضمن هذه الفئة الموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني.

ب- العلاقات العامة التي تستخدم تطبيقات (Web 02) وتسمى (PR- 2) : وتستخدم العلاقات العامة الرقمية ضمن هذه الفئة وسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر المدونات واليوتيوب وغيرها.

انطلاقا مما سبق نعرف العلاقات العامة الرقمية على أنها الوظيفية الإدارية الاتصالية التي تقوم على استخدام التقنيات الحديثة في تنفيذ نشاطاتها، بغية إقامة علاقات قوية مع الجمهور الداخلي وكذا الخارجي في أي مكان وفي كل زمان وتعزيز ثقتهم بالمؤسسة وتشكيل صورة ايجابية عنها.

### 3. عوامل بروز العلاقات العامة الرقمية ووسائلها:

#### أ. عوامل بروز العلاقات العامة الرقمية:

يوجد مجموعة من العوامل أدت إلى بروز وتشكل العلاقات العامة الرقمية من

أبرزها(الصالح، 2021، ص ص 61-62):

- تغير طبيعة المجال العام لقد فرضت التطورات التكنولوجية على ممارسي العلاقات العامة إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية، واستخدام وسائل جديدة يستطيع من خلالها الممارسون الاستماع للجمهور والدخول معهم في نقاش وحوار بما يسهم في تحقيق مصالح الطرفين (المنظمة والجمهور).
  - المنافسة بين المنظمات لقد زاد الاهتمام بالعلاقات العامة الرقمية نظرا لزيادة أعداد المنظمات المتواجدة على شبكة الانترنت، والتي أصبحت تطلب من ممارسي العلاقات العامة إنشاء ونشر محتوى ومعلومات مفيدة وايجابية عن المنظمة عبر الشبكة، مع التركيز على الابتكار والإبداع في صنع المحتوى، والانجاز بسرعة وكفاءة أعلى من ذي قبل ليتناسب مع طبيعة العصر الرقمي والبيئة التنافسية للمنظمات.
  - زيادة حجم التجمعات البشرية في الفضاء الرقمي مع الكم الهائل للتجمعات البشرية في الفضاء الرقمي والذي يزيد عن نصف سكان العالم، زادت العملية التنافسية بين المنظمات في جذب واستهداف هذه التجمعات، وبالتالي تغير وضع العلاقات العامة التي كان ينظر إليها سابقا بأنها أداة تكتيكية للتأثير على وسائل الإعلام والحصول على تغطية ايجابية لصالح المنظمة، وأصبحت اليوم إدارة إستراتيجية مع سرعة انتشار وسائل التواصل السريع والفعال والحاجة للتعامل مع أصحاب مصالح متعددين وزيادة المطالبة بشفافية المنظمات" ومن هنا برزت العلاقات العامة الرقمية كإدارة إستراتيجية مهمة في التعامل مع أفراد الفضاء الإلكتروني وإعلامهم بأخبار وأنشطة المنظمات وتحسين صورتها وسمعتها لديهم.
  - انتشار الوسائل الرقمية مع انتشار الوسائل الرقمية أصبح من السهولة بمكان استقبال وإرسال ونشر المعلومات والخبر بشكل لحظي وأني بين المستخدمين، وكان لزاما على المنظمات الاستفادة من هذه التقنيات الرقمية في التواصل المباشر مع الجمهور، أو ما يمكن أن نطلق عليهم بـ "الجيل الرقمي".
- هذه هي جملة العوامل التي سرعت من حاجة المؤسسات إلى التوجه نحو العلاقات العامة الرقمية بممارستها في مختلف الأنشطة والوظائف التي تقوم بها للوصول إلى التكيف مع المتغيرات القائمة في البيئة الخارجية وكذا في الجمهور المتعامل معها.

#### ب. وسائل وأشكال العلاقات العامة الرقمية:

في ظل التوجه نحو العلاقات العامة الرقمية أصبح القائمون على هذه الممارسة الجديدة

يستخدمون مختلف الوسائل التي أتاحها تطبيقات الانترنت والتي تبرز فيما يلي:

- الموقع الإلكتروني للمؤسسة

يعد الموقع الإلكتروني للمؤسسة أداة من أدوات علاقات التسويق العامة لأنها تعمل كمطويات

إلكترونية بما تحمله من معلومات وأخبار عن المؤسسة، فعلى المسؤول عن العلاقات العامة عند تصميمه

لموقع على شبكة الانترنت أن يأخذ بعين الاعتبار مجموعة من القواعد حتى يكسب ثقة الجمهور الخارجي(قدايفة، 2013، ص 169).

يعد الموقع الالكتروني الواجهة الأساسية للمؤسسة وتمثيله للناطق الرسمي باسمها باحتوائه على المعلومات والتصريحات الموثوقة، يصمم الموقع من قبل مختصين وخبراء تقنيين، حيث يحتوي على كل ما يمثل هوية المؤسسة مثل الشعار، اللون الخاص بها، الشكل الذي تتميز به وتوظيف كل العناصر البصرية والسيمبولوجية الدالة على هوية المؤسسة، ويتأتى عن استخدام الموقع الالكتروني كأداة للعلاقات العامة عدة مزايا نذكر منها التكلفة المنخفضة مقارنة بالوسائل الورقية المطبوعة، كما يعتبر دليلا على حداثة المؤسسة، ويتميز بسهولة وسرعة الوصول إلى الجمهور سواء الحالي أو المتوقع من خلال محركات البحث، أو من خلال مواقع خاصة على الانترنت عملها الأساسي هو العلاقات العامة حيث تقوم باستلام الأخبار من المؤسسة وتتولى عملية توزيعها من خلال علاقاتها مع محركات البحث ومواقع البوابات(غراف، قرة، 2018، ص 210).

#### - العلاقات العامة عبر البريد الالكتروني

يعد البريد الالكتروني من الوسائل الشخصية للاتصال المباشر مع العميل فمن خلاله توجه الحملات مباشرة، وتنقل الرسائل الصحيحة المحددة، ويستجيب له الأفراد مباشرة، وهو يتطلب القليل من الجهد، ومنخفض التكلفة، ويسمح بتخصيص الرسائل لتناسب احتياجات المتلقين. فكل رسالة بريد الكتروني لها تأثيرها على اسم المؤسسة لذا يجب أن لا تكون الرسالة المرسله جافة ومتحجرة، فالبريد الالكتروني يمكن أن يوضح الكثير عن المؤسسة وعن بيئتها واتجاهها نحو جمهور الانترنت ونحو الشخص الذي يستخدم البريد الالكتروني(قدايفة، 2013، ص 172).

#### - الدردشة على الإنترنت

هي شكل من أشكال الاتصال المتزامن، وتتعلق بالتكنولوجيا التي تسمح لشخصين أو أكثر بتبادل الرسائل النصية في نفس الوقت الحقيقي، وهناك العديد من المؤسسات تدرج الدردشة ضمن مواقعها الإلكترونية كبديل عن التواصل الهاتفي، حيث يمكن من خلالها التفاعل والحوار مع الجمهور والذي يثمر عنه نتائج ايجابية لكلا الطرفين إذا ما أحسن استخدامه(الصالح، 2021، ص 66).

#### - اجتماعات ومؤتمرات الفيديو

تعد مؤتمرات الفيديو كتطبيق عملي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، يتم في هذه التقنية استخدام كاميرات صغيرة توضع على أجهزة الحاسوب أو بجانبها، لتقوم بتصوير ونقل الصور الحية والصوت لعرضها بشكل متزامن في مكان آخر. وهي تقنية اتصال مرئي مسموع بين أفراد يتواجدون في أماكن مختلفة يتم من خلالها مناقشة وتبادل الأفكار والآراء والخبرات في جو متفاعل يسوده التفاهم والتعاون المشترك. وتتمثل فوائد مؤتمرات الفيديو في(بشريف، 2018، ص 53):

- سرعة عقد الاجتماعات.

- توفير الوقت اللازم لنقل المعلومات والتعرف على الآراء والأفكار لمناقشتها.

- انخفاض تكاليفها مقارنة بحضور المسؤولين والمختصين إلى أماكن الاجتماعات والمؤتمرات.

#### - المجموعات الإخبارية

توفر المجموعات الإخبارية فرصاً لإشراك الجمهور المناسب والنشط الذي يلعب دوراً في تكوين الرأي العام. إلى أنه إذ لم يتم التعامل مع هذه المجموعات بحذر فقد تتحطم سمعة المؤسسة وهذا لأن الاتصالات تتم بصورة مباشرة مع الجمهور المستهدف ويمكن لهذا الأخير أن يرد على أفراد آخرين لديهم اهتمام مباشر بالمؤسسة (قدايفة، 2013، ص 172).

#### - مواقع التواصل الاجتماعي

تمكن هذه الشبكات الاجتماعية قسم العلاقات العامة الالكترونية الاستفادة منها، وذلك لتسهيل العمل والعلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة وكذا مع الجمهور الخارجي لها، حيث يستطيع موظفي العلاقات العامة الالكترونية إنشاء صفحة خاصة بالمؤسسة يمكن للموظفين الدخول إليها وكذا إبداء آرائهم عبرها وحتى الاتصال والتواصل بينهم.

#### - المنتديات

تلعب المنتديات دوراً في تحسين العلاقات العامة الالكترونية لأنها تتيح إمكانية معرفة آراء الجمهور الخارجي للمؤسسة وأنشطتها المختلفة، ومنه عدم الاضطرار إلى القيام بصبر الآراء لمعرفة رأي الجمهور الخارجي حول المؤسسة مما يوفر الوقت المخصص لمثل هذه الدراسات، وفهم تفاعلات الجمهور مع المؤسسة التي تمكن من جذب مؤسسات أخرى للمؤسسة، ومنه خلق فرص التمويل لها (بشريف، 2018، ص 53-54).

#### - استخدام قواعد البيانات

تستخدم قواعد البيانات التي تتوفر عليها شبكة الانترنت في الحصول على المعلومات والأخبار ومعرفة كل جديد في شتى المجالات والاستفادة منها في إعداد نشرات ومطويات ومطبوعات المنظمة بشكل عام. ففي الوقت الذي تعتبر فيه الانترنت وسيلة لنشر وتقديم المعلومات، نجدها أيضاً توفر لإدارة العلاقات العامة كم هائل من المعلومات عن التطورات الحاصلة في مجال عمل المؤسسات في بيئتها الخارجية، ويساعدها في تحليل الفرص المتاحة في هذه البيئة والتحديات والتهديدات التي قد تؤثر في مجال عمل المؤسسة، وكذلك تحديد قوة وصورة المنافسين، ويتيح ذلك لممارسي العلاقات العامة قاعدة بيانات عن عناصر البيئة الخارجية تساهم في تقييم البدائل المتاحة أمام صانع القرار، وهو ما يساهم في ترشيد عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية (حدادي، 2018، ص 105).

كما توجد أيضاً مواقع تستجدها المؤسسة من شبكة الانترنت والإكسترنات، التي تمكن موظفي العلاقات العامة من الحصول على المعلومات اللازمة للمؤسسة ولطاقمها العامل بها، حيث يحتاج قسم العلاقات العامة الالكترونية معلومات وبيانات من أجل اتخاذ قرارات تخص المؤسسة، ولا بد أن تتوفر قاعدة بيانات منظمة، وسهلة في الوصول إليها لتوفير الجهد على موظفي العلاقات العامة الالكترونية وكذا السرعة في القيام بأنشطتها (بشريف، 2018، ص 54).

انطلاقاً مما سبق يتضح لنا أن التكنولوجيات الحديثة أتاحت الفرصة لممارسي العلاقات العامة استخدام أدوات الويب 1.0 و 2.0 والتي تتجلى في المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، المنتديات، قواعد البيانات، وهذا أصبحت العلاقات العامة تتميز بخصائص جديدة استمدتها من البيئة الاتصالية الجديدة التي باتت تمارس وظائفها ونشاطاتها في ظلها.

#### 4. أدوار العلاقات العامة الرقمية وتحدياتها:

##### أ. أدوار العلاقات العامة الرقمية وأهميتها في المؤسسة:

تأثرت العلاقات العامة بتقنيات الإنترنت وتطبيقاتها، ما سمح بظهور ما يسمى بالعلاقات العامة الرقمية، أين تحولت ممارستها من التقليدي نحو الرقمي، مضيفاً مهاماً ومسؤوليات جديدة على القائم بالعلاقات العامة، ويمكن ذكر أهم فوائد استخدام الإنترنت في أنشطة العلاقات العامة فيما يأتي:

- تلعب الانترنت بتطبيقاتها المتعددة دوراً مهماً في تعريف إدارة العلاقات العامة باتجاهات الجمهور الخارجي والداخلي بطرق متعددة وفورية مثل خدمات البريد الإلكتروني، أو المواقع الإلكترونية.
- تلعب الانترنت دوراً بارزاً في إيصال المعلومة الصحيحة للجمهور بشرائحه المختلفة سواء عبر المراسلات الإلكترونية، أو عبر النشر على الموقع الإلكتروني أو بواسطة النشرات الإخبارية الإلكترونية وغيرها.
- تساهم الانترنت في التسويق للمؤسسة وتعزيز سمعتها على المستويين المحلي والدولي خاصة في ظل تميز وسيلة الانترنت بتخطيها للحواجز الجغرافية والثقافية.
- تلعب الانترنت دوراً بارزاً في الترويج والتسويق لخدمات ونشاطات المؤسسة مما يوفر جهداً ووقتاً وتكلفة على القائمين بالعلاقات العامة.
- إن من أهداف ووظائف العلاقات العامة العمل على مواجهة الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة والعمل على التنبؤ بهذه الأزمات قبل وقوعها وهذا ما تساهم في تحقيقه الانترنت عبر المتابعة المستمرة لتوجهات وردود الفعل المحيطة بالمؤسسة.
- تساعد الانترنت بخدماتها المتعددة على إقامة علاقات جيدة ومتفاعلة مع وسائل الإعلام حيث تعطي المؤسسات إمكانيات لا محدودة للتواصل الفوري وتوفير المعلومات المطلوبة بأشكالها المختلفة صوراً نصوياً وفيديوهات.
- تعد الانترنت مصدراً خصباً وداعماً للعلاقات العامة إذ يمكن الاعتماد عليها في توفير معلومات وإحصاءات لإعداد مواد إعلامية أو مطبوعات أو تصاميم أو التنسيق للفعاليات والأنشطة المختلفة (سلطان، 2018، ص ص 780-781).
- الإستجابة الفورية: حيث تستطيع المؤسسة أن تستجيب بشكل فوري لما يظهر من موضوعات وحالات وتطورات في العمل، وفي اتجاهات الجماهير نحو المؤسسة ذات العلاقة.
- رجوع الصدى: لأن شبكة الإنترنت تبادلية، يمكن أن تحصل المؤسسة على رجع صدى فوري من المتلقين، الأمر الذي يتيح لها التعرف على آراءهم وتوجهات نظرهم بشكل سريع وأني.

- الاتصال في اتجاهين بين المؤسسة وجماهيرها.
- وقد أحدثت العلاقات العامة الرقمية تغيرات عدة تجلت في:
  - الاستمرارية: حيث تظل المادة المنشورة محفوظة لمدة طويلة، ويمكن الرجوع لها.
  - السرعة: سرعة التفاعل مع الأحداث والمناسبات والأزمات.
  - الشفافية: أصبح التفاعل لا يأتي فقط من المتحدث الرسمي، أو أعلى مسؤول، بل من عدة مصادر داخل المؤسسة وخارجها.
  - المقياس: لم يعد من الكافي حجز مكان في صحيفة ورقية، بل أصبح يقاس بمدى تواجد المؤسسة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتفاعل الجمهور معها. (حدادي، 2018، ص ص 102-103).
- إن استخدام التقنيات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة أضفى عليها أدوار جديدة ميزتها عن العلاقات العامة التقليدية فقد أصبحت على اتصال دائم ومستمر مع الجمهور الذي تصل إليه في أي زمان وفي كل مكان. لتوفر له المعلومات التي يحتاجها وفي الوقت نفسه تتعرف على آرائه واتجاهاته لتكيف نشاطاتها وفق ما يتناسب مع طبيعة جمهورها.

### ب. تحديات العلاقات العامة الرقمية

- أمام التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الإتصال، برزت مجموعة من التحديات أمام العلاقات العامة الرقمية، نذكر منها مايلي (رفاس، 2019، ص 269):
- تطور وسائل الإعلام الجديدة: فيما تستمر التكنولوجيا في التقدم فإن أشكالاً جديدة من التطبيقات ستظهر وتستحوذ تلك الوسائل الجديدة على الاهتمام العام بطريقة جذابة كمواقع الفيديو التفاعلي، وشبكات التواصل الاجتماعي، وأجهزة الإنصات والترجمة الفورية، وغيرها من تطبيقات الإعلام الجديدة لذا يتوجب على ممارسي العلاقات العامة مواكبة تلك التطورات بشكل فعال ومستمر.
- التخصص المتزايد: يتوجب على ممارسي العلاقات العامة أن يكونوا متخصصين وخبراء في التعامل مع وسائل الإعلام وأكثر من وسطاء بين المؤسسة وجمهورها، وأن يكونوا أكثر إطلاعاً على سياسة المؤسسة ونشاطاتها.
- الإبداع: الابتكار في القرن الجديد هو سمة العصر، وعليه تتوقع الإدارة من ممارسي العلاقات العامة تأمين مناهج مبتكرة لمعالجة مشكلات المؤسسة، وبرامج مناسبة للتغلب على صعوبات أو تجنبها، وأفكار جديدة للاستحواذ على الاهتمام بمعنى أن يكون قسم العلاقات العامة مشروع الإبداع في المؤسسة.
- المخاطر التكنولوجية: على ممارسي العلاقات العامة امتلاك الخبرة اللازمة للتعامل مع التقنيات الحديثة، وكيفية حماية المعلومات والتخلص من الفيروسات وبرامج التجسس، فضلاً عن معرفتهم بألية عمل التقنيات وامتلاك معرفة ببرامج التصميم والمونتاج.
- ممارسة المهنة من غير ذوي الاختصاص: بعد ارتقاء العلاقات العامة لتصبح الوظيفة التي تضم أنماط الاتصال جميعها توجهت نحوها الأنظار وأصبحت وجهة لكل من يبحث عن عمل أو وظيفة، وفي هذا السياق

أشار "دان تيش" رئيس مجلس التحالف العالمي للعلاقات العامة وإدارة الاتصالات أن ما يقارب 10% أو أقل من ممارسي العلاقات العامة هم أعضاء في الجمعيات أو النقابات المهنية.

تأسيساً على ما سبق يمكن القول أن التحديات التي فرضت نفسها على العلاقات العامة الرقمية فرضت على القائمين عليها ضرورة التكيف معها من خلال التدريب على استخدام التكنولوجيات الحديثة ومواكبة مستجداتها وكيفية حماية المعلومات التي يوفرها للجماهير من أي اختراق، وكذا وضع الاستراتيجيات اللازمة للتعامل مع الجماهير على اختلافهم.

## 5. خاتمة:

لقد ساعد استخدام التكنولوجيات الحديثة أسهم في إيجاد شكل جديد من ممارسة العلاقات العامة ألا وهي العلاقات العامة الإلكترونية التي جمعت بين التقنية الحديثة وأنشطة ووظائف العلاقات العامة التقليدية مما ساهم في تطويرها والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور الخارجي الذي أصبح بإمكانه التفاعل مع القائمين على إدارة العلاقات العامة في بيئة افتراضية تعرض كافة أنشطة المؤسسة مما يساهم في توطيد العلاقات وتعزيز الصورة الذهنية لهذه المؤسسات لدى مختلف الجماهير، إلى أن هذه النقلة تتطلب توفر كفاءات من المكلفين بالعلاقات العامة والقائمين بالاتصال وتأهيلهم من خلال دورات تدريبية متخصصة لتكفيهم مع هذه التكنولوجيات الحديثة واستخدامها بالطريقة الصحيحة مما يسمح لهم بتعزيز علاقة المؤسسة مع جمهورها.

لقد توصلنا من خلال هذه الورقة البحثية إلى مجموعة من النتائج من أبرزها:

- العلاقات العامة الرقمية تقوم على استخدام تقنيات الاتصال الرقمي في إدارة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي بهدف تفعيل العلاقات معهم وتحسين صورة المؤسسة.
- يوجد مجموعة من العوامل أدت إلى تشكل وظهور العلاقات الرقمية تأتي على رأسها انتشار الوسائل الرقمية وزيادة أعداد المنظمات المتواجدة على شبكة الانترنت واشتداد المنافسة بينهم، مع تزايد عدد مستخدمي الفضاء الإلكتروني مما تطلب على ممارسي العلاقات العامة التوجه نحو استخدام الوسائل الإلكترونية لنشر أخبار ومعلومات وأنشطة المؤسسة المساهمة في تحسين صورتها وسمعتها.
- تنوع الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة الرقمية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة والتي تبرز في الموقع الإلكتروني للمؤسسة والذي يعد الواجهة الأساسية لها ويمثل هويتها، إضافة إلى البريد الإلكتروني الذي يعد من أبرز الوسائل الشخصية المباشرة، ناهيك عن الاجتماعات ومؤتمرات الفيديو التي سمحت للقائمين على العلاقات العامة بتبادل الأفكار والخبرات في جو متفاعل، كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائل المستخدمة فهي تتيح الفرصة لكل من الجمهور الداخلي والخارجي للتواصل وإبداء الآراء، كما للمتدربين دور في التعرف على آراء الجمهور دون الحاجة إلى القيام بصبر الآراء، وقد برز التوجه نحو استخدام قواعد البيانات التي تتيحها شبكة الانترنت بما تتوفر عليه من معلومات حول الفرص المتاحة والتهديدات المرتبطة بالبيئة الخارجية.
- أصبحت قيمة العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات واضحة انطلاقاً من الأدوار التي باتت تلعبها بما في ذلك المساعدة على التعرف على اتجاهات الجمهور من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل من أبرزها المواقع

الالكترونية، البريد الالكتروني مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، إيصال المعلومات للجمهور، التسويق للمؤسسة وتعزيز سمعتها، مواجهة الأزمات، إقامة علاقات جيدة مع وسائل الإعلام، كما توفر الانترنت معلومات تساعد القائمين على العلاقات العامة على إعداد مختلف الأنشطة والمواد الإعلامية.

- تواجه إدارة العلاقات العامة الرقمية تحديات عديدة فتوجه القائمين عليها نحو استخدام التكنولوجيات الحديثة يفرض عليهم ضرورة مواكبة التطورات السريعة التي تطرأ على هذه التكنولوجيات، مع انتهاج الاستراتيجيات المناسبة لمعالجة المشكلات والاستحواذ على اهتمام الجماهير والتعامل معهم على اختلاف ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم وكذا لغاتهم ودياناتهم، وفي المقابل يفترض على القائمين على العلاقات العامة أن يكونوا من ذوي الاختصاص ومؤهلين لتعامل مع هذه التكنولوجيات من ناحية الاستخدام ومن جانب أمن المعلومات.

على ضوء ما تقدم يمكن وضع مجموعة من الاقتراحات

- وضع إستراتيجية اتصالية تدمج فيها تطبيقات الاتصال الالكتروني في مختلف الأنشطة والمهام التي تقوم بها العلاقات العامة.
- توفير كفاءات من المكلفين بالعلاقات العامة والقائمين بالاتصال وتأهيلهم من خلال دورات تدريبية متخصصة..

## 6. قائمة المراجع:

- الدغيم، خالد بن عبد الرحمن (2014). الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.
- رحال، محمد (2015). العلاقات العامة من منطلق نظري وعملي، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1.
- صالح، عبد المحي محمود. رمضان، جلال الدين عبد الخالق السيد (2004). العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- كمال، محمد مصطفى (2012). العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات: إدارة- عولمة- اتخاذ قرارات. بيروت: دار المنهل اللبناني.

## المقالات

- بشريف، وهيبه؛ بشريف، عافية (2018). دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين العلاقات العامة الالكترونية بالمؤسسة الإعلامية. مجلة اسهامات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد 03(العدد 02)، الصفحات 47-56. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166636>
- حدادي، وليدة (2018). العلاقات العامة الإلكترونية في الوطن العربي: الدافع والتحديات. مجلة العلوم الاجتماعية. جامعة الأغواط، المجلد 7(العدد 3)، الصفحات 99-113. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/54409>

- رفاص، الوليد (2019). العلاقات العامة الالكترونية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة. مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، المجلد 6 (العدد 2)، الصفحات 258-272. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/95384>
- سلطان، محمد صاحب (2018). اتجاهات إدارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية نحو استخدام الانترنت كوسيلة اتصال. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، (العدد 07)، الصفحات 771-801. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/130015>
- الصالحي، حاتم علي حيدر (2021). العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر، المجلد 09 (العدد 02)، الصفحات 47-75. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/161604>
- الصيفي، حسن نيازي (2020). الاتجاهات الحديثة في بحوث العلاقات العامة الرقمية الأجنبية والعربية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، المجلد 7 (العدد 03)، الصفحات 08-32.
- غراف، نصر الدين؛ قره، عائشة (2018). فعالية المواقع الالكترونية في ترقية نشاط العلاقات العامة 2.0 في مؤسسات التعليم العالي. مجلة إبراهيمي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة برج بوعريج، (العدد 03)، الصفحات 205-230. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/134244>
- قدايفة، أمينة (2013). فعالية العلاقات العامة في ظل تكنولوجيا المعلومات. مجلة معارف، جامعة البويرة، (العدد 15)، الصفحات 159-174. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/89421>
- قرواط، يونس (2019). واقع ممارسة العلاقات العامة على مستوى الجماعات المحلية في الجزائر: دراسة حالة ولاية البليدة، مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، (المجلد 12، العدد 01). تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/324/12/1/94907>