

# العلاقات العامة: المفهوم، الخصائص، المبادئ والوظائف

العلاقات العامة: المفهوم،  
الخصائص، المبادئ والوظائف  
الاستاذة سهام قنيفي



# قائمة المحتويات

5	وحدة
7	مقدمة
9	I-المكتسبات القبلية
11	II-تمرين :رتب مستويات الاتصال حسب عدد المشاركين في العملية ؟
13	III-تمرين :تمرين 2
15	IV-تمرين :تمرين 3
17	V-العلاقات العامة : المفهوم والخصائص والمفاهيم المشابهة.
17.....	أ. مفهوم العلاقات العامة.....
18.....	ب. الفرق بين العلاقات العامة والمفاهيم المشابهة.....
19.....	ب. خصائص العلاقات العامة.....
19.....	ت. مبادئ العلاقات العامة ووظائفها.....
19.....	1. مبادئ العلاقات العامة.....
20.....	2. وظائف العلاقات العامة.....
21.....	3. تمرين :اجب بنعم او لا.....
21.....	4. تمرين 2.....
23	خاتمة
25	حل التمارين
27	قائمة المراجع
29	مراجع الأتترنت

## وحدة

### الأهداف العامة:

عند الانتهاء من المقياس التعليمي / التطبيقي، سيكون الطالب قادرًا على: (ما كتبه بالأحمر يتعلق بالدرس الخاص بكل استاذ)

1- مستوى المعرفة والتذكر: Remember  
يتوقع من الطلاب في هذا المستوى أن يستعيدوا المعلومات من الذاكرة، ولكن لا يتوقع منهم تغييرها بأي شكل من الأشكال.

- يقوم الطلاب بحفظ التعريفات المرتبطة بالموضوع دراسي محدد.  
- يتم إعطاء الطلاب أسئلة اختيار من متعدد، ويطلب منهم الإجابة عليها. كما يمكن إعطائهم أسئلة ملء الفراغات، هدفها استحضار ما لديه من مكتسبات قبلية تتعلق بالعلاقات العامة كنشاط اتصالي .

2- مستوى الاستيعاب والفهم Understand:  
يقوم الطلاب ببناء وصلات جديدة في عقولهم.  
- يقوم الطلاب بتحديد الخصائص الأساسية التي تسمح لهم بتحديد مختلف المتغيرات والمفاهيم المتعلقة بالمحور الخاص بالعلاقات العامة .  
- وهنا نعطي الطالب بعض الأسئلة المتنوعة انطلاقاً مما تم الاستفادة منه وفهمه للدرس.

3- مستوى التطبيق Apply:  
إجراءات معينة أو خطوات يتوقع اتباعها للتمكن من حل مشكلات جديدة.  
- يتعرف الطلاب على مختلف المفاهيم المتعلقة بالعلاقات العامة والمفاهيم المشابهة لها وكذا اهدافها واهميتها في كل مؤسسة معاصرة  
- يطلب من الطلاب ابراز مجال دقيق للعلاقات من ضمن الأنشطة الاتصالية المشابهة لها..

4- مستوى التحليل Analyze:  
يستخدم الطلاب مستوى التفكير المنخفض لتحديد العناصر الرئيسية ودراسة كل جزء.  
- يقوم الطلاب بالتعرف على مختلف وسائل الاتصال والتقنيات التي تستلزم اداء مهام القائم بالاتصال في المؤسسة  
- تحديد الفروقات والتميز بين الوسائل والتقنيات المستخدمة حسب طبيعة كل وسيلة اتصالية او اعلامية على حدا.

6- مستوى التركيب وإنشاء Create:  
يقوم المتعلمين بتنظيم المعلومات بطرق مختلفة جديدة.  
- يبحث الطلاب عن دور العلاقات العامة في المؤسسة واعطاء موقع صحيح لهذا النشاط داخل كل مؤسسة.

5- مستوى التقييم Evaluate:  
يتم فحص كافة مصادر المعلومات لتقييم جودتها وليتم اتخاذ القرارات بناء على المعايير

المحددة.

التعرف الشامل على مهام القائم بنشاط العلاقات العامة  
- وضع تمرين نهائي يحدد يقيس مستوى الطالب حول ما تم تقديمه من مفاهيم  
ومعلومات حول موضوع العلاقات العامة في شكل أسئلة متنوعة.

## مقدمة



فرنسية

ان نجاح أي مؤسسة مرده إلى تلك العلاقة المبنية على أساس التعاون والتفاهم المتبادل بينها وبين جمهورها الداخلي المتمثل في العاملين بها من جهة وبينها وبين جمهورها الخارجي من جهة أخرى، وعليه فان نجاح هذه المؤسسة يبدأ من الداخل لينتقل الى الخارج في علاقة طردية موجبة. ولذلك تعتبر العلاقات العامة نشاطا اتصاليا مهما وضروريا لكل مؤسسة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية..الخ، فهي حلقة الوصل بين المؤسسة وجمهورها المختلفة، كما أنها تمثل نقطة الحسم في التطور والنجاح والاستمرار.

# المكتسبات القبلية

- لفهم هذا المحتوى بشكل جيد لابد ان يكون الطالب على دراية تامة بمفهوم الاتصال كجوهر لكل العمليات الانسانية بشكل عام والادارية بشكل خاص، اضافة الى معرفة انواعه حسب التصنيفات المختلفة المقدمة في هذا المجال من طرف المختصين والباحثين، مثل حجم الجمهور أو اللغة المستخدمة أو طبيعة المصدر...الخ.
- معرفة فنيات التحرير الاعلامي والصحفي والتميز بين طريقة الكتابة لكل وسيلة اعلامية على حدا، انطلاقا من خصائصها التي تنفرد بها اضافة الى الجمهور الذي تتوجه إليه بشكل خاص. الى جانب التمييز بين القوالب الفنية التي تصب فيها المادة الإعلامية وفقا لحجم المعلومات المقدم والهدف منها مثل التقارير الإعلامية والأخبار والنشرات والبيانات والتصريح .
- معرفة الهيكل الداخلي للمؤسسة بغض النظر عن طبيعة نشاطها ومرتكزات قيامها التي تتمثل أساسا في رأس المال والكادر البشري والتجهيزات المادية والمادة الخام.

# تمرين :رتب مستويات الاتصال حسب عدد المشاركين في العملية ؟

[25 ص 1 حل رقم]

- 1.الاتصال الجمعي
- 2.الاتصال الجماهيري
- 3.الاتصال الشخصي
- 4.الاتصال الذاتي

جواب : \_\_\_\_\_

## تمرين : تمرين 2

[25 ص 2 حل رقم]

تقوم المؤسسة على جملة من الاسس، حدد الاجوبة الصحيحة من بين ما يلي:

هيكل تنظيمي

المادة الخام

راس المال

التجهيزات والادوات

مؤسسات منافسة



## تمرين : تمرين 3

[25 ص 3 حل رقم]

اعط تعريفًا للاتصال؟

# العلاقات العامة : المفهوم والخصائص والمفاهيم المشابهة.

17	مفهوم العلاقات العامة
18	الفرق بين العلاقات العامة والمفاهيم المشابهة
19	خصائص العلاقات العامة
19	مبادئ العلاقات العامة ووظائفها

## آ. مفهوم العلاقات العامة

اختلف الباحثون حول تعريف العلاقات العامة كل حسب وجهة نظره التي غالبا ما تكون نابعة من المجال العلمي أو المهني المتواجد فيه، ونذكر هنا عدد من التعريفات كما يلي:

- يعرفها الأستاذ علي العجوة بأنها:

"هي الجهود المخططة التي تقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور و تحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة و السياسات و الأفعال المرغوبة لتبيلة إحتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن و مشروع".

كما يمكن أن نتحدث عن العلاقات العامة من عدة زوايا مختلفة وفق ما هو موضح فيما يلي:

العلاقات العامة كوظيفة: قد عرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بانها الوظيفة المستمرة والمخططة للإدارة والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها وأوجه نشاطها إلى كسب التفاهم والتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمرارها وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه والتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة وأوجه نشاطها.[2]

- العلاقات العامة كفن وعلم : وبرز هنا في التعريف الذي أشار الذي تم الاتفاق عليه في اجتماع مدينة ميكسيكو 1978 بأن ممارسة العلاقات العامة هي فن وعلم، وعلم اجتماع لتحليل الاتجاهات وتوقع نتائجها ونصح وارشاد قادة المنظمات وتطبيق برامج تنفيذية مخططة، والتي سوف تخدم كلا من المنظمة والصحة العامة.

- العلاقات العامة كمجهود: وذلك ما جاء في تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها.
- العلاقات العامة كنشاط: فعرفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة بأنها نشاط هيئة أو حكومة يعمل على تدعيم العلاقات الجيدة بين الهيئة أو الحكومة والجمهور. (1)[1]

مفهوم العلاقات العامة. mp4  
فرنسية

## ب. الفرق بين العلاقات العامة والمفاهيم المشابهة

تعتبر العلاقات العامة نشاطا اتصاليا على غرار الإعلام، فهي جملة من النشاطات الاتصالية المخططة وفق استراتيجيات محددة من أجل بلوغ هدف معين لدى جمهور معين. ونوضح الفرق بين العلاقات العامة والإعلام كنشاطين اتصاليين متقاربين فيما يلي:

- الفرق بين العلاقات العامة والإعلام:

يُقصد بالإعلام نشر الحقائق والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة والمؤسسة، سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي للمؤسسة، ومن وسائل الإعلام الأساسية الصحافة والإذاعة والسينما والتلفزيون والمحاضرات والندوات. عليه نقول عن العلاقات العامة يرى أنها إعلاماً وإقناعاً يقدم إلى الجمهور، ومجهوداً يبذل من أجل تحقيق التوافق والتكامل بين اتجاهات وتصرفات كل من المنظمة وجمهورها. والحقيقة أن الإعلام يعتبر جزءاً أساسياً وأداة مهمة من أدوات العلاقات العامة المختلفة في برامجها لتحقيق أهدافها كما يمكن اعتبار أن الإعلام هو مجرد نشر للحقائق والمعلومات بدون انتظار أحداث اثر غير أن العلاقات العامة هي إعلام هدفه الأساسي الاقناع من أجل تحقيق مصالح المؤسسة المعنوية والمادية.

الفرق بين العلاقات العامة والاعلان:

من المعروف أن هناك علاقة وثيقة بين الإعلان والعلاقات العامة في سوق العمل، فكلاهما يهدف إلى الاتصال بالرأي العام ومحاولة بلورته وتعديله والتأثير فيه. هل يوجد فرق بين التخصصين.. نرى ذلك. رغم التشابه إلا أنهما يختلفان عن بعضهما البعض. فالإعلان يهدف إلى الترويج للمنتج أو الخدمة لقاء مقابل مادي. أما العلاقات العامة فتهدف إلى التعريف بالشخص أو المنتج وتحسين صورته أمام الجمهور بأساليب أخرى لا تعتمد على دفع مقابل مادي.

ويمكن توضيح الاختلاف بين المجالين من خلال المثالين التاليين. عندما يذهب العميل إلى وكالة دعاية وإعلان، فإنه يتوقع من المتخصصين أن ينظموا حملة للترويج للمنتجات أو الخدمات التي يقدمها. ويتطلب هذا العمل بعض اللمسات الفنية والإبداعية الخاصة جنباً إلى جنب وضع إستراتيجية جيدة لعرضها على أكبر عدد ممكن من المستهلكين- وذلك من خلال شراء بعض المساحات لنشر الإعلانات في الصحف والمجلات أو عرضها في الإذاعة والتلفزيون والانترنت. (2)[2][1]

- الفرق بين العلاقات العامة والدعاية:

يخلط البعض بين العلاقات العامة والدعاية، ويرجع هذا الخلط إلى اتحاد أهدافها، وهو الاتصال بالرأي العام ومحاولة بلورته وتعديله والتأثير فيه. فالدعاية هي أحد أنواع الاتصال والتأثير، تستخدم كقوة للسيطرة على أفكار أفراد المجتمع وتوجيههم الوجهة التي حددت لهم عن طريق استغلال عواطفهم وغرائزهم، ويتم ذلك من خلال وسائل الاتصال العامة، مثال ذلك: حين تنظم إحدى الشركات حملة دعائية لتغيير مفهوم الناس من طبيعة السلعة التي تنتجها، فحين ثار جدل حول مدى اتفاق مشروب الكوكا كولا مع الشريعة الإسلامية، سارعت الشركة المنتجة لشراب الكوكا كولا وقت ذاك إلى تنظيم حملة دعائية من خلال وسائل النشر العام للتأكيد على صلاحية وطهارة للمشروب، دون أن تفصح عن شخصيتها. وفي ضوء هذا يختلف المثال ، نلاحظ أن الإعلان يختلف عن الدعاية في أن المعلن يفصح عن شخصيته في الإعلان، ويدعو القارئ أو المستمع إلى إتباع سلوك محدد، وبالتالي يرتبط اسمه في ذهن المتلقي بضمون الرسالة الإعلانية، أما في حالة الدعاية فإن المتلقي لا يستطيع تحديد مصدر المعلومات المرسله إليه.

وهكذا تعمل الدعاية على تكوين الأخبار وإخفاء بعض الحقائق أو تغيير بعضها، وبوصفها هذا فهي وسيلة متميزة لا تمد الجمهور إلا بالمعلومات التي تتفق ووجهة نظر المسؤولين عنها بأي ثمن وبأي وسيلة، بينما تهدف العلاقات العامة، عن طريق الأخبار الصادقة والتعليم والممارسة إلى إقناع الجمهور، وتحقيق تعاونه معها، على أساس الثقة والتفاهم المثمر.

وفي الجدول الموالي توضيح أكثر دقة وشمول للفرق بين كل من العلاقات العامة والدعاية:

العلاقات العامة	الدعاية
تقوم على خدمة المصلحة العامة ، ووضع مصلحة الجمهور في المقام الأول في سياساتها وأعمالها	تحاول السيطرة على عقول الجماهير ودفعتها إلى سلوك معين يخدم أغراض الجهة التي تقوم بالدعاية دون مراعاة مصلحة تلك الجماهير
تعتمد على الإعلام الصادق ، أي نشر الحقائق والمعلومات بأمانة ودقة مما يؤدي إلى نتائج إيجابية لصالح المجتمع بنشر الثقافة والتوعية	لا تتوانى عن تزوير الحقائق واستغلال عواطف الجماهير وغرائزها مما يؤدي إلى تخدير الجماهير وشل تفكيرهم
تساعد على تثبيت مبادئ الأخلاق لأنها بالتزامها بتلك المبادئ تعمل كقدوة حسنة للأفراد	تقود إلى هدم المبادئ بأساليبها غير السليمة

## ب. خصائص العلاقات العامة

- ان العلاقات العامة كمهنة متخصصة لا بد أن يتوفر فيها جملة من الشروط والخصائص التي تتوفر في اي نشاط او جهد لكي نطلق عليه " مهنة" وهذه الخصائص هي:
- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات فهي ضرورة تفرضها طبيعة المجتمع الحديث.
- العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة، وهذه الفلسفة تفترض أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف التي ينص عليها قانونها فحسب وانما ينبغي أيضا ان تلعب دورا اجتماعيا .
- تستند إلى أسلوب علمي وليست أسس عشوائية.
- العلاقات العامة هي عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها سواء الداخلية او الخارجية .
- يمارس العمل المهني متخصصون مهنيون فالعلاقات العامة هي وظيفة ادارية منظمة.
- وجود أساس أخلاقي قيمى لممارس المهنة، هذا مع العلم أنه لا بد من أن يمارس المهنة مختصون مهنيون تم اعدادهم نظريا وعمليا في معاهد وكليات الاعلام والعلاقات العامة(3)[3]

## ت. مبادئ العلاقات العامة ووظائفها

انطلاقا من كون العلاقات العامة نشاط ضروري في كل مؤسسة بل هي الشريان بين المؤسسة وجمهورها، لذلك كان لا بد من وضع أسس علمية صحيحة لمزاولة هذا النشاط الهام وتحديد وظائفه تحديدا مرتبنا بتحقيق أهداف المؤسسة.

### 1. مبادئ العلاقات العامة

نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الاتصال على الرأي العام للجماهير، فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة، والتي تعكس الاطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة: ومن أهم هذه المبادئ ما يأتي:

1. المسؤولية الاجتماعية: ان العلاقات العامة ليست نشاطا أنانيا يخدم مصالح المؤسسة فحسب، ولكنه بالقدر نفسه يوازن بين مصالحها ومصالح جماهيرها والبيئة المحيطة.
2. مراعاة الصدق والأمانة في ابلاغ المعلومات: يجب ان تتسم اعمال المؤسسة بالصدق والامانة وان تتقيد

بالعدالة والانصاف والاخلاص في جميع تصرفاتها، لأن الحقيقة خير اعلام عن المؤسسة، ويجب أيضا أن تتفق أعمال المؤسسة مع أقوالها وإلا فقدت الثقة بين جمهورها الداخلي والخارجي، كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم والواقع أنهما مضطران للتكامل.

3. اتباع سياسة عدم الاخفاء: إن الأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير وسياسة عدم اخفاء الحقائق كفيلة بأن تقضي على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة وتبني جسرا من التفاهم والتعاون المشترك.

4. نشر الوعي بين الجماهير: يقع على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة للتنمية ودور المؤسسة أو الهيئة في ذلك، وعليها تقع مسؤولية توجيه الرأي العام ودفع الجماهير إلى تأييد السياسة العامة لمؤسسات الدولة وكسب ثقة الجماهير وتوازنها.

5. كسب ثقة الجماهير: تهدف العلاقات العامة في أي منظمة من المنظمات إلى العمل على كسب ثقة الجماهير، حتى تتمكن من تحقيق أهدافها ومعنى هذا أن أنشطة الهيئة أو المنظمة لا يمكن أن تنجح إلا إذا رضي جماهيرها عنها.

6. احترام رأي الفرد: يجب أن تركز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الايمان بقيمة الفرد لاحترام حقوقه الأساسية التي تنص عليها وضمنها القانون وأن تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع، فالإيمان بالشئ هو خير دافع للاهتمام به[4](4)

## 2. وظائف العلاقات العامة

قبل تناول وظائف العلاقات العامة لا بد من ذكر نقطتين هامتين تمثلان مغالطات هامة تستوجب التصحيح ، نظرا لاهتمام البعض بهما والصاقهما بالعلاقات العامة مما يؤثر على مسيرتها وفعاليتها وتفهم العامة لها. فالمغالطة الأولى حسب الدكتور "ابراهيم إمام" هي أن البعض يظن أن النشر والدعاية وإصدار الكتيبات والنشرات والتأثير في الناس هو العلاقات العامة ، ولا شك أن هذه الأفكار تهدم العلاقات العامة السليمة لأن هذه الأخيرة لا تقتصر فقط على نشر الكلمات المعسولة والألفاظ المنمقة والصور الملونة فهي تتضمن دراسة كل من المؤسسة والجمهور مع محاولة الوصول إلى المصالح المشتركة التي تحقق التوافق الاجتماعي.

أما المغالطة الثانية فهي القول بأن العلاقات العامة ابتكار حديث بينما هي ظاهرة اجتماعية حتمية ولدت مع الإنسان ولا بد من وجودها. جوهر هذه المغالطة أنه لطالما أن العلاقات العامة هي ابتكار حديث واتجاه عصري فإنه يمكن العمل بدونها أو الاستغناء عنها ولا شك أن هذا خطأ كبير فهي عامل فعال في حياتنا شئنا أم أبينا.

أما عن وظائف العلاقات العامة فقد ذهب الباحثين الذين درسوا تنظيمات العلاقات العامة في الهيئات والشركات والمؤسسات كل حسب تقيمه وطرحه وفيما يلي نذكر بعض هذه التقسيمات:(5)[1]

- تقسيم كل من (كاتليب، سنتر وبروم): قد ذهب هذا الفريق في تحديده لوظائف العلاقات كما يلي:
- تحليل وتفسير اتجاهات الراي العام المتوقع، ودراسة القضايا التي تؤثر ايجابيا أو سلبيا على خطط وتنظيم وتنظيم ونشاطات المؤسسة.
- تقديم النصح والمشورة لادارة المؤسسة، خاصة تلك المتعلقة باتخاذ القرارات وعمليات الاتصال والمسؤولية الاجتماعية.
- المساهمة في اعداد الخطط بما فيها وضع الأهداف، وتحديد الميزانيات وكذا المساهمة في تدريب الأفراد.

2- التقسيم الذي طرحه (فيرن بيرنت): حيث جمع وظائفها فيما يلي:

- تفسير سياسات المؤسسة وأعمالها إلى جماهيرها .
- تفسير الأفعال الحالية والمستقبلية لهذه الجماهير.
- 3- التقسيم الذي طرحه (فيليب ليسلي): لخصها في أربعة وظائف أساسية هي:
- تقديم النصح والمشورة للادارة العليا للمؤسسة
- الاعلام عن المؤسسة باستخدام الوسائل الاتصالية باستخدام الوسائل الاتصالية الفعالة والمؤثرة.
- القيام بالأبحاث والدراسات باستمرار
- بناء ودعم ثقة شاملة بين المؤسسة ومختلف الجماهير.
- 4- التقسيم الذي طرحه (إيفي لي): حددها أهم وظائف العلاقات العامة فيما يلي:
- مساعدة الجمهور على التكيف الذي يقصد به التقبل عن طريق الاقناع والمشورة الموجهة إليه.
- استخدام وسائل الإعلام والاتصال بصورة علمية سليمة مع ضرورة دراسة الجماهير وتحليل اتجاهات الراي العام والتعرف على أسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر.

- الافناع بخدمة اهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات.
- 5- التقسيم الذي طرحه (ايمانويل جولد برج): وهو من أشهر مستشاري العلاقات العامة في العالم ويرى أن وظائف العلاقات العامة تنحصر في ما لي:
  - تقديم النصح والمشورة للدارة العليا
  - ادارة الصراع بين الفئات الجماهيرية المختلفة
  - القيام بمسوح الاتجاهات وقياسات الرأي العام
  - تحسين العلاقة بالمجتمع المحلي
  - الحفاظ على توازن العلاقات داخل وخارج التنظيم
  - وضع أفضل الخطط والاستراتيجيات لمواجهة الطوارئ والأزمات
  - تصميم أفضل للبرامج والوقوف على أحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الاتصال في تلك المجالات بهدف تصميم الحملات الاتصالية والافناعية الناجحة.(6)[2]

### 3. تمرين :اجب بنعم او لا

[ 26 ص 4 حل رقم ]

هل العلاقات العامة هي وظيفة ادارية تحتكم الى قواعد الادارة المعاصرة

نعم

لا

### 4. تمرين 2

يعتمد نشاط العلاقات العامة على أسس أخلاقية، فسر ذلك؟

- تركز العلاقات العامة على مبادئ اخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها ، لهذا فهي تبتعد عن كل أساليب الغش والتضليل وتهدف الى تقديم الحقائق والوقائع للجماهير لكسب ثقتهم وتأييدهم.

خاتمة

خاتمة

# حل التمارين

< 1 (ص 11)

- 1 الاتصال الذاتي
- 2 الاتصال الشخصي
- 3 الاتصال الجمعي
- 4 الاتصال الجماهيري

< 2 (ص 13)

- |                    |                                     |
|--------------------|-------------------------------------|
| هيكل تنظيمي        | <input type="checkbox"/>            |
| المادة الخام       | <input checked="" type="checkbox"/> |
| راس المال          | <input checked="" type="checkbox"/> |
| التجهيزات والادوات | <input checked="" type="checkbox"/> |
| مؤسسات منافسة      | <input type="checkbox"/>            |

< 3 (ص 15)

هو نقل معلومات وافكار ومعتقدات من طرف إلى طرف آخر بهدف احداث تأثير معين. وتكون هذه العملية مباشرة بين شخصين او غير مباشرة باستخدام وسائل مختلفة كوسائل الاعلام.



	نعم <input checked="" type="checkbox"/>
	لا <input type="checkbox"/>

## قائمة المراجع

[1] حسين محمد هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014

[2] جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والاعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، 2013

[4] - أيمن منصور ندا: الصورة الذهنية والإعلامية، المدينة برس للطباعة والنشر، القاهرة، 2004

# مراجع الأنترنت

[3] الموقع الإلكتروني: [/http://omferas.com/vb/t17621](http://omferas.com/vb/t17621)