

المراقبات العامة ووسائل الاعلام

Public Relations And Media

الدكتور محمد عبدالغزير بن جودة



البيروت

قائمة المحتويات

مقدمه..... ١١

الفصل الأول

مدخل إلى العلاقات العامة

مقدمة..... ١٥

نشأة وتطور العلاقات العامة..... ١٧

(١) العلاقات العامة القديمة..... ١٧

(٢) العلاقات العامة الحديثة..... ٢٠

العلاقات العامة في التراث العربي..... ٢٣

العلاقات العامة في الإسلام..... ٢٣

مفهوم العلاقات العامة..... ٢٤

التعريف الإجرائي للعلاقات العامة..... ٢٥

مبادئ العلاقات العامة..... ٢٥

المسئولية الاجتماعية للمؤسسات..... ٢٥

أهمية العلاقات العامة..... ٢٩

وظائف العلاقات العامة..... ٢٩

العلاقات العامة والتنمية..... ٣٠

أهداف العلاقات العامة..... ٣٢

أهداف العلاقات العامة في الجهاز الحكومي..... ٣٣

كيف تحقق إدارة العلاقات العامة أهدافها؟..... ٣٣

أهمية العلاقات العامة..... ٣٤

صور لأهمية العلاقات العامة:..... ٣٥

العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية..... ٣٦

الفصل الثاني

مبادئ العلاقات العامة واسسها ومرتكزاتها

٤١.....	مقدمة.....
٤٣.....	العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية قديما وحديثا.....
٤٣.....	المؤسسات الحكومية.....
٤٣.....	البناء التنظيمي للإدارة العامة.....
٤٤.....	خصائص المؤسسات الحكومية.....
٤٥.....	أنواع الجماهير في المؤسسات الحكومية.....
٤٦.....	العلاقات العامة مسئولية الجميع في المؤسسات الحكومية.....
٤٨.....	أهداف أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.....
٤٩.....	ممارسة العلاقات العامة الحكومية في العصر الحديث.....
٥٢.....	العلاقات العامة بمفهومها الحديث.....
٥٢.....	مسئوليات العلاقات العامة الحكومية في الدول النامية.....
٥٤.....	العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في مواجهة الجمهور الداخلي.....
٥٦.....	أهداف برامج العلاقات العامة بالعاملين.....
٥٦.....	العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في مواجهة المجتمع الخارجي.....
٥٧.....	أهداف العلاقات العامة تجاه المجتمع الخارجي.....
٥٨.....	متطلبات تنفيذ أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.....

الفصل الثالث

وظائف العلاقات العامة الإعلامية

٦١.....	مقدمة.....
٦١.....	اسس ومبادئ العلاقات العامة.....
٦٢.....	المشتغلون بالعلاقات.....
٦٣.....	تخطيط برامج العلاقات العامة.....
٦٥.....	الدعاية والاعلام والعلاقات العامة.....
٦٦.....	الشائعات:.....
٦٧.....	انواع الشائعات.....

٦٧.....	سمات الشائعات.....
٦٨.....	كيف تثبت الشائعة.....
٦٨.....	اساليب مواجهته الشائعات.....

الفصل الرابع

التنظيم في العلاقات العامة الاعلامية

٧١.....	مقدمة.....
٧١.....	مفهوم التنظيم.....
٧٢.....	مزايا التنظيم.....
٧٢.....	عناصر عملية التنظيم الفاعل.....
٧٢.....	التنظيم في العلاقات العامة.....
٧٣.....	أهمية تنظيم العلاقات العامة.....
٧٤.....	خطوات تنظيم العلاقات العامة.....
٧٥.....	أساليب تنظيم العلاقات العامة.....
٧٦.....	مكانة العلاقات العامة في التنظيم الإداري.....
٧٦.....	الهيكل التنظيمي لإدارات العلاقات العامة.....
٧٧.....	نماذج تنظيم إدارة العلاقات العامة.....

الفصل الخامس

التخطيط في العلاقات العامة الاعلامية

٨٣.....	مقدمة.....
٨٣.....	عناصر عملية التخطيط:.....
٨٤.....	الأسباب والإعتمادات الموجبة للتخطيط في العلاقات العامة:.....
٨٥.....	معوقات التخطيط في العلاقات العامة:.....
٨٦.....	المزايا الناتجة عن عملية التخطيط:-.....
٨٧.....	أسس نجاح التخطيط في العلاقات العامة:.....
٨٧.....	متطلبات عملية التخطيط:.....
٨٨.....	مراحل التخطيط في العلاقات العامة:.....
٨٩.....	الأهداف الرئيسية لأي منظمة:.....

- ٩٤.....أساليب تقويم برامج العلاقات العامة:
- ٩٥.....مجالات التقييم:
- ٩٦.....أدوات التقييم:

الفصل السادس

إدارة العلاقات العامة الإعلامية

- ٩٩.....مقدمة:
- ٩٩.....فوائد التنظيم لإدارة العلاقات العامة:
- ١٠٣.....تجميع التقسيمات:
- ١٠٧.....كيفية التعامل مع وسائل الإعلام:
- ١٠٧.....ما هي وسائل الإعلام؟
- ١٠٨.....ما أهمية تعامل المنظمة غير الحكومية مع الإعلام؟
- ١٠٩.....ماذا تريد المنظمات غير الحكومية من "الإعلامي"؟
- ١٠٩.....العلاقة بين وسائل الاعلام الحكومية والغير حكومية:
- ١١٠.....صور التعامل أو العلاقة بين المنظمة غير الحكومية ووسائل الإعلام؟
- ١١٦.....نموذج جدول زمني لحفل العشاء:

الفصل السابع

أنواع برامج العلاقات العامة الإعلامية

- ١٢١.....مقدمة:
- ١٢١.....مفهوم البرنامج:
- ١٢١.....الشروط الواجب توافرها عند وضع برنامج العلاقات العامة:
- ١٢١.....اقسام البرنامج:
- ١٢٥.....الوسائل والأساليب المكونة لبرامج العلاقات العامة الإعلامية:
- ١٢٥.....أولاً: مهارة الحوار:
- ١٢٥.....ثانياً: مهارة الإقناع:
- ١٢٧.....ثالثاً: مهارة التفاوض:
- ١٢٧.....رابعاً: مهارة الاستماع:

الفصل الثامن

صفات الممارسين للعلاقات العامة الاعلامية

١٣٣مقدمة
١٣٤الخصائص الواجب توفرها في رجل العلاقات العامة
١٣٨التزام المشتغلين بالعلاقات العامة بالمعايير الاخلاقية

الفصل التاسع

أهمية أنشطة العلاقات العامة الاعلامية المكونة لبرامجها

١٤٣مقدمة
١٤٣المؤتمر الصحفي
١٤٦المحادثات غير الرسمية والنقاشات
١٤٦المناقشات
١٥١العلاقات العامة والإعلان

الفصل العاشر

المواقع الإخبارية والتطورات التي شملتها

١٥٥مقدمة
١٥٥تعريف الموقع على الشبكة العالمية: WEBSITES DEFINITION
١٥٥تعريف الموقع الإخباري على شبكة الويب:
١٥٥التفاعلية في المواقع الإخبارية ودرجاتها المختلفة
١٥٦مفهوم التفاعلية في المواقع الإخبارية:
١٥٦أدوات التفاعلية في المواقع الإخبارية:
١٥٩مواقع التواصل الاجتماعي
١٦٠خصائص الإعلام الاجتماعي:
١٦٠مستخدمو الإنترنت وإنتاج المحتوى:
١٦٢الإعلام الجديد.. المنافع والمساوى
١٦٢أولاً: إيجابيات الإعلام الجديد:
١٦٢ثانياً: سلبيات الإعلام الجديد
١٦٣أنماط الإعلام الجديد وأشكاله
١٦٧دور الإعلام الجديد في خدمة الصحافة:

الفصل الحادي عشر: طرق الاتصال وأهدافه

١٧١	مقدمة.....
١٧١	فن الاتصال:.....
١٧١	اهمية الاتصال:.....
١٧٢	تطور الاتصال عبر التاريخ:.....
١٧٢	العناصر الاساسية للاتصال:.....
١٧٦	انواع الاتصال:.....
١٨٦	الدوافع وعملية الاتصال.....
١٨٦	نظريات الاتصال.....
١٨٧	نظرية النسق الاجتماعي SOCIAL SYSTEM THEORY.....
١٨٧	نظرة النظرية الى الفرد:-.....
١٩٤	نظرية المشاكل الوجدانية.....
١٩٤	مهارات عكس المشاعر - اصغاء -.....
١٩٥	مهارة الاستيضاح - اصغاء -.....
١٩٧	مهارة التفسير - الفعل -.....
١٩٨	مهارات فتح الذات او كشف الذات - تعاطف -.....

الفصل الثاني عشر: أهمية الاستماع في وسائل الإعلام

٢٠١	مقدمة.....
٢٠٢	أنواع الاستماع (الإصغاء):.....
٢٠٤	انواع المستمعين.....
٢٠٤	أهمية الاستماع.....
٢٠٥	مكونات عملية الاستماع:.....
٢٠٧	مراحل مهارة الاستماع.....
٢٠٧	شروط مهارة الاستماع.....
٢٠٨	اكتساب مهارة الاستماع.....
٢٠٩	اساليب تنمية الاستماع.....
٢١٠	مكونات عملية الاستماع.....
٢١٣	المراجع.....

مقدمه

تقوم العلاقات العامة الإعلامية بقراءة واستيعاب كل تغطية اعلامية جديدة وتقليدية بالإضافة إلى البحث في المنافذ التي تغطي والتي تريد أن تغطي المؤسسة الإعلامية وتقوم ايضاً بفهم احتياجات الصحفيين من أجل معرفة ماذا يكتبون وتتواصل أيضاً مع الإدارة من خلال تجميع وتوزيع التقارير الأسبوعية واليومية. كما تعمل على الحفاظ وتعزيز العلاقات بين الآخرين وهي جزء لا يتجزأ من الإعلام لذلك تحتاج كل مؤسسة إعلامية إلى إدارة علاقات عامة وتبدو أهميتها في التفاعل مع وسائل الإعلام المختلفة حتى تحقق النجاح المرجو.