

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



الموضوع:

دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي بالمؤسسة
دراسة ميدانية على عينة من موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر - الأغواط -

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

أ.د. عزيزي فاطمة الزهراء

إعداد الطالبتين:

زغودي حورية
صحراء فاطمة الزهراء

؛

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
أ.د. جودي بن قيط	جامعة عمار ثليجي	رئيسا
أ.د. عزيزي فاطمة الزهراء	جامعة عمار ثليجي	مشرفا
أ.د. كحلوش مني	جامعة عمار ثليجي	مناقشا

السنة الجامعية 2024-2025

قال الله تعالى

".....يرفع الله الذين آمنو منكم والذين

أتو العلم درجات والله بما تعملون خبير"

صدق الله العظيم

سورة المجادلة (11)



شكر وعرافان

الحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلالة وجهه وعظيم نعمته أن
كتب لنا التوفيق لإتمام هذا العمل.

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة تعود إلى
أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير
بأذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد.

وقبل أن نمضي نقدم أسمى آيات الشكر والأمنيات والتقدير والمحبة إلى
الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة

إلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال
وبالأخص الدكتورة والأستاذة "عزيزي فاطمة الزهراء" لإشرافها على هذه المذكرة

زغودي حورية، صحراء فاطمة الزهراء



إهداء

الحمد لله الصبور الشكور... حمدا يدوم بدوام الدهور... حمدا طيبا مباركا وكذا مبرور... أحمدته على نعمه التي لا تبور وأحمدته على كماله الذي لا يعتبر به نقص ولا قصور... والشكر لله على إرساله الرسول صلى الله عليه وسلم وعلى آله وأصحابه العلماء الفحول.

إلى من أوصى بها النبي المختار... أمي ينبوع الحنان والهداية المختار... ودعم الضعيف وموجهة القوي الجبار... ذليلة علي وفي أوجه أعدائي سيف بتار... فشكر أماه يا مدعاة الافتخار...

أمي الغالية الحاجة يمينة كعباش "حفظها الله".

إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى من افتقدته منذ الصغر إلى من يرتعش قلبي لذكراه

أبي الغالي الحاج زغودي "رحمه الله"

إلى الروح التي سكنت روحي زوجي وقرّة عيني الحاج الطيب بن التركي "حفظه الله"

إلى من حبهم يجري في عروقي وينهج بذكراهم فؤادي إخوتي وأخي حفظهم الله

وأخص بالشكر الجزيل لأستاذي عزيزي فاطمة الزهراء "حفظها الله"

إلى كل الصديقات والأصدقاء كل باسمه وكل بمقامه

حورية

إهداء

ألا بذكر الله تطمئن القلوب ولا تطمئن الآخرة إلا بعفوه

إلى الذي أحمل اسمه بكل فخر إلى من سهر الليالي الطوال وعارك الأيام الشداد إلى من علمني تجاربه أن

النجاح لا يكون إلا بالتصميم والكفاح والعمل الجاد والـ**الدي الغالي**

إلى من برضاها ندخل الجنان ، وإلى تلك الشمعة الدافئة التي أنارت دربي بكل حب وحنان ، إلى من

أرضعتني من تعب السنين معنى النجاح والـ**الدي الغالية**

إلى رياحين حياتي إخوتي وأخواتي كل باسمه ولا أنسى براعم وكتايب العائلة ، وكافة الأهل والأقارب

والأحباب

إلى منارات العلم الذي علموني من تجاربهم معنى الحياة وقدموا لي خلاصة حياتهم العلمية والمهنية لتكون

لي منارة ونبراس أحمله لينير دربي أساتذتي الأفاضل في المدارس والجامعة .

إلى من بصحبته تعلمت أن الدنيا مهما قست علينا لها الوجه المشرق إلى من علمونا أن الوفاء لا يكون

إلا في الصديق . إلى من شاركتني إنجاز هذا البحث صديقتي **حورية زغودي**

إلى كل من ساعدني ووقف بجاني وقفة حب وإخلاص لإتمام هذا العمل ولو بدعاء من القلب أقف له

وقفة حب وإجلال وشكر وعرفان

فاطمة الزهراء

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة الدور الحيوي الذي تطلع به إدارة العلاقات العامة في تحقيق الامن المعلوماتي داخل المؤسسات في ظل التحديات المتزايدة المرتبطة بالتحول الرقمي والتهديدات السيبرانية.

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على دور ادارة العلاقات العامة في تحقيق الامن المعلوماتي بالمؤسسة ، كما اعتمدنا على المنهج الوصفي وبوجه الخصوص منهج المسح بالعينة لأن الدراسات الوصفية عادة ما تعتمد على هذا المنهج ، كما اعتمدنا ايضا في هذه الدراسة على العينة العشوائية والتي تعرف عادة عبي أنها "العينة التي تتكون من وحدات معينة اعتقادا على أنها تمثل المجتمع الأصلي ، وكانت الدراسة الميدانية على عينة من موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر - بالأغواط- .

والتي من خلالها توصلنا إلى النتائج التالية :

- ✓ يمكن لإدارة العلاقات العامة ان تزيد من وعي الموظفين والجمهور بأهمية الأمن المعلوماتي .
- ✓ يمكن لإدارة العلاقات العامة ان تستخدم تكنولوجيا الحديثة لتعزيز الأمن المعلوماتي .
- ✓ يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تبني ثقة العملاء والجمهور في إجراءات الامن المعلوماتي.

Abstract:

This study investigates the pivotal role of public relations management in ensuring information security within institutions, especially in light of the growing challenges posed by digital transformation and cyber threats. The main objective is to understand how public relations departments contribute to the protection of institutional data and information systems.

The research adopts a descriptive methodology, with a particular emphasis on the sample survey method, as it is widely used in descriptive studies. A random sampling technique was employed—defined as the selection of specific units believed to represent the broader population.

The empirical study was conducted on a sample of employees at Algérie Télécom – Laghouat. The findings revealed the following:

1. Public relations management can significantly enhance employees' and the public's awareness of the importance of information security.
2. Public relations departments can utilize modern technologies to support and strengthen information security measures.
3. Public relations efforts can foster trust among clients and the general public in the institution's information security protocols

الفهارس

الصفحة	المحتويات
	شكر وتقدير إهداء الفهرس الملخص
أ-ج	مقدمة
المقاربة المنهجية للدراسة	
4	أولاً: اشكالية الدراسة وتساؤلاتها
5	ثانياً: فرضيات الدراسة
5	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
6	رابعاً: أهمية الدراسة
6	خامساً: أهداف الدراسة
7	سادساً: مجتمع البحث وعينته
8	سابعاً: منهج الدراسة
8	ثامناً: الدراسات السابقة
12	تاسعاً: مفاهيم ومصطلحات الدراسة
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: إدارة العلاقات العامة	
18	تمهيد
19	المبحث الأول: ماهية إدارة العلاقات العامة
19	المطلب الأول: مفهوم إدارة العلاقات العامة
20	المطلب الثاني: التطور التاريخي للعلاقات العامة
25	المطلب الثالث: أهمية وأهداف العلاقات العامة
27	المطلب الرابع: مبادئ العلاقات العامة
30	المبحث الثاني: أساسيات العلاقات العامة

30	المطلب الأول: وضائف ومرتكزات العلاقات العامة
31	المطلب الثاني: استراتيجية العلاقات العامة
34	المطلب الثالث: عمليات وأنشطة العلاقات العامة
36	المطلب الرابع: أبعاد وعوامل نجاح العلاقات العامة
40	خلاصة
الفصل الثاني: الأمن المعلوماتي	
42	تمهيد
43	المبحث الأول: مفهوم الأمن المعلوماتي
43	المطلب الأول: تعريف الأمن المعلوماتي
45	المطلب الثاني: أهمية وأهداف الأمن المعلوماتي
47	المطلب الثالث: أبعاد وركائز الأمن المعلوماتي
45	المطلب الرابع: قوانين وتشريعات لحماية الأمن المعلوماتي
48	المبحث الثاني: سياسة الأمن المعلوماتي ومتطلباته
51	المطلب الأول: متطلبات الأمن المعلوماتي
53	المطلب الثاني: سياسة الأمن المعلوماتي
54	المطلب الثالث: إجراءات الأمن المعلوماتي
57	المطلب الرابع: دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي
58	خلاصة
الإطار التطبيقي للدراسة	
الفصل الثالث: دراسة ميدانية على عينة من موظفي مؤسسة	
60	تمهيد
61	المبحث الأول: تفرغ البيانات
62	المبحث الثاني: عرض النتائج والتوصيات
78	المبحث الثالث: مناقشة النتائج والتوصيات

82	خاتمة
84	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
61	يمثل افراد العينة على حسب الجنس	1
62	يمثل افراد العينة على حسب السن	2
63	يمثل افراد العينة على حسب المستوى التعليمي	3
63	يمثل افراد العينة على حسب الوظيفة	4
64	يمثل افراد العينة على حسب الخبرة في العمل	5
65	يمثل مدى تأثير جهود العلاقات العامة في تغيير سلوك الجمهور ومواقفه	6
66	يمثل الوسائل التي تستخدمها ادارة العلاقات العامة للتواصل مع الموظفين.	7
66	يمثل الاعتقاد ان الرسائل التوعوية التي تقدمها المؤسسة واضحة ومؤثرة.	8
67	يمثل كيفية تلقي المعلومات من المؤسسة	9
68	يمثل مدى فاعلية ادارة العلاقات العامة في بناء علاقة ايجابية ومستدامة مع الجمهور	10
69	يمثل مؤسسة اتصالات الجزائر مهتمة فعليا بحماية معلوماتها الرقمية.	11
70	يمثل يتم إعلام الموظفين بشكل منتظم بأهمية حماية البيانات والمعلومات.	12
70	يمثل حض دورات أو ورشات تدريبية داخل المؤسسة بخصوص الأمن المعلوماتي.	13
71	يمثل هناك توجيهات واضحة بخصوص ما يجب فعله عند حدوث خرق معلوماتي.	14
72	يمثل لإدارة العلاقات العامة دورا مباشرا في التوعية بتهديدات الأمن المعلوماتي داخل المؤسسة.	15
73	يمثل الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة في هذا الجانب.	16
74	يمثل تعاون العلاقات العامة مع قسم تكنولوجيا المعلومات في مواجهة الأخطار المعلوماتية .	17
75	يمثل قيام ادارة العلاقات العامة في المؤسسة بحملات توعوية موجهة للموظفين أو الزبائن حول حماية البيانات .	18
76	يمثل مدى فعالية هذه الحملات إن وجدت في تحسين وعي الموظفين .	19

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورا هائلا في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث أصبحت البيانات والمعلومات تشكل محورا أساسيا في إدارة المؤسسات واتخاذ القرارات الإستراتيجية. ومع هذا التوسع الرقمي. ظهرت تحديات جديدة تتعلق بكيفية حماية هذه المعلومات وضمنت أمنها من التهديدات المتزايدة، سواء كانت تهديدات إلكترونية خارجية أو أخطاء بشرية داخلية. ولم يعد أمن المعلومات مسؤولية تقتصر على الإدارات التقنية أو أقسام تكنولوجيا المعلومات فقط، بل أصبح مفهوما شاملا يتطلب تضافر الجهود بين مختلف إدارات المؤسسة، ومن أبرزها إدارة العلاقات العامة.¹

لقد تطور دور العلاقات العامة من كونه مجرد نشاط دعائي أو توافلي، الى دور استراتيجي فاعل يعنى ببناء الصورة الذهنية، وتعزيز الثقة بين المؤسسة وجمهورها، الداخلي والخارجي. ويعد هذا الدور أساسيا في بيئة تتطلب وعيا مستمرا بالمخاطر، وسلوكا معلوماتيا منضبطا، وإدراكا متجددا لأهمية أمن البيانات. ومن هذا المنطلق، أصبحت العلاقات العامة جهة فعالة في نشر ثقافة الأمن المعلوماتي، والتواصل المستمر مع الموظفين والجمهور بهدف تعزيز الممارسات الآمنة في التعامل مع المعلومات.²

تتمثل أهمية إدارة العلاقات العامة في قدرتها على التأثير في الاتجاهات والسلوكيات، وتوصيل السياسات الأمنية بلغة مفهومة، وتهيئة بيئة عمل تدعم الأمن الرقمي، بالإضافة الى دورها في إدارة الأزمات المعلوماتية، والرد على الاستفسارات والتساؤلات، والتقليل من أثر الشائعات أو الفوضى المعلوماتية في حال حدوث اختراق أو تسريب بيانات. وفي ظل ارتفاع وتيرة الهجمات السيبرانية عالميا، أصبح من الضروري أن تتكامل الجهود بين الإدارات المختلفة داخل المؤسسات، بما في ذلك العلاقات العامة، لضمان بناء بيئة معلوماتية محمية وواعية.³ فالعنصر البشري يظل هو الحلقة الأضعف في منظومة الأمن المعلوماتي، وهنا يأتي دور العلاقات العامة في تثقيف هذا العنصر ورفع وعيه بشكل مستمر ومنهجي.⁴

¹ محمد خالد. نظم المعلومات الإداري. دار الفكر، 2020، ص 18،

² عبد الله حنان. دور العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية. مجلة الإعلام والاتصال، العدد 7، ص 61.

³ صالح أحمد التحديات السيبرانية للمؤسسات الحكومية، مجلة الأمن المعلوماتي، العدد 5، 2022، ص 30

⁴ السلمي بدر الهندسة الاجتماعية: الانسان كحلقة ضعف معلوماتي. مركز دراسات الأمن الرقمي ص 27

من هنا تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي ، من خلال استعراض الوسائل الاتصالية المستخدمة ، وتحليل التحديات التي تواجه هذا الدور الحيوي، وصولاً إلى تقديم توصيات تدعم التكامل المؤسسي في حماية المعلومات وبناء ثقافة أمنية مستدامة. ولقد تناولنا في دراسة هذا الموضوع خطة بحث اشتملت على مقدمة وثلاث فصول وخاتمة.

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لتحليل واقع مساهمة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي من خلال الوصف الدقيق للظاهرة، وتحليل البيانات المتاحة وتفسير العلاقات بين المتغيرات دون التدخل فيها تجريبياً. كما تم الاستعانة بأداة الاستمارة أو (الاستبيان) التي تضمنت أسئلة حول دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي، كما تم استخدام أساليب إحصائية لتفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها. قسمنا الدراسة إلى مقدمة وثلاث فصول كل فصل يحتوي على مباحث ومطالب، فالفصل الأول يندرج في الإطار المنهجي للدراسة، والفصل الثاني يضم الإطار النظري للدراسة، أما الفصل الثالث فتمثل في الإطار التطبيقي للدراسة والخاتمة والدراسة أيضاً متبوعة بالملاحق والفهارس وقائمة المصادر والمراجع .

في الفصل الأول والذي اعتبرناه الإطار المنهجي للدراسة حددنا الإشكالية من خلال طرح التساؤلات التي تمحورت حول (دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي)، وعلى أساسهم صياغة الفرضيات لنحدد بعدها المنهج والأداة المنهجية المناسبة لهذه الدراسة من منهج وصفي الذي اعتمدنا فيه على استمارة ، ثم حددنا العينة ومجتمع البحث، وتطرقنا إلى المفاهيم الأساسية للدراسة ومحاولة تقريب المفهوم الإجرائي الذي يسمح باستخدامها في الأطر النظرية والتطبيقية ، ثم الدراسات السابقة حول الموضوع.

في الفصل الثاني والذي اعتبرناه الإطار النظري للدراسة والذي قسمناه إلى فصلين ، الفصل الأول والمعنون ب(ادارة العلاقات العامة) ركزنا فيه على مفهوم دارة العلاقات العامة وتطورها التاريخي وأهميتها وأهدافها ومبادئها، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى وظائف ومرتكزات العلاقات العامة و إستراتيجيتها وعمليات العلاقات العامة وأنشطتها وكذلك أبعاد وعوامل نجاحها. أما الفصل الثاني والمعنون ب (الأمن المعلوماتي) ففي المبحث الأول تطرقنا فيه الى مفهوم الأمن المعلوماتي من تعريف و أهمية وأهداف إلى أبعاد وركائز الأمن المعلوماتي، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى سياسة الأمن المعلوماتي ومتطلباته وكذلك وإجراءات الامن المعلوماتي و دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي.

هذا الإطار النظري، أما الإطار التطبيقي الذي احتوى على الفصل الثالث تحت عنوان (دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي) والذي تضمن الجانب الميداني للدراسة، وهذا الجانب هو الجوهر الذي تبنى على أساسه الدراسة، فقد انقسم إلى أربعة محاور، المحور الأول تضمن: البيانات الشخصية الضرورية في البحث ، أما المحور الثاني تضمن دور ادارة العلاقات العامة في نشر الوعي لدى الموظفين والجمهور، أما المحور الثالث تضمن التحديات التي تواجهها اتصالات الجزائر في الأمن المعلوماتي، أما المحور الرابع تضمن دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي ، وختمنا الفصل بعرض النتائج والتوصيات، وفي الأخير ختمنا دراستنا بخاتمة عامة عن الموضوع.

أولاً: إشكالية الدراسة:

العلاقات العامة من بين الظواهر الاجتماعية القديمة عرفت منذ نشأة الإنسان وفرضت نفسها على مستوى تعامل الأفراد فيما بينهم أو المؤسسات سواء الخاصة أو العامة، وخلال العقود الثلاثة الأخيرة من نهايات القرن العشرين باتت العلاقات العامة نشاطاً تتزايد فعالياته في حياة المؤسسات والمنظمات سواء كانت تجارية أم حكومية أم مؤسسات غير ربحية، وما يواكب هذا العصر من علوم الاتصال ونظرياته وما تحققه التكنولوجيا الحديثة من قفزات وتطورات قد جعلت الباحثين يدركون أن هذه العلاقات العامة كانت لاتزال موضوع الدراسة والبحث داخل كل مجتمع.

تستخدم العلاقات العامة جميع الفرص المتاحة عبر الانترنت والاعلام الجديد من أجل تحقيق أهداف المؤسسة، وقد سمي النموذج المعاصر لممارسة العلاقات العامة وأنشطتها وبرامجها عبر الانترنت بـ "العلاقات العامة التفاعلية" عطفاً على ثنائية العلاقة أو التشاركية والتفاعل التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة لصياغة الرسالة الإعلامية للعلاقات العامة من قبل إدارات وأقسام العلاقات العامة والجمهور حيث انتقلت الإدارة اليوم من الإدارة التقليدي إلى الإدارة الرقمي أين أصبحت المؤسسات مطالبة بتطوير استراتيجياتها الاتصالية بطريقة ناجحة وفعالة، ونظراً لما تمتاز به تكنولوجيا المعلومات الحديثة من دقة وسرعة في نقل المعلومات وتبادلها دون النظر إلى الحدود الجغرافية والزمنية أصبحت أغلب المؤسسات تعتمد عليها في تسيير أعمالها .

إلا أن هذه المكاسب المتطورة لم تمنع من وجود تأثيرات سلبية لها على الأمن المعلوماتي وحمايته، وذلك لأن تقنياتها العالية والمتطورة سلاح ذو حدين، فقد منحت القدرة على الاختراق والاعتداء على خصوصية المعلومات أياً كان نوعها للأفراد والمؤسسات ولهذا أصبحت حماية الامن المعلوماتي للمؤسسات مطلباً أساسياً في وقتنا الحالي .

وتكتسي الإشكالية على مدى دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي بالمؤسسة وبناءاً على ما تم طرحه فإن اشكاليته تمثل فيما يلي:

ما هو دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي بالمؤسسة ؟

وتحت هذا التساؤل الرئيسي ندرج التساؤلات الآتية :

- 1- هل يمكن الإدارة العلاقات العامة أن تزيد من وعي الموظفين والجمهور بأهمية الأمن المعلوماتي ؟
- 2- هل هناك تحديات تواجه إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي ؟
- 3- هل يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تستخدم التكنولوجيا الحديثة (مثل وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي) لتعزيز الأمن المعلوماتي ؟
- 4- هل يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تبني ثقة العملاء والجمهور في إجراءات الأمن المعلوماتي بالمؤسسة ؟

ثانيا: الفرضيات :

- 1- كلما زاد اهتمام إدارة العلاقات العامة بالأمن المعلوماتي زاد وعي الموظفين والجمهور.
- 2- توجد تحديات تواجه إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي.
- 3- تستخدم إدارة العلاقات العامة التكنولوجيا الحديثة (مثل وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي) لتعزيز الأمن المعلوماتي .
- 4- يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تبني ثقة العملاء والجمهور في إجراءات الأمن المعلوماتي بالمؤسسة.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر عملية اختيار الموضوع عملية قاصدة تستند في انبثاقها الى جملة من الأسباب التي تدفع بها إلى أرضية من الإمام النظري والرؤية المنهجية التي تستند عليها وتوجهها ويرجع اختيارنا لموضوع دراستنا إلى مجموعة من الأسباب نجلها فيما يلي:

✓ حداثة الموضوع حيث يعتبر هذا البحث من البحوث العلمية الحديثة التي تقوم بدراسة دور

العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي بالمؤسسات .

المقاربة المنهجية للدراسة

- ✓ قابلية الموضوع للدراسة من الناحية المنهجية والتطبيق الميداني باستعمال أدوات جمع البيانات .
- ✓ محاولة التعرف على دور إدارة العلاقات العامة وما تحققه من أمن معلوماتي للمؤسسة.
- ✓ كثرة استخدام جهاز العلاقات العامة للتكنولوجيا الحديثة.
- ✓ الرغبة في معرفة مدى تأثير التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها على إدارة العلاقات العامة ، وما هو دور هذا الأخير في تحقيق الأمن المعلوماتي.

رابعا: أهمية الدراسة:

- ✓ تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها مرتبطة بموضوع العلاقات العامة الذي يعرف اهتماما متزايدا سواء من الناحية التطبيقية في جميع المنظمات والمؤسسات على اختلاف تصنيفاتها ، كذلك من الناحية البحثية إذ هناك إقبال متزايد من الباحثين للبحث في المواضيع المستجدة في مجال العلاقات العامة المرتبطة بتكنولوجيا عموما.
- ✓ تقديم دراسة علمية على دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي .
- ✓ أهمية العلاقات العامة التي أصبح لها دور مهم في تعزيز سياسات الأمن المعلوماتي.

خامسا: اهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في معرفة دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي بالمؤسسة.
- ✓ التعرف على أهمية الأمن المعلوماتي بالنسبة للمؤسسة وكيفية الحفاظ عليه.
- ✓ الكشف على الاستراتيجيات اتصالية سريعة للتعامل مع أي اختراقات أو هجمات إلكترونية.
- ✓ التعرف على مدى التعاون بين ادارة العلاقات العامة وادارة تكنولوجيا المعلومات لضمان تناسق الجهود في تعزيز وتحقيق الأمن المعلوماتي.

سادسا: مجتمع البحث وعينته:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من اهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية ،وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه ،ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام عمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي ستجري عليها الدراسة وتحديدتها .

يمثل مجتمع البحث جميع المفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها وفي الواقع دراسة المجتمع الأصلي كله يتطلب وقتا وجهدا شاقا وتكاليف مادية مرتفعة ويكفي أن يختار الباحث عينة ممثلة لمجتمع الدراسة بحيث تحقق أهداف البحث وتساعده على إنجاز مهمته.

ويتمثل مجتمع دراستنا في أنه المجموعة الكلية من العناصر التي تعم عليها نتائج البحث وقد اعتمدنا في هذه الدراسة المجتمع المتمثل في الموظفين في المؤسسة حيث يعتبر الموظفون أول خط دفاع في الحفاظ على الأمن المعلوماتي ،وكذلك إدارات العلاقات العامة كفريق مسؤول عن التواصل الداخلي ونشر الوعي ،وخبراء الأمن المعلوماتي الذين يمكنهم تقديم رؤى حول دور العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي.

وتعرف العينة على أنها عدد محدد من مفردات الدراسة التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويشترط في هذه العينة أن تكون ممثلا لمجتمع البحث مع الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.

وفي بحثنا هذا اعتمدنا العينة العشوائية والتي تعرف عادة على انها "العينة التي تتكون من وحدات معينة اعتقادا أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل في هذه الحالة قد يختار الباحث مفردات محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع الأصلي ،وهذه تعطي نتائج تكون أقرب ما تكون إلى نتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث يسمح المجتمع كله.

و تعرف العينة العشوائية أيضا" هي تلك العينة التي يختار الباحث أفراد المجتمع أي عشوائية أي بالصدفة للبحث عن ظاهرة معينة"

سابعاً: المنهج المتبع للدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بجمع بيانات علمية عن ظاهرة مدروسة ووصف الوضع الراهن وتفسيره، حيث نحاول في هذه الدراسة معرفة دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي بالمؤسسة .

أما فيما يخص المنهج فإن الدراسات الوصفية عادة ما تعتمد على منهج المسح بالعينة وذلك من خلال دراسة عدد محدد من المفردات أو الحالات الخاصة الظاهرة ، كاختيار عينة من الموظفين بالمؤسسة وليس كل الموظفين ، ويعد هذا النوع من المسح أكثر شيوعا واستخداما لأنه يوفر الوقت والجهد والمال.

ثامناً: الدراسات السابقة

لم نعثر على دراسات سابقة كثيرة تناولت الموضوع بشكل مباشر ، لكننا وبالمقابل ومن خلال بحثنا المتواصل اهتدينا إلى جملة من الدراسات التي اهتمت وتناولت مواضيع مشابهة إلى حد ما دراستنا للموضوع ومن أهم هذه الدراسات نذكر منها:

الدراسة الأولى: للباحثة نسرین زیادة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان "العلاقات العامة الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن

المؤسسة الخدمائية" كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 03

سنة 2022-2023

تهدف هذه الدراسة لمعرفة اسهامات العلاقات العامة الرقمية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة ooredoo عبر موقع الفايسبوك ، عن جهود مؤسسة ooredoo عبر الفضاءات الرقمية، بالإضافة إلى المساعي المتواصلة لتبني الاتجاهات المعاصرة للعلاقات العامة ومدى تمثلها في السياق

الرقمي ، ويظهر ذلك من خلال تحليل مستويات استخدام الفضاءات الرقمية في ممارسة وظائف العامة.

منهجيا تبنت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وهذا نظرا لمستلزمات الموضوع ،الذي تم من خلاله تجميع المعلومات المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية ومدى أهمية استخدامها التسويقية للمؤسسات ،وتحليلها بناءا على أدوات علمية .
وتحصلت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها:

✓ تعد صفحة المؤسسة ooredoo algerie صفحة رسمية لامتلاكه علامة التوثيق

الزرقاء التي تثبت انتسابها لجهة معلومة من قبل إدارة الفايسبوك.

✓ أتاحت المجال لمتابعيها لإبداء انشغالاتهم وطرح تساؤلاتهم وتقديم اقتراحاتهم حول

الخدمات المقدمة وذلك من خلال طرح الأسئلة التفاعلية.

✓ إستراتيجية الاستهداف الجماهيري كانت تركز على الوقاية وتوعية الأصحاء

ودعوهم إلى التقيد بالتدابير اللازمة والسلوكيات الصحية السليمة لتجنب الإصابة بالفيروس .

✓ تسعى اوريدو لتجسيد مساهمتها في كل المبادرات الجزائرية التي تشجع بروز نظام

رقمي واقتصاد معرفة قائم على الذكاء والتكنولوجيا، هذا وتؤكد اوريدو على نجاعة

إستراتيجيتها القائمة أساسا على الرقمنة و التزامها في منح الأفضل لزيائنها.

اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة وهي شكل من أشكال العينة العشوائية يعتمدها

الباحث في حالة تجانس المجتمع الاصلي وسميت منتظمة لان المسافة ثابتة بين الرقم المختار والذي

يليه.

الدراسة الثانية: للباحثة صباح أنور محمد

الدراسة تمحورت حول "استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية" تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مدى استخدام العاملين في الجامعات العراقية للعلاقات العامة الرقمية في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع الممتثلة في عينة البحث والوصول الى الغايات الأساسية التي تسعى إليها العلاقات العامة الرقمية من عينة البحث. منهجياً تبنت الدراسة المنهج المسحي (وهو منهج منظم يهدف الى جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمؤسسات ادارية او علمية او ثقافية او اجتماعية او اقتصادية كمؤسسات التعليمية والخدماتية والإنتاجية).

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث النوع وهو الأنسب لما (يتميز به من قدرة لوصف خصائص ظاهرة معينة او موقف معين)

تحصلت الدراسة على مجموعة من النتائج:

✓ كشفت الدراسة المسحية للعاملين في العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية نسب متقاربة حول استخدام تقنيات الانترنت بعدها المحور الرئيس الجديد في عمل العلاقات العامة الرقمية بينما كانت الإجابة الأضعف هي عدم استخدام تقنيات الانترنت في مجال العلاقات العامة.

✓ كان من أولويات أهداف العلاقات العامة الرقمية الإطلاع على آخر المستجدات في الجامعات العراقية وذلك للارتباط بين الجامعة والبحث العلمي.

✓ أظهرت نتائج الدراسة المسحية توافقاً مع مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع في عمل العاملين للعلاقات العامة الرقمية وان الحاجة والضرورة تتطلب استخدام التقنيات الحديثة في عمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية عينة الدراسة.

✓ من المعوقات والصعوبات التي عانى منها العاملين في العلاقات العامة الرقمية هي عدم

المعرفة بكيفية استخدام المواقع الالكترونية في عمل الجامعات العراقية.

اعتمدت الدراسة على العينة القصدية حيث تم اختيار الباحث المفردات بطريقة قصدية لما يراه

من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم اهداف هذا البحث

الدراسة الثالثة: للباحثة "فاطمة الزهراء سعد محمد طه"

الدراسة تمحورت حول "مستقبل العلاقات العامة في ظل التحول لتقنيات الذكاء الاصطناعي

"رؤية استشرافية"

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن تصور الممارسين لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات

العامة ،وتوضيح العوامل التي تؤثر على انتشار استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في

العلاقات العامة في الوقت الحالي ،التي ستؤثر على مستقبل انتشارها من وجهة نظر ممارسي

العلاقات العامة وكذلك الكشف عن الجهود التي يمكن ان تقوم بها الجهات الرسمية ،ويرى

الممارسون أنها ضرورية لمواجهة أي أخطار للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة .

منهجيا تبنت الدراسة المنهج الكيفي حيث استخدم أسلوب دلفي الذي يتطلب عمل قياس

قبلي ،وقياس آخر بعدي ،يتناول مجموعة واحدة يتم القياس عليها . ثم يتبع ذلك مناقشة عن

طريق المقابلة ،وقد تم تطبيق ذلك في الدراسة الحالية.

تحصلت الدراسة على مجموعة من النتائج :

✓ يؤكد أغلب ممارسي العلاقات العامة على ارتباط عملهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي ، ويرون

أنه له أهمية كبرى.

✓ إن زيادة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي المتوقعة ستوقف على عدد من العوامل يأتي في

مقدمتها قدرة المؤسسات على تبني أنظمة الذكاء الاصطناعي بأمان يليها التطورات

التكنولوجيا في مجال الذكاء الاصطناعي، والمجالات المرتبطة به، كذلك يتأثر بعوامل أخرى كأداء المتميز، والقدرات التنافسية العالية، ومدى توفر القدرات المادية للمؤسسات .

✓ كما يتوقع ممارسة العلاقات العامة نمو استخدام بعض التطبيقات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة كتطبيقات أدوات محركات البحث، وأدوات تحليل البيانات الضخمة، وتقديم الرؤى، وأدوات التسويق، وأدوات جدولة محتوى وسائل التواصل.

✓ يتجه ممارسة العلاقات العامة الى ضرورة أن تقوم الجهات الرسمية ببعض الجهود لمواجهة أي أخطار محتملة للذكاء الاصطناعي كحماية الملكية الفكرية للمؤسسات ،والأفراد ،وتوفير التدريب ،والتطوير للأفراد ،والمؤسسات ،وإنشاء هيئات رقابية مستقلة لمراقبة تقنيات الذكاء الاصطناعي ،وتقييم الأثر الاجتماعي والأخلاقي.

اعتمدت الدراسة على العينة الغير الاحتمالية او بما تعرف بالعينة "العينة الهادفة" حيث تم اختيار عينة لتطبيق استبان دلفي عليها بنظام العينة المتاحة.

تاسعا: مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

إن الحقائق والأشياء تكتسب قيمتها من المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها ويتفقون عليها في البيئة الواحدة ،وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة ،ونظرا لاختلاف هذه الرموز ودلالاتها باختلاف العلوم حيث أصبح لكل علم أو مجال علمي رموزه المتميزة ، ولهذا يقال إن لكل علم مفاهيمه الخاصة وهي مجموعة من الرموز ذات المعاني والتصورات المشتركة في مجالات هذا العلم وتطبيقاته .

ويعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات ذو أهمية منهجية في أي بحث علمي، ذلك بأن هذا التحديد يساعد الباحث على توضيح المعاني التي يتناولها في دراسته، بهدف إزالة الغموض والالتباس حول المعنى المتبنى في الدراسة لأن غموض المصطلحات يفقد الموضوع قيمته العلمية .

وفيما يلي أهم المفاهيم التي تخص دراستنا وهي : دور، إدارة، العلاقات العامة، الأمن المعلوماتي، المؤسسة.

1. مفهوم الدور:

أ) لغة: أدوار، مصدر دار : عود الشيء إلى ما كان عليه مرة ، حركة ، طبقة من الشيء المدار: بعضه فوق بعضه الآخر¹.

ب) اصطلاحاً:

لقد اختلف العلماء في إعطاء مفهوم جامع للدور ، فمنهم من اعتبره :² "مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي من الخدمات إذ تعلق الأمر بالجماعة ، و مجموعة من الدوافع إذا تعلق الأمر بالقدر ، ومنهم من ربط مفهوم الدور بمعنيين : المعنى ستاتيكي ، وهو المعنى الذي يرتبط به ، وآخر : وهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل" ويفرق لينتون بين المكانة والدور ،³ حيث يعتقد أن المكانة هي مجموعة الحقوق والواجبات ، وأن الدور هو المظهر الديناميكي للمكانة ، فالسير على هذه الحقوق معناه القيام بالدور.

ت) اجرائياً:

نقصد بالدور هو إتباع الفرد لسلوك معين ، هذا السلوك يسمح للفرد بتأدية واجباته ووظائفه داخل مجتمع معين .

2. مفهوم الإدارة:

أ- لغة: مصدر أدار ، يدير، أدر، إدارة ، فهو مدير ، والمفعول مدار.

ادار على الأمر طلب منه أن يفعله ، والإدارة هي القيام بخدمة الآخرين

¹ جبران مسعود: الرائد، معجم لغوي عصري ط8 ، دار العلم للملايين ، بيروت لبنان، 2001، ص50،

² ابراهيم القمري: السلوك الانساني والعلاقات العامة ، د-ط، دار الجامعات المصرية ، الإسكندرية، 1976، ص.، 50.

³ محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، د-ط ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، مصر .، 1995. ص 18

ب- اصطلاحاً: هي ذلك النشاط الواسع الذي يهدف الى تحقيق نوع من التسبيق والتعاون بين جهود عدد من الأفراد من أجل تحقيق هدف عام ، وهي وظيفة واسعة المعنى تضم في إطارها عمليات التخطيط والتنسيق والتوجيه والرقابة وإصدار الأوامر لتحقيق أهداف المشروع¹

ج- اجرائياً: الإدارة هي تنظيم وتوجيه الموارد المادية والبشرية لتحقيق أهداف مرغوبة . أو هي العملية الخاصة بتنسيق وتوحيد جهود العناصر المادية والبشرية في المنظمة من مواد ومعدات وأفراد عن طريق تخطيط وتنظيم وتوجيه ومراقبة هذه الجهود من اجل تحقيق الأهداف النهائية للمنظمة.

3. مفهوم العلاقات العامة:

(أ) لغة: "العلاقات العامة" مصطلح يتشكل من بناء لفظي يتكون من كلمتين "علاقات" و"عامة". فأما كلمة علاقات او علائق فهي جمع مفردة علاقة وتعني معاني كثيرة منها :الصلة أو الرابطة ، وتعني الشيء المشترك بين الشيئين ، والعلاقة بكسر العين يستعمل في المحسوسات ، وبالفتح في المعاني ، وفي الصحاح العلاقة بالكسر علاقة القوس والوسط ونحوهما وبالفتح علاقة الخصومة والمحبة ونحوهما ، كما تعني حصيلة الصلات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما والجماهير التي تتعامل معها. وأما كلمة عامة : فهي خلاف الخاصة أي شاملة ، وتعني جماهيرية، أي :مجموعة الجماهير المختلفة التي ترتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة أو المؤسسة.

(ب) اصطلاحاً.

للعلاقات العامة مفاهيم متنوعة ومختلفة تختلف من باحث لآخر ،ومن زمن لآخر ،ومن هيئة لأخرى

¹ أحمد محمود فريز الشعلوط ، نظريات في الادارة التربوية ، مكتبة الرشد ،الرياض، ص 44

1- مفهوم ابراهيم إمام "فن معاملة الناس والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأيدهم، ومعنى ذلك ببساطة هو كسب رضا الناس بحسب المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع"¹

2- مفهوم علي الباز: "هي وسيلة الإدارة للعلم بالرأي العام أي معرفة اتجاهاته ولإعلام الرأي العام بنشاطها بقصد التوصل إلى معرفته إلى كسب ثقته وتعاونه معها لتحقيق أهدافها".

ج) إجرائيا:

هي وظيفة ادارية تقيم اتجاهات المستهلكين وتحقق تناسق سياسات وتصرفات الفرد أو الجماعات مع المصلحة العامة وتضع وتنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور وتقبله المؤسسة.

4- مفهوم الأمن المعلوماتي:

أ) لغة:

الأمن: مصدر من الفعل "أمن"، ويعني الاطمئنان وغياب الخوف (مقابل الخطر)

المعلوماتي: نسبة إلى "المعلومة"، أي كل ما ينقل أو يعالج من معارف وبيانات.

الامن المعلوماتي: يشير إلى تحقيق الطمأنينة في حماية المعلومات من المخاطر.

ب) اصطلاحا:

يشير إلى مجموعة من الإجراءات والتقنيات والسياسات التي تهدف إلى حماية المعلومات من الوصول غير المصرح به أو التغيير أو التلف أو فقدان، سواء كانت هذه المعلومات مخزنة رقميا أو يتم تداولها عبر الشبكات.

وبشكل أدق يمكن تعريف الأمن المعلوماتي اصطلاحا بأنه:

"علم وفن حماية البيانات والمعلومات من الأخطار التي تهددها من خلال ضمان توافرها، وسريتها، وسلامتها، ومنع الوصول غير المصرح به إليها أو التلاعب بها، باستخدام أدوات وتقنيات تنظيمية وتقنية."

¹ ابراهيم امام فن العلاقات العامة والاعلام، ط2،، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة، 1996م. ص8.

ج) اجرائيا:

هو مجموعة الاجراءات والتدابير الفنية والتنظيمية التي يتبعها الافراد أو المؤسسات لضمان حماية البيانات الرقمية من التهديدات الالكترونية ،وذلك من خلال الحفاظ على سريتها وتوافرها أثناء التخزين أو النقل أو المعالجة..

5- مفهوم المؤسسة:

أ) لغة: مشتقة من الأس فالأساس هو أصل البناء فالأس هو قلب الانسان.

ب) اصطلاحا:

المؤسسة هي: تعرف المؤسسة حسب **carrol** على أنها: هي كيان تعمل في القطاع العام أو الخاص ،ويتضمن ذلك الشركات والمؤسسات الحكومية والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات الأكاديمية والجمعيات الخيرية وما إلى ذلك .وهذه المؤسسات تتعامل مع الجمهور من خلال الاتصالات والتواصل الإعلامي والتسويق وغيرها من الأدوات لنشر رسالتها وتحقيق أهدافها.

ج) اجرائيا:

هي نسق اجتماعي أنشئ بطريقة منظمة تسود فيه علاقات ذات طابع انساني وأخرى متبادلة بين مختلف مكونات المؤسسة ذاتها من أجهزة وأفراد والهيكل التنظيمي لها ،وكذلك مع محيطها الخارجي بغية انتاج سلعة أو تقديم خدمة وفق أهداف مسطرة مسبقا.

الفصل الأول

إدارة العلاقات العامة

تمهيد الفصل

تشكل لعلاقات العامة مدخلا أساسيا لتنظيم وإدارة المنظمات الحديثة. فهي أحدث المرتكزات الأساسية للدراسة الإعلامية. وقد عرف هذا الميدان تطورات بالغة الأهمية خلال القرن العشرين، استنادا إلى عديد من النظريات العلمية والممارسات المهنية والأخلاقية إن الدافع لتطور أو حتى ظهور العلاقات العامة لم يرتبط أو يظهر نتيجة عوامل براكماتية بل نتيجة ظهور المجتمع الصناعي . ويشهد هذا العلم الإعلامي تحولات كبيرة في النظرية والتطبيق مع بدايات القرن الحادي والعشرين. وأثرت هذه التحولات بشكل مباشر على طريقة إدراك القائمين بالاتصال لكيفية إدارة العلاقات العامة.

المبحث الأول: ماهية إدارة العلاقات العامة

العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تقوم بتقويم اتجاهات الجمهور وربط سياسات المنظمة، أو مؤسسة الأعمال، أو الشركة، أو الهيئة العامة أو الوزارات، مع الصالح العام وتنفيذ البرامج التي تكسب ثقة وتأييد هذا الجمهور.

المطلب الأول: مفهوم إدارة العلاقات العامة

1- تعريف الإدارة: يعرفها فريدريك تيلور **Frederick Taylor**: أبو الإدارة العلمية ومؤسس المدرسة الكلاسيكية فيقول: " الإدارة هي المعرفة الدقيقة لما تريد من الرجال أن يعلموه ثم التأكد من أنهم يقومون بعملهم بأحسن طريقة وأرخصها "

أما هنري فايول **Henri Fayol**: الذي يعد الأب الحقيقي للإدارة الحديثة فيعرفها بأن الإدارة تقوم بالتنبؤ والتخطيط والتنظيم وتصدر الأوامر وتنسق ثم تراقب " ¹

2- العلاقات العامة: عرفها **Canfield & Moor** على أنها " فلسفة اجتماعية للإدارة يتم التعبير عنها على شكل سياسات وممارسات والتي تعمل من خلال التفسير الصحيح للأحداث على ضمان التفاهم المتبادل والنيات الطيبة"

أما **Baskin & Aronof** فيعرفان العلاقات العامة بأنها وظيفة إدارية تساعد المنظمة في تحديد أهداف المنظمة وتسهيل التفسير فيها وتقوم إدارة العلاقات العامة بالاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة من اجل خلق تماسك بين أهداف المنظمة والبيئة الاجتماعية المحيطة بها . ²

وتعد العلاقات العامة وظيفة إدارية تعتمد الاتصال الفهم القبول والتعاون بين المؤسسة وجمهورها وتشمل مشكلات أو موضوعات الإدارة، وتساعد على أن تبقى محاطة علماً ومستجيبة لرأي الجمهور، وتحدد مسؤولية الإدارة لخدمة مصالح الجمهور وأن تبقى على علم بالتغيير واستثماره ³

¹ زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، إدارة العلاقات العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2016، ص20.

² محمد صالح على القرشي، سالم جاسم محمد العزاوي، العلاقات العامة والهوية الثقافية، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، 2025، ص36.

³ محمد وليد صالح، محتوى الاتصال في العلاقات العامة البنوعية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص132.

بفعالية كجهاز إنذار مبكر على توقع الاتجاهات وتعتمد أساليب البحث والاتصال من أدواتها الأساسية .

المطلب الثاني: تطور تاريخي للعلاقات العامة

1- العلاقات العامة القديمة :

أ) العلاقات العامة في العصور البدائية: لقد كانت القبائل البدائية تحتاج إلى الإعلام للمحافظة على بقائها وذلك سواء في الحصول على مصادر الغذاء أو الوقوف في وجه الأعداء فكانت القبيلة تعين من أجل ذلك حارساً على الأفق ينبئها عن كل ما يستجد فيه، فقد يلوح في الأفق قطع من حيوانات الصيد أو غيوم تنذر بعاصفة شديدة أو عدو مغير عند ذلك تستعد القبيلة لمواجهة الموقف. كما أن القبيلة البدائية تكون في حاجة إلى التعاون والتماسك بين أفرادها وذلك لا يتم إلا عن طريق التفاهم بين هؤلاء الأفراد وإحساسهم بقوة الرابطة التي تربطهم ببعضهم، وكان ذلك يتم عن طريق الحفلات في مناسبات الزواج وبلوغ سن الرشد واحتفالات الانتصار على قبيلة معادية. وكان رئيس القبيلة يجتمع بأفراد قبيلته للتداول في الشؤون كما كان الرئيس يتولى الوجيه الإعلامي في القبيلة فينتهز المناسبات القبلية ليقدم توجهاته والمبادئ التي يريد من أفراد القبيلة السير بموجبها وعدد وجود الحاجة إلى تعبئة الرأي العام في القبيلة كان رئيس القبيلة يعهد إلى شخص معروف في القبيلة جيداً كالساحر أو الطبيب بمهمة الإعلام كما موكل مهمة إثارة المشاعر إلى أشخاص يجيدون فنون التعبير والتأثير كالإنشاد والرقص وقرع الطبول.

ومن الواضح أن الاختلاق الأساسي لتلك النشاطات التي يمكن اعتبارها النواة الأولى¹ للعلاقات العامة عن ممارسة النشاط اليوم هو اتجاهها آنذاك إلى غرائز القرد وإثارة انفعالاته كأسلوب للتأثير عليه، بينما تخاطب العلاقات العامة الحديثة عقل الفرد ووعيه، كما أن التعرف على اتجاهات الرأي كان يستند على الإحساس الفطري والتقدير الشخصي دون الأسس العلمية المستخدمة اليوم.

¹ خالد السيد عبد الحق، دعاء محمود عبد العال عبد الراضي، أخلاقيات العلاقات العامة، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص29-30، 2023.

ب) العلاقات العامة في الحضارات القديمة: لقد تقدمت أساليب ممارسة النشاط تقدماً كبيراً لدى القدماء في كل من حضارة وأدى الرافدين ووادي النيل في الشرق والحضارتين اليونانية والرومانية في الغرب.¹

فلقد وجد علماء الآثار في العراق نشرة زراعية يعود تاريخها إلى ١٨٠٠ قبل الميلاد ترشد المزارعين إلى كيفية بذر بذورهم والتخلص من فئران الحقل ثم إلى كيفية حصاد محصولهم ولا يختلف هذا الجهد الإعلامي في جوهره عن النشرات التي تصدرها الدوائر المسؤولة عن الإرشاد الزراعي في البلدان المتقدمة اليوم.

كما كشفت لنا الآثار أن الآشوريين هم أول من ابتدع النشرات المصورة فكانوا يرقمون انتصاراتهم وبجانب الرقم يصورون بالألوان صور الأسرى من ملوك وأمراء ويعرضونها في قصورهم وساحاتهم العامة وشوارعهم الكبرى، فكانت تعمل عمل الملصقات والتماثيل في يومنا هذا، وقد أثبت العلم الحديث أن الصور كثيراً ما تكون أشد تعبيراً وتأثيراً من الكلمة المطبوعة، فيكون الآشوريون قد استخدموا هذا المبدأ منذ آلاف السنين، وكما تنشط العلاقات العامة في مجال الإعلام السياسي والدفاع عن النظم السياسية والمذاهب الاقتصادية والاجتماعية اليوم كذلك كان الأمر في زمن الإمبراطور آشور بانبيال فقد وجدت في خزائنه في نينوى سجلات منسقة ومفصلة تحسب تواريخها وحوادثها وعلى الأخص كل ما له علاقة بجروب الملوك وفتوحاتهم وما شيدوه وعمروه ويرى المؤرخون أن تلك المعلومات كان الغرض منها هو الإعلام والترويح لمبادئ معينة كما تفعل محطات الإذاعات الرسمية اليوم التي تدعو إلى مبادئ معينة وتروج لها.

أما قدماء المصريين فقد اهتموا بالسيطرة على أفكار الجمهور وتحريك مشاعره واتبعوا في ذلك شتى الأساليب منها ادعاء فرعون الإلهية وتقديس الكهنة وتشديد المعابد الفخمة والقبور الشاهقة

¹ محمد عبد العزيز، العلاقات العامة ووسائل الإعلام، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص18-19، 2024.

على شكل الأهرامات، كل ذلك من أجل إظهار هيبة الحكام وعظمتهم للتأثير على عقول الناس وأفكارهم وما الثروة الهائلة من الآثار الفرعونية في مصر إلا شاهداً على ذلك.¹

2-العصور الوسطى:²

كانت الكنيسة الرومانية الكاثوليكية ممارساً رئيسياً للعلاقات العامة خلال العصور الوسطى أقنع البابا أوربان الثاني آلاف التابعين لخدموا الله والحصول على المغفرة عن خطاياهم بالمشاركة بالحروب الصليبية المقدسة ضد المسلمين. وبعد ستة قرون، كانت الكنيسة من أوائل من استخدموا كلمة البروباغاندا تأسيس البابا جورج الثامن كلية الدعوة لإرشاد البعثات الأجنبية وتدريب الكهنة لنشر الإيمان.

ولم يقتصر النشاط الإعلامي في الحضارة الرومانية على الميدان السياسي بل تعداه إلى النواحي الاجتماعية فهناك قصائد كثيرة للشاعر الروماني فرجيل موجهة إلى الفلاحين تحثهم على العودة إلى المزارع وزيادة الإنتاج الزراعي لمواجهة زيادة السكان، وهي أشبه ما تكون النداءات التي توجهها مختلف الهيئات في عصرنا الحالي ولكنها مصاغة بأسلوب أدبي رفيع.

ثم جاءت القرون الوسطى وترددت المجتمعات في ظلمات الجهل والانحلال فلم يكن هناك مجال لتطور العلاقات العامة غير أنها نشطت مرة أخرى عند ظهور المذهب البروتستانتي والتبشير به وما صاحب ذلك من دفاع عن المذهب الكاثوليكي.

3- العلاقات العامة الحديثة:³

بالرغم من أن جذور العلاقات العامة تمتد بعيداً في الماضي إلا أنه من الممكن القول أن العلاقات العامة الحديثة تنشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين ولكن هذا لا يعني بالطبع أنها ولدت بين عشية وضحاها وإنما كان هناك أنواع من النشاطات التي سبقتها ومهدت لها

¹ محمد عبد العزيز، المرجع السابق، ص 18-19

² عبد الرزاق الدليمي، علاقات العامة وإدارة الأزمات، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 10، 2016.

³ خالد السيد عبد الحق، المرجع السابق، ص 32

أهمها وكالات المؤسسة لشؤون الصحافة والنشاط الاتصالي المرافق للحملات الانتخابية وحملات جمع التبرعات وغيرها، ولكن المصدر الذي كان له النصيب الأكبر في مولد العلاقات العامة هي المؤسسات الصناعية والتجارية.

فقد كانت الفترة الأخيرة من القرن التاسع عشر فترة تطور سريع في ميدان الصناعة والإنتاج الضخم وما صاحب ذلك من استغلال للفرد العامل والمستهلك حتى أ، هذه الفترة سميت بعض الاستخفاف بالجماهير، وكان لابد أن تؤدي هذه الأوضاع إلى التذمر والاحتجاج الذي يعقبه الإصلاح وهذا ما كان.

فقد قام عدد من الصحف والمجلات الواسعة الانتشار بنشر مقالات متتابعة في مهاجمة أصحاب الأعمال الاحتكاريين وأساليهم في استغلال عمالهم وحملة أسهم شركاتهم وسرقة المستهلك وتأثيرهم على رجال السياسة بشتى الوسائل المشينة.

وكانت إحدى نتائج هذه الحملة أن المؤسسات المعينة اضطرت إلى القيام ببعض الإصلاحات الاجتماعية والاقتصادية وبذلك اقترنت حركة الإصلاح تلك بدور الصحافة والنشر وأدى ذلك إلى مولد العلاقات العامة، فعندما بلغت موجة السخط الشعبي قممها على أثر حوادث إضرابات عمالية سالت فيها الدماء وكان للصحافة النصيب الأكبر في التعبير عن وجهات النظر المعادية لأصحاب رؤوس الأموال أدرك هؤلاء حراجة مراكزهم والتجنوا إلى استخدام الصحفيين المحترفين لشرح وجهة نظرهم وإيصالها إلى الجمهور غير أن معظم هؤلاء لم تكن لديهم القدرة على فهم الأسباب الحقيقية وراء ذلك الصراع فعجزوا عن معالجة الأمور عدا قلة منهم في هذا المجال وفي مقدمتهم (أيفي لي) الذي يعتبر المؤسس الحقيقي للعلاقات العامة الحديثة.¹

¹ خالد السيد عبد الحق، المرجع السابق، ص32

4- العلاقات العامة في التراث العربي

العلاقات العامة كفلسفة ترتبط بوجود الإنسان العربي وطبيعة حياته المرتبطة بالصحراء المترامية الأطراف التي لا تحفى شيئاً والتي طبعت ساكنها على الحرية والصراحة في التعبير عما في نفوسهم ولو كان في ذلك شقاؤهم كما في حالة الشعراء الذين كانوا يلاقون الاضطهاد بسبب أشعارهم، وكان العربي حراً حرية لا تجدها سوى بعض القيود من التقاليد ولم تكن القبيلة ولا شيخها يتدخلان في حرية الفرد.

بسبب طبيعة حياتهم تلك كان العرب يخلقون المناسبات للاجتماع وتداول الأخبار وتبادل الأفكار لربط بيئتهم الشاسعة بأواصر إعلامية ومن ذلك الحج إلى الكعبة في موسم معين والأسواق الأدبية التي كان يجتمع فيها الناس للاستماع إلى الشعراء وإجراء المناقشات التي تؤدي إلى التعارف والتقارب بين الفئات والقبائل المختلفة.

وقد لعب الشعر والشعراء دوراً هاماً إعلامياً في تاريخ العرب، حيث تعتبر الأشعار السجل الذي دون فيه تاريخهم وما دار فيه من أحداث وما كان موجوداً في مجتمعهم من عادات وتقاليد، وكان للشاعر وظائف إعلامية واضحة فهو الذي يثير الحماس في نفوس المقاتلين ويدفعهم إلى الاستبدال في الحرب وهو لسان القبيلة والمدافع عنها يشيد بمآثرهم ويمتدح أبناءها ويهاجم أعدائها ويسلط الأضواء على عيونهم.

5- العلاقات العامة في الإسلام

إن العلاقات العامة لا تنشأ إلا في جو ثقافي وحضاري يؤمن بقيمة الإنسان من حيث هو إنسان له كرامته وله حقوقه على الآخرين وعليه واجبات نحوهم، ولقد توفرت هذه المعاني في المجتمع الإسلامي الأول، جاء بها القرآن وتولى رعايتها رسول الله (صلى الله عليه وسلم) والخلفاء من بعده¹،

¹ المرجع نفسه، ص35

كما نظم الإسلام العلاقة بين المسلمين نظاماً يدعو إلى تبادل الاحترام بينهم والابتعاد عن تحقير بعضهم بعضاً .

المطلب الثالث: أهمية وأهداف العلاقات العامة

1- أهمية العلاقات العامة : تسهم العلاقات العامة في مراقبة الاتجاهات والمشاعر العامة، مما يتيح للمؤسسة فهم إحتياجات وتوقعات الجمهور وتعديل استراتيجياتها وممارستها بناءً على ذلك . وباختصار، تعد العلاقات العامة أداة حيوية لنجاح المؤسسات في بناء علاقات قوية وتعزيز صورتها الإيجابية، وتحقيق التواصل الفعال والتفاعل مع الجمهور، وإدارة الأزمات بشكل فعال ، تعتبر العلاقات العامة ذات أهمية كبيرة في المؤسسات لعدة أسباب¹:

✓ **بناء الصورة الإيجابية:** تساعد العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية للمؤسسة في أذهان الجمهور . وتعزز هذه الصورة الإيجابية الثقة والاحترام والولاء وتسهم في جذب المستثمرين والعملاء والشركاء التجاريين.

✓ **التواصل الفعال:** تسهم العلاقات العامة في إقامة تواصل فعال مع الجمهور المستهدف، سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية أو وسائل التواصل الاجتماعي . ويساعد التواصل الفعال على تبسيط الرسائل ونقلها بوضوح، مما يسهم في فهم أفضل للمؤسسة وما تقدمه.

✓ **إدارة الأزمات:** تعمل العلاقات العامة على إعداد خطط لإدارة الأزمات والتعامل معها بفعالية. وتوفر استراتيجيات العلاقات العامة الصحيحة التوجيه والإرشاد للمؤسسة للتعامل مع المواقف الصعبة وإدارة الأزمات بشكل يحمي سمعتها ويحافظ على سلامتها.

✓ **بناء علاقات قوية:** تهتم العلاقات العامة ببناء علاقات قوية وممتينة مع العملاء والشركاء التجاريين والمجتمع المحلي والجمهور بشكل عام . وتعمل على تعزيز التفاهم والثقة والتعاون، مما يسهم في تعزيز التعاون وتحقيق النجاح المشترك.

¹ رنا أحمد محمود لامي، دور العلاقات العامة في تعزيز قيم الثقافة التنظيمية لدى العاملين في وزارة الصحة الفلسطينية، مذكرة الماجستير في الإعلام الرقمي المتكامل، جامعة العربية الأمريكية، ص9-10، 2024.

✓ مراقبة الاتجاهات والمشاعر العامة: تقوم العلاقات العامة بمراقبة الاتجاهات والمشاعر العامة تجاه المؤسسة ومنتجاتها أو خدماتها. وتساعد هذه المراقبة في تحليل احتياجات وتوقعات الجمهور والعملاء والمجتمع، وبالتالي تمكين المؤسسة من تطوير استراتيجيات فعالة لتلبية هذه الاحتياجات وتحقيق رضا العملاء.

2- أهداف العلاقات العامة: على ضوء المفاهيم السابقة يمكن القول أن وظيفة العلاقات العامة تسعى

لتحقيق عدة أهداف لا تختلف في جوهرها من مؤسسة لأخرى، وفي هذا الإطار يمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة مع الجمهور كالتالي:¹

✓ الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي و ترتيبها وفق ما يلي:

- بناء الثقة بين المؤسسة و الموظفين؛
- نشر الوعي بين العاملين و تعريفهم بدورهم و أهميتهم في المؤسسة؛
- تحسين الكفاءة الإنتاجية للعاملين .؛
- تخفيض معدل دوران العامل؛
- شرح و توضيح سياسة و أهداف المؤسسة و دور العاملين في انجاز هذه الأهداف؛
- تقديم النصح و المشورة للإدارة العليا بشأن القضايا التي تواجه المؤسسة ..

✓ الأهداف المرتبطة بالجمهور الخارجية و تتمثل في:

- التحسين المستمر لسمعة و صورة المؤسسة لدى جماهيرها الخارجية؛
- استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة للمؤسسة؛
- توفير المعلومات للإدارة عن الأطراف المتعامل معها خارجيا؛
- شرح دور المؤسسة في خدمة البيئة و المواطن بصفة عامة.

¹ مانع فاطمة، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد، 01، العدد 10، ، الجامعة حسيبة بن بوعلوي، ص272، 2014.

✓ أما الممارسين لمهنة العلاقات العامة فيرون أهدافها كما يلي :

- زيادة شهرة الشركة عن طريق إنماء فهم الجمهور لما تقوم به الشركة من خدمات ونشاطات؛
- بناء سمعة طيبة لأنشطة المؤسسة بين الجمهور الذي تتعامل معه؛
- تكوين فهم واسع نحو المشاكل و الصعوبات التي تواجه الإدارة.

المطلب الرابع: مبادئ العلاقات العامة

فالعلاقات العامة هي النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهور الناس سواء كان داخليا أو خارجيا، من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية، وهي جهود مستمرة ونشاط لا يتوقف، فالعلاقات العامة لها مبادئها الخاصة بها. وهناك عدد من المبادئ والركائز التي يسترشد بها المشتغلون بالعلاقات العامة، وتتلخص هذه المبادئ في مايلي¹:

- ✓ البدء من داخل المؤسسة والعمل على إيجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة والعاملين بها، والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتديم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة.
- ✓ مراعاة الصدق والأمانة في شرح كل ما يصدر عن المؤسسة حرصا على كسب ثقة الجمهور والرضا حتى تنجح المؤسسة وتدوم طويلا
- ✓ التمسك بالأسلوب المهني وبأهداف العمل واتساق القول الصادق، وإتباع المبادئ والقيم الأخلاقية الرفيعة في التصرفات.
- ✓ الابتعاد عن اتخاذ موقف دفاعي عن تغطية المساوى وأوجه التعقيد، لأن ذلك يحجب الحقيقة ويعرقل وضوح الرؤية.

¹ حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسة الاتصالية، مذكرة الدكتورالية الإعلام والاتصال، جامعة وهران2، ص42-43، 2017/2018.

✓ إظهار الحقائق بصراحة ووضوح حرصا على كسب ثقة الجمهور، وذلك لأن إخفاء الحقائق يعود بالسلب على المؤسسة، وبالتالي يفقد الجمهور ثقته بها، كما يفتح المجال إلى نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة عن المؤسسة

ومن مبادئ العلاقات العامة أيضا: التعاون مع المؤسسات الأخرى والاتفاق على الخطوط العريضة في محيط العلاقات العامة حتى يتحقق النجاح للجميع بالإضافة إلى :

✓ إن العلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة ومخططة، وهي في ذلك تحتاج إلى إسهام العملية الإدارية كالتخطيط والتنظيم والتقييم، شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.

✓ معرفة الأساليب النظرية والعملية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها، وهذا يستوجب تفهما لطبيعة السلوك البشري.

✓ ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لا بد أن تكون برامجها متطابقة سياسات المؤسسة، كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مصالح الجماهير المختلفة...¹

يمكن توضيح مبادئ العلاقات العامة على النحو التالي²:

1- العلاقات تبدأ من داخل المؤسسة: من المبادئ المقررة أن العلاقات العامة الجيدة يجب أن تبدأ من داخل المؤسسة أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها فمن غير الممكن أن تبدأ المؤسسة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجي وعلاقتها مع جمهورها الداخلي على غير ما يرام فيجب أولا خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المنشأة على اختلاف مستوياتهم الإدارية ثم بعد ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المنشأة وجمهورها الخارجي.

2- مراعاة الأمانة والصدق وإتباع الأسلوب المهني: يجب أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة ... وأن تمارس العدل والإنصاف في جميع تصرفاتها ويجب أن تنسق أعمال المؤسسة مع

¹ حاج أحمد كريمة، المرجع السابق، ص42-43

² محمد مرضي الشمري، مدخل إلى الدراسات العلاقات العامة والإعلان، ط1، دار العال لنشر والتوزيع، ص30-31، 2021.

أقوالها وإلا فقدت الثقة بين جمهورها الداخلي والخارجي فالحقيقة خير إعلان للمؤسسة وعامل أساسي في بناء شخصيتها.

3- **إتباع طريقة البحث العلمي:** من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة إتباع طريقة البحث العلمي في حل أي مشكلة من مشكلاتها، فطريقة البحث العلمي مبنية على المفاضلة وتحاول الوصول إلى مبادئ عامة، عن طريق التحليل الدقيق البعيد عن كل تحيز.

4- **مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع** لما كان المجتمع يعطي المشروع موطناً لنشاطه كان لزاماً على الإدارة أن تعمل على أن يكون هذا المشروع عضواً نافعا في المجتمع يعمل على تقدم أفرادهم ورفاهيتهم وقد كان الرأي السائد في الماضي أن هدف أي مشروع هو تحقيق أكبر كسب مادي لصاحبه ولكن تغيرت هذه الفكرة الآن وحل محلها أن هدف كل مشروع فردي هو رفاهية المجتمع .

5- **كسب ثقة الجمهور:** من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة كسب ثقة الجمهور فلا يمكن أن تدوم أي منشأة طويلاً دون أن تتمتع بثقة الجمهور وعندما نقول الجمهور فنحن نعني جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي، فجمهورها الداخلي هو دعائمها الأولى وما لم يشبع حاجاتها المادية والمعنوية¹.

¹ محمد مرضي الشمري، المرجع السابق، ص 30-31

المبحث الثاني: أساسيات العلاقات العامة

المطلب الأول: وظائف ومرتكزات العلاقات العامة

1- وظائف العلاقات العامة: من الوظائف التي تشيع في أغلب إدارات العلاقات العامة ويمكننا أن نجملها فيما يلي¹:

- ✓ تقديم المشورة لإدارة المنظمة: فيما يخص السياسات والعلاقات بال جماهير وبوسائل اتصال أي تقديم المشورة للإدارة بالنسبة لوعي وإدراك واتجاهات وسلوك الجماهير التي تتعامل معها؛
- ✓ البحوث: للتعرف على اتجاهات وسلوكيات الجماهير وأسبابها ودوافعها من أجل تخطيط وتنفيذ وقياس الأنشطة التي تستهدف التأثير في وعي ومعرفة واتجاهات هذه الجماهير؛
- ✓ العلاقات بوسائل الاتصال: إقامة علاقات جيدة مستمرة مع وسائل الاتصال سعياً لنشر أخبار وتحليلات وصور عن المنظمة وترويجها وإشباع الاحتياجات الإعلامية لوسائل الاتصال؛
- ✓ النشر: من خلال نشر الرسائل المخططة من خلال وسائل مختارة من دون مقابل مالي لتعزيز مصالح المنظمة؛
- ✓ العلاقات بالمجتمع المحلي: من خلال التخطيط المستمر والمشاركة الفعالة من طريق المجتمع المحلي من أجل تعزيز البيئة التي تعيش فيها المنظمة وبناء مكانتها وسمعتها في المجتمع لصالح المنظمة والمجتمع ذاته؛
- ✓ الشؤون الحكومية: حيث ترتبط مباشرة بالأجهزة والهيئات التشريعية والتنظيمية وتمارسها العلاقات العامة نيابة عن المنظمة.

¹ سامية جفال، بوزيد سليمة، العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 32، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 14، 2008.

2- أنواع العلاقات العامة:

تتعدد أنواع العلاقات العامة حسب طبيعة النشاط والأهداف كما أنها مرتبطة بالوسائل والوسائط المستخدمة للوصول إلى الجمهور المستهدف وتتنوع حسب الباحثين الأنواع كالتالي¹:

✓ **العلاقات الإعلامية:** تعني العلاقات الإعلامية أنك تبني علاقات مع وسائل الإعلام من خلال المقابلات والبيانات الصحفية والإخطارات والمؤتمرات الصحفية.

العلاقات المجتمعية: هنا تنشئ علاقة مع المجتمع المحلي، للحصول على الدعم العام، وإطلاق منتج جديد، وتعليقات العملاء، والاستجابة لبعض الأحداث، مسؤولية اجتماعية تتحمل الشركات أيضاً مسؤولية اجتماعية تتجاوز المبيعات وجني الأرباح يعني إجراء جميع عمليات الأعمال التجارية التي تعود بالفائدة على المجتمع ككل.

العلاقات حكومية: يعني بناء علاقة مناسبة مع الحكومة المحلية لتنفيذ جميع العمليات بسلاسة وكفاءة.، يمكن أن يكون قانونياً أو نقدياً أو غير ذلك. الهدف هو أن تكون الحكومة في صفك.

المطلب الثاني: إستراتيجية العلاقات العامة

المقصود باستراتيجيات العلاقات العامة حسب كتاب Publicitor، فهي مجموع القرارات الهامة والمستقلة عن بعضها التي تتخذها مؤسسة ما، بغرض تحقيق أهداف معينة، وذلك باستعمال وسائل اتصال وتقنيات متعددة.

تحتاج المؤسسة لوضع أي إستراتيجية علاقات عامة متينة لأن تكون مبنية على بيانات وأبحاث بالإضافة إلى الحدس والخبرة الطويلة في هذا المجال في سبيل تقديم نتائج ملموسة وقابلة للقياس مع الأخذ بعين الاعتبار أن أهداف أي إستراتيجية للعلاقات العامة². واحدة تقديم الرسالة المناسبة في

¹ أحمد جبار، العلاقات العامة بين الاتجاهات والمنطلقات الفلسفية ومركزاتها الأخلاقية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد8، العدد2، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص15، 2021.

² علي فلاح مفلح الزعي، مروان بدر السميقات، إدارة العلاقات العامة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 88-90، 2019.

الوقت المناسب إلى الجمهور المناسب. وعليه تجب على أي إستراتيجية أن تتبع بعض الخطوات لتقديم تلك النتائج المرجوة:

التفكير بإبداع: وتجنب الأفكار المستهلكة عند بناء أي إستراتيجية تجنب تكرار الأفكار التقليدية والمستهلكة، حضرّ بعناية فكر بإبداع، وأنشأ رسالة مميزة تصل إلى الجمهور المستهدف بطريقة لم تصل إليه مسبقاً.

الدراسة الشاملة: يتطلب إعداد أي إستراتيجية جديدة، إجراء دراسة حول المنظور الإعلامي بشقيه الجزئي والكلبي المتعلق بعرض العلاقات العامة، حيث يجب فهم العلامة التجارية وشركائها ومنافسيها لتساعد على وضع تصور شامل للعرض الجديد.

تحديد الأهداف: من المفهوم العام للعلاقات العامة أن يطلب مدراء الشركات بياناً صحفياً في كل أسبوع، أو إجراء حوار صحفي في كل شهر، وهذا خاطئ، لأن مفهوم العلاقات العامة أشمل من ذلك بكثير لذا يجب تحديد الأهداف لكل حملة أو إستراتيجية من خلال بعض الأسئلة التي تساعد على تحديد الأهداف المنشودة من إطلاق حملة العلاقات العامة تتلخص بـ: من هو الجمهور المستهدف؟- ما الوقت اللازم لهذه الحملة؟- ما الذي ترغب بإيصاله من خلال هذه الحملة؟ ما النتائج المأمولة من هذه الحملة؟ ما النشاطات أو الخطوات العملية التي ينبغي إتباعها؟

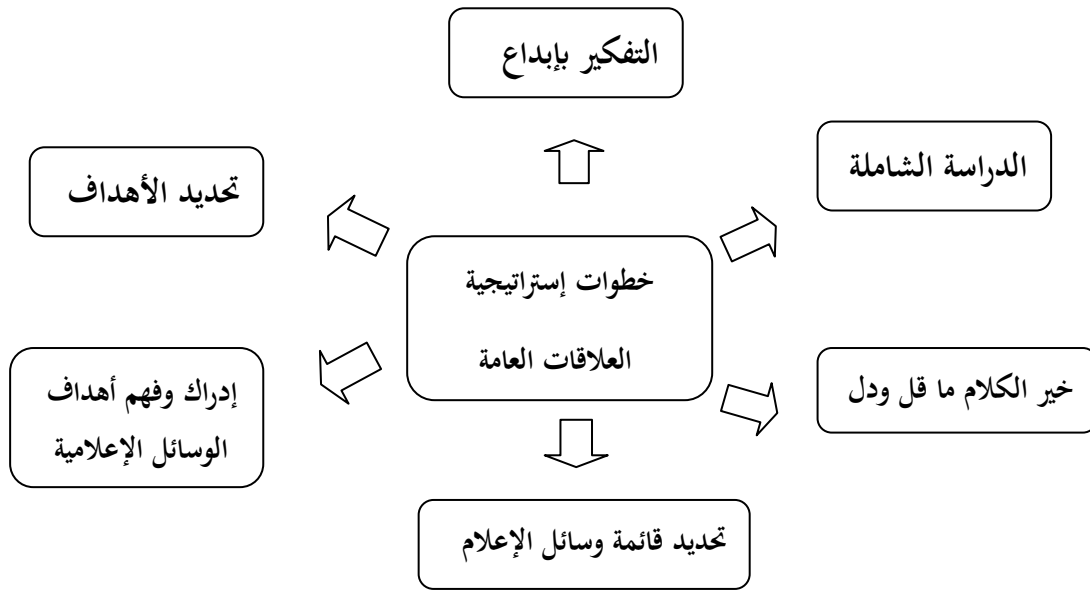
خير الكلام ما قل ودل: لإجراء أي عرض أو إستراتيجية يجب تحديد الأهداف بصورة موجزة ذات بلاغة عالية مسندة بأبحاث تتماشى مع أهداف الشركة تُحدث صدًى للعملاء بالإضافة إلى احتوائها قيمة إخبارية للوسط الإعلامي، كما تجب مشاركتها مع زملائك لتزويدك بأفكار ومقترحات جديدة.

إدراك وفهم أهداف الوسائل الإعلامية: عند تحديد الإستراتيجية يجب تحديد الوسائل الإعلامية وتحديد الإعلاميين الذين من خلالهم ستوصل رسالتك إلى الجمهور المستهدف، حدد منهجاً حول كيفية توزيع العرض الذي تقدمه من خلال توزيع البيانات الصحفية، أو إجراء الحوارات الصحفية،

أو آراء حول موضوع معين أو إدراجها ضمن دراسة يعدها الإعلامي فعلى سبيل المثال توقيع اتفاقية للشركة مع أخرى فإن رسالتك معا ذات طبيعة جماهيرية كبيرة.

تحديد قائمة وسائل الإعلام: إنه لمن الضروري جداً بناء قائمة وسائل الإعلام، على أساس معرفة الإعلاميين الذين يهتمون بتغطية مجال عملك أو عن الشركات المنافسة، لما من شأنه أن يجعل عملك بغاية البساطة¹.

الشكل رقم (1): خطوات إستراتيجية العلاقات العامة



المصدر: علي فلاح مفلح الزعبي، مروان بدر السميعات، المرجع السابق، ص 88-90

¹ علي فلاح مفلح الزعبي، مروان بدر السميعات، المرجع السابق، ص 88-90

المطلب الثالث: عمليات وأنشطة العلاقات العامة

1- عمليات العلاقات العامة: تنقسم العمليات الإدارية لجهاز للعلاقات العامة إلى:

1-1- التخطيط والتنظيم في جهاز العلاقات العامة:

لم تغير العلاقات العامة منذ نشأتها أهدافها التي أنشأت من أجلها حتى وإن تغيرت مفاهيمها، فالصورة الذهنية المرغوبة والانطباع الجيد والثقة كلها غايات كانت ولا زالت تسعى المؤسسة لتحقيقها.

1-2- التخطيط في جهاز العلاقات العامة:

يعرف (هنري فايول) التخطيط بأنه "يمثل الواقع على أساس اعتبارين أساسيين هما: التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل ثم الاستعداد لهذا فالتخطيط هو التفكير والتنبؤ والاستعداد لإنجازه في ما هو آت « المستقبل في المستقبل بناء على ما تم الماضي.

يعتبر التخطيط بمثابة الحجر الأساس في نشاط العلاقات العامة، ومن المتغيرات الأساسية التي تحكم عملية التخطيط هي الأهداف المطلوب تحقيقها في إطار الموارد والإمكانات المتاحة والمحددة لعملية التنفيذ، ويسعى التخطيط في جهاز العلاقات العامة لوضع خطط تحقق هدفين أساسيين -إمداد الجماهير بمختلف المعلومات عن المؤسسة وعن أنشطتها بشكل متواصل وكاف ومنظم؛ -التعرف المستمر على انطباع الجمهور مع ضمان أخذ وجهات نظره في الاعتبار عند وضع سياسات المؤسسة، مما يعد تأكيداً للمسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة خاصة وللمؤسسة عامة.¹

1-3- تحديد اتجاهات فئات الجمهور نحو المؤسسة:²

¹ مداح خالدية، مطبوعة بيداغوجية: اتصال وعلاقات عامة لمقياس إدارة العلاقات العامة، موجهة لطلبة أولى ماستر، جامعة ابن خلدون، تيارت، ص67، 2025/2024.

² نجاة كراس، جودة العلاقات العامة وأثرها على الأداء الاقتصادي للمؤسسة، مذكرة الماجستير في تسيير واقتصاد المؤسسة، جامعة ابن خلدون - تيارت، ص6، 2006، 2007/56.

يعترف الباحثون في مجال العلاقات العامة والاتصال على أن مسألة تحديد اتجاهات الجمهور هامة نتيجة تشتته وعدم تجانس واتساعه، وكونه حالة متغيرة وليست ثابتة، وتشير الدراسات إلى أن استراتيجيات العلاقات العامة لا تستوعب ما اصطلح على تسميته بالجمهور العام، ومن هنا برز مفهوم تجزئة الجمهور، الذي يتم التركيز عليه في مجال التسويق التجاري، وذلك من أجل المساعدة في عملية تحديد الحاجات، واستغلال الإمكانيات لتحقيق التأثير المطلوب باستخدام أفضل الوسائل .

1-4- تحليل آراء فئات الجمهور :

تفيد عمليات تحليل اتجاهات الرأي في إمكانية رصد ما سيحدث ومواجهته قبل وقوعه، ويتضمن تحليل الآراء الكشف والتحقق من الأوضاع غير المستقرة ذات الصلة بالمؤسسة ونشاطاتها، وتشمل هذه العملية متابعة اتجاهات المستثمرين وجماعات الضغط، والمستهلكين والحكومة والمجتمع المحلي ، وغيرها من الفئات الأخرى .

1-5- التنبؤ بالمشكلات والحاجات والفرص المحتملة:

في ظل اليقظة الإستراتيجية تستطيع المؤسسة أن تتنبأ بالفرص الجديدة التي قد تقودها لاستقطاب الجمهور سواء على صعيد الاستثمار أو التوزيع أو الاستهلاك أو أي من الحالات الأخرى، كما يمكنها التعرف على الحاجات التي يسعى الجمهور للحصول عليها، ووضعها في سلم الأولويات من خلال تحديثها لجوانب قد تشمل التقنية المستخدمة أو أساليب التوزيع أو الجودة... الخ¹.

2- أنشطة العلاقات العامة:

تعرف بأنها كل ما تقوم به العلاقات العامة من فعاليات اتصالية بأنواعها مثل الندوات والمحاضرات واللقاءات الجماهيرية المفتوحة، بهدف التأثير على الجمهور المستهدف".

¹نجاة كراس، المرجع السابق، ص56.

كما تعرف بأنها: "مجموعة من الجهود المنظمة والمخططة التي تستهدف تحقيق الشبوع والعمومية وذلك باستخدام الأدوات والأساليب الاتصالية لتحقيق عملية التفاعل والتواصل مع الجمهور".¹

المطلب الرابع: أبعاد وعوامل نجاح العلاقات العامة

1- أبعاد العلاقات العامة:

المراقبة: هي أحد الأبعاد الرئيسية لمجال العلاقات العامة، وهي عملية مهمة تهدف إلى رصد ومتابعة جميع الأنشطة والمحتوى ذات الصلة بالمنظمة في وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والمجتمع بشكل عام. تلعب المراقبة دوراً حيوياً في تحليل ما يتم نشره ومشاركته حول المنظمة وتقديم تقييم للصورة العامة للمؤسسة وكيفية استجابة الجمهور لها، جوانب المراقبة وأهميتها الأساسية كبعد من أبعاد العلاقات العامة تشمل:²

✓ **متابعة:** السمعة يمكن للمراقبة تقدير كيفية تصوّر الجمهور للمنظمة ومدى تأثير الأحداث والأخبار على سمعتها. هذا يسمح للمنظمة باتخاذ إجراءات تصحيحية إذا كانت هناك مشكلات أو سلبيات في الصورة العامة.

✓ **تقييم الحملات والإعلانات** من خلال المراقبة يمكن للمنظمة معرفة كيف يتفاعل الجمهور مع حملاتها الإعلانية والتسويقية، وهل تحقق النتائج المرجوة أم لا. هذا يمكن من تعديل الحملات لتحقيق أقصى فائدة.

✓ **متابعة الأخبار والأحداث** يساعد الإطلاع على التقارير والأخبار المتعلقة بالمنظمة في توجيه استراتيجيات الرد وإدارة الأزمات إذا دعت الحاجة.

✓ **اكتشاف الاتجاهات والتغيرات** يمكن للمراقبة تحليل الاتجاهات الاجتماعية والميول والمواضيع الرائجة لدى الجمهور، وهذا يمكن استغلاله في توجيه الرسائل والجهود بشكل أكثر فعالية.

¹ هاجر كانون، فتحة أوهائية، أنشطة العلاقات العامة الرقمية عبر صفحات الفيسبوك، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 10، العدد 1، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص 546، 2023.

² رنا أحمد محمود لامي، مرجع سبق ذكره، ص 12-14

✓ تحسين التواصل والتفاعل من خلال معرفة كيف يتفاعل الجمهور مع منشورات المنظمة وتعليقاتهم وملاحظاتهم، يمكن تحسين التفاعل وزيادة التفاعل الإيجابي.

-التفسير: هو أحد الأبعاد المهمة في مجال العلاقات العامة. يُشير التفسير إلى قدرة ممارسي العلاقات العامة على فهم وتفسير الأحداث والمعلومات المتعلقة بالمنظمة بشكل صحيح ومقنع. يعتبر التفسير أداة حيوية لبناء فهم مشترك وتوجيه الرسائل بشكل فعال إلى جميع أصحاب المصلحة، سواء داخليين أم ، هناك عدة جوانب مهمة للتفسير كبعد من أبعاد العلاقات العامة:

✓ فهم الرسالة: يتيح التفسير لممارسي العلاقات العامة فهم الرسالة أو المعلومة التي تريد المنظمة توجيهها إلى جمهورها. هذا يتضمن تفسير محتوى الرسالة وضبطه بحيث يكون ملائماً للجمهور المستهدف.

✓ تحليل الأوضاع يُمكن للتفسير مساعدة المنظمة في تحليل الأوضاع والسياقات التي تؤثر على رسائلها وأهدافها على سبيل المثال، تفسير تأثير التغيرات الاقتصادية أو السياسية على استجابة الجمهور.

✓ توجيه الرسائل بناء على التفسير الصحيح، يمكن للممارسين في مجال العلاقات العامة توجيه الرسائل بشكل مناسب لتلبية احتياجات وتوقعات الجمهور. يتعين أن تكون الرسائل موجهة بشكل يتناسب مع متطلبات كل فئة من أصحاب المصلحة.

✓ الرد على الاستجابات التفسير يشمل أيضا القدرة على فهم ردود الفعل والاستجابات من قبل الجمهور. ذلك يساعد على تقييم فعالية الرسائل والتحسين المستمر.¹

-تقديم المشورة: هو أحد الأبعاد الرئيسية في مجال العلاقات العامة. يتعلق هذا البعد بدور ممارسي العلاقات العامة في تقديم النصائح والتوجيهات للإدارة وصناع القرار داخل المنظمة بشأن كيفية التعامل مع قضايا وتحديات الاتصال والعلاقات العامة. تقديم المشورة يساهم في تحسين أداء المنظمة وفهمها لجمهورها وبيئتها الخارجية النقاط الرئيسية لهذا البعد تشمل:

¹ رنا أحمد محمود لامي، مرجع سبق ذكره، ص12-14

✓ تحليل البيئة: يقوم ممارسو العلاقات العامة بتقديم تحليل دقيق للبيئة الداخلية والخارجية للمنظمة. هذا يشمل فهم توجهات الجمهور وتوقعاتهم، وكذلك متابعة المنافسة والتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي قد تؤثر على العمل التنظيمي.

✓ وضع الاستراتيجيات استنادًا إلى التحليل يقدم ممارسو العلاقات العامة استراتيجيات وخطط لتحقيق أهداف المنظمة في مجال الاتصال والعلاقات العامة يساعدون في تحديد الجمهور المستهدف وكيفية التفاعل معه بشكل فعال.

✓ إدارة الأزمات عند حدوث أزمات أو مشكلات تتعلق بالعلاقات العامة، يقوم ممارسو العلاقات العامة بتقديم استشارات حول كيفية التعامل مع الأزمة والرد عليها بشكل فعال. يساعدون في وضع استراتيجيات لإدارة الأزمة والحفاظ على سمعة المنظمة.

✓ تحسين الصورة والسمعة: يقوم ممارسو العلاقات العامة بتقديم توجيهات حول كيفية بناء وتعزيز صورة إيجابية للمنظمة. هذا يشمل توجيهات حول التواصل الإعلامي وإدارة الأزمات الإعلامية وكيفية التفاعل مع وسائل الإعلام.¹

2- عوامل نجاح لدور العلاقات العامة:²

✓ العلاقات العامة تبدأ من داخل المنظمة : فالتفاهم المشترك والمتبادل يقوم عليه نجاح العلاقات العامة وذلك التفاهم الذي يقوم بين المنظمة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها. ثم ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المنظمة وزبائنها الخارجين

✓ مراعاة الصدق وإتباع الأسلوب العلمي: يجب أن تتسم أعمال المنشئة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع تصرفها لأن الحقيقة خير إعلام عن المنظمة وإتباع الأسلوب العلمي .

✓ إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق : لأن الأساس في العلاقات العامة هو الإقضاء وليس الإخفاء

¹ رنا أحمد محمود لامي، مرجع سبق ذكره، ص12-14

² صفاء محمد صلاح الدين، تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 45، جامعة عين شمس مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ص668-669، 2018.

- ✓المساهمة في رفاهية المجتمع : أي أن تكون عضواً نافعاً في المجتمع يعمل على تقدم المجتمع ورفاهيته فالمشروع الناجح هو الذي يعتمد على تأييد العملاء لداخل المنظمة وخارجها
- ✓نشر الوعي بين العملاء : أصبح على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخطط تنميتها ودور المنظمة وتوجيه الرأي العام إلى أحسن السبل .
- ✓كسب ثقة العملاء : إن هدف العلاقات الأساسي هو كسب ثقة الزبائن أي أن نجاح الأنشطة مرتبط برضا الزبائن .
- ✓تعاون المنظمة مع المنظمات الأخرى : لا يمكن لأي منظمة أن تنجح في تأدية رسالتها ما لم تتعاون مع غيرها فالتعاون أحد أسس النجاح وهنا نشأت الحاجة إلى تنظيم الإتصال بين المنظمة.¹

¹ صفاء محمد صلاح الدين، المرجع السابق، ص668-669.

خلاصة الفصل:

وكخلاصة لما تطرقنا إليه فإن العلاقات العامة اليوم الركيزة الأساسية في العملية الإدارية والاستراتيجيات الكثيرة والمتنوعة للمؤسسة، والتي تخدم تحقيق الأهداف المخططة وتكشف عنها بصورة واقعية، تهدف من خلالها إلى تحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير وخلق نوع من الثقة والتالف بينهما، عن طريق التعريف بهذه المؤسسة.

كما أدركت المؤسسات أن نجاحها مرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير وتشكيل صورة إيجابية لنفسها، وهذا الواقع أعطى للعلاقات العامة اعتراف بأهميتها وحاجة ماسة إليها في كل المؤسسات بمختلف أنواعها، فلا يمكن تجنب العلاقات العامة أو حتى تجاهلها، فبدون اتصال لا يتم أي نشاط ولا يتحقق أي هدف، وهذا معناه أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية جبرية وحتمية، فأينما يوجد تجمع إنساني فلا بد من قيام علاقات بين أفراد ومنظمات هذا المجتمع.

الفصل الثاني

الأمن المعلوماتي

تمهيد الفصل:

تنبثق أهمية أمن المعلومات من كونها تمثل قيمة مادية ومعنوية للأفراد والمنظمات والشركات والدول ، وأنها هدف للاختراق من قبل نفس الأشخاص، فكان لا بد من تعريف مستخدمي نظم المعلومات وجميع الموظفين الذين يعملون في نظم المعلومات بواجباتهم المطلوبة لحماية نظم الحواسيب والشبكات وبالإجراءات التي يجب أتباعها لتفادي التهديدات والمخاطر وكيفية التعامل معها، لما تمثله المعلومة من سلاح للانتصار او الانهزام في حرب المعلومات، والتي تكون هي الفيصل في الكسب أو الخسارة للشركات والتي تكلف الفرد ثروته أو حياته في بعض الأحيان. ولأهمية المعلومات اتجهت الدول والشركات والمبرمجون إلى صناعة الوسائل الكفيلة بتوفير الحماية للمعلومات.

المبحث الأول: مفهوم الأمن المعلوماتي

إن الإعتقاد المتزايد على التكنولوجيا في الأنشطة اليومية زاد معه إمكانية إساءة استخدام هذه الأنظمة، حيث تركز معظم أبحاث أمن المعلومات على الحفاظ على السرية والتكاملية وتوافر المعلومات، حيث تضمن السرية أن الوصول إلى المعلومات يقتصر على الأفراد المخولين أو إلى مجموعة محددة داخل المؤسسة، وتتضمن مقاربات أمن المعلومات كلا من الحلول التقنية وغير التقنية، وحث الباحثون في المجال الفني لأمن المعلومات على استخدام التكنولوجيا كوسيلة للقضاء على أي اختراق أمني للنظم يشمل هذا التشفير ..

المطلب الأول: تعريف الأمن المعلوماتي

هو حماية أصول وموارد ومكتسبات نظام معلوماتي بطريق مشروع، وبتعبير آخر هو أداة تتحكم في تنظيم العلاقات والاتصالات دون أن يؤثر على قدرة مستخدم هذا النظام على الأداء، أو يعوق عملهم من حيث الكفاءة أو التوقيت ومع أن مصطلح أمن المعلومات لم يظهر على السطح الأكاديمي إلا بعد انتشار نظم المعلومات وفق التطور، الأمر الذي يتعين معه الأخذ بما يعرف بشبكات المعلومات بأنواعها الثلاثة الداخلية أو المحلية Lan والخارجية أو الدولية Wan والشبكات الخاصة internet.¹

وتعرف لجنة أنظمة الأمن القومي الأمريكية أمن المعلومات بأنها حماية المعلومات وعناصرها الهامة بما ذلك الأنظمة والأجهزة التي تستخدم وتخزن وترسل هذه المعلومات ووفقا لقانون الولايات المتحدة يعرف أمن المعلومات بأنه: "حماية المعلومات ونظم المعلومات من الوصول لغير المصرح لهم، والاستخدام، والإفصاح، والتعديل وإحداث الخلل أو التدمير .

أما جواد والفتال (2008)، فقد عرفا أمن المعلومات بأنه مفهوم يتسع ليشمل الإجراءات والتدابير المستخدمة في المجالين الإداري والفني لحماية المصادر (من أجهزة وبرمجيات وبيانات وأفراد)

¹محمد سكيكر، الجريمة المعلوماتية وكيفية التصدي لها، كتاب الجمهورية للنشر والتوزيع، مصر، ص2010، 118.

من التجاوزات والتدخلات غير المشروعة التي تقع عن طريق الصدفة أو عمدا عن طريق التسلل أو كنتيجة للإجراءات خاطئة أو غير الوافية المستخدمة في إدارة هذه المصادر".¹

يعرف **الحسني داود** الأمن المعلوماتي على أنه: " مجموعة من الإجراءات والقوانين التي يتم فرضها بهدف تأمين حماية وتكامل وجاهزية كل من المعلومات والوسائط والأجهزة المستخدمة في حفظ ومعالجة وتبادل المعلومات عبر الشبكة".

ويمكن تعريفه أيضا على أنه فرض ضوابط على سبل وأساليب الوصول للمعلومات بهدف إضفاء الشرعية على حدود وصلاحيات استخدام المعلومات.

أما مفهومه من وجهة تقنية : هو الوسائل والأدوات والإجراءات اللازم توفيرها لضمان حماية المعلومات من الأخطار الداخلية والخارجية.²

ويقصد أيضا بهذا المفهوم تأمين حاجة المجتمع من العناصر المعلوماتية المختلفة . إن تطور المجتمعات الحديثة والمتقدمة في عالمنا المعاصر قد اعتمد على توفر المعلومة ووسائل إنتاجها وتشغيلها والحصول عليها ، وصارت تلك العناصر هي العمدة الأساسية التي يبنى عليها نمو تلك المجتمعات . ولا أبالغ إذا قلت بأن تلك المجتمعات قد تعدت حقبة التعامل مع المعلومات إلى عصر تشغيل المعرفة ، وأصبح هناك الأمن المعرفي كتطوير أوسع وأشمل من الأمن المعلوماتي.

إن المعرفة هي نتاج الخبرة والتجربة والتفكير البشري ، وبالتالي فإن المعلومات هي أحد العناصر المؤدية إلى المعرفة . ولذلك فقد صارت المعرفة على إتساعها تشمل جميع الأنشطة.³

¹ أحمد حسني صالح عوض الله، أثر خصائص أمن المعلومات على تحقيق التميز المؤسسي عبر قدرات التعلم التنظيمية في الجامعات الأردنية، مذكرة لنيل الدكتوراه فلسفة في نظم المعلومات، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص43، 2018.

² محيّد سارة ، مشحود فايزة، تطبيقات الهواتف الذكية في المجال الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، ص47، 2018/2017.

³ محمد محمد الهادي، نشأت الخمسي الفيطنياً احمد قطب، نحو مستقبل أفضل لتكنولوجيا المعلومات في مصر، دط، المكتبة الأكاديمية للنشر، مصر، 1995، ص31.

هي العملية التي تضمن سرية وسلامة وإتاحة أصول المؤسسة والمعلومات والبيانات وخدمات تكنولوجيا المعلومات، وإدارة أمن المعلومات عادة تمثل جزءاً من التوجه المؤسسي لإدارة الأمن والذي يكون ذا نطاق أوسع من مقدم خدمة تكنولوجيا المعلومات، ويشمل التعامل مع الأوراق، والمباني، والمكالمات الهاتفية وغيرها، على مستوى المؤسسة كلها.¹

المطلب الثاني: أهمية وأهداف الأمن المعلوماتي

1- أهمية الأمن المعلوماتي:

- اكتسب الأمن المعلوماتي أهمية متزايدة عبر عصور التاريخ المختلفة من أهمها: عنصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وذلك للأسباب التالية:
- 1- القدرة التخزينية وسرعة استرجاع المعلومات للحواسيب أدى إلى مركزة المعلومات في جهاز معين مما يترتب عليه أخطار مختلفة من عمليات الاختراق.
 - 2- أهمية المعلومات كشریان حيوي ورافد تنموي في المؤسسات المختلفة أو على نطاق الاقتصاد القومي.
 - 3- الفائدة التنافسية بين المؤسسات المختلفة.
- ² إن حماية المعلومات من هذه الأخطار هو السبيل الوحيد والعملي للحفاظ عليها مثل هذه المسؤولية مناصرة برؤساء الدوائر والمؤسسات التي تتعامل بالمعلومات وتحفظها على مختلف وسائل الحفظ الذهنية والورقية والإلكترونية وبسبب انتشار استخدام الحواسيب بمختلف أنواعها وأحجامها في حفظ المعلومات وتبادلها فإن الاهتمام الأكبر ينصب في هذا العصر على أمن الحواسيب ونظم شبكات الاتصال المحلية والخارجية، كذلك فإن فقدان المعلومات الحساسة أو تسربها تهدد مباشرة لمالك المعلومات أو مستخدمها.

¹ رانيا المغربية، المعجم الموحد لمصطلحات إدارة خدمات تكنولوجيا المعلومات، مطبوعات المنشأة العربية لإدارة خدمات التكنولوجيا المعلومات، ص10، 2015.

² أحمد محمود محمد خلف، دور نظم المعلومات الإدارية في دعم اتخاذ القرارات الإدارية في المنشآت التجارية، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، ص60-61، 2015.

2- أهداف الأمن المعلوماتي:

يتحدد الهدف الأساسي للأمن المعلوماتي في ضمان حماية أصول المعلومات من مخاطر عديدة كالخسارة وتوقف التشغيل وسوء الاستخدام والإفصاح غير المصرح به، مما يقلل التعرض لأي مسائل قانونية أو مدنية ناتجة عن فقدان المعلومات وتسريبها، كما أن أمن المعلومات يهدف إلى حماية كافة موارد المؤسسة المادية أو المالية وكذلك الأفراد والنواحي التكنولوجية خاصة في ظل تزايد الجرائم الإلكترونية.¹

إن أغراض أبحاث واستراتيجيات ووسائل أمن المعلومات - سواء من الناحية التقنية أم الأدائية - وكذا أهداف التدابير التشريعية في هذا الحقل، هو عمان توفر العناصر التالية لأي معلومات يراد توفير الحماية الكافية لها:

- **السرية أو الموثوقية:** وتعني التأكد من أن المعلومات لا تنكشف، ولا يطل عليها الأشخاص غير المخولين بذلك.
- **التكاملية وسلامة المحتوى:** التأكد بأن محتوى المعلومات صحيح، و لم يتم تعديله أو العبث به.
- **استمرارية وتوفر المعلومات أو الخدمة:** التأكد من استمرار عمل تكنولوجيا المعلومات، واستمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات وتقديم الخدمة لمواقع المعلوماتية، وأن مستخدم المعلومات لن يتعرض إلى من استخدامه لها أو دخوله إليها.
- **عدم إنكار التصرف المرتبط بالمعلومات:** ويقصد به عمان عدم إنكار الشخص الذي قام بتصرف ما متصل بالمعلومات أو مواقعها أنه هو الذي قام بهذا التصرف، بحيث تتوفر القدرة على إثبات أن تصرفاً ما قد تم من شخص ما في وقت معين.²

¹ محمود فتحي محمد، حنان طنطاوي أحمد، الأمن المعلوماتي ومواجهة تهديدات البيئة الرقمية لدى الشباب الجامعي نحو رؤية مقترحة من منظور الخدمة الاجتماعية، مجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، مجلد 3، العدد9، جامعة الفيوم، مصر، ص118، 2022.

² قدايفة أمينة، إستراتيجية أمن المعلومات، مجلة أبعاد اقتصادية، العدد1، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، ص165-166، 2016.

المطلب الثالث: أبعاد وركائز الأمن المعلوماتي

من أجل حماية نظم المعلومات من المخاطر التي تتعرض لها لا بد من الأخذ بعين الاعتبار توفر مجموعة من الركائز للوصول إلى تحقيق الحماية اللازمة للمعلومات، وتتمثل هذه الركائز فيما يعرف بثلاثية CIA ، وهي ¹ :

- **السرية : confidentiality** - وتعني حماية المعلومة من الإفشاء، أي ضمان أن الإطلاع عليها ونشرها لا يحق إلا للأشخاص المسموح لهم بذلك، والمقصود بالإطلاع على المعلومة قراءتها وطباعتها أو مجرد العلم بها.
- **السلامة : integrity** - وتعني حماية المعلومة من الإفساد، أي ضمان صحة ودقة المعلومة ومنع تغيير شكلها ومحوها وتعديلها أو حتى إضافة معلومة جديدة بصورة عمدية أو عرضية إلا للأشخاص المسموح لهم بذلك.
- **التوافر : availability** - يعني حماية المعلومة من الانقطاع، أي ضمان استمرارية الوصول أو النفاذ إلى المعلومة في الوقت المناسب من طرف الأشخاص المسموح لهم بذلك، والوقاية من التوقف المفاجئ في وظائف نظام المعلومات.
- **الموثوقية : authentication** - وتعني التحقق من هوية المستخدم، أي أن الشخص أو الجهة المتعامل معها هي ذاتها دون أي لبس أو غموض.
- **عدم الإنكار : القدرة على ضمان عدم إنكار الطرف المتعامل معه لوقوع المعاملة والنتائج المترتب عنها** ، فهي تتعلق بمسؤولية الشخص اتجاه الفعل الذي قد يكون إرسال رسالة أو أي فعل آخر.

¹ عبد الوهاب بويعة، لعور عبد العالي، جور الأمن المعلوماتي في مواجهة المخاطر التي تهدد نظام معلومات المؤسسة، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 01، المركز الجامعي تيبازة، ص 221-222، جوان 2023.

المطلب الرابع: قوانين والتشريعات لحماية الأمن المعلوماتي

يغلب تشريعات الدول الأجنبية الأمن المعلوماتي في حالة تهديد الأمن العام نمة اعتبار آخر؛ فهناك عدد كبير من التشريعات صدرت بهدف وضع معايير لأمن المعلومات التي تتيح تبادل البيانات والتشفير، ومنها النموذجان الأمريكي والفرنسي، اللذان تناولتهما الدراسات الفقهية بالبحث، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تم سنُّ قانون حماية المعلومات السرية والكفاءة الإحصائية لإنشاء حماية السرية للمعلومات التي تم جمعها للأغراض الإحصائية من قبل الوكالات الإحصائية الأمريكية، مثل: المركز الوطني لإحصاءات التعليم لعام 2019، وقانون حماية المعلومات السرية، وقانون الكفاءة الإحصائية، الذي تم سنُّه بوصفه جزءًا من قانون الحكومة الإلكترونية لعام 2002، قانون حماية المعلومات السرية والكفاءة الإحصائية هو إجراء قصير نسبيًا، وينصُّ على أن جميع معلومات تحديد الهوية الشخصية المقدمة من إلى وكالة اتحادية لأغراض إحصائية « سواء بشكل مباشر أو من منظمة أخرى » قبل الأفراد يجب أن تظل سرية، ولا تُستخدم إلا للأغراض الإحصائية، ما لم يوافق الفرد الأساسي بشكل محدد على الإفصاح. وينتهج قانون حماية المعلومات السرية والكفاءة الإحصائية عقوبات صارمة، يمكن أن يُسجن أيُّ موظف في الوكالة يُفصح عمداً عن أي معلومات تحديد الهوية الشخصية بطريقة لا يسمح بها قانون حماية المعلومات السرية والكفاءة الإحصائية لمدة تصل إلى خمس سنوات، وتُحكم عليه بالغرامة حتى 250 ألف دولار.

أما المشرع القطري فقد أصدر القانون رقم 13 لسنة 2016 م الخاص بحماية خصوصية البيانات الشخصية، الذي جاء بالمادة (18) منه على أن "للجهة المختصة أن تقرر معالجة بعض البيانات الشخصية دون التقيد بأحكام المواد 4، و 9، و 15، و 17 " من مواد هذا القانون، وذلك لتحقيق أيٍّ من الأغراض الآتية¹:

- حماية الأمن الوطني والأمن العام.
- حماية العلاقات الدولية للدولة.

¹ رمضان عبد الصمد عشموي، القوانين والتشريعات لحماية أمن المعلومات، مجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 80، جامعة القاهرة، ص 820-821، يوليو-سبتمبر 2022.

- حماية المصالح الاقتصادية أو المالية للدولة.
 - منع أي جريمة ج نائية، أو جمع معلومات عنها، أو التحقيق فيها، وتحتفظ الجهة المختصة بسجل خاص تُقَيِّدُ به البيانات التي تحقِّق الأغراض المشار إليها، وَيَصْدُرُ بتحديد شروط وضوابط وأحوال القيد في هذا السجل قرارًا من الوزير.
- وهو ما آمن به المشرع المصري- كما قلنا - في دستور عام 2014 م، وذلك من خلال المادة 31 أمن منه التي نصّت على أنه "أمن الفضاء المعلوماتي جزء أساسي من منظوم الاقتصاد والأمن القومي، وتلتزم الدولة باتخاذ التدابير اللازمة للحفاظ عليه، على النحو الذي ينظمه القانون".
- كما تنص المادة 57 منه على أن للحياة الخاصة حرمةً، وهي مصونة لا تُمَسُّ، وللمراسلات البريدية والبرقية والإلكترونية والمحادثات الهاتفية، وغيرها من وسائل الاتصال، حُرْمَةٌ وسريتها مكفولة، ولا تجوز مصادرتها، أو الإطلاع عليها، أو رقابتها إلا بأمر قضائي، ولمدة محددة، وفي الأحوال التي يبينها القانون . كما تلتزم الدولة بحماية حق المواطنين في استخدام وسائل الاتصال العامة بكل أشكالها، ولا يجوز تعطيلها أو وقفها أو حرمان المواطنين منها بشكل تعسفي¹.
- أما المشرع الجزائري جعل الشروع في الجناية كالجناية نفسها، و بالتالي يعاقب عليها بنفس العقوبة المحددة قانونا للجناية، أما بالنسبة للجنح فانه لا عقاب على الشروع فيها إلا بنص صريح ، وهذا ما استدركه فيما يخص الجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات بالعقاب على الشروع فيها بالعقوبات المقررة للجنحة ذاتها، ولا شك أن تقرير المشرع الجزائري العقاب على الشروع في هذا النوع من الجرائم قد يرجع إلى إدراكه لخطورتها وخصوصيتها، و إلى ما قد تؤدي إليه من خسائر في حالة إتمامها. وهو ما اقره المشرع الفرنسي كذلك وذلك بموجب المادة 323-7 عقوبات. غير أن الفرق بين التشريعين أن المشرع الجزائري من خلال المادة 394 مكرر 17عاقب على الشروع في كل الجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات بما في ذلك المادة التي تعاقب على الاتفاق الجنائي و وسع بذلك من نطاق العقاب على الشروع ليشمل حتى الاتفاق الجنائي، أما بالنسبة للمشرع الفرنسي فقد

¹ رمضان عبد الصمد عشاوي، المرجع السابق، ص 820-821.

أخرجه من دائرة العقاب على الشروع من خلال المادة 7-323(576) والتي اقتضت العقاب على الشروع في الجرائم المنصوص عليها في المواد من 1-323 إلى 3-323-1.¹

¹ بورياة سورية. قواعد الأمن المعلوماتي، مذكرة لنيل الدكتوراه في علوم قانونية، جامعة الجليلي اليباس، ص210-2015، 2016/211

المبحث الثاني: سياسة الأمن المعلوماتي ومتطلباته

تنبثق سياسات أمن المعلومات من قواعد وتوجيهات تضعها إدارة المؤسسة وفق الثقافة العامة في المؤسسة لتوضح كيفية قيام الأشخاص بأداء أعمالهم المتعلقة بنظم المعلومات بما يضمن تحقيق الغايات الأمنية في المؤسسة.

المطلب الأول: متطلبات الأمن المعلوماتي

إن حماية أمن المعلومات يتطلب نشر الوعي بين العاملين في المنظمة بالأخطار التي تهدد أمن المعلومات ومن هذه المتطلبات ما يلي:

يرى حامد والحمود (2009) مخاطر أمن نظم المعلومات بأنها جميع الممارسات البشرية والأحداث السياسية والتأثيرات البيئية المقصودة وغير المقصودة سواء كانت داخل المنظمة أو خارجها وينتج عنها إتلاف أو تدمير أو سرقة أو تزوير لبعض أو كل من نظم المعلومات المحاسبية متبوعة في كثير من الأحيان بتحقيق خسائر في الوقت والجهد والأموال. وتتعرض نظم المعلومات الإلكترونية للكثير من المخاطر والتهديدات ومنها التلاعب في البيانات بقصد تدميرها سواء بالحذف، أو بالدمج غير الصحيح لبعضها، أو بخلطها ببيانات أخرى غير حقيقية أو تبويبها بشكل خاطئ تفقد معه مدلولها ومعناها؛ وقد يحدث التلاعب في البيانات بشكل يجعلها لا تعبر عن الحقائق التي نتجت عنها أصلاً، كما أن هذا التلاعب يحدث في مراحل مختلفة من النظام حيث المدخلات أو التشغيل أو التخزين أو المخرجات.

ومن الممكن أن تكون تلك التهديدات في شكل سرقة وقت أجهزة الكمبيوتر واستخدامه في الأغراض الشخصية والدخول غير المصرح به للنظم والشبكات وتخريب وتدمير بعض الملفات، فشل النظام وسقوط شبكة الاتصال، منع الأشخاص المخول لهم بالدخول إلى النظام، الكوارث الطبيعية مثل الحرائق والفيضانات أو انقطاع مصدر الطاقة، الكوارث غير الطبيعية مثل الحرائق المفتعلة وغيرها¹

¹ رضا إبراهيم صالح، أحمد عبد السلام أبو موسى، ندا حامد توفيق أبو سعدة، دراسة أثر إدارة أمن المعلومات على نجاح برنامج أمن نظم المعلومات المحاسبية، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، المجلد 6، العدد 10، ج 1، ص 111-112، 2020.

إدخال فيروسات للكمبيوتر، الإظهار غير المرخص به للبيانات عن طريق عرضها على شاشات العرض أو طبعها وتوزيعها بواسطة أشخاص غير مصرح لهم بذلك، وكذلك مقاطعة تحويل البيانات من أماكن بعيدة.

ومن أهم متطلبات الأمن المعلوماتي التي يجب أن تقوم بها الدولة هي: ¹

- إدراج سياسات أمن المعلومات ضمن الأمن القومي للدولة. وذلك باعتبار أن أمن تقنية المعلومات من الأمور بالغة الأهمية لأمن البلاد، وللحفاظ على مكونات ثروتها الجديدة في القرن الألكتروني.
- تشكيل لجان قانونية من فقهاء القانون والمتخصصين في نظم المعلومات لمتابعة التطور التقني لقطاع المعلومات، ومتطلباته اللازمة لضمان أمن وحماية نظم المعلومات، بما في ذلك خصوصية المعلومات والبيانات الشخصية.
- اعتماد العقوبات الرادعة للتعديات والمخالفات الأمنية في مجال تقنية المعلومات مع مراعاة التحديث المستمر لهذه العقوبات لتواكب المستجدات في تقنية المعلومات
- اعتماد استخدام بعض الوسائل الأمنية الإللكترونية ومنها البطاقة الذكية لإثبات هوية المواطن وكافة المعلومات المتعلقة به، واستخدام التوقيع الإللكتروني في المعاملات الإللكترونية، وتطبيق البصمة الإللكترونية ونظم وبرامج الحماية المعلوماتية الوقائية والعلاجية، إلى غير ذلك من الوسائل التي أوجدها العلم الحديث لمواكبة تطبيقات التقنية الرقمية.
- هندرة أنظمة ولوائح عمل أجهزة الدولة على المستوى الكلي بما يتناسب مع متطلبات العمل الإللكتروني، ومنح المستخدمين على أساس شخصياتهم ومراتبهم الوظيفية صلاحيات للتعامل والنفاز للمعلومات الحساسة كل حسب مرتبته الوظيفية وما يكفله له قوانين الأمن المعلوماتي لتقنية المعلومات.

¹ محمد الجيزاوي، الإدارة الإستراتيجية والأعمال الإللكترونية: إشكاليات النظرية والتطبيق، ط1، شركة بريطانية E-Kutub ltd، للنشر، ص168-169، 2018.

➤ الاستفادة من خبرات الدول التي تعاملت مع هذه المتطلبات القانونية مبكراً، والإطلاع على مشاكل التطبيق فيها، وكيف تعاملوا معها، وعمليات تطوير نظم الحماية فيها.

المطلب الثاني: سياسة الأمن المعلوماتي¹

سياسة أمن المعلومات هي مزيج من المبادئ والأنظمة والمنهجيات والتقنيات والأدوات أنشئت لحماية المنظمة من التهديدات ، ويرى Alnathier أنها وثيقة إستراتيجية بمعنى أنها تنشأ قبل القيام بأي نشاط من أنشطة أمن المعلومات فهي تتكون من الأهداف والاتجاهات والقواعد التي يجب وضعها وإتباعها من قبل الموظفين والأطراف الأخرى التي تتعامل مع المنظمة، لذا يجب أن تكون هذه السياسة واضحة في تحديد الأهداف والأدوار ومسئوليات الموظفين والأطراف الأخرى ذات المصلحة، كما يجب أن تكون شاملة بمعنى أنها تغطي جميع جوانب متطلبات وضوابط أمن المعلومات وأن تكون متناسقة مع سياسة المنظمة ورؤيتها.

وينبغي لسياسة أمن المعلومات على المستوى المؤسسي أن تعالج أساسيات هيكل إدارة أمن المعلومات في المنظمة، بما في ذلك:

أدوار ومسئوليات أمن المعلومات، بيان خط الأساس للضوابط الأمنية وقواعد تجاوز خط الأساس، وقواعد السلوك التي من المتوقع أن يتبعها مستخدمو المنظمة والحد الأدنى من العواقب المترتبة على عدم الامتثال فعالة.

وفيما يلي بعض المعايير التي ينبغي على المنظمة إتباعها من أجل تنفيذ سياسة أمن فعالة:

- يجب أن تكون سياسة أمن المعلومات واضحة ومفهومة من قبل جميع الأطراف المعنية وأن يتم متابعة هذه السياسة بانتظام لمعرفة ما إذا كان يتم انتهاكها، كما يجب وجود مبادئ توجيهية إجرائية محددة بشكل جيد للتعامل مع حوادث انتهاك السياسة .

¹ رضا إبراهيم صالح، المرجع السابق، ص112-113.

- أن تكون ملائمة للثقافة التنظيمية وملائمة للنمط الذي يتسق مع أسلوب الاتصال العام في المنظمة
- استخدام لغة بسيطة لضمان سهولة فهمها، وتحديد الغرض من السياسة ونطاق المنظمة وشرح ماهو النشاط المقبول وما هو غير مقبول
- ينبغي وضع سياسة أمن المعلومات على أساس الاحتياجات الأمنية والأهداف التجارية للمنظمة.¹

المطلب الثالث: إجراءات الأمن المعلوماتي

- هي مجموعة العمليات التي يتم تصميمها لتحقيق مجموعة من الأهداف تتعلق بإمكانية الاعتماد على فاعلية العمليات في المنظمة والالتزام بالقوانين واللوائح من اجل التحكم في جميع العمليات داخل المنظمة والحد من المخاطر التي يتعرض لها امن المعلومات في المنظمة .
- تعتبر إجراءات الأمن المعلوماتي من المواضيع الهامة التي يجب الاهتمام بها من قبل الإدارة العليا نظرا للأهمية الإستراتيجية التي تتمتع بها لعدة أسباب منها ما يلي:²
- احتمالية اختراق الأنظمة وسرقة المعلومات والبيانات أو تعديلها بشكل غير مرغوب أو أن يتم تعديلها من قبل مستخدمي النظام بشكل مقصود أو غير مقصود.
 - الامتثال لمتطلبات قوانين الحماية والخصوصية مثل خصوصية المعلومات المتعلقة بالموظفين والزبائن والموردين .

¹المرجع نفسه، ص112-113.

²عدنان عواد الشوابكة، دور إجراءات الأمن المعلوماتي في الحد من مخاطر أمن المعلومات في جامعة الطائف، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 11، عدد4، أكتوبر 2019، جامعة الطائف، ص167.

إجراءات أمن المعلومات ذات القيمة المعنوية هي بالترتيب:¹

1. اختيار الموقع الفيزيائي الآمن، إما للأجهزة والمعدات الحاسوبية التي ستحتوي على المعلومات إذا كانت المعلومات رقمية، أو للمعدات اليدوية التي ستحتفظ بالوثائق والمستندات التي تضم المعلومات إذا كانت المعلومات ورقية، وينبغي أن يكون الموقع الفيزيائي آمناً من التهديدات غير البشرية، كالكوارث الطبيعية والحوادث غير المتوقعة، وآمناً من الهجمات البشرية مهما كان مصدرها، ولإضافة هامش أمان إلى المكان الفيزيائي للمعلومات ذات القيمة المعنوية، ينبغي أن يكون الموقع مخفياً عن الأعين، بحيث لا توجد شارات أو لافتات تدل على صفته أو على ماذا يحتوي.

2. استخدام ضوابط الأمن الفيزيائي الكشفية والوقائية في محيط المكان الذي يضم المعدات والأجهزة الرقمية أو المعدات اليدوية التي تضم المعلومات الرقمية أو الورقية، والسبب في عدم استخدام الضوابط الرادعة هو احتواؤها على أدوات ومواد إعلامية تدل على طبيعة المكان، وذلك يُخالف الإجراءات الأولى السابق.

3. توظيف أفراد موثوقين ومؤتمنين جداً بوصفهم قيمين أو مستخدمين للمعلومات المصنفة سرية أو المعلومات الدولية المصنفة سرية، ويتم هذا الإجراء من خلال دراسة السيرة الذاتية والتحقق من الخلفية الائتمانية لكل فرد منهم قبل إسناد المهام إليهم.

4. عزّل جميع الأنظمة الحاسوبية المخطّط لها أن تضم المعلومات ذات القيمة المعنوية عن أي شبكة خارجية أو داخلية، وعدم تركيب أي برامج لا تمت بصلة (من قريب أو من بعيد) للتعامل مع هذه المعلومات في الأنظمة الحاسوبية التي ستخزنها، وذلك إذا كانت المعلومات الخاصة رقمية.

5. الاحتفاظ بالمعلومات الرقمية على وسائط تخزين تكون صالحة مدة طويلة جداً، وهذا يعني أنه ينبغي أيضاً مجازة الصناعة الحديثة لوسائط التخزين باستمرار؛ متابعة حفظ المعلومات الخاصة الرقمية المخطّط لها أن تبقى محمية مدة طويلة.

¹ ساري محمد خالد، اتجاهات في أمن المعلومات وأمانها- أهمية تقنيات التعمية الشفرة، ط1، شركة العبيكان للتعليم والنشر، الرياض، ص119 إلى 121، 2018.

6. عدم نسخ أي من المعلومات الرقمية أو تصوير الوثائق والمستندات التي تضم المعلومات الورقية.

7. حماية مضمون جميع المعلومات المصنفة سرية من خلال تعميميتها باستخدام أدوات تعميمية موثوقة وقوية وخاصة بهذه المعلومات وغير معروفة تجارياً ومفتاح سري طويل نسبياً ومختلط الحارف إذا كانت المعلومات رقمية، أو الاحتفاظ بها في خزانة حديدية محكمة الإقفال إذا كانت المعلومات ورقية. بعدها ، يجب الاحتفاظ بالمفتاح السري الرقمي أو المفتاح اليدوي مع أكثر القيميين ائماناً.

- أما إجراءات أمان المعلومات ذات القيمة المعنوية فهي بالترتيب :

1. فحص محيط مالك المعلومات دورياً؛ للتأكد من سلامته وحُلُوّه من أي عيوب أمان والتحقق من عدم وجود أي ثغرة مهما كانت صغيرة.
2. التحقق باستمرار من الخلفيات الائتمانية لجميع القيميين والمستخدمين للمعلومات ذات القيمة المعنوية؛ للتأكد من استمرارية أمانتهم تجاه التعامل مع هذه المعلومات، وأفضل الطُّرُق للتحقق من الخلفيات الائتمانية للقيمين اتجاهات في أمن المعلومات وأمانها والمستخدمين هي مراقبتهم فيما يتعلق بتحرُّكاتهم المرتبطة من قريب أو من بعيد بتعاملهم مع المعلومات ذات القيمة المعنوية..
3. تطبيق آلية دقيقة لولوج المستخدمين إلى المعلومات الخاصة ذات القيمة المعنوية، بحيث تمنح المستخدم الذي يحتاج فعلاً إلى هذه المعلومات وبترخيص من رؤسائه، حق الوصول المحدود، وتقييد حرية وصول المستخدمين إلى المعلومات التي لا يحتاجون إليها أصلاً في عملهم ، ولم يرخص لهم ذلك من رؤسائهم.
4. إتلاف جميع المعلومات الخاصة ذات القيمة المعنوية الرقمية أو الورقية عند الانتهاء من استخدامها على نحو يستحيل تماماً استرجاعها كلياً أو جزئياً.¹

¹ ساري محمد خالد، المرجع السابق، ص 119-121.

المطلب الرابع: دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي

أصبح أمن المعلومات من الاهتمامات الكبرى للأشخاص والمؤسسات سواء العامة أو الخاصة لوضع حواجز أمنية وأخذ تدابير لمكافحة السلوكيات غير المشروعة أو التهديدات الضارة والمرتكبة ضد المعلومة سواء بصورة مباشرة أو عبر التكنولوجيا لحماية المعطيات الشخصية، وتقوية أمن المعلومات الإستراتيجية في المؤسسة.

فاختراق المعلومات يشكل خطرا يسبب خسائر للاقتصاد وللمؤسسات التي تمثل البنية التحتية الحيوية للدول، وأمن المعلومة يعد أولوية إستراتيجية أساسية لتطور المؤسسات.

لذا تعمل المؤسسات والمنظمات على توفير الحماية والعناية للمعلومات المتعلقة بالمؤسسة، فكل وظيفة موجودة في المؤسسة تكون المسؤولة على معلومتها وتعمل على تغطيتها وحمايتها، وهذا من أجل تفادي تسربها أو اختراقها لتصبح مصدر تهديد للمؤسسة مما يجعلها تقع في مشاكل ومواجهات مع زبائنها ومتعاملين معها تفقدها مكانتها وحضورها، لذا تعمل إدارة العلاقات العامة على مساندة ومساعدة قسم الأمن المعلوماتي من خلال التدخل الفوري في توقيف المشاكل وتغطية أي فضيحة تتعلق بالسمعة المؤسسة أو أحد موظفيها وأيضا تشارك في عملية البحث مسري المعلومات واختراقها، وتطبيق الإجراءات والوسائل التي تحد من انتشار قضية اختراق أو تسرب المعلومات.

خلاصة الفصل:

تعتبر أمن المعلومات أحد أبرز الأنظمة المعاصرة والمهمة لمواكبة التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال، وقد ظهرت لتحقيق الهدف الرئيس الذي تسعى إليه المنظمات اليوم وهو تلبية متطلبات الزبون وتحسين جودة المنتج والمحافظة عليها من خلال أتمتة المكتب وسرعة انجاز الأعمال بدقة أكبر. كما يعمل أمن المعلومات على إحداث تغير جذري في الأداء من خلال تغيير نظام وأدوات العمل وتطوير العاملين من خلال التعليم والتدريب على أمن المعلومات، ومهارات العاملين مستخدمي تكنولوجيا المعلومات على استخدام أحدث البرامج التي تتطلبها المرحلة لتحقيق أهداف المنظمة

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

تمهيد

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم الوسائل الضرورية التي تساعد على جمع البيانات والمعلومات عن أي واقع اجتماعي أو ظاهرة اجتماعية التي تمثل موضوع الدراسة والبحث ويتم ذلك بصورة علمية ومنهجية ، كما أنها تلعب دورا في تدعيم الدراسة النظرية.

المبحث الأول: تفريغ البيانات

يتناول هذا الجزء الهام من الدراسة تحليل البيانات الميدانية ،استنادا لمعطيات استمارة الاستبيان الموزعة على المبحوثين ، ثم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية ،ثم التعليق عليها كميًا وكيفيًا وإيجاد تفسيرات ودلالات اجتماعية لأجوبة المبحوثين .

1-مجالات الدراسة: وهي تحتوي على المجال المكاني وهو المكان الذي أجريت فيه الدراسة والمجال البشري المتمثل في مجتمع البحث أي الأفراد الذين أجريت عليهم الدراسة ،وأخيرا المجال الزمني أي المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة ،وفيما يلي مجالات دراستنا.

- **المجال المكاني:** أجريت الدراسة على مؤسسة اتصالات الجزائر -الأغواط-

- **المجال البشري:** هم مجموعة من الموظفين المنتمين إلى مؤسسة اتصالات الجزائر -الأغواط-

- **المجال الزمني:** تمت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2024-2025 ومرت بالمراحل التالية:

- **الدراسة الاستطلاعية:** دامت من 1فيفري إلى 30 مارس تم فيها جمع المعلومات عن موضوع الدراسة .

- **الدراسة الميدانية:** والتي دامت من 25أفريل الى 1 جوان وتم فيها توزيع الاستبيان الالكتروني على مجموعة من الموظفين ثم تحليل بيانات الاستمارة لتصل إلى النتائج النهائية.

- **العينة:** تم استخدام العينة العشوائية حيث قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان على مجتمع الدراسة وطبقت هذه الدراسة على عينة قوامها 30 مفردة.

- **الاستمارة:** تم الاعتماد في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان

وقد قسمت استمارة الاستبيان كما يلي :

-**المحور الاول:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تساعد على الكشف على البيانات الشخصية الضرورية في البحث وعددها 4 أسئلة.

-**المحور الثاني:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تتعلق بدور إدارة العلاقات العامة في نشر الوعي لدى الموظفين و الجمهور .

-**المحور الثالث:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تتعلق بالتحديات التي تواجهها اتصالات الجزائر في الأمن المعلوماتي.

-**المحور الرابع:** يتضمن مجموعة من الأسئلة تتعلق بدور ادارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي.

المبحث الثاني: عرض النتائج وتحليلها:

المحور الاول: البيانات الشخصية .

الجدول رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
66.7%	20	ذكر
33.3%	10	أنثى
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبين

قراءة الجدول:

يوضح الجدول رقم (1) أن عدد الذكور ضمن عينة الدراسة بلغ 20 فردا ، أي ما أي ما يعادل

66.7% من اجمالي العينة ، بينما بلغ عدد الاناث 10 أفراد بنسبة 33.3%

يشير هذا التوزيع إلى ان العينة يغلب عليها الطابع الذكوري ، وهو مايعكس إلى حد ما الواقع

الوظيفي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر ، حيث يشكل الذكور النسبة الأكبر من العاملين ، خصوصا في

المجالات التقنية والمعلوماتي

الجدول رقم (2) توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
3.3%	1	من 25-30 سنة
20%	6	30-35 سنة
50%	15	35-40 سنة
26.7%	8	أكثر من 45
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبين

قراءة الجدول:

يبين الجدول رقم (2) أن الفئة العمرية من 35-40 سنة هي الأكثر تمثيلاً ضمن العينة ، حيث بلغ عدد أفرادها 15 شخصا ، ما يعادل 50% من إجمالي العينة . تليها فئة أكثر من 45 سنة بنسبة 26.7% ، ثم فئة من 30-35 سنة بنسبة 20% . أما الفئة الأقل تمثيلاً فهي من 25 إلى 30 سنة بنسبة 3.3% فقط . يشير هذا التوزيع إلى غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة عمرية ذات خبرة مهنية متوسطة إلى عالية ، مما قد يعكس استقرارهم في مناصبهم وقدرتهم على التعامل مع متطلبات الأمن المعلوماتي داخل المؤسسة . كما يظهر قلة تمثيل الفئات العمرية الشابة ، وهو قد يدل على ندرة التوظيف الحديث أو أن المهام ذات الصلة بالأمن المعلوماتي تسند غالباً للأفراد ذوي الخبرة .

الجدول رقم (3): توزيع أفراد العينة على حسب المستوى التعليمي

الاحتمالات	تكرار	النسبة %
ثانوي فأقل	2	6.7%
جامعي	19	63.3%
دراسات عليا	9	30%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يوضح الجدول رقم (3) أن أغلب أفراد العينة يحملون مستوى تعليمي جامعي ، حيث بلغ عددهم 19 فرداً ، بنسبة 63.3% من مجموع العينة . بينما بلغ عدد الحاصلين على دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه) 9 أفراد ، أي ما يعادل 30% ، في حين يمثل أصحاب المستوى الثانوي أو أقل نسبة ضئيلة لا تتجاوز 6.7% . هذا التوزيع يعكس مستوى تأهيلي مرتفع نسبياً لدى العاملين في المؤسسة ، مما يشير إلى اهتمامها بتوظيف أفراد ذوي كفاءات علمية في مجالات تتطلب معرفة تقنية وأكاديمية خاصة في ما يتعلق بالأمن المعلوماتي . كما أن ارتفاع نسبة أصحاب الدراسات العليا قد يكون دليلاً على سعي المؤسسة لتطوير مهارات موظفيها من خلال التكوين المستمر أو الترقيات المبينة على المؤهلات العلمية

الجدول رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
10%	3	عون التنفيذ
40%	12	عون تحكم
50%	15	إطار
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يتضح من خلال الجدول رقم (4) أن توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة يشير إلى أن فئة "إطار" تمثل النسبة الأكبر من الأفراد العينة بنسبة 50% تليها فئة "عون تحكم" بنسبة 40%، بينما تأتي فئة "عون تنفيذ" في المرتبة الأخيرة بنسبة 10%. يعكس هذا التوزيع التركيبية الوظيفية للعينة ويشير إلى أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى الوظائف الإدارية والإشرافية، ما قد يؤثر في تفسير النتائج العامة للدراسة. يظهر ذلك أهمية مراعاة التمثيل المتوازن عند تحليل البيانات وتعميم النتائج

الجدول رقم (5): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة في العمل

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
3.3%	1	أقل من 5 سنوات
16.7%	5	5-10 سنوات
60%	18	10-15 سنة
20%	6	15-20 سنة
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يتبين من الجدول رقم (5) أن الغالبية العظمى من أفراد العينة لديهم خبرة علمية تتراوح بين 10 و15 سنة، بنسبة 60%، ما يشير إلى تمتع أغلب أفراد العينة بخبرة مهنية متوسطة إلى طويلة نسبياً. تأتي في المرتبة الثانية فئة من لديهم خبرة من 15-20 سنة بنسبة 20%، ثم فئة من لديهم خبرة من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 16.7%، بينما تمثل الفئة الأقل خبرة (أقل من 5 سنوات) نسبة 3.3% فقط. يوضح هذا التوزيع أن العينة تضم في معظمها أفراداً متمرسين في مجال علمهم، ما يعزز مصداقية النتائج المستخلصة من الدراسة، ويعكس مدى تأصل الخبرة العلمية لدى أغلب أفراد العينة.

المحور الثاني: دور إدارة العلاقات العامة في نشر الوعي لدى الموظفين والجمهور.

الجدول رقم (6): مدى تأثير جهود العلاقات العامة في تغيير سلوك الجمهور ومواقفه

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
تأثير كبير	1	3.3%
تأثير ملحوظ	15	50%
تأثير ضعيف	8	26.7%
لا يوجد تأثير	6	20%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يظهر من الجدول رقم (6) أن جهود العلاقات العامة في تغيير سلوك الجمهور ومواقفه قد حققت مستويات متفاوتة من التأثير، حيث تشير البيانات إلى أن نصف أفراد العينة (50%) يرون أن لهذه الجهود تأثيراً ملحوظاً، بينما يرى 26.7% أن التأثير ضعيف، في المقابل، يرى 20% من أفراد العينة أنه لا يوجد تأثير لهذه الجهود، في حين أن نسبة قليلة 3.3% فقط ترى أن التأثير كبير. يبين هذا التوزيع أن التأثير العام للعلاقات

العامة على سلوك الجمهور متوسط نسبيا، ويستلزم تعزيز هذه الجهود وتطويرها للوصول الى مستويات اكبر من التأثير الايجابي على الجمهور.

الجدول رقم(7): الوسائل التي تستخدمها ادارة العلاقات العامة للتواصل مع الموظفين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نشرات داخلية	1	3.3%
الرسائل الإلكترونية	15	15%
الاجتماعات الدورية	10	33.3%
المنصات الرقمية الداخلية(الأنترنت)	4	13.3%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يتضح من الجدول رقم (7) أن الوسيلة الأكثر استخداما من قبل ادارة العلاقات العامة للتواصل مع الموظفين هي الرسائل الإلكترونية بنسبة 50 %، وهو ما يشير الى اعتماد كبير على التكنولوجيا في إيصال المعلومات. تليها الاجتماعات الدورية بنسبة 33.3 %، مما يعكس اهمية اللقاءات المباشرة في مناقشة القضايا واشراك الموظفين. بينما جاءت المنصات الرقمية الداخلية في المرتبة الثالثة بنسبة 13.3% وأخيرا النشرات الداخلية بنسبة 3.3 %، وهو ما يشير الى تراجع استخدامها مقارنة بالوسائل الحديثة. يبين ذلك ان ادارة العلاقات العامة تعتمد بشكل رئيسي على الوسائل الالكترونية واللقاءات الدورية لضمات فعالية الاتصال مع الموظفين.

الجدول رقم(8) :الاعتقاد ان الرسائل التوعوية التي تقدمها المؤسسة واضحة ومؤثرة.

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
66.7%	20	نعم
6.7%	2	لا
26.6%	8	احيانا
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبين

قراءة الجدول:

يتضح من خلال الجدول رقم (8) ان الغالبية العظمى من المبحوثين ، بنسبة 66.7%، يعتقدون ان الرسائل التوعوية التي تقدمها المؤسسة واضحة ومؤثرة ، مما يعكس نجاح المؤسسة في ايصال مضمون رسائلها بشكل فعال .في المقابل ، يرى 26.6% من افراد العينة ان هذه الرسائل واضحة احيانا ،ما يشير الى وجود مجال لتحسين استمرارية الوضوح والتأثير في بعض الأحيان .في حين عبر 6.7% فقط عن عدم وضوح وتأثير هذه الرسائل ،وهو ما يمثل نسبة ضئيلة توضح أن المؤسسة تقوم بعمل جيد في التواصل التوعوي بشكل عام.

الجدول رقم(9) : كيفية تلقي المعلومات من المؤسسة

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
83.3%	25	مواقع إلكتروني
16.7%	5	وسائل التواصل
0%	0	فعاليات
0%	0	نشرات
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبين

قراءة الجدول:

يتضح من الجدول رقم (9) ان الغالبية العظمى من افراد العينة يعتمدون بشكل رئيسي على المواقع الالكترونية في تلقي المعلومات من المؤسسة ،بنسبة بلغت 83.3% ، وهو ما يشير الى اهمية التكنولوجيا والمنصات الالكترونية في اوصول المعلومات والرسائل .في المقابل ، اشار 16.7% فقط الى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تلقي المعلومات ،مما يعكس وجود تنوع محدود في قنوات الاتصال بالمؤسسة .بينما لم يتم الاشارة الى اي اعتماد على الفعاليات او النشرات ،وهو ما يوضح ان المؤسسة قد تحتاج الى تعزيز استخدام هذه الوسائل للوصول الى جمهور اوسع وزيادة فاعلية الاتصال.

الجدول رقم(10) :مدى فاعلية ادارة العلاقات العامة في بناء علاقة ايجابية ومستدامة مع

الجمهور

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
فاعلة جدا	5	16.7%
فاعلة	17	56.7%
متوسطة	6	20%
غير فاعلة	2	6.6%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يوضح الجدول رقم (10) ان اغلبية العينة يعتقدون بأن ادارة العلاقات العامة في المؤسسة تلعب دورا مهما وفعالا في بناء علاقة ايجابية ومستدامة مع الجمهور ،اذ يرى 56.7% أنها "فاعلة" ، بينما يرى 16.7% انها " فاعلة جدا". من جهة اخرى ، عبر 20% من أفراد العينة عن رأيهم بأنها "متوسطة"، وهو ما يشير إلى وجود بعض الملاحظات أو التحديات التي قد تعرقل تحقيق العلاقة المستدامة .أما نسبة 6.6% فقط، فقد رأّت أنها " غير فاعلة"، ما يستدعي دراسة أسباب ذلك ومعالجتها لضمان تحسين فعالية ادارة العلاقات العامة في بناء وتعزيز هذه العلاقة بشكل أفضل

المحور الثالث: التحديات التي تواجهها اتصالات الجزائر في الأمن المعلومات.
الجدول رقم (11): مؤسسة اتصالات الجزائر مهتمة فعليا بحماية معلوماتها الرقمية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم بدرجة عالية	26	86.7%
بدرجة متوسطة	4	13.3%
بدرجة ضعيفة	0	0%
لا تهتم إطلاقا	0	0%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يوضح الجدول رقم (11) أن الغالبية العظمى من افراد العينة يعتبرون ان مؤسسة اتصالات الجزائر تولي اهمية كبيرة لحماية معلوماتها الرقمية ، اذ اشار 86.7% الى ان المؤسسة تهتم بذلك بدرجة عالية، في حين يرى 13.3% فقط ان الاهتمام بحماية المعلومات الرقمية يتم بدرجة متوسطة ..من اللافت للنظر ان أيا من المجيبين لم ير أ الاهتمام ضعيف أو معدوم ، ما يعكس وعيا واهمية كبيرة توليها المؤسسة لهذا الجانب المهم من امن المعلومات. هذا يعكس التزاما واضحا من المؤسسة بحماية بياناتها الرقمية، وهو امر ايجابي يجب دعمه واستمراره.

الجدول رقم (12): يتم إعلام الموظفين بشكل منتظم بأهمية حماية البيانات والمعلومات.

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
76.7%	23	دائما
23.3%	7	أحيانا
0%	0	نادرا
0%	0	أبدا
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يشير الجدول رقم (12) الى الغالبية العظمى من الموظفين (76.7%) يؤكدون أنه يتم اعلامهم بشكل دائم ومنتظم بأهمية حماية البيانات والمعلومات . كما أفاد 23.3% من المجيبين بأنهم يتلقون هذه المعلومات أحيانا، بينما لم يذكر أي منهم أنهم لا يتلقون المعلومات أو يتلقونها نادرا . تعكس هذه النتائج وعي المؤسسة بأهمية التواصل المستمر مع الموظفين حول موضوع حماية البيانات ،وهو ما يساهم بشكل ايجابي في تعزيز الثقافة الأمنية لدى الموظفين وضمان حماية المعلومات الرقمية للمؤسسة.

الجدول رقم (13): حضرت دورات أو ورشات تدريبية داخل المؤسسة بخصوص الأمن

المعلوماتي.

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
56.7%	17	نعم
43.3%	13	لا
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يشير الجدول رقم (13) الى مدى مشاركة الموظفين في الدورات أو الورشات التدريبية المتعلقة بالأمن المعلوماتي داخل المؤسسة .حيث أظهر أن أكثر من نصف الموظفين (56.7%) شاركوا بالفعل في مثل هذه الدورات ، بينما أشار 43.3% الى أنهم لم يحضروا أي دورة تدريبية في هذا المجال .تعكس هذه النتائج اهتماما نسبيا من المؤسسة بتدريب موظفيها حول الأمن المعلوماتي ، إلا أن نسبة عدم المشاركة (43.3%) مازال مرتفعة نسبيا ، وهو ما يتطلب مزيدا من الجهود لضمان مشاركة أكبر وتعزيز الوعي بأهمية أمن المعلومات بين جميع الموظفين.

الجدول رقم (14): هناك توجيهات واضحة بخصوص ما يجب فعله عند حدوث خرق معلوماتي.

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
66.7%	20	نعم
33.3%	10	لا
0%	0	لا أعلم
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يشير الجدول رقم (14) الى مدى وضوح التوجيهات والتعليمات المتعلقة بالإجراءات الواجب اتباعها عند حدوث خرق معلوماتي في المؤسسة .يتضح من النتائج أثلاثي الموظفين (66.7%) افادوا بوجود توجيهات واضحة ، بينما اوضح حوالي ثلث الموظفين (33.3%) انهم يفتقرون الى مثل هذه التوجيهات .ويبدو ان نسبة الموظفين الذين لا يعلمون بوجود توجيهات تساوي صفرا، وهو مؤشر ايجابي يعكس وعي الموظفين عموما بهذا الموضوع ، لكن مازالت هناك حاجة لتعزيز اجراءات التواصل والتدريب لضمان ان جميع الموظفين يدركون الاجراءات الواجب اتباعها عند حدوث خرق أممي.

المحور الرابع: دور ادارة العلاقات في تحقيق الأمن المعلوماتي.

الجدول رقم (15): لإدارة العلاقات العامة دورا مباشرا في التوعية بتهديدات الأمن المعلوماتي داخل المؤسسة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	20	66.7%
لا	10	33.3%
غير متأكد	0	0%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبين

قراءة الجدول:

يعكس الجدول رقم (15) دور ادارة العلاقات العامة في التوعية بمخاطر تهديدات الأمن المعلوماتي داخل المؤسسة. يتضح من الجدول أن نسبة 66.7% من المشاركين أكدوا وجود دور فعال للإدارة العلاقات العامة في هذا الجانب، بينما أوضح 33.3% من المشاركين أنهم لا يلاحظون اي مساهمة لهذه الإدارة في رفع مستوى الوعي الأمني المعلوماتي. ويبدو أن نسبة المشاركين الذين لم يتمكنوا من تحديد رأيهم (غير متأكد) تساوي صفرا ، وهو مؤشر جيد يعكس وضوحا نسبيا في تصورات الموظفين حول دور ادارة العلاقات العامة. بناء على ذلك ، يتعين على المؤسسة تعزيز جهود ادارة العلاقات العامة لتشجيع مزيد من التوعية وتحقيق التواصل الفعال مع جميع الموظفين.

الجدول رقم (16): الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة في هذا الجانب .

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
73.3%	22	نشرات الكترونية داخلية
13.3%	4	ملصقات توعوية
10%	3	حملات اعلامية
3.3%	1	تنظيم لقاءات وندوات
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يوضح هذا الجدول الوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في التوعية بتهديدات الأمن المعلوماتي. يتبين أن غالبية الجهود التوعوية تتركز على النشرات الإلكترونية الداخلية، حيث صوت لصالحها 22 شخصا (بنسبة 6.6%). بينما يرى البعض أن الملصقات التوعوية تلعب دورا محدودا (4 أشخاص بنسبة 1.2%)، تليها الحملات الإعلامية (3 أشخاص بنسبة 0.9%)، وأخيرا تنظيم اللقاءات والندوات (شخص واحد بنسبة 0.3%). يشير الجدول الى أن إدارة العلاقات العامة تعتمد بشكل أساسي على النشرات الداخلية كوسيلة رئيسية للتوعية، في حين تعتمد بدرجة أقل على الوسائل الأخرى، ما يبرز الحاجة إلى تنويع الوسائل التوعوية وتعزيز دورها لضمان الوصول إلى جميع الموظفين وزيادة وعيهم بأهمية أمن المعلومات.

الجدول رقم (17): تتعاون العلاقات العامة مع قسم تكنولوجيا المعلومات في مواجهة الأخطار المعلوماتية .

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	20	66.7%
لا	8	26.7%
أحيانا	0	0%
لا أعلم	2	6.6%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يتبين من الجدول رقم (17) أن هناك تعاوناً فعالاً بين إدارة العلاقات العامة وقسم تكنولوجيا المعلومات في مواجهة الأخطار المعلوماتية داخل المؤسسة ، حيث أشار حوالي ثلثي المشاركين (66.7%) إلى وجود هذا التعاون بشكل واضح ، بينما ذكر حوالي ربع المشاركين (26.7%) أنه لا يوجد تعاون . في المقابل ، لم يسجل أي تكرار لخيار "أحيانا" ، في حين عبر عدد قليل من المشاركين (6.6%) عن عدم معرفتهم بوجود تعاون يوضح ذلك أهمية تعزيز التواصل بين العلاقات العامة وقسم تكنولوجيا المعلومات لضمان فاعلية حماية المؤسسة من التهديدات المعلوماتية .

الجدول رقم (18): قامت ادارة العلاقات العامة في المؤسسة بحملات توعوية موجهة للموظفين أو الزبائن حول حماية البيانات .

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم بشكل منظم	17	56.7%
نعم بشكل محدود	11	36.7%
لم تقم بذلك	0	0%
لا أعلم	2	6.6%
المجموع	30	100%

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يتبين من الجدول رقم (18) أن غالبية المشاركين (56.7%) أكدوا أن إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة تقوم بحملات توعوية منتظمة للموظفين أو العملاء حول حماية البيانات ، في حين يرى 36.7% أن تلك الحملات تنفذ بشكل محدود فقط .ومن الملاحظ أن نسبة الذين يرون أن الإدارة لم تنفذ مثل هذه الحملات كانت معدومة (0%). بينما عبرت نسبة صغيرة (6.6%) عن عدم معرفتها بشأن هذه الحملات . يظهر هذا الجدول بوضوح أن هناك وعياً نسبياً لدى إدارة العلاقات العامة بأهمية توعية الموظفين والعملاء حول أمن المعلومات ، إلا أنه من المهم زيادة انتظام هذه الحملات للوصول إلى أفضل النتائج.

الجدول رقم (19): مدى فعالية هذه الحملات إن وجدت في تحسين وعي الموظفين .

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
56.7%	17	فعالة جدا
30%	9	فعالة إلى حد ما
13.3%	4	غير فعالة
0%	0	لم ألاحظ وجودها
100%	30	المجموع

من إعداد الطالبتين

قراءة الجدول:

يظهر الجدول رقم (19) أن غالبية الموظفين (56.7%) يرون أن الحملات التي نفذتها المؤسسة كانت فعالة جدا في تحسين وعيهم بأهمية حماية البيانات ، في حين يرى حوالي ثلث الموظفين (30%) أنها فعالة إلى حد ما . وفي المقابل أشار 13.3% من الموظفين إلى أن هذه الحملات غير فعالة بالنسبة لهم ، بينما لم يلاحظ أي موظف غياب الحملات . يوضح ذلك أن الحملات التوعوية تلعب دورا محوريا في رفع مستوى الوعي بين الموظفين ، ما يستدعي الاستمرار في تطوير هذه الحملات وتعزيز محتواها لتصل إلى جميع الموظفين بشكل متكافئ .

المبحث الثالث: مناقشة النتائج والتوصيات.

نتائج الدراسة :

من خلال دراستنا لهذا الموضوع استطعنا التوصل إلى جملة من النتائج منها ما يتعلق بأسئلة الدراسة ، ومنها ما يتعلق باختيار الفرضيات نذكرها فيما يلي:

1- النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

- ✓ يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تزيد من وعي الموظفين والجمهور بأهمية الأمن المعلوماتي.
- ✓ هناك تحديات تواجه إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي.
- ✓ يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تستخدم التكنولوجيا الحديثة لتعزيز الأمن المعلوماتي.
- ✓ يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تبني ثقة العملاء والجمهور في إجراءات الأمن المعلوماتي.

2- النتائج المتعلقة بالفرضيات:

- ✓ كلما زاد اهتمام إدارة العلاقات العامة بالأمن المعلوماتي زاد وعي الموظفين والجمهور، وذلك حسب الجدول رقم (12).
- ✓ توجد تحديات تواجه إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي، وذلك حسب الجدول رقم (11)
- ✓ تستخدم إدارة العلاقات العامة التكنولوجيا الحديثة لتعزيز الأمن المعلوماتي، وذلك حسب الجدول رقم (7) وجدول رقم (9) وجدول رقم (16).
- ✓ يمكن لإدارة العلاقات العامة أن تبني ثقة العملاء والجمهور في إجراءات الأمن المعلوماتي، وذلك حسب الجدول رقم (10).

التوصيات:

بناء على ما تقدم من نتائج في ضوء الأهداف والدراسات السابقة ونظرية الدراسة ، يمكن اقتراح جملة من التوصيات نلخصها فيما يلي:

- 1-توسيع دور العلاقات العامة في الأمن المعلوماتي: يجب تمكين ادارات العلاقات العامة لتشارك في وضع وتنفيذ خطط الأمن المعلوماتي ، وعدم حصر دورها في الجانب التوعوي فقط..
- 2-تكثيف الحملات التوعوية الموجهة: توجيه حملات توعية مدروسة ومستمرة للموظفين والجمهور حول أهمية أمن المعلومات ، مع استخدام لغة مبسطة ووسائط متعددة .
- 3-الاستفادة من الذكاء الاصطناعي : توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحليلات التنبؤية في أنشطة العلاقات العامة لتعزيز الحماية الاستباقية من الاختراقات أو تسريب المعلومات.
- 4-التدريب المستمر للكوادر: تقديم دورات تدريبية منتظمة لفرق العلاقات العامة ، لضمان تواصل فعال قائم على الفهم الحقيقي للمخاطر.
- 5-قياس الأثر بانتظام: وضع مؤشرات لقياس أثر أنشطة العلاقات العامة في تعزيز وعي الأمن المعلوماتي ، بهدف التحسين المستمر.

خلاصة :

وفي الأخير فقد عرضنا في هذا الفصل كل ما يتعلق بالدراسة الميدانية انطلاقا من عرض البيانات التي تم جمعها وتفسيرها، واستخلاص النتيجة العامة ونتائج الدراسة، والتي بدورها تساهم ولو بجزء في الكشف عن بعض الحقائق.

خاتمة

خاتمة:

بهذا يكون البحث قد مر عبر عدة مراحل بغرض الوصول إلى الأهداف التي انطلقنا في البحث من أجل تحقيقها، وبعرض النتائج يكون قد وصل البحث إلى مبتغاه.

لخصت الدراسة إلى أن ادارة العلاقات العامة تلعب دورا مهما وأساسيا في تعزيز الوعي الأمني للمعلومات داخل المؤسسات ، وقد بينت أيضا أن العلاقات العامة من خلال استخدام الوسائل الاتصالية المختلفة ، تمثل جسرا مهما بين الادارة والجمهور الداخلي والخارجي في توصيل السياسات والتعليمات . ومع ذلك فإن فعالية هذا الدور تظل مرهونة بجودة الرسائل الاتصالية وتنوع الوسائل المستخدمة ، ومدى اندماج ادارة العلاقات العامة في الخطط الاستراتيجية للمؤسسة . وبناء على ذلك ، فإن تعزيز دور العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي يتطلب إعادة النظر في أدواتها ، وتحديث مهارات العاملين فيها ، واعتماد منهجيات تواصل حديثة تتماشى مع متغيرات البيئة الرقمية ، لضمان تحقيق حماية معلوماتية شاملة ومستدامة.

قائمة المصادر والمراجع

أولا : الكتب:

1. محمد وليد صالح، محتوى الاتصال في العلاقات العامة البنوعية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016،
2. . أحمد محمود فريز الشعروط ، نظريات في الادارة التربوية ، مكتبة الرشد ،الرياض،
3. إبراهيم القمري: السلوك الإنساني والعلاقات العامة ، د-ط، دار الجامعات المصرية ، الإسكندرية ، 1976،
4. إبراهيم إمام فن العلاقات العامة والاعلام ، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة ، ط2 ، 1996م
5. أحمد محمود محمد خلف، دور نظم المعلومات الإدارية في دعم اتخاذ القرارات الإدارية في المنشآت التجارية، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2015
6. جيران مسعود: الرائد، معجم لغوي عصري ط8 ، دار العلم للملايين ،بيروت لبنان ،2001،
7. خالد السيد عبد الحق، دعاء محمود عبد العال عبد الراضي، أخلاقيات العلاقات العامة، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2023،
8. زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، إدارة العلاقات العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2016،
9. ساري محمد خالد، اتجاهات في أمان المعلومات وأمانها-أهمية تقنيات التعمية الشفرة)، ط1، شركة العبيكان للتعليم والنشر، الرياض، 2018،
10. عبد الرزاق الدليمي، علاقات العامة وإدارة الأزمات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016،
11. علي فلاح مفلح الزعبي، مروان بدر السميعة، إدارة العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019

12. محمد الجيزاوي، الدارة الإستراتيجية والأعمال الالكترونية: إشكاليات النظرية والتطبيق، ط1، شركة بريطانية E-Kutub ltd ، للنشر، 2018،
13. محمد خالد .نظم المعلومات الإداري. دار الفكر ، 2020
14. محمد سكيكر، الجريمة المعلوماتية وكيفية التصدي لها، كتاب الجمهورية للنشر والتوزيع، مصر، 2010
15. محمد صالح على القريشي، سالم جاسم محمد العزاوي، العلاقات العامة والهوية الثقافية، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2025،
16. محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، د-ط ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، مصر ، 1995،
17. محمد عبد العزيز، العلاقات العامة ووسائل الإعلام، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2024
18. محمد محمد الهادي، نشات الخمسي الغيطانياً احمد قطب، نحو مستقبل أفضل لتكنولوجيا المعلومات في مصر، دط، المكتبة الأكاديمية للنشر، مصر، 1995،
19. محمد مرضي الشمري، مدخل إلى الدراسات العلاقات العامة والإعلان، ط1، دار العلا لنشر والتوزيع، 2021،
- ثانياً: مذكرات جامعية:
20. أحمد حسني صالح عوض الله، اثر خصائص أمن المعلومات على تحقيق التميز المؤسسي عبر قدرات التعلم التنظيمية في الجامعات الأردنية، مذكرة لنيل الدكتوراه فلسفة في نظم المعلومات، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2018،
21. بوربابة صورية. قواعد الأمن المعلوماتي، مذكرة لنيل الدكتوراه في علوم قانونية، جامعة الجيلالي اليابس ، 2016/2015، ص210-211

22. حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسة الاتصالية، مذكرة الدكتورالية للإعلام والاتصال، جامعة وهران2، 2018/2017،
23. رنا أحمد محمود لامي، دور العلاقات العامة في تعزيز قيم الثقافة التنظيمية لدى العاملين في وزارة الصحة الفلسطينية، مذكرة الماجستير في الإعلام الرقمي المتكامل، جامعة العربية الأمريكية، 2024،
24. محيّد سارة ، مشحود فايزة، تطبيقات الهواتف الذكية في المجال الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، 2018/2017،
25. نجاة كراس، جودة العلاقات العامة وأثرها على الأداء الاقتصادي للمؤسسة، مذكرة الماجستير في تسيير واقتصاد المؤسسة، جامعة ابن خلدون - تيارت، 2007/2006،

ثالثا: مجلات

26. أحمد جبار، العلاقات العامة بين الاتجاهات والمنطلقات الفلسفية ومرتكزاتها الأخلاقية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد8، العدد2، 2021، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم،
27. رضا إبراهيم صالح، أحمد عبد السلام أبو موسي، ندا حامد توفيق أبو سعدة، دراسة أثر إدارة أمن المعلومات على نجاح برنامج أمن نظم المعلومات الحاسوبية، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، المجلد6، العدد 10، ج1، 2020،
28. رمضان عبد الصمد عشاوي، القوانين والتشريعات لحماية أمن المعلومات، مجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد80 يوليو-سبتمبر2022، جامعة القاهرة،
29. سامية جفال، بوزيد سليمة، العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد32، 2008، جامعة محمد خيضر بسكرة،
30. صالح أحمد التحديات السيبرانية للمؤسسات الحكومية ،مجلة الأمن المعلوماتي ، العدد 5 ، 2022 ،

31. صفاء محمد صلاح الدين، تأثير العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الخاص على إدارة الأزمات، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 45، 2018، جامعة عين شمس مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية،
32. عبد الله حنان. دور العلاقات العامة في نشر التوعية الأمنية .مجلة الإعلام والاتصال ، العدد 7
33. عبد الوهاب بوبعة، لعور عبد العالي، جور الأمن المعلوماتي في مواجهة المخاطر التي تهدد نظام معلومات المؤسسة، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 01، جوان 2023، المركز الجامعي تيبازة،
34. عدنان عواد الشوابكة، دور إجراءات الأمن المعلوماتي في الحد من مخاطر أمن المعلومات في جامعة الطائف، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد 11، عدد 4، أكتوبر 2019، جامعة الطائف،
35. قدايفة أمينة، إستراتيجية أمن المعلومات، مجلة أبعاد اقتصادية، العدد 1، 2016، جامعة محمد بوقرة بومرداس،
36. مانع فاطمة، أهمية العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 01، العدد 10، 2014، الجامعة حسيبة بن بوعلي،
37. محمود فتحي محمد، حنان طنطاوي أحمد، الأمن المعلوماتي ومواجهة تهديدات البيئة الرقمية لدى الشباب الجامعي نحو رؤية مقترحة من منظور الخدمة الاجتماعية، مجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، مجلد 3، العدد 9، 2022، جامعة الفيوم، مصر،
38. هاجر كانون، فتيحة أوهايبية، أنشطة العلاقات العامة الرقمية عبر صفحات الفيسبوك، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 10، العدد 1، 2023، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم،

39. رانيا المغربية، المعجم الموحد لمصطلحات إدارة خدمات تكنولوجيا المعلومات، مطبوعات

المنشأة العربية لإدارة خدمات التكنولوجيا المعلومات، 2015،

40. مداح خالدية، مطبوعة بيداغوجية: اتصال وعلاقات عامة لمقياس إدارة العلاقات

العامة، موجهة لطلبة أولى ماستر، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2025/2024،

خامسا: مراجع أخرى

41. السلمي بدر الهندسة الاجتماعية: الانسان كحلقة ضعف معلوماتي .مركز دراسات

الأمن الرقمي

الملاحق



ملحق رقم 1



جامعة عمار ثليجي بالاغواط
كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول:

دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي في مؤسسة

دراسة ميدانية على عينة من عمال اتصالات الجزائر بالأغواط

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص:

اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف الاستاذة :

د. عزيزي فاطمة الزهراء

من اعداد الطالبتين:

زغودي حورية

صحراء فاطمة الزهراء

تحية طيبة وبعد :

نحن بصدد إعداد مذكرة تخرج ماستر في ميدان الاعلام والاتصال، (دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي في مؤسسة) ، فاننا في حاجة ماسة الى مساهمتكم لكي ننجز عملنا بنجاح ، لذلك نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة عن الأسئلة الواردة في صفحاته بكل صدق وامانة ، وما عليكم سوى وضع علامة (x) امام العبارة التي تناسب أجوبتكم ، ونحيطكم علما ان المعلومات المقدمة من طرفكم ستبقى في كنف السرية والكتمان ولن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

السنة الجامعية 2024-2025

المحور الأول: الخصائص الشخصية لأفراد العينة

يرجى اختيار الإجابة المناسبة:

- الجنس: ذكر أنثى
- العمر: أقل من 25-30 سنة 30-35 سنة 35-40 سنة أكثر من 45 سنة
- المستوى التعليمي: ثانوي فأقل جامعي دراسات عليا
- الوظيفة: عون تنفيذ عون تحكم إطار
- سنوات الخبرة في العمل: أقل من 5 سنوات 5-10 سنوات من 10-15 سنة من 15-20 سنة

المحور الثاني: دور إدارة العلاقات العامة في نشر الوعي لدى الموظفين والجمهور

1- في رأيك؛ ما مدى تأثير جهود العلاقات العامة في تغيير سلوك الجمهور ومواقفه؟

تأثير كبير تأثير ملحوظ تأثير ضعيف لا يوجد تأثير

3- ما الوسائل التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الموظفين؟

نشرات الداخلية

الرسائل الإلكترونية

الاجتماعات الدورية

المنصات الرقمية الداخلية (الانترنت)

أخرى _____ :

3- هل تعتقد ان الرسائل التوعوية التي تقدمها المؤسسة واضحة ومؤثرة؟

نعم لا أحياناً

4- كيف تتلقى المعلومات من المؤسسة؟

موقع الكتروني

وسائل التواصل

فعاليات

نشرات

5- ما مدى فاعلية ادارة العلاقات العامة في بناء علاقة ايجابية ومستدامة مع جمهور المؤسسة؟

فاعلة جداً فاعلة متوسطة غير فاعلة

المحور الثالث: التحديات التي تواجهها اتصالات الجزائر في الامن المعلومات

6. هل تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر مهتمة فعليًا بحماية معلوماتها الرقمية؟
 نعم، بدرجة عالية بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا تهتم إطلاقًا
7. هل يتم إعلام الموظفين بشكل منتظم بأهمية حماية البيانات والمعلومات؟
 نعم دائمًا أحيانًا نادرًا أبدًا
8. هل حضرت دورات أو ورشات تدريبية داخل المؤسسة بخصوص الأمن المعلوماتي؟
 نعم لا
9. هل تشعر أن هناك توجيهات واضحة بخصوص ما يجب فعله عند حدوث خرق معلوماتي؟
 نعم لا لا أعلم

المحور الرابع: دور إدارة العلاقات العامة في تحقيق الأمن المعلوماتي

10. هل ترى أن لإدارة العلاقات العامة دورًا مباشرًا في التوعية بتهديدات الأمن المعلوماتي داخل المؤسسة؟
 نعم لا غير متأكد

- 11- ما الوسائل التي تعتمدها العلاقات العامة في هذا الجانب؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

- نشرات إلكترونية داخلية
 ملصقات توعوية
 حملات إعلامية
 تنظيم لقاءات وندوات
 أخرى _____ :

- 12- برأيك، هل تتعاون العلاقات العامة مع قسم تكنولوجيا المعلومات في مواجهة الأخطار المعلوماتية؟
 نعم لا أحيانًا لا أعلم

- 13- هل قامت إدارة العلاقات العامة في المؤسسة بحملات توعوية موجهة للموظفين أو الزبائن حول حماية البيانات؟

نعم، بشكل منتظم

نعم، بشكل محدود

لم تقم بذلك

لا أعلم

14- ما مدى فعالية هذه الحملات -إن وجدت- في تحسين وعي الموظفين؟
 فعالة جداً فعالة إلى حد ما غير فعالة لم ألاحظ وجودها

ملحق رقم 2



