How to Cite:
Cheikh, F. Z., & Mohamed, B. (2025). The public government communication between practice and theory. *International Journal of Economic Perspectives*, *19*(1), 253–263. Retrieved from https://ijeponline.org/index.php/journal/article/view/859

The public government communication between practice and theory

Fatima Zohra Cheikh
Faculty of Humanities and Islamic Sciences, Department of Media and Communication Studies, Ahmed Ben Bella University, Oran, Algeria
Email: fatima-moi2011@hotmail.fr

Bergane Mohamed
Faculty of Humanities and Islamic Sciences, Department of Media and Communication Studies, Ahmed Ben Bella University, Oran, Algeria
Email: Berganemed72@hotmail.com

***Abstract*---**Public communication today is experiencing significant growth and expansion, with a growing interest in engaging with this emerging scientific field. Many governments have embraced it, and in recent years, it has attracted considerable attention from researchers who have focused—either implicitly or explicitly—on public communication as a domain closer to practice than to academic studies. This inclination aligns with the French approach, as clarified by Dominique Bessières, who argues that public communication is primarily a practice before it is a theoretical concept. The difference in classifying it within the political or public sphere stems from the theoretical fluctuations and the academic limitations of public communication, or its status as a scientific field based on various disciplines. These disciplines shape it as a domain for both research and active practice, a concept emphasized by the University of Laval in Canada. This article aims to shed light on the historical context of public communication—if it is indeed possible to document such history—between its practical application and its scientific field. The intention is to offer a simple, yet illuminating, perspective on the broader framework of public communication as it pertains to government and public spheres.

***Keywords*---**Communication, Public Communication, Government Communication, Political Communication.

© 2025 by The Author(s). ISSN: 1307-1637 International journal of economic perspectives is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.
Submitted: 27 August 2024, Revised: 19 December 2024, Accepted: 22 January 2025

2-1- تعريف الاتصال العمومي

لقد عرف الاتصال العمومي على أنه مفهوم معقد يَعرف تشابكات كثيرة مع مفاهيم أخرى كالاتصال الحكومي – المنظمات- المؤسساتي و لم يهتم به كثيرا في أدبيات و أبحاث الاتصال و يرجع ذلك حسب **Bassieres** إلى نظرة الدولة كنظام سياسي إلى الاتصال العمومي[1] و لكن اتفق جميع المؤلفين الفرنسيين على حقيقة واحدة تتعلق بالاتصال العمومي هو أنه اتصال غير تسويقي لا يهدف إلى تحقيق الربح حيث يقول **دومنيك باسيارز Dominique Bassieres** "اليوم على نطاق واسع فإن الاتصال العمومي و انبثاقه يثير تساؤلات حول تعريف هذا النشاط التنظيمي، هذا السؤال الذي طرحه الباحثون فالاتصال العام يولد و ينبثق إلا أن الغموض و عدم الوضوح يحيطان في تعريفه و تحديده"[2] ، لكن يمكن تعريف الاتصال العمومي بانه اتصال رسمي يميل إلى تبادل المعلومات ذات النفع العام و كذلك الحفاظ على الروابط الاجتماعية التنظيمية و التي تقع على عاتق المؤسسات و المرافق العمومية[3] فالاتصال العمومي ظهر إلى التداول العلمي في نهاية الثمانينات و بداية التسعينات من القرن الماضي نتيجة المجهود الذي قام به فريق بحث بجامعة لافال **Lavale** الكندية تحت إشراف **ميشال بوشومب Michel Beauchamp** ، توج بصدور كتاب عام 1990 بعنوان **الاتصال العمومي و المجتمع: معالم للتفكير و الفكر** و الذي عرف الاتصال العمومي على أنه جميع عمليات إنتاج و معالجة و نشر المعلومات و التغذية الراجعة لها التي تعكس و تخلق و توجه المناقشات العامة و القضايا العمومية و الرهانات العامة، و الاتصال العمومي ليس فقط بممارسات وسائل الإعلام إنما هو قضية خاصة بجميع الفاعلين من المؤسسات ،جمعيات ،منظمات و المجتمع المدني و المجموعات الناشطة في المجال العام .[4]

و يعرف أيضا على أنه مجموعة من الرسائل الاتصالية المنقولة عبر وسائل اتصالية مختلفة الموجهة للعلاقات التي تربط المؤسسات الحكومية و الأفراد الذين يعتبرون كمواطنين، و لا يشمل هذا الاتصال قضايا الشؤون العامة و الحياة السياسة فقط بشكل عام، بل يشمل أيضا المشاكل التي تواجه المجتمع و تخضع للنقاش العام و تستنهض الرأي العام داخل الدولة و الإدارات العمومية حول مواضيع الاقتصاد العدالة ،التعليم ، الصحة و البيئة...إلخ.[5]

و يعرف **جان دو بونفيل Jean De Bonville** في كتابه **التطور التاريخي للاتصال العمومي في الكيب Le développement historique de la commu publique au Québec** أن الاتصال العمومي يشير إلى جميع الرسائل المرسلة عن طريق وسائل الاتصال و العلاقات التي تنشأ من خلال هذا الانتقال بين الأفراد الذين يعتبرون كمواطنين فهي لا تمس الشؤون العمومية و الحياة السياسية بل يتجاوزها إلى المشاكل التي تواجه المجتمع.[6] و عرفها موسوعة الإدارة العمومية **le dictionnaire encyclopédique de l'administrateur** بأنه مجموعة النشاطات الخاصة بالمؤسسات و المنظمات العمومية تصب في نقل و تبادل المعلومات في إطار هدف أساسي متمثل في تقديم و شرح و تفسير القرارات أو الممارسات العمومية بتأصيل و ترقية شرعية الدفاع عن القيم المتعارف عليها و المساعدة في توطيد الرباط الاجتماعي. و أشار **D.Bassieres دومنيك باسبارز** و مؤكدا أن الاتصال العمومي هو تطبيق قبل أن يكون مجال نظري و هو نوع من الممارسة في اتجاهين أو تصنفين العمومي (العام) و السياسي و لا يتوافر أساس نظري لتصنيف استخدامات و ممارسة هذا الاتصال الذي يشهد عدم اليقين النظري الذي يكتنفه و الذي لم يستقر إدراكه بشكل كلي على مستوى الغرض و النطاق العلمي[7] و من جهة أخرى فعالية المؤسسات و المنظمات العامة في تكيفه و تحديد خصائصه حيث أن با**سيارز D.Bassieres** أشار إلى ضعف الإنتاج الأكاديمي في الاتصال العام من ناحية و على عدم قدرتها على تحديد معالمه كنشاط و لا بد من تجاوزها أو اختزالها في رؤية واحدة لأنه يدمج عدد كبيرا من المشكلات و التطبيقات و الممارسات تحت لافتة واحدة[8] و عليه يمكن القول أن **دومنيك باسيارز** أعتبر الاتصال العمومي ممارسة مستمرة في المنظمات العمومية التي تصنع إطاره النظري.

أما أذا توجهنا إلى ميقار**Dominique MEGARD** فإنها ترى أن الاتصال العمومي يرافق تحقيق السلطة و قيادة السياسة العمومية في إطار عمل المنتخبين لتسير و إدارة دولة أو مدينة أو إقليم فهي على نفس فكرة ب**اسيارز D.Bassieres** أن الاتصال العمومي غير معروف على رغم من تأثيراته المباشرة و غير المباشرة على أي شخص و هو بالمقام الأول نقل للمعلومات و إجابة على سؤال ماذا نفعل؟ (المؤسسة أو المنظمة). فالاتصال العمومي حسب **دومنيك ميقار Dominique MEGARD** يُظهر أفعال ما تقدمه المنظمات و المؤسسات العمومية باختلاف مهامها ،إذ لابد لها من الاتصال لتوضح قراراتها و نشاطها و كيف تنجز مهامها فالاتصال لا بد أن يدخل في اهتمامات و اعتبار الفاعلين العموميين.

---

[1] Dominique BASSIERES, **la definition de la communication Publique** des en jeux dixplinaires aux changements de paladigmes, revue, communication et organisation Repenser la communication dans les Organisation publique n°35,2009 P17

[2] Ibid P18

[3] Pierre ZEMOR, **la communication Publique** 3 éme édition ? PUF paris 2005, P 128 .

[4] Michel Beauchamp, **La communication Publique et la Societ, Reperes pour la Reflexion , édition Gaetam Morin éditeur**, Baucher viue, Ouebec 1991 p05 .

[5] François Demers ,la communication publique : un concepte pour repositionner le journalisme contemporaira , les cahiers du journalisme , n 18, printemps, 2008 ,P206.

[6] Ibid- P 210.

[7] Ibid ,p 208

[8] François Demers ,op,cit , P207.

و لقد كان **بيار زيمور** r**Pierre Zemo** من الأعمدة الذين حاولوا التنظير للاتصال العمومي و تحديد معالمه و نطاقه حيث عرف الاتصال العمومي على أنه اتصال رسمي يحرص على التنفيذ تكون المنفعة العامة هدفه الأساسي، فهو اتصال يتناسب مع المجال العمومي الخدماتي يأخذ بعين الاعتبار المعيار القانوني، مهام المرافق العامة و سيرانها و التعسف السلطوي فيها الذي يحرص هذا الاتصال على إزالته و إبادته من المجال العمومي.[9]

و يتحدد مجال الاتصال العمومي عند **بيار زموري Pierre Zemor** في المؤسسات العمومية الحكومة القضاء، المنظمات العمومية باختلاف أشكالها في إطار كونه -الاتصال العمومي- يضم كل النشاطات الرسمية سواء كانت مكتوبة أو لفظية بصرف النظر عن الحامل أو الوسيلة لإيصالها إلى شخص في اتصال شخصي، أو مجموعة من الأشخاص و الأفراد في الاتصال جماعي أو إلى عدد كبير غير محدود من الأفراد في اتصال جماهيري بمعنى أن طبيعة الوجهة تحدد الحامل أو الوسيلة ،و أوضح **بيار زمور** أن للاتصال العمومي شقين اتصال العمومي فعال الذي عرفه على أنه مجموعة من المعلومات المقدمة بشكل منظم من طرف المنظمات و السلطات العمومية بشكل مخطط موجهة إلى جمهور معين و لأجل هدف محدد، أما الاتصال العمومي السلبي فهو الاتصال الذي يتوفر في كل منظمة أو مؤسسة أو هيئة عمومية من توفير المعلومات التي يحتاجها المواطنين و يطلبونها على أساس الحق في الحصول على المعلومة المصادق عليه في جميع الدول حيث تكون الإدارة ملزمة و مطالبة بالحرص على توفير ما يريده و يهتم به المواطن و الأخذ بعين الاعتبار طلباتهم و معالجتها بشكل جدي.

و يردف **بيار زيمور Zemor** بأن الاتصال العمومي له علاقة كبيرة بالإشراف على تطبيق القواعد و القوانين و متابعتها منطلقا من فكرة مونتسكيو بأن المجتمع المنظم بالقانون يؤسس للمساواة مستقبلا، و فعلية فإن الاتصال العمومي عند **زيمور Zemor** منطلقه المنفعة العمومية و يستمد شرعيته منها.

و يعرف **مارسال باسكيار Marciel PASQUIER** أن الاتصال العمومي قد يأخذ عدة صفات تبعا للمؤسسات التي تنتمي إليها، حيث يكون تارة اتصال عمومي ينتمي إلى المؤسسات العمومية و تارة يكون اتصالا سياسيا من منظار سياسي حيث يخلق نوعا من الحوار بين المؤسسة الحكومية و المواطن بتفعيل الشرح و التفسير القرارات ،و يكون عمومي تحت إشراف حكومي أو وزاري، فالاتصال العمومي مرتبط بالحقوق المدنية للمواطن في توفير المعلومات الضرورية له فهو متوجه إلى الجمهور الخارجي للإدارة.

و قد عُرف الاتصال العمومي من طرف بعض الباحثين على أنه اتصال متميز و مختلف عن الاتصال السياسي و هذا ما ذهب إلى تأكيد **برنار مياج Bernard MIEG(1998)** على أنه اتصال يتمايز عن الاتصال السياسي على الرغم من وجود تداخلات حتمية بالالتزام بسياسة تقودها الدولة ، حيث يقول "يجب علينا التميز بين الاتصال العمومي و الاتصال السياسي و التي كثيرا ما دمجا معا" و يضيف ان الاتصال العمومي قد يتعدد حتى أن الآثار و الأهداف التي يصل إليها قد تتداخل مع الاتصال السياسي أكثر مما تعارضه"[10] و يعرف **برنارد مياج Bernard MIEG** بقوله لقد بات هذا الاتصال يعترف به بشكل كبير و يتضح من خلال تحسين معاملات الدولة التي تبحث عن طرق جيدة للاتصال الذي يؤدي إلى أساليب جديدة فالتنظيم العمومي و إفهام السياسة و متطلباتها، و نوعية الخدمات المقدمة للمواطنين وتصميم و صياغة القرارات يحتم اتصال فعال يسمح بتلبية الحاجات الاجتماعية و تشخيص الحالات الصعبة و الحرجة لتحفيز التحولات و الانتقالات اللازمة التي تساهم في الاشتراك الجماعي في التعبير.[11]

و قد عبر **دومنيك باسيارز BASSIERES** . D أن الاتصال العمومي هو اتصال منظماتي أو مؤسساتي ، يصنفه على أنه اتصال حكومي أو أنه علم ممارسات الاتصال العمومي أو المؤسسات العمومية[12] و قد عرف **DUPOIRIER** الاتصال العمومي بانه اتصال يتعلق بالتأثير على الممثلين الاجتماعيين الذين لهم علاقه بصناعة القرارات و تطبيق الإجراءات العمومية كل هذا يحتم الاتصال و يظهر كعامل و عنصر لتسير المصالح العمومية.[13]

فكفاءة العلاقات المؤسساتية و المنظماتية العمومية مع الموطن لها أهمية قصوى إن لم نقل عظمى في الاتصال العمومي فهي تعد حجر أساسه.

و لقد حاول رايموند كواسي **Raymond KOUASSI** تعريف الاتصال العمومي مستندا على تعريف **بيار زيمور** حيث يكتب أن الاتصال العمومي هو اتصال رسمي مؤسس شرعيا يصب اهتمامه في شرعية المصلحة العامة و رسائله في الأساس منتجة من طرف المؤسسات العمومية بإسم الشعب حيث تكون المعلومة في مجال الاتصال العمومي ضامنة للصالح العام تحمل الوضوح و الشفافية .[14]

و يمكن التأكيد عما سبق ذكره اختلاف وجهات النظر و الرؤى في تعريف الاتصال العمومي فنجد من ربطه بالاتصال السياسي، و منهم من فضل كليهما لكن بكثير من التعقل على اعتبار أنهما يتقاطعان في بعض المهام و الأهداف مثل ما أشار إلى

---

[9] Pierre Zemor, **la communication Publique**, op.cit., P 04-05.

[10] Dominique BASSIERES, la definition de la communication Publique des en jeux dixplinaires aux changements de paladigmes, revue, communication et organisation Repenser la communication dans les Organisation publique n°35,2009 P17.

[2] KOUASSI Roymond KRA, La communication Publique dans les administration Publique Ivoirienne ; etat Des lieu-Revue Communication en question, Numero special Janvier P66 – 2004 sur le site www.Comenquestion.Com.

[12] Dominique Bassiers, op cit,P17 – 18.

[13] Kouassi Raymond KAR, op .cit ,P66.

[14] Ibid,P67.

ذلك برنارد مياج **B.MIEGE** و نجد **ميشال لوني M .LENET** يعتبر الاتصال الاجتماعي الذي صب جل اهتماماته الفكري و البحثي عليه، يعتبره اتصالا عموميا، فالتركيز عند **ميشال لوني M .LENET** في كيفية تغير السلوكات و الأفكار في المجتمع أو حتى بين الموظفين في المؤسسات الحكومية حيث يقول ميشال لوني **M .LENET** : " في فرنسا فإن السلطة صنع القرار لم تتقبل بعد أهمية الاتصال الاجتماعي الذي يظهر كوسيلة جديدة لم تتكمن منها بعد [15]و عليه فالاتصال العمومي يظهر ما تقدمه المنظمات و المؤسسات العمومية باختلاف مهامها و ليس هدفه الربح بقدر ما يكون هدفه خلق و تقوية الروابط الاجتماعية بين المؤسسات العمومية و المواطن و في المجتمع بصفة عامة، و هكذا بات الاتصال العمومي عنصر مهم في الحكومة الناجحة و الراشدة، فالمواطن اليوم يطالب بالشفافية بمعرفة ما تقوم من أجله المؤسسات و المنظمات العمومية و الذي يخلق مناخا من الثقة من خلال تحقيق الأهداف المعرفية بتوفير المعلومات للمواطن.

I -2-1-1- ظهور الاتصال العمومي كممارسة

في تحرير لهذا العنصر كان لا بد لنا أن نبين أن الاتصال العام هو كل الاتصالات الصادرة عن الدولة للتعريف بخدماتها (الدولة) و رسالتها و الترويج لها فهو أي الاتصال العمومي يعني كل الاتصالات الصادرة عن الإدارات و السلطات المحلية و الهيئات العمومية و المؤسسات الحكومية[16] و لا بد أن نقر من هذه النقطة إلى أن الاتصال العمومي هو اتصال حكومي بالدرجة الأولى و تطور في شرنقة الاتصال الحكومي ليصل إلى حقل أكاديمي سمي بالاتصال العمومي.

و عليه يمكن رصد بدايات الاهتمام بالاتصال الحكومي كلبنة أساسية و أرض خصبة انبثق منها الاتصال العمومي مع نشر الحكومة البريطانية عام 1860 إعلانات في الصحف تهدف إلى إقناع العمال بتوفير جزء من رواتبهم بغرض الاستفادة منه بعد التقاعد حيث كانت البداية مرتبطة بالتوعية و تقديم النصائح و الإرشاد*[17]، لينتقل إلى مرحلة ثانية و هي البروبغوندا حيث استعملت بريطانيا حملات اتصالية عام 1914

مع بدايات الحرب العالمية الأولى لجذب متطوعين للقتال في الحرب حيث استمالت ما يقرب 2 مليون متطوع، بين عامين 1914 و 1915 و خلال هذه الحرب أنشأت بريطانيا وزارة للإعلام و هي الوزارة التي عملت على مواجهة المعارضة للوجود البريطاني في العديد من مستعمراتها من خلال شرح سياسات بريطانيا نحو مستعمراتها و دورها**[18] و خلال الحرب العالمية الثانية عرفت أوروبا الكثير من الدعاية لأجل الحرب من فرنسا و ألمانيا و بريطانيا حيث قامت هذه الأخيرة بحملة اتصالية تهدف إلى التعرف على أراء الموطنين و هي مرحلة نقلت هذا الاتصال من مرحلة التوجيه و نقل القرارات المنظمات العمومية إلى مرحلة اكتشاف أفكار و أراء المواطنين بهدف تعزيز مشاركته من خلال الاعتماد على الاتصال الجماهيري.[3] من الخطاب إلى المزيد من الحوار.

كما شهدت سنوات العشرينات من القرن الماضي تفعيل حملات اتصالية تقودها هيئات العمومية لتحقيق أهداف اقتصادية لتدعيم الاقتصاد البريطاني في مواجهة القوى الاقتصادية الحديثة تحت شعار "اشتري بريطاني" و التي نقذها ما يعرف بالمجلس التسويفي الإمبراطوري*** the empire Markeling Booul [4]

---

[15] Bernard Miege, Yvesdla Haye : De l'ère de la communication aux marchés de la communication, Revue Communication. Information media théories N°213 ,1984, P 216.

[16] د.محمد إبراهيم عايش، خيرت عياد، أحمد فاروق، سعد الربيعان –الاتصال الحكومي النظرية و التطبيق، المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة، المركز الدولي للاتصال الحكومي، قيم الدراسات و الأبحاث ، الشارقة، الإمارات العربية 2020 ص 14.

.محمد إبراهيم عايش، خيرت عياد، أحمد فاروق، سعد الربيعان –الاتصال الحكومي النظرية و التطبيق، المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة، المركز الدولي للاتصال الحكومي، قيم الدراسات و الأبحاث ، الشارقة، الإمارات العربية 2020 ص 14/

*جاء هذا القرار نتيجة الحكومات الإصلاحية التي أجرت تغيرات كبيرة في مجالات مثل التعليم الخدمة المدنية، و الجيش و كان حد ابتكاراتها هو إنشاء بنك توفير مكتب البريد عام 1861 و ثم أحداثه لتشجيع الناس على الادخار من أجل تقدمهم في السن أو البطالة أو المرض و إبعادهم عن أماكن العمل حيث يضطر دافعوا الضرائب إلى دفع مقابل الاعتناء بهم.

[1]Voir Govermment Communication service, celebrating 100 years of govermment communication past , present and future 2 Mars 2017 Govermment communication service.org.

**كانت الحرب العالمية الأولى هي كانت أول من فتح باب الاتصال الحكومي العمومي حيث أنشأت وزارة الخارجية بريطانيا قسم الأخبار فكان إنشاء جيش هو مهم خبراء الاتصال فكانت بريطانيا فريدة من نوعها بين الدول الأوروبية الكبرى في وجود جيش محترف بحوالي 100000 رجل يرتدون الزى العسكري و بعد أسابيع من اندلاع الحرب ظهرت إعلانات في إطار الاتصال الحكومي العمومي بعنوان اللورد تيتشنر فريديك و الذي أصبح إعلانا كلاسيكيا اعتمدته الولايات المتحدة الأمريكية، روسيا الاتحادية.

[3] Simon HOLDER, Acentury of govermment Communication ,op.cit ,p

[4] Gouverment Communication service, celebrating 100 years of gouverment Communicateur.

***كانت من أكثر الجهود الحكومية في استخدام الاتصال لتغير سلوكيات و عادات يومية أطلقها مجلس التسويق الإمبراطوري ما بين عامين 1926-1933 لتشجيع المستهلكين على شراء البضائع من الإمبراطورية البريطانية و ليس من دول لأخرى كالولايات =المتحدة و اليابان و كانت لها ميزانية كبيرة يديرها السيد تالنس Stephen TALLANT الذي اعتبر مؤسس الاتصال العام.

و اعتبر **ستيفن تالالنس stephen TALLANTS** أول من اعتمد عبارة صورة الأمة **Nation Branding** و الاستعانة بوسائل الاتصال خاصة الاتصال الجماهيري في نشر هذا المفهوم كما أنه كان أول من أكد في ثلاثينيات القرن الماضي على أهمية الاتصال في المنظمات و المؤسسات الحكومية بالتحفيز لإنتاج صورة للمنظمة.

و أوجد أول مجلة اتصالية ذات بعد مؤسسي حكومي المسمات ب **The post office Magazine**في ماي 1934 من أجل تعزيز العلاقات الجيدة مع المواطنين التي وصل توزيعها إلى 300000 نسخة شهريا. و بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية تم إنشاء المكتب المركزي للمعلومات بهدف إدارة عمليات نقل و تقديم السياسات الحكومية للشعب و تنفيذ حملات الاتصال العمومي و إنتاج الإعلانات و المطبوعات و الأفلام الحكومية و تفسير قراراتها و نشر أخبارها.[1]

و في سنوات الخمسينات من القرن الماضي اهتمت الحكومات في أوروبا مستفيدة من انتشار وسائل الاتصال الجماهيري خاصة التلفزيون بإنتاج حملات مرئية و أفلام من أجل التوعية في إطار النفع العام خاصة في مجال الصحة.

و وضع **جيمس كرومبك James CROMBIC** أول تصريف لمسؤوليات العاملين في مجال الاتصال الحكومي العمومي في تكوين رأي عام ،و استخدام وسائل النشر في تحقيق أهداف الإدارة الحكومية و المؤسسات العمومية[2]

-2-1-2- بداية ممارسة الاتصال الحكومي العمومي في ألمانيا:

لقد مرت ألمانيا بعدة مراحل متوترة في تاريخها بما في ذلك مراحل ثورية و تغير مؤسسي و عرفت الاتصال الحكومي قبل الحرب العالمية الأولى[19] حيث أنشأت الخدمة الموحدة لحكومة الدولة (الاريخ) بعد الحرب العالمية الأولى تحت جناح جمهورية فايمار لامتصاص غضب الثورين في ثورة التي قام بها

الاشتراكيون، و ظهر دستور فايمار الذي وصف على أنه دستور عادل لم يفرق بين أبناء الشعب الألماني [20] و حاولت هذه الخدمة الاتصالية الحكومية تمثيل هذه الجمهورية و دستورها من خلال الدعاية و لقد أشار **نيكولاس هيوبي N.HUBE** أنه كان منذ عام 1925 لكل الوزارات الإستراتيجية الجيش، و الأراضي المحتلة و مكتب البريد متحدث رسمي و مكلف بالاتصال مع الشعب و الإعلام و بعد أزمة عام 1929 (أزمة الكساد العالمي) أنشأت جميع الوزارات في المانيا الخدمة الاتصالية و الصحفية و تنظيم المؤتمرات و الحمالات الاتصالية و التي استمرت في العاميين الأولين من النظام الاشتراكي الوطني.[21] لتأتي فترة بقيادة **جوزيف جوبلز J.GOEBBELS** عام 1933 بعد الاستيلاء الحزب النازي على الحكم و إنشاء وزارة الرايخ لتنوير الشعب و الدعاية **Service de presse unifie du gouvermnt du Riech** لضمان نشر الرسالة النازية بنجاح من خلال الفنون، الموسيقى، المسرح، الكتب، الأفلام، الإذاعة و المواد التعليمية و الصحافة و أثبت **جوبلز** استثنائيته في تصنيع العمل الدعائي و إتقان الخطاب العمومي [22] فقد ألقى **جوبلز** في 10 ماي عام 1933 خطابا في ميدان الأوبرا في برلين و ألقى خطابا عاما كنوع من الاتصال الحكومي العمومي لتحديد سياسة الحكومة الجديدة بنظامها الجديد و أشاد بالعرق الألماني و قوته و أدان جميع الأعمال التي كتبها اليهود و الليبراليون و اليساريين هي أعمال غير ألمانية تحت شعار تطهير الروح الألمانية[23]و قبلها في 04 نوفمبر 1933 تم افتتاح معرض برلين للتصوير لجذب اهتمام المصورين الفوتوغرافيين [24] فكانت هذه الفترة حسب ما وصفها كلير أصلانجول **Claire Aslangul** بأنها حقبة غير مسبوقة من التعبئة الشعبية بحشد موارد مالية هائلة للوصول إلى الشعب من الأطفال و البالغين، و قاموا بالفعالية بأداء مجموعة من الوظائف[25]

و بعد نهاية الحرب العالمية الثانية عبرت **كريسينا هولتز باشا C.Holtz BACHA** أنه يمكن القول أن الاتصال الحكومي العمومي في ألمانيا بدأ يظهر كممارسة حتمية في سبتمبر بعد انتخاب **كوندار أديناور Kondra ADNAUER** تأسست المؤسسة المركزية للاتصالات الحكومية الأولي في ألمانيا الاتحادية بعد مرور خمس سنوات من نهاية الحرب العالمية الثانية . و الذي أطلق عليه الخدمة الفيدرالية للصحافة **service fédéral de la presse bun des presseamt BPA** و الذي كان نتاج 12 اثنى عشر عاما من الاتصال الذي سيطرت عليه الدولة ،و طغى أيضا على هذه

---

[1] Simon Holder, Acentury of govermment Communication , op.cit ,p.

[2] محمد إبراهيم عايش و آخرون ص 16.

[19] Niculas HUBE , une institutionnalisation sans professionnalisation ? l'espace interstituel de la communication Gouvernementale en RFA, Les enjeux de l'information et de la communication, le 13 juillet 2020,N°02 sur le site les enjeux-univ-grenable-alpes .fr , le 20/04/2021 P16

[20] MultiMedia de la shan, encyclopédie, la propagadenazie, sur le site Https://encycolopedia.UShmm.org , consulte le 19/04/2021.

[21] Niculas HUBE, une institutionnalisation sans professionnalisation ? l'espace interstituel de la communication Gouvernementale en RFA, op .cit , P16.

[22] Ibid., p16.

[23] Voir MultiMedia de la shoah, la propagande nazi.op.cit

[24]Charlatte DENOEL, la propagande Hitlerienne, histoire par l'image nouvelle echairage sur l'histoire, Publie le mars 2016 sur le site Histiore-image.org consulte le 18-04-2021.

[25] Claire Aslangul, les dessins animés de propagande des années 1933-1945 des sources méconnues Berlin problématique et pisye de recherche Revue etudes germanique N°256 Le 4 .2009. P02.

المؤسسة الاتصالية أو المكتب الجديد لسياسية المعلومات الحكومية [26] و أشار **نيكولاس هوبي N.HUBE** "إن حكومة **أدينارو Adinauer** أسست ممارسة الاتصال و خدمة الاتصالات الحكومية الذي يعتبر جهاز الدولة تم بناؤه و توطيده منذ عام **1918** ,و التأسيس له كممارسة من خلال عملية طويلة مدفوعة بمبدأ استمرارية الخدمات الإدارية قبل الحرب، و القائم على مبدأ التفعيل ,و التفاعل السياسي, و الدعم بدفع الموطنين إلى تأييد سياسة الحكومة الألمانية و إن كان ذلك يظهر بشكل ديمقراطي, و لقد كانت هذه المؤسسة محفزة للصحفيين البرلمانيون إلى إرساء مؤتمر بمدينة **بون Bonn** الألمانية عرف بالمؤتمر الصحفي للصحافة الفيدرالية, حيث باتت الحكومة الممثلة في الناطق الرسمي باسم جميع الوزارات واجب عليها، تقديم تفسيرات و شروحات لسياسة الحكومة أمام الصحافة ثلاث مرات في الأسبوع من أجل التبادل و التفاوض بشأن السياسات و القرارات و تعديلها في إطار الأداء السليم للسياسة لتقديمها إلى الشعب[27] و قد أوضح **نيكولاس هيوبي** أن أغلب الموظفين الذين كانوا ينتمون إلى إدارة الاتصالات في القنوات السابقة عملوا في الخدمات الاتصالات و إدارة الصحافة الاتحادية التي تم إنشاؤها عام 1949 و بعد التشريعيات الثانية عام 1953 كانت كل الوزارات قد اوجدت متحدثا رسميا باسمها لشرح قراراتها و سياستها و مسئولون عن الاتصال و الذي لا يزال مستمرا إلى [28] الوقت الحالي. و قد أشارت **كريستينا هولز باشا C.Holtz BACHA** أن هذه الإدارة بعد تأسيسها عام 1949 حاول **أدينارو Adenauer** استعمالها في الانتخابات لكن القضاء أكد على استقلاليتها في فترة الانتخابات في ألمانيا بقولها "كلما كانت الانتخابات مقبلة بدأت الحكومات حملات تشير إلى انجازاتها في الفترة الماضية مما دفعت الأحزاب المتنافسة إلى التضايق و طالبت بتكافؤ الفرص لتصل إلى المحكمة الدستورية الاتحادية و التي أقرت عام 1977 على حق الحكومة في الاتصال العمومي و ضرورتها في معرفة سياسة الدولة و القرارات و التدابير التي تتخذها و شرحها إلى الشعب، لكنها أمرت بالامتناع عن الإعلان لأي جهة سياسية من الأطراف المتنافسة و أن الاتصال العمومي يصل حدوده حيث تبدأ الدعاية الانتخابية"[29]، وكانت بذلك ألمانيا الاولى إن صح التعبير في تحديد المهام الأساسية للاتصال العمومي الحكومي في شرح و تفسير قرارات الدولة إلى الشعب من خلال جهاز الصحافة و تتمثل المهام [30] الأساسية لمكتب الصحافة و الإعلام التابع للحكومة الاتحادية التي توفر المعلومات حول أنشطة الدولة، و توفير المعلومات التي تساعد لعمل الحكومة الاتحادية حيث يقوم بإعلام الموطنين من ناحية ووسائل الإعلام بسياسة الحكومة الفيدرالية من ناحية ثانية و تحديدا بالقرارات، القوانين و الإستراتيجيات و أساسيات السياسة من أجل أن يكون الفرد الألماني قادرا على ممارسة حرية الرأي، الحكم، المساهمة و المشاركة كمواطن فاعل في صنع القرارات فلا بد له أن يكون (المواطن) على إطلاع و معرفة بالسياسة لصناعة موطن مشارك.

أما مهامه داخليا فيقوم هذا المكتب العام للاتصالات و الصحافة بإبلاغ الحكومة الفيدرالية بشأن الوضع في ألمانيا و حول العالم من خلال تزويدهم بالتقييمات.

I -2-1-3- الاتصالات المحلية الفرنسية كممارسة لتأسيس الاتصال العمومي:

إن مأسسة الاتصال العمومي في فرنسا تجلت في ظهور الديمقراطية الإدارية و الحق في المعلومات على مستوى إدارة الدولة المركزية في سنوات السبعينات في قانون سمي باسم الجيل الثالث لحقوق الإنسان **Troisième génération des droit de homme** في **17 جويلية 1976** لتحسين العلاقات بين الإدارة و مستخدمي الإدارة من الموطنين و تأكيد الأمين العام للحكومة على تقليل من القطيعة الحادة الحاصلة بين المواطنين و إدارتهم، خاصة في مصالح الخدمات العمومية التي تؤسس لنشر ما يسمى بالمعلومة العمومية [31]**l'information publique** ،فتعريف الدولة التسيرية حسب كارولين **أوليفي يانيف Caroline Olivier-YANIV** بتعين المناجمنت العمومي الجديد تتحدد من خلال ترشيد و عقلانية المعلومات العمومية لمستخدمي الإدارة من المواطنين من اجل زيادة جودة الخدمات المقدمة و فعالية الإدارة المنتجة لهذه الخدمات و كفاءتها من جعل القرارات مقبولة ،و إتقان استخدام المعلومة و تقنياتها[32] و قد عرفت الاتصال العمومي تطورا منذ ظهور المتحدث الرسمي للحكومة الفرنسية قبل بداية الحرب العالمية الأولى فعرف بالاتصال الحكومي إلى مرحلة الدعاية الحربية ردا على الدعاية الألمانية و التي اعتبرت دعاية الدولة و اعتبر نظام فيشي vichy أن الدعاية تقوم أيضا في النظم الديمقراطية[33] إلى ظهور تسميات الاتصال الاجتماعي، أو الاتصال الإقليمي و المعلومات العامة و التي اعتبرت تخصصات وظيفية في المؤسسات الفرنسية الوطنية و المحلية و ظهور قانون عام 1978 الذي يرسي الحق العام في الحصول على المعلومات للمواطنين من خلال

---

[26] Karen Sander, Maria JOSE Ecanel, gouvermment communication: cases and challenges editeur Blommsbury academy, 2013- P48.

[27] Nicolas HUBE, op.cit . P16

[28] Niculas HUBE, une institutionnalisation sans professionnalisation ? l'espace interstituel de la communication Gouvernementale en RFA, op.cit, P16

[29] Karen sander, Mria jose ecanel , op.cit, P48.

[30] Le gouvernement fedrale de 19490 nos jour, sur le site bandes Regierinng.de/brag.Fr.

[31] Caroline olivier,-YANIV, la communication publique , publicationnaire, Dictionnaire encyclopédique et critique des public, mis en ligne le 31 mai 2021 sur le site publicationnaire-Huma-num.Fr P02.

[32] Anne-marie Gigras « l'état communiquant de caroline Olivier, Revue politique et sociétés civile, n°2-3 volume 20,2001, http:// doi.org P268.

[33] Caroline olivier,-YANIV, l'état communiquant, presse universitaire de France, 2000, p48.

السماح للسكان بالوصول إلى الوثائق الإدارية الصادرة عن المجتمعات المحلية[34] و كانت أول خطوة لتأسيس الاتصال المحلي غير أنها وصفت بالمتواضعة و بميزانية ضعيفة و مع ظهور اللامركزية مطلع الثمانينات ظهرت مجتمعات محلية جديدة فظهرت الحاجة في هذه المجتمعات الجديد للتعريف عن نفسها و ذلك ببناء الشعور بالهوية و الانتماء و التعريف بأصول المناطق المحلية لتكون جزء من القرارات المركزية الحكومية بمراعاة خصوصيات و مميزات كل إقليم أو منطقة و إستعانة بذلك بموجة من الإعلانات و الغرض منها مساعدة المجتمع المحلي على الاعتراف به من قبل سكانه و خارجه على حد سواء.[35]

فالاتصال العمومي بصفة عامة قد مر بثلاث مراحل تبدأ من سنوات السبعينات و قد أكدها الكثير من الباحثين الفرنسيين مثل دومينيك ميقار **Yves de la haye**, **Dominique MIERG, Dominique MEGARD**

فالمرحلة الأولى بدأت في سنوات السبعينات من القرن العشرين و اعتمد فيها على النشر و الاعلام المواطنين فالسياسات و القرارات و توجيه المعلومات لهم بصورة مباشرة من خلال الاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيري[36].

أما المرحلة الثانية فكانت في سنوات الثمانينات و بداية التسعينات فقد كانت فترة إشراك الموطن كفاعل و مشاركته في صنع القرار قيل اتخاذه و التي أصبحت مرتبطة به و بالتالي رفع درجة التزامه بالاستجابة و التنفيذ.

أما المرحلة الثالثة و كانت مع نهاية سنوات التسعينات و هي مرحلة إن أمكن قول ذلك هي مرحلة التفاوض مع الموطنين من خلال تشكيل منظمات المجتمع المدني و شبكات اجتماعية مكنت الموطن من التواصل مع المؤسسات العمومية و الهيئات الحكومية و إبداء مطالبه و التعبير عنها حيث ساهم في تطور هذه المرحلة تطور الاتصال الالكتروني الذي أوجد تفاعلا الكترونيا و ظهر دعم لمتخصصي الاتصال في مساعدة الجمهور على فهم رؤية الحكومة و أولوياتها و شرح متطلبات مثل قانون الضريبي، تشجيع الناس على العيش حياة صحية ، توعية الناس بالخدمات العامة مما دفع إلى ظهور شهية كبيرة للحصول على المعلومات العمومية التي يحتاجها الناس ليس فقط من مصادر رسمية للحصول على إرشادات فورية أثناء

حالة طوارئ صحية عامة محتملة أو حادث إرهابي بل أيضا وجود معلومات واقعية تساعد الناس على اتخاذ خيارات حياتهم، أو معرفة التشريعات و التوعية بالمعاشات التقاعدية و طرق إنشائها لماذا؟ و كيف؟

I -2-1-4-انبثاق الاتصال العمومي كحقل أكاديمي:

يقول **دومنيك ديمرز DERMES** لقد تم الاستيلاء على هذه العبارة " الاتصال العمومي" من طرف باحثين من قسم الإعلام و لاتصال بجامعة لافال للعمل على العديد من التحديات الفكرية التي أثارها تطور الديمقراطيات الغربية منذ الثمانينات بعد ما كانت قد بدأت البحوث في الاتصال بصفة عامة و بصفة رسمية في جامعة لافال عام 1968 و في عام 1987 ظهرت تسمية و مفهوم الاتصال العمومي في كندا **بجامعة لافال في الكيبك** و جاء كتسمية لمشروع دراسات العليا[37] و لقد أكد **فرنسوا ديمرز François DERMS** أن أول تحدي واجه المكلفين بالمشروع هو إيجاد أرضية فكرية مشتركة تسمح لهم بالحصول على تفويض من السلطات الإدارية لإطلاق هذا البرنامج في ذلك الوقت،[38] وجمع هذا البرنامج تخصصات مهنية هي الصحافة – العلاقات العامة و الباحثون الجامعيون المرتبطون بالبحوث الإنسانية و الاجتماعية ليتم إضافة تخصص مهني آخر و هو الإشهار و الإعلان الاجتماعي الذي يرتكز على استراتيجيات الترويج الجماهيري الذي يتطلب طرق الإقناع العامة المسمى بالدعوة التوعوية **Plaidoyer** و التي تختلف عن الإشهار التجاري،[39] لقد كانت سنوات الثمانينات من القرن الماضي في سياقها العام أرضا خصبة لجعل الاتصال مجالا أكاديميا ممنهجا، و حقلا علميا شائعا في أمريكا الشمالية خاصة الاتصال العمومي بعد التأثر بأفكار مدرسة أمريكا الشمالية في الشؤون العامة **les affaires publique** من خلال إشراك كل الشركات و المؤسسات الرائدة في مجال الأعمال في النقاش العام و الاهتمام بواجب الإعلام و إطلاع الناس الذي تراجع بصفة تدريجية في المؤسسات العمومية و حتى الخاصة و اتسعت الفجوة بين الجماهير و هذه المؤسسات الأمر الذي يستدعي واجب اطلاعهم على ما يفعلون و يقررونه، أو يصنعون إذا كانت صناعية و ما يتاجرون به إذا كانت تجارية التي تصنع المواطن المشارك و المتعاون ، الواعي بمسؤولياته الاجتماعية و الذي يجعله فاعلا في النقاش العام[40] لهذا بدت عبارة أو مفهوم الاتصال العمومي التسمية المناسبة التي اجتمع عليه الباحثون و المهنيون في **جامعة لافال** و توج بإنجاز أول عمل جماعي سمي بالاتصال العمومي في المجتمع. معايير التأمل و العمل communication publique et société méditation et nomes d'action 1991.

و الذي حدد الاتصال العمومي ب "...مجال الاتصال العمومي ليس نتيجة لوسائل الإعلام Media و فقط بل هو نتيجة للمؤسسات، الشركات، الحركات و الجماعات التي تدخل في الساحة العامة،[41]

و يضيف **جون بونفيل** أن الاتصال العمومي هو الذي يحدد العلاقة بين الموطنين فهو يتعلق بالشؤون العامة و ما يتعلق بالحياة السياسية و كل المشاكل المجتمع التي تدخل في ظل النقاش العام **Le débat publique** و التي تقع على عاتق الدول

---

[34] Bernard Deljarrie, histoire de la communication publique locale : évolution et enjeux sur un demi siècle sur le site Cop-Com.org Avril 2014 P Ibid. p1

[35] Ibid, ,P2-3

[36] نفس المرجع السابق ، نفس الصفحة

[37] François DERMES, Julien RUFF, « penser politiquement la communication publique, revue communication, Vol 35/1, 2018 P.

[38] Ibid ,. P

[39] Ibid. P

[40] François DERMES « la communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain, op cit,P211.

[41] François DERMES, Julien RUFF, penser politiquement la communication publique, revue communication op. cit ,P.

في جميع القطاعات كالاقتصاد، التعليم، الصحة، الأمن..و قد حاول باحثي **جامعة لافال lavale** ربط مفهوم الاتصال العمومي مع مفهوم الهابرمارسي الفضاء العمومي لكن أجمع الباحثين على تعارض فكرة الفضاء العام و أهداف و غايات و أغراض الاتصال العمومي و اعتمادهم مفهوم الساحة العمومية la place publique و هي استعارة مكانية التي تساعد على التقريب بين الناس.[42] فالاتصال العمومي ليس مرتبطا كليا بالصحافة و وسائل الإعلام كما وضح **فرانسوا ديرمز froncois DERMES** و لكن هذين الميكانيزمين (وسائل الإعلام و الصحافة) يتفاعلان مع ميكانيزمين آخرين أكثر أهمية هما الساحة المؤسساتية حسب Erick NEVEU و التي يقصد بها عملاء الدولة المكرسين للمناقشات أو المؤسسات الحكومية مثل البرلمان، مجالس الشيوخ، الأحزاب و الاجتماعات العامة التي ينظمها المسئولون المنتخبون و الأجهزة الحكومية أما الميكانيزم الثاني فهو يشير إلى الشارع كمكان مادي للتعبير المجموعات عن المصالح سواء كانت منظمة أو عفوية.

I -2-1- 5 -مهام الاتصال العمومي:

إن الاتصال العمومي حدد على أنه جميع أنشطة المؤسسات و المنظمات العامة التي تهدف إلى نقل المعلومات و تبادلها، بهدف رئيسي هو تقديم و شرح القرارات و الإجراءات العامة و تعزيز شرعيتها و الدفاع عن القيم المعترف بها و المساعدة في الحفاظ على الروابط الاجتماعية و يتعلق الاتصال العمومي في المقام الأول بكل المؤسسات العامة مثل الحكومة و المنظمات العامة التي يمكن أن تكون إشكالها شديدة التنوع بالإدارة، ثم باعتباره عملية منظمة فهو يجمع جميع الأنشطة الرسمية سواء كانت مكتوبة أو شفوية بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة و التي قد تأثر على شخص واحد إذا كان اتصال شخصي، أو على مجموعة إذا كان اتصال جماعي أو على عدد لا يحصى من الجماهير إذا كان اتصال جماهيري[43] و يكمن تحديد مهام الاتصال العمومي حسب منتدى **Cop'com** منتدى الاتصال العمومي الذي أسس عام 1988 من طرف جمعية الجماعات المحلية و الاتصال و التي تم تشكيلها عام 1981 [44]

المهمة الأولى و هي كون الاتصال العمومي هو اتصال حكومي يقوم بتوعية المواطنين بالسياسات العامة التي تمارسها السلطة السياسية في سياق تكون رسائل الدولة أو المعلومة في وسط متميز بالتعددية و في هذه المهمة فإن الفواصل بين الاتصال العمومي و الاتصال السياسي تكون غائبة مما يجعل من الاتصال العمومي يميل إلى الاتصال السياسي و هذا ما ذهب إلى توضيحه **Kouassi.Raymond.KRA كرا رايموند كواسي** من خلال مقاله **la communication publique dans les administration publique ivoiriennes ; Etat des lieux** و أثار جدلية اتصال المنظمات الحكومية خاصة مع المواطن معتمدا على وجهة نظر **بيار زيمور P.ZEMOR** في كون الاتصال العمومي هو اتصال رسمي يسمح بتوفير المعلومة الذي يؤدي إلى الأخذ و الرد و التفاعل الإيجابي بين الموطن و الحكومة بمعرفة احتياجات الموطنين حيث أكد **كواسي كرا Kouassi.R.KRA** "أن المصالح العمومية تعد اللبنة الأساسية للمؤسسات الحكومية كالوزارات من وجوب اعتمادها على الاتصال و السريان الدائم للمعلومة و يرى أن إدخال ثقافة الاتصال العمومي تكون بالاعتماد عليه في المؤسسات الحكومية الرسمية كالوزارات مثلا باختلاف مجالاتها"[45]، و عليه فإن فكرة الباحث تصب و إن كانت بشكل ضمني على أن الاتصال العمومي هو اتصال حكومي بالدرجة الأولى.

أما **المهمة الثانية** التي ترتبط بالإدارة و تغير السلوكيات المناسبة لتفادي أمراض المعدية أو على مستوى الأمن مثل أمن الطرقات و الوقاية من حوادث المرور أو على مستوى المجتمعات المحلية بأهمية التنمية المحلية و التمدن و هو ما حاولت **جامعة لافال laval** بكندا التركيز عليه بعد عشرين عاما من ظهور مفهوم الاتصال العمومي و أول برنامج أكاديمي يحمل تسمية الاتصال العمومي بضرورة التركيز على الممارسات المهنية بالصحافة و العلاقات العامة و الإشهار و أشكال أخرى من الاتصال ، كالاتصال السياسي و الاتصال الدعوي **la communication advicative** و هو اتصال يدعو إلى إجراء أو موقف أو سلوك أو مجموعة من المبادئ و الإقناع بها و الدعوة إليها، حيث اعتبرت وسائل الإعلام لها القدرة على التأثير بشكل كبير و يمكن أن تكون لها تأثيرات سلبية غير مرادة و عليه فإن مشروع **لافال** أعطى مكانة لوسائل الاتصال الجماهيري في الاتصال العمومي من خلال ممارسات الحملات الصحفية و الإعلانات التوعوية الدعوية بمظهر الاتصال الاجتماعي أو ما سمته جامعة لافال ب **l'intervention de la communication sociale** و هذا التدخل يكون من خلال نشاط وسائل الإعلام لتغير الأفكار و الممارسات و السلوكيات حيث يجمع الاتصال الاجتماعي جميع النشاطات الاتصالية التي تهدف للضغط على القضايا الاجتماعية ، توضيحها و التوعية بها لأجل القضاء عليها.[46]

و يضيف منتدى الاتصال العمومي **Cap'Com المهمة الثالثة** للاتصال العمومي التي تستهدف سريان المعلومات على مستوى المصالح الإدارية و المرافق العمومية و تثمينها و يتعلق الأمر بالاتصال في المصالح الإدارية و توفير المعلومة التي يحتاجها و يريدها المواطن و التي تساعد في حياته اليومية و هو ما أكد عليه بيار زيمور **P.Zemor** من خلال العنصر الذي تناوله في كتابه **الاتصال العمومي** من خلال محور علاقة المصالح العمومية بالمستخدمين لها. حيث يقول أن الحق الإعلام يولد

---

[42] Ibid, P

[43] Marcel Pasquier, la communication des organisations publiques, presses de l'université du Ouebec, 2eme édition 2017. P75.

[44] www.Cop'Com.org/quest-ce- que la communication publique, consulte le 24 /08/2020 a 17 :20.

[45] Kouassi Raymond KRA, la communication publique dans les administration publique ivoiriennes ; Etat des lieux, Revue communication en question, numéro spéciale, janvier 2004, P 66-67.

[46] François DERMES, Julien Ruff, penser politiquement la communication publique, revue communication op,cit , p

واجب الاتصال التي تؤكد على ثلاث خطوات أساسية لا بد للمصالح و المرافق العامة إتباعها و هي الاستقبال، الاستماع، و الحوار و استغلال وسائل الإعلام لتكريس الحق في الإعلام بشكل جماهيري بالاستعانة بالإعلانات الجماهيرية.[47]

أما **دومينيك ميقارد MEGARD.Dominique** فتحدد مهام الاتصال العمومي،[48]

1- **تقديم المعلومات و تعريف المؤسسات الحكومية المواطنين بما تفعله و شرح لماذا؟ و كيف تفعله** في إطار الدولة الديمقراطية و من أولويا وواجبات المؤسسات العامة المكلفة بالخدمات ذات المنفعة العامة هو تأمين المعلومات للموطن و ضمان الولوج إليها بسرعة و بسهولة حيث أصبحت ثقافة المعلومات و الوصول إليها أكثر انتشارا من السنوات الماضية و معيارا حضريا وبات القانون يضمنه و يعتبره واجبا إداريا وحا للمواطنين حيث تقول **دومنيك ميقارد** Dominique MEGARD "لا يوجد اليوم وزارة أو إدارة أو مرفقا عاما لا يسعى جاهدا إلى توفير المعلومة عن سير المؤسسات... فلا بد من إعلام الجمهور المناسب في الوقت المناسب هذا هو تحدي الاتصال العمومي من خلال تحديد مكان بث المعلومات، الوجهة و هدف هذه المعلومات وفقا لتطلعات الوجهة و احتياجاته مع استعمال اللغة و المفردات المتناسبة مع قدرة استيعاب هذه الوجهة أو الهدف، كما أن ضرورة الإعلام لا يكون مركزا على الموطنين بقدر ما يكون أيضا إلى الموظفين، و المسئولين و الوكلاء العموميين الذين يعتبرون أول الفاعلين في العمل العمومي فأكدت **ميقار D.MEGARD** أن أسلوب الإعلام في الاتصال العمومي يكون من القمة إلى القاعدة حسب التسلسل السلمي. [49]

2- **صياغة و صناعة صورة ذهنية للمؤسسة العمومية و المنظمات الحكومية**[50]

أن الاتصال العام لا يقتصر فقط على تقديم المعلومات بقدر ما يخلق و يعزز صورة المؤسسات العامة و المصالح العمومية بشكل مباشر أو من خلال الترويج للخدمات التي تقدمها الادارة و المؤسسات العمومية مثل شعار الجمهورية الفرنسية **"ماريان"** المؤكد على الهوية و الذي يجسد فكرة العقل و الحرية و هو شعار حكومي رسمي يرمز إلى قوة الجمهورية بسلطة الدولة و تماسك و تناسق خدماتها و ترى **دومنيك ميقارد D .MEGARD** أنه يمكن للخدمات و التوقيعات و الشعارات أن تخلق الهوية خاصة في المجتمعات المحلية بتوطيد الترابط الاجتماعي و دعم الشعور بالانتماء.

و من أهم الأساسيات التي لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار في مهمة خلق الصورة و تعزيزها و تحسينها هو الاستقبال الذي تؤكد عليه **ميقارد D.MEGARD** الذي قد يكون لفظيا، أو عبر اللافتات التوجيهية و المصالح الإدارية و هو بمثابة معيار مهم للصورة التي تقدم للمواطن عن هذه المؤسسات العمومية بصفة خاصة و الدولة بصفة عامة و هو ما أكد عليه بيار زيمور **P.ZEMOR** في تناوله للاتصال العمومي في المصالح العمومية و مع المواطن حيث يقول "حتى تكون هناك علاقة ببين المصالح العمومية و مستخدمي هذه المصالح لا بد أن يستقبل و يوجه حيث أن مهام الاستقبال تبدأ من اللافتات داخل المدينة"[51] كما اعتبرت ميقار **D.MEGARD** "أن تكثيف الرسائل الصادرة من المصالح العمومية مع توافقها مع جميع المستويات الفكرية و المعرفية و القدرات الاستيعابية للموطنين و هي أهم الأساسيات المنتجة لصورة المؤسسات العمومية."

3.**تعبير السلوك و المواقف:**[52]

تعتبر **دومنيك ميقاد D.MEGARD** أن للاتصال العمومي مهام اجتماعية تتمحور في التأثيرات الضرورية للتقدم الجماعي الموجه إلى الموطنين كأفراد مستقلين و مسئولين عن سلوكياتهم الخاصة و توجيه المجتمع و التركيز على القضايا التي تفسد و تنهك المجتمع مثل تعزيز المواطنة ، الحفاظ على التراث فالحملات الكبرى التي تنشر في المجتمع ضد المخدرات و الأمراض المعدية و طرق استهلاك المواد الغذائية و المياه تعتبر من مهام الاتصال العمومي ذو مقاربة اجتماعية تستدعي تكاليف الفاعلين العموميين في تغيير السلوك.

1-الاتصال العمومي هو الاستماع:[53]

الاتصال العمومي حسب **ميقار D.MEGARD** لا يقتصر على إرسال المعلومات و الرسائل من المؤسسات العمومية إلى المواطن بقدر ما هو إنشاء للروابط الاجتماعية بالاستماع إلى المواطن والتعبير عن احتياجاته و هو الجانب الأكثر صعوبة في الاتصال، فالصدق و تعميق النقاش،الالتزام و تعزيز طرق الاستماع و القدرة على المناقشة و إفهام القرارات بشكل أفضل هي مطالب ملحة للموطنين فالثقة و التأييد و التوافق بين المواطن و المنظمات العمومية تأتي من الاتصال الجيد بالإفهام و النقاش و ليس بالإكراه و هذا بلا شك هو أكبر تحدي للاتصال العمومي أما دومنيك باسيرز **D.Bassiers**[54] فيرى بأن الاتصال العمومي الذي غالبا ما ينظر إليه من مقاربة أن الحاكم الذي يستغل رسائل الاتصال و من جهة المحكوم الذي لا يعبر عن إرادته إلا عفويا و ذلك من خلال الانتخابات و الاقتراع، يعبر أن أغراض الاتصال العمومي هي نفس

---

[47] Pierre ZEMOR, la communication publique, que suis-je ? 3 eme édition aout 2005 paris, P34.

[48] Dominique MEGARD, « sur les chemins de la communication publique » ,op.cit, P27-28

[49] Ibid, p P28.

[50] Dominique MEGARD, « sur les chemins de la communication publique » ,op.cit P28-29.

[51] Pierre ZEMOR , la communication publique,op.cit, P 35.

[52] Dominique MEGARDO ,op .cit , P 29-30.

[53] Dominique MEGARD, « sur les chemins de la communication publique » ,op.cit , P30-31.

[54] Dominique BASSIERS. la definition de la communication Publique des en jeux dixplinaires aux changements de paladigmes,op.cit,p 18

أهداف و أغراض الهيئات و المؤسسات العامة و المتمثلة في التعريف و تقديم المعلومات و ترويج لخدمات المؤسسات العمومية و المساهمة في ضمان العلاقات الاجتماعية بتعزيز الشعور بالانتماء الجماعي و مراعاة المواطن كممثل و فاعل.

الخاتمة :

وفي الأخير لا يمكن الا ان نقل ان الاتصال يسعى الى تجسيد النقاش العام في القضايا التي تهم عامة الناس و الية لتكريس المواطنة و تحقيقها فهو مزيج بين المعرفة المهنية و الممارسة و الاكاديمية التي تحدد القطاع و الاطار المهني له و الذي يسمح باندماج و الانتقال من تخصص الاعلام و الاتصال الى العلوم السياسية و علوم التسيير و الإدارة تحت رهان تطوير و تأهيل ممارسة منظمة و فعالة للاتصال العمومي الحكومي الذي يعد رهان حكومي لإقامة علاقة متبادلة بين مختلف هياكل الدولة باختلاف مهامها للحفاظ على الحوار بينها وبين مختلف طبقات المجتمع و تسهيل تداول المعلومات و ضمان ترجمة واضحة للحكم الرشيد من خلال الشفافية في واقع ملموس .

المراجع باللغة العربية :

1- محمد إبراهيم عايش، خيرت عياد، أحمد فاروق، سعد الربيعان –الاتصال الحكومي النظرية و التطبيق، المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة، المركز الدولي للاتصال الحكومي، قيم الدراسات و الأبحاث ، الشارقة، الإمارات العربية 2020

المراجع بالغة الفرنسية :

1. Anne-marie Gigras « l'état communiquant de caroline Olivier, Revue politique et sociétés civile, n°2-3 volume 20,2001, http:// doi.org P268.
2. Bernard Deljarrie, histoire de la communication publique locale : évolution et enjeux sur un demi siècle sur le site Cop-Com.org Avril 2014 P Ibid. p1
3. Bernard Miege, Yvesdla Haye: De l'ère de la communication aux marchés de la communication, Revue Communication. Information media théories N°213 ,1984,
4. Caroline olivier,-YANIV, la communication publique , publicationnaire, Dictionnaire encyclopédique et critique des public , mis en ligne le 31 mai 2021 sur le site publicationnaire-Huma-num.Fr P02.
5. Caroline olivier,-YANIV, l'état communiquant, presse universitaire de France, 2000, p48.
6. Charlatte DENOEL, la propagande Hitlerienne, histoire par l'image nouvelle echairage sur l'histoire, Publie le mars 2016 sur le site Histiore-image.org consulte le 18-04-2021.
7. Claire Aslangul, les dessins animés de propagande des années 1933-1945 des sources méconnues Berlin problématique et pisye de recherche Revue etudes germanique N°256 Le 4 .2009. P02.
8. Dominique BASSIERES, la definition de la communication Publique des en jeux dixplinaires aux changements de paladigmes, revue, communication et organisation Repenser la communication dans les Organisation publique n°35,2009
9. François Demers, la communicaton publique : un concept pour repositionner le journalisme contemporaine , les cahiers du journalisme ,n 18 printemps , 2008
10. Government Communication service, celebrating 100 years of government communication past, present and future 2 Mars 2017 Govermment communication service.org
11. Karen Sander, Maria JOSE Ecanel, government communication: cases and challenges editeur Blommsbury academy, 2013- P48.

12. Kouassi Raymond KRA, la communication publique dans les administration publique ivoiriennes ; Etat des lieux, Revue communication en question, numéro spéciale, janvier 2004,
13. Le gouvernement fédérale de 19490 nos jour, sur le site bandes Regierinng.de/brag.Fr.
14. Marcel Pasquier, la communication des organisations publiques, presses de l'université du Québec, 2eme édition 2017
15. Michel Beauchamp, La communication Publique et la Societ, Reperes pour la Réflexion , édition Gaetam Morin éditeur, Baucher viue, Ouebec 1991
16. MultiMedia de la shan, encyclopédie, la propagadenazie, sur le site Https://encycolopedia.UShmm.org
17. Niculas HUBE, une institutionnalisation sans professionnalisation ? l'espace interstitiel de la communication Gouvernementale en RFA, Les enjeux de l'information et de la communication, le 13 juillet 2020,N°02 sur le site les enjeux-univ-grenable-alpes .fr
18. Pierre ZEMOR, la communication publique, que suis-je ? 3 eme édition aout 2005 paris,
19. Simon Holder, Acentury of govermment Communication, publie le 2 juin 2018 sur le sit quarterly.blog-gov-UK
20. www.Cop'Com.org/quest-ce- que la communication publique.