



# الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - مسيلة -



كلية: العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام و الاتصال

التخصص: اتصال و علاقات عامة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال

تحت عنوان:

فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية  
دراسة ميدانية بمديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعريج

إشراف الأستاذة(ة):

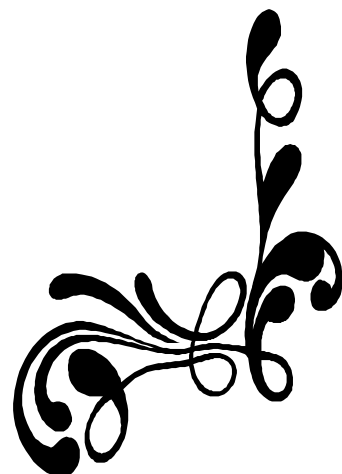
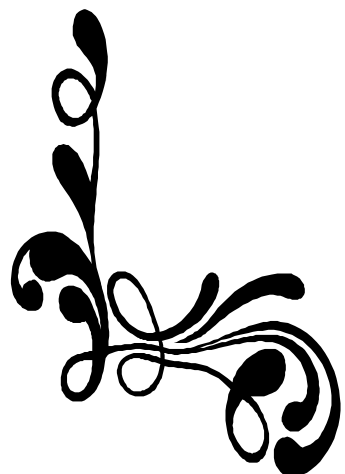
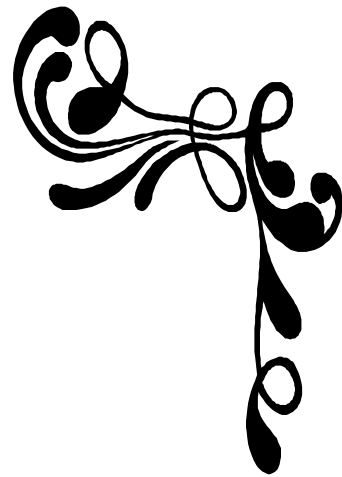
\* حيمر سعيدة

من إعداد الطلبة :

• شتوح يوسف

• حريزي عبد الرزاق

السنة الجامعية: 2024/2023



# سِرُّ شُكْرِ وَقَفَاتِنَا

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق و السداد و منحنا الثبات و أعاننا على إتمام هذا العمل  
بعد أن سافرنا لنضع النقاط على الحروف و نكشف ما وراء ستار العلم و المعرفة ، فها  
هي ثمار علمنا قد أينعت و حان قطافها .

هذه كلماتنا المبعثرة نهمس بها في أذن كل من سيفتح هذه المذكرة لينهل معها ما يشاء  
و يشتهي .

هي أيضا كلمات شكر الى كل من حثنا و غرس فينا الأمل و الإرادة .

إلى الأستاذة المشرفة و جميع الأستاذة

إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

# إهداء

ما أجمل أن يجود المرء بأغلى ما لديه و الأجل أن يهدي الغالي  
للأغلى

هي ذي ثمرة جهدي أجنيتها اليوم هي هدية أهديتها إلى :

أبي الغالي حفظه الله

أمي العزيزة أطال الله في عمرها

جميع إخوتي و أصدقائي

و إلى من ساندني في إنجاز هذا العمل

شتوح يوسف

إهداء

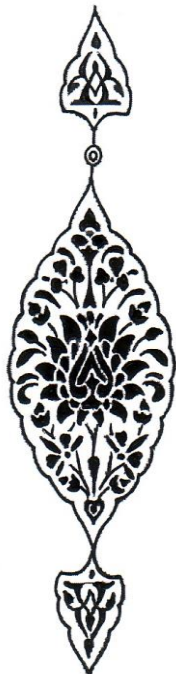
إلى مهجة قلبي، ونور أيامي، وبلسم

الأمي

إلى أمي ولا أحد.

حريزي عبدالرزاق

# فهرس المحتويات



الصفحة	قائمة المحتويات
/	الشكر
/	الإهداء
/	فهرس المحتويات
/	فهرس الجداول
11	مقدمة
<b>الإطار المنهجي للدراسة</b>	
13	1. الإشكالية
16	2. أهمية الدراسة
17	3. أهداف الدراسة
17	4. تحديد المفاهيم
19	5. أسباب اختيار الموضوع
19	6. الدراسات السابقة
23	7. المقاربات النظرية
24	8. أدوات البحث
24	9. منهج البحث
25	10. عينة الدراسة
<b>الإطار النظري:</b>	
<b>الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة الإلكترونية</b>	
30	المبحث الأول: العلاقات العامة الإلكترونية
34	المبحث الثاني: بداية ظهور العلاقات العامة و دورها الجديد
34	الدور الجديد للعلاقات العامة
34	ظهور العلاقات العامة الإلكترونية
35	المبحث الثالث : أدوات ووظائف العلاقات العامة الإلكترونية وإدارتها عبر الانترنت
35	أدوات العلاقات العامة الإلكترونية عبر الانترنت.
44	وظائف العلاقات العامة الإلكترونية عبر الانترنت.
48	إدارة العلاقات العامة الإلكترونية عبر الانترنت
49	المبحث الرابع : أخلاقيات العلاقات العامة وصعوبات استخدام الانترنت كوسيلة اتصال العلاقات العامة

49	اخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الانترنت
50	مشكلات وصعوبات استخدام الانترنت كوسيلة اتصال العلاقات العامة.
52	خلاصة
<b>الفصل الثاني : مورفولوجيا الخدمة العمومية</b>	
56	المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية
59	المبحث الثاني : خصائص الخدمة العمومية
61	المبحث الثالث: مظاهر ومعايير الخدمة العمومية
61	مظاهر الخدمة العمومية
62	معايير الخدمة العمومية
64	المبحث الرابع: أنواع ومجالات الخدمة العمومية
64	أنواع الخدمة العمومية.
65	مجالات الخدمة العمومية
66	المبحث الخامس: مراحل تحسين الخدمة العمومية ومشكلاتها
68	مفهوم الخدمة العمومية الإلكترونية
69	مبادئ الخدمة العمومية
71	أهداف ومراحل الخدمة العمومية الإلكترونية
71	أهداف الخدمة العمومية الإلكترونية.
72	مراحل الخدمة العمومية الإلكترونية.
73	المبحث الرابع : أساليب وتقنيات تقديم الخدمة العمومية الإلكترونية
80	خلاصة
<b>الفصل الثالث : العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات العمومية</b>	
85	المبحث الأول: العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الحكومية
88	المبحث الثاني: أهمية ودور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
91	المبحث الثالث: أهداف ومبادئ العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية
93	المبحث الرابع : واقع العلاقات الرقمية في المؤسسة العمومية الجزائرية.
99	المبحث الخامس :توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق الخدمة العمومية
100	المبحث السادس : تحديات العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية.
105	خلاصة
<b>الإطار التطبيقي</b>	
108	التعريف بمديرية الشباب و الرياضة

108	المهام
110	الهيكل التنظيمي.
135	تحليل البيانات.
138	نتائج الدراسة.
141	الخاتمة
143	التوصيات
145	قائمة المراجع
	الملاحق

### فهرس الجداول:

الرقم	الجدول	الصفحة
01	العلاقات العامة الالكترونية	
02	الخدمة العمومية لمؤسسة	
03	أهمية ودور العلاقات العامة الرقمية في الخدمة العمومية	

## الملخص:

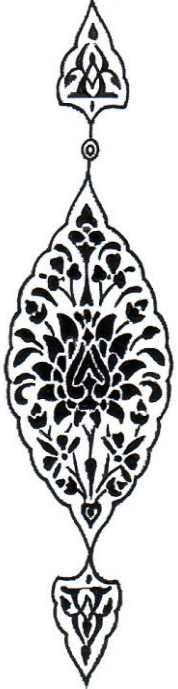
نظرا للأهمية البالغة التي تحظى بها العلاقات العامة الرقمية في مجال الخدمات العمومية، فقد حاولنا تناول هذا الموضوع في دراستنا أين تمحورت إشكالية البحث حول قدرة الوسائل الاتصالية العلاقات العامة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمات العمومية، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الجديد لعلاقات العامة في ظل عصر الرقمنة وقدرتها على تحسين الخدمات العمومية، وخصت كل ما يتعمق بعلميات التحسين، التسهيل، التقريب لخدمات الإدارية منها، حيث كانت مديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعريريج هي المؤسسة التي تم اختيارها قصد دراسة حالة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على أداة استمارة مقابلة وأداة الملاحظة لجمع البيانات، وقد أظهرت نتائج الدراسة مدى تبني مديرية الشباب و الرياضة لمهنة العلاقات العامة الالكترونية كأسلوب إداري حديث تعتمد عليه في نقل وتبادل المعلومات والخدمات بين الموظفين وكافة المواطنين بمختلف الجهات والشرائح بالمجتمع. وبالتالي تعتبر العلاقات العامة الرقمية أحد الركائز المهمة والفعالة بالمديرية التي تهدف إلى رفع الأداء وتحسين الخدمات.

**الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، الخدمات العمومية، التحسين.**

## SUMMARY

Given the considerable importance that generous digital relations have in the public service, this is why we have taken this subject in our studies where the electronic problem is based on its role in the improvement of the public service where we put the facility for approaching the administrative service or the youth and sport direction willaya de bourdj bou arriridj was the company chosen to achieve the goals of this study. It is based on the administrative form. In order to bring together all the data of civil protection and electronic relations as administrative methods where it is based in the exchanges of information and services between employees and citizens then the generous digital relationship and one of the important pillars for provide the various services.

**Keywords: Generous digital relationships, public services ,Improvement.**



# مقدمة

## مقدمة:

شهد العالم المعاصر سلسلة من التحولات الجذرية والتطورات المتسارعة التي أفرزتها مجموعة من العوامل كالتطور التكنولوجي والعولمة والانفتاح التجاري، وتزايد حدة المنافسة التي يشهدها السوق العالمي اليوم، مما يدعو كافة المؤسسات إلى مواجهة تحديات هذه المرحلة التي تسودها بيئة اقتصادية وإدارية تتسم بالصعوبة والتعقيد فضلا عن ثرائها بالفرص والتحديات.

وتقتضي أهمية بناء العلاقة بين المؤسسة وجماهيرها، تكييف الأساليب والوسائل التي تستعملها المؤسسة مع ما يتناسب ومتغيرات العصر ، التي تعد التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات وما نتج عنها من أهم التطورات في المجال الاتصالي والمعلوماتي، إذ أثرت في كيفية ممارسة المهام والأنشطة الإدارية لاسيما العلاقات العامة التي احتلت مكانة مهمة لدورها الهام في تجسيد التقاهم والإنفاع بين المؤسسة وجمهورها، كما احتلت موقعا داخل الهيكل التنظيمي في إدارات معظم المؤسسات الحديثة على الرغم من تفاوت أهميتها بين مؤسسة وأخرى.

فقد أتاح استخدام التكنولوجيا الحديثة لإدارات العلاقات العامة، مجال تعريف الجماهير بالمؤسسة والخدمات والمنتجات التي تقدمها وإقامة وتنمية علاقات الكترونية كما شكل أداة فعالة لبناء صورة وهوية المؤسسة وعنصرا ضروريا لتميزها، حيث أن استخدام العلاقات العامة للتكنولوجيا الحديثة أخرجها عن الإطار التقليدي الذي تميزت به سابقا وعبر بها نحو فضاء جديد يعرف بالعلاقات العامة الالكترونية".

وفي ظل التطورات والتحديات التي يشهدها العالم اليوم مع دخول الألفية الثالثة التي تميزت بالاتجاه السريع نحو آفاق العولمة في مختلف المجالات، ظهر اتجاه جديد في البيع المباشر.

ونظرا لخصوصية هذه المؤسسات كان لزاما عليها السير نحو استيعاب طرق جديدة للعمل تتماشى مع طبيعتها وفي نفس الوقت تزيد من احترافيتها، ولهذا الغرض توجهت نحو توظيف العلاقات العامة الالكترونية لما لها من دور فعال في تحقيق امتياز تنافسي لهذه المؤسسات من جهة وبناء هوية لها عبر المنصات الالكترونية من جهة أخرى.

- ومن هذا المنطلق تحاول دراستنا إبراز فعالية العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدماتية مقسمة إلى 04 فصول:

- حيث احتوى الاطار المنهجي على إطار الدراسة ومنهجيتها وعلى الإشكالية التي انتهت بتساؤل رئيسي بالإضافة إلى المقاربة النظرية.

- في حين أن الفصل الأول بعنوان ماهية العلاقات العامة الالكترونية الذي ضم أربعة مباحث جاء أولها تحت عنوان: العلاقات العامة الالكترونية والمبحث الثاني بعنوان الدور الجديد للعلاقات العامة وبداية ظهورها أما المبحث الثالث أدوات و وظائف العلاقات العامة الالكترونية وإدارتها عبر الانترنت والمبحث الرابع بعنوان أخلاقيات العلاقات العامة الالكترونية وصعوبات استخدام الأنترنت كوسيلة اتصال للعلاقات العامة.

- أما الفصل الثاني بعنوان مورفولوجيا الخدمة العمومية مقسم إلى جزئين حيث كان الجزء الأول بعنوان ماهية الخدمة العمومية احتوى على خمسة مباحث، أما الجزء الثاني بعنوان الخدمة العمومية الالكترونية واحتوى على أربعة مباحث.

- أما الفصل الثالث بعنوان: العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات العمومية و احتوى على ستة مباحث حيث كان عنوان المبحث الأول بعنوان العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الحكومية والمبحث الثاني أهمية ودور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، والمبحث الثالث أهداف ومبادئ العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

- أما المبحث الرابع بعنوان واقع العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات العمومية الجزائرية.

-المبحث الخامس مواقع التواصل الاجتماعي.

أما الإطار التطبيقي فاشتمل على نتائج الدراسة الميدانية وذلك من خلال تحليل بيانات الاستمارة، كما دعمنا الاستمارة بأداة المقابلة وانتهت بمجموعة من الاستنتاجات وخاتمة وتوصيات يمكن أن تكون بداية الموضوع آخر.

## 1. الإشكالية

مع تطور الزمن واتساع رقعة النشاطات وكثرة الممارسات وتعمدها، منذ ظهور الثورة الصناعية إلى وقتنا الحالي، الذي أصبح يعرف بعصر العولمة، زاد نمو المؤسسات والمشروعات الضخمة التي عملت بدورها على تطوير وسائل وأساليب العمل فيها عما كانت عليه من قبل، بغرض تحقيق التفوق والتميز، أو حق البقاء والاستمرار في عالم الأعمال، وبهذا توجهها نحو الفكر الإداري الحديث. وحتى تتجح العلاقات العامة في أداء وظيفتها لأبد لها من أن تستعمل كافة الوسائل والتقنيات الاتصالية المتاحة، والتي لها أثر إيجابي على أدائها، فمنها المطبوع كالمجلات والكتيبات والمطويات والملصقات، وهناك ما هو مسموع مثل الراديو، كما أنه يوجد ما يزوج ويجمع بين هذه الخاصيات كالتلفزيون والفيديو والإنترنت هذه الأخيرة التي ساهمت بما تحمله من تقنيات وبرمجيات وسهولة ومرونة في التعامل في اتساع المفهوم التقليدي للعلاقات العامة، باعتبارها من أكثر الوظائف الإدارية تأثراً بهذا التطور، حيث أن هذا التأثير لم يتوقف على الدراسات الأكاديمية للعلاقات العامة فقط وإنما امتد ليشمل ظهور اتجاه جديد يعرف بالعلاقات العامة الالكترونية".

ويعد الانتقال من العلاقات العامة التقليدية إلى "العلاقات العامة الالكترونية" أو كما يسميها البعض الرقمية" مرحلة مهمة وضرورية على اعتبار أنها أكثر شمولية وتنوعاً وفعالية، فهي تسعى لمواكبة متطلبات العصر والابتكارات الجديدة، التي لو بقيت بعيدة عنها ستجد بأنها أصبحت عديمة التأثير والتأثر فالتركيز على توظيف هذه التقنيات الحديثة والتوجه نحو بناء ما يعرف بالهوية الرقمية يعزز من أدائها المهني ويضيف عليه الاحترافية، والذي يعتبر بدوره امتيازاً تنافسياً للمؤسسات التي تسعى لرقمنة إدارتها وأجهزتها بما في ذلك العلاقات العامة.

فهذا التطور السريع للإنترنت كوسيلة اتصالية أدى إلى ضرورة إعادة النظر في الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في كافة المؤسسات سواء كانت حكومية أو خاصة إنتاجية أو خدمية.

وفي سياق الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية بما فيها تقنيات المعلومات والاتصالات، ظهرت مئات المؤسسات التي تكيفت مع هذه البيئة المستحدثة واتخذت من هذه التقنية استراتيجية أساسية لها، خاصة تلك الناشطة في مجال تقديم الخدمات العامة وبالتحديد ما يعرف بالمؤسسات العمومية.

تعتبر الخدمة العمومية عن الحاجات الضرورية التي تقدمها الدولة بتوفيرها في إطار ممارسة وظائفها، وذلك عن طريق النشاطات التي تهدف إلى تحقيق منفعة عامة كالخدمات الإدارية والخدمات الاجتماعية والثقافية والخدمات الصناعية والتجارية.

فالجزائر باعتبارها جزء لا يتجزأ من هذا العالم معينة كغيرها من الدول بمواكبة المتغيرات المتسارعة التي أفرزتها العولمة، فهي مطالبة بعصرنة خدماتها العمومية، رغم التطورات التي حدثت في مختلف مسارات الإصلاح منذ الاستقلال إلى حاضرننا، فقد ظهرت العديد من المبادرات لتحسين وتطوير الخدمة العمومية. بإصلاحات التي باشرت في السنوات الأخيرة تماشيا مع التطور الاقتصادي والاجتماعي والتقني واحتياجات المواطنين، وذلك عن طريق عصرنة المؤسسات الإدارية العمومية لتحقيق تنمية مستدامة في كل المجالات المختلفة، رغم ذلك فإن واقع الخدمة العمومية اعترضته العديد من التحديات والعراقيل لتحقيق الأهداف المرجوة نظرا لضعف الهياكل والمؤسسات، بالرغم من المخططات والتدابير التي سطرتهها الحكومة المتعاقبة.

فالمؤسسات العمومية الحكومية أصبحت تعمل بشكل كبير على تطوير الخدمات التي تقدمها، ومنه فالخدمة العمومية بدورها تنشط في مجالات عدة منها: المجال السياحي، المجال الثقافي، المجال الإعلامي التربوية الصحي، والمجالات الأمنية، وغيرها.

حيث يعتبر موضوع العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات العمومية الخدماتية من أهم المواضيع الجديدة في مجال الدراسات المهمة بمدى استخدام التقنية الالكترونية في مجال عمل العلاقات العامة.

تعد مديرية الشباب و الرياضة مؤسسة عمومية و يتمثل نشاطها في بناء علاقة متينة مع المواطن قصد إعدادهم وغرس قيم إيجابية فيهم كما تعمل على تنظيم و تنمية الانشطة الرياضية و الشبابية في البلاد و تعمل على توفير البنية التحتية اللازمة لتنمية المهارات الرياضية و الثقافية للشباب ، بالإضافة الى تنظيم الفعاليات و المسابقات الرياضية و الثقافية و الترفيهية ، تهدف أيضا الى تعزيز الروح الرياضية و الانتماء الوطني بين الشباب و تشجيعهم على المشاركة الفعالة في الحياة المجتمعية .

وهي مؤسسة عمومية كغيرها من المؤسسات المواكبة العصر الرقمنة في مجال تقديم الخدمات لأفراد المجتمع، تعتمد على الأنترنت ووسائل الاتصال الالكترونية لتقديم خدماتها المتنوعة للمواطن، وهذا ما جسده مكتب الاعلام و الاتصال على مستوى إدارتها.

فقد كان لزاما على المؤسسات العمومية تكييف وتطوير الوظائف الإدارية بما يتناسب ويتماشى مع طبيعتها، بما في ذلك وضعه العلاقات العامة ومنع السير نحو توظيف العلاقات العامة الالكترونية التي أصبحت ضرورية لابد أن تمتلكها المؤسسة، وهذا انطلاقا من التساؤلات التي أثرت حول الإطار

الاجتماعي الذي تعمل فيه المؤسسة والذي يفترض أن تكمل عمل ومهام العلاقات العامة لا يمكن نجاحه إلا من خلال اتصال المؤسسة مع قنوات الإعلام الاجتماعي الحديثة.

ومن هذا المنطلق يتضح توجه بحثنا من خلال محاولة دراستنا دور العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية، لكن بعيدا عن الخوض في غياهب الدور والهدف الذي تقوم به العلاقات العامة التقليدية عموما بتحقيقها، وإنما التوجه نحو دراسة الأهداف التي تستطيع العلاقات العامة الالكترونية تحقيقها بما في ذلك تأثيرها في تحسين الخدمات العمومية وتحقيق امتياز للمؤسسات العمومية، وانعكاس طبيعة هذه الأخيرة بما تحمله من تطور لتقنياتها ورؤيتها على ممارسات ووسائل جهود العلاقات العامة.

ومن هنا برزت حدود إشكالية بحثنا التي حاولنا اختصارها في التساؤل الرئيسي التالي:

- ما مدى فعالية العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدماتية؟

والذي تفرعت عنه التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يمكن تبني أسلوب العلاقات العامة الالكترونية كاستراتيجية جديدة في مديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعرييج؟

- ما هي آليات تحسين الخدمة العمومية في مديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعرييج ؟

- كيف تمارس العلاقات العامة الالكترونية في مديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعرييج ؟

- بعد تقديم موضوع الدراسة وتقديم الإشكالية سنقدم أهمية و أهداف الدراسة وأسباب التطرق للموضوع المدروس والتعرف عليه بطريقة تسمح بإزالة اللبس والغموض كما نجد أن المنهج هو أسلوب التفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، ونجد أن العينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي .

### 2. أهمية الدراسة:

تدخل هذه الدراسة في إطار تدعيم الدراسات العلمية المهمة بجانب توظيف التقنيات الالكترونية للعلاقات العامة أو ما يطلق عليه العلاقات العامة الالكترونية، لذا فيعتبر موضوع العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات العمومية على قدر كبير من الأهمية، إلا أن أهمية الدراسة تكمن في أهمية الموضوع في حد ذاته، فحاجة المؤسسة اليوم لاستخدام التكنولوجيا الحديثة أصبحت ضرورة ملحة في عمل العلاقات العامة، خاصة أن نشاط العلاقات العامة أساسا يرتكز على عملية الاتصال وخلق جو من الثقة بين المؤسسة و جماهيرها.

ذلك أن هدف كل مؤسسة هو كسب تأييد وولاء من تتعامل معهم، وبما أن التقنيات الحديثة الالكترونية أصبحت وسيلة هامة في تحسين الخدمات العمومية والنهوض بجهودها، وبالتالي فأهمية هذا الموضوع تأتي في العناصر التالية:

1- بيان دور العلاقات العامة الالكترونية والتخلص من عيوب العلاقات العامة التقليدية.

2- دراسة آليات تحسين الخدمة العمومية في المؤسسات العمومية وأساليب تطبيقها.

3- إبراز دور العلاقات العامة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى قاعدة جماهيرية واسعة.

### 3. أهداف الدراسة:

لابد لأي بحث علمي على أن يكون له أهداف محددة حول الموضوع المدروس من أجل الوصول إلى الحقائق، وعليه كانت أهداف الدراسة كما يلي:

1- معرفة مكانة وواقع العلاقات العامة الالكترونية في المنظمات العمومية.

2- محاولة معرفة التقنيات الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة مديريةية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعريج.

3- دراسة الخدمة العمومية والصعوبات التي تواجهها.

4- إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسة.

### 4- تحديد المفاهيم

#### 1- مفهوم العلاقات العامة:

**لغة:** عبارة عن مفهوم لفظي مركب من كلمتين: الأولى: العلاقات، والثانية العامة، علاقة والعلاقة هي الربط بين موضوعين أو أكثر، فالعلاقات والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك، فهي مجموع الصلات والاتصالات التي قد تكون هيئة أو شركة أو منظمة من جهة والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى، أما العامة تشير إلى الجماهيرية أي الجمهور المختلف الذي ترتبط مصالحه ونشاطاته بالهيئة أو المنظمة.

**اصطلاحا:** رغم الامتداد التاريخي للعلاقات العامة كنشاط إنساني وكذا البحوث، إلا أنه لم يتوصل العلماء والباحثين والدارسين في مجال العلاقات العامة لإيجاد تعريف جامع ومانع لهذا المفهوم، لذلك فقد جاءت هذه التعاريف مختلفة ويمكن ذكرها على أساس التصنيف التالي:

- عرفها قاموس ويسبر أنها مجموعة النشاطات تقوم بها هيئة أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة طيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين.

- أما قاموس Hachette عرفها أنها مجموعة الوسائل المستخدمة من طرف تنظيمات عمومية أو خاصة لبناء جو ملائم ومناسب داخليا وخارجيا من أجل إعلام الجمهور بمختلف نشاطاتها.

- قاموس المصطلحات الإعلامية : عرف العلاقات العامة على أنها العلاقات القائمة على الاحترام المتبادل.<sup>1</sup>

- أما المعجم الإعلامي: لقد عرفها أنها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة الهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والاقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما و جمهورها لتحقيق أهداف مصالح الاطراف المعنية.

## 2- مفهوم العلاقات العامة الإلكترونية:

### التعريف الاصطلاحي:

1- هي عملية الاتصال من خلال الوسائل وتوزيع المواد كالمنشورات والمقالات بالشكل الالكتروني، بالاستفادة من أدوات وقواعد الانترنت والإنتاج التكنولوجي الحديث.

2- هي وظيفة تسيير الاتصال بين المنظمة وجمهورها باستخدام تطبيقات الاتصال الالكتروني بغرض التعريف بهويتها، تحسين صورتها وتوطيد علاقتها بجمهورها، محققة بذكر الحوار التفاعلي المبني على المصادقية والشفافية وأخلاقيات المسؤولية الاجتماعية.

3- عرفت أيضا أنها استخدام وسائل الإعلام المختلفة على الانترنت لصنع ومشاركة محتوى عن المؤسسة أو الشخص، والوصول للجمهور المستهدف والتواصل معه عن طريق الإعلام الالكتروني.<sup>2</sup>

### التعريف الإجرائي :

<sup>1</sup> يضيف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الانسقية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة 2009/2010، ص 12.

<sup>2</sup> محمودي محمد بشير العلاقات العامة الالكترونية وتطور المنظمة، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد الأول، العدد 3-4 جامعة بسكرة 2017 ، د.ص

هي كل الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات داخل المنظمة عن طريق التقنيات الالكترونية من أجل تحقيق أهدافها المنشودة في المنظمة، وذكر من خلال المواقع الالكترونية.

### 3- مفهوم الخدمة العمومية:

**التعريف اللغوي:** خدمة عامة، العمل في نشاطات ذات منفعة عامة كإدارة الحكومية.

**اصطلاحاً:** هي مجموعة الخدمات العامة الموجهة للأفراد للاستعمال الشخصي، وعادة

تتطلب الخدمات اتصالاً مباشراً<sup>1</sup>.

**إجرائي:** هي عبارة عن نشاط يهدف إلى تحقيق منفعة عامة موجهة لأشخاص وأفراد من طرف شخص لآخر ، تقدمها جهات رسمية لصالح العام.

### 5- أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع وصياغة إشكالية و من أهمها :

1- تماشي الموضوع مع تخصصنا، حيث يعالج أهم مجال من المجال المهمة فيه أولاً و هي العلاقات العامة الرقمية.

2- إبراز قيمة الخدمة العمومية.

3- حداثة الموضوع وأهميته في المؤسسة ( تحسين الخدمة العمومية ).

4- أهمية قطاع الخدمات العمومية.

5- تنوع الخدمات العمومية.

### 6- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهم المعايير التي يتم استخدامها والاستعانة بها في البحوث والدراسات، فهي كدليل أو مؤشر لفهم بعض الإشكاليات ويمكن الاستعانة بها كذلك عن تحليل النتائج التي تم التوصل إليها والدراسات السابقة تقسم إلى قسمين منها دراسات مشابهة ودراسات مطابقة، فالدراسات المشابهة هي الدراسات التي تتشابه مع البحث محل الدراسة في جانب معين يمكن أن يكمن هذا التشابه في متغير من

<sup>1</sup> قوادي عائشة شروف صارة، دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، تخصص الاتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات جامعة

متغيرات الدراسة، بينما الدراسات المطابقة فهي الدراسات التي تناولت نفس الموضوع في وقت أو زمان معين أو من زاوية أخرى.

وبالتالي فقد اعتمدنا في دراستنا على دراسات مشابهة من حيث طريقة تناولها للموضوع ومن بينها الدراسة المندرجة تحت عنوان:

**المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية: التي أجريت سنة 2014**، تناولت هذه الدراسة إشكالية متمثلة في اعتبار الانترنت وسيلة اتصال جماهيرية، حيث أقيمت العديد من المنظمات الحكومية في الجزائر خاصة منها الجامعات على استخدامها أيا كانت الإمكانيات التي تقدمها الأنترنت والشبكة العنكبوتية (الويب) لاتصال المنظمة بجماهيرها، كما تم التركيب في إشكالية الدراسة على طرح طبيعة المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وهذا الطرح يعتبر جوهر وأساس الإشكالية.

إضافة إلى دراسة ثانية اعتمدنا عليها والمندرجة تحت عنوان:

**واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية أجريت الدراسة سنة 2016** تمحورت إشكالياتها حول العلاقات العامة ظهورها وتجسيدها في المؤسسات عامة وفي المؤسسات الخدمية خاصة، ومدى تطبيقها في المؤسسات الجزائرية ذات الطابع العمومية الخدمية اعتمد الباحث في الدراسة على المنهج الوصفي وكان نوع العينة: العينة العرضية، ولإنجازها اعتمد على أدوات جمع البيانات المتمثلة في أداة الاستبيان أين تم التوصل في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- يقوم موظفي مؤسسة سونلغاز باستعمال معظم تقنيات العلاقات العامة بدون اتقان مع دمجها بالاتصال، وهذا لا يخدم إقامة العلاقات العامة بالمعنى الحديث لها.

- إهمال استخدام التكنولوجيا الحديثة بطريقة تكفل خدمة نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسة.

- وجود جملة من المعوقات والمشاكل التي تواجه عملية الاتصال. تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا طرحها للموضوع المتمحور حول العلاقات العامة وتجسيدها في المؤسسات الجزائرية ذات الطابع العمومية الخدمية.

- وتختلف عنها في كونها تدرس واقع العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الخدمية، في حين تبحث دراستنا عن دور العلاقات العامة في المؤسسة العمومية. - أفادتنا هذه الدراسة على بعض من الجوانب النظرية.

وفي دراسة ثالثة المندرجة تحت عنوان:

واقع تفاعلية المؤسسة عبر الوسائط الرقمية وأثره في تحسين وظائف العلاقات العامة: والتي أجريت سنة 2018، أين تناولت الدراسة إشكالية دور الوسائط الرقمية بأنواعها المختلفة (مواقع تواصل اجتماعي المواقع الالكترونية البريد الالكتروني...) في خلق ما يسمى بتفاعلية المؤسسة، أين هذه الوسائط حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها ومكنت من التفاعل بينهما، وهذا ما يساهم في دوره في تحسين وظائف العلاقات العامة.

اعتمد في الدراسة على المنهج الوصفي، وكانت العينة قصدية كما تم الاعتماد على الأدوات البيانات التالية : الاستمارة، المقابلة، وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يعتبر الموقع الالكتروني والبريد الالكتروني والشبكات الاجتماعية أكثر الوسائط الرقمية استخدامات من طرف المؤسسات محل الدراسة بنسبة 75.5% وهذا راجع إلى إقبالها على إنشاء حساب خاص على الوسائط الرقمية المذكورة هو إجراء لا بد منه خاصة في مجال مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل، وفي إطار سعي المؤسسات في البحث على زبائن لها كان لزاما عليها التنقل إلى هذا الفضاء التحصيل متابعين لها كمواجهة إعلانية لخدماتها ومنتجاتها.

- تساعد الوسائط الرقمية في تحسين الاتصال داخل وخارج المؤسسة بنسبة كبيرة قدرت ب 78.7%.

أحدثت الوسائط الرقمية تغيير في التواصل والتفاعل مع جماهيرها المؤسسة وذلك لقدرتها الكبيرة على إيصال رسالتهم إلى الجمهور المستهدف بطريقة فعالة، ويؤكد موظفو العلاقات العامة في المؤسسات المدروسة فعالية هاته الوسائط في نجاح العملية الاتصالية.

تتشابه الدراسة مع دراستنا في بعض الجوانب المنهجية كأداة جمع البيانات ( المقابلة) إضافة إلى التشابه في الفصل النظري المتعلق بالعلاقات العامة وأدواتها. كما تتفق مع النتيجة المتواصل إليها والمتمثلة في أن الوسائط الرقمية للعلاقات العامة قد أحدثت تغييرا في التواصل والتفاعل مع جماهير المؤسسة، وذلك لقدرتها الكبيرة في إيصال رسالتهم إلى الجمهور المستهدف بطريقة فعالة، ويؤكد موظفو العلاقات العامة في المؤسسات المدروسة فعالية هذه الوسائط في نجاح العملية الاتصالية.

- وتختلف معها في كونها تدرس واقع وأثر الوسائط الرقمية في وظائف العلاقات العامة، بينما نحن ندرس الدور الذي تلعبه هذه الوسائط في نشاط العلاقات العامة في المؤسسات العمومية.

- وأفادتنا في التعرف على العديد من المفاهيم في الإطار النظري وكذا في التعرف على بعض المراجع.

وفي دراسة رابعة:

التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة: أجريت سنة 2015 تهدف هذه الدراسة إلى اختبار دور التقنيات الحديثة على أداء هذه الإدارة ومعرفة مدى مساهمتها في إحداث الارتقاء بمجال الاتصالات وقد تمحورت مشكلة الدراسة حول معرفة الدور الذي حققته التقنية على أداء هذه الإدارة وإلى أي مدى انعكست ذلك إيجابيا على الصورة الذهنية عن الشركة لدى جماهيرها الداخلي وشكل دعم نجاحها وتفوقها في هذا المجال، وبالتالي رفع كفاءة الأداء بإدارة العلاقات العامة للشركة السودانية الاتصالات تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وأدوات جمع البيانات متمثلة في استمارة استبيان، ومن أهم النتائج المتواصل إليها ما يلي:

- إدخال التقنيات الحديثة ساهم في زيارة فعالية أنشطة إدارة الفرع بالشركة السودانية للاتصالات سو دائل وتأثير هذه الأنشطة على جماهير الشركة.

- إدخال التقنية أدى إلى تغيير النظرة العامة للجمهور بل وأدى إلى تحسين الصورة الذهنية عن الشركة وخدماتها لدى الجمهور الخارجي.

- الاهتمام بالتقنية الحديثة جعل الشركة في مركز الريادة في مجال الاتصالات المحلية والإقليمية والدولية.

تتشابه الدراسة مع دراستنا كونها دراسة وصفية كما ساعدت في التعرف على بعض المراجع، كذلك اتفقت معها في النتيجة المتواصل إليها، والمتمحورة حول أن إدخال التقنيات الحديثة ساهم في زيادة فعالية أنشطة إدارة العلاقات العامة على المؤسسة وتأثير هذه الأنشطة على جماهيرها.

- تختلف عنها في بعض الجوانب النظرية ومتغيرات الدراسة. أفادتنا في الجانب النظري وكذا المنهجي.

### 7- المقاربة النظرية للدراسة:

إذا كانت المقاربة النظرية هي منهجية فكرية وهي الطريقة التي يتناول بها الدارس الموضوع، وهي أساس نظري يتكون من مجموعة من المبادئ يتأسس عليها البحث.

وبالنسبة لموضوعنا تعد مقارنة الاستخدامات والإشباعات الأقرب لتناول موضوع "دور العلاقات العامة في تحسين الخدمة العمومية"، حيث تعرف مقارنة الاستخدامات والإشباعات بأنها تلك النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة خلال عقد الأربعينيات من قرن 20 أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي إلى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها الرسائل والمضمون المفضل، تعتمد هذه النظرية على عدة فروض أهمها:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات واختلاف الأفراد.

التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

وقد اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والإشباعات للإحاطة بموضوع الدراسة أثر العلاقات العامة في تحسين الخدمة العمومية وتسهيل الضوء على أهم الافتراضات التي تخدم بحثنا، فهي تقترض أن جمهور وسال الاتصال فعال ويقضي الوسائل التي تلي حاجاته ورغباته، وبالتالي فالخدمة العمومية تعتبر حاجة من الحاجات الضرورية والعلاقات العامة الالكترونية لها الدور في ذلك من خلال مختلف الوسائل التي تستخدمها لتلبية حاجات الجمهور، وبالتالي فقد أفادتنا نظرية الاستخدامات والإشباعات في معرفة استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال الخاصة بالعلاقات العامة الالكترونية وكيف تؤثر في تلبية رغباته ومنه تحسين الخدمات التي تصادف حياته اليومية.

### 8- أدوات البحث :

بالنسبة لموضوع بحثنا استخدمنا استمارة مقابلة " حيث توجهنا الى المؤسسة محل الدراسة بغرض القيام بالمقابلة مع مكتب الاعلام والاتصال تضمنت:

تضمنت الاستمارة أربعة محاور وكل محور يندرج ضمنه مجموعة من الأسئلة حيث كانت المحاور على النحو الآتي: محور متعلق بالبيانات الشخصية والمحور الأول بعنوان العلاقات العامة الالكترونية. والمحور الثاني حول الخدمة العمومية وأخير المحور الثالث المندرج تحت عنوان أهمية ودور المواقع الرقمية في الخدمة العمومية.

كما اعتمدنا على أداة الملاحظة كأداة ثانية لنقيس البيانات أبن ساعدتنا خاصة عند توزيع استمارة المقابلة والاجوبة التي قدمها المبحوثين.

### 9- منهج البحث :

نظرا لتعدد وتنوع مناهج البحث فإنه يتحتم على الباحث اختيار المنهج المناسب الذي يخدم بحثه بطريقة منهجية سليمة، وبما أن بحثنا يسعى إلى التعرف على فاعلية العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات الحكومية ومنه فالمنهج الملائم هو منهج دراسة الحالة.

يعتبر منهج دراسة الحالة هو البحث المتعمق الذي يهتم بجميع جوانب المتعلقة بموقف معين أو موضوع واحد وبصورة مفصلة ودقيقة، ويعد هذا المنهج الأسلوب المناسب لجمع معلومات تفصيلية وشاملة عن حالة محددة ومحاولة الدراسة وتحليلي ما تم جمعه من هذه المعلومات والبيانات دراسة عميقة شاملة وتفصيلية للوصول إلى النتائج الأفضل لتلك الحالة.<sup>1</sup>

ويعتبر الهدف من دراستنا ليس تعميم النتائج وإنما هو جمع المعلومات حول ظاهرة اتصالية بغية فهمها، دون تعميم النتائج على جميع المؤسسات.

### 10- عينة الدراسة :

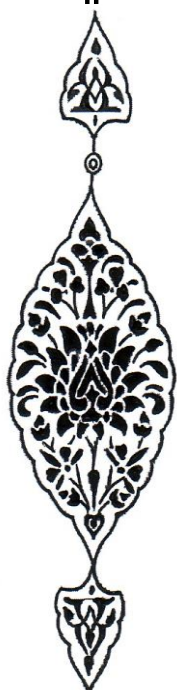
<sup>1</sup> دلال قاضي، محمود البياني، منهجية وأساليب البحث العلمي، دار حامد، عمان، 2008، ص 66.

و قد اعتمدنا في موضوعنا هذا على العينة القصدية و هي التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الافراد دون غيرهم ،و لكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة .

أما حجم العينة تم اختيار الإداريين في المؤسسة لجمع المعلومات التي تساعدنا في موضع بحثنا .

الإطار النظري

للدراسة



الفصل الأول

## الفصل الأول :

### ماهية العلاقات العامة الالكترونية

المبحث الأول: العلاقات العامة الالكترونية.

المبحث الثاني: بداية ظهور العلاقات العامة و دورها الجديد:

1.2 .- الدور الجديد للعلاقات العامة.

2.2 .- ظهور العلاقات العامة الالكترونية.

المبحث الثالث: أدوات ووظائف العلاقات العامة الالكترونية وادارتها عبر الانترنت:

1.3 .- الأدوات.

2.3 . الوظائف.

3.3 .- إدارة العلاقات العامة الالكترونية عبر الانترنت.

المبحث الرابع: أخلاقيات العلاقات العامة الالكترونية وصعوبات استخدام

الانترنت كوسيلة اتصال العلاقات العامة

أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة عمى شبكة الانترنت.

مشكلات وصعوبات استخدام الانترنت كوسيلة اتصال العلاقات العامة.

**تمهيد:**

لا يختلف اثنان اليوم على مدى التغيير الكبير الذي طرأ على مجال التواصل والعلاقات العامة، فقد أصبحت الحاجة إلى استخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة أمر ضروري ولأن هذه الأخيرة العلاقات العامة - تتميز بالمرونة والحركية والتأقلم والتعامل مع كل ما هو جديد، إذ فتحت لها الانترنت لها مجالاً جديداً للإبداع والتميز ذلك بفضل تعدد الوسائط الرقمية الحديثة.

### المبحث الأول: العلاقات العامة الإلكترونية

إن التنوع والتعدد في تعريفات العلاقات العامة، قاد إلى حدوث خلط وعدم وضوح في المفهوم وإبراز اتجاهات مختلفة كل منها يعمل على تحديد ماهية هذه الوظيفة بالطريقة التي يراها، حيث يعكس كل باحث مفاهيمه وأفكاره الخاصة في تعريفه للعلاقات العامة وشرحه الموضوعاتها، فهناك من الباحثين من اهتم بدراسة العلاقات العامة من الناحية القانونية، ومنهم بالسياسة وآخرون اهتموا بالجوانب الاقتصادية والإدارية، وبالتالي فلا يوجد تعريف واحد للعلاقات العامة حقق الإجماع.

### العلاقات العامة لغة:

هي عبارة عن مفهوم لفظي مكون من كلمتين: الأولى "علاقات" والثانية العامة"، جمع علاقة، والعلاقة بالفتح هي الربط بين موضوعين أو أكثر، وبذلك فإن الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو أسلوب، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقات اجتماعية والعلاقة هي مجموعة الصلات والاتصالات التي تكون بين هيئة أو شركة أو منظمة من جهة، والجمهور الذي تتعامل معه، من جهة أخرى، أما العامة فتشير إلى الجماهير ويقصد بها الجمهور المختلف الذي ترتبط مصالحه ونشاطاته بالمنظمة.<sup>1</sup>

### العلاقات العامة اصطلاحاً:

تنص أغلب التعريفات على أن العلاقات العامة عبارة عن وظيفة إدارية أو أنها إدارة للاتصالات في المؤسسات، والحقيقة كما سبق وذكرنا أننا في حاجة إلى تعريف للعلاقات العامة وممارستها بالطريقة التي تساعد على ادراكها من قبل الجماهير المختلفة باعتبارها ذات منفعة عامة.

### تعريف قاموس ويسترن العالمي الجديد

العلاقات العامة هي تنشيط للعمليات الاتصالية وإيجاد الثقة بين الأشخاص أو المنظمة أو المشروع أو أشخاص آخرين أو جماهير معينة أو للمجتمع كله ومن خلال نشر

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة 2004، ص364.

المعلومات التي تفسر وتشرح، وكذا تنمية علاقات متبادلة ودراسة ردود الفعل وتقويمها. نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه لم يتم حصر نشاطات العلاقات العامة مع جمهور معين أو هيئة بذاتها بل أنها وظيفة تمارس في كافة المؤسسات بغض النظر عن حجمها وعن طبيعة نشاطها.<sup>1</sup>

تعريف قاموس Hachette العلاقات العامة مجموعة الوسائل المستخدمة من طرف تنظيمات عمومية أو خاصة لبناء جو ملائم ومناسب داخليا وخارجيا من أجل إعلام الجمهور بمختلف نشاطاتها.<sup>2</sup>

### تعريف قاموس المصطلحات الإعلامية:

العلاقات العامة هي العلاقة القائمة على الاحترام المتبادل.<sup>3</sup>

تعريف موسوعة علوم الإعلام والاتصال العلاقات العامة هي مجموع النشاطات الاتصالية الخاصة بمنظمة ما تهدف إلى التعريف بنشاطاتها ومنجزاتها لتحسين صورتها الذهنية لدى مختلف جماهيرها الداخلية والخارجية.<sup>4</sup>

**تعريف المعجم الإعلامي:** العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والاقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهدافها، ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر المعلومات والحقائق والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤدية إلى ذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> سمير حسين، إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، معهد الإدارة العامة للحقوق السعودية 1991، ص 27.

<sup>2</sup>Dictionnaire Hachette Ency clo pedique, 1995, p 160

<sup>3</sup> محمد فريد محمود، عزت، قاموس المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1984، ص288

<sup>4</sup>Lamijet B.Sihem A Dictionnaire ency clo péctique des science de l'information et de la Commnication Ellipses Paris, 1997, P 473.

<sup>5</sup> محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 364.

تعريف معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية : تقوم العلاقات العامة بعملية الاتصال بين المنظمة والجمهور، وتشرح كل منها للآخر، حتى يمكن لهذه المنظمات النجاح في كسب ثقة الجمهور وفهمه وتأييده، أي أن العلاقات العامة تعمل على إيجاد صلات ودية تقوم على أساس الفهم المتبادل.<sup>1</sup>

تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

العلاقات العامة هي نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة ومنتجة بينها وبين فلة من الجمهور كالعملاء والموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام.<sup>2</sup>

والعلاقات العامة هي أيضا النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم والتبادل بين طرفين، الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه الحكومة والجماهير، المؤسسة وجماهيرها.<sup>3</sup>

يعتبر حسن الاتصال من أهم علامات نجاح عمل العلاقات العامة وهو أيضا أحد عوامل التفوق للمجتمعات ولجميع الجهات العاملة فيه على الصعيدين العام والخارجي والعلاقات العامة تعلم إنساني إداري، لا يمكن أن يبقى معزولا في التطورات والابتكارات الجديدة في عالم تقنية الاتصالات والابتكارات الجديدة، وإلا وجد نفسه عديم التأثير والتأثر، خاصة في ظل اكتساح الإعلام التقني والرقمية ووصوله لكافة شرائح المجتمع.

فالعلاقات العامة الإلكترونية وإن تعددت وكثرت تعريفاتها فهي وفق تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة قيام الإدارة المعنية بالعلاقات العامة، بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث وقنوات الاتصال الرقمي لتنفيذ أنشطتها وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.<sup>4</sup>

فعلى سبيل المثال المادة الصحفية التي تنشرها إدارات العلاقات العامة في الصحف الورقية لا تتوقف عند نشرها في الجرائد يتم صياغتها لتنتشر عناوينها قبل نشرها في الصحف وتفاصيلها بعد نشرها على الورق على مواقع التواصل الرقمي (السوشال ميديا) وقد أحدثت العلاقات العامة الإلكترونية هذه التغيرات

<sup>1</sup> أحمد زكري بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي فرنسي - عربي، مكتبة بيروت، لبنان، 1993، ص 339

<sup>2</sup> محمد منير، حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الإداري، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 32

<sup>3</sup> أسامة كامل، محمد العريفي، إدارة العلاقات العامة، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، البحرين 2006، ص 10

<sup>4</sup> نورة الزعبي، العلاقات العامة الرقمية، الوطن، يومية الشاملة، تقاعلية، الخميس 17 أبريل 2017، د، ص.

أضافتها إلى مواقع التواصل الرقمي كالأستمرارية، حيث تظل المادة منشورة ويمكن الرجوع لها والسرعة أي سرعة التفاعل والتواصل مع الإدارة المعنية على المنصة، وكذلك إضافة الشفافية على التواصل حيث لا

يكون على المنصة الرقمية دائما المتحدث الرسمي، صاحب الكلمة وأهم إضافة للعلاقات العامة الرقمية هي قياس أدائها وذلك من خلال تقييم تواصلها مع قاعدتها الجماهيرية.<sup>1</sup>

العلاقات العامة الرقمية أو العلاقات العامة الإلكترونية هي الأحدث بين التقدم الأخير في التقنيات وإدارة الشركات، فالعلاقات العامة الإلكترونية هي ممارسة العلاقات العامة . من خلال تقنيات الاتصال المعلوماتية الجديدة، حيث أصبح يمكن ممارسة العلاقات العامة من خلال استخدام الكمبيوتر والانترنت والشبكة العالمية والنظام العالمي للاتصالات المتنقلة وغيرها من أنظمة المعلومات.<sup>2</sup>

العلاقات العامة الإلكترونية يمكن تعريفها أيضا كمايلي: هو قيام إدارة العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ بعض أنشطتها للإسهام في تحقيق أهدافها.<sup>3</sup>

الباحث أن العلاقات العامة الرقمية تعبر عن استخدام الوسائط الرقمية والإلكترونية المتعددة في كافة أنشطة العلاقات العامة لزيادة فعالية نشاط المؤسسة والتواصل مع الجمهور لتحقيق أهدافها، ويرى الباحث أن كتابة الرسائل والنشرات والتقارير وإنتاج المواد الإعلامية باستخدام برامج الحاسب الآلي، كذلك تخزين وجمع البيانات واسترجاعها وحفظ الملفات المهمة، أيضا تصميم مجلة المؤسسة باستخدام الصور والرسوم والنصوص والفيديو والصور الثابتة والمتحركة فضلا عن أن رجل العلاقات العامة يمكنه إخراج الإعلانات وكتابة التقارير وإخراج النشرات والكتيبات وإدارة الحملات الإلكترونية والتسويق للسلع والمنتجات باستخدام شبكة الانترنت وهو ما يسمح لخبير العلاقات العامة الرقمية بإنتاج المواد الإعلامية، كل ذلك يمثل العلاقات العامة الإلكترونية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> مرجع نفسه، د.ص

<sup>2</sup> خالد عبير زينب بن قيراط، واقع تفاعلية المؤسسة عبر الوسائط الرقمية وأثره في تحسين وظائف العلاقات العامة مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في الاتصال والعلاقات العامة قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2017-2018، ص 82

<sup>3</sup> عبد العزيز بن سعد الخياط، العلاقات العامة الرقمية مفهومها، أدوارها، تحدياتها، ورقة علمية قدمت إلى الملتقى الثالث للجمعية السعودية، للعلاقات العامة والإعلام، الخميس، 9 أبريل 2015.

<sup>4</sup> حاتم محمد، عاطف ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، العدد السادس، يناير مارس 2015، ص 142.

العلاقات العامة الإلكترونية أو الرقمية هي استخدام وسائل الإعلام المختلفة على الإنترنت، لصنع ومشاركة محتوى عن المؤسسة أو الشخص والوصول إلى الجمهور المستهدف والتواصل معه عن طريق الإعلام الإلكتروني أي أنها بناء وإدارة سمعة المؤسسة ولهذا فإن تشكيل الصورة الصحيحة للمؤسسة في أذهان الناس يعتبر أمراً هاماً في توصيل الماركة أو المؤسسة لهوية متميزة ورائدة.

وتهدف العلاقات العامة الإلكترونية أو الرقمية إلى تنبيه الناس بوجود المؤسسة في حياة الأعمال فهي تسعى لجعل المعلومات متاحة، وتسهل الوصول إلى المؤسسات أو الأشخاص.

وكذلك تعتبر العلاقات العامة الإلكترونية فن دمج العلاقات العامة التقليدية بالمحتوى الرقمية والإعلام الاجتماعي، بالإضافة إلى عملية تحسين أداء محركات البحث الإمكانات الهائلة المتوفرة عبر العلاقات الإلكترونية من وسائط رقمية مختلفة.<sup>1</sup>

**المبحث الثاني: الدور الجديد للعلاقات العامة وبداية ظهورها.**

### 1.2.1- الدور الجديد للعلاقات العامة:

يحتاج القائمون على العلاقات العامة الآن إلى ممارسة التفكير الخلاق والبعد عن الأنشطة اليومية البسيطة وذلك لدراسة الإمكانات الإلكترونية بالإضافة إلى العلاقات العامة عبر الشبكة وسمعة المؤسسة في هذا الوسط وقد أصبح ها جزءاً من الأنشطة اليومية ويجب أن تصاحبها تأثيرات وأنشطة مقابلة خارج الشبكة.

إن الإنترنت ليس مكاناً يعزل فيه موظفو العلاقات العامة عن الإجراءات والوسائل الحالية وإنما هي امتداد لما يقومون به بشكل دائم ألا وهو التيسير في إرساء أفضل شكل العلاقات مع توفير أكبر قدر من الشفافية أمام الجمهور العالمي، وتتطلب الديناميكية التي تعمل بها الأنترنت من موظف العلاقات العامة أن يأخذ دائماً زمام المبادرة، وعدم تنفيذ الإجراءات والأساليب الخاصة بالأنترنت فسوف يضر بالإمكانات المتوفرة للمؤسسة.<sup>2</sup>

### 2.2.1- ظهور العلاقات العامة الإلكترونية:

يعود ظهور العلاقات العامة الإلكترونية إلى التطورات الحديثة المتلاحقة في ثورة التكنولوجيا الرقمية، التي أدت إلى التغيير في طبيعة المجال العام الذي يعيش فيه الأفراد، حيث أصبح لديهم القدرة على

<sup>1</sup> خالد عبيد زينب بن قيراط المرجع السابق، ص 102

<sup>2</sup> عالية بوياح، دور الأنترنت في مجال التسويق مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2011،

التعبير عن آرائهم في قضايا السياسة العامة، وقد انعكست هذه التطورات على مجال ممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية للمؤسسات والمنظمات المختلفة.

مما أصبح لزاما على ممارسي العلاقات العامة إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية في ضوء التطور الحادث في التكنولوجيا الحديثة، ومن أهمها الانترنت، لذا لا يمكن أن يبقى معزولا عن هذا التطور الحادث وإلا سيجد نفسه عديم التأثير والتأثر على كافة شراح المجتمع.

فأصبحت الحاجة إلى استخدام الانترنت في مجال العلاقات أمر ضروري حتى تتمكن من التواصل مع فئات جمهور المنظمة وتقديم المعلومات اللازمة له، لأن العلاقات العامة الرقمية تتميز بالمرونة والحركية والتأقلم والتعامل مع كل ما هو جديد، إذ فتحت الانترنت لها مجالا جديدا للإبداع والتميز.<sup>1</sup>

توسع نشاط العلاقات العامة الإلكترونية إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة والتطبيقات الإلكترونية والوسائل التكنولوجية الجديدة للتوصل مع أصحاب المنظمات، بعد أن أصبحت المعلومات والتكنولوجيا ضرورة حياتية لتحقيق أهداف المنظمة وبرامجها وخططها والوصول إلى الأسواق المحلية العالمية مع الاستمرار في توطيد العلاقة بين الجمهور والمنظمات، وأصبح يتعامل معها مباشرة لكي يأخذ قراره، وتشبع له حاجاته وتلبي له متطلباته.

ومن هنا عرف الإعلام والاتصال الرقمي نجاحا كبيرا في تحقيق المزايا التنافسية من خلال التفاعلية والفورية التي تميزه واستطاع أن يفرض واقعا مختلفا على ما كان عليه في القديم سواء على الأصعدة الإعلامية أو الفكرية أو الاجتماعية أو الثقافية بتطوير الإمكانيات الإلكترونية لخدمة أهداف مستخدميها مع الجمهور الداخلي والخارجي.<sup>2</sup>

**المبحث الثالث: أدوات ووظائف العلاقات العامة الإلكترونية وإدارتها عبر الانترنت.**

### **1.3.1- الأدوات التي تستخدمها العلاقات العامة الإلكترونية:**

أتاحت شبكة الانترنت الكثير من قنوات الاتصال، ونمي هذه القنوات بمرور الأيام ومما لاشك فيه أن هذه الأمور مهمة للغاية لمسؤول العلاقات العامة في أية منظمة، وتتطلب الديناميكية التي يعمل بها الانترنت

<sup>1</sup> بلال وانيس المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال قسم العلوم الانسانية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة 2013-2014، ص 86

<sup>2</sup> فؤادة عبد المنعم البكري، العلاقات العامة الإلكترونية عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2018 ص 115.

أن يأخذ ممارس العلاقات العامة الإلكترونية دائما بزمام المبادرة، والاستفادة من أبرز القنوات المتوافرة على الشبكة لخدمة جمهور المنظمة، ومن أبرز تلك الأدوات المتعلقة بالعلاقات العامة الإلكترونية.

### أولاً: الموقع الإلكتروني: site web

مجموعة من ملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف افتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية home page التي يمكن التلوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع، ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة اسم الموقع على المتصفح.

ويعرفها قاموس "كامبريدج" على أنها مجموعة من صفحات المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت حول موضوع معين تنشر من قبل شخص أو منظمة، فالمواقع الإلكترونية الصفحات الإلكترونية نفسها كما يعتمدها البعض، فالمواقع الإلكترونية

هي مجموعة من الصفحات الإلكترونية المتجمعة على سبيل المثال موقع أمازون AMAZON هو موقع إلكتروني لكنه متكون من ملايين الصفحات الإلكترونية.<sup>1</sup>

وتعرف بأنها مجموعة من الصفحات الإلكترونية تحتوي على عدد من المواد الصحفية الثقافية الترفيهية، وبعض الصور ومقاطع الفيديو، ظهرت على شبكة الانترنت في بداية تسعينات القرن الماضي، وكانت بدايتها نسخ الكترونية لكبريات الصحف في العالم، وأصبحت فيما بعد مواقع حكومية، مؤسساتية، معلوماتية، شخصية، تجارية، ثقافية، رياضية وغيرها، وتحتوي المواقع الإلكترونية على كم هائل من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة.<sup>2</sup>

ويعد موقع الانترنت لكل شركة أو منظمة عبارة عن أداة علاقات عامة باعتباره الواجهة الأساسية للشركة وتمثيلية للناطق الرسمي باسمهم، باحتوائه على المعلومات والتصريحات الموثوقة، ويحتوي أيضا على معلومات عن المؤسسة ويصمم الموقع من قبل مختصين وخبراء تقنيين حيث يحتوي على كل ما يمثل هوية المؤسسة مثل: الشعار، اللون الخاص بها، الشكل الذي تتميز به وتوظيف كل العناصر البصرية والسيميولوجية الدالة على هوية المؤسسة.

كما يجب أن يحتوي الموقع مساحات للتعليق الإلكتروني وفتح فضاء للتفاعل مع الجمهور ومراسلة المؤسسة لتوصيل اهتماماتهم وأدائهم، وجمع معلومات كافية حول المؤسسة وخدماتها.

<sup>1</sup> محمد منصور تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقي، مذكرة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012، ص 29.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 30.

يتأتى عن استخدام المواقع الإلكترونية كأداة للعلاقات العامة الإلكترونية عدة مزايا أهمها التكلفة المنخفضة مقارنة بالوسائل الورقية المطبوعة وأيضا يعتبر دليلا على حداثة المؤسسة، سهولة وسرعة الوصول إلى الجمهور سواء الحالي أو المتوقع من خلال محركات البحث أو من خلال مواقع خاصة على الانترنت عملها الأساسي هو العلاقات العامة حيث تقوم باستلام الأخبار من الشركة، وتتولى عملية توزيعها من خلال علاقاتها مع محركات البحث ومواقع البوابات.<sup>1</sup>

### ثانيا: البريد الإلكتروني: Email

وهو من أكثر الأشكال انتشارا في الانترنت، ويمكن أن يكون أداة فعالة من أدوات العلاقات العامة الإلكترونية، يستخدم في إرسال الرسائل الإخبارية لعدد واسع من الجماهير المستهدفة حيث يتميز البريد الإلكتروني بالسرعة والتوافر طوال اليوم والسهولة.

ويجب أن تتمتع رسائل البريد الإلكتروني الصادرة من إدارة العلاقات العامة بما يلي:

الاختصار الوضوح- إضافة لمحة شخصية على الرسالة حسن الصياغة.

يعتبر البريد أقدم السمات التي يتميز بها الأنترنت، أحد وهو محركات تطور هذه الخدمة إذ تمكن المستخدم من الاتصال بصورة متبادلة بين أي شخص في أي مكان مهما بعدت المسافة، ويرتبط الكثير من الأفراد بطريقة أو بأخرى بالأنترنت، فيمكن من خلال البريد الإلكتروني أن يرسل الفرد رسالة واحدة إلى عدة أشخاص في وقت واحد وتبدأ الرسائل بالتجمع وقراءة كافة الرسائل المرسل.<sup>2</sup>

ويعد البريد الإلكتروني أفضل بديل عصري للرسائل البريدية الورقية ولأجهزة الفاكس فهو يمكن رجل العلاقات العامة من توزيع استطلاعات الرأي العام وسبر آراء جماهير المؤسسة حول مواضيع تخصها.

يحتوي البريد الإلكتروني على خدمة القوائم البريدية the mailing list كآلية عامة وسهلة لتعميم الرسائل الإلكترونية على جماهير المؤسسة المشتركين مسبقا في خدمات المؤسسات الإلكترونية الذين تصلهم رسائل إخبارية تمكنهم من التعرف على الأخبار والمعلومات الجديدة عن المؤسسة وخدماتها، كما ترسل هذه الرسائل الإخبارية إلى الجمهور المحتمل ليطلب منه وبانتظام معلومات عن المؤسسة ونشاطاتها وخدماتها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عائشة قرة العلاقات العامة وتأثيرها في تحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات حديث - مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الثالث، جوان 2018، ص 43-44

<sup>2</sup> <https://snecialites.bayt.com/fr/specialties/115994/9/> الاثني 9 ديسمبر 2019

<sup>3</sup> عبد الحميد بن سعيد الخياط، مرجع سابق، دص.

ويتم استخدام البريد الإلكتروني اليوم في معظم عمليات تبادل المعلومات الشخصية والتجارية والدعائية وعمليات البيع الكاملة، بالإضافة إلى توفير خدمة العملاء ودعمها، وتعد كل عملية اتصال تجارية تقوم بها الشركة أو المنظمة تعزيراً أو إضعافاً لعلاقاتها وسمعتها، فهو وسيلة لخلق المحافظة على اسم المنتج والمنظمة، فكل رسالة بريدية إلكترونية لها تأثير على اسم المنظمة، وتمكن لممارس العلاقات العامة في كل ابتكارات بكافة أنواعها وأشكالها ونشاطها الاستفادة من خدمات البريد الإلكتروني الذي يمتاز بما يلي:

- **قلة التكاليف:** فغالبا ما يكون البريد أرخص من المكالمات الهاتفية أو البريد العادي.

- **الراحة:** إذ لا يحتاج لأن يكون المستلم موجودا لكي يستلم الرسالة، ذلك أن المستلم يمكن أن يقرأ الرسالة لاحقا.

- **القوائم البريدية:** إذ بإمكان المستخدم إنشاء قوائم بريدية، مكنه عن طريقها إرسال الرسالة نفسها بصورة أوتوماتيكية في وقت واحد إلى مجموعة من الأشخاص.

- **تسهيل المراسلات الدولية:** حيث يمكن التغلب على كل العوائق بسهولة ويسر.<sup>1</sup>

### ثالثا: مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة، وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات، ويأتي في مقدمتها موقع الفيسبوك، تويتر، اليوتيوب، وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها بالاس Balas 2006 على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن الأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة.<sup>2</sup>

تعرف أيضا بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.

<sup>1</sup> سمية بن طبولة سميرة رقام استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2013/2014، ص 77

<sup>2</sup> سيما هاني جبر، زينة ماجد باكير استخدامات العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة مقدمة لنيل درجة البكالوريوس في تخصص العلاقات العامة والاتصال، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، قسم العلاقات العامة والاتصال، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2017/2018، ص 29.

ويعرفها آخر بأنها: مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي.<sup>1</sup>

تعرف أيضا على أنها فيها يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم وقد يكون المجتمع طائفيا أو دينيا أو حتى علميا تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في نقل الأخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة لذلك أصبح لها أهمية كبرى لإدارات العلاقات العامة في المؤسسات مما جعل العلاقات العامة محيرة على استخدامها.<sup>2</sup>

قوة العلاقات العامة في وسائل التواصل الاجتماعي سهلت التواصل والتفاعل مع الآخرين بشكل أسرع من خلال الأجهزة والالكترونيات، إلا أن كل شخص لديه أكثر

جهاز كمبيوتر وأكثر من هاتف ذكي مرتبط مباشرة بالانترنت، ولديه القدرة الكاملة على نشر ومشاركة المعلومات والأخبار ليس في محيطه فحسب بل مشاركتها دول العالم أيضا خلال دقائق معدودة لذلك الانترنت والتطبيقات الرقمية أحدثت ثورة كبيرة في العديد من جوانب وبحوث وممارسات العلاقات العامة الرقمية.<sup>3</sup>

وتعد العلاقات العامة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة واحدة من أقوى الأدوات التسويقية، حيث تقوم مختلف الشركات الكبرى أو الصغرى من خلال موقعها الشبكي بتقديم معلومات غنية حول كافة نشاطاتها وفعاليتها كما أن العاملين وأصحاب المصلحة يزورون الموقع الشبكي للاستفسار عن كل شيء يتعلق برسالة وأهداف ونشاطات الشركة.

إن أسلوب الشركات والمشروعات والمؤسسات عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قد تغير مع هذه التقنيات الجديدة وبالتالي فإن أسلوب التواصل مع وإطلاق تصريحات الشركة عن منتجاتها أو نشاطاتها قد اختلف، كذلك فإن طريقة عرض العلامات التجارية وإبراز هوية الشركة، والحفاظ على صورتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تغيرت أيضا مما يستلزم معرفة الأسلوب الجديد في إدارة صورة أو سمعة المؤسسة في عالم الشبكات<sup>4</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 30.

<sup>2</sup> عائشة قره، مرجع سابق، ص 46

<sup>3</sup> ندي عبد الله العلاقات العامة الرقمية مركز سمت للدراسات، الأحد 12 نوفمبر 2017.

<sup>4</sup> خالد غسان ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 143.

يحاول ممارسو العلاقات العامة باستمرار توظيف وسائل التواصل الاجتماعي والحضور بشكل مستمر عبر تلك الشبكات بهدف استثمار أفضل إمكانياتها ومميزاتها المواكبة لتحديات العصر، وبناء صورة ذهنية حسنة في مؤسساتهم تلائم الجمهور لذلك فرض على ممارسي العلاقات العامة العمل على مواكبة التغييرات والتحديات المعاصرة، قيام بمهامها على أفضل وجه.<sup>1</sup>

ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية مايلي: \*الفايسبوك

### Facebook

يعد أحد مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت، ويمكن الدخول إليه مجاناً، يتيح للمستخدمين القيام بإنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية والانضمام إلى شبكات اتصال مشتركة وعقد علاقات صداقة والاتصال مع مستخدمين آخرين والتفاعل معهم، ونشر الأحداث والتعليقات والتسجيل كمعجبين، وإضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور والخدمات والتعريف بالشركات كوسيلة متطورة للتعريف بنشاط الشركة والحفاظ على سمعتها ضمن فعاليات وسائل تواصل الاجتماعي لموقع الشركة.<sup>2</sup>

يعد الفايسبوك أداة حيوية في مجال العلاقات العامة، بحيث يمكن للقائم بالعلاقات العامة أن يرسل رسالته بشكل أكثر وضوحاً وأن يصل إلى الجمهور المناسب، فشبكات التواصل الاجتماعي ومن بينها الفايسبوك هي أدوات للحوار لذلك أصبحت ضرورة معرفة استخدام تقنيات الفايسبوك أمر بالغ الأهمية لنجاح خطة العلاقات العامة.

كما نجد أن معظم المؤسسات العالمية الكبرى قد حصدت نجاحات كبيرة بعد استخدامها لتقنيات التواصل الاجتماعي ومن بينها الفايسبوك خاصة من خلال نشر التعليقات على الصفحة والمشاركة في استطلاعات الرأي العام.<sup>3</sup>

### \*التويتير twiter:

<sup>1</sup> سيما هاني جبر، زينة ماجد باكير، مرجع سابق، ص 40.

<sup>2</sup> محمد جواد زين الدين توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركة، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 27 كانون الثاني 2018، ص 402.

<sup>3</sup> أحمد كريمة، حاج محمد بشير العلاقات العام وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسات الاتصالية، أطروحة للنيل شهادة الدكتوراه في تخصص إعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2 2017/2018، ص 2019

وسيلة للتدوين مختصر لا يتجاوز 140 كلمة يسمح بقراءة المعلومات متسارعة الوتيرة على الأنترنت أو إرسالها على شكل رسالة نصية على جهاز الحوال، ما يسمح بتداول المعلومات وتوزيعها بكثافة على نطاق واسع ويعتبر التويتز أكثر انتشارا من غيره من الأدوات الأخرى، ويكون أكثر فعالية في الاتصالات المتعلقة بالحالات المستعجلة، وحالات الطوارئ، وذلك بإرسال معلومات عن المواد المتاحة عند حدوث الأزمات أو الحصول على المعلومات حول الأشخاص الذين يحتاجون إلى مساعدة.<sup>1</sup>

بالنسبة لعمل رجل العلاقات العامة سهل من وصوله إلى الجمهور ومعرفة ميولاتهم وآرائهم وذلك باستخدام الهاشتاغ الذي سهل عليه توجيه الجمهور إلى أي منحى يريد.

ويمثل "تويتز" شبكة معلوماتية آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف ما يحدث الآن، بحيث يطرح الموقع في واجهته السؤال ماذا يحدث Now what's happening ويجعل الإجابة تنشر إلى الملايين عبر العالم على الفور، يعد موقع تويتز من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي يجب على ممارس العلاقات العامة أن يستخدمها، حيث يسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت.<sup>2</sup>

### \* المدونات Blogs:

هي دمج لكلمتي سجل والويب بالإنجليزية وهي نوع من المواقع الإلكترونية أو جزء من أحد المواقع الإلكترونية وتكتب فيها التدوينات لنقل الأخبار أو التعبير عن الأفكار وتسجيل المذكرات، ويتولى صاحب المدونة إدارتها وإضافة النصص والوثائق والوسائط المتعددة من صور ومقاطع صوتية ومرئية. تمثل المدونات الوسيط أو القناة التي تمر من خلالها المواد التي يرغب المدون في نشرها وإبلاغها لغيره من مستخدمي الأنترنت وهي بذلك تشكل عملية إعلامية متكاملة بدءا جمع وتسجيل المدون للمحتوى أو المضمون ثم معالجة واختيار ما ينشر وصولا إلى المستقبل أو زائر المدونة لتتسجم مباشرة مع وسائل مع تنامي انتشار المدونات وتأثيرها كشفت العديد من الملامح أن وسائل الإعلام التقليدية تتناسب وشكل المدونات الإلكترونية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Alfred Hermida : twittering the News, the emergence of ambient journalism, journalism, practice, 2010, 300.297-308

<sup>2</sup> <https://www.techopedia.com/definition/26940/1inledim-li> 28/01/2020-18:30

<sup>3</sup> فوزي شريطي مراد التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 132.

إن ما يميز ال Blog هو أنها عامة أي أن المجتمع يستطيع أن يدخل إليها وأن يضع فيها الموضوع الذي يراه مناسباً، حيث نلاحظ أن ال Blog أنها تعتمد على التركيز على أقسام معينة مثل السياسة أو الصحة أو التكنولوجيا.<sup>1</sup>

يستخدمها رجال العلاقات العامة كأداة حيوية للحوار حيث تمكنهم من توصيل أفكارهم وآرائهم مباشرة إلى الجمهور بشفافية، ويمكن توصيل محتوى المدونات عن طريق البريد الإلكتروني أو خدمة توزيع المحتوى المبسط RSS التي يتم جمعها في موجز بريدي وتمكن المدونات رجل العلاقات العامة من إجراء حوار تفاعلي ثنائي الاتجاه، ومعرفة احتياجات الجمهور وإبلاغهم، وهناك بعض الإرشادات يتبعها رجل العلاقات العامة للمدونات نذكرها :

- حتى لا تفقد جمهورك أكتب مرتين أو ثلاث في الأسبوع.
- قم بالتحديث المتكرر وبانتظام وبكل منسق وتأكد من كتابه اسمك حتى يعرفك الجمهور أكثر.
- قم بالتخطيط للمواضيع التي تنشرها وارفع من مستوى أدائك.
- استخدم العناوين البارزة لجلب اهتمام القراء وامنحهم أقصى قدر من المعلومات بأقل عدد من الكلمات.
- أكتب بأسلوب حوارى وقم بترويج مدونتك وضع روابط في البحث.<sup>2</sup>

### \* اليوتيوب youtube

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (جوجل) يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزرونه الملايين من البشر يومياً. بدأ موقع اليوتيوب في الظهور على شبكة الانترنت في 15 فيفري عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة باي بال Paypal ويعد من أشهر المواقع الإلكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع، يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها الملايين من الأشخاص حول العالم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد زياد مظلتي محمد علاء النجلاوي العلاقات العامة الإلكترونية، كلية التجارة والاقتصاد، قسم التسويق، جامعة دمشق، 2010، ص 5.

<sup>2</sup> جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين جامعة منوبة، تونس، 2003، ص 22.

يفيد موقع يوتيوب رجل العلاقات العامة في تسهيل الاتصال مع من لديهم اهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة، كما يتمكن المشاهد من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة تعليقات لتقييم الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمسة درجات، وإضافة التعليقات المصاحبة لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر المستخدم في الموقع.<sup>2</sup>

### \*الأنستغرام Instagram

برنامج مجاني يعمل على الهواتف الذكية يقوم على مشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي كالتويتر فيسبوك، قلتر ... يتميز بخاصية الهاشتاغ لتبين أن المناسبة ذات قيمة وتمكن الأصدقاء من المشاركة وله خاصية أخرى هي إمكانية التعديل على الصور وإضافة تأثيرات عليها، عن طريق أدوات مختلفة.

يساعد الانستغرام ممارس العلاقات العامة في التقرب أكثر من الجماهير وذلك بمشاركتهم الصور والفيديوهات القصيرة والسماح لهم بالتعبير بحرية وتقديم الاقتراحات عن طريق التعليقات عن المنشورات، كذلك يمكنه من لفت الانتباه للخدمات التي تقدمها المؤسسة من خلال الإعلانات التي يوفرها التطبيق، لذا يجب على ممارس العلاقات العامة أن يضع وصلات انستغرام على الموقع الإلكتروني أو على مواقع التواصل الاجتماعي حتى يجمع أكبر قدر ممكن من المتابعين لي يحقق فعالية أكبر.<sup>3</sup>

### \*المنتديات Forum:

هي مواقع تجمع الأشخاص من ذوي الاهتمامات المشتركة ليتبادلوا الأفكار والنقاش عن طريق إنشاء موضوع من قبل أحد أعضاء المنتدى، ومن يقوم باقي الأعضاء بعمل مشاركات وردود وتعليقات داخل الموضوع للنقاش.

المدونات متاحة للمستخدم أن يكتب ما يريد بمجرد الاشتراك الذي لا يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة السر الخاصة، ثم يصبح عضواً في المجموعة، وتتيح للزوار فرصة كبيرة للمحادثة حول المواضيع المطروحة وتعتبر المدونات من أبسط المواقع حيث لا تشترط من مؤسسها كفاءة ولا خبرة فنية إعلامية ولا

<sup>1</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2015، ص 63-66

<sup>2</sup> عائشة قره، مرجع سابق، ص 50.

<sup>3</sup> <https://arm.org/wiki15:55> 12 جانفي

صحفية لكنها تحتاج إلى توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الأعضاء والزوار، وهي مفيدة لممارس العلاقات العامة حيث تمكنه من إنشاء مدونة خاصة بمجال العلاقات العامة تمكنه من تبادل الخبرات والمعلومات حول العمل للقيام به على أكمل وجه مع الخبراء والمختصين في نفس المجال.<sup>1</sup>

**1-3-2- الوظائف والخدمات التي تقدمها الأنترنت للعلاقات العامة:**

1- لقد أتاحت الأنترنت فضاء شاسع لتمييز و إبداع العلاقات العامة فلقد فتحت الباب أمام ممارسي العلاقات العامة لاستكمال ما لم تستطيع قنوات الاتصال الأخرى إتمامه فمن بين الوظائف والخدمات التي تقدمها ما يلي:

**البحث عن المعلومات:** حيث يمكن للباحث أن يستدعي المعلومات من بنوك المعلومات وقواعد البيانات، وهذا يعني أن الأنترنت توفر سبيل جديد أمام ممارس العلاقات العامة للحصول على المعلومات والبيانات بطريقة سهلة وسريعة بدل الطريقة التقليدية التي تتطلب وقت وجهدا كبيرا من أجل الحصول على المعلومات اللازمة ومثال ذلك يمكن عن طريق الأنترنت للحصول على قائمة بأسماء المؤسسات ذات نفس النشاط.

**تلقي المعلومات:** حيث تتضمن الشبكة العديد من النشرات الاخبارية التي تلبية مطالب أدق التخصصات، وهذا يعني أن ما توفره الانترنت من خدمات وتطبيقات تجعل من ممارس العلاقات العامة في مصدر المتلقي، فهو يتلقى جل المعلومات المتعلقة بمؤسسته أو المؤسسات المنافسة.

**-التعليم والتعلم عن بعد:** وذلك من خلال الاتصال بمراكز التعليم والتدريب ويعني ذلك أن يمكن لممارسي العلاقات العامة القيام بدورة تدريبية في المؤسسة المختصة، فالوظائف التي أتاحتها الأنترنت في مجال التعليم قلصت المسافات ما بين مركز التعليم والمتعلمين فالتعليم عن بعد هو أبسط مثال في ذلك.

**-التحاور عن بعد:** وذلك من خلال إقامة حوار بين مستخدمي الشبكة ذوي الاهتمامات المشتركة. وتعتبر غرف الدردشة أو الحوار أكثر تطبيقات الأنترنت سرعة وفاعلية في الاتصالات مقارنة بنظيرها البريد الإلكتروني، ويعد من النشاطات التي تحظى بشعبية واسعة مشابهة لتلك التي يتمتع بها البريد الإلكتروني، إذ يمارس الناس الحوار على الأنترنت بكثرة ولساعات طويلة وقد مرت خدمة الحوار بتطورات عديدة وحتى وصلت إلى شكلها الحالي الذي أصبح شكلا فوريا من أشكال الاتصال.

<sup>1</sup> عائشة قارة، مرجع سابق، ص 52.

- **الحضور عن بعد:** يمكن حضور مؤتمرات أو محاضرات عبر الشبكة، حيث يقوم تصميم برامجها على إتاحة الفرصة للمحادثة والتفاعل بين المحرر والمتلقين أو بين المتلقين وبعضهم في الوقت الحقيقي مما يتيح قدرا أكبر من التفاعلية والمرونة في الاتصال، وإعطاء الجميع فرصة المشاركة المتزامنة في الاتصال والتفاعل.<sup>1</sup>

- **استطلاعات الرأي بالبريد الإلكتروني:** تمثل استطلاعات الرأي بالبريد الإلكتروني خيارا مهما لممارس العلاقات العامة لجمع البيانات من الجماهير بأنواعها المستهدفة، ويعتبر بديلا لاستطلاعات الرأي التي تعتمد على النماذج الورقية أو استطلاعات الحوار التلفزيوني التقليدي، ومن أهم فوائدها أن الأفراد عندما يقومون بمراجعة بريدهم الإلكتروني فإنهم يكونون مهئين نفسيا للقراءة والإجابة عن الاستطلاع.

- **تلقي الشكاوي:** تعد الشكاوي المقدمة من الجمهور إلى المؤسسة الواحدة من أهم القنوات التي يتم من خلالها التعرف على ردود أفعال المتعاملين ورضاهم عن مستوى أداها فالعميل الذي يشعر بالرضي تجاه الخدمة المقدمة له فسوف يخبر عشرة أو أكثر من العملاء وبعد أن أنشأت المنظمات مواقع لها شبكة الانترنت نجد أن العميل الذي لا يشعر بالرضي بمقدوره إخبار آلاف من العملاء عن طريق خدمة الشكاوي وتوضيح أسباب عدم الرضي.

- **مراقبة الموقع:** تخلق تكنولوجيا الاتصال فرصة كبيرة أمام الجمهور للحديث عن المنظمة وخدماتها فالإنترنت كوسيلة اتصالية تمثل نشاطا متاخلا بين الجماهير التي تستخدم موقع المنظمة، وبالتالي يستطيع أي فرد أن عن رأيه دون أي قيود على خلاف وسائل الإعلام الأخرى.

- **المقابلات الشخصية على الأنترنت:** تعتبر المقابلات الشخصية غير الأنترنت منهجية بحثية جديدة ومفيدة، بحيث يمكن إجراءها عن طريق البريد الإلكتروني، أو بالمعلومات الإخبارية، وتستوجب المقابلة الشخصية على الأنترنت قيام الفرد بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة.

ومن أهم مزايا هذا النوع من المقابلات على الأنترنت عدم الحاجة للقيام بالاستئذان في الدخول إلى الموقع حيث يمكن أن يتم الاتصال مباشرة مع صناع القرار، وإتاحة القائم بالمقابلة الشخصية أو الوقت الكافي للمبحوث حتى يفكر بتأني وحذر عند تقديم الردود، وهذا إلى جانب أنه في العديد من أشكال

<sup>1</sup> أمينة حماني، أثر الاتصالات التسويقية الإلكترونية في استقطاب السياح، بسكرة ماجستر غير منشورة جامعة الجزائر

المقابلات على الأنترنت لا تكون هناك حاجة لجدولة مواعيد المقابلات حيث بإمكان القام بالمقابلة استكمال العمل في الوقت الذي يختاره الخاضع للمقابلة.<sup>1</sup>

- **التسويق عن بعد:** وذلك عن طريق التجارة الإلكترونية، وتشير هذه الأخيرة إلى استخدام الأنترنت في إتمام عمليات البيع والشراء للمنتجات التي يتم تمويلها إما بشكل مادي ملموس أو من خلال استخدام الأرقام وذلك من خلال موقع آخر كما تعد التجارة الإلكترونية من الأعمال الإلكترونية والتي يركز فيها على الأعمال وانتظام البيع والشراء من خلال الأنترنت، كما تعد التجارة الإلكترونية شكلا من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين المؤسسات ببعضها البعض وبعض المؤسسات وعملائها، وبين المؤسسات والإدارات العامة.<sup>2</sup>

### 2-المزايا التي وفرتها الأنترنت لممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة:

1- تدعيم قدرة المؤسسة على تقديم المعلومات لجماهيرها المختلفة:

فقد مكنت الأنترنت إدارة العلاقات العامة من تقديم معلومات عن المؤسسة ومنتجاتها وأنشطتها وقياداتها إلى جماهيرها من عملاء ومستهلكين ومستثمرين ورجال إعلام وعاملين وغيرهم من الجماهير الأساسية. وقد أتاحت الأنترنت لممارسي العلاقات العامة القدرة على الوصول لهذه الجماهير بسرعة ودون تدخل من القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام من تعديل المضامين، وبعد أن كان الإعلان هو الشكل الاتصالي الوحيد الذي يمكن المؤسسات من خلاله الوصول إلى الجمهور عبر وسائل الاتصال الجماهيري دون التدخل في مضمونه قدمت الأنترنت لممارسي العلاقات العامة وسيلة اتصال كاملة يمكنهم السيطرة على مضمونها دون تدخل ممن يعرفون بحراس البوابة.

2- تدعيم قدرة ممارسي العلاقات العامة على التأثير في تأطير مضامين وسائل الإعلام للقضايا التي تهم المؤسسة، فالأنترنت القدرة على تدعيم العلاقة مع الصحفيين ورجال الإعلام باعتبارها علاقة اعتماد متبادل وذلك تستهدف معظم مواقع المؤسسات على الأنترنت وسائل الإعلام مثلما تستهدف الجماهير الأخرى وتشمل هذه المواقع معلومات عن تاريخ المؤسسة ومنتجاتها وتصريحات قياداتها وعديد من

<sup>1</sup> ليلي فيلاي، ( دور الأنترنت في تنوير عمل العلاقات العامة)، جامعة الأمر عبد القدر العلوم الإنسانية السنطينية ، الجزائر، ص 13- 14.

<sup>2</sup> الخنساء سعادي، التسويق الإلكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي مذكرة ماجيستر، غير منشورة ، جامعة الجزائر. 2006-2005 ص75

الروابط المهمة التي يمكن أن يستفيد منها الصحفيين، وفي هذا الإطار فإن العلاقات العامة تسهم بنسبة 55% من التغطية الإخبارية للأخبار المحلية لوسائل الاتصال العامة.<sup>1</sup>

3- زيادة قدرة ممارسي العلاقات العامة على بناء علاقات مع جماهير المؤسسة فالتحول من إدارة الاتصال إلى إدارة العلاقات يعتبر من التحولات الجديدة في مجال ممارسة العلاقات العامة.

فالعلاقة بين المؤسسة وجماهير تخضع لثلاثة أبعاد هي البعد المهني والبعد الشخصي والبعد المجتمعي، ويقصد بالبعد المهني العلاقات المهنية بين المؤسسة وجماهيرها في ضوء طبيعية عمل المؤسسة سواء كانت إنتاجية أو خدمة أو منظمة غير ربحية، فالجمهور يريد من المؤسسات أداء مهنيًا يتمشى إحتياجاته ومصالحه، ويقصد بالعلاقات الشخصية العلاقات التي تبنيها المؤسسة مع جمهورها على أساس شخصي، وليس باعتبارهم أفراد مجهولين، أي أنها عليها أن تسعى لكسب احترامهم وثقتهم كأفراد، أما المجتمعي التزام المؤسسة في علاقاتها بجماهيرها باحتياجات واهتمام وقيم وأخلاقيات المجتمع الذي تعيش فيه وقد أتاحت الأنترنت كوسيلة اتصال للعلاقات العامة القدرة على بناء هذه العلاقات . خلال تسهيلها لبناء علاقات شخصية وعلاقات حوار بين الممارس وجمهوره وفي الوقت الذي وفرت هذه الوسيلة لكل فرد من الجمهور الفرصة للحصول على المعلومات التي يريدها، خلقت في الوقت نفسه لديه الرغبة للتعامل مع هذه المعلومات من خلال ما توفره من مصادر معلومات متنوعة لنفس المعلومات وقد تطلب ذلك من ممارسي العلاقات العامة ضرورة التعرف على اهتمامات الجماهير المختلفة وتحديد خصائصهم وأساليب تفكيرهم، والدوافع التي تفسر سلوكهم، وقد أتاحت الأنترنت هذه المعلومات من خلال تحليل ردود أفعال الجماهير وتعليقاتهم وأراء هم التي تتعلق بأنشطة المؤسسة وسلوكياتهم.

4- زيادة قدرة المؤسسة على تحقيق الاتصال المتعامل في اتجاهين:

فثمة اتفاق بين الباحثين على أن الأنترنت مكنت المؤسسات من إنشاء نوعا من الاتصال المتماثل في اتجاهين من المؤسسة للجمهور، ومن الجماهير المختلفة للمؤسسة وقد ساهم في قيام العديد من المؤسسات بإعادة تصميم برامجها الاتصالية وبلورة سياستها وبناء على ردود أفعال الجماهير .

فمن خلال مواقع المؤسسات على الأنترنت قامت هذه المؤسسات بتطوير قنوات اتصال شخصية مع الجماهير وعقد لقاءات ومؤتمرات عن طريق الفيديو وتحقيق التواصل بين المجموعات المختلفة من الجماهير من خلال المناقشات الحية، واعتبر الباحثون أن الحوار بين المؤسسة وجماهيرها عبر موقعها

<sup>1</sup> خيرت معوض محمد عياد، اتجاهات العلاقات العامة نحو استخدام الانترنت البحرين، ص3

على الأنترنت يعني السماح لهذه الجماهير بطرح الأسئلة وإبداء الملاحظات والتعليقات حول مخرجاتها والإشادة بالمؤسسة أو توجيه النقد لسياساتها وبدون ذلك يصبح الموقع مجرد نمط اتصالي في اتجاه واحد أو تقنية تسويقية جديدة.<sup>1</sup>

### 3-3-1- إدارة العلاقات العامة عبر الأنترنت:

تعتبر إدارة العلاقات العامة في من بين أهم الإدارات التي لها أهمية كبيرة داخل المؤسسة، فهي تقوم بمختلف العمليات الاتصالية، ومع التطور السريع الذي تشهده البشرية وبدخول التكنولوجيا الجديدة تطورت عملية الاتصال الإداري داخل المؤسسة لتطبق الاتصال الإلكتروني بمختلف أشكاله وخدماته ووظائفه في جميع العمليات الاتصالية منها إدارة العلاقات العامة التي وظفت كل الوسائل الإلكترونية منها الأنترنت في مجال اتصالها. حيث تتمثل أهداف الاتصال الإداري الإلكتروني بصفة عامة في:

- تقليل تكلفة إجراءات الإدارة وما يتعلق من عمليات.

- زيادة كفاءة عمل الإدارة من خلال تعاملها مع جمهورها.

- إلغاء كامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة أو التخفيف منه إلى أقصى حد

ممكن.

- إلغاء نظام الأرشيف الورقي واستبداله بنظام أرشيف الكتروني مع ما يحمله من ليونة مع الوثائق لأكثر من جهة في أقل وقت ممكن.

- تحسين الخدمات المقدمة وسهولة الوصول إلى المعلومات.<sup>2</sup>

كذلك العلاقات العامة تسعى من خلال نشاطاتها إلى تحقيق الأهداف التالية:

بالنسبة للجمهور الداخلي للمؤسسة:

تزويد العاملين بالمعلومات والبيانات التي ترى الإدارة ضرورة توفرها لديهم. تعريف العاملين بحقيقة ما يحدث داخل المؤسسة.

. توصيل أفكار وتوجيهات الإدارة العليا إلى العاملين. . تنشيط التعاون بين أعضاء الجمهور الداخلي

للمؤسسة. كسب ثقة الجمهور الداخلي للحصول على تأييدهم ومساعدتهم.

بالنسبة للجمهور الخارجي للمؤسسة:

. تحقيق سمعة طيبة للمؤسسة وتدعيم صورتها الذهنية لدى مختلف فئات الجماهير

<sup>1</sup> خيرت معوض محمد عياد، مرجع سابق، ص5

<sup>2</sup> بلال وانيس المرجع السابق، ص 87-88

التي تتعامل معها ولدى المجتمع.

. مساعدة الجمهور على تكوين رأي صحيح وذلك لتحسين علاقة المؤسسة بالمجتمع. الرد على كافة الأخبار الكاذبة أو غير الصحيحة التي تنشر عن المؤسسة أو عن قيادتها أو عن نشاطها من خلال المراقبة المستمرة.<sup>1</sup>

**المبحث الرابع: أخلاقيات العامة الإلكترونية وصعوبات استخدام الانترنت كوسيلة اتصال للعلاقات العامة:**

### 1-4-1- أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الانترنت:

. تعد استخدام الانترنت في عمل العلاقات العامة وتبوأ مكانا بارزا حيث أن كل المؤسسات الآن بدءا من كبرى الشركات إلى الصغيرة منها غير الربحية لها مواقع على الشبكة، والذي بدوره بمثابة الوجه الأول لتلك المؤسسة أمام مئات الملايين من الجمهور وسخرت أقسام العلاقات العامة أخصائيين ومجموعات لتطوير تلك المواقع، بينما ازدهر عمل وكالات العلاقات العامة المتخصصة في وسائل الإعلام الجديدة والاتصالات المباشرة، ولا تختلف مبادئ وأخلاقية ممارسة العلاقات العامة على شبكة الانترنت عن أخلاقية ممارسي العلاقات العامة في الواقع قمتنا<sup>2</sup>:

1-توفر الأخلاقيات التي تكفل ممارسة العلاقات العامة على أسس سليمة وتتسع الأخلاقيات لتشمل الصدق والأمانة والسلوك القويم والسمعة الطيبة، وغير من القيم والمعايير الأخلاقية التي تبعث على الاقتناع والأمان والاطمئنان والثقة والمصداقية في التعامل، فعلى أخصائي أو ممارس العلاقات العامة عبر الانترنت أن يتصف بهذه الصفات لكي يرسم الانطباع الحسن لدى الغير عن حسن تعامل المؤسسة فيجب أن تكون الممارسة التي يقوم بها عبر الانترنت ذات ثقة وصدق وأمانة.

2- الموضوعية في الأقوال والأفعال، والحكم على الأمور استناد إلى الحقائق المدعومة بالبحوث والدراسات التجريبية التي تؤدي إلى تفسيرات عملية، والبعد هذا التحيز الشخصي وكذلك البعد عن كافة صور الانحراف أو التقصير لتحقيق منافع أو أغراض ذاتية، فعلى الممارس للعلاقات العامة عبر الأنترنت أن يتصف بالموضوعية في ممارسته ومعالجة للأعمال الإلكترونية ويجب تجنب الذاتية في هذه الممارسة.

<sup>1</sup> خالد عبيد زينب بن قيراط المرجع السابق، ص 73-74

<sup>2</sup> رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة 2006/2007، ص 76.

ومثال ذلك هو عدم التدخل في الشكاوى التي تصل إلى المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني والعمل على التعامل معها بكل موضوعية من أجل زيادة ثقة الجمهور بالمؤسسة.

3- المرونة والقدرة على التصرف والتأقلم مع متطلبات التكيف ومع متغيرات وهذا بدوره يتطلب توفر سرعة البديهة والفتنة والقدرة على تحليل المواقف والتقدير السليم للأمور فالإنترنت من ميزتها وخصائصها هو الانتشار والتوسع وسرعة التطور فعلى أخصائي العلاقات العامة أن يتأقلم ويواكب كل التطورات والتطبيقات الجديدة للإنترنت ولأن تعامل الناس مع هذه الأخيرة دون قيود وقوانين فالأعمال الإلكترونية التي يقوم بها معرضة دائما للخطر من طرف ما تمليه الإنترنت من مخاطر ولهذا يتطلب على الممارس أن يكون فطن وسرعة تحليل المواقف.

4- توفر ثقافة عامة وعريضة في مختلف المجالات والنواحي فالتعامل مع يعني التعامل مع جمهور عريض وواسع ومختلف ومتنوع الثقافات والأجناس فيجب الامام بأهم الثقافات . جمهور المؤسسة. لكي يحسن التعامل معهم، وإعطائهم الصورة الطيبة الحسنة عن المنظمة.

5- توفر روح الالتزام بالجدية والانضباط في العمل بما يجعله قدوة لغيره من المتعاملين بالمؤسسة والمتعاملين معها، فالالتزام بمعالجة كل الأعمال الإلكترونية في وقتها المناسب وعدم إغفال ولا عنصر من عناصر العمل يؤدي إلى زيادة ثقة الجمهور به <sup>1</sup>

### 2-4-1- مشكلات وصعوبات استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال للعلاقات العامة:

هناك عدد من الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة خاصة والمنظمات عامة عند استخدام الإنترنت والمواقع الإلكترونية، وهناك صعوبات تتعلق بقياس تأثير الموقع على الجمهور، وصعوبات تتعلق بالمنافسة مع المواقع الأخرى للمنظمات المنافسة وصعوبات تتعلق بحماية الممتلكات الفكرية للمنظمة، إلى جانب صعوبات أخرى تتعلق بالجوانب التقنية، وهناك عدة أشكال من التهديد التي تواجه مواقع المنظمات ومنها مهاجمة المواقع من خلال أشخاص يرسلون رسائل سلبية انتقادية إلى بريد المنظمة الإلكتروني.

وهناك مهاجمون يستهدفون تدمير الموقع أو السيطرة عليه وبث معلومات خاطئة من خلاله، وهناك فئة أخرى تمتلك حق الدخول للموقع والحصول على بيانات منه لكنهم يوظفون حق الدخول للموقع في تدمير الموقع أو بث معلومات خاطئة من خلاله، وهناك يقومون بتصميم مواقع مشابهة لموقع المنظمة الأصلي

<sup>1</sup> بلال وانيس، مرجع سابق، ص ص 94 95

وبأسماء مشابهة لخداع الجمهور وتقديمه على أنه موقع المنظمة، كما أن هناك من ينشرون سلعا عبر الموقع دون دفع، أو يتم الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية عن طريق استخدام مضامين أو أشكال خاصة بالمنظمة بما يخدم مصالحهم وعلى أساس أنهم أصحاب هذه المضامين، وتتعلق قرصنة البرامج والشبكات بسرقة أو توزيع الممتلكات الفكرية دون تفويض أو ترخيص أو استخدام مادة تتمتع بحقوق النشر والتأليف أو ببراءة اختراع، ومنها قرصنة البرامج وهي نسخ البرامج دون تفويض أو ترخيص لبرامج تتمتع بحق النشر والتأليف في صورة رقمية، وهناك أيضا الانتحال ويقصد به تجريد كانت من مكاتبه.<sup>1</sup>

أو نتائجه وتقديمها على أنها ملك شخص آخر، ولذلك فإن هناك أخلاقيات على المتعاملين من الأنترنت مراعاتها وأخذها في الاعتبار وتتلخص أهمها فيما يلي:

- تجنب إيذاء الآخرين.
- الأمانة في عرض المعلومات.
- المساواة بين الجميع.
- احترام خصوصية الأفراد.
- الاستخدام السلمي لمصادر المعلومات.
- الالتزام بالقوانين والتشريعات.
- تدعيم الفهم المشترك بين الجميع.
- العمل على تحسين حياة الأفراد والمجتمع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة والإعلان، دار العالم العربي، القاهرة، 2010. ص 35.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 35.

خلاصة:

أضافت شبكة الأنترنت بعد آخر للعلاقات العامة فقد وفرت وسهلت المواقع أدوات وقنوات اتصالية لممارسة العلاقات العامة كما نجحت في ضبط الطريقة التي يتم بها توزيع معلوماتها، فالعلاقات العامة الإلكترونية تعبر عن دمج العلاقات العامة التقليدية بالوسائط الرقمية.

# الفصل الثاني

## الفصل الثاني : مورفولوجيا الخدمة العمومية

أولاً: ماهية الخدمة العمومية

المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية.

المبحث الثاني: خصائص الخدمة العمومية.

المبحث الثالث: مظاهر ومعايري الخدمة العمومية.

مظاهرها

معاييرها

المبحث الرابع: أنواع ومجالات الخدمة العمومية

أنواعها

مجالات الخدمة العمومية

المبحث الخامس: مراحل تحسين الخدمة العمومية ومشكلاتها

ثانياً: الخدمة العمومية الالكترونية

المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية الالكترونية

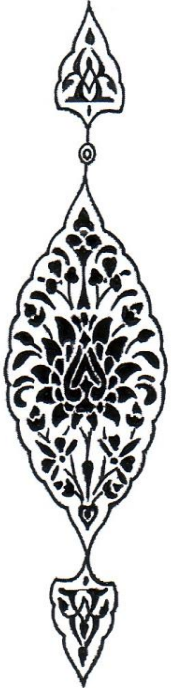
المبحث الثاني: مبادئها

المبحث الثالث: أهداف ومراحل الخدمة العمومية الالكترونية

أهداف الخدمة العمومية الالكترونية

مراحل الخدمة العمومية الالكترونية

المبحث الرابع: أساليب وتقنيات تقديم الخدمة العمومية الالكترونية



### تمهيد :

يتصدر تحسين الخدمة العمومية والتكفل الفعلي بقضايا المواطن حاليا قائمة انشغالات الحكومة وأجهزتها المختلفة بصفة خاصة والمجتمع بمختلف مؤسساته بصفة عامة، وما ادراج هذا الموضوع في برنامج عمل الحكومة، وتأسيس هيكل حكومي لهذا الغرض، إلا دليل على سعي الحكومة للتصدي لظاهرة تراجع الخدمة العمومية التي بدأت تشكل مصدر عدم رضا المواطن وانزعاجه مما يحتم ضرورة وأهمية استعادة ثقته في الإدارة التي يجب عليها أن تعمل في إدارة الشفافية الكاملة وتتجنب المحايدة والأساليب السلبية في إدارة شؤونها تجاهه، مما جعل الأمر يستدعي ضرورة وجود منظمات عامة.

### المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية

إن مصطلح الخدمة العمومية يوحي إلى تلك الرابطة التي تجمع بين الإدارة العامة الحكومية والمواطنين على مستوى تلبية الرغبات وإشباع الحاجات المختلفة للأفراد من طرف الجهات الإدارية، حيث قدمت العديد من التعريفات للخدمة العمومية وذلك باختلاف وجهات نظر الباحثين والكتاب.

وقد عرفت الخدمة العمومية بأنها جميع الخدمات التي من غير الممكن استغلالها إلا في إطار جماعي تتوفر بشكل إجباري وفق قاعدة المساواة التي ينص عليها القانون ويكون من الضرورية استغلالها بمعزل عن قواعد السوق وتحمل الدولة مسؤولية توفيرها والقيام بها من حيث أدائها ومراقبتها.<sup>1</sup>

تعرف الخدمة العمومية كأصل عام بأنها : الحاجات الضرورية لحفظ الإنسان وتأمين رفاهية والتي يجب توفيرها لغالبية الشعب والالتزام في منهج توفيرها على أن تكون مصلحة الغالبية من المجتمع هي المحرك الأساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين، وبالتالي فإن أساس ومبرر قيام الحكام بتقديم الخدمات العمومية عن طريق إنشاء المرافق العامة، باختلاف أنواعها هو مدى حاجة المواطنين لخدمات هذه المرافق والتي تلبي حاجاتهم العامة التي لا يمكنهم توفيرها لأنفسهم دون تدخل من الحكام.<sup>2</sup>

إن من أشهر وأهم التعاريف المخصصة للخدمة العمومية هو ذلك الصادر من طرف مدرسة الخدمة العمومية.

الدولة ليست السلطة التي تقود سيادة إنها تآزر خدمات عمومية منظمة ومراقبة من قبل حاكمين، ومن هنا يظهر مفهوم الخدمة العمومية هي كل وظيفة يكون أداؤها مضمونا ومضبوطا ومراقبا من قبل الحاكمين لأن تادية هذه الوظيفة أمر ضروري لتحقيق وتنمية الترابط الاجتماعي وهي من طبيعة لا تجعلها تتحقق كاملة إلا بفضل تدخل قوة الحاكمين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> صالح بخالد، آليات تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، رسالة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص إدارة وتسيير الجماعات المحلية قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، دفعة 2017-2018، ص 09

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 12

<sup>3</sup> عبد القادر براينس، التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، دفعة 2006-2007، ص 55

## الفصل الثاني ..... مورفولوجيا الخدمة العمومية

هي تنظيم اجتماعي مشكل أساسا من طرف مجموعة من المصالح العمومية، تعرض هذه المصالح على أساسا مجموعة من التنظيمات مخصصة لإرضاء بعض الحاجات والمصالح الفردية والجماعية للأمة، المصالح العمومية هي التنظيمات المشكلة هيكلية الدولة.

أي نشاط لا يؤدي بمفهوم الفائدة العمومية والمصلحة العامة هو بالضرورة غير صادر عن مصلحة عمومية.

ولذلك فإن عندما تفضل الخدمات العمومية الكبرى لصفحتها التجارية والصناعية فإن الرأي العام يهتمها بالتخلي عن دورها كخدمة عمومية فإذا تخصصت مثلا فقط في العمليات المربحة والزبائن المربحين فإنها مستفقد بسرعة دورها كخدمة عمومية، لأن الهدف الأول والأساسي للنشاط العمومي هو إرضاء المصلحة العامة، وهذا ما يبرز في بعض الأحيان احتفاظ هذه المصالح العمومية ببعض النشاطات غير المربحة أيضا.<sup>1</sup>

تعتبر الخدمة العمومية مدخلا رئيسيا في تحديد علاقة الدولة بالمجتمع من خلال درجة الاستجابة لمختلف المتطلبات المجتمعية وتزداد أهمية هذا المدخل في عصر التكنولوجيا والعولمة الذي أتاح للفرد المعلومات وسبل المقارنة مع مجتمعات أخرى في مستوى أداء الدول وتقديم الخدمات لمواطنيها، ومع انهيار الثقة بين المواطنين وحكوماتهم في العديد من الدول الغربية في نهاية القرن العشرين قدم المصلحون مدخل تحسين الخدمة العمومية كتوجه جديد لتحقيق الفعالية والكفاية وبالتالي استرجاع العلاقة الصحية بين القمة والقاعدة.<sup>2</sup>

يطلق على الخدمة العمومية بمعناها الضيق والذي يشكل الرابطة التي تجمع بين الإدارة العامة الحكومية والمواطنين على مستوى تلبية الرغبات وإشباع الحاجات المختلفة للأفراد من طرف الجهات الإدارية والمنظمات العامة.<sup>3</sup>

كما أنها عبارة عن أي عمل رسمي صادر عن مؤسسات الدولة المختلفة من وزارات وهيئات ومجالس بلدية ومراكز الشرطة ومحاكم، وغيرها وهي خدمة لا تتلقى الدولة مقابلها المال دائما.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 56.

<sup>2</sup> كريمة العرابي، تحسين أداء الخدمة العمومية في الجزائر وفق مقاربة التسيير العمومي الحديث، مجلة آفاق العلمية، المجلد 11 العدد 3، 27/06/2019

<sup>3</sup> عبد الرزاق حمداني، تحسين الخدمة العمومية في الإدارة البلدية في التشريع الجزائري مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في قانون إداري كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة العربي التبسي الجزائر، 2015/2016، ص 11

## الفصل الثاني ..... مورفولوجيا الخدمة العمومية

تعرف أيضا الخدمة العمومية على أنها مهمة عامة واداء خاص يقدم من قبل الدولة لجميع المواطنين لاستخدامها (الاستفادة منها).

نشاط ينفذ مباشرة من قبل الدولة سواء كان محليا أو إقليميا، تحت رقابتها، هي تهدف لخدمة المصلحة العامة.

نشاط يهدف إلى تحقيق منفعة عامة تقع على كاهل الدولة عن طريق المؤسسات سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو الخدمية وعن طريق التدخل في الإدارة العامة.

هي كل وظيفة يكون أدائها مضبوطة ومراقبا قبل الحاكمين لأن الدولة . هي اجتماعي مشكل أساسا من طرف مجموعة من المصالح العمومية.<sup>2</sup>

تعرف الخدمة العمومية وفقا للقانون الإداري الفرنسي بأنها تلك التي تعد تقليديا خدمة تزود بصورة دائمة بواسطة منظمة عامة كاستجابة لحاجة عامة ويتطلب توفيقها أن يحترم القانون على إدارتها مبادئ المساواة والاستمرارية والتكيف لتحقيق الصالح العامة.

يتضح من خلال التعاريف السابقة من أجل أن تحقق الخدمة العمومية الأهداف التي تسعى إليها الدولة كان من الضروري أن تخضع لمجموعة من القواعد تضمن تحقيق هذه الأهداف، وتتمثل هذه المبادئ في:

- 1- مبدأ المساواة: ويعني أن يحصل الأفراد في المجتمع على الخدمة العامة على قدم المساواة.
- 2- مبدأ الاستمرارية: إذ تهدف الخدمات العمومية إلى تلبية حاجات ذات منفعة عامة، ومن أجل تحقيق هذا الهدف يشترط عدم انقطاعها، ولهذا فإن مبدأ الاستمرارية يعتبر مبدأ أساسي لقيام الخدمة العمومية.
- 3- مبدأ التكيف أو المرونة: قابلة للتكيف مع كل طرف والاحتياجات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الخميس 13 فيفري 2020، 18:21 <https://Maudoo.com/%09%85%9d%8>

<sup>2</sup> عائشة قوادي، سارة شيروف، دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة مقدمة النيل شهادة الماستر في اتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة 8 ماي 45 قالة، 2016-2017، ص 49.

<sup>3</sup> عمر سدي، أحمد برادي، دور الخدمات الإدارية الالكترونية في ترقية الخدمة العمومية في التشريع الجزائري مجلة آفاق العامية المجلد 11، العدد 3، 28/05/2019.

حسب كل التعاريف السابقة نجد أن وجود الدولة أو السلطة الحاكمة . ضروري العمومية لغرض تلبية حاجات ذات منفعة عامة، وهذا يعني أن الخدمة العمومية ترتبط ارتباطا وثيقا بالمنفعة العامة، الأمر الذي يستدعي تماشي الخدمة مع تطور الحاجات العامة.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: خصائص الخدمة العمومية

تتميز المؤسسة الخدماتية عن غيرها بميزات عديدة تتمثل في خصائص الخدمة التي تقدمها واختلافها عن السلعة وهذه الخصائص لا تعني بالضرورة أن المؤسسة الخدماتية تختلف عن المؤسسة الصناعية من حيث الهيكله والوسائل ويمكن إجمال هذه الخصائص فيما يلي<sup>2</sup>:

#### 1- الخدمات المنتجة غير ملموسة:

الخدمات على اختلاف أنواعها مصممة أساسا لإشباع رغبات معينة لدى مجموعة من العملاء إلا أنها غير ملموسة، وبالتالي فإن الحكم عليها أو تطويرها أو تقديمها يحتاج إلى معالجة خاصة من وجهة نظر تسويقية سواء إبلاغ العميل بالرسالة التسويقية أو جذبته للتعامل مع المؤسسة، إذن فالمؤسسة تعتمد على تسويق فكرة معينة تأخذ شكل خدمة ( منح قرض، فتح حسابات جارية ومن ثم تلجأ إلى استخدام أدوات ووسائل إعلانية حديثة ذات قدرة ودلالة معينة على شرح مزايا وأبعاد الخدمة.

#### 2- تكامل الخدمة في ذاتها :

تتميز الخدمة بعدم قابليتها للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال فهي مزيج متكامل ومندمج حتى تحقق الغرض منها، إذ لا بد من توفير الخدمات في المكان والوقت المناسبين وهنا تظهر أهمية سياسات البيع الشخصي المباشر باعتبارها السياسات المثلى لتوزيع الخدمات.

#### 3- اعتمادها على نظام التسويق الشخصي بدرجة عالية:

تعتمد المؤسسة الخدماتية بدرجة كبيرة على القنوات التقليدية للتوزيع من خلال عمليات البيع الشخصي والتي تقوم على جهود العاملين فيها، والموزعين توزيعا جيدا من خلال شبكة فروع المؤسسة إذ يجب اختيار موقعها بعناية حتى تكون في أقرب وأنسب مكان للعميل.

#### 4- الحاجة إلى هوية ومفهوم خاص:

<sup>1</sup> عائشة، قواري شيروف سارة، مرجع سابق، ص 52.

<sup>2</sup> محسن أحمد الحضيبي، التسويق المصرفي، أيزك للنشر والتوزيع، مصر، 1995، ص 38-39.

غالبا ما يلجأ رجل التسويق إلى خلق هوية مميزة للمؤسسة، هذه الأخيرة تتضمن تكامل عناصرها موقعها وفروعها وإطاراتها والخدمات التي تقدمها والسمعة التي تحصلت عليها والحملات الإعلانية التي تقوم بها وابتكار خدمات جديدة من وقت لآخر مما يمكن من بناء الهوية المميزة للمؤسسة الخدمية والتي تساعد في إقناع العميل بتغيير المؤسسة التي يتعامل معها.

### 5-مدى واسع من المنتجات والخدمات:

يتعين على المؤسسة تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات الخدمية لمقابلة الاحتياجات المتنوعة للمستهلكين، فالمعتاد أن يركز العميل معاملاته مع مؤسسة واحدة تقدم له نوعا معينا من الخدمات (شركة تأمين مثلا) وهنا يكمن السر في أن المؤسسة الخدمية دائمة التطوير والابتكار لتقديم الجديد لعملائها ليس فقط من أجل الاحتفاظ بهم ولكن من أجل جذب عملاء المؤسسات الأخرى التي تقدم نفس المنتج الخدمي.

### 6- الانتشار الجغرافي:

أن تمتلك المؤسسة شبكة متكاملة من الفروع تنتشر جغرافيا بشكل متناسب لتقديم الخدمات وتحقيق المنفعة المكانية للعميل بشكل فعال سواء على المستوى المحلي أو القومي الدولي بمقابلة احتياجاته حيث يمارس نشاطه أو حيث تنتشر معاملاته.<sup>1</sup>

تتعدد وتتوسع وسائل الاتصال المختلفة والمنافسة بينها جعل من إدارة العلاقات العامة مما يعني التسابق من أجل الظفر بالوسيلة الأكثر فعالية ولأن الأنترنت تعتبر من بين وسائل الاتصالات التي يمكن القول أنها عوضت وسائل الاتصال التقليدية فينبغي على ممارسي العلاقات العامة أن يحسنوا التعامل معها واستخدامها من أجل تعزيز الثقة وصلته الترابط ما بين المؤسسة وجمهورها نوعية.

7- الالتزام باللغة الدقيقة والابتعاد عن اللغة البسيطة الغامضة: فيجب على ممارسي العلاقات الأنترنت أن يستعمل اللغة الواضحة والدقيقة أثناء الرد على استفسارات الجمهور أو أثناء التحرير الإلكتروني، فاللغة الإنسان تعبر عن مستواه ولأن العلاقات العامة من مبادئ عمله هو التميز فيجب أن تكون كل الأعمال التي بها متميزة.

<sup>1</sup> صبيحة قلاني، سهيلة تونسي دور العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة الخدمية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2014/2015، ص 26-27

ولأن الأنترنت تتميز بالشق الإيجابي والشق السلبي الخطير فإنه كان لازما على ممارسي العلاقات العامة على شبكة الأنترنت أن يتعرفوا على طبيعة هذه الشبكة ومدى تأثيرها على الجمهور والمستخدم، ومدى الأضرار الجسيمة التي تقع والكوارث التي تحدث إذا أخل القائم بالاتصال بالشروط والضوابط الأخلاقية التي تحكم طبيعة هذا العمل وبالتالي يجب عليه أن يتحلى بالشروط ومواثيق الشرف الخاصة بالتعامل ومن بين هذه الضوابط والأخلاقيات ما يلي:

- عدم استغلال الحوار عن بعد بغرض التمويه والتتكر .
- نزاهة آلات البحث والتصفح.
- الأمانة العلمية والملكية الفكرية.
- ضرورة أن تكون التكنولوجيا أمنية وأمنة ومستأنسة.
- تهديد حرية الإنسان وخصوصيته الفردية.<sup>1</sup>

وبهذا تظل الأنترنت وسيلة ذات طبيعة خاصة تتعدى الحدود الجغرافية ونتيجة لذلك تعجز الدول عن تطبيق قوانينها وأخلاقياتها الخاصة على كافة الممارسين وقد اتجهت العديد من الدول المتقدمة إلى إبرام اتفاقيات ثنائية لتنفيذ القوانين أو الانضمام إلى تحالفات دولية تضم عددا من دول العالم للتغلب على المشكلات المرتبطة بطبيعة الأنترنت كما سعت بعض المنظمات الدولية إلى إصدار مواثيق أخلاقية عالمية سعيا منها إلى تنظيم الممارسات عبر هذا مازال العالم خصوصا الدول النامية بحاجة إلى استحداث نظام أكثر الأنترنت، ومع فعالية وأكثر قدرة على ممارسة العمل على شبكة الأنترنت<sup>2</sup>

### المبحث الثالث: مظاهر ومعايير الخدمة العمومية

#### 1.3 المظاهر:

في الجزائر تؤكد الحكومة عزمها على تحسين الخدمة العمومية من خلال تغيير نوعي الأنماط تنظيم وسير الإدارة وتسهر على ما يعزز تجسيد التحسين الدائم للخدمة العمومية من خلال المظاهر التالية:

- 1- تحسين الاستقبال عبر تهيئة وإقامة هياكل مناسبة لراحة أفضل للمواطنين.
- 2 - تكييف أيام ومواقيت استقبال المواطنين بالمرافق العمومية وفتح أبواب المصانع.
- 3- تبسيط الإجراءات الإدارية وتحسين علاقة الإدارة بالمواطن.

<sup>1</sup> بلال وانيس، مرجع سابق، ص 96

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 96

- 4- إقامة الشبابيك الوحيدة التي ستستمتع للمواطنين بإمكانية القيام بكل مساعيهم الإدارية في إطار منظم وعاجل.
- 5- وضع وإجراءات للاتصال بغرض ضمان إعلام الجمهور بالضمان المقدمة وتحسين وصولهم إلى المعلومة، وجمع آرائهم واقتراحاتهم.
- 6 - التعميم التلقائي للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والتكوين ذي الصلة، بمثابة الأسس التي تقوم عليها عصنة الإدارة وتطوير الإدارة الالكترونية.<sup>1</sup>
- 7- المتابعة الصارمة والعاجلة لدراسة الطلبات وشكاوي المواطنين والرد على انشغالاته.
- 8- تعزيز قدرات الإدارة وفعاليتها، من خلال تكوين المستخدمين وتحسين مستواهم. 9- إنشاء مرصد وطني للخدمة العمومية مكلف بإجراء دراسات وتقديم اقتراحات لتدارك النقائص ونبذ البيروقراطية.
- 10- الانطلاق في مشروع بطاقة التعريف الوطنية البيومترية وجواز السفر البيومتري.<sup>2</sup>

### 2.3 معايير الخدمة العمومية:

إن عملية تسيير نشاطات الخدمة العمومية لا بد لها أن تستخدم قواعد مشتركة تعد بمثابة قيم منها شرعيتها وصفاتها والمتمثلة في المعايير التالية:

- **معيار المساواة:** يعبر هذا المعيار عن عدم التمييز بين المواطنين في تقديم الخدمة لهم، وذلك على أساس الأصل أو المعتقد أو اللون أو الانتماء..... الخ، فهذا المعيار يفرض المساواة بين المستفيدين في حالة وجودهم في وضعيات متماثلة ويجب تقديمها دون تقصير ونقص من طرف العاملين عليها.

- **معيار الديمومة:** إن ما يميز الخدمة العمومية أنها لا تنتهي وذلك بصورة منتظمة، كونها مرتبطة بحاجات متواصلة لعموم الناس، مما يتطلب من الدولة وضع خطط تحفظ الخدمة العامة عن التوقف، وهذا المعيار يتطلب الأداء القائم والمستمر للخدمة لضمان الرفاهية الاجتماعية والرقى العام للمواطنين من خلال توفير الحاجات المشتركة والضرورية لهم من خلال جميع قنوات الاتصال، وهذا ما يتعين على الدولة حماية المؤسسات والإدارات العمومية من خلال الفشل والإفلاس، كما يستوجب كذلك الحفاظ على الحد الأدنى من نشاطات الخدمة العمومية خاصة في حالة الأزمات.

<sup>1</sup> ب بوعلام، مخطط عمل الحكومة الجزائرية، مجلة الجيش، العدد 611، جوان 2014، ص 21

<sup>2</sup> ب بوعلام المرجع السابق، ص 21 - 22

- **معيار التطور:** وذلك من خلال مواكبة أشكال التقدم والتطور ولاسيما التكنولوجيا منها كتحديث الوسائل وغيرها من ذلك وهذا المعيار يسمح بتكثيف محتوى الخدمة العمومية مع التطور الاجتماعي والتقدم التقني من جهة واحتياجات المستفيدين من جهة أخرى، كمواكبة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحات رسمية للمؤسسات قصد معالجة مختلف الاهتمامات والانشغالات وتقديم خدمات نوعية.<sup>1</sup>

- **معيار المجانية النسبية:** امتداد لمعيار المساواة بين المواطنين في حالة ما إذا كانت وضعياتهم متباينة من حيث مستوى الدخل اعتماد سلم بين هذا التباين بحيث يدرج في أعلى هذه السلم الخدمات العمومية التي يكون الوصول إليها مجانيًا للجميع، تم ترتيب الخدمات تنازليًا حسب نوعية الخدمة ومستوى دخل المستفيد بحيث تتعود التسعيرات وتدرج إلى غاية أسفل السلم أين يقتضي معيار المساواة في التعامل بالحصول على الخدمة العمومية بمقابل مثل أغلبية الخدمات العمومية ذات الصفة الصناعية والتجارية.

- **معيار الفعالية:** يعتبر هذا المعيار الخدمة العمومية هي كل الأنشطة التي تثبت فيها عجز السوق في التصحيح الذي يحصل في حالات الاستقلال غير متوازن بين مناطق الوطن (خلف الفوارق الجهوية، فتوفير بعض الخدمات العمومية الجوارية يسهم في خلق التوازن الجهوي والحفاظ على مزاوله الخدمات العمومية تجعل تهيئة وتنمية هذه المناطق أكثر فعالية، حيث تتوقع أن تكون الخدمات العمومية فعالة وتحقق مكاسب ملموسة.

- **معيار الشمولية:** انطلاقًا من مفهوم الخدمة العمومية كونها خدمة أساسية يكون حق الاستفادة منها مكفولًا لكل المواطنين لأنها تعتبر ضرورية في أغلب الأحيان، ومن ثم فإن الخدمة العامة ينبغي أن تكون في متناول المواطنين والسماح لهم بالوصول إليها بشروط مناسبة لقدراتهم ومتطلباتهم ومستويات معيشتهم.

- **معيار التضامن:** يعتبر هذا المعيار الخدمة العمومية ما هي إلا تعبير عن التضامن الاجتماعي بين المواطنين تتولى الدولة قيادته وتجسيده ميدانيا من خلال محاربة ظاهرة الحرمان والفقر بالمساهمة في تقليص الفوارق بين المواطنين لا تصنف الخدمة العمومية مهامها وفق معيار التضامن إلى ثلاثة أصناف وهي:

<sup>1</sup> سمية بن طراد ، الإدارة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2014/2015، ص. 64

مهام تهدف إلى جعل الخدمة العمومية مادية ومالية في متناول المواطنين.  
مهام تهدف إلى المحافظة على الانسجام الاجتماعي والشعور بالمواطنة.  
مهام تهدف إلى المساهمة في تشجيع الاستعمال الفعال والعادل للموارد المشتركة<sup>1</sup>

### المبحث الرابع: أنواع ومجالات الخدمة العمومية

#### 1.4. أنواعها :

تضم الخدمة العمومية مجموعة كبيرة للخدمات الجماعية المنظمة من طرف الدولة، ويمكن حصرها في عدة خدمات كالتالي:

#### أولاً: من حيث طبيعة نشاط الخدمة

1- **الخدمات الإدارية:** هي الخدمات التي تقدمها الإدارات العمومية أو المرافق العمومية الإدارية سواء على المستوى المحلي أو على المستوى المركزي مثل خدمة المحافظة لمواطنيها الخدمات المرتبطة بالمجالس البلدية خدمات مرفق الحالة المدنية.

2- **الخدمات الصناعية والتجارية:** تتمثل في الخدمات التي توفرها المؤسسات العمومية الصناعية والتجارية مثل خدمة مؤسسة المياه والغاز والكهرباء.

3- **الخدمات الاجتماعية والثقافية:** تتمثل في الخدمات التي تقدمها المؤسسات العمومية يستفيد منها أفراد المجتمع، إلا أن هذه الخدمات قد لا تكون ذات أهمية بالنسبة لبعض الأفراد أو المجتمعات ومن بين هذه الخدمات تذكر مثلاً المكتبات العامة، المتاحف والمتنزهات العامة، خدمة التمدرس الإلزامي والخدمات الصحية.

#### ثانياً: من حيث طبيعة الخدمة المقدمة.

1- **خدمات فردية:** تتمثل في الخدمات التي يتحصل عليها الفرد دون ارتباطه بجماعة، حيث يقوم بطلب توفيرها أو يعمل للحصول عليها.

2- **خدمات جماعية :** الخدمات التي يحصل عليها الأفراد في إطار جماعة دون أن يقوم بطلب توفيرها مثل: الإنارة العمومية.<sup>2</sup>

كذلك هناك تقسيمات أخرى مختلفة للخدمات العمومية نذكر منها :

<sup>1</sup> سمية بن طراد، المرجع سابق، ص 65.

<sup>2</sup> صالح بخالد، مرجع سابق، ص 11.

- خدمات ضروري لبقاء المجتمع وسلامته وتقدمه مثل الخدمات التعليمية، وهي خدمات يفترض أن توفرها الدولة مهما ارتفعت تكلفتها.
  - خدمات ذات طبيعية، اجتماعية، يمكن للأفراد أن يؤديها بأنفسهم عن طريق إمكانياتهم الخاصة، إلا أن القصور في تأدية هذا النوع من الخدمات على أكمل وجه قد يؤثر على المجتمع، وهو ما يستدعي تدخل السلطات العمومية في أداء وتوفير هذه الخدمات مثل: الإسكان.
  - خدمات رأسمالية مكلفة: لا تقتصر منفعتها على الجيل الحالي وإنما تمتد إلى الأجيال المقبلة، مثل: بناء المدارس المستشفيات الجامعات.
  - خدمات عامة ترتبط بسيادة الدولة: وهي خدمات مرتبطة أساسا بالدور التقليدي للدولة، وذلك في مجال العدالة الأمن الدفاع الوطني، المالية العامة.
  - خدمات ذات طابع اقتصادي: يطلق عليها خدمات عامة صناعية أو تجارية، ظهرت هذه الخدمات بشكلها المذكور في القرن العشرين مع التطور الملحوظ لدور الدولة في الحياة الاقتصادية في تحقيق رفاهية المواطن في مجال احتياجاته الأساسية في مجال النقل، اتصالات الطاقة ..... الخ.<sup>1</sup>
- ### 2.4. مجالات الخدمة العمومية:

تعتبر المؤسسة الأمنية مؤسسة عمومية حساسة ذات نشاط خاص يتمثل في تحصين أمن المجتمع، وبناء علاقة متينة مع المواطن قصد غرس قيم إيجابية فيهم لتدقيق الأمن والاستقرار وبناء جسور الثقة والتعاون بينها وبين المواطن، لأنها في حاجة إلى المواطن أداء وانجاز ما تصبو إليه، فوجود الأمن هو بمثابة مسؤولية كافة الأجهزة والأهلية وكل أفراد المجتمع، لذا من الضروري وجود علاقة قوية بين المؤسسة الأمنية والمجتمع لتحقيق الأمن.<sup>2</sup>

وعليه أصبح موضوع الخدمة العمومية في المجال الأمني من المواضيع المهمة في مجال تطوير ورقي المجتمعات (بصمام) الانسانية، حيث يعتبر عنصر الأمن بصمام الأمان ومؤشر الحياة الكريمة، مما

<sup>1</sup> حاكمي حمزة، إصلاح الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص سياسات العامة التنموية جامعة مولاي الطاهر سعيدة 2015-2016، ص 10

<sup>2</sup> عائشة قرّة، إيناس رغييس، الخدمة العمومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الخامس،

جعلها توفر خدمة اجتماعية في قالب أمني ترمي من خلال ذلك إلى تطوير المجتمع بمختلف أطيافه وتحقيق نهج تنموي على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والقانونية، كما يجب أن تكون هذه الخدمة عصرية ومتطورة من خلال المواكبة المستمرة لكل ما هو حديث ومتطور في مجال التكنولوجيا الحديثة.<sup>1</sup>

ومنه فالخدمات التي تقوم بها المؤسسة الأمنية بتقديمها لمواطنيها هي ذات طابع خاص تميز المؤسسة الأمنية عن باقي المؤسسات الأخرى، نذكر من بين هذه الخدمات: أعمال النجدة وهي الأعمال التي تقوم بها المؤسسات الأمنية استجابة لنداء أفراد المجتمع في أي طارئ على مدار الأربع والعشرين ساعة. المشاركة في حماية الآداب العامة إضافة إلى التبصير بمواقع الزلل الأخلاقي.

- حماية الأحداث من الانحراف والجريمة ومحاولة إشراك المجتمع في مسؤولية تحقيق الأمن.

- تقديم خدمات إنسانية متعددة لمساعدة المرضى والأطفال.

- التدخل في حالة الكوارث والنكبات بالمساعدة والإسعاف وتقديم الخدمات والعون.

- دعم وتكثيف التفاعل المجتمعي بين مختلف الفئات الفاعلة أي بين الأجهزة الأمنية

والمحيط.<sup>2</sup>

### المبحث الخامس: مراحل تحسين الخدمة العمومية والمشكلات التي تعترضها

إن من أهم ملامح التحول المنشود في الخدمات العمومية هي:

. تحسين الجودة ضمن فكر إداري جديد ما يطلق عليه اسم إدارة الجودة الشاملة. . تحسين الأداء دون توقف التحسين المستمر.

. الارتقاء بالخدمة العمومية المستوى يضاهاى المستوى الأفضل بالنظم المماثلة. السعي إلى اختصار الوقت لضمان مفهوم إداري معاصر التنافس بالوقت". . استبدال الإدارة برؤى كبار الموظفين إلى الإدارة برؤى وتوقعات طالب الخدمة العمومية.<sup>3</sup>

إلا أن هذه الآلية لتحسين أداء الخدمة العمومية تعترضها مجموعة من المشكلات والتي تتمثل في:

<sup>1</sup> نعيمة سليمي، تنمية الفترات المؤسسية للخدمات العامة الأمنية نحو تحقيق تميز إداري رشيد للمؤسسة الأمنية الجزائرية مجلة قيس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، ص 144-130.

<sup>2</sup> عائشة قره، إيناس رغبس، المرجع السابق، ص 20

<sup>3</sup> حجاب عبد الرؤوف، المرجع السابق، ص 40.

## الفصل الثاني ..... مورفولوجيا الخدمة العمومية

- . التمييز في أداء الخدمة سبب تفشي ظاهرة الوساطة.
- . سوء تقديم الخدمة العمومية.
- . البطء في أداء الخدمة العمومية لأسباب تعود إلى طول وتعقيد الإجراءات والعمليات اللازمة لإنتاج الخدمة.
- . تفشي ظاهرة الرشوة في أوساط الموظفين والافتقار بأن الحصول على الخدمة لا يمكن أن يتم بدون رشوة.
- . غياب الاتصال بين الإدارة في منظمات الخدمة العمومية وبين جماهير الخدمة، الأمر الذي ينتج عنه وجود فجوة بين ما يتم تقديمه في أداء للخدمات العمومية وبين ما يتوقع المواطنين نحوها.
- . افتقار الابتكار والتطوير الناتج عن السياسات المخططة والمدروسة للتغيير في عمليات وإجراءات إنتاج وتقديم الخدمة العامة للجمهور.
- . الغياب الكامل للبحوث والدراسات التطبيقية في الوحدات التنظيمية التي تتوفر بشكل كبير في المؤسسات، والمنظمات الأكاديمية والبحثية.
- . سوء استخدام الموارد التنظيمية المتاحة في إنتاج وتقديم الخدمة العمومية، وذلك بسبب الإهمال واللامبالاة، أو عدم الخبرة والدراية أو بسبب السرقات.
- . ضعف نظم المتابعة والتقييم للخدمات العامة وتحقيق الرقابة الفعالة بغرض التحقق من وصول هذه الخدمات إلى المواطنين وفقاً للقوانين والتشريعات المنظمة لها.
- . افتقار الإحساس بالمظاهر الجمالية في الخدمة العمومية والتي يقصد بها نظافة وجاذبية الهياكل الخاصة بمنظمات الخدمة العامة، وسوء مظهر المكاتب والعديد من العاملين.
- . تفشي ظاهرة الفساد الإداري في الهياكل والعلاقات التنظيمية لوحدات الخدمة العامة، الأمر الذي كان له انعكاساته السلبية الحادة على العاملين في هذه الوحدات وعلى قيم العمل، وعلى مستوى أداء الخدمة العمومية.
- . عدم القدرة على المحافظة على المستوى الجيد للخدمة العامة نظراً لغياب المعايير الخاصة بالرقابة على جودة هذه الخدمة.

. نقص التأطير وعدم الاهتمام بالتكوين.

. قدم أنماط التسيير .

. فشل أجهزة الرقابة الداخلية والخارجية في تأدية وظائفها.

. عدم الاهتمام بالجانب الاستشراقي<sup>1</sup>

. عدم تحديث الهيكل التنظيمي العام للإدارة والهيكل التنظيمية للمؤسسات خاصة في إطار التطور

التكنولوجي الملحوظ.

. افتقاد الإدارات العامة إلى منهج التخطيط الاستراتيجي الذي هو سب إيجابي في

تحسين صورة المؤسسة.

. غياب الإطار التنظيمي الحديث لإدارة الموارد البشرية مع نقص ملحوظ في الموارد البشرية عالية

الكفاءة.<sup>2</sup>

### المبحث الأول: مفهوم الخدمة العمومية الالكترونية:

تلك الخدمات التي يمكن تقديمها إلكترونياً، وهي كذلك الفعل أو الأداء الذي يخلق القيمة ويوفر فوائد

للعلاء من خلال العملية التي يتم تخزينها على شكل خوارزمية وتنفذ عادة من قبل البرامج الشبكية.<sup>3</sup>

. من خلال التعريف نستنتج أن الخدمة الإلكترونية هي عملية ترجمة الأداء إلى أرقام خوارزمية عبر

الشبكات والوسائل الالكترونية موجهة نحو العلاء وبناء على هذا يمكن القول أن الخدمة العمومية

الالكترونية ما هي إلا تقديم الخدمات عمومية من قبل الحكومة باستخدام تكنولوجيا المعلومات

والاتصالات.

. تعد الخدمة الالكترونية مجموعة الأنشطة التي يتولد عنها تأطير وعلاقة تبادلية بين الزبون من جهة

والهيكل والموارد البشرية من جهة أخرى، عن طريق استخدام وسائل وأساليب الكترونية.<sup>4</sup>

هناك تعاريف أخرى للخدمة العمومية الالكترونية وهي كالاتي:

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 40.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 42-43.

<sup>3</sup> كريمة جلام، فعالية الحوكمة الالكترونية في ترقية الخدمة العمومية، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي العلمي حول جودة

الخدمة العمومية في ظل الحوكمة الالكترونية 29/30 أكتوبر 2014 ص 45

<sup>4</sup> عبد القادر برانيس تسويق الخدمات والخدمات العمومية مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2014، ص 45-46

1- أنها تستخدم وسائل الاتصال التكنولوجية المتنوعة لتسير سبل آراء الإدارات الحكومية لخدمتها العامة الالكترونية والتواصل مع طالبي الانتفاع من خدمات المرفق العام باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة كالإنترنت والكمبيوتر.

2- يعرفها البنك الدولي: أنها عملية استخدام المؤسسات الحكومية للتكنولوجيا مثل: أساليب الاتصال عبر الهاتف المحمول، شبكة الإنترنت التي تكون لديها القدرة على التغيير وتحول العلاقات بين المواطنين ورجال الأعمال، وهذه التكنولوجيا يمكن أن تقدم خدمات أفضل للمواطنين، وتحسين التعامل والتفاعل مع رجال الأعمال، وتمكين المواطنين من الوصول إلى المعلومات مما يوفر المزيد من الشفافية.

3- يعرفها ستانتون ( STANTON ) في قوله: " إن الخدمة العمومية . غير ملموسة والتي تحقق منفعة للزبون أو العميل، والتي ليست بالضرورة بيع سلعة أو خدمة أخرى أو تقديم خدمة معينة لا يتطلب استخدام سلعة مادية".<sup>1</sup>

4- هي ذلك الفعل أو الأداء الذي يخلق القيمة ويوفر فوائد للعملاء من خلال العملية التي يتم تخزينها على شكل خوارزمية وتنفذ من قبل البرامج الشبكية.<sup>2</sup>

**المبحث الثاني: مبادئ الخدمة العمومية الالكترونية.**

### 1-مبدأ الاستمرارية:

إن تأثير الإدارة الالكترونية على تأكيد مبدأ دوان سير المرفق العام وتطويره إلى الأفضل، من حيث سهولة أداء الرسوم اللازمة للانتفاع بخدمة المرافق واستمرارية أداء المرافق لخدماته. ولاشك أن الخدمة الالكترونية تتجه لتطبيق هذا المبدأ لكن مع الإبقاء على استمرارية العمل على مدار الساعة حتى تتفادى خطورة إضراب الموظفين من خلال توفير البوابات الالكترونية، وذلك بإتاحة الخدمة المرفقية لأي فرد يحتاجها في أي وقت شاء.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> كريمة جلام، المرجع السابق.

<sup>2</sup> فطيمة سايح الإدارة الالكترونية كآلية للتطوير الخدمة العمومية المحلية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 04 ديسمبر 2018.

<sup>3</sup> ماجد راغب الحلو، علم الإدارة العامة الإسكندرية، منشأة المعارف، 2005، ص 43.

ومن ثم يقتضي هذا المبدأ على أن يقوم المرفق العام بضمان تقديم الخدمات لجمهور المرتفقين بشكل منظم، لاستمرارية متطلبات المصلحة العامة، فكل توقف أو تأخير قد ينجم عنه آثارا سلبية عليهم.<sup>1</sup> مما يتعين على الدولة أن تحافظ على السير المنتظم للخدمة العمومية واستمراريتها وهذا المتطلبات المصلحة العامة.

وقد أكد ميثاق الوظيفة العمومي بإفريقيا على أن عدم احترام هذا المبدأ يقلل من قيام مسؤولية الإدارة اتجاه أي مواطن قد يتضرر لسبب ذلك.<sup>2</sup>

### 2- مبدأ قابلية المرفق المتغير أو التعديل والتكيف:

يعتبر هذا المبدأ أساسي في تقديم الخدمة العامة والضرورية لجمهور المرتفقين، لذا يجب على المرفق العام مواكبة التطورات الحديثة الحاصلة من خلال إدخال التحديثات الضرورية، والأصل في المرافق العامة أن الدولة سلطة واسعة في تقدير حاجة المرفق للتطوير والتحديث دون أن يحتج المتعاقد معها<sup>3</sup> ، وكذا للدولة الحق التدخل في إحداث تعديلات تنظيمية دون اعتراض المنتفعين بالمرفق مستعملة في ذلك سلطتها وامتيازاتها بغية تحقيق المصلحة العامة<sup>4</sup> والوصول إلى تشغيلها بأكبر كفاءة ممكنة وبطريقة أفضل لأجل بقاء المرفق وتلبية احتياجات طالبي الخدمة.<sup>5</sup>

### 3- مبدأ المساواة:

إن هذا المبدأ يقوم بتقديم الخدمة في المرفق العام لكل من تتوفر فيه شروط الاستفادة منها، دون تمييز في العرق أو الجنس أو اللون أو الدين أو المركز الاجتماعي أو الثقافي، والذي يتضمن ضرورة

<sup>1</sup> سناء بولقواس الإدارة بالقيم كمدخل مفهوم الأداء في الخدمة العمومية وتجسيد الجودة، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 03، قسم الحقوق، جامعة جيجل، ص 94.

<sup>2</sup> بوبكر بن غوالي آليات تحسين ترشيد الخدمة العمومية مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي 2016/2017، ص 25.

<sup>3</sup> سناء بولقواس المرجع السابق، ص 99.

<sup>4</sup> سليمان المطاوي، القانون الإداري، دراسة مقارنة، الجزء الثاني، الأردن 1992، ص 125

<sup>5</sup> سعد عباس الخفاجي الحكومة الالكترونية الأبعاد النظرية وآليات التطلب، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 23 بغداد الجامعة المستنصرية 2010، ص 14.

## الفصل الثاني ..... مورفولوجيا الخدمة العمومية

توفير الخدمة العامة لجميع أفراد المجتمع وشاوي جميع المواطنين حتى يحصلوا على جميع الضمانات بنفس الطريقة وبدون أي عوائق أمام المرافق العمومية.<sup>1</sup>

مما لاشك فيه أن تطبيق الخدمة العمومية الالكترونية يؤكد وبدعم مبدأ المساواة في تقديم الخدمة العمومية، لمواجهة التخلف الالكتروني، أي ضمان إمام الجميع بالمعرفة الالكترونية وكذا إحياء المرافق العامة، إذ أن الخدمة الالكترونية تستطيع التغلب على مشكلة الرشوة والوساطة.<sup>2</sup>

وأكد ميثاق الوظيفة العمومية بإفريقيا ضرورة احترام هذا المبدأ على غرار المبادئ الأخرى باعتباره من المبادئ العالمية، والذي تناول مضمونه على النحو التالي:

1- فرض مساواة المواطنين أمام القانون والأعباء العامة.

2- ضرورة التعامل مع الأشخاص المتواجدين في وضعيات مشابهة أمام الإدارة بنفس الطريقة دون تمييز.

3- يجب اتخاذ الإجراءات من طرف الإدارة بشكل مناسب لتحقيق هدف الصالح العام، دون المساس فيه بالمصالح الأخرى المتواجدة.<sup>3</sup>

### المبحث الثالث: أهداف الخدمة العمومية الالكترونية.

إن الخدمة العمومية الالكترونية تمثل تغييرا جوهريا في ثقافة تنفيذ الخدمات تلك والمعاملات الإدارية فالهدف الاستراتيجي للخدمة العمومية الالكترونية هو دعم الخدمات لجميع الأطراف المعنية كالمواطنين الحكومة، مؤسسات الأعمال، واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تساعد في ربط الأطراف معا. ومن هنا يمكن التمييز بين الأهداف المؤداة داخليا التي تسعى لتحقيق حاجات المجتمع وتوقعاته بطريقة مرضية عن طريق التفاعل والتعامل مع الخدمة الالكترونية المتاحة، وكذا الأهداف المؤداة خارجيا التي

<sup>1</sup> بوبكر بن عوالي، المرجع السابق، ص 29.

<sup>2</sup> فاطمة الزهراء، مومنين الخدمة العمومية الالكترونية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر علوم سياسية، تخصص تنظيم سياسي وإداري كلية الحقوق، 2013-2018، ص 11.

<sup>3</sup> سناء بولقواس المرجع السابق، ص 214

تركز على الأعمال الخارجية التي تتصف بالسرعة والسهولة والشفافية في إدارة الأنشطة الإدارية ومساهمتها في توفير تكلفة الأعمال وتقديم الخدمات بطريقة جوهرية.<sup>1</sup> هناك العديد من أهداف الخدمة العمومية الالكترونية تتمثل فيما يلي:

- تعمل على توطيد العلاقة بين الإدارة والمتعاملين معها والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطوير الإدارة.

- تضمن استمرارية تقديم الخدمات الالكترونية والحرص على تركيز اعتماد المصادقة الالكترونية.

- كسب ثقة المستعملين وحث وتشجيع المواطنين على الخدمات الالكترونية.

- توفير الرقمنة وملحقاتها عبر كافة المؤسسات لتقديم الخدمات الالكترونية بصفة

عصرية.<sup>2</sup>

- تحسين أداء الخدمة باستخدام أساليب وتقنيات الكترونية تسهم بالكفاءة والفعالية.

تخفيض الأعباء على المواطنين وتخفيض الجهد المطلوب لإنهاء المعاملات.

- تبسيط واختصار وإتقان الإجراءات الإدارية.

- تخفيض حدة جهاز البيروقراطية وتعقيده من أجل ارتباط أكبر بين المستويات الإدارية للمؤسسة

الواحدة والذي من شأنها تقديم خدمات أفضل.<sup>3</sup>

### 2.3. مراحل التحول في الخدمة العمومية الالكترونية:

إن تقديم الخدمات العام الكترونيا لا يمكن تنفيذه دفعة واحدة، بل يتطلب وجود مراحل من أجل تحقيق

الأهداف المرجوة منه. من بين هذه المراحل نجد:

#### 1-مرحلة الوجود:

تنشأ المنظمة الإدارية في المرحلة الأولى موقع على الشبكة العنكبوتية لتزويد المواطنين ورجال الأعمال

بالمعلومات التي يحتاجونها، كما يمكن لمستعملي المرافق العامة الحصول على النماذج أو الاستمارات

<sup>1</sup> فاطمة الزهراء مومنين، المرجع السابق، ص 12

<sup>2</sup> أسامة السيد محمود وآخرون، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية 2010، ص 36

<sup>3</sup> فاطمة الزهراء مومنين المرجع السابق، ص 12-13

الإدارية من شبكة الأنترنت وتنزيلها في حاسوب، ثم سحب الاستمارة وإعادة إرسالها لإدارة المعينة بالبريد العادي.<sup>1</sup>

### 2- مرحلة التفاعل:

يتم في هذه المرحلة التفاعل بين الإدارة العامة والمستفيد من الخدمة، حيث تمكنهم من الدخول إلى المعلومات الضرورية على الأنترنت بالإضافة إلى عناوين البريد الإلكتروني وباستخدام محركات البحث على شبكة المعلومات العالمية، واستلام الاستمارات والمستندات المطلوبة.

### 3- مرحلة التنفيذ:

شهدت هذه المرحلة تزييدا كبيرا من خلال التفاعل مع البرامج والأنظمة التي تتعرف على طالب الخدمة ومدى إمكانية إنجاز الخدمة له، ثم توافق الاستمارة الإلكترونية مع مسارات العمل والوثائق اللازمة لإنجاز المعاملة، وتتم هذه العملية دون الحاجة إلى الزيادة أو الذهاب إلى المؤسسة المعنية.<sup>2</sup>

### 4- مرحلة التكامل:

تتميز هذه المرحلة بالتحول إلى لا مادية الإجراءات إذ يستطيع مستعمل المرفق العام إعطاء المعلومات المرتبطة بطلباته من خلال الاستمارة الموجودة على شبكة الأنترنت، ويتلقى من الإدارة رسالة لمتابعة حالة ملفه من خلال الشبكة، لذا يجب على الإدارة المعنية النظر في طلباته ومعالجتها آليا. ومنه فإن خدمات الإدارة الإلكترونية تبدأ بنشر المعلومات على الموقع، ثم التفاعل المتبادل بين الإدارة وبين متلقي الخدمة وإيجاد موقع موحد شخصي للمستخدم ويتناسب مع احتياجاته.<sup>3</sup>

المبحث الرابع: أساليب وتقنيات تقديم الخدمة العمومية الإلكترونية.

### 1- أسلوب الدفع الإلكتروني:

إن اتساع التكنولوجيات الحديثة سمح بخلق خدمة الدفع الإلكتروني التي تتماشى مع خصوصية الخدمات الإلكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لتسهيل معاملات الخدمة، حيث اتجهت خدمة الدفع الإلكتروني على أنه مجموعة من الوسائل والتقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وأمن بصفة تلقى

<sup>1</sup> حمدي قبيلات، قانون الإدارة العامة الإلكترونية، القاهرة، دار للنشر والتوزيع، 2014، ص 34

<sup>2</sup> علاء عبد الرزاق، محمد حسين السالمي، الإدارة الإلكترونية، عمان، دار وائل للنشر، 2006، ص 86

<sup>3</sup> محمد الشايب الحكومة الإلكترونية كآلية لتوطيد التحكم الجيد (دراسة في تطبيقات العالم المتقدم والنامي)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص التنظيمات السياسية والإدارية كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008/2009م، ص 78.

## الفصل الثاني ..... مورفولوجيا الخدمة العمومية

العلاقة المباشرة بين المدين والدائن<sup>1</sup> ، كذلك يقصد به على أنه مجموعة من الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع.<sup>2</sup> كما يعرف نظام الدفع الالكتروني بأنه العملة التي تتبادل بصفة الكترونية، إذ يساهم في تسهيل عملية تسديد رسوم الخدمات الالكترونية أو المنتجات عن طريق الأنترنت أو وسائل آمنة ومضمونة.<sup>3</sup> وأيضا عرفه القانون الجزائري من خلال الأمر -03-11 المتعلق بالنقد والقرض ومن خلال المادة 69 والتي تنص على أن وسائل الدفع الالكتروني هي كل الأدوات التي تمكن الشخص من تحويل الأموال مهما كانت قيمة الأسلوب التقني المستعمل.

وعليه فإن خدمة الدفع الالكتروني ظهرت كنتيجة حتمية للتطورات التقنية خليفة لخدمة الدفع التقليدية خاصة في مجالات الحاسب الآلي وثورة المعلومات، حيث تتجلى أهمية هذه الخدمة فيما يلي:

- أنها تعتبر وسائل دفع ملائمة للتطور التكنولوجي والعلمي.
- تعمل على إتمام ومعالجة الصفقات والمعاملات بشكل سريع عبر الأنترنت.
- تعود بالمنفعة للفرد المتعامل بها في ربح الوقت والجهد وانخفاض التكلفة.
- ومنه فنجاح وتطوير الأعمال والمعاملات الإدارية الالكترونية في تطبيقها واستخدام العديد من وسائل الدفع الالكتروني<sup>4</sup> والتي تتمثل فيما يلي:

### أ - النقود الرقمية أو الالكترونية:

هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل، حيث تمكنه من القيام بعمليات الشراء أو البيع أو التحويل.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> إيمان حمودة، حنان سفني، إسهامات الخدمة الالكترونية في تقريب الإدارة من الزبون، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر،

تخصص الاتصال والعلاقات العامة كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 45 قالمة 2018/2019، ص 58

<sup>2</sup> رقية ،منصوري الخدمات المصرفية الالكترونية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013/2014، ص45

<sup>3</sup> بسمة منوار تطبيقات الإدارة الالكترونية في الغدارات العمومية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة ألكلي محند أولحاج البويرة، 2017/2018، ص 55

<sup>4</sup> فاطمة الزهراء مومنين المرجع السابق، ص 58.

<sup>5</sup> رقية منصوري، المرجع السابق، ص 65.

## الفصل الثاني ..... مورفولوجيا الخدمة العمومية

تعرف شركة إيرنست آنديونغ النقود الالكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، وفي الواقع فإننا نستطيع أن نعرف النقود الالكترونية بأنها قيمة نقدية مخزنة على وسيلة تقنية الكترونية، تستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما لمعهدين تحظى بقبول واسع من غير ما قام بإصدارها دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة.<sup>1</sup>

### ب- أوامر الدفع المصرفية:

تأسست خدمات المقاصة الالكترونية عام 1960 ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع<sup>2</sup>، فهو نظام الكتروني للمقاصة ينطوي على عنصر اليقين، حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء أو تأخير وبنفس قيمة اليوم، فهذه أوامر الدفع تستخدم لشخص معين، وذلك بناء على طلب العميل التي كانت تتهم يدويا أما الآن أصبحت تستخدم إلكترونيا.<sup>3</sup>

### ج- الهاتف المصرفي:

مع تطوير الخدمات المصرفية على المستوى العالمي أنشأت البنوك خدمة الهاتف المصرفي " لتفادي طوابير العملاء الذين لهم الاستفسار عن حساباتهم أو بعض الخدمات الأخرى.<sup>4</sup> ويتم تأديتها لمدة 24 ساعة طوال العام وبدون إجازات، فيمكن للعميل برقم سري خاص سحب مبالغ من حسابه وتحويلها لدفع بغض الالتزامات مثل فواتير الغاز والكهرباء..... الخ. وكذلك الحصول على قروض فتح اعتمادات مستندية حين يوجد اتصال مباشر بين الكمبيوتر الخاص بالعميل وكمبيوتر البنك.

5

<sup>1</sup> مصطفى كافي، النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع 2011، ص19

<sup>2</sup> محمد الفاتح محمود المغربي التجارة الالكترونية، مذكر لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة- 2008-2009، ص 88

<sup>3</sup> فاطمة الزهراء مومنين، المرجع السابق، ص 14

<sup>4</sup> عمار لوصيف وسائل الدفع الالكترونية، مذكر لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة 2008-2009، ص 88

<sup>5</sup> رقية منصور، المرجع السابق، ص 75.

وبفضل التطور الحاصل للبنك بدأ يختفي المفهوم التقليدي للبنك الثابت ونشوب البنك المحمول أو الهاتف المصرفي الذي هو عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة التليفون، أو عبارة عن عنوان الكتروني موجود على شبكة الأنترنت العالمية.<sup>1</sup>

### هـ - البنوك الالكترونية:

لقد شهدت الساحة المصرفية خلال العشرية الأخيرة توسعا كبيرا في التكنولوجيا البنكية، من أبرز مظاهرها انتشار البنوك الإلكترونية التي تعد اتجاها حديثا مختلف عن البنوك التقليدية، فيقصد بالبنوك الإلكترونية منافذ الكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف.

فيستطيع العميل الحصول على الخدمات المطلوبة ببسر وسهولة وبتكلفة أقل مقارنة مع البنوك التقليدية.<sup>2</sup>

وهناك تعريفات أخرى للبنك الإلكتروني على بعض التعريفات المختلفة منها:

1- هي وسيلة الكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الأنترنت وهي بذلك تمكنهم من الوصول لحساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى التنقل بين فروع البنك.

2- هي تلك البنوك والمؤسسات المالية المستندة على الركائز الالكترونية من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان وأقل تكلفة وأسرع وقت وأقل جهد للعملاء.<sup>3</sup>

وكتعريف شامل فالبنك الإلكتروني هو إجراء العمليات بشكل الكتروني وقيام العميل بإدارة وإنجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنت سواء كان في المنزل وفي أي مكان ووقت يرغبه ويعبر عنها بالخدمة المالية عن بعد.<sup>4</sup>

### 2- التوقيع الإلكتروني:

<sup>1</sup> عمار لوصيف، المرجع السابق، ص 110.

<sup>2</sup> عماد أحمد أبو شنب الخدمات الالكترونية، الأردن، دار الكتاب الثقافي، جامعة اليرموك، 2012، ص 116

<sup>3</sup> رقية منصور، المرجع السابق، ص 215.

<sup>4</sup> محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2016، ص 90.

هو ذلك التوقيع الناتج عن إتباع إجراءات محددة تؤدي في النهاية إلى نتيجة معروفة مقدما، وهو البديل الحديث للتوقيع بمفهومه التقليدي، الذي أثار قلق العديد من الناس، لذا لجأت بعض المؤسسات إلى استخدام تكنولوجيا التوقيع الإلكتروني، حتى يتم رفع مستوى الامن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين على شبكة الأنترنت، حيث أنه ينقل هذه التكنولوجيا ويمكن له الحفاظ على سرية المعلومات، وكذا تحديد هوية المرسل والمستقبل الكترونيا.

وعليه فالتوقيع الإلكتروني هو عبارة عن شهادة رقمية تحتوي على بصمة الكترونية توضع على الوثيقة وتؤكد منشأها، وهوية من وقع عليها.

وأيا عرفه قانون التجارة الإلكترونية المصري بأنه حروف أو أرقام أو رموز، أو إشارات لها طابع منفرد تسمح بتحديد الشخص صاحب التوقيع وتمييزه عن غيره.<sup>1</sup>

### 3- أسلوب البوابات:

هي مواقع تستخدم نظام أو عدة نظم الإدارة كمية كبيرة من المحتويات، فتصبح أشبه ما تكون بوابة تخيلية لتلك التي تقدمها مباشرة من بيئة أو مكتبة، كما أنها تعد نقطة دخول أو موقع بداية الجزئية من الويب، وتجمع مجيزا من الخدمات والمحتويات كالبريد الإلكتروني، الدردشة والمواقع الإخبارية وهي تقدم روابط لوظائف موجودة في مواقع مختلفة<sup>2</sup>

فمن بين خصائص البوابات قد لخصها philipp elefve في 03 نقاط

1 نقطة وصول موحدة لموارد المعلومات المتعددة.

2 - تنظيم المعلومات المتاحة وقت نظام تصنيف ملائم للاحتياجات البحثية.

3- مراقبة مركزية لعمليات الوصول إلى المعلومات.<sup>3</sup>

### 4- أسلوب النماذج الإلكترونية:

مجموعة نماذج الكترونية تفاعلية متاحة عبر الأنترنت لتسمح بإدخال البيانات من طرف المواطنين، ثم إرسالها الطرف الثاني "المؤسسة"، لتدخل في نظام يقوم بمعالجتها الكترونيا، فيمكن تطبيق مفهوم النماذج

<sup>1</sup> إيمان حمودة، المرجع السابق، ص 53.

<sup>2</sup> فانت سعيد يا مفلح أساسيات نظم استرجاع المعلومات الإلكترونية، مكتبة الفلك فهد الإلكترونية، الرياض، 2006، ص

<sup>3</sup> إيمان حمودة، المرجع السابق، ص 53.

الالكترونية على العمليات النمطية بين جهات الإدارات سواء على شكلها نماذج مطبوعة تقرأ آليا أو ملفات الكترونية ترسل بشكل آمن وتقرأ آليا.<sup>1</sup>

### 5- نظم المعلومات الإدارية:

يقصد بها النظم التي صممت لأداء وظيفة أو وظائف محددة، وعادة تتمثل في الأعمال الروتينية والتي تقوم بها مختلف الإدارات أو دائرة حكومية ما، مثل: نظم المحاسبة، ونظم لشؤون الموظفين، الاتصالات الإدارية للصادر والوارد.<sup>2</sup>

خلال السنوات الأخيرة ظهر ما يعرف بالنظم المتكاملة التي تحتوي على عدة نظم فرعية تكون متكاملة فيما بينها وفي النهاية تجتمع لتكون نطاقا شاملا لجميع الوظائف الإدارية - إلا أن هناك بعض الإدارات لا تجد (نظام) فيها النظم المتكاملة لتلبية احتياجاتها كما تريد، وبالتالي تلجأ إلى نظام خاص بها، فيتوجب على الإدارة أن تراعي المعايير القياسية قدر الإمكان حتى يتحقق التكامل مع التقنيات الأخرى، مثل: الأنترنت، بشرط أن تكون تلك النظم سواء كانت الجاهزة أو المطورة محليا يجب أن تكون سهلة الاستخدام وانسياب العمل فيها منطقيا.<sup>3</sup>

### 6- نظم إدارة المحتويات:

هي برامج تتركب في مواقع الأنترنت لتسهل عملية إدارة المعلومات إضافة إلى القوالب الجاهزة، وذلك لإنتاج صفحات الويب الديناميكية تشكل في النهاية موقفا متكاملًا. وعليه يمكن إضافة المحتويات إلى المواقع بسرعة وبواسطة أشخاص لديهم خلفية عن تقنيات الويب، وتخرج تلك المحتويات في شكل متناسق واحترافي.<sup>4</sup>

### 7- تقنيات الأرشفة الالكترونية

يعني بها كل ما يستخدمه الإنسان في معالجة المعلومات من أدوات والجهزة والمعدات العلمية في مجالات الحياة المختلفة، وتشمل المعالجة والتسجيل والاستنساخ والبت والتنظيم والاختزان والاسترجاع،

<sup>1</sup> أحمد محمد الحسن العوض الإدارة الالكترونية، المفاهيم السمات، العناصر، المؤتمر العالمي الأول للإدارة الالكترونية، طرابلس، 2010، ص 88.

<sup>2</sup> فاطمة الزهرة مومنين، المرجع السابق، ص 53

<sup>3</sup> إيمان حمودة، المرجع السابق، ص 53

<sup>4</sup> أحمد محمد الحسن العوض المرجع السابق، ص 90.

وعند ظهور الأرشفة الالكترونية في عصر المعلوماتية كتطبيق معلوماتي جديد يقوم على أساس تخزين الملفات والمستندات عن طريق التقنيات الحديثة والماسح الضوئي.<sup>1</sup> فهذه التقنية تستخدم الماسحات الضوئية لتحويل الوثائق الورقية إلى شكل رقمي يمكن تخزينه وتبادله عبر الشبكات المحلية أو الانترنت، ويستخدم لهذا الغرض ماسحات سريعة جدا تعادل سرعة تصوير المستندات تقريبا، وتكون مرتبطة بنظام الأرشفة الالكترونية يقوم بتخزينها وفهرستها بطريقة تمكن من استرجاعها عند الحاجة إليها.<sup>2</sup>

### 8-محركات البحث:

لقد أصبحت في الوقت الحالي محركات البحث أكثر الأدوات البحثية استخداما على شبكة الانترنت لأغراض استرجاع المعلومات فهي عبارة عن برمجيات مصممة لتزويد مستخدمي الانترنت بقائمة من مواقع الويب التي تتوافق مع استفساراتهم حول المواضيع البحثية.<sup>3</sup> كما أنها تمثل أداة بحث لا تعتمد على البشر في عمليات تجميع المصادر تم ترتيبها وتكثيفها، وإنما تقوم على مجموعة برامج آلية تتولى هذه المهام<sup>4</sup> وتعد محركات البحث من نماذج نظم الاسترجاع الحرة التي تعتمد على الكلمات المفتاحية للدلالة على موضوع البحث كما يمكن لها أن تشمل جميع النصوص والخدمات التي يحتويها الموقع مما يوسع نطاق البحث ويزيد من كفاءة الاسترجاع.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> محمد محبوب، واقع الأرشفة الالكترونية في شركة زين للاتصالات، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر كلية الآداب جامعة الخرطوم، 2005، ص 14.

<sup>2</sup> أحمد محمد الحسن العوض المرجع السابق، ص 88-90

<sup>3</sup> فائزة أحمد دسوقي، سياسات الخصوصية في محركات البحث، مجلة دراسات المعلومات، العدد 05، مصر، 2009، ص 50

<sup>4</sup> ناريمان - اسماعيل متولي، الانترنت والأطر البحثية في استرجاع المعلومات، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، العدد 21، مصر، 2004، ص 65

<sup>5</sup> فائزة أحمد دسوقي، المرجع السابق، ص 54.

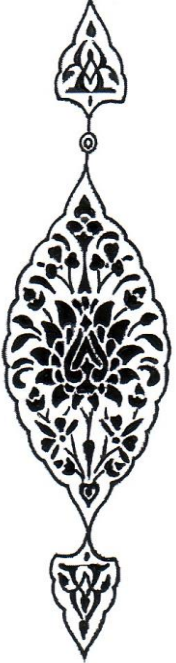
### خلاصة :

وجدنا في هذا الفصل أن الخدمة العمومية تتميز بمجموعة من الخصائص والمعايير التي تسمى المؤسسات العمومية من خلالها إلى تحقيق التطور في المجتمعات وزيادة الطلب على الخدمات العامة بجميع أنواعها، التي تقدم وفق أسس ومبادئ تنفرد بها عن غيرها إذ يخضع تقديم الخدمة العمومية للاستمرارية المساواة والملائمة والمجانبة.

# الفصل الثالث

## الفصل الثالث :العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات العمومية

- المبحث الاول : العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الحكومية.
- المبحث الثاني: أهمية ودور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
- المبحث الثالث: أهداف مبادئ العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.
- المبحث الرابع: واقع العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الجزائرية
- المبحث الخامس: :توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة كمنفذ جديد لتحقيق الخدمة العمومية.
- المبحث السادس: تحديات العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية من خلال الخدمات العمومية.



**تمهيد:**

تعتبر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ذات أهمية في تطويرها سعت الى ايجاد دلالة لها في الفضاء الإلكتروني من خلال توظيف العلاقات العامة المواقع التواصل الاجتماعي بما يضمن التفاعل مع الجمهور وديمومة الاستمرار والارتقاء بالخدمات المقدمة الى الجمهور من قبل تلك المؤسسات.

### المبحث الأول: العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات لا تختلف عن العلاقات العامة للأفراد، وإنما تختلف فقط من حيث ضخامة المشروعات وعدد عمالها ومستخدميها وكثرة المتعاملين معها، لذلك نجد المؤسسة تغني بعدد من العمال والمستخدمين فإن لم ترعى المؤسسة شؤون العمال والمستخدمين وتسهر على راحتهم وتعمل على تثقيفهم ورفع مستواهم واحترام شخصياتهم وفتح طريق التدريب والتأهيل أمامهم فإن العلاقات الداخلية تصبح مزعجة كثيرة الاضطرابات ويقل الإنتاج وقد تواجه المؤسسات أخطار كبيرة لذلك نجد مشكلة التفاهم والاتصال بين الأفراد بخلاف المؤسسات الكبرى أو الهيئات فإن عملية التفاهم والاتصال تكون عسيرة وأشد تعقيدا فلا يمكن لمدير المؤسسة أن يتصل بمئات المستخدمين والعمال ويتفاهم معهم، اختلاف ثقافتهم ومشاريعهم من أجل حل مشكلة معينة، بل يدخل هذا في صميم عمل العلاقات العامة في المؤسسة وذلك بالاستعانة بوسائل الاتصال والنشر المختلفة كالخطابات والنشرات والملصقات والأفلام والندوات والمؤتمرات وغيرها.

فالعلاقات العامة الغرض منها التنظيم وتجنب الاسراف ومحاولة الوصول إلى الهدف بأقصر طريق ممكن وبأقل النفقات دون اخلال المبادئ الأساسية والقيم الأخلاقية، كما بهدف التنظيم روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في ميدان العلاقات في المؤسسات، يرى ابراهيم أمام أن واجبات العلاقات العامة تكمن في الآتي<sup>1</sup>: " دراسة الرأي العام وتحليله وتقديم تقارير دقيقة عنه للإدارة سواء كانت شركة أو هيئة أو منظمة أو جامعة، وعلى هذا الأساس ترسم الإدارة وسياستها وتعدل خطتها في العمل.

وتفسر العلاقات العامة اتجاهات الرأي للإدارة كما تقوم بتفسير أعمال المؤسسة للجماهير وصولا إلى التفاهم والتفاهم بين مؤسسات المجتمع والأفراد.

كذلك نجد الاتصال الذي تقوم به العلاقات العامة في أي مؤسسة يتأثر بالأنشطة الأخرى، لذلك لا بد أن تكون ادره العلاقات العامة على اتصال دائم وتنسيق مع الإدارة العليا للمؤسسة وأن أي مؤسسة ترغب في الاستفادة القصوى من نشاط العلاقات العامة عليه أن تجعل موقع العلاقات العامة قريبا جدا من الإدارة

<sup>1</sup> شاذلي عوض عبد الفضيل أحمد، فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاتصال والعلاقات العامة والإعلان، قسم علاقات عامة، كلية الدراسات العليا جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2013/2015، ص 74.

العليا في الهيكل التنظيمي لها، ذلك من أجل اتاحة المجال لمسؤول العلاقات العامة للمشاركة الفعلية في اتخاذ القرارات العامة في المؤسسة ورسم السياسات العامة لها التي تعكس فلسفة المؤسسة ومسئولياتها الاجتماعية تجاه الجماهير المختلفة من أجل تقديم خدمة جيدة وعلى أحسن وجه ويتم ذلك عادة برفع مستوى إدارة العلاقات العامة إلى مستوى الإدارة العليا مثل أن يشغل مدير العلاقات العامة حلقة وهل بين المدير العام وباقي فروع المؤسسة حتى يتم تحقيق التنافس بين إدارات المؤسسة الأخرى.

ولكن هناك اتجاه يجعل من إدارة العلاقات العامة مسواً لبعض الإدارات الأخرى السياسات لذلك من أجل تسهيل مهمة النفاهم مع تلك الإدارات في رسم الخطط ووضع التحقيق الأهداف المنشودة، لذلك نجد إدارة العلاقات العامة من خلال وجوها في الموقعين السابقين<sup>1</sup>

تستطيع أن تؤدي أفضل الضمانات للمؤسسة التي تكون فيها، لأن وظيفة العلاقات العامة مهمة وذات أثر كبير على المؤسسة.

ولكن للأسف نجد بعض المؤسسات لا تعطى إدارة العلاقات العامة الأهمية المطلوبة فقد تجدها أحيانا تحت اشراف مدير الإعلان وأحيانا مدير المبيعات وأحيانا يتبع لمدير المالية وهذا التباين لا يقدم نتائج مرضية.

إن معرفة وتحديد جماهير المؤسسة يعتبر شريان أو مركز المؤسسة نفسها حيث تحدد السمعة الرئيسية لعلاقات المؤسسة وجماهيرها فصادفوا سياسات المؤسسة ينبغي أن يكون موضوع الاهتمام الأول ونجد هنالك مديرين الأقل مستوى والمشرفين والعاملين والمستهلكين والمستثمرين.

ومن هذه الفئات يتحرك الاهتمام من خلال جهة عريضة من الفئات الخاصة إطار الجهود القائم ويتمثل هذه النقابات اتحادات الصناعات الجماعات السياسية التنظيمات النائبة للمعلمين الشباب... الخ

لذلك نجد استخدام البحوث العلمية في تحديد أفضل الطرق للوصول إلى الفئات الجماهيرية بعد تحديدها ويتطلب هذا تحديد قنوات التأثير والاتصال ويعتبر التحديد الدقيق ضروريا حتى يمكن تصميم الرسالة بشكل دقيق يحقق كسب اهتمام الجمهور الموجه إليه وكلما زادت درجة العناية بتحديد الفئات الجماهيرية المختلفة كلما أمكن اكتشاف طرق أكثر للوصول إليها والتأثير فيها لذلك يمكن تصنيف العلاقات العامة في المؤسسات إلى نوعين من أنواع الجماهير هما<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> شاذلي عوض عبد الفضيل أحمد، المرجع السابق، ص 75.

<sup>2</sup> شاذلي عوض عبد الفضيل أحمد، المرجع السابق، ص 76.

### أولاً: الجمهور الداخلي:

يقصد بالجمهور الداخلي جمهور موظفي كافة المؤسسات العامة والشركات العامة والإدارة المحلية وتسمى إدارة العلاقات العامة في المؤسسات إلى إقامة علاقات جيدة مع الموظفين العاملين وتحقق عدة أهداف منها ما يلي:

- الحصول على ثقة الموظف وضمان تأييده لسياسة المؤسسة.
- رفع الروح المعنوية للموظف العام.
- اجتذاب أكفاء الأفراد لشغل الوظائف العامة.

### ثانياً: الجمهور الخارجي: ينقسم إلى نوعين رئيسيين هما:

**الجمهور المحلي:** ويتمثل في الجمهور الذي يكون موقعه داخل الدولة كالمراجعين من الأفراد والمؤسسات وكذلك الدوائر الحكومية الأخرى بالإضافة إلى وسائل الاعلام ويجب أن يكون التعامل مع هذه الجماهير يعتمد على الصدق وابرز الحقائق لأن ذلك هو الطريق الأفضل لكسب ثقتهم وبقاء العلاقات جيدة معهم ويعتبر جمهور العملاء جمهور الموردين أيضاً من الجمهور الخارجي المحلي خاصة في المؤسسات الاجتماعية حيث أن كثير من المؤسسات تبيع السلع والخدمات إلى أفراد المجتمع وتشتري من الموردين الذين هم أعضاء في المجتمع لذلك نجد العلاقات العامة مع الجمهور المحلي لها جانبين أساسيين هما:

**1- الجانب الأول:** يعتمد على قياس الرأي العام والتعرف على اتجاهات نحو الأجهزة والمؤسسات الحكومية وكذلك إعلام المسؤولين بنتائج هذا القياس لتسهيل اتخاذ الاجراءات الضرورية ولا سيما تكثيف برامج العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية بهدف المحافظة على اتجاهات ايجابية لدى الجماهير<sup>1</sup>

### تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمة العامة:

تعتبر ثورة المعلومات والاتصال التي يشهدها العالم حلقة جديدة ضمن اساليب التطوير الإداري الحديث، وهذا ما خلف رغبة في احداث تغييرات جذرية على أسلوب وعمل المؤسسات، كما أن اتقان هذه التقنيات الجديدة أصبحت تعتبر مميزة تنافسية وهذا كله بغية زيادة العطاء الذي تقدمه في صالح الخدمة العمومية وتحسين أنشطة المؤسسة التي تضطلع بالأنشطة والمهام الخدمية.

أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على فعالية منظمات الخدمة العمومية:

لقد أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة من وسائل الاتصالات وشبكات الالكترونية

<sup>1</sup> شاذلي عوض عبد الفضيل أحمد، المرجع السابق، ص 77.

في مجال الخدمات العامة، يحقق مزايا عديدة اذ تحقق درجة عالية من الراحة والملائمة مقارنة بتسليم الخدمة وجها لوجه Contact Face to face أو الاتصال المباشر، مع تسجيل السرعة في انجاز المهام وأداء الخدمات والحصول عليها أو طلبها، والسهر على اشباع رغبة المواطن، كما تؤدي إلى محدودية، وقلّة نسبة الأخطاء ه في أداء وتسليم الخدمة، الدقة المتناهية في تميز الأنشطة الإلكترونية، توفير اختصار للوقت لصالح طالبي الخدمة، بشكل ينهي مشاكل التعقيد الإداري والمرض البيروقراطي، من خلال توفير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قاعدة متكاملة من أدوات<sup>1</sup>، المعالجة والتي يمكن نشرها المعالجة مشكلات التنمية التقليدية بطرق ابتكارية.

إن التوجه للخدمات العامة الإلكترونية وجعلها بالقرب من المواطن والزبائن والشركاء سيمكن الإدارة الإلكترونية للحكم من تسهيل توصيل الخدمات بشكل أفضل للمستخدم، وإقامة روابط اقتصادية محسنة مع المشروعات التجارية وكذلك توفير إدارة أكثر كفاءة والتزاما للمشروعات الحكومية.

ومن الأمثلة التي احدثت نجاحا في هذا المجال بالنطاقات الأقل نموا في مجال التكنولوجيا، تجد دولة الهند أين تتواجد الأكشاك المقامة في وسط التجمعات، حيث توزع بالكمبيوتر المعلومات الأساسية وعمليات التوثيق والاستثمارات التي يجتاحها المواطنون الريفية، وبهذا العمل على توفير وقت للمواطنين، وأموالهم، كما تعمل على توسيع نطاق تقديم الخدمات على المستوى المحلي فلا يمكن إغفال الدور الريادي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق تطوير نوعي على مستوى مؤسسات الخدمة العمومية<sup>2</sup>

#### المبحث الثاني: أهمية ودور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

تمثل العلاقات العامة جانبا هاما من جوانب الادارة سواء في مؤسسات الأعمال والمؤسسات الحكومية فهي لا تخرج من كونها نشاطا يسعى لكسب ثقة وتأييد الجماهير المختلفة لأهداف وسياسات وانجازات المؤسسة وخلق جو من الألفة والتعاون ما بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة الداخلية والخارجية، وهذا كله يعتمد على وجود سياسات سليمة وإعلام صادق على نطاق واسع في ذلك لا تختلف مسؤوليات العلاقات العامة وجمهورها في المؤسسات الحكومية عنها في المؤسسات والمشروعات الصناعية

<sup>1</sup> هيبه ذهبية الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، دراسة حالة بلدية خنشلة، إدارة الجماعات المحلية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945م، قائمة، 2015/2016، ص64

<sup>2</sup> حمبية ذهبية، المرجع السابق، ص 65

والتجارية، فهي كلها تهدف في النهاية إلى خلق جو من الثقة والاحترام والفهم المتبادل ما بين المؤسسة وبين الجمهور الداخلي والخارجي<sup>1</sup>

العلاقات العامة في مجال المؤسسات الحكومية لها أهمية بارزة حيث تمارس الحكومة أعباء ضخمة ومسؤوليات عديدة تجاه أفراد المجتمع، وهذا ما أدى إلى توسع حجم الجهاز الحكومي ومن هنا كانت أهمية العلاقات الطيبة بين المؤسسة وجمهورها بما يكفل دعم ثقة الجمهور فيها عن طريق اطلاعه على الحقائق والمعلومات سواء عن أهداف المؤسسة وسياساتها وبرامجها وخططها وانجازها وكذلك اقناع الجمهور بأهمية الجهود التي تبذلها المؤسسة لخدمة المواطنين والدور الهام الذي يقوم به الموظفين العاملون في هذا المجال ويجب اعلام الجمهور بصراحة بالمشكلات التي تواجهها المؤسسة في نهوضها برسالتها وشرح ما يصدر من تشريعات وقوانين وقرارات وزيادة وعي الجمهور في المجال المالي والاقتصادي من خلال تبسيط المعلومات المالية والاقتصادية<sup>2</sup>

وتشجيع الجمهور على الاهتمام بأمور الإدارة العامة وتتبع أعمالها والوقوف على تقديمها وحشد الدعم والمساءلة للتصرفات والسياسات الحكومية من أجل جعل الجمهور يدرك ويفهم هذه التصرفات والسياسات.

كما يدخل في مجال العلاقات العامة في الحكومة اعلام الجمهور بحقيقة الموقف الداخلي للحكومة ووجهات نظرها للأحداث المحلية والعالمية وكذلك يدخل في مجال العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية النشاط الذي تقوم به الإدارة لوضع توجيه سياساتها بما يتفق مع مصالح الجمهور باعتبار أن الرأي العام له تأثير قوي على الحكومة لكونه يساهم في رسم السياسة العامة للدولة والقوانين والتشريعات تصدر وفقا لآراء جماهير الشعب بل لأن الحكومات تستمد سلطتها الحقيقية من الرأي العام ولهذا تبدو أهمية الوقوف على آراء الجماهير ووجهات نظرها لأخذها في الحسبان عند اصدارات التشريعات والقوانين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> شاذلي عوض عبد الفضيل أحمد فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال، تخصص علاقات عامة واعلام كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2013، 2015، ص 85.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 85.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 86.

تشغل إدارة العلاقات العامة مكانا مميزا في الهيكل التنظيمي للمؤسسات الحكومية وتختلف أهمية هذه الإدارة من مؤسسة عامة إلى أخرى تبعا لأهداف الجهة الحكومية وعلاقتها بالجمهور، وشكل الخدمات التي توفرها وما تهيئه المؤسسة لهذه الإدارة من كوادرات بشرية وقدرات مادية وصلاحيات. فالوزارات التي تقدم الخدمات إلى قطاعاتها تحرص على إيضاح رسالتها ونوعية الخدمات التي توفرها، كما أنها تتجاوب مع احتياجات الجمهور في إطار ما يسمع به القانون وما تيسره الإمكانيات، كما أنها تحرص تقديم الخدمة بأجود صورها في حدود التحديث والتطوير لمواكبة المستجدات والمتغيرات التي تستحضر الدقة والسرعة في الأداء. كما لا ينحصر اهتمام العلاقات العامة على توثيق العلاقة الفئات المستهدفة أو مع المتعاملة خارج إطار الجهة الحكومية، بل لها اهتمام بالعلاقات داخل هيكل المؤسسة وأفرادها، لخلق حالة من الانسجام والتنسيق والتكامل بين أجهزة المؤسسة لتحقيق أهداف المؤسسة ورسالتها<sup>1</sup>

إن مساندة تأييد الرأي العام لسياسات المؤسسة عامل قوي في نجاحها وتحقيق أهدافها وهنا يبدو أهمية توفير اتصال ذو اتجاهين بين المؤسسة وجمهورها هذا بدوره يساعد المؤسسة على التصرف بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام وهناك وسائل عديدة لاتصال المؤسسة الحكومية بجمهورها ومنها الاستقصاءات أو الاستبيانات للوقوف على آراء ورغبات الجماهير بشأن مسائل معينة وكذلك المطبوعات والمنشورات والنشرات الإعلامية في الصحف والمجالات والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الاعلام وجلسات الاستماع hearing sessions واتباع سياسة الباب opendoorpolicy وكفالة من الجمهور في تقديم الشكاوي والتظلمات إلى المسؤولين بالجهاز الحكومي وغير ذلك من أساليب ويؤكد ما سبق أهمية اعداد بحوث الرأي العام وتخطيط برامج العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والتي بدونها تكون اتصالات المؤسسة الحكومية غير واقعية حيث لن تعرف المؤسسة ما يرغب الجمهور في معرفته من معلومات وحقائق فضلا عن الوقوف على آراءه ومقترحاته وردة فعله لسياسات وقرارات وانجازات المؤسسة الحكومية وبديهي أنه في ظل هذه الظروف لن تحقق الاتصالات من طرف واحد أهدافها ولنا أن نتصور كيف

<sup>1</sup> أحمد يوسف عبد اللطيف بوهزاع، دور العلاقات العامة في الارتقاء دوافع الادارات العامة في وزارة الداخلية من خلال تطبيق الحكومة الإلكترونية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام والعلاقات العامة قسم اعلام وعلاقات عامة، جامعة الآداب والعلوم الجامعة الأهلية ألتماهة 2017، د.ص.

سيكون الوضع في مؤسسة عامة تتفق عن أية نتائج أي عن رد فعل الجماهير لإنجازاتها ولسياستها و لقراراتها اضافة إلى الأثر<sup>1</sup>

النفسي السيء الذي سيحل لدى الجماهير والتي ستشعر بأن آراءها ومقترحاتها ليست محل اهتمام ليس هناك من يبحث عنها ويهتم بها وأمر قد يدفع الجماهير لتكون أكثر انتقادا لسياسات وأوضاع وانجازات يدفع الجماهير لتكون أكثر انتقادا لسياسات وأوضاع وانجازات المؤسسة الحكومية وبالتالي عدم الثقة فيما بين المؤسسة والجمهورية إنه من الأهمية بمكان الاهتمام بتخطيط برامج العلاقات العامة في الجهاز الحكومي وتوفير المعلومات والحقائق التي تركز عليها خطط وبرامج العلاقات العامة والالتزام بالتخطيط كجزء هام وضروري لأي برنامج إعلامي ناجح أن التفاهم المتبادل هو جوهر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية أيضا هو بمثابة مجهودات أو محاولات معتمدة لخلق وتنمية نوع من الصلات جمهور

تساهم في دعم الفهم والاحترام والود المتبادل ما بين المؤسسة وما بين الجمهور وأن. المؤسسة بحاجة إلى خدماتها وفي ذلك الوقت يشد احترامها له ويقع على عاتق كافة العاملين بالمؤسسة أيا كانت وظائفهم وأيا كانت مستوياتهم أن توفر هذه المشاعر والأحاسيس للجماهير المتعاملة مع المؤسسة فالموظف البسيط الذي يعمل في مكتب الاستعلامات بالمؤسسة يمكنه أن يساهم إلى حد كبير في دعم سمعة المؤسسة (أي إظهار الصورة المشرفة للمؤسسة لدى الجماهير المتعاملة معها واكتساب تأييدها من خلال حسن استقبالها للمتريدين على المؤسسة والرد على استفساراتهم وامدادهم بالتوجيهات والارشادات اللازمة الأمر الذي سيسهم في خلق جو من الثقة والتفهم المتبادل

ومن ثم فإن التقسيم لفروع الإدارة يتعلق أساسا بالمهام والواجبات فهناك قسم العلاقات الخارجية يقابله قسم العلاقات الداخلية، وفي حدود هذين القسمين تتوزع المسؤوليات والأدوار اضافة إلى الضمانات المساندة التي تحتاجها الإدارة من توثيق وطباعة واتصال واشراف ومتابعة<sup>2</sup>

### المبحث الثالث: أهداف ومبادئ العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

تحظى المنظمات بالنجاح عندما تحقق أهدافها المنبثقة من أهداف الجمهور، والمنظمة التي تبرع في الاتصال بجماهيرها، هي التي تعرف ما المتوقع من هذه الشرائح الجماهيرية، ويعرف هؤلاء ما يتوقعونه

<sup>1</sup> شاذلي عوض عبد الفضيل أحمد، المرجع السابق، ص 85

<sup>2</sup> أحمد يوسف عبد اللطيف بولهازع، المرجع السابق، د.ص.

من تلك المنظمات، وعلى الرغم من أن المنظمة تقوم بإدخال أهداف الجماهير الاستراتيجية ضمن مهماتها فإنها يجب أن تنجح إلى تغيير أهدافها بين فترة وأخرى بشكل يجعلها أكثر فعالية وتطابق بالنسبة إلى احتياجات الجمهور.

أمام أهداف العلاقات العامة في المنظمات الحكومية فهي:

- السعي الفعال نحو تحقيق أداء على مستوى عال من الجودة، وبخاصة في إعداد البرامج والنشاطات.
- التوعية بأهداف المنظمات وسياساتها والعمل على إيضاح برامجها وخططها للجمهور داخل المنظمات وسياساتها والعمل على إيضاح برامجها وخططها للجمهور داخل المنظمة وخارجها، وارشادهم إلى الخدمات التي يؤديها وكيفية الحصول عليها. - تأسيس هوية وصورة قيادية للمنظمة في المجتمع، ومتميزة من غيرها ممن ينافسها، حتى تكون لها هويتها البارزة والمنافسة.
- تنمية شعور العاملين بالانتماء للمنظمة، بالإضافة إلى توفير<sup>1</sup> جو يسوده الاستقرار في العمل، والاسهام قدر الامكان في حل مشكلات العاملين، والدفاع عن موقف المنظمة إذا تعرضت لأي انتقاد من الآخرين وتدعيم العلاقة بالجمهور بوسائل الاتصال المختلفة.
- كما تهدف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية إلى:
- الحصول على تأييد الرأي العام ومد جسور الثقة والتواصل بينه وبين الحكومة وذلك من خلال امداده بالمعلومات الصحيحة والاعتماد على الصدق في ايصال المعلومات.
- القيام بشرح أهداف النظام السياسي والاقتصادي السائدة في الدولة.
- تنمية الاحساس بالمسؤولية لدى الموظفين من خلال وسائل الاتصال المعروفة كالصحف والتلفزيون.
- ارشاد المواطنين بما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة.
- تحسين العلاقات سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي<sup>2</sup>

**مبادئ العلاقات العامة في المؤسسة الحكومية:**

يستند نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الحكومية على عدة أسس ومبادئ ونذكر منها مايلي:

- 1- أن المتطلبات الألية لبرنامج العلاقات العامة الجيد هو توفير المؤسسة الحكومية ذاتها الخدمة جديدة وهذا الاعتبار للمسؤولية الاجتماعية.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص55.

<sup>2</sup> مختار التهامي إبراهيم الداوق، مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية، ط1، 1980، ص، 30.

2- يتوقف مستوى جودة الخدمة التي تؤديها المؤسسة الحكومية على مدى قبول وإشباع هذه الخدمة لحاجات ورغبات معينة لأفراد المجتمع.

3- يجب تشجيع كل نقد بناء والرد على مختلف الانتقادات لسياسات أو خطط أو إنجازات المؤسسة بصدق وصراحة وواقعية فإن محاولة الآراء الانتقادية دليل على فضل برنامج العلاقات العامة.

4- إن دراسة حاجات المجتمع ووضع الخطط اللازمة لإشباع هذه الحاجات، هي في حد ذاتها مواد جيدة للنشر والإعلام.

5 - الأهمية بمكان ارتباط الإعلام بموضوعات تهم الجمهور والمتوقع نشرها في الوقت المناسب.

6- يجب أن تصاغ المادة الإعلامية بحيث توافق مقدار الوقت والاهتمام والتفكير الذي يحتمل أن يعطيه للمادة الإعلامية الموجهة له ذلك للدقة في اختيار والتفسير وإبراز الحقائق وتبسيطها بدون تحريف أو شتوية<sup>1</sup>.

7- يجب أن يكون برنامج العلاقات العامة بمثابة خدمة حقيقية للجمهور ويجب أن يعاون هذا البرنامج الجمهور في الحصول على أقصى قدر من الخدمات التي توفرها المؤسسة الحكومة ومن ناحية أخرى يجب أن ينقل ويفسر هذا البرنامج للعاملين في المؤسسة حاجات ورغبات الجمهور<sup>2</sup>

#### المبحث الرابع: واقع العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الجزائرية:

يمكن القول أن الاعتماد على العلاقات العامة كوظيفة من وظائف تسيير وإدارة المؤسسات في الجزائر قد بدأ فقط من التسعينات من القرن الماضي، مع دخول الجزائر عصر اقتصاد السوق، وخصوصة المؤسسات والانتقال من النظم الاقتصادي القائم على الاعتماد على القطاع العام إلى الاقتصاد القائم على سلطة المؤسسات الخاصة، ومع ظهور متغيرات عالمية جديدة كذلك كيروز ما يسمى بظاهرة: العولمة والتطور المذهل في مجال تكنولوجيات لإعلام والاتصال التي ادخالها في نشاطات المؤسسة، فأصبحت المؤسسات التي كانت تعتمد على التسيير التقليدي تستند إلى ما أنتجه العلم الحديث سواء في مجال العلوم التقنية أو العلوم الاجتماعية والانسانية.

<sup>1</sup> شاذلي عرض عبد الفضيل أحمد، مرجع سابق، ص 88.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 88

ولهذا فالجزائر كانت متأخرة بركب الدول المتقدمة في مجال الاستفادة من العلوم التقنية والانسانية في تسيير وإدارة المؤسسات، فبالنظر لطبيعة البنية المعلوماتية التقنية المعتمد عليها كشبكة الأربانات مثلا، نجد عدد محدود من المؤسسات تتوفر على هذه الشبكات، كما أن العلاقات العامة كعلم في الجزائر فهو حديث الظهور، فقد تأسس في الجزائر معهدين اثنين فقط مع بداية التسعينات من القرن الماضي، وهما معهد علوم الإعلام والاتصال بالجزائر العاصمة ومعهد علوم الاتصال بجامعة عنابة إلى جانب أن هذا المعهدان لا يتخصصان فقط وبعمق في إعداد خبراء وقائمون على العلاقات العامة، وإنما يدرس فقط كمقياس ضمن تخصصات أخرى في علوم الإعلام و الاتصال، لذلك يسجل غياب كبير للمتخصصين والخبراء في هذا المجال الذي بإمكانهم ممارسة هذا العلم باحترافية ومهنية والابداع فيه.<sup>1</sup>

وقد توصلت العديد من الدراسات الاكاديمية التي تناولت موضوع واقع العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية باختلاف طابعها وتنوع نشاطها إلى عدم اهتمام المؤسسة الجزائرية بجهاز العلاقات العامة رغم المشاكل العديدة التي تعانيها على الصعيدين الإداري والاتصالي، التي كان من الممكن تجاوزها أو التقليل منها على الأقل بوجود جهاز العلاقات العامة وهذا ما عكسته النتائج الآلية لجملة من الدراسات السابقة التي تم رصدها:

- غياب جهاز العلاقات العامة في معظم المؤسسات الجزائرية واسناد نشاطها إلى خلية الإعلام والاتصال.
- أن الوظائف التي تقوم بها خلية الاتصال تعادل وظائف جهاز العلاقات العامة وبالتالي لا تؤدي المعنى الوظيفي الحقيقي لجهاز العلاقات العامة.
- أن المؤسسات الجزائرية تعاني مشاكل إدارية واتصالية كبيرة في ظل غياب جهاز العلاقات العامة الذي يعمل على توطيد العلاقات بين المستويات الإدارية المختلفة وتفعيل الاتصال والحوار والاستجابة لمطالب الجماهير الداخلية والخارجية.
- كل العمال والموظفين في المؤسسات الجزائرية يؤكدون بنسبة 98% حاجتهم الماسة إلى جهاز العلاقات العامة الذي يعمل على تحسين وضعيتهم والاهتمام بمشاغلهم وتقريبهم من الإدارات العليا.

<sup>1</sup> يامين بودهان واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية مجلة العلوم الإنسانية، ع 29، السنة الرابعة، يوليو 2009. د.ص.

- أقر غياب جهاز العلاقات العامة سلبا على الأداء داخل المؤسسة الجزائرية وخارجها وهذا حسب العمال والموظفون الذين أكدوا هذا الأمر بنسبة 7.78<sup>1</sup>

العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية باختلاف طابعها وتنوع نشاطها، إلى عدم اهتمام المؤسسة الجزائرية بجهاز العلاقات العامة رغم المشاكل العديدة التي تعانيها على الصعيدين الإداري والاتصالي التي كان من الممكن تجاوزها أو التقليل منها على الأقل بوجود جهاز العلاقات العامة وهذا ما عكسته النتائج الألية لجملة من الدراسات السابقة التي تم رصدها :

- لا غياب جهاز العلاقات العامة في معظم المؤسسات الجزائرية واسناد نشاطها إلى خلية الإعلام والاتصال.

- أن الوظائف التي تقوم بها خلية الاتصال لا تعادل وظائف جهاز العلاقات العامة وبالتالي لا تؤدي المعنى الوظيفي الحقيقي لجهاز العلاقات العامة. أن المؤسسات الجزائرية تعاني مشاكل إدارية واتصالية كبيرة في ظل غياب جهاز العلاقات العامة الذي يعمل على توطيد العلاقات بين المستويات الإدارية المختلفة

وتفعيل الاتصال والحوار والاستجابة لمطالب الجماهير الداخلية والخارجية.

- كل العمال والموظفين في المؤسسات الجزائرية يؤكدون بنسبة 98% حاجتهم الماسة إلى جهاز العلاقات العامة الذي يعمل على تحسين وضعيتهم والاهتمام بمشاغلهم وتقريبهم من الإدارة العليا.

- أقر غياب جهاز العلاقات العامة سلبا على الأداء داخل المؤسسة الجزائرية وخارجها وهذا حسب العمال والموظفون الذين أكدوا هذا الأمر بنسبة 7.78%.

- أن المؤسسات الجزائرية لم تولي أهمية كبيرة للعلاقات العامة في تسيير المؤسسة لحد الآن، بسبب غياب ثقافة استخدام هذا العلم لدى هذه المؤسسات، التي لم تمتلك الشجاعة أو تقتنع إلى درجة كافية بتخصيص هيئة للعلاقات العامة، وتوظيف

موظفون يكلفون بإدارتها أو تخصيص ميزانية كافية تصرف على نشاطات العلاقات العامة<sup>2</sup> وتوسيع مهامها وصلحياتها.

<sup>1</sup> عبواج عذراء، واقع العلاقات العامة في الإدارة والإدارة المحلية (دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، 2009، ص 235.

<sup>2</sup> ياسين بودهان، مرجع سابق . د ص

- أن الوضع التسييري الذي تعيشه المؤسسة الجزائرية جعلها لا تولي اهتماما كبيرا للأخذ باقتراحات الموظفين واعتماد سياسة الباب المفتوح والحوار وغيرها من أساليب العلاقات العامة لتفعيل علاقات العمل وتجسيدها<sup>1</sup>

- البيروقراطية في الإدارة الجزائرية واحتكار الإدارة لبعض الصلاحيات وحتى المعلومات وعدم اطلاع المسؤول على العلاقات العامة أو حتى على مكتب الاتصال بكافة الحقائق.

- ربط وظيفة العلاقات العامة مع وظائف أخرى ما يحدث التداخل وسوء الفهم .

- عدم تخصيص ميزانية كافية لقسم العلاقات العامة أو حتى لقسم الاتصال واعتبارها مصاريف زائدة لا طائل منها.<sup>2</sup>

وعليه فإن نتائج هذه الدراسة تشير إلى واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية بوضوح، على أنه واقع مهمش غير معترف به، وأن جهاز العلاقات العامة لا يلقى الاهتمام الكافي، لذلك لا يوجد تجسيد حقيقي لهذه الوظيفة الهامة والفعالة، وأن ما يحل محل جهاز العلاقات العامة هو مجرد خلية الاتصال تقوم بمهام جزئية فحسب من مهام العلاقات العامة، هذا ما جعل المؤسسة الجزائرية تتخبط في مشاكل على الصعيدين الداخلي والخارجي.

وقد سعت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات شبكة الانترنت والتقنيات المرتبطة بها من خلال ارتباطها بشبكة الانترنت في شهر مارس من عام 1994 عن طريق مركز البحث والاعلام العلمي والتقني والذي من مهامه العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات اقليمية ودولية.

ونظرا لأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال الاقتصادي فإنها أصبحت ملازمة لكل الأنشطة التجارية والصناعية والخدماتية، وغيرها، ذلك أن هذه التكنولوجيا وخاصة الانترنت أثبتت أهميتها في الرفع من تنافسية المؤسسات، الأمر الذي فرض على المؤسسات الجزائرية ديناميكية أكبر في مجال المنافسة وتطوير الأداء بالاعتماد على الانترنت والتكنولوجيات الحديثة الأخرى، ذلك أن الانترنت تعتبر فرصة تسويقية تسمح بإنشاء علاقة حوارية تمكن من الوصول إلى عميل لم يكن بالاستطاعة الوصول إليه من

<sup>1</sup> رضا نيايس، واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة الأسمنت بعين الكبيرة سطيف جامعة منتوري، قسنطينة 208، ص 93.

<sup>2</sup> ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، دراسة ميدانية بالمستشفى، الجامعي ابن باديس، قسنطينة، جامعة قسنطينة، 2009، د. ص.

قبل، كما أنها تمثل فرصة تجارية تمكن المؤسسات من البروز والظهور بشكل قوي وإعطائها قيمة أكبر<sup>1</sup>، وغيرها من الخدمات الإلكترونية التي توفرها الانترنت والتي يمكن للمؤسسات الاستفادة منها بأكثر قدر ممكن.

وتبذل الجزائر في هذا المجال جهودا كبيرة لترقية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة وأنها تتفتح على السوق الاقتصادي العالمي، وتؤكد النسب التالية جهود الجزائر للاستفادة أكثر من تكنولوجيا المعلومات 80% كثافة هاتفية 20% وصل انترنت 40% استعمال حاسوب.<sup>2</sup>

وتؤكد الدراسات الأكاديمية في ذات السياق أن المؤسسات الجزائرية تستخدم وسائل

الاتصال كالهاتف الثابت الفاكس الهاتف النقال الحاسوب، بمستويات مرتفعة تعامل مثيلاتها في الدولة الأوروبية حيث يستخدم الحاسوب بنسبة 100% ويستخدم الفاكس بنسبة 60% أما الهاتف وبنوعية الثابت والنقال فيستخدم بنسبة 100%<sup>3</sup>، مما يعني أن هذه التكنولوجيا تلعب دورا هاما في تسهيل العمل الإداري حيث تمكن من القيام به في أقل وقت ممكن، كما تدل هذه النتائج على حرص المؤسسات الجزائرية على توظيف التكنولوجيا الحديثة أحسن توظيف والاستفادة منها لتحسين أدائها.

كما تؤكد الدراسات بأن استخدام الانترنت في المؤسسات الجزائرية لم يسجل تلك المستويات التي سجلتها الوسائل التكنولوجية الأخرى، ما يعني أن استخدام الانترنت في المؤسسات الجزائرية لا يزال محدود بعيد عن المعدلات العالمية بحيث أن 43% من المؤسسات الجزائرية لا توفر شبكة الانترنت لكل الأقسام الإدارية، بل وإن 31% منها يوفر خدمة الانترنت للمدير فقط، هذا ما يدل على أن استخدامات الانترنت في المؤسسة الجزائرية استخدامات محدودة تتمثل أساسا في استقبال البريد الإلكتروني 100%، البحث عن المعلومات 70%.

الاتصال بالزبائن 25%، تحويل البيانات 30%، والملاحظ أن استخدام الانترنت الأغراض ترويجية هو استخدام ضعيف تمثل 15% بينما يسجل الدفع الإلكتروني والتسوق الإلكتروني والبيع عن طريق الانترنت غياب تام ويستعمل الموقع الإلكتروني للتعريف بالمؤسسة ومختلف السلع والخدمات التي تقدمها

<sup>1</sup> إبراهيم بختي، الانترنت في الجزائر، دراسة احصائية مجلة الباحث، جامعة ورقلة، ع1، 2002، ص 28-32

<sup>2</sup> قيجي كريمة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على رضا الزبون في المؤسسة المصرفية، جامعة ورقلة، 2012، ص 95

<sup>3</sup> حورية بولويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة فرع تسيير شبكة الغاز بالشرق، قسنطينة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص 120.

وتستعمل محركات البحث في جمع المعلومات والبيانات التي تحتاجها المؤسسة مثل البحث عن أسواق جديدة ما يجعل هذا الاستخدام لا يكفي لتدقيق استغلال أمثل للفرص التي تمنعها الأنترنت والتوجه الفعلي للمؤسسات الجزائرية إلى الأعمال الإلكترونية.<sup>1</sup>

رغم هذا فإن ما يقارب 83% من المؤسسات الجزائرية تؤكد أن استخدام الأنترنت . هو أمر أساسي وضروري لنشاط المؤسسة، كما ترى ضرورة اتاحة الأنترنت لكل المستويات الإدارية لتشجيع العمال الجماعي وبالتالي تحفيز الإبداع وتبادل الأفكار<sup>2</sup>

ورغم هذه التأكيدات إلا أن اهتمام المؤسسات الجزائرية بالإنترنت مازال ضعيفا، حيث مازالت تخصص 65% من ميزانية اتصالها التسويقي للأنترنت، وتعود أسباب عدم الاهتمام الكافي بتكنولوجيا الأنترنت إلى:

- ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات في المؤسسات الجزائرية والاقتصار على استخدامها في تسهيل الأعمال الإدارية اليومية من خلال معالجة النصوص وتخزين المعلومات والبيانات.

- عدم وعي الكوادر البشرية بالمؤسسات الجزائرية بالمزايا الممكن تحقيقها من التواجد على شبكة الأنترنت وممارسة الاتصالات التسويقية الإلكترونية.

- النقص من جدوى الأنشطة الاتصالية عبر الأنترنت بدعوى ضعف استثمار الأنترنت في الجزائر، حتى إن القليل من المؤسسات الجزائرية من تمتلك شبكة داخلية (انترانات) أو شبكة تجارية مع شركائها (اكسترنات)، كما أن المؤسسات التي تمتلك موقع الكتروني لا تقوم بتحديثه إلا نادرا مما يقلل من أهمية المعلومات التي تحتويها ويتسبب في عزوف الجماهير عن زيارته.

وفيما يتعلق بأنشطة العلاقات العامة عبر الأنترنت فإنها تشهد غياب تام في ظل عدم اهتمام المؤسسات الجزائرية بهذه الأنشطة حتى في العالم الحقيقي مما يؤثر سلبا على صورتها وبهذه مستقبلها في تعرضها لحمولات لترويج الاشاعات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> شاذلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر، مذكرة ماجستير، منصور، جامعة ورقلة، 2008، ص 15

<sup>2</sup> موسى سهام، مساهمة في بناء نموذج قياس أثر المحاذاة الاستراتيجية للتكنولوجيا الأنترنت، دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمنطقة الصناعية العلمية ، ولاية سطيف، جامعة بسكرة، 2014، ص 160، 164

<sup>3</sup> نورالدين شارف، خدمات الأنترنت ودورها في زيادة فعالية مزيج الاتصال التسويقي للمؤسسة، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية جامعة الشلف، 2012، ع 8، ص 48

## المبحث الخامس: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة كمنفذ جديد لتحقيق الخدمة العمومية

يعتبر الاتصال العمومي أحد المفاهيم التي تتسم بطابعها المركب كظاهرة تتدخل فيها المستويات السياسية والإعلامية والمؤسسية والثقافية باعتباره مفهوم تتجاذبه تخصصات علمية ومهنية مختلفة، باعتباره رابط حيوي بين الدولة والمواطنين يجيب على حاجياتهم من المعلومات والاستفسارات والانجازات المحققة من الفعل العمومي (Action publique).

كونه يقوم على توزيع المعلومات النافعة للجمهور الهامة من المعطيات المشتركة للجمهور من أجل ممارسات أفضل في الحياة الجماعية للمواطن، تعزيز الروابط وعليه فإن رهان الاتصال العمومي المنفعة العامة للمواطن<sup>1</sup>

وعلى حد تعبير بيار زيمور جوهر الاتصال العمومي هو المصلحة العامة

(intérêt générale) باعتبارها ذلك النوع من التنافس والانسجام في المصالح بين الأفراد والمجتمع من جهة والدولة من جهة أخرى، بهذا الشكل يصبح الاتصال العمومي أقرب للتوعية بالحقوق والواجبات منه للدعاية التي تميز علاقة الاتصال بين الدولة ومواطنيها في المجتمعات غير الديمقراطية، ويضيف زيمور أن الاتصال العمومي مرتبط بشكل وثيق بتقديم الخدمة العمومية من المؤسسات العمومية إلى المواطن لا يهدف إلى تحقيق الأرباح بل هو اتصال ذو غاية اجتماعية وتسييرية بالدرجة الأولى براعي فيها استفادة المواطن من حقه الناجم عن انتمائه للدولة.

ولأن المشاركة والشفافية يعتبران أحد أهم العوامل المجسدة للثقة بين الإدارة والمواطنين من خلال عمل اتصالي، تعزز مع ظهور الأشكال التواصلية الجديدة التي سمحت للمواطنين بالانخراط في الفضاء العام وإثارة النقاشات حول المسائل العمومية، باستخدام أدوات مستحدثة كمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات أو منتديات النقاش وغيرها، الذي يعد الوجه المعاصر للاتصال العمومي، حيث ساهمت الواب في تكريس التفاعل بخاصية تناقل المعلومات ودعم المشاركة الفاعلة في نشر المعرفة وفي إبداء وتتشيط الحوار بين مختلف أطراف العملية الاتصالية، ويجسم الأسلوب الديمقراطي في تسيير شؤون العامة من خلال تعزيز

<sup>1</sup> عائشة قرة، إيناس، رغيس، الخدمة العمومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الخامس تشرين الثاني 2018 جامعة محمد لمين دباغين، الجزائر، د، ص.

مبدأ الحق في الوصول إلى المعلومة، وإعطاء النقاش العمومي دفعة قوية من خلال التشجيع المواطنة جديدة قائمة على الممارسة النقدية والاحتجاج وحرية الرأي العام وإمكانية المشاركة في النقاش العام. من جهة أخرى أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة هامة في إيصال وبث الأخبار والمعلومات الخاصة . مع تضاعف عدد المستخدمين، كما تعد منبرا هاما في رفع قبود تبادل المعلومات وتداولها بين المستخدمين بسرعة كبيرة، كما أن لها مميزات أخرى كالتفاعلية والمشاركة ما جعلت منها منفذا هاما لدى المؤسسات العمومية التي تحرص على الوصول إلى المواطنين وتقديم خدماتها وتعزيز العلاقة بينهما، لهذا لجأت المؤسسة العمومية إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها والفايسبوك على وجه الخصوص لما لاقاه من رواج لدى أفراد المجتمع الجزائري<sup>1</sup>

**المبحث السادس: تحديات العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الحكومية من خلال الخدمات العمومية:**

مع تطور وسائل التواصل في عصرنا هذا، ظهرت عدة تحديات لموظفي العلاقات هي:  
- عدم اقتناع أو غياب عدد من المنظمات الهامة في المجتمع، عن مواكبة التطورات الحاصلة في وسائل الاتصال كوجود حسابات لديهم في مواقع التواصل الاجتماعي أو عدم هيكلة إدارة العلاقات العامة في ظل هذه التطورات. عدم كفاية المخصصات المالية لإدارة الموقع الإلكتروني للمنظمة، أو أن تكون المخصصات منخفضة، وبالتالي قد لا يظهر الموقع الإلكتروني بالشكل والمضمون اللائقين. عدم وجود أو قلة المتخصصين في العلاقات العامة الرقمية من ناحية التحرير الإلكتروني، إدارة المواقع الإلكترونية)، أو تخصيص موظف بمؤهلات متدنية لإدارة حسابات المنظمة في مواقع التواصل الاجتماعي مثلا. غياب وندرة الدورات التدريبية المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية، في معاهد ومراكز التدريب في السعودية.

عدم التفاعل المناسب أو بطء التفاعل إن وجد من مسؤولي العلاقات العامة الرقمية مع الزائرين للموقع الإلكتروني أو مع المشتركين أو المشتركين أو مع المتابعين لحسابات المنظمة، حيث أصبح الإعلام الجديد حقيقة ماثلة للعيان ولم تعد مجرد وهم أو خديعة اتصالية أو فرقعات تقنية في الهواء، بل هي واقع متنام ومؤثر، وفاعل في تغيير الاتجاهات والمواقف، وبناء المعارف الانسانية والحديثة في العالم.

<sup>1</sup> عائشة قره، إيناس رئيس المرجع نفسه د. ص

- ظهور ما يعرف بـ " المواطن المرسل الذين يعمل معظمهم بمبادرة فردية ويشمل هؤلاء الأفراد الشجعان الذين قرروا أن يشتغلوا كاميراتهم وألا يؤديوا دور المتفرج السلبي، ومع أن هؤلاء الأفراد سيعودون إلى حياتهم العادية، فإن البعض الآخر منهم سيبقون ملتزمين بنقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص، وذلك على الرغم مما ينطوي عليه هذا الأمر من مخاطر بالنسبة إليهم وكذلك بالنسبة إلى أسرهم ويجب بالتالي الإشادة بإسهاماتهم وإيلاء العناية اللازمة لسلامتهم<sup>1</sup>.

- الجمهور الكبير الذي يزور الموقع الإلكتروني للمنظمة، وكذلك الذي يتابع حساباتها في مواقع التواصل الاجتماعي، يتطلب معه تخصيص عدد مناسب من الموظفين للتفاعل معهم، وهو قد لا يتوفر لأي منظمة سواء لأسباب مالية أو إدارية أو غيرها، مما قد يؤدي لغياب أو بعده التفاعل معهم. حصول عدد من حالات الاختراق للمواقع الإلكترونية لبعض المنظمات وحساباتها في مواقع التواصل الاجتماعي.

- عدم التفاعل المناسب مع بعض الإدارات الداخلية في المنظمة، فالعلاقات العامة، كما هو معروف- لا تعمل لوصلها بل هي من ضمن إدارات المنظمة<sup>2</sup>.

- الجانب الأخلاقي في ممارسة عمل العلاقات العامة على شبكة الانترنت، حيث تعد الأطراف التي يمكن اجمالها بلغة رجال العلاقات العامة في الممارسة ورجال العلاقات العامة والجمهور والمجتمع، كل هؤلاء أصلحوا بحاجة إلى عملية لضبط ممارستهم في التفاعل مع مواقع الشركات، فلم يعد الآن الفاعل الوحيد هو رجل العلاقات العامة، بل أصبحت كل الأطراف قوة فاعلة بحاجة إلى ضبط، وهو ما يبرر بشكل ما تهميش دور جمعيات العلاقات العامة لم يعد يمثلوا أكثر من 30% من الطاقة الفاعلة بالإضافة إلى الرادع القانوني لم يعد يشكل الخط الأحمر للانحرافات الاخلاقية لممارسات العلاقات العامة على الشبكة نظرا لصعوبة عملية التقاضي واثبات الضرر.

- كما أن تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وخاصة الانترنت، يضع أمام مهنة العلاقات العامة مجموعة من التحديات:

<sup>1</sup> عبد العزيز بن سعيد الخياط العلاقات الرقمية مفهومها، أوارها، تحدياتها، ورقة علمية مقدمة إلى الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان العلاقات الرقمية 8-9 أبريل 2015 الرياض في: 18:22-200/07/23

<http://alkhayat-a.blogspot.vom>:

<sup>2</sup> عبد العزيز بن سعيد الخياط، المرجع نفسه. د.ص.

- في عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، حيث الأشياء أرخص وأكفأ وأكثر وفرة تزداد المنافسة بين المنظمات، الأمر الذي يجعل المحافظة على الجمهور، أمرا دقيقا وقابلا للانفلات، وهذا يستدعي أن تزود العلاقات العامة بكافة الوسائل التكنولوجية التي تساعد على الكفاح من أجل البقاء.

- لم يعد من السهل في ظل العولمة أن تتطلي الدعاية الفجة على الجمهور، كما لا يمكن إجباره على التعامل مع. منظمات بعينها.

أن أي تقاعس عن مواكبة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وعدم استيعاب لتأثيراتها على الحياة الاقتصادية، ينتج عنه فجوة يصعب على المنظمات تجاوزها<sup>1</sup>.

النظرة القاصرة لطبيعة عمل العلاقات العامة والمشتغلين بها خاصة في الوطن العربي، الذين يلزمهم في عصر المعلومات التصدي للمعرفة المتدفقة بشكل كبير وللاشكالات التواصلية بدل الاكتفاء ببعض الأعمال الروتينية.

إضافة إلى ذلك فإن أبرز ما يعاني منه نشاط العلاقات العامة بشقيه الأكاديمي والمهني في المرحلة الراهنة عدم تبلور الرؤية لدى كثير من المتخصصين في معرفة ملامح ومكونات العلاقات العامة الرقمية، وأدى ذلك إلى قلة اسهامهم في تطوير تخصصهم بما يتكيف مع التغيرات الجذرية في عالم تقنية الاتصال، الأمر الذي يفوت الفرصة عليهم في تقديم نشاطهم على الوجه المطلوب، وهو ما أدى إلى فقدانهم لمهام في صميم هذا التخصص المهم لصالح تخصصات أخرى.

وإن كانت الشبكات الاجتماعية قد أدت إلى نمط جديد من العلاقات العامة في التواصل عبر الفضاء الرقمي على مستوى العالم فإن الأمر مر أكثر تعقيدا ويفرض العديد من التحديات الفريدة في نوعها في المجتمعات العربية على سبيل المثال فإن اللغة العربية نفسها تفرض تحديات الخاصة على برمجيات تحلي الانطباعات وميول الآراء، وهي برمجيات ضرورية جدا لتمكن عمليات تواصل كفاء في ظل انفجار معلوماتي من ملايين التغريدات اليومية إلا أن اللغة العربية والعامية بالأحرى تضع الكثير عن المشاكل الرئيسية والقضايا البحثية المفتوحة التي تجعل تطوير واستخدام تلك البرمجيات يسير بوتيرة بطيئة جدا مقارنة بما يحدث في اللغات الأخرى سيما الانجليزية، أيضا عن نظائرها في دول العالم الأخرى، فعلى سبيل المثال فإن السعوديين يشاركون 60%.

<sup>1</sup> وليدة حدادي، العلاقات العامة الإلكترونية في الوطن العربي، الواقع والتحديات، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة

من المحتوى الرقمي الذي يقرؤونه على شبكات التواصل الاجتماعي. النسبة الأعلى مستوى العالم حيث أن المتوسط العالمي للمشاركة<sup>1</sup> هو 24% فقط كما أن هذه النسبة في دولة اليابان لا تتعدى 5%. هذه وغيرها من خصائص التواصل الرقمي في المجتمعات العربية والمملكات العربية السعودية تشكل واقعا مختلفا يحتاج إلى معالجة خاصة وحلول بعينها قد لا تتفق بالضرورة مع الاتجاهات والممارسات العالمية المعتمدة في هذا المجال.<sup>2</sup>

وفي السودان توصلت دراسة الرباطي (2014) إلى وجود قصور كبير في استخدام العلاقات العامة بشركات الاتصال السودانية لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت في الترويج للخدمات وعرض وتقديم البرامج والأنشطة المختلفة التي تؤدي إلى تحسين صورة المؤسسة، إضافة إلى ضعف استخدامها بالصورة المناسبة في التواصل مع الجمهور لكسب ثقته وتفاهمه.<sup>3</sup> كما بينت دراسة خيرت (2008) أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الربحية وغير الربحية في كل من مصر والإمارات ركزت في المقام الأول على استخدام استراتيجية الإعلام، وهذا يعني أن المؤسسات على اختلاف طبيعتها ومكان وجودها تعتبر أن مواقعها الإلكترونية عبر الانترنت هي وسيلة من وسائل الاتصال في اتجاه واحد من المؤسسة إلى الجمهور، بحيث يعبر عن وجهة نظر المؤسسة في المقام الأول، كما أن المؤسسات ميدان الدراسة لا تدعم استراتيجية الحوار التي يمثل تطبيق مبادئها أكثر الوظائف الاتصالية تطورا الانترنت، فإدارات العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة لازالت بعيدة كل البعد عن تطبيق مبادئ التفاعلية والحوار من خلال مواقع مؤسساتها عبر الانترنت، وإذا كان هناك استخدام ضعيف لبعض مبادئ التفاعلية والحوار من خلال مواقع مؤسساتها عبر الانترنت، وإذا كان هناك استخدام ضعيف لبعض مبادئ التفاعلية على مواقع بعض المنظمات، فإن ذلك يقتصر على نمط الاتصال الصاعد فقط.

أي أن يسمح لمستخدمي الموقع بإرسال آراءهم أو شكاوهم ومقترحاتهم عبر البريد

الإلكتروني، وإذا اعتبرنا أن نمط الاتصال الصاعد فقط<sup>1</sup> (1) (2)

<sup>1</sup> وليدة حدادي، المرجع نفسه، ص 110.

<sup>2</sup> وليدة حدادي، المرجع نفسه، ص 110.

<sup>3</sup> معاوية مصطفى بابكر الرباطي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لشركات الاتصالات دراسة مقارنة لعينة من مواقع لشركات الاتصالات، دراسة مقارنة لعينة من مواقع الشركات الاتصالات لفترة من يناير 2013 ديسمبر 2014، رسالة دكتوراه غير منشورة في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2015، د. ص.

أي أن يسمح لمستخدمي الموقع بإرسال آراءهم أو شكاوهم ومقترحاتهم عبر البريد الإلكتروني، وإذا اعتبرنا أن نمط الاتصال الصاعد هذا يمثل خطوة ايجابية للاستفادة من إمكانيات الانترنت، فإنه تغيب أو تطول استجابة المؤسسات المختلفة لمستخدمي واقعها الالكترونية، لذا يمكن القول أن وجود بعض الروابط التي تشير إلى إمكانية تطبيق نمط الاتصال الصاعد على المواقع الالكترونية، لذا يمكن القول أن وجود بعض الروابط التي تشير إلى إمكانية تطبيق نمط الاتصال الصاعد على المواقع الإلكترونية للمؤسسات المختلفة إنما يعكس استكمال الجانب الشكلي على هذه المواقع فقط.

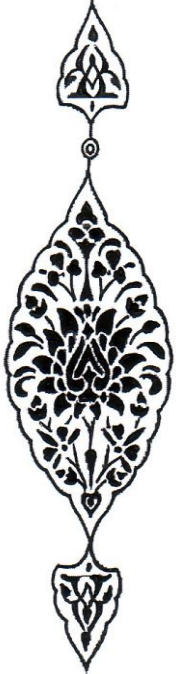
---

<sup>1</sup> خيرت معوض محمد عياد، المسؤولية الاعلامية للعلاقات العامة عبر الانترنت، (دراسة على المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والإمارات)، بحيث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان الإعلام بين الحرية والمسؤولية 24-26 يونيو 2008 د ص

**خلاصة :**

يتضح لنا من خلال هذا الفصل بمختلف عناصره مدى أهمية العلاقات العامة الرقمية كجزء من الإدارة الحديثة في المؤسسات المعاصرة وبالتحديد في المؤسسات الحكومية ذات الطابع الخدماتي نظرا لطبيعتها الخاصة و مختلف التحديات التي تواجهها.

# الفصل التطبيقي الاطار الميداني



### تمهيد

يمثل الإطار التطبيقي أو الميداني للدراسة المرحلة الأخيرة والمهمة من البحث والتي من خلالها يتم النزول للميدان لإثراء المعلومات التي تم جمعها كمادة خام للموضوع، ذلك بإتباع خطوات البحث العلمي الأمر الذي يعطي الدراسة طابعا علميا وموضوعيا أكثر، إذ يتم من خلال هذا الجانب الإجابة على إشكالية الدراسة والتحقق من فرضياتها، بمطابقتها مع ما تم تناوله في الجانب النظري من جهة ومع ما أسفر عليه العمل الميداني من جهة أخرى، من خلال النتائج التي يتم الحصول عليها في نهاية المرحلة.

### 1- التعريف بالمؤسسة:

هي هيئة تنفيذية تابعة لوزارة الشباب والرياضة، حيث يشرف عليها مدير تنفيذي يكون منتدب من طرف الوالي والتي تسهر على العمل الجيد للإدارة الخارجية والداخلية، وهي هيئة تعمل على ترقية الحركات الجمعوية للشباب والرياضة وكذا هياكلها وتنظيمها وإعداد البرامج الهادفة وتعميم التربية البدنية والرياضية لاسيما الوسط التربوي والتكوين و تأطير و كذا إعداد مخططات تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل والهيئات المعنية. وطبقا للمرسوم التنفيذي رقم: 06-345 المؤرخ في 5 رمضان عام 1427 الموافق ل: 28 سبتمبر 2006 الذي يحدد قواعد تنظيم مديريات الشباب والرياضة وتسييرها وخاصة المادة 5 منه<sup>1</sup>، حيث:

المادة الأولى: طبقا لإحكام المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-345 المؤرخ في 5 رمضان عام 1427 الموافق ل: 28 سبتمبر سنة 2006، يهدف هذا القرار إلى تحديد وتنظيم مصالح مديرية الشباب والرياضة للولاية.  
المادة الثانية: تضم مديرية الشباب والرياضة للولاية وتحت سلطة المدير أربع<sup>04</sup> مصالح وتنظم كالآتي:

- |                                    |                                  |
|------------------------------------|----------------------------------|
| 1- مصلحة التربية البدنية والرياضية | 2. مصلحة نشاطات الشباب           |
| 3- مصلحة الاستثمارات والتجهيزات    | 4. مصلحة التكوين وإدارة الوسائل. |

### 2-1- مهام مديرية الشباب والرياضة:

- ◀ تطوير البرامج الاجتماعية التربوية و الترفيهية وحركة مبادلات الشباب وفضاءاتهم للتعبير وتنشيطها ومتابعة تنفيذها.
- ◀ ترقية الحركة الجمعوية للشباب والرياضة وكذا هياكلها وتطويرها وتنظيمها.
- ◀ إعداد برامج الإعلام والاتصال والإصغاء للشباب وكذا تطويرها وتنشيطها.
- ◀ تنفيذ البرامج الهادفة للإدماج الاجتماعي للشباب والمشاركة المتصفة بالمواطنة وترقية مبادراتهم وكذا مكافحة الآفات الاجتماعية والعنف والتهميش، بالاتصال مع المصالح والهيئات المعنية للولاية.
- ◀ تنفيذ برامج ترقية وتعميم التربية البدنية والرياضية، لاسيما في الوسط التربوي والتكوين وإعادة التربية والترقية بالاتصال مع المصالح والهيئة المعنية للولاية.
- ◀ وضع التنظيمات وأقطاب انتقاء المواهب الرياضية الشابة وتكوينها وتطوير هذه التنظيمات والأقطاب ومتابعتها وترقية الممارسات الرياضية النسوية.
- ◀ تنظيم أعمال و تكوين المستخدمين، التأطير الدائم للعاملين داخل الحركة الجمعوية وتجديد معارفهم وتحسين مستواهم وتأهيلهم في طار التنظيم المعمول به.
- ◀ إعداد مخطط تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل والهيئات المعنية.

<sup>1</sup> للمرسوم التنفيذي رقم: 06-345 المؤرخ في 5 رمضان عام 1427 الموافق ل: 28 سبتمبر 2006 الذي يحدد قواعد تنظيم مديريات الشباب والرياضة وتسييرها وخاصة المادة 5 منه

- ◀ السهر على تطبيق التنظيم المتعلق بسير المؤسسات وهيئات الشباب والرياضة الموجودة في الولاية واستغلالها وتسييرها.
  - ◀ وضع أنظمة لتقسيم ومراقبة الهياكل والهيئات والمؤسسات التابعة لاختصاصها والسهر على مراقبة مساعدات الدولة للحركة الجمعوية الرياضية و الشبانية.
  - ◀ ضمان متابعة برامج الاستثمار إنجاز الهياكل الأساسية وكذا تقييمها وتصديقها وصيانتها وحفظها.
  - ◀ ضمان تسيير الموارد البشرية والمالية والمادية اللازمة لإنجاز مهامها وكذا المحافظة على الممتلكات والأرشيف.
  - ◀ تقييم النشاطات المبذولة بصفة دورية وإعداد النتائج والبرامج المتعلقة بها وفقا للأشكال والكيفيات والآجال المقررة.
- 2-2- بطاقة فنية عن الهيئة المشرفة:**

في ديسمبر عام 1984م تم تنصيب المديرية حيث بدأت في العمل في جانفي 1985م بمقتضى المرسوم رقم 86-30 المؤرخ في 09 جمادي الثانية عام 1406 الموافق ل: 18 فيفري 1986 الذي يضبط الأجهزة الإدارية العامة في الولاية وهيكلها ويحدد مهامها وتنظيمها.

**تأسست:** عام 1984

**إسم المؤسسة:** مديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعريج.

**مدير المؤسسة:** دشير جمال

**العنوان:** نهج الجمهورية دائرة برج بوعريج 34000.

**الموقع على الإنترنت:** [WWW.DJSBBA34.inf](http://WWW.DJSBBA34.inf).

**الهاتف:** 035685495 .

**عدد المستخدمين:** 487 داخل الإدارة وخارجها.

**عدد المصالح:** 04 مصالح.

**3- مدير الشباب والرياضة:**

**المدير:** يعتبر المسؤول الأول عن مديرية الشباب والرياضة حسب المرسوم الرئاسي المؤرخ في 09 شعبان عام

1427 الموافق ل 02 سبتمبر 2006 يتضمن تعيين مدراء الشبيبة والرياضة.

**3-1- مهام مدير الشباب والرياضة:**

- ◀ توزيع المهام على رؤساء المصالح .
- ◀ إعداد برامج النشاط للمديرية .
- ◀ متابعة المشاريع التي في طور الإنجاز بالتنسيق مع مكتب التجهيز .

- ◀ وضع برامج عمل المديرية .
- ◀ اقتراح مشروع ميزانية المديرية و دراستها مع الوزارة المعنية .
- ◀ حضور الندوات الوطنية و الجهوية لوزارة الشباب و الرياضة .
- ◀ تنظيم اجتماعات دورية لرؤساء المصالح لمناقشة التقارير المعدة .
- ◀ متابعة النشاطات و التظاهرات الرياضية و الشبانية .
- ◀ يعمل على تطوير المنشآت الرياضية و الشبانية .
- ◀ يعمل على ديناميكية الممارسة الرياضية عبر تراب الولاية .
- ◀ تشجيع على تطوير الحركة الجمعوية .
- ◀ يقوم بتنفيذ البرنامج الحكومي الخاص بقطاع الشباب و الرياضة .
- ◀ الحفاظ على سمعة المؤسسة من جميع النواحي داخليا و خارجيا .
- ◀ يستقبل مسؤولين من هيئات أخرى من أجل الوصول إلى حلول تكون لصالح المؤسسة .
- ◀ يسهر على راحة و إرضاء عمال المؤسسة .
- ◀ يقوم بمراجعة البريد و إمضاء كل الوثائق الخاصة بالمؤسسة .
- ◀ يطبق القوانين الصادرة لصالح حقوق العمال .
- ◀ عند حدوث أي مشكل و جب عليه عقد الاجتماعات الطارئة من أجل تفادي أي أخطار تسيء للعمال .

#### 4- الهيكل التنظيمي للمديرية

##### 4-1- الأمانة و مهامها:

- بكل ما تحمله كلمة أمانة من معاني النزاهة ، الثقة ، السرية فهي تعمل جاهدا على محافظة السر المهني إذا تعتبر همزة وصل بين المسؤول و المصالح الإدارية الأخرى بحيث توفر الشروط المهنية اللازمة كالحرص على دقة العمل و تنظيمه فلها أهمية بالغة و دور فعال تلعبه على مستوى الإدارة .
- ◀ حفظ البيانات الدقيقة و إبلاغ المسؤول بالمواعيد المحددة للمقابلات و الاجتماعات .
  - ◀ تكلف بالاستقبال و إرسال البريد الإداري و كذلك أعمال الكتابة في جهاز الإعلام الآلي و النسخ و ترتيب الوثائق و المستندات و البطاقات في أثاث مخصصة لذلك بطريقة مرتبة و منظمة .
  - ◀ حفظ المستندات و الأوراق الخاصة بعمل الإدارة في ملفتها مع و وضعها في أماكن الحفظ المعروفة ليسهل تقديمها للمسؤول عند الحاجة .
  - ◀ دراسة المواضيع التي كلفت بها من طرف المدير و إعداد تقارير كافية عنها .

- ◀ استلام البريد الوارد فتحه و تسجيله في سجل الوارد و نفس الشيء بالنسبة للبريد الصادر و بإظهار تاريخ و رقم المراسلة و الموضوع و اسم المرسل إليه.
- ◀ الرد على المكالمات الهاتفية .
- ◀ كتابة الوثائق و المراسلات و حفظها في أرشيف الإدارة.
- ◀ تحضير الاجتماعات و تدوينها على المحاضر .
- ◀ القيام بتخزين المعومات الهامة و المهنية للعمال في جهاز الكمبيوتر .
- ◀ ترتيب المناشير و الوثائق و المراسلات الإدارية الضرورية لنشاط المصالح .

#### 5- المفتشية:

#### 5-1- مهام مفتشية الرياضة:

- ◀ القيام بزيارات تفتيشية لمنشآت الرياضية .
- ◀ القيام بزيارات تفتيشية للإطارات الرياضية .
- ◀ متابعة و مراقبة الوضعية الإدارية و القانونية و المالية لسير النوادي و الرابطات.
- ◀ مراقبة السير الحسن للنوادي و الرابطات الرياضية و ضبط حساباتها المالية.
- ◀ القيام بالتقارير التفتيشية لكل عملية .

#### 5-2- مهام مفتشية الشباب:

- ◀ القيام بزيارات تفتيشية و بيداغوجية للمنشآت الشبابية .
- ◀ القيام بزيارات تفتيشية و بيداغوجية للإطارات الشبابية .
- ◀ مراقبة السير الحسن للجمعيات الشبابية و ضبط حساباتها المالية و الإدارية.

#### 6- مصالح الهيئة:

#### 6-1- مصلحة التربية البدنية والرياضية:

#### 6-1-1- مكتب تطوير التربية البدنية والرياضية:

تقوم النوادي بالاتصال بالمديرية عن طريق هذا المكتب حيث يقوم باستقبال المطالب، كما يقوم بانجاز تحفيزات للمواهب الشابة على مستوى النوادي، حيث يقوم ب:

- ◀ تكوين المدربين .
- ◀ تكوين الرياضيين .

◀ تكوين المسيرين.

◀ تكوين الحكام.

◀ إنشاء التظاهرات الرياضية المختلفة.

وهذه التظاهرات تقوم على أساس تقديم طلب للمدير من أجل الموافقة عليه، حيث يكون التنسيق بين المكتب والمدير ورئيس المصلحة، و المدير هو الذي يقوم بالإمضاء على إجراء هذه التظاهرة أو إلغائها، ولإجراء هذه التظاهرة يقوم المكتب بوضع قوانين خاصة بهذه التظاهرة، كما أن تكوين المدربين والحكام لهم علاقة بالرابطة، وهذا المكتب يسهر على إجراء السير الحسن واتخاذ الإجراءات اللازمة وذلك من أجل إعلام المديرية بهذا التكوين، وقد كان هناك قانون يمنح الرابطة بتكوين المدربين والحكام وغيرهم، أما الآن فيوجد قانون يسمح لهم بالإشراف على المهام القانونية لإجراء التبرصات واختيار المدربين مع تقديم أسمائهم، وهناك ملفات خاصة لاكتشاف المواهب الشابة كما يتم تسجيل كل المهام في جداول خاصة مع ذكر أسمائهم، كما يتم إرسال البرنامج الشهري المنجز في هذا المكتب إلى الولاية من أجل التطلع على الإجراءات المتخذة من طرف المديرية ونوع عملها المنجز في هذا الشهر، كما يقوم هذا المكتب باستقبال ملفات اعتماد المدربين قصد دراستها، بحيث هذه الأخيرة تمر على المدير ومن ثم تقديمها لرئيس المصلحة لإعادة النظر فيها وتسويتها ودراستها مجدداً أو إجراء تقرير على هذا الملف، وهذا كله عبر التسلسل:

مكتب الممارسات الرياضية والبدنية - رئيس مصلحة التربية البدنية والرياضية - المدير

وأن اعتماد الحكام يكون من طرف الرابطة، كما يتم تسيير هذا المكتب دائماً وفقاً للقوانين المسطرة فهو الشيء الوحيد المعتمد عليه، أما فيما يخص التظاهرات الرياضية على مستوى البلديات يكون بتقديم طلب خطي من طرف رئيس الجمعية المكلف بهذه التظاهرات إلى مديرية الشباب و الرياضة من أجل دراسته وتقديم إعانات مادية ومعنوية، وهذه التظاهرات تتمثل في:

◀ سباقات السرعة.

◀ دورة في كرة القدم.

◀ دورة في كرة الطائرة، كرة السلة، كرة اليد...

◀ الماراتون.

◀ دورة في تنس الطاولة.

◀ دورة في الشطرنج.

6-1-2 - مكتب كشف المواهب الرياضية الشابة وتكوينها: :

يتم هذا عن طريق إجراء منافسات بين المدارس داخل الولاية حيث يتم الفرق التابعة إلى المدارس (الرياضة المدرسية) والتي يقدم لها المساعدات المادية والتجهيزات بالإضافة إلى التأمين وكل ما يلزمها قدر المستطاع ثم وضع

الرقابة على هته الفرق أثناء المنافسة واختيار العناصر الموهوبة وتكوين فريق واحد يضم خيرة الموهوبين والمشاركة به داخل التراب الوطني (جهوي، وطني) ويقوم هذا المكتب في هذه الحالة بالإعانة ماديا وماليا.....الخ .  
بالإضافة إلى كل المتطلبات (ألبسة،كرات،.....الخ.) وهذا كله تحت إشراف المديرية.

### 6-1-3 - مكتب الجمعيات الرياضية والتظاهرات الرياضية

- ◀ دراسة وضعية الجمعيات والنوادي الرياضية، كما يسهر على ضمان نشاط النوادي والرابطات الرياضية.
- ◀ يسهر على ضبط الإحصائيات المنبثقة على نشاط النوادي.
- ◀ يسهر على برمجة أيام إعلامية وتكوينية لفائدة رؤساء النوادي، أمناء المال، المسيرين...
- ◀ يسهر على تقديم النصوص القانونية الجديدة (كيفية تقديمها)
- ◀ متابعة ومراقبة نشاط النوادي والرابطات الرياضية.
- ◀ متابعة النتائج المحصل عليها من طرف النوادي الرياضية.
- ◀ السهر الدائم على تطبيق النصوص القانونية.
- ◀ تسير شؤون النوادي والرابطات الرياضية وفقا للنصوص القانونية.
- ◀ استقبال دائم مخصص للرؤساء والمسيرين للنوادي والجمعيات.

#### عند بداية الموسم:

- ◀ يقوم المكتب بالإشراف ومراقبة النوادي والرابطات وذلك من خلال زيارات ميدانية والعمليات التقييمية.
- ◀ عمليات مراقبة دورية مع إجبارية الوثائق المحاسبية والمالية.
- ◀ في حالات استثنائية طارئة،تقوم الحركة الجمعوية بمعالجتها.
- مثل: عدم تسوية وضعية النادي الرياضي.

#### عند نهاية الموسم:

تحدد فترة لعقد الجمعيات العامة العادية وهم الأعضاء الواردة أسمائهم في المادة(15) كما أن قائمة أعضاء الجمعية العامة غير ثابتة وهم كالتالي:

- ◀ الأعضاء المؤسسين.
- ◀ الأعضاء المشرفين.
- ◀ أعضاء المكتب الحالي للنادي.
- ◀ أعضاء المكاتب الفروع الرياضية المتخصصة.
- ◀ التأطير التقني.

- ◀ التأطير الإداري المكلف بمهام التنظيم والتسيير.
  - ◀ التأطير الطب الرياضي.
  - ◀ الأعضاء المنتخبين للجنة الأنصار.
  - ◀ الممثلين المنتخبين للرياضيين البالغين لكل فرع رياضي.
  - ◀ المدير المنهجي للنادي.
  - ◀ المدير التقني للفرع الرياضي.
  - ◀ المدير التقني للفرع الرياضي.
  - ◀ ممثلون منخرطون المنتخبون من قبل زملائهم.
- كما أن هناك عدة جهات تسهر على سير مكتب الجمعيات الرياضية:
- ◀ مديرية التنظيم الشؤون العامة (مكتب الجمعيات).
  - ◀ مكتب الجمعيات على مستوى كل دائرة من الولاية.
- ملاحظة خاصة بالمكتب: خلال الاعتماد لنادي رياضي تجب أن تقوم المديرية بإبداء رأي (توفر الشروط الواردة في القانون بالمسير الرياضي).

#### - في نهاية الموسم الرياضي:

- يتم تقديم التقرير المالي والأدبي يعتمد على البرنامج المسطر من طرف النادي (الأهداف المسطرة)، وضمن دراستي تحصلت على الإحصائيات التالية:
- 250 نادي رياضي نشط.
  - 21 رابطة رياضية.
  - 01 رابطة جامعية.

كل نادي ينخرط في رابطة وهذا العدد غير ثابت بسبب انسحاب بعض النوادي في منتصف الموسم الرياضي.

#### التموين:

يتم عن طريق لجنة تقنية تدرس كيفية توزيع الإعلانات تعتمد على مقاييس:

- ◀ قطاع الرياضة (الإعلانات).
- ◀ مستوى النادي.

- ◀ عدد الفروع.
  - ◀ عدد الممارسين.
  - ◀ الإنتماء إلى أقطاب التنمية (الملاكمة، السباحة، كرة القدم، الطائرة..).
  - ◀ توفر عددا لفروع النسوية.
  - ◀ الأولويات المحددة من الوزارة.
- هذا المشروع يقدم إلى أعضاء مجلس الصندوق الولائي لترقية مبادرة الشباب الرياضية، ويتكون مجلس الصندوق الولائي من:

- ◀ الرئيس (الوالي).
  - ◀ أمانة صندوق مديرية الشباب والرياضة.
  - ◀ البلدية (كل بلدية تمويل الصندوق الولائي ب04%).
  - ◀ مراكز الإعلام وتنشيط الشباب.
  - ◀ الحركة الجمعوية الشبابية والرياضية (02 شباب/02 رياضة)
  - ◀ الديوان المتعدد الرياضات للولاية opow
  - ◀ عضو المجلس الشعبي الولائي.
- وبعد المصادقة على المشروع تقدم ملفات وفقا للقوانين السارية المفعول.
- 6-1-3-1-1- كيفية انتخاب الجمعية العامة التأسيسية للنادي الرياضية:**

يجب أن يكون عدد الأعضاء لا يقل عن 15 عضو أي 15 فما فوق ويجب أن يكونوا بالغين ويكونوا ذوي الجنسية الجزائرية ولا يجب أن يكون لهم سوابق عدلية وان يتمتعوا بكامل الحقوق المدنية طبقا للمادة 04 من القانون 90-31 المؤرخ في ديسمبر 1990 الخاص بالجمعيات الرياضية حيث يتم عقد جمعية عامة يتم انتخاب الرئيس الذي يشترط فيه أيضا أن لا يقل مستواه الدراسي عن الثالثة ثانوي وأعضاء المكتب.

**6-1-3-2- كيفية تجديد الهيئة القيادية للنادي الرياضي (أعضاء مكتب):**

عند انتهاء مدة العهدة للجمعية التي تتمثل غالبا في 04 سنوات إن لم تكن هناك أمور أخرى على سبيل المثال استقالة، وفاة..... الخ) لان أعضاء المكتب يمكن تعويضهم لكن الرئيس يجب إعادة انتخابه حيث تكون لجنة ترشيحات التي تتكون من 3 الى 5 اعطاء فقط ولا يجوز أن تترشح لأخذ المناصب (أعضاء المكتب) وتكون من الجمعية العامة للنادي ويدرسون ملفات المترشحين لرئاسة الجمعية ثم يقومون بعقد جمعية عامة انتخابية لتجديد الرئيس أو أعضاء المكتب حسب الحالة ،طبقا للقانون 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990.

**6-2-2- مصالحة نشاطات الشباب:**

**6-2-1- مكتب الاتصال وإعلام الشباب:**

- ◀ توصيل المعلومة للشباب في جميع الميادين (إعلام، توجيه، تنشيط، اتصال).
- ◀ يتصل مع جميع طبقات المجتمع عن طريق الجمعيات الشبانية.

◀ استقبال الشباب والجمعيات الشبانية وكل فئات المجتمع وتوجيههم وإعلامهم حيث يحتوي على نقطتين:  
**نقطة الإعلام:**

أي شاب يأتي إلى مركز الإعلام يجد المعلومات التي تهتمه، أي هدفها تقديم المعلومات والتوجيه. محاربة الآفات الاجتماعية والوقاية بصفة عامة يشمل تظاهرات ذات طابع وطني أو عالمي مثل الاحتفال ب: 07 أفريل الذي يمثل اليوم العالمي للصحة، 01 ديسمبر اليوم العالمي للسيدا، 16 أفريل يوم العلم... الخ كما تقوم بتنظيم أبواب مفتوحة في كل الميادين مثل: التكوين المهني، الشرطة، الدرك، مديرية النقل، الصحة، الحماية المدنية، حماية البيئة... الخ.

تدعيم الشباب بالمشاريع إلي تعطي لهم جميع المعلومات.

تتوفر الولاية على 39 نقطة إعلام تتواجد داخل دور الشباب، القاعات الرياضية.

**نقطة الاتصال:**

◀ يتم الاتصال عن طريق الملصقات والإعلانات والمطويات داخل الجمعيات على مستوى دور الشباب أما على مستوى المديرية فبالإتصال بالمكتب.

◀ يتم الاتصال أيضا عن طريق الدورات التكوينية للمربين في المسرح على الهواء الطلق في برامج تكوينية وهؤلاء المتكويين بدورهم يصلون الأفكار إلى الشباب.

◀ الاتصال عن طريق نقاط الإعلام التي تتوزع على تراب الولاية في دور الشباب و القاعات الرياضية.

**6-2-2- مكتب البرامج الاجتماعية والتربوية وتسليية الشباب:**

كان يسمى ب\*مكتب التظاهرات الثقافية والعلمية الوطنية للشباب\* ومن مهامه:

◀ تشجيع الشباب والمواهب على مستوى المؤسسات في الميدان الفني كالرسم، الموسيقى، الفنون الغنائية، الأعمال الدرامية الخاصة بالمسرح.

◀ التمثيل النشاطات العلمية مثل الإعلام الآلي، الانترنت، التصوير على الكاميرا، الإبداع والابتكار، نشاطات الاتصال، النشاط الرياضي الترويحي، كرة الطائرة، التنس، نشاطات الهواء الطلق، النزاهات وخرجات البحر..... الخ.

◀ السير وفق البرنامج الوزاري في تطبيق النشاطات المسموحة.

◀ حوصلة البرامج (النشاطات التي تقترحها الجمعيات الشبانية ) وإعادة صياغتها حسب القانون وإرسالها إلى الجهات الرسمية.

◀ الحوصلة السنوية تكون في 12/31/.....م من كل سنة.

◀ في حالة عدم إعداد برنامج من طرف الجمعيات الشبانية يرسل إليهم تذكير.

◀ يجب أن ترسل البرامج شهرا قبل الموعد (المناسبة) من اجل الدراسة وإرسالها إلى الجهات المعنية.

◀ تقديم حوصلة النتائج بعد أسبوع من المناسبة إلى الجهات المعنية.

### 6-2-3 - مكتب مشاريع الشباب وترقية الحركة الجمعوية:

من مهامه إعلام وتوجيه الجمعيات الشبانية حسب اختصاصها إذ تتعامل مديرية الشباب والرياضة مع الجمعيات الشبانية على أساس الملف وبرنامج نشاطات موجهة للشباب وعلى هذا الأساس يتم دراسة هذا الملف المقدم من الجمعية من طرف رئيس المكتب ويتم اقتراح مبلغ مالي خاص لتغطية هذا البرنامج أمام أعضاء الصندوق الولائي لترقية مبادرة الشباب والممارسات الرياضية، الشرط الأساسي المطلوب هو اعتماد الجمعية ودون اعتماد الجمعية الغير قانونية، ويتم العمل المشترك بين الجمعية ومديرية الشباب والرياضة على أساس عقد، ولهذا العقد شروط يجب احترامها من كلا الطرفين وفي نهاية الموسم يتم تشكيل ملف من تقرير أدبي ومالي من طرف محافظ الحسابات.

عدد الجمعيات المتعاملة مع القطاع حوالي 75 جمعية ثقافية واجتماعية ويتم تدعيم هذه الجمعيات ببرنامج تكويني للتسيير المالي والإداري و يتم تسيير ومتابعة الجمعيات وفقا للقانون 90\_31 المسير للجمعيات الشبانية ودورها الإداري البيداغوجي الإعلامي التوجيهي.

تكلف الدواوين بالاتصال مع الهيئات المعنية والحركة الجمعوية، لاسيما بما يأتي:

◀ تنظيم النشاطات الاجتماعية والتربوية والثقافية ونشاطات التسلية اتجاه الشباب وتنشيطها وتسييرها.

◀ تنظيم تظاهرات ثقافية وعلمية .

◀ تقديم المساعدة التقنية للشباب لإنجاز مشاريعهم.

◀ المساهمة في ترقية التدابير المعدة لفائدة الطفولة.

◀ تشجيع لقاءات، الشباب في إطار المبادلات الوطنية والدولية والزيارات ودراسات الوسط.

◀ وضع في متناول الشباب المعلومات التي من شأنها توجيههم وتسهيل إدماجهم في الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

◀ تنظيم أعمال الوقاية العامة والتربية الصحية، الإصغاء النفساني لفائدة الشباب وتطويرها.

◀ القيام بكل التحقيقات والدراسات وسبر الآراء المرتبطة بمجال تدخلها.

◀ تطوير النشاطات الجوارية والمساهمة في ترقية الحركة الجمعوية في أوساط الشباب ومرافقتها.

- ◀ إعداد بنك للمعطيات يحتوي على المعلومات التي يمكن أن تهم الشباب في كل ميادين الحياة الاجتماعية ووضع نقاط إعلام عبر كل مؤسسات الشباب.
  - ◀ تنفيذ كل تدبير يمكن من تطوير الإعلام والاتصال اتجاه الشباب بالتنسيق مع القطاعات الأخرى.
  - ◀ ضمان سير مجموع مؤسسات ومنشآت الشباب وتسييرها وصيانتها وحفظها.
  - ◀ ضمان تسيير كل المنشآت المرتبطة بنشاطات القطاع التي قد تسندها إليها الوصية.
  - ◀ تطوير المبادلات مع دواوين مؤسسات الشباب الموجودة في الولايات الأخرى.
  - ◀ احتضان تربيصات التكوين والتجمعات وكذا العروض والأشغال والأداءات المرتبطة بموضوعها.
- 6-3-3 - مصلحة الاستثمارات والتجهيزات:**

**6-3-1 - مكتب المنشآت والتجهيزات الرياضية والاجتماعية:**

من مهام هذا المكتب:

- ◀ **المتابعة:** تقوم المصلحة التقنية بمتابعة جميع المشاريع المسجلة من طرف الوزارة الخاصة بالولاية حيث تكون:
  - 1- متابعة إدارية: تتمثل في تسوية الوضعيات، وتسوية الصفقات.
  - 2- متابعة ميدانية وإدارية:
- \***العملية:**
- ◀ تأتي عن طريق مقرر يحتوي على اسم العملية، رقمها، مكانها، كلفتها، سنة التسجيل.
- ◀ اختيار الأرضية التي سيقام عليها المشروع: هناك لجنة مسئولة عن اختيار الأرضية مع تسجيل محضر مع جمع كل التوقيعات.
- ◀ الالتزام بالمقرر: عن طريق بطاقة التزام تبعث للمراقب المالي للولاية الذي يسجل العمليات.
- ◀ اختيار مكتب الدراسات: من أجل دراسة ومتابعة المشروع عن طريق مناقصة وطنية مفتوحة عبر الجرائد الرسمية.
- ◀ إعداد صفقة من طرف مكتب الدراسات (دفتري الشروط): يكون مطابق لأحكام قانون الصفقات العمومية يتم إرساله إلى لجنة الصفقات العمومية المتواجدة على مستوى الولاية.
- ◀ يتم اختيار المقاول لإنجاز: عن طريق مناقصة وطنية مفتوحة، ثم يعطي له أمر ببداية الأشغال، تقوم بمتابعة ميدانية للمشروع مع التنسيق مع المصالح المعنية (مكتب الدراسات، المصلحة التقنية للولاية)، تقوم المصلحة بتسديد وضعيات الأشغال الشهرية عن طريق خزينة الولاية وبعد انتهاء الأشغال يتم استلام المشروع عن طريق استلام محضر مؤقت مع الحفاظ ب 05% نكفاه المبلغ الإجمالي للصفقة لاقتطاع الضمان ويتم الاستلام النهائي بعد سنة من الاستلام المؤقت.

- ◀ التأمين العشري(ترك الأموال في البنك من طرف المقاول): فهو المسئول عن المشروع خلال 10 سنوات كما تحتوي هذه المصلحة على:
  - ◀ مكتب الإحصائيات.
  - ◀ مكتب الالتزامات: له علاقة مع المراقب المالي.
  - ◀ مكتب الصفقات: هل هي قانونية أو غير قانونية.
  - ◀ مكتب التسديدات: يقوم بإعداد بطاقات الدفع.
  - ◀ مكتب المتابعة الميدانية.
- حتى يتم تسجيل مشروع في مكان ما يجب أن يأخذ بعين الاعتبار الكثافة السكانية، عدد الجمعيات الموجودة، النشاط الممارس، حالة المنشآت الموجودة حسب حجم المشروع وكلفة الإنجاز .

### 6-3-2- مكتب التقييس والصيانة:

- ◀ مراقبة القطاعات والمركبات وغيرها من ناحية الترميم والأجهزة.
- ◀ إقامة الترميمات اللازمة.
- ◀ توفير الأجهزة الناقصة أو الغير الموجودة.
- ◀ يقوم بتحديد نفقات التجهيز.
- ◀ يقوم بتحديد نفقات التسيير.
- ◀ كل النفقات الأخرى الضرورية لسير التجهيز وإنجاز أهدافه.
- ◀ يعمل على إحصاء الهياكل القابلة للترميم قصد إعادة ترميمها.
- ◀ يقوم بالمتابعة الميدانية لأشغال الترميم.
- ◀ يقوم بمناقصة وطنية قصد تعيين مقاول للإنجاز والترميم.
- ◀ يحدد تاريخ الإنجاز مع احترام مدة الإنجاز.
- ◀ احترام المواعيد المحددة للإنجاز وعدم التأخر في الأشغال واستلامها في الفترة المحددة.
- ◀ ضمان تسيير كل منشآت الشبكية المرتبطة بنشاطات القطاع التي قد تسندها إليه السلطة الوصية.
- ◀ ضمان سير مجمع مؤسسات ومنشآت الشباب وتسييرها وصيانتها وحفظها.
- ◀ يمكن أن تتصل باللجنة التقنية للتنسيق وأن تستعين بكل شخص من شأنه أن يساعدها في أشغالها.

**6-3-3- مكتب الإحصائيات والبرامج و التقييم:**

- ◀ تقوم بإحصاء جميع المنشآت الشبانية والرياضية المتواجدة على مستوى الولاية يشمل نوعية المؤسسة والحالة البنوية ويهدف هذا الإحصاء إلى معرفة العجز الناقص على مستوى الولاية.
- ◀ الحالة البنوية للمؤسسة من حيث الجودة،القدم،النظافة،كما تقوم المصلحة بإعداد بطاقات فنية خاصة بالأشغال اللازمة من اجل ترميم هذه المنشآت وتجهيزها،تقوم المصلحة بإعداد تقرير يوجه إلى الوزارة الوصية(وزارة الشباب والرياضة) من اجل الدعم المالي لإصلاح هذه المنشآت وتجهيزها من جهة ومن جهة أخرى برمجة مشاريع جديدة لفائدة الولاية من أجل تغطية العجز على مستوى الولاية.
- ◀ تقام إحصائيات من طرف المديرية ثم يدع إلى الوزارة بهدف الحصول على مبالغ لإنجاز المشاريع.
- ◀ تناقش هذه الاحتياجات والطلبات على مستوى الوزارة الوصية في عملية تسمى أعمال التحكم، يأخذ بعين الاعتبار الكثافة السكانية حسب المنطقة(كبرها أو صغرها).

**6-4-4- مصلحة التكوين وإدارة الوسائل:**

**6-4-1- مكتب المستخدمين والتكوين:**

- ◀ تسيير الحياة العلمية والمهنية للموظفين في المسار المهني.
  - ◀ العمال على مستوى الولاية من ناحية الترقيات بصفة عامة.
  - ◀ العطل المرضية.
  - ◀ يشرف بصفة غير مباشرة مع المؤسسات المتواجدة عبر الولاية، مثل هياكل الشباب والرياضة، القاعات والمركبات.
  - ◀ إجراء شهادات العمل.
  - ◀ السيرة العلمية.
  - ◀ الخصومات.
  - ◀ توجيه الإنذارات والعقوبات والتوبيخ والتشجيع.
  - ◀ فتح مسابقات التوظيف عن طريق الإشهار في الجرائد.
  - ◀ استقبال الملفات يكون على مستوى الإدارة والتكوين.
- كما يمكن القول أن له علاقة وطيدة مع مختلف المكاتب والمصالح الأخرى، علاقة عملية تتعلق بسير الحياة المهنية للعمال بما فيها الشهادة العلمية والعطل والسيرة العملية، بالإضافة إلى عملية متابعة وتنسيق العمل مثل تسيير الموارد البشرية.

أما فيما يخص جدول الترقية فيتضمن المعلومات التالية:

الاسم واللقب: ..... الدرجة القديمة: ..... التاريخ: .....  
الصف: ..... الدرجة الجديدة (الحالة): ..... الرتبة: ..... المدة: .....  
رصيد الأقدمية: ..... الرقم الاستدلالي: .....

#### 6-4-2- مكتب الميزانية ومتابعة إعانات ومساعدة الجمعيات:

- ◀ تسيير رواتب العمال الشهرية والمخلفات في الترقية في الدرجات والوظائف والرتب وهذا بالتنسيق المباشر مع مكتب الموارد البشرية والمراقب المالي أمين الخزينة.
- ◀ اتصال بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي مع الدفع الشهري (تصريح بالاشتراك شهريا)، حالة الدخول والخروج بالنسبة للموظفين (تقاعد، استدعاء، توقيف، توظيف جديد).
- ◀ علاقة مع مديرية الضرائب فيما يخص الضريبة على الدخل الفردي.
- ◀ علاقة مع تعاضديه عمال التربية التي تقوم بالعمل المكمل للضمان الاجتماعي 80% تعاضديه، 20% (علاج مجاني للمنخرطين) اختياري.
- ◀ كل موظف يشترك بنسبة 01% من الأجر الخام بالنسبة للتعاضدية.
- ◀ تسوية مختلف الفواتير الاستهلاكية (سولغاز، الجزائرية للمياه، البريد والمواصلات، التأثيث، الصيانة، تمويل النشاطات الثقافية والمنازعات)، ونل هذه التسويات تدرج وفق ميزانية مقسمة إلى أبواب ومواد، وكل باب مقسم إلى مواد مثال:
- \*الباب 11\_31 متعلق برواتب الموظفين.
- \*الباب 12\_31 متعلق بالعلاوات والمنح.
- وكل باب يتفرع إلى مواد وعددها (34)

حيث ترسل في نهاية كل شهر حصيلة النفقات الشهرية إلى الوزارة المعنية بحيث تكون هذه الحصيلة مصادق عليها من طرف أمين الخزينة (حالة الاستهلاك).

#### 6-4-3- مكتب الوسائل العامة:

\* مكتب التكوين: يقوم هذا المكتب ب:

- ◀ تزويد المترشحين بالمعلومات اللازمة.
- ◀ تسهيل عملية البحث والتربص.

- ◀ متابعة المتربصين ميدانيا.
- ◀ الإشراف على المتربصين.
- ◀ تسهيل عملية التكوين بالنسبة للشباب.
- ◀ استقبال المتكولين والمتربصين
- ◀ -1-3-4- مكتب الموزع الهاتفي:

**\* خارجيا:**

- ◀ استقبال المكالمات الهاتفية من المؤسسات الخارجية التي لها تعاملات مع المديرية.
- ◀ الاتصال بالمؤسسات الخارجية التي لها علاقة بالمؤسسة.
- ◀ استقبال الرسائل عبر الفاكس خارجية وتسليمها شخصا الى المعني.

**\* الداخلي:**

- ◀ مسؤولية الاتصال داخل المصالح و المكاتب بإيصال الرسائل.
- ◀ توصيل الرسائل شخصا الى المعني في الحالات الطارئة.

**-7- ديوان المركب متعدد الرياضات :**

هي مؤسسات ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ويوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالرياضة، بحيث يكون مركز الديوان في مقر الولاية وأهم مهام الديوان تتمثل ف:

- ◀ المساهمة في ترقية الممارسات البدنية والرياضية وتطويرها وهياكل الاستقبال المكونة لممتلكات الديوان وتسييرها وصيانتها.
- ◀ ضمان صيانة المنشآت وتجهيزات الديوان وإنجاز كل أشغال البناء أو التهيئة أو التوسيع أو الدعم أو الترميم في هذا المجال أو التكليف بإنجازها.
- ◀ وضع وسائلها تحت التصرف قصد ضمان التحضير والتنظيم المادي والتقني لما يأتي:
- ◀ المنافسات والتظاهرات الرياضية المحلية والوطنية والدولية التي تجري داخل المنشآت الرياضية للديوان.
- ◀ التدريبات والتدابير التحضيرية للرياضيين.
- ◀ تعليم التربية البدنية والرياضية والمستويات الأخرى للممارسات البدنية والرياضية.
- ◀ تكوين الرياضيين وكذا مستخدمي التأطير وتحسين مستواهم وتجديد معارفهم.
- ◀ المساهمة في تنمية الممارسات لرياضية وترقيتها ضمن مدارس الرياضة عن طريق وضع الوسائل والهياكل تحت تصرفها.
- ◀ تنظيم التظاهرات والعروض الرياضية وترقيتها.

**1-7 - التنظيم والتسيير:**

**1-1-8 - القسم الأول: مجلس الإدارة**

يسير الديوان مجلس إدارة ويديره المدير ويتشكل من:

- ◀ الوالي أو ممثله رئيسا.
  - ◀ رئيس المجلس الشعبي الولائي أو ممثله.
  - ◀ مدير الشباب والرياضة في الولاية.
  - ◀ رئيس أمن الولاية أو ممثله.
  - ◀ مدير الحماية المدنية أو ممثله.
  - ◀ أمين الخزينة في الولاية أو ممثله.
  - ◀ رئيس المجلس الشعبي البدي لمقر الولاية أو ممثله.
  - ◀ مدير مركز إعلام الشبيبة وتنشيطها.
  - ◀ ثلاث ممثلين (03) من الرابطات الرياضية المتواجدة على مستوى الولاية.
  - ◀ يجب أن يكون لممثل الوالي رتبة مدير ولائي على الأقل.
  - ◀ يشارك مدير الديوان في اجتماعات مجلس الإدارة بصوت استشاري، ويتولى أمانته.
  - ◀ يمكن لمجلس الإدارة أن يستعين بكل شخص كفاء من شأنه أن يساعده في أشغاله
- كما يعين أعضاء مجلس الإدارة لمدة ثلاث (03) سنوات بقرار من الوالي بناء على اقتراح من السلطات التي ينتمون إليها وفي حالة انقطاع عضوية أحد أعضائه يتم استخلافه حسب الأشكال نفسها ويخلفه العضو المعين الجديد حتى انتهاء مدة العضوية، ويجتمع مجلس الإدارة في دورة عادية مرتين (02) في السنة على الأقل بناء على استدعاء من رئيسه وفي دورة غير عادية إما بمبادرة من رئيسه وإما بطلب ثلثي الأعضاء أو بطلب من السلطة الوصية ولا تصح مداوات مجلس الإدارة إلا بحضور نصف أعضائه على الأقل وإذا لم يكتمل النصاب يجتمع مجلس الإدارة بعد ثمانية (08) أيام ويتداول مهما يكن عدد الأعضاء الحاضرين.
- ترسل محاضرات الاجتماعات إلى السلطة الوصية خلال ثمانية أيام.

ويتداول مجلس الإدارة على الخصوص ما يلي:

- ◀ التنظيم والنظام الداخليين للديوان.
- ◀ آفاق تنمية الديوان.
- ◀ البرامج والحصيلة السنوية لنشاطات الديوان.
- ◀ مشاريع ميزانيات الديوان وحساباته.

- ◀ أعمال التكوين لفائدة المستخدمين.
- ◀ مشاريع العقود والاتفاقيات والصفقات التي يلتزم بها الديوان.
- ◀ التقرير السنوي عن النشاط والحساب الإداري وحساب التسيير التي يقدمها مدير الديوان.
- ◀ الهبات والوصايا.
- ◀ مشاريع اقتناء الأملاك المنقولة والعقارية أو التصرف فيها أو تبادلها.
- ◀ الإجازات والامتيازات الخاصة بالاستغلال.
- ◀ مشاريع القروض.
- ◀ تسعير الخدمات التي يؤديها الديوان.

### 7-1-2-1- القسم الثاني:

**المدير:** يعين مدير الديوان بقرار من الوزير المكلف بالرياضة بناء على اقتراح من الوالي وتنتهى مهامه حسب الأشكال نفسها، كما يساعد في مهمته رؤساء الأقسام ورؤساء الوحدات الذين يعينهم مدير الديوان ويكلف مدير الديوان بما يأتي:

- ◀ يضمن حسن سير الديوان.
  - ◀ يبرم جميع الصفقات والاتفاقيات والعقود في إطار المعمول به.
  - ◀ يمثل الديوان أمام العدالة وفي جميع أعمال الحياة المدنية.
  - ◀ يمارس السلطة السلمية على جميع المستخدمين.
  - ◀ يقترح التنظيم النظام الداخلي للديوان.
  - ◀ يحضر اجتماعات مجلس الإدارة ويتولى تنفيذ مداولاته.
  - ◀ يعد التقرير السنوي عن النشاط ويرسله إلى الوزير الوصي بعد موافقة مجلس الإدارة عليه.
  - ◀ يعد مشاريع الميزانيات وبرامج النشاطات الحسابات الإدارية والمالية للمؤسسة ويخوض تحت مسؤوليته وإمضائه إلى مساعديه الرئيسيين.
- ينظم الديوان في أقسام ووحدات:

**القسم:** هيكل يتكفل بالنشاطات المرتبطة بتسيير الديوان وسيره العام، يسيره رئيس القسم. **الوحدة:** هيكل يتكفل بالنشاطات التي تجريف في إطار منشآت رياضية واحدة تهدف خصوصا إلى ضبط كيفية التنظيم المادي والتقني للتظاهرات الرياضية والتدريب الرياضي واقتراح كل المشاريع قصد تحقيق مردودية أمثل لمنشآت الديوان ويسيرها رئيس وحدة.

يضم تنظيم الديوان ما يلي:

- ◀ قسم الإدارة المالية.
- ◀ قسم الصيانة وتقييم المنشآت والتجهيزات.

◀ وحدات حسب المنشآت الرياضية.

### 7-1-3- القسم الثالث: ( أحكام المالية)

تقدم ميزانية الديوان التي يحضرها المدير إلى مجلس الإدارة للتداول بشأنها وتعرض بعد ذلك على الوزير الوصي ووزير المالية للموافقة عليها. وتشتمل ميزانية الديوان على باب الإيرادات وباب للنفقات.

### 7-1-3-1- باب الإيرادات:

إعانات التجهيز والتسيير التي تخصصها الدولة والجماعات المحلية و المؤسسات والهيئات العمومية أو الخاصة.

حصة من الموارد الخاصة بالتظاهرات الرياضية التي تجري في منشآت الديوان والتي يحدد مبلغها بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالرياضة والوزير المكلف بالمالية والوزير المكلف بالداخلية والجماعات المحلية.

\_ الحاصل الناتج عن أداء الخدمات والإشهار.

\_ الهبات والوصايا.

\_ كل الإيرادات الأخرى ذات الصلة بهذا الديوان.

### 7-1-3-1- باب النفقات:

◀ نفقات التسيير.

◀ نفقات التجهيز.

◀ كل النفقات الأخرى الضرورية لتحقيق الأهداف المخولة للديوان.

### 8- ديوان مؤسسات الشباب:

لقد تحول مركز إعلام الشبيبة وتنشيطها موضوع المرسوم التنفيذي رقم 90\_235 المؤرخ في 11 صفر 1411 هـ الموافق لـ 01 سبتمبر 1990. على ديوان مؤسسة الشباب للولاية وأما هذا الديوان فهو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتوضع تحت وصاية وزير الشباب والرياضة ويتولى تنفيذ برامج الإعلام والاتصال الإصغاء والتنشيط الاجتماعي والتربوي والإدماج في أوساط الشباب وكذا تسيير مؤسسات الشباب التي تشكل ممتلكاتها وصيانتها وحفظها.

ويتكلف الديوان بالاتصال مع الهيئات المعنية والحركة الجمعوية بما يلي:

◀ تنظيم النشاطات الاجتماعية والتربوية والثقافية ونشاطات التسلية اتجاه الشباب وتنشيطها وتسييرها.

◀ تنظيم نشاطات الهواء الطلق والسياحة التربوية لشباب وتشجيعها.

- ◀ تنظيم تظاهرات ثقافية وعلمية.
  - ◀ تقديم المساعدة التقنية للشباب لإنجاز مشاريعهم.
  - ◀ المساهمة في ترقية التدابير المعدة لفائدة الطفولة.
  - ◀ تشجيع لقاءات الشباب في إطار المبادلات الوطنية والدولية والزيارات ودراسات الوسط.
  - ◀ وضع في متناول الشباب المعلومات التي من شأنها توجيههم وتسهيل إدماجهم في الميادين الاجتماعية و الاقتصادية والثقافية.
  - ◀ تنظيم أعمال الوقاية العامة والتربية الصحية والإصغاء النفساني لفائدة الشباب وتطويرها.
  - ◀ القيام بكل التحقيقات والدراسات وسبر الآراء المرتبطة بمجال تدخلها.
  - ◀ تطوير النشاطات الجوارية والمساهمة في ترقية الحركة الجمعوية في أوساط الشباب ومرافقتها.
  - ◀ ضمان سير مجموع مؤسسات ومنشآت الشباب وتسييرها وصيانتها وحفظها.
  - ◀ تطوير المبادلات مع دواوين مؤسسات الشباب الموجودة في الولايات الأخرى.
  - ◀ احتضان تربصات التكوين والتجمعات وكذا العروض والأشغال الأداءات المرتبطة بموضوعها التنظيم والسير.
- يسير كل ديوان مجلس إدارة ويديره مدير ويزود بلجنة تقنية للتنسيق، يحدد التنظيم الداخلي للديوان بقرار وزاري مشترك بين وزير الشباب والرياضة ووزير المالية والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية ولهذا التنظيم نجد:

#### 8-1- مجلس الإدارة:

يرأسه الوالي ويتشكل من:

- ◀ مدير الشباب والرياضة أو ممثله.
- ◀ مدير التكوين المهني للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير التشغيل للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير النشاط الاجتماعي للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير الصحة والسكان للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير الشؤون الدينية والأوقاف للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير الثقافة للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير التربية للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير البريد للولاية أو ممثله.
- ◀ مدير السياحة للولاية أو ممثله.
- ◀ ممثل المجلس الشعبي الولائي، مقر الديوان.

- ◀ مدير ديوان المركب المتعدد الرياضات للولاية أو ممثله.
  - ◀ ممثل الوكالة الوطنية لتسليية الشباب.
  - ◀ ممثل واحد عن معهد تكوين إطارات الشبيبة والرياضة الموجودة بالولاية.
  - ◀ ممثل مؤسسة جامعية الموجودة بالولاية.
  - ◀ ممثل واحد عن الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب.
  - ◀ ممثل اللجنة التقنية للتنسيق للديوان.
  - ◀ ممثلان منتخبان عن الجمعيات الناشطة في ميدان الشبيبة الموجودة بالولاية.
  - ◀ ممثل واحد منتخب من مستخدمي الديوان.
- يشارك مدير الديوان في اجتماعات مجلس الإدارة بصوت استشاري ويضمن أمانته، يمكن لمجلس الإدارة أن يستعين بكل شخص من شأنه أن يساعده في أشغاله وفي حالة غياب الوالي يرأس مدير الشباب والرياضة مجلس الإدارة.
- كما يتداول مجلس الإدارة في إطار التنظيم المعمول به لا سيما بما يلي:

- ◀ النظام الداخلي للديوان
- ◀ آفاق تطوير الديوان
- ◀ البرامج والحصيلة السنوية لنشاطات الديوان.
- ◀ مشاريع الميزانية وحسابات الديوان
- ◀ أعمال التكوين لفائدة مستخدمي الديوان
- ◀ مشاريع توسيع الديوان أو تهيئته.
- ◀ العقود والاتفاقات وصفقات الديوان.
- ◀ مشاريع اقتناء أو إيجار العقارات.
- ◀ التقرير السنوي عن النشاط والحساب الإداري وحساب التسيير المقدم من مدير الديوان.
- ◀ الهبات والوصايا.
- ◀ يدرس مجلس الإدارة كل إجراء من شأنه تحسين سير الديوان وتشجيع إنجاز أهدافه.

## 2-8- المدير:

يرأسه مدير الذي يقوم بالسهل على توزيع المهام، حيث يمثل الديوان أمام العدالة وفي جميع أعمال الحياة المدنية

- ◀ يضمن تسيير الديوان.
- ◀ ينفذ مداولات مجلس الإدارة .
- ◀ يبرم كل الصفقات والاتفاقيات والعقود.

- ◀ يفوض تحت مسؤوليته إمضاءه إلى مساعديه الرئيسيين .
  - ◀ يمارس السلطة السلمية على مجموع مستخدمي الديوان .
  - ◀ يعين مستخدمين في إطار القوانين الأساسية التي تسيروهم في المناصب التي لم تقرر طريقة أخرى للتعيين فيها.
  - ◀ يعد النظام الداخلي للديوان ويعرضه على مجلس الإدارة ليوافق عليه.
  - ◀ يعد البرنامج والتقرير السنوي عن النشاطات ويرسلهما إلى الوزير الوصي بعد موافقة مجلس الإدارة عليهما.
- والمدير هو الأمر بصرف ميزانية المؤسسة.

### 8-3- اللجنة التقنية للتنسيق:

إن للديوان لجنة تقنية يرأسها المدير تتشكل مما يلي:

- مسؤول عن كل مصلحة للديوان .
- خمسة (05) رؤساء لجان بيداغوجية لمؤسسات الشباب يعينهم مدير الشباب والرياضة بناء على اقتراح من مدير الديوان .

يمكن للجنة التقنية للتنسيق أن تستعين بكل شخص من شأنه أن يساعدها في أشغالها.  
تحدد قواعد سير اللجنة التقنية للتنسيق في نظامها الداخلي الذي يوافق عليه مجلس الإدارة .

### 9- مؤسسات الشباب :

تعد مؤسسات الشباب ذات طابع اجتماعي تربوي وتسلية تابعة للديوان وهي مخصصة لتنظيم أوقات فراغ الشباب ويشغلها بصفة نافعة في إطار مهام الديوان ويجب أن يكون مؤطروا النشاطات بمؤسسات الشباب مؤهلين وحائزين شهادة معترف بها من الدول ضمن الشروط المحددة في التنظيم المعمول به.

ومؤسسات الشباب المنصوص عليها هي:

1. دور الشباب.
2. بيوت الشباب.
3. القاعات المتعددة الخدمات للشباب.
4. مخيمات الشباب
5. المركبات الرياضية الجوارية.

9-1- مهام مؤسسات الشباب:

- ◀ تكلف دار الشباب باستقبال جمهور من الشباب في فضاءات نشاطات ملائمة لتعرض عليهم خلال أوقات فراغهم تنشيطا اجتماعيا تربويا وعلميا وتكلف بيت الشباب بالعمل على تطوير و ترقية حركية الشباب والسياحة التربوية للشباب .
- ◀ وبالإضافة إلى هذا فإنه يحدد شروط و كفاءات تصنيف بيوت الشباب والمصادقة عليها بقرار من وزير الشباب والرياضة بالاتصال مع الهيئات المعنية .
- ◀ تخصيص القاعة المتعددة الخدمات للشباب لضمان نشاطات اجتماعية تربوية و علمية و مسلية اتجاه الشباب أثناء أوقات فراغهم في الوسط الريفي والحضري
- ◀ يخصص مخيم لاستقبال الأطفال و المراهقين و الشباب خلال أوقات فراغهم وتنظيم نشاطات تسلية تربوية وسياحية لفائدتهم ، و تكتسي أنشطة مخيم الشباب طابعا دائما ، كما يمكن أن يتخذ مخيم الشباب في الموسم الصيفي مكانا لتنظيم مراكز للعطل والتسلية للشباب طبقا للتنظيم المعمول به.
- ◀ يخصص المركب الرياضي الجوّاري لا سيما لتقدير تنشيط جوّاري لشباب الأحياء والمدن من خلال ممارسة النشاطات الرياضية والاجتماعية والثقافية، وتتجز مؤسسات الشباب بمساهمة مالية من الدولة، و يجب أن تبني وفق نموذجية تأخذ في الحسبان معايير تحدد بمقدار من وزير الشباب والرياضة.
- ◀ يمكن أن تكون مؤسسات الشباب المنصوص وأشكال تحدد بالاشتراك بين وزير الشباب و الرياضة الجارية داخل مؤسسة الشباب عن طريق اتفاقية إلى ممارسة النشاطات الرياضية و الاجتماعية و الثقافية. عن طريق اتفاقية بين جمعية أو عدة جمعيات تختص في نشاطات الشباب وفق شروط وكفاءات تحدد بقرار من وزير الشباب والرياضة.
- ◀ يمنع كل إجراء لتغيير وجهة أو طبيعة مؤسسات الشباب.
- ◀ أما في إطار أهداف تطوير قطاع الشباب والرياضة فيجب أن يأخذ إعداد برامج نشاطات التنشيط والتسلية لمؤسسات الشباب في الحسبان احتياجات و تطلعات الشباب، والفضاءات والمقرات المتوفرة و التأطير البيداغوجي وخصوصيات المنطقة والبيئة، و تصادق المصالح المعنية لوزارة الشباب والرياضة على هذه البرامج.
- ◀ الالتحاق بمؤسسات الشباب مفتوح لكل الشباب والأطفال دون تمييز في ظل احترام أحكام النظام الداخلي النموذجي الذي يسيرها، يجب أن تجري النشاطات في مؤسسات الشباب بصفة مستمرة كل أيام الأسبوع بما في ذلك أيام العطل .
- ◀ يجب على منخرطي مؤسسات الشباب و الأطفال أن يكونوا حائزين على بطاقة، ويجب عليهم استيفاء حقوق الانخراط في مؤسسات الشباب طبقا للأحكام المقررة في التنظيم الداخلي للمؤسسة.
- ◀ يجب على كل شاب الاستفادة الأداءات التي يقدمها بيت الشباب، الحصول على بطاقة الانضمام إلى بيت الشباب تعدها الجمعية الوطنية المكلفة بحركة بيوت الشباب وتحدد سعرها.

- ◀ تستفيد الجمعية الوطنية المكلفة بحركة بيوت الشباب من قسط من ناتج بين بطاقات الانضمام لبيت الشباب يدفعه مستغل بيت الشباب.
  - ◀ يدير كل مؤسسة لشباب مدير يعين طبقا لتنظيم المعمول به.
  - ◀ تظم مؤسسة الشباب زيادة عن ذلك فريقا بيداغوجيا و مستخدمين اداريين ومستخدمي المصلحة يوظفون ضمن الشروط المقررة في القوانين والتنظيمات المعمول بها .
  - ◀ تساعد مدير المؤسسة لجنة بيداغوجية تكلف بدراسة ما يلي:
  - ◀ تنظيم سير المؤسسة.
  - ◀ المشروع التربوي للبرامج و حصائل النشاطات .
- مؤسسات الشباب الموجودة على مستوى الولاية إحدى التسميات المذكورة في الفقرة السابقة.

#### **1-9 - مهام مؤسسات الشباب:**

- ◀ تكلف دار الشباب باستقبال جمهور من الشباب في فضاءات نشاطات ملائمة لتعرض عليهم خلال أوقات فراغهم تنشيطا اجتماعيا تربويا وعلميا وتكلف بيت الشباب بالعمل على تطوير و ترقية حركية الشباب والسياحة التربوية للشباب .
- ◀ وبالإضافة إلى هذا فإنه يحدد شروط و كفاءات تصنيف بيوت الشباب والمصادقة عليها بقرار من وزير الشباب والرياضة بالاتصال مع الهيئات المعنية .
- ◀ تخصيص القاعة المتعددة الخدمات للشباب لضمان نشاطات اجتماعية تربوية و علمية و مسلية اتجاه الشباب أثناء أوقات فراغهم في الوسط الريفي والحضري
- ◀ يخصص مخيم لاستقبال الأطفال و المراهقين و الشباب خلال أوقات فراغهم وتنظيم نشاطات تسلية تربوية وسياحية لفائدتهم ، و تكتسي أنشطة مخيم الشباب طابعا دائما ، كما يمكن أن يتخذ مخيم الشباب في الموسم الصيفي مكانا لتنظيم مراكز للعطل والتسلية للشباب طبقا للتنظيم المعمول به.
- ◀ يخصص المركب الرياضي الجوّاري لا سيما لتقدير تنشيط جوّاري لشباب الأحياء والمدن من خلال ممارسة النشاطات الرياضية والاجتماعية والثقافية، وتتجز مؤسسات الشباب بمساهمة مالية من الدولة، و يجب أن تبني وفق نموذجية تأخذ في الحسبان معايير تحدد بمقدار من وزير الشباب والرياضة.
- ◀ يمكن أن تكون مؤسسات الشباب المنصوص وأشكال تحدد بالاشتراك بين وزير الشباب و الرياضة الجارية داخل مؤسسة الشباب عن طريق اتفاقية إلى ممارسة النشاطات الرياضية و الاجتماعية و الثقافية. عن طريق اتفاقية بين جمعية أو عدة جمعيات تختص في نشاطات الشباب وفق شروط وكفاءات تحدد بقرار من وزير الشباب والرياضة.

- ◀ يمنع كل إجراء لتغيير وجهة أو طبيعة مؤسسات الشباب.
- ◀ أما في إطار أهداف تطوير قطاع الشباب والرياضة فيجب أن يأخذ إعداد برامج نشاطات التنشيط والتسليية لمؤسسات الشباب في الحسبان احتياجات و تطلعات الشباب، والفضاءات والمقرات المتوفرة و التأطير البيداغوجي وخصوصيات المنطقة والبيئة، و تصادق المصالح المعنية لوزارة الشباب والرياضة على هذه البرامج.
- ◀ الالتحاق بمؤسسات الشباب مفتوح لكل الشباب والأطفال دون تمييز في ظل احترام أحكام النظام الداخلي النموذجي الذي يسيرها، يجب أن تجري النشاطات في مؤسسات الشباب بصفة مستمرة كل أيام الأسبوع بما في ذلك أيام العطل .
- ◀ يجب على منخرطي مؤسسات الشباب و الأطفال أن يكونوا حائزين على بطاقة، ويجب عليهم استيفاء حقوق الانخراط في مؤسسات الشباب طبقاً للأحكام المقررة في التنظيم الداخلي للمؤسسة.
- ◀ يجب على كل شاب الاستفادة الأداءات التي يقدمها بيت الشباب، الحصول على بطاقة الانضمام إلي بيت الشباب تعدها الجمعية الوطنية المكلفة بحركة بيوت الشباب وتحدد سعرها.
- ◀ تستفيد الجمعية الوطنية المكلفة بحركة بيوت الشباب من قسط من ناتج بين بطاقات الانضمام لبيت الشباب يدفعه مستغل بيت الشباب.
- ◀ يدير كل مؤسسة لشباب مدير يعين طبقاً لتنظيم المعمول به.
- ◀ تظم مؤسسة الشباب زيادة عن ذلك فريقاً بيداغوجياً و مستخدمين اداريين ومستخدمي المصلحة يوظفون ضمن الشروط المقررة في القوانين والتنظيمات المعمول بها .
- ◀ تساعد مدير المؤسسة لجنة بيداغوجية تكلف بدراسة ما يلي:
- ◀ تنظيم سير المؤسسة.
- ◀ المشروع التربوي للبرامج و حصائل النشاطات .
- ◀ توظيف بعض الفئات من المستخدمين .
- ◀ تحدد تشكيلة وسير اللجنة في نظامها الداخلي المعد طبقاً لنظام داخلي نموذجي يحدد بقرار من وزير الشباب والرياضة.

## 9-2- الأحمال المالية:

يعد المدير ميزانية الديوان ويعرضها على أساس مجلس الإدارة للتداول بشأنها، ثم يرسلها الى وزير الشباب والرياضة ووزير المالية للموافقة عليها، وتشمل ميزانية الديوان على بابين:

## 9-2-1- باب الإيرادات:

◀ الإعانات التي تمنحها الدولة.

- ◀ المساهمات المحتملة للجماعات المحلية والمؤسسات أو الهيئات العمومية.
- ◀ مبلغ مشاركة الشباب في مصاريف التكوين.
- ◀ حاصل انخراط الشباب.
- ◀ مساهمة الصندوق الولائي لترقية مبادرات الشباب و الممارسات الرياضية.
- ◀ الهبات والوصايا.
- ◀ إنجازات الديوان.
- ◀ كل الإيرادات الأخرى التي لها علاقة بموضوع الديوان.

### 2.2.9 باب النفقات:

- ◀ نفقات التسيير.
  - ◀ نفقات التجهيز.
  - ◀ كل النفقات الأخرى الضرورية لسير الديوان وإنجاز أهدافه.
- 10- الموارد البشرية لمديرية الشباب والرياضة لولاية برج بوعرييج:**

### 1-10- المستخدمين:

العدد الإجمالي للموظفين في القطاع إلى غاية 31 ديسمبر 2023 حوالي 502 موظف موزعة على مجموعات:

- ◀ الأسلاك المشتركة: 179.
- ◀ البيداغوجية: 178.
- ◀ التقنية: 10.
- ◀ صحة وشؤون عامة: 21.
- ◀ العمال المهنيون: 37.
- ◀ المفتشين: 01.
- ◀ المتعاقدين: 76.

### 10-2- الوظائف الإدارية لإدارة الموارد البشرية:

**10-2-1- الوظيفة الإدارية:** تهتم بترتيب الوثائق و متابعة الملفات إبتداء من التوظيف حتى مرحلة التقاعد و هذا عن طريق تسوية وضعيات الموظفين في مجال الترقية و الحركات التقليدية .

**10-2-2- وظيفة التكوين:** تهتم هذه الوظيفة بتقديم برامج للتدريب النظري و التنظيمي و التي تمس أحيانا الإطارات التربوية .

**10-2-3- وظيفة الأجور:** تهتم هذه الوظيفة بمتابعة أجور العمال و هذا من خلال طريقة إعداد بطاقة الراتب لكل عامل و دفع الأجور في وقتها المناسب.

**10-2-4- الوظيفة البيداغوجية:** هناك مصالح تعمل عللا إنجاز برامج نشاطات الشباب كما تعمل على نشر سياسة الوزارة في مجال التنشيط الثقافي و التربوي و الرياضي في أوساط الشباب.

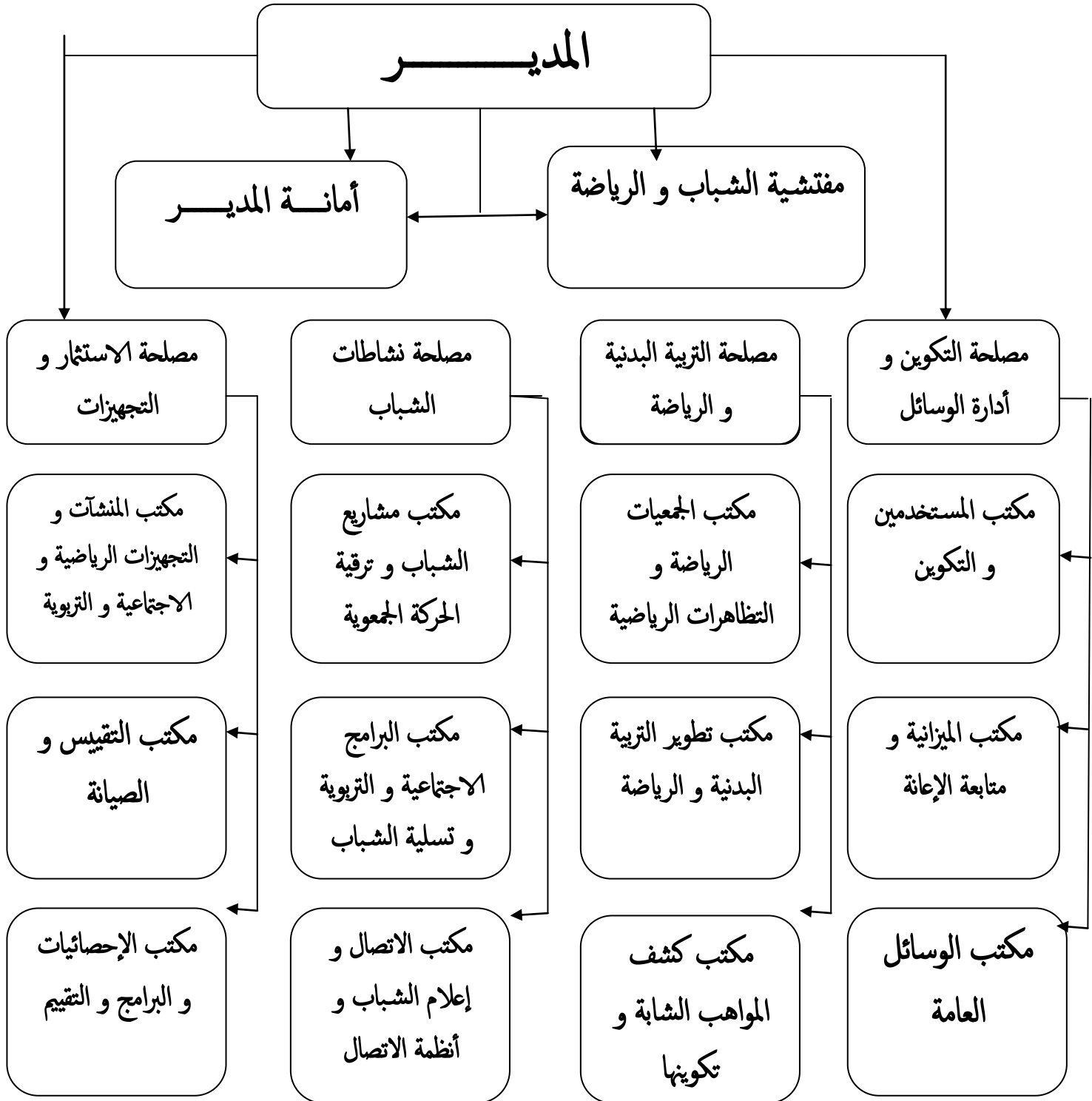
**10-2-5- وظيفة الرقابة والتفتيش والمتابعة و التوجيه:**

يتم هذا النشاط من طرف مفتشية الشباب و الرياضة التي تعمل على :

التفتيش و الرقابة الإدارية و المالية لمؤسسات تنشيط الشباب و الموظفين العاملين بها .  
ضمان تطبيق إجراءات التسيير الإداري و المالي و قواعد في مؤسسات تنظيم و تنشيط الشباب طبقا للتنظيم المعمول به .

مساعدة مؤسسات الشبيبة و هيئاتها لتطبيق التسيير الإداري و المالي.

## الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب والرياضة لولاية برج بوعريريج:



## تحليل البيانات وتفسيرها

انطلاقاً من الإشكالية المطروحة في هذا البحث نسعى إلى تحليل وتفسير جميع البيانات والمعلومات التي تحصلنا عليها والمتعلقة بالعلاقة العامة الالكترونية في المؤسسة، وكذا المعلومات المتحصل عليها من خلال بعض المطويات التي تعتمد عليها المؤسسة، وكذا تصفحنا لمختلف مواقع المؤسسة، وعليه قمنا بتقسيم هذه المرحلة التحليلية وفقاً لثلاثة محاور رئيسية :

### المحور الاول : العلاقات العامة الالكترونية

#### التحليل:

وفقاً للجدول رقم 01 المشار إليه في الملاحق إلى أنه من خلال الدراسة الميدانية ومن خلال المقابلات التي أجريناها على مسيري المؤسسة المبحوثة، فقد صرح معظمهم أن المؤسسة تعتمد على العلاقات العامة الرقمية في عملها ويتضح ذلك من خلال استخدام المؤسسة للوسائط الرقمية للعلاقات العامة وهذا بغرض تحسين صورة المؤسسة والتعريف بها للجمهور الخارجي حيث سهلت هذه الوسائط عملية التواصل والتفاعل والتي شكلت حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها، وكذا تفعيل الاتصال بين موظفي المؤسسة عبر الوسائط الرقمية للعلاقات العامة حيث يتواصل مختلف الموظفين بما فيهم رؤساء المصالح ورؤساء المكاتب مع بعضهم البعض عن طريق مجموعات عبر المواقع المختلفة للمؤسسة، كذلك تستخدم في التواصل والتفاعل مع الجمهور الخارجي للمؤسسة، حيث تعتمد المؤسسة بالدرجة الأولى على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتبر وسيلة من وسائل العلاقات العامة الرقمية حيث تنتشط المؤسسة عبر موقع الفيسبوك من خلال الصفحة الرسمية لها، أين تفتح هذه الأخيرة المجال أمام الفرد مع المؤسسة من خلال إرسال الرسائل وإيصال مختلف انشغالاته واستفساراته.

تقوم العلاقات العامة بوظائف متعددة في المؤسسة محل الدراسة أبرزها وظيفة الإعلام أين تقوم بإعلام المواطنين والجهات المختلفة بمختلف المعلومات والمستجدات كما تشمل تنسيق الاتصالات مع وسائل الاعلام ، و تنظيم الفعاليات الخاصة بالقطاع و الفعاليات العامة ، و ادارة العلاقات مع الجمهور و لمجتمع المحلي و تطوير استراتيجيات الاتصال و الترويج للأنشطة الرياضية و الشبانية كما و قد تشمل أيضا التنسيق مع الجهات الحكومية و المنظمات الاخرى لتنفيذ المشاريع المشتركة و الحملات التوعوية

تعتمد مديرية الشباب و الرياضة وسائل اتصالية أهمها وسائل الإعلام وعلى رأسها إذاعة برج بوعرييج الجهوية، حيث أنها على تواصل دائم مع صحافيي الإذاعة وهذا لنشر كل ما هو مستجد وكل نشاط خاص بالمديرية بغرض إيصال ونشر المعلومات لكافة المواطنين والجهات المختلفة، كما تعتمد على الإعلانات والملصقات كإعلان عن دورات تكوينية

وغيرها، هذا بالنسبة للاتصال الخارجي أما الاتصال الداخلي فهي تعتمد بالدرجة الأولى على الاتصال المباشر، ومنه فالعلاقات العامة تسعى لتحقيق أهداف أساسية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة أهمها بناء صورة حسنة عن المؤسسة، إضافة إلى مواجهة الأزمات فهي تستخدم الوسائل الالكترونية للعلاقات العامة التي بدورها تساعد على تسهيل مهمة حل ومواجهة الأزمة، في الحالات الممكنة، وحسب قدراتها كما أن للمديرية تفاعلية بينها وبين جمهورها الخارجي وهذا عبر مختلف الدعائم الاتصالية المستخدمة من طرفها.

#### المحور رقم (02) : الخدمات العمومية المؤسسة

##### التحليل:

من بين الخدمات التي تقدمها المؤسسة هي :

معلومات الفعاليات : نشر التفاصيل الفعاليات القادمة على مواقع التواصل الإجتماعي و الموقع الإلكتروني للمديرية، مما يسهل على الجمهور الوصول إليها والمشاركة فيها.

التواصل المباشر: توفير وسائل للتواصل المباشر مع الجمهور مثل البريد الإلكتروني و الفايسبوك.

المشاركة المجتمعية: تشجيع المشاركة المجتمعية عبر منصات التواصل الإجتماعي .

تعزيز التفاعل: إطلاق إستطلاعات الرأي عبر الإنترنت لجمع آراء الجمهور حول الفعاليات الماضية وتحديد مجالات التحسين المحتملة.

هذه الخدمات تعتمد على إستخدام الوسائل الإلكترونية

ومنه فالوسائل الاتصالية الأكثر تأثيرا في تحسين الخدمة العمومية هي الراديو بما أن المديرية تقوم بين حصص أسبوعية توعوية تحسيسية عبر الراديو الجهوي برج بوعريج، وكذا الأنترنت من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت كوسائل اتصال حديثة تفاعلية فورية متعددة الاستعمالات، لذا تركز المديرية على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من التركيز عليها في الميدان خاصة عبر موقع الفيسبوك الصفحة الرسمية للمديرية)، عندما تروج للحملة وتنشرها يقوم فرد آخر أو مجموعة ما بإعادة نشرها في مجموعة أخرى، وبالتالي تصل الرسالة إلى أكبر عدد من الجمهور المتلقي، فجمهور مواقع التواصل الاجتماعي أكبر بكثير من الجمهور في الميدان.

ضف إلى ذكر استخدام واتساب وأنستغرام وتويتر للتفاعل والتواصل مع الولايات الأخرى، بالإضافة إلى اليوتيوب فأنشأت قناة على اليوتيوب وذلك بنشر فيديوهات وصور، وتقديم نصائح وإرشادات، وحملات تحسيسية.

وعليه يمكن القول أن هذه الوسائل الاتصالية تساهم فعليا في تحسين خدمات المؤسسة، وساهمت في تغييرها من المرحلة التقليدية إلى المرحلة الحديثة.

من بين المشاكل التي تعترض تقديم الخدمات بالمديرية أنها تعاني من نقص في التأطير، ووجود عامل واحد في كل مكتب مما يسبب مشكلة تعدد المهام ونقص اليد العاملة، ويعود ذكر لعدم توفر الإمكانيات، وعدم تقبل الجمهور للخدمات المقدمة خاصة الجديدة منها، وهناك بعض الصعوبات أحيانا في التعامل من طرف المؤسسة مع الجمهور، وكذلك عدم تحقيق جميع الاحتياجات والرغبات.

### المحور رقم (03) : أهمية دور العلاقات العامة الرقمية في الخدمة العمومية

#### التحليل:

من خلال الدراسة الميدانية ومن خلال المقابلات التي أجريناها على مسيري المؤسسة المبحوثة، فقد صرح معظمهم أن المؤسسة تعتمد على وسائل العلاقات العامة الالكترونية من أجل التفاعل والتواصل مع جماهير المؤسسة ويتضح ذلك من خلال:

استخدام المؤسسة للشبكات الاجتماعية والتي أصبحت من الضروريات لكل مؤسسة باعتبار أن هذه الشبكات باتت بمثابة شرايين الحياة للبقاء على تواصل دائم مع جماهير أما بالنسبة لمجالات تدخل العلاقات العامة الرقمية في أداء الخدمة العمومية نجد: توصيل المعلومات والتكوين والإقناع وهذا ما يدل على أن المديرية تقدم خدمات متنوعة ومتعددة وحسب كل خدمة يتم تدخل العلاقات العامة الرقمية وذلك من أجل توصيل المعلومات اللازمة وتفعيل مختلف الخدمات المقدمة تواجه نشاط العلاقات العامة الالكترونية عدة عقبات هي عدم مواكبة التكنولوجيات الحديثة وضعف الإمكانيات وقلة الكفاءة من جيل العاملين القدامى وذلك لتعودهم على العمل بالطريقة القديمة وعدم التمكن الجيد من استخدام الوسائل الرقمية للعلاقات العامة الناتج عن عدم القيام بدورات تكوينية، وهذا ما تم التصريح به، كما أن المديرية لا تولي الاهتمام الكبير بهذا المجال أي مجال العلاقات العامة، وهذا ما تم ملاحظته خلال دراستنا لتكليفها نقص سرعة تدفق الأنترنت التي هي من بين أهم العقبات وهذا ما أكده لنا المكلف بالإعلام بالمديرية والتي تحول في كثير من الأحيان إلى تأخير الكثير من الأعمال والمهام، لتأتي في المرحلة الأخيرة النقد السلبي وغير البناء الذي تتعرض له المديرية فيفضلون عدم الرد لتقادي النزاعات لأن بعض التعليقات سب وشتم وإهانات

وتشهير، تسعى إلى تشويه سمعة المؤسسة بشكل جائر على مواقع التواصل الاجتماعي.

المؤسسة حيث تنشط هذه الأخيرة عبر موقع الفيسبوك من خلال الصفحة الرسمية للمديرية أين تفتح هذه الأخيرة المجال للتواصل والتفاعل مع الجمهور الخارجي تنشر المواضيع والأخبار المختلفة وكذا استقبال الرسائل ومختلف انشغالات واستفسارات الجمهور الخارجي.

كذلك لدى المؤسسة صفحة رسمية على الانستغرام يتم النشر عليها والتواصل من خلالها، وحسب التوضيحات التي أفادنا بها المكلف بالإعلام بأنه يتم بتفعيل الاتصال بين موظفي المؤسسة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي فيتم التواصل مع الولايات الأخرى وكذا مجموعة من المكلفين بالإعلام عبر كل الولايات.

بالإضافة إلى أن المديرية لديها موقع بريد الكتروني وهذا راجع إلى أن موقع الأنترنت لكل مؤسسة يعتبر الواجهة الأساسية لها وبمثل الناطق الرسمي باسمها لاحتوائه على المعلومات والتصريحات الموثوقة، وأيضا على معلومات عن خدمات المؤسسة فهو أيضا يحتوي على روابط الشبكات الاجتماعية وأرقام الهواتف وهذا سهل للمؤسسة عملية التفاعل بالإضافة إلى استخدامه من قبل المكلف بالإعلام للتواصل مع الصحافة عن طريق نشر معلومات وأخبار وغيرها.

أكد مسيري المؤسسة محل الدراسة بأن وسائط العلاقات العامة الرقمية قد أحدثت تغييرا كبيرا في التواصل مع الجمهور الخارجي من خلال تقديم المعلومات لجمهور المؤسسة بطريقة فيها اختصار للوقت ومحاولة التقرب منهم وتبادل الخبرات والمعارف ونستنتج أن المؤسسة تعمل على إرضاء الجمهور الخارجي من خلال تحسين صورتها وإعطائها الطابع العصري والرقمي وأيضا المساعدة في تقديم المعلومات لجمهور المؤسسة بطريقة مختصرة وسريعة وكل هذا يؤكد أن خدمات المؤسسة جيدة وفي المستوى المطلوب وأيضا يبرهن على فعالية الوسائط الرقمية في أداء نشاط العلاقات العامة، مثلا في الحملات التحسيسية أصبح التركيز على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من التركيز عليها في الميدان خاصة عبر موقع فيسبوك (الصفحة الرسمية للمديرية) فعندما يروجون لفكرة عبر الصفحة يقوم أفراد آخرون بالتفاعل معها وإعادة نشرها وبالتالي تصل إلى أكبر عدد من الأفراد لأن جمهور مواقع التواصل الاجتماعي أكبر من الجمهور في الميدان وهنا نلمس التغيير الذي أحدثته الوسائط الرقمية للعلاقات العامة في التواصل مع الجمهور.

#### نتائج الدراسة:

انطلاقا من الإيمان العميق بأهمية جهاز العلاقات العامة الالكترونية قمنا بدراسة هذا الموضوع والتمثل في دور العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية، حيث اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج دراسة حالة الذي يهدف جمع المعلومات وتحليلها للوصول إلى نتائج الدراسة.

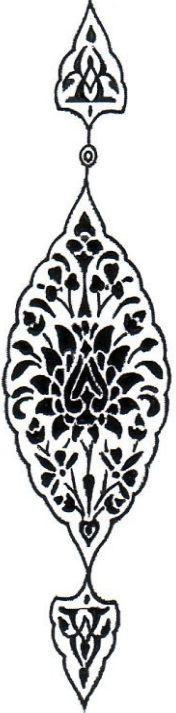
هي عرض لأهم النتائج المتوصل إليها :

- يوجد مكتب الاتصال والعلاقات العامة و له مكتب مستقل خاص به .
- يحتل مكتب الاتصال والعلاقات العامة مكانة هامة ضمن الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعرييج .

- يرى أغلبية الموظفين الموجودين بمديرية الشباب و الرياضة بأهمية وجود مكتب العلاقات العامة بالمؤسسة.

- يتحكم مدير الشباب و الرياضة في الصفحة الرسمية للمديرية على موقع الفيسبوك .
- يوجد موظف واحد يهتم مدير مكتب الاتصال والعلاقات العامة.
- تخصص المكلف بمكتب الاتصال والعلاقات العامة في المديرية هو الإعلام والاتصال.
- يقوم مكتب الاتصال والعلاقات العامة في مديرية الشباب و الرياضة برج بوعريريج بعدة مهام أهمها:
  - الإعلام والاتصال والعلاقات العامة.
  - تحسين صورة المؤسسة مع جمهورها الداخلي والخارجي مع الحفاظ على هذه الجماهير وكسب ثقتهم.
- تحضى العلاقات العامة للمديرية بأهمية كبيرة، لاعتباره عنصر فعالا وجسر للتواصل، وتعتمد على العديد من الوسائل الاتصالية لتحسين خدماتها العمومية، كما أنها تساعد على جمع المعلومات وتقديم الخدمات الجيدة، باعتبارها أحد الركائز المهمة والفعالة التي تهدف إلى رفع الأداء وتحسين الخدمات.
- لذا أغلب المسيرين في المؤسسة يعتبرون أن العلاقات العامة لها دور كبير في تحسين الخدمات العمومية باعتبارها محركا لمختلف أنشطة المؤسسة مع التأكيد على دورها في المساعدة على تلبية حاجيات الجمهور وتحقيق المنفعة العامة، من خلال تنمية معارفه وزيادة وعيه بتلك الخدمات العمومية المقدمة.
- تعد كل من شبكات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني أكثر وسائط العلاقات العامة تأثيرا أو مساهمة في تحسين الخدمات العمومية المقدمة.
- التركيز على مواجهة العوائق المؤثرة في العلاقات العامة (الإدارية منها والمادية) يؤدي إلى تحسين الخدمات المقدمة ويحلل على توصيل المعلومات اللازمة والإقناع بالمستجدات.

# خاتمة



### خاتمة

ومما سبق نستنتج أن الأنترنت خاصة مع ظهور وتطور الويب 2 استطاعت أن تؤثر بشكل إيجابي على مختلف الأنشطة الإدارية والاتصالية في المؤسسات بكل أنواعها، وخاصة أنشطة العلاقات العامة، مما أدى إلى ظهور العلاقات العامة الالكترونية التي أتاحت لممارسيها أساليب ووسائل جديدة لأداء مهامهم بشكل أفضل.

ونظرا لما لها من أهمية بالغة على مختلف الأصعدة، باعتبارها تقنية اتصالية تعتمد عليها المؤسسات من أجل تحسين خدماتها المقدمة والتواصل مع محيطها الخارجي عن طريق تحديد حاجاته ورغباته ثم وضع خطة شاملة ومتكاملة تكون قادرة على تحقيق الرغبات والحاجات وتحسين الخدمات المقدمة باستعمال العديد من الوسائط كشبكات التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني وغيرها وهي موجهة لتشجيع الجمهور وحثه على تقبل الخدمات.

ومن هنا قمنا بدراسة فعالية العلاقات العامة الالكترونية في تحسين مستوى الخدمة العمومية وذلك بربط تحسين الخدمات العمومية بالوسائط والتقنيات الحديثة للعلاقات العامة من أجل تحقيق المنفعة العامة والوصول إلى الأهداف المسطرة.

وقد تمكنت هذه الدراسة من الإجابة على التساؤل الرئيسي للبحث حيث أن للعلاقات العامة الالكترونية دورا إيجابيا كبير في تحسين الخدمات العمومية، وذلك لأهميتها البالغة في المؤسسة عامة وقطاع الخدمات خاصة وأن الوعي بأهميتها ودورها في تزايد مستمر يوم بعد يوم، وهذا ما يدفعنا إلى القول بأن هذا المجال سيعرف تطورا كبيرا في المستقبل وسيكون من أولوية كل مؤسسة في الجزائر بإنشاء قسم خاص بالعلاقات العامة يشرف عليه موظفون مختصون نظرا لتزايد المنافسة وظهور وتنوع خدمات عمومية جديدة، باعتبار أن مجال الخدمات هو مجال واسع، ولهذا سيضل هذا الموضوع محل لأي دراسة قادمة في المستقبل، لاعتبار أن الخدمات العمومية ثروة من ثورات القطاع.

إلا أن ظهور وتطور العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات الحديثة أصبح تحديا كبيرا أمام ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية، التي لا تزال تعاني من القصور في توظيف واستغلال الوسائل الالكترونية الهامة التي أتاحتها شبكة الأنترنت، مما أدى إلى ضعف المضامين الالكترونية وغياب التفاعلية فيها أو بطنها بين ممارسي العلاقات العامة الالكترونية وجمهور المؤسسة، مما أثر سلبا على فعاليتها ونجاحها، بسبب قلة الخبرات الفنية والتقنية لديهم، وعدم المخصصات المالية للمؤسسات، وعدم

وجود أو قلة المتخصصين في العلاقات العامة الالكترونية وغيرها من التحديات التي تقف عائقا أمام مواكبة هذه المؤسسات التطورات التكنولوجية الهامة في مجال الإعلام والاتصال.

فمن خلال الجانب التطبيقي للدراسة ومن خلال التقرب من مديرية الحماية المدنية بمدينة قالمة حاولنا تسليط الضوء على دور العلاقات العامة الالكترونية في تقنية الخدمة العمومية، أين توصلنا أن معظم وظائف العلاقات العامة الرقمية تتم عن طريق الوسائط الرقمية من خلال شبكة الأنترنت بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني وذلك للتفاعل المباشر وتحسين العملية الاتصالية مع الجمهور.

لكن تظل هناك بعض الصعوبات التي تعرقل ممارسة العلاقات العامة الرقمية كضعف الإمكانيات التكنولوجية ونقص سرعة تدفق الأنترنت وعدم القيام بدورات تكوينية للعاملين بالمؤسسات من أجل حسن استخدام هذه الوسائط.

وقد واجهتنا خلال بحثنا مجموعة من الصعوبات منها : ندرة المراجع المتخصصة في العلاقات العامة الالكترونية.

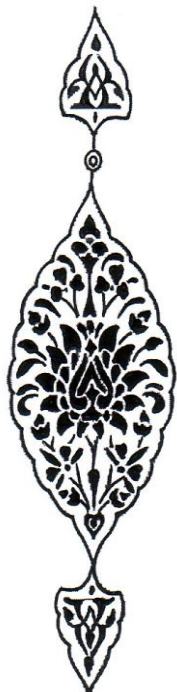
وكذلك عدم تفرقة بعض المراجع بين المصطلحات ما بين الإدارة الالكترونية والعلاقات العامة الالكترونية، كذلك ضيق الوقت والظروف الاستثنائية التي حصلت خلال فترة إجرائنا للبحث.

### التوصيات والاقتراحات:

من خلال دراستنا نقترح التوصيات الآتية:

- ضرورة أن تعتمد المؤسسة على العلاقات العامة الالكترونية ضمن مخططاتها التتموية من خلال سياسات واضحة والاهتمام بفعالية المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وتحديث محتواها، والتركيز على توفير التفاعلية عبرها مع مختلف جماهير المؤسسة.
- التنسيق والتعاون بين ممارسي العلاقات العامة والإدارة العليا والإدارات الأخرى في المؤسسة لتحديد المضمون الذي يعرض على مواقع الأنترنت.
- التدريب المستمر لممارسي العلاقات العامة على توظيف المستحدثات التكنولوجية التي تقيدهم في مجال عملهم بالاستعانة بالخبراء والمتخصصين.
- الاستعانة بتجارب المؤسسات الرائدة في مجال استخدام الأنترنت وتبادل الخبرات معها.
- تنظيم المؤسسة بالتنسيق مع المختصين ومختلف مؤسسات المجتمع لدورات تكوينية من أجل التوعية بأهمية تطبيقات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأثرها على وظائف العلاقات العامة.
- تعميق الدراسات حول الخدمة العمومية بغرض تفعيلها وتوسيع فائدتها. . إعطاء العلاقات العامة الالكترونية المكانة التي تليق بها من خلال توفير الإمكانيات المادية والمالية اللازمة.
- تكاتف جهود كل الأطراف الفاعلة بالمؤسسة من أجل تحسين الخدمات العمومية.
- توعية الموظفين والعاملين بمديرية الحماية المدنية حول الفائدة العملية للعلاقات العامة الالكترونية. وفتح آفاق جديدة للبحث في هذا المجال بعد التطرق لموضوعها لجوانب مهمة نقترح إدراج بعض المواضيع للدراسة، وعلى رأسها :
- فاعلية مواقع الأنترنت في العلاقات العامة.
- تأثير الفيسبوك على تمييز أداء الخدمة العمومية.

# قائمة المصادر والمراجع



### قائمة المصادر والمراجع:

#### قواميس والمعاجم

• أحمد زكري بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي فرنسي عربي، مكتبة بيروت، لبنان، 1993.

• محمد فريد محمود عزت، قاموس المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1984.

#### الكتب:

• أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة والإعلان، دار العالم العربي، القاهرة، 2010.

• أسامة السيد محمود وآخرون، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2010.

• أسامة كامل، محمد العريفي إدارة العلاقات العامة، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، البحرين 2006.

• جمال الزرن، المدونات الالكترونية وسلطة التدوين جامعة منوبة، تونس، 2003.

• حمدي قبيلات، قانون الإدارة العامة الالكترونية، القاهرة، دار للنشر والتوزيع، 2014.

• خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

• خيرت معوض ، محمد عياد اتجاهات العلاقات العامة نحو استخدام الانترنت، البحرين. دلال قاضي محمود البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي، دار حامد، عمان، 2008. سليمان المطاوي،

القانون الإداري، دراسة مقارنة، الجزء الثاني، الأردن

• سمير حسين، إدارة العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية، معهد الإدارة العامة للحقوق، السعودية 1991.

• عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2015

• عبد القادر برانيس تسويق الخدمات والخدمات العمومية، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2014.

• علاء عبد الرزاق، محمد حسين السالمي، الإدارة الالكترونية، عمان، دار وائل للنشر، 2006.

• عماد أحمد أبو شنب، الخدمات الالكترونية، الأردن، دار الكتاب الثقافي، جامعة اليرموك،

- فاتن سعيد يا مقلح، أساسيات نظم استرجاع المعلومات الالكترونية، مكتبة الفلك فهد الالكترونية، الرياض، 2006.
  - فؤادة عبد المنعم البكري، العلاقات العامة الالكترونية عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2018 فوزي شريطي مراد التدوين الالكتروني والإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن
  - ليلي فيلالي (دور الانترنت في تطوير عمل العلاقات العامة)، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة ، الجزائر.
  - ماجد راغب الحلو، علم الإدارة العامة الإسكندرية، منشأة المعارف، 2005.
  - محسن أحمد الحضيبي، التسويق المصرفي، أيزك للنشر والتوزيع، مصر، 1995. الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2016.
  - محمد زياد مخللاتي محمد علاء النجلوي، العلاقات العامة الالكترونية، كلية التجارة والاقتصاد، قسم التسويق، جامعة دمشق، 2010
  - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004. محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الإداري، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
  - مصطفى كافي، النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع 2011.
- المجلات والدوريات والمؤتمرات:**
- أحمد محمد الحسن العوض الإدارة الالكترونية، المفاهيم السمات، العناصر، المؤتمر العالمي الأول للإدارة الالكترونية، طرابلس، 2010.
  - بوعلام مخطط عمل الحكومة الجزائرية مجلة الجيش، العدد 611، جوان 2014.
  - التشريع الجزائري، مجلة آفاق العامية، المجلد 11، العدد 3، 28/05/2019
  - حاتم محمد عاطف ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد السادس، يناير /مارس 2015.
  - سعد عباس الخفاجي الحكومة الالكترونية الأبعاد النظرية وآليات التطلب، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية العدد، 23 بغداد الجامعة المستنصرية، 2010.

- سناء بولقواس الإدارة بالقيم كمدخل مفهوم الأداء في الخدمة العمومية وتجسيد الجودة، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد 03 قسم الحقوق، جامعة جيجل.
- عائشة قرة العلاقات العامة وتأثيرها في تحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات منظور حديث مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الثالث، جوان 2018
- عائشة قرة، إيناس رئيس الخدمة العمومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الخامس، نوفمبر/تشرين الثاني 2018
- عمر سدي، أحمد برادي دور الخدمات الإدارية الالكترونية في ترقية الخدمة العمومية في
- فائزة أحمد دسوقي، سياسات الخصوصية في محركات البحث، مجلة دراسات المعلومات، العدد 05، مصر، 2009.
- فهيمة سابح، الإدارة الالكترونية كآلية للتطوير الخدمة العمومية المحلية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 04 ديسمبر 2018.
- كريمة جلام، فعالية الحوكمة الالكترونية في ترقية الخدمة العمومية، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي العلمي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحوكمة الالكترونية 29/30 أكتوبر 2014 . كريمة لعربي، تحسين أداء الخدمة العمومية في الجزائر وفق مقاربة التسيير العمومي، مجلة آفاق العلمية، المجلد 11، العدد 3، 27/06/2019.
- محمد جياذ زين الدين توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركة، مجلة آداب الفراهيدي، العدد 27 كانون الثاني 2018.
- ناريمان - اسماعيل متولي، الانترنت والأطر البحثية في استرجاع المعلومات، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، العدد 21، مصر، 2004.
- ندي عبد الله العلاقات العامة الرقمية، مركز سمت للدراسات، الأحد 12 نوفمبر 2017. نعيمة سليمي، تنمية الفترات المؤسسية للخدمات العامة الأمنية نحو تحقيق تميز إداري رشيد للمؤسسة الأمنية الجزائرية مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد 1.
- نورة الزعبي العلاقات العامة الرقمية الوطن يومية الشاملة تفاعلية، الخميس 17 أفريل

### الرسائل والاطروحات:

- أحمد كريمة حاج محمد بشير، العلاقات العام وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسات الاتصالية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص إعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، 2017/2018.
- أمينة حماني، أثر الاتصالات التسويقية الالكترونية في استقطاب السياح، مذكرة ماجيستر، غير منشورة، جامعة الجزائر 2001 / 2012 .
- إيمان حمودة، حنان سفني، إسهامات الخدمة الالكترونية في تقريب الإدارة من الزبون، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص الاتصال والعلاقات العامة كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 45 قالمة، 2018/2019.
- بسمة منوار تطبيقات الإدارة الالكترونية في الغدارات العمومية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، 2017/2018.
- بلال وانيس المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر ، بسكرة 2013-2014
- بوبكر بن غوالي آليات تحسين ترشيد الخدمة العمومية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2016/2017
- حاكمي حمزة، إصلاح الخدمة العمومية في الجزائر ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص سياسات العامة والتنمية، جامعة مولاي الطاهر سعيدة 2015-2016
- خالد عبير ، زينب بن قيراط، واقع تفاعلية المؤسسة عبر الوسائط الرقمية وأثره في تحسين وظائف العلاقات العامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في الاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة 2017/2018
- الخنساء سعادي، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي، مذكرة ماجيستر، غير منشورة ، جامعة الجزائر 2005، 2006

- رزيقة لقصير دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2007.
- رقية منصوري، الخدمات المصرفية الالكترونية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013/2014.
- سمية بن طبولة سميرة ،رقام، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2013/2014.
- سمية بن طراد الإدارة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2014/2015.
- سيما هاني جير، زينة ماجد باكير استخدامات العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة مقدمة لنيل درجة البكالوريوس في تخصص العلاقات العامة والاتصال، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية قسم العلاقات العامة والاتصال، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2017/2018
- صالح يخالد، آليات تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، رسالة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص إدارة وتسيير الجماعات المحلية قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، دفعة 2017-2018
- صبيحة فلاني، سهيلة تونسي دور العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة الخدماتية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
- عالية بوياح، دور الأنترنت في مجال التسويق، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2011.
- عائشة قوادري، سارة شيروف دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية، مذكرة مقدمة للنيل شهادة الماستر في اتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة 8 ماي 45، قالمة، 2016-2017

- عبد الرزاق حمداني، تحسين الخدمة العمومية في الإدارة البلدية في التشريع الجزائري مذكرة مقدمة للنيل شهادة الماستر في قانون إداري كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة العربي التبسي، الجزائر، 2015/2016
  - عبد القادر براينس التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، دفعة 2006-2007.
  - عمار لوصيف، وسائل الدفع الالكترونية، مذكر لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة 2008-2009
  - الفاتح محمود المغربي التجارة الالكترونية مذكر لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة 2008-2009
  - فاطمة الزهراء مومنين، الخدمة العمومية الالكترونية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر علوم سياسية، تخصص تنظيم سياسي وإداري كلية الحقوق، 2013-2018
  - محمد الشايب، الحكومة الالكترونية كآلية لتوطيد التحكم الجيد (دراسة في تطبيقات العالم المتقدم والنامي)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص التنظيمات السياسية والإدارية كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2008/2009م.
  - محمد محجوب واقع الأرشفة الالكترونية في شركة زين للاتصالات، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية الآداب، جامعة الخرطوم، 2005
  - محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقي، مذكرة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012.
- مواقع الانترنت:

- <https://sneialites.bayt.com/fr/specialties/9/115994>
- <https://Maudoo.com/%09%85%9d%821>:
- <https://www.techopedia.com/definition/26940/1inledin-li> 28/01/2020-18:30
- <https://arm15:55..org/wiki12> جانفي 12

مراجع باللغة الأجنبية :

- Alfred Hermida twittering the News, the emergence of ambient journalism, journalism, practice, 2010, 300
- Dictionnaire Hachette Encyclopedique, 1995.
- Lamijet B.Sihem A.Dictionnaire encyclopedique des science de l'information et de la Communication Ellipses Paris, 1997.

الملاحق

الجدول رقم 01 : محور العلاقات العامة الالكترونية

السؤال	الإجابة
فيما تستخدم الوسائل الرقمية للعلاقات العامة للاتصال في المؤسسة؟	الإجابة كانت على النحو الآتي: الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة، والحصول على المعلومات والتواصل والتفاعل مع الجمهور الخارجي للمؤسسة. أيضا تستخدم في تحسين صورة المؤسسة وكذا عملية التسيير.
ماهي أبرز وظائف العلاقات العامة في المديرية؟	تقوم العلاقات العامة في المديرية بوظيفة: الإعلام، التكوين و التحسيس ، جمع المعلومات.
ما هي أهم الوسائل الاتصالية المستعملة طرفكم؟	وسائل الإعلام، الملصقات، الإعلانات الاتصال المباشر.
هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي؟	كانت كل الإجابات بنعم.
ما هي أهم الأهداف الأساسية التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟	اتفقت الإجابات على أن أهم الأهداف تمثلت في:بناء صورة ذهنية للمؤسسة، تزويد الجمهور بالمعلومات، إضافة إلى مواجهة الأزمات .

الجدول رقم 02 : محور الخدمات العمومية في المؤسسة

الاجوبة	السؤال
اتفقت الإجابات على أن أهم الخدمات هي: الإعلام، التحسيس، تعزيز ممارسة الرياضة في المجتمع، برامج تدريبية وفعاليات رياضية ومشاريع تطويرية للمرافق الرياضية ودعم الأندية الرياضية و الفعاليات الثقافية و الترفيهية للشباب.	ما هي أهم الخدمات التي تقدمها المؤسسة؟
جيدة	ما تقييمك للخدمات المقدمة من قبل جيدة المؤسسة؟
نعم	هل تسعى المديرية للتميز من خلال نعم خدماتها؟
الراديو الانترنت	ماهي الوسائل الاتصالية الأكثر تأثيرا في تحسين الخدمة العمومية؟
قلة الابتكار	ما هي المشاكل المهنية التي تعترض تقييمكم نقص التأطير للخدمات؟

الجدول رقم 03 : أهمية دور العلاقات العامة الرقمية في الخدمة العمومية

السؤال	الإجابة
ما هي وسائل العلاقات العامة الالكترونية المستخدمة للتفاعل والتواصل مع جمهور المؤسسة ؟	اتفقت الإجابات على أن الوسائل المستخدمة هي: الشبكات الاجتماعية البريد الالكتروني
هل أحدثت الوسائل الرقمية للعلاقات العامة تغييرا في التواصل مع جمهور المؤسسة؟	اتفقت الإجابات على هذا السؤال بأن الوسائل الرقمية للعلاقات العامة أحدثت تغييرا كبيرا في التواصل مع جمهور المؤسسة.
ماهي مجالات تدخل العلاقات العامة الرقمية في أداء الخدمة العمومية؟	مجالات تدخل العلاقات العامة أداء الخدمة العمومية الرقمية في أداء الخدمة العمومية هي: توصيل المعلومات. التكوين والإقناع.
برأيك ما هي العقبات التي تواجه فاعلية ونشاط العلاقات العامة الالكترونية خلال مؤسستكم؟	اتفقت الإجابات هنا على أن أهم العقبات التي تواجه فاعلية ونشاط العلاقات العامة الالكترونية في المديرية هي نقص الإمكانيات والوسائل التكنولوجية وكذا نقص تدفق الأنترنت بالإضافة التفاعل السلبي للجمهور الخارجي للمديرية.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة مقابلة حول موضوع

فعالية العلاقات العامة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية  
دراسة ميدانية بمديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعرييج -

مذكرة لنيل شهادة الماستر

إشراف الأستاذ:

إعداد الطلبة:

ملاحظة: معلومات هذه الاستمارة سرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، لذا نرجو  
منكم الإجابة بكل موضوعية.

في خانات الإجابة التي تعبر عن إجابتكم مع إمكانية اختيار أكثر من خانة. (X) ضع علامة  
\* شكرا لكم على المساهمة \*

السنة الجامعية: 2024/2023

## محور البيانات الشخصية:

1-الجنس: ذكر  أنثى

2-العمر:

من 20 سنة إلى 30 سنة

من 31 سنة إلى 41 سنة

من 42 سنة فأكثر

3- المستوى التعليمي:

متوسط

ثانوي

جامعي

تكوين مهني

4- التخصص الدراسي:

..... أخرى تذكر

5- سنوات نشاطك في المؤسسة:

أقل من 5 سنوات

من 5 إلى 12 سنوات

من 11 سنة فما فوق

## المحور الأول: العلاقات العامة الإلكترونية.

6- فيما تستخدم الوسائط الرقمية للعلاقات العامة في المؤسسة؟

الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة

الحصول على معلومات

عملية التسيير

التواصل والتفاعل مع الجمهور الخارجي للمؤسسة

تحسين صورة المؤسسة

..... أخرى تذكر

7- ما هي أبرز وظائف العلاقات العامة في المديرية؟

الإعلام بالخدمات

التكوين

التحسين

جمع المعلومات

..... أخرى تذكر

8- ما هي أهم الوسائل الاتصالية المستعملة من طرفكم؟

وسائل الإعلام

الملصقات

الإعلانات

الاتصال المباشر

..... أخرى أذكر

9- هل هناك تفاعلية مع الجمهور الخارجي للمؤسسة؟

نعم  لا

10- ما هي أهم الأهداف الأساسية التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها مع الجمهور

الخارجي للمؤسسة؟

بناء صورة ذهنية حسنة للمؤسسة

تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة عن المؤسسة

البقاء على تواصل مع جماهير المؤسسة

التعرف على احتياجات ورغبات الجماهير

مواجهة الأزمات

..... أخرى تذكر

المحور الثاني: الخدمات العمومية للمؤسسة.

11- ما هي أهم الخدمات التي تقدمها المؤسسة؟

البرامج التدريبية للشباب

الأنشطة الرياضية المختلفة

الدعم للأندية و الجمعيات

تنظيم البطولات و المسابقات الرياضية

12- ما تقييمك للخدمات المقدمة من قبل المؤسسة؟

جيدة  متوسطة  ضعيفة

13- هل تسعى المديرية للتميز من خلال خدماتها؟

نعم  لا

14- ما هي الوسائل الاتصالية الأكثر تأثيرا في تحسين الخدمة العمومية؟

التلفزيون

الراديو

الإنترنت

المطبوعات

..... أخرى تذكر

15- ما هي المشاكل المهنية التي تعترض تقديمكم للخدمات؟

نقص التأطير

سوء تقديم الخدمة

قلة الابتكار

قلة الخبرة والتكوين

ضعف المتابعة والتنسيق

..... أخرى تذكر

المحور الثالث: أهمية ودور العلاقات العامة الرقمية في الخدمة العمومية.

16- ما هي وسائل العلاقات العامة الإلكترونية المستخدمة للتفاعل والتواصل مع جمهور المؤسسة؟

الموقع الإلكتروني

الشبكات الاجتماعية

اليوتيوب

المدونات

البريد الإلكتروني

التطبيقات

أخرى تذكر: .....

17- هل احدثت الوسائط الرقمية للعلاقات العامة تغييرا في التواصل مع جمهور المؤسسة بشكل:

ضعيف  متوسطة  كبير

18- ما هي مجالات تدخل العلاقات العامة الرقمية في أداء الخدمة العمومية؟

توصيل المعلومات

تفعيل الخدمة

التكوين

الإقناع بالمستجدات

أخرى تذكر: .....

19- برأيك ما هي العقبات التي تواجه فاعلية ونشاط العلاقات العامة الالكترونية في تحسين

الخدمة العمومية من خلال مؤسساتكم؟

.....

.....

.....

.....



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة الشباب والرياضة  
ولاية برج بوعريريج  
مديرية الشباب والرياضة



بالتنسيق مع:

الرابطة الولائية للرياضة المدرسية

الرابطة الولائية لألعاب القوى



# سباق العدو الريفي للشباب والجماعات المحلية

المرحلة الولائية يوم 24 فيفري 2024

المرحلة البلدية يوم 13 فيفري 2024

# 2024

بمساهمة المجالس الشعبية البلدية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة الشباب و الرياضة  
الإتحادية الجزائرية لألعاب القوى



تحت الرعاية السامية للسيد والي ولاية برج بوعريريج  
مديرية الشباب و الرياضة لولاية برج بوعريريج  
الرابطة الولائية لألعاب القوى لولاية برج بوعريريج

**تنظم المهرجان الوطني المقراني الطبعة 33**

**بالتوأمة مع البطولة الوطنية الجامعية**

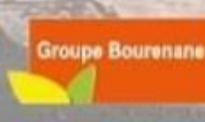
يوم 13 حانفي 2024 بمسلك غابة بومرقد إبتداء من الساعة 10 صباحا



APW BBA APC BBA



**Géant**  
ELECTRONICS



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة الشباب والرياضة



بالتنسيق مع جمعية بيت الشباب  
برج بوعريريج



ولاية برج بوعريريج  
مديرية الشباب والرياضة

تحت إشراف المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب - مدني سواحي - تقصراين

# تدريب منشطي مراكز الشباب لقضاء العطل و الترفيهه (درجة 01)

من 28 ديسمبر 2023 إلى 06 جانفي 2024  
بيت الشباب الإخوة دحمار - برج بوعريريج

تحت شعار: من أجل تكفل أفضل بأطفالنا





الإتحادية الجزائرية للجودو  
الرابطة الولائية للجودو برج بوعريريج



البطولة الجهوية  
أصغر



LE : 01 02 FÉVRIER

**BORDJ BOU ARRERIDJ 2019**

قاعة بغورة يونس







الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة الشباب والرياضة

ولاية برج بوعريريج

ديوان مؤسسات الشباب

مديرية الشباب والرياضة

الرابطة الولائية لنشاطات الشباب

تنظم

البطولة الولائية للسروبان  
والعاب الروبيك



2024/01/03  
12:00 - 9:00



القاعة المتعددة الرياضات  
"ضيافات السعيد"

لمعلومات اكثر



035 76 47 76  
07 70 70 73 32



LWAJ\_BBA@outlook.com



بمساهمة الاكاديمية الجزائرية  
للعمل الإنساني



تحت إشراف مديرية الشباب و الرياضة

لولاية بزو بوجيريج

وأكبر الحمادية

بالتشجيع من رابطة صليب للدرجات الهوائية

بجمعية التمارين الرياضية و الترفيه بجاية

النادي الرياضي للهواة المشكاة لبلدية الحمادية

تنظيم

سباق إستعراضى للدرجات الهوائية

لكل الفئات العمرية

وذلك يوم السبت 30 مارس 2019 على الساعة 09:00 صباحا

الإنطلاق يكون أمام محطة الحافلات ببلدية الحمادية

الأصناف

Masters +30 ans

Minimes 13 -14 ans

Benjamins 11 - 12

شروط المشاركة :

امتلاك دراجة هوائية واثني الهوائي

للتسجيل و الإستفسار يرجى الاتصال بالرقم

0672.13.99.87

الدعوة



جمعية الطموح العلمي للشباب  
برج بوعريرج

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة الشباب و الرياضة  
ولاية برج بوعريرج



مديرية الشباب و الرياضة  
ديوان مؤسسات الشباب



تنظيم

دورة مفتوحة في الشطرنج  
في طبعتها الثانية



سيحظى الفائزون بجوائز قيمة



دورة مفتوحة  
التسجيلات مفتوحة عبر المؤسسات  
الشبانية لبلدية برج بوعريرج  
أو عبر الرابط التالي

الإثنين

01/04/2024

02/04/2024

دار الشباب  
أحمد مصدق

بعد صلاة التراويح من الساعة 22:00 إلى غاية 00:00