

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



العلاقات العامة في المؤسسات

العمومية الجزائرية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : إتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

صاولي عبد المالك

إعداد الطالب:

بوشاكر محمد

العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة-أنموذجا

إعداد الطالب

بوشاكر محمد

شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص : إتصال وعلاقات عامة ،
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة 2010.

تقدم هذه المذكرة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص : إتصال وعلاقات عامة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
أشرف على مناقشة المذكرة : الأستاذ الدكتور صاوي عبد المالك.

-اسم رئيس لجنة المناقشة	الرتبة	الصفة	التوقيع
-اسم المشرف	الرتبة	الصفة	التوقيع
-اسم الممتحن	الرتبة	الصفة	التوقيع

تاريخ المناقشة: ./. /2020

إهداء

إلى من قال في حقهما المولى عز وجل
...واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني
صغيرا...)

إلى روح والدي الطاهرة...اسأل الله أن يتغمده برحمته ويسكنه فسيح
جناته.

إلى روح العزيمة وقلب المروعة... (أبا) ، إلى بحر الدفاء والأمان... (أما) ، إلى
من لبست عباءة الأب والأم جسدا واحدا ، إليك أيها الطود الشامخ الذي
أفنى عمره لأجلنا.....حبيبتي أمي.

أسأل الله أن يمدك الصحة وطول العمر.

إلى من علمني أن البداية كفاح والنهاية نجاح....إلى عائلتي الكريمة.
إلى روح المرح والشقاوة ريلام.

إلى من كانوا سندا لنا ، وفاضت أرواحهم إلى بارئها (عماد ، رضا ، أبو بكر
، بلال) نسأل الله أن يحشرهم في جناته.

إلى كل الأهل والأصدقاء.

إلى كل من سقط من قلبي سهوا.

اهدي ثمرة جهدي

شكر وتقدير

الحمد لله الذي قدر كل شيء فأحسن تقديره ، وابتلى الإنسان بما يسره ، وما يضره ليحسن في الحالتين شكره وصبره ، وجعل لعبده مما يكره أملا فيما يحب ، ومما يحب حاذرا مما يكره ، فسبحانه واهب النعم ، له الحمد كله وله الشكر كله وله الثناء كله ، وصل اللهم على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين ، ومن تبعهم بحسان إلى يوم الدين .

نحمد الله عز وجل أولا وأخرا ، ظاهرا وباطنا ، على نعمه ونثني عليه الثناء الحسن على توفيقه لإتمام هذا العمل .

وبكل فخر واعتزاز وامتنان أتقدم بالشكر الجزيل والتقدير والاحترام إلى الأستاذ المشرف ، الأستاذ الدكتور " صاولي عبد المالك " الذي منحني من وقته وجهده وتوجيهاته ، وإرشاداته وآرائه القيمة ، ومد يد العون لي دون ضجر للسير قدما نحو الأفضل ، سائلا المولى القدير أن يجزيه عني خير الجزاء ويثيبه الأجر إن شاء الله . كما أتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال ، وكل الزملاء بالقسم .

والشكر موصول لكل موظفي وإطارات جامعة محمد بوضياف بالمسيلة على حفاوة الاستقبال ، وعدم ادخار أي جهد في سبيل مساعدتنا لانجاز هذا العمل . كما اشكر جزيل الشكر السادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على صبرهم وتحملهم ، فلهم مني أسمى عبارات التقدير .

ملخص الدراسة

تواجه المؤسسات العمومية اليوم عددا من المتغيرات والتحديات ، فهي بحاجة إلى إدارة ذات صرامة وتخصص أكثر في مجال عملها ، ومن ابرز هذه التحديات الاهتمام أكثر بوظيفة العلاقات العامة ، ليس لتحسين تسيير المؤسسة وأدائها فحسب ، بل لتأسيس مفهوم العلاقات العامة داخل المؤسسة وتحديد ما يجب أن تقوم به هذه الوظيفة ، وإقرار الكيفية التي يمكن من خلالها المساهمة في مواجهة تحديات المؤسسة من حيث تحسين أدائها وإشباع حاجات جماهيرها ، بتقديم مخرجات ذات جودة عالية ، خاصة مع التطور السريع للتكنولوجيات الحديثة ، ومدى استخدام هذه المؤسسات للتقنية الالكترونية في مجال عمل العلاقات العامة ، حيث تبين عدم وجود مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ، بالرغم من ممارستها في مصالح أخرى من قبل موظفين لا يملكون التخصص في مجال العلاقات العامة ، ومن ابرز الوظائف التي تقوم بها هي التخطيط والبحث ، والربط بين مختلف الإدارات وجماهيرها داخليا وخارجيا ، وقد ساهمت الإدارة الالكترونية في تفعيل هذه الأنشطة من خلال الدقة في العمل ، والسرعة في التنفيذ ، لتحسين صورة المؤسسة.

ABSTRACT

Public institutions today face a number of variables and challenges, as they need a more rigorous and specialized management in their field of work, and among the most prominent of these challenges is more attention to the function of public relations, not only to improve the institution's management and performance, but to establish the concept of public relations within the institution and determine what it should be based on. With this function, and approving the manner in which it can contribute to facing the challenges of the institution in terms of improving its performance and satisfying the needs of its audiences, by providing high-quality outputs, especially with the rapid development of modern technologies, and the extent to which these institutions use electronic technology in the field of public relations work. The lack of a special interest in public relations, due to its practice in other interests by employees who do not have a specialization in the field of public relations, and among the most prominent functions that it performs are planning and research, and linking the various departments and their audiences internally and externally, and the electronic administration has contributed to activating these activities Through accuracy in work, and speed in implementation, to improve the image of the institution.

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

الإطار النظري

الفصل الأول : العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة

المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة

المطلب الثاني : وظائف العلاقات العامة

المطلب الثالث : أهمية وأهداف العلاقات العامة

المبحث الثاني : وظائف العلاقات العامة بالمؤسسات العمومية

المطلب الأول : أهمية العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

المطلب الثاني : فوائد العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

المطلب الثالث : إستراتيجية العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية

الفصل الثاني : الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة للعلاقات العامة

المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للإدارة الالكترونية

المطلب الأول : مفهوم ووظائف الإدارة الالكترونية

المطلب الثاني : أهمية وأهداف الإدارة الالكترونية

المطلب الثالث : دوافع التحول نحو الإدارة الالكترونية

المبحث الثاني : دور الانترنت والمواقع الالكترونية في أنشطة العلاقات العامة

المطلب الأول : الوظائف والخدمات التي تقدمها الانترنت للعلاقات العامة

المطلب الثاني : الدور الجديد للعلاقات العامة وصعوبة استخدام الانترنت فيها

المطلب الثالث : دور المواقع الالكترونية في عمل العلاقات العامة

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث : عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

المبحث الأول : عرض وتحليل البيانات الميدانية ومناقشتها

المبحث الثاني : مناقشة نتائج الدراسة والاستنتاج العام

خاتمة

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة من الظواهر والمجالات الحاسمة التي لازمت البشرية منذ وجودها في هذه الحياة ، وقد مرت بالعديد من التطورات والتغيرات على كافة المستويات ، والتحول من مجرد سلوك إنساني أو ظاهرة حياتية إلى معرفة راسخة وعلم متخصص له أسسه ومبادئه ووسائله وتقنياته.

إن الحديث عن العلاقات العامة اليوم يعني الحديث عن سمعة المؤسسة والاتصال الفعال داخل المؤسسة، ذلك أن هذه المؤشرات تعتبر من بين أهم أولويات عمل العلاقات العامة داخل المؤسسة، وتعتبر هذه الأخيرة من أبرز المجالات التي لا يمكن إلغاء دور العلاقات العامة فيها، وللعلاقات العامة داخل المؤسسة إضافة إلى المؤشرات السابقة مجموعة من الوظائف والخدمات ولكن كل الخدمات والوظائف مرتبطة ارتباطا وثيقا بهذه المؤشرات، فهي دائما تسعى إلى الجانب الإيجابي أكثر منه جانب آخر.

ويعمل جهاز العلاقات العامة داخل الإدارة إلى مسايرة كل التطورات السائدة والتأقلم معها ومنها الإدارة الالكترونية التي تعتبر من بين أهم التطورات في هذا العصر، من خلال ما تتيحه من خدمات وتطبيقات جعلتها تتميز وتتفوق عن الوسائل الاتصال الأخرى، خاصة مع التطورات التكنولوجية الراهنة كالانترنت التي تعتبر بمثابة العصر الذهبي للعلاقات العامة، فلقد أضفت بعدا آخر لها باعتبارها وظيفة إدارية متميزة تساعد على إقامة ودعم خطوط الاتصال والفهم المتبادل والتعاون المشترك بين المؤسسة وجمهورها، كما تساعد الإدارة على حل كل المشاكل وتبقيها على علم بنبض الرأي العام كما أنها ترصد وتنشأ الاتجاهات وتوقعات من خلال استخدام الاتصال والبحوث وفق ما تمليه عليها موانيق الأخلاق لتنفيذ مهامها.

وتعتبر الجامعة من بين المؤسسات العمومية السائدة في مجال تطوير الإدارة الالكترونية وخلق منافذ للتواصل مع الجمهور بأنواعه، ويعتبر جمهور الجامعة من بين أهم الجماهير التي تتميز بالتوسع مما يتطلب على مصالح العلاقات العامة استخدام مجموعة من الأساليب لمخاطبة هذا الجمهور، والتعريف بنشاطاتها والوصول إلى الهدف المنشود آنا وهو الصورة الطيبة عن المؤسسة، هذا من جانب ومن جانب آخر فلقد فتحت باب للحوار والتفاعل مع هذا الجمهور لمعرفة احتياجاتهم ورغباتهم.

ويعتبر موضوع العلاقات العامة في المؤسسات العمومية من بين أهم المواضيع الجديدة في مجال الدراسات المهمة بمدى استخدام الإدارة الالكترونية في مجال عمل العلاقات العامة وهو محور الدراسة، حيث تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة أقسام ، الإطار المنهجي ، الإطار النظري والإطار التطبيقي ، واحتوت الخطة على ثلاثة فصول نظرية وميدانية موزعة على النحو التالي :

الإطار المنهجي للدراسة، وتناولنا من خلاله إبراز إشكالية الدراسة وتساؤلات الدراسة، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، المدخل النظري للدراسة، تحديد المفاهيم، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، التعريف بمجتمع البحث والعينة، وأخيرا الدراسات السابقة.

الفصل الأول والمعنون بالعلاقات العامة في المؤسسة العمومية ، وقد تضمن مبحثين ، وكل مبحث بثلاثة مطالب ، المبحث الأول وهو مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة تطرقنا فيه إلى مفهوم العلاقات العامة ووظائفها وكذا أهدافها ، بينما المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية ، وقد اشرفنا فيه إلى أهمية وفوائد العلاقات العامة في المؤسسة العمومية، إضافة إلى مكانة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية، وكذا دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة العمومية.

الفصل الثاني تحت عنوان الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة للعلاقات العامة ، وقد تضمن مبحثين ، وكل مبحث بثلاثة مطالب ، المبحث الأول وهو مدخل مفاهيمي للإدارة الالكترونية ، تطرقنا فيه إلى مفهوم ، أهداف وأهمية الإدارة الالكترونية ، ثم دوافع ومتطلبات التحول نحو الإدارة الالكترونية ، وكذا إستراتيجية الجزائر الالكترونية .

أما المبحث الثاني فهو يركز على دور الانترنت والمواقع الالكترونية في أنشطة العلاقات العامة ، وقد تطرقنا في هذا المبحث إلى الوظائف والخدمات التي تقدمها الانترنت للعلاقات العامة ، إضافة إلى دور المواقع الالكترونية في عمل العلاقات العامة ، وأخيرا دور التقنيات الحديثة في أنشطة العلاقات العامة.

الفصل الثالث وتم فيه عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها، وقد قمنا بتقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول قمنا فيه بعرض وتحليل النتائج الميدانية، أما المبحث الثاني فتم فيه مناقشة نتائج الدراسة، وكذا الاستنتاج العام، وفي الأخير قدمنا مجموعة من التوصيات والاقتراحات.

الإطار المنهجي

1- الإشكالية

إن التغيرات والتطورات التي مست مختلف نواحي حياة المجتمع اليوم، أصبح لزاما على المجتمعات مسايرة كل المستجدات الحاصلة والتعامل معها حتى تضمن لنفسها الاستقرار والاستمرار وهذا من خلال كسب ولاء الرأي العام الذي أصبح من ابرز التحديات الذي يواجه المسؤولين وقيادة الرأي فيها ، فالدول اليوم سواء كانت متقدمة أو سائرة في طريق النمو ، والتي تعتنق مبادئ الديمقراطية كشعارات لها ، أصبحت مجبرة على تبني واعتناق فكرة إقامة علاقات طيبة وكسب ثقة وتأييد جماهيرها ، هذه القيم التي يسعى صناع العلاقات العامة على غرسها من خلال التوجه والاهتمام أكثر بوظيفة العلاقات العامة على مستوى منظماتها ومؤسساتها.

لقد تزايد اهتمام المؤسسات المعاصرة بممارسة وظيفة العلاقات العامة ، رغم اختلاف درجة الاهتمام بها وإدراك مفهومها الحقيقي بين مؤسسة وأخرى، اقتصادية منها أو خدمية، على الصعيد الخاص أو الحكومي، فالعلاقات العامة تعد إحدى أهم القنوات الاتصالية في عالمنا اليوم، فمع نمو وكبر حجم المنظمات وتنوع جماهيرها الداخلية والخارجية التي تتعامل معها وتغير شكل وأنماط الحياة الفردية والجماعية، زاد من صعوبة الاتصال بين أفراد المنظمات وبين القائمين عليها، بالإضافة إلى أن التطور التكنولوجي الحاصل أدى إلى تحول المجتمع الصناعي إلى مجتمع معلوماتي .

هذا كله ما دفع بإدارة العلاقات العامة إلى استخدام وابتكار مختلف وسائل الاتصال التكنولوجية، منها التقنيات الالكترونية، كخدمة الانترنت وما توفره من نقل وتناقل للمعلومات والمضامين، و التي من خلالها يستطيع الجمهور الحصول على الأخبار والحقائق وما يريده في كل المجالات بواسطة الإدارة الالكترونية التي أضفت بعدا آخر للعلاقات العامة، فقد وفرت هذه الإدارة أدوات وقنوات اتصالية لممارسة العلاقات العامة وتقديم خدمات الكترونية متنوعة .

وتعتبر إدارة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية من بين المؤسسات التي سعت إلى إيجاد دلالة لها في الفضاء الالكتروني من خلال الاهتمام بالتعريف بخدماها وأهدافها وأخبارها، و منها الجامعات، فالجامعة من بين المؤسسات ذات الاستهداف الجماهيري الواسع، إذ أن هذه الوظيفة تعتبر مصدرا جوهريا للمعلومات، هذا ما يجعلها تختلف في طبيعتها ومضمونها من حيث درجة إدراك المؤسسة لها، ولهذا تتجلى مشكلة الدراسة في التساؤل التالي :

ما مكانة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية في ظل ممارسة الإدارة الالكترونية ؟

2- التساؤلات

- ماهو موقع العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية ؟
- ما اتجاه القيادات الإدارية في المؤسسة العمومية الجزائرية ؟
- كيف تساهم الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة في تفعيل أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسات العمومية الجزائرية ؟

3- أهمية الدراسة

- معرفة أهمية ومكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الجزائرية.
- الحرص على اكتساب مهارات العلاقات العامة ، وأنجاز الدور المنوط بها ، ودعم روح المسؤولية لدى مختلف المؤسسات العمومية الجزائرية ، ما ينعكس عليها إيجابا ، ويعزز مكانتها داخليا وخارجيا.
- أهمية دراستنا تنبع من كونها تتيح لمسؤولي المؤسسات العمومية الجزائرية الإلمام بما يمكن أن تقدمه وظيفة العلاقات العامة من متغيرات تأخذ بالحسبان قبل وضع مخططاتهم وسياساتهم المستقبلية.

4- أهداف الدراسة

إن شتى البحوث والدراسات تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ، ونحن من خلال دراستنا لهذا الموضوع نهدف إلى مايلي :

- معرفة مكانة ونشاط العلاقات العامة على مستوى جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- الوصول إلى فهم ميداني لمدى تأثير العلاقات العامة على مستوى المؤسسة العمومية الجزائرية، وإستراتيجية تفعيلها الراهنة والمستقبلية التي تخدم المؤسسة بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة.
- معرفة الدور الذي تلعبه الإدارة الالكترونية على تطبيق نشاط العلاقات العامة للمؤسسة العمومية الجزائرية.

5- أسباب اختيار الموضوع

يرجع اختيار موضوع العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية (جامعة محمد بوضياف بالمسيلة) إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية تشكل في مجملها حافزا لتقصي أبعاد هذا الموضوع.

5-1- الأسباب الذاتية :

- الارتباط المباشر بين موضوع البحث ومجال تخصصي (اتصال وعلاقات عامة)
- رغبتى وميولاتي كباحث لمعرفة مكانة العلاقات العامة والدور الذي تلعبه في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

- الرغبة في زيادة الكفاءة في البحث العلمي ، مما يؤهلني للحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

5-2- الأسباب الموضوعية :

- الدور الحقيقي الذي تلعبه العلاقات العامة لدى المؤسسات العمومية الجزائرية، والذي يسمح لها بالارتقاء إلى مكانتها الفعلية.

- قابلية الموضوع للدراسة سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية، وذلك لإمكانية النزول إلى الميدان لتحقيق أهداف الدراسة، والتأكد من صحة فرضياتها.

- اهتمام الدولة الجزائرية بتوفير الإمكانيات للدفع بالمهتمين بشؤون الإدارة بالتوجه من الإدارة الكلاسيكية إلى الإدارة الحديثة والمعاصرة ، وبالتالي تصبح هذه الدراسات والبحوث الأكاديمية مرجعا مهما بالنسبة لهم.

6- المدخل النظري للدراسة

تعتبر المدخل النظرية للدراسة أحد دعائم البحث العلمي، حيث تعتبر المرشد في تحديد اتجاهات الباحث في دراسة الظاهرة أو المشكلة العلمية، كما توجه النظرية الباحث إلى تحديد التساؤلات الصحيحة و بدونها تظل البيانات و المعلومات التي تم تجميعها مجرد رؤى و هذا على حد ما جاءت به مختلف تعاريف النظرية، حيث يعرفها روبرت ميرتون بأنها ذلك الناتج أو الآثار التي يمكن ملاحظتها و التي تؤدي إلى تحقيق التكيف و التوافق في نسق معين .¹

ويعرف كبير لنجر النظرية كذلك على أنها مجموعة من المفاهيم يوجد بينها علاقة تعرض بطريقة منظمة لدراسة الظاهرة من خلال تحديد العلاقة بين المتغيرات بهدف التوضيح و التنبؤ بالظاهرة المدروسة.²

لقد اعتمدنا في دراستنا لموضوع مكانة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية في ظل ممارسة الإدارة الالكترونية ، على نظرية البنائية الوظيفية ، لأن هذه النظرية ترى أن المجتمع هو عبارة عن عناصر مترابطة فيما بينها، يقوم كل عنصر فيها بوظائف معينة، لضمان استمرارية المجتمع، وتحتوي هذه النظرية على شقين أساسيين ومتراطبين ومتكاملين هما البناء و الوظيفة ، فالشق الأول أي البناء (structure) هو عبارة عن نسق من التحويلات التي توافق القوانين قصد المحافظة على العناصر الأولية للنظم بدون أن تخرج هذه

¹ محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال ، ط 1 ، (دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2010) ، ص 253.
² منذر الضامن ، أساسيات البحث العلمي، ط 1، (دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، 2007) ، ص 39.

العناصر عن حدودها أو تعمل على الاستناد على العناصر الخارجية ، أما الشق الثاني الوظيفية (fonction) فتهدف إلى تحليل المجتمعات ومعرفة مساهمة أجزاء المجتمع في وظيفة الكل³ حيث ذهب رواد البنائية الوظيفية ومن بينهم " أوجست كونت " و " هربرت سبنسر " إلى المماثلة العضوية أي تشبيه المجتمع بالكائن العضوي ، هذا الكائن الذي يبقى جسمه في الحالة الطبيعية مستقرا وأجزاؤه تتفاعل فيما بينها في علاقات تعاون وتكامل من اجل الحفاظ على حياة هذا الكائن وفي حالة تعرضه للمرض من خلال إصابة احد أجزائه والتي تدفع بالأجزاء الأخرى إلى التعاون من اجل الشفاء⁴ ، ولعل من أهم المفاهيم التي يركز عليها المنظور الوظيفي مفهوم النسق (system) والذي يعبر عن مجموعة من العناصر المترابطة مع بعضها البعض ، ويسود بينهما نوعا من التساند الوظيفي.⁵

وباعتبار المؤسسة العمومية الجزائرية نسقا اجتماعيا فهو نسق يتسم بالتوازن بعيدا عن كل أشكال الصراع ، كما يتسم كذلك بالتحديد بمعنى انه يمكن تحديد العناصر الداخلية المكونة للنسق وتمييزها عن تلك العناصر الخارجة عنها التي لا تشكل أجزاء من مكوناتها ، أما السمة التالية فهي الترابط أي أن جميع عناصر النسق ترتبط ببعضها البعض بحيث إذا طرأ تغيير على عنصر واحد من هذه العناصر فانه على جميع العناصر الأخرى أن تتغير استجابة لذلك .⁶ ، وفي هذا السياق يؤكد " انالكوت بارسونز " أن مفهوم المؤسسة ليس إلا مركبا يقوم على تكامل الأدوار التي يقوم بها الفرد والتي يكمل بعضها بعضا ، فالمؤسسة العمومية الجزائرية تتصف بأنها :

- **مركب** : أي تتكون من مجموعة من عناصر لكل عنصر وظيفة والعلاقة بين هذه الأجزاء علاقة عضوية ، وباعتبار إدارة العلاقات العامة من الإدارات الفرعية المكونة للإدارة العامة للمؤسسة العمومية الجزائرية فإنها تقوم بوظيفتها ضمن وظائف النسق العام.

- **تكامل الأدوار** : يعني تنظيم الأدوار والنشاطات بأقل قدر من التوتر ، كما يخلق التكامل والتكيف بين الجماعات ويدعم المشاركة الإيجابية في النشاط ويساعد في تحقيق الوحدة بين الأجزاء ، حيث تلعب العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية ادوار مهمة وفعالة ضمن وظائف النسق العام للمؤسسة خاصة من ناحية

3 فريجة محمد كريم ، العلاقات العامة ، البعد الفكري والتطبيقي ، دار العلوم للنشر والتوزيع ، عنابة ، 2012 ، ص 89.

4 ناصر قاسمي ، سوسولوجيا المنظمات : دراسة نظرية وتطبيقية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2014 ، ص ، ص ، 161 ، 162.

5 شحاتة صيام ، النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة ، دار مصر العربية للنشر والتوزيع ، 2009 ، ص 43.

6 محمود عودة ، أسس علم الاجتماع ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، بيروت ، بدون سنة ، ص ، ص ، 92 ، 93.

إجراء البحوث والتخطيط والاتصال والرقابة والتقويم ، وكذلك التنسيق مع بقية الإدارات أو المصالح الأخرى كمنفعة الموارد البشرية وإدارة الوسائل وإدارة المنازعات ... الخ.

- **العلاقات :** تعني الروابط أو آثار النشاطات المتبادلة أو الاستجابات بين مختلف جزئيات المؤسسة أو مجموعة أفرادها ، بحيث يستلزم التأثير في احد الأطراف إحداث تأثيرات في الطرف الآخر ، وبمحكم ما أصبحت تعيش فيه المؤسسات العمومية الجزائرية من ضغوطات وتحديات سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي ، بالإضافة إلى طبيعة التسيير في القطاعات العمومية وترسخ بعض الأفكار السلبية لدى الكثير من المشتغلين فيها ، أصبح لزاما على المكلفين بإدارة العلاقات العامة التدخل وتوظيف كل الأطر النظرية والنماذج من اجل التأثير فيهم بشكل إيجابي ولعب ادوار مهمة في التنسيق بين كل الأجزاء و الأطراف الموجودة في النسق العام من اجل المحافظة على الهدوء والاستقرار من جهة ، وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل عام من جهة أخرى.⁷

7- تحديد المفاهيم

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الضرورية لنجاح أي بحث علمي خاصة في علوم الإعلام والاتصال، وهناك عدة مفاهيم في دراستنا لا بد من تحديدها وهي:

7-1 - العلاقات العامة relation publique :

لغة : من حيث البناء اللفظي لمصطلح العلاقات العامة نجد أنها مركبة من كلمتين :

الأولى : العلاقات

الثانية : العامة

العلاقة: هي جمع علاقات وعلائق، وهي رابطة بين شخصين أو شيئين.

العامة : جمع عوام، وهي صيغة مؤنث العام، يقصد بها عامة الناس.⁸

اصطلاحا:

أولا: تعريف المعاجم والمجلات والجمعيات الدولية للعلاقات العامة

7 سيف الإسلام شوية ، سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمائية : اقتراح نموذج للتطوير ، ديوان المطبوعات الجامعية،قسنطينة،2006 ، ص، ص ، 10 ، 09.

8 احمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصرة ، عالم الكتب ، ط1، القاهرة ، 2008، ص، ص، 1538، 1557.

تعريف دائرة المعارف البريطانية: العلاقات العامة هي السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو فرد أو مؤسسة أو دائرة حكومية أو هيئة أخرى.

وتعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية : بأنها وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تمهها والحفاظ على استمرارية التفاهم والتعاطف والتأييد.⁹

تعريف الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة: هي مجموعة الوسائل التي تستخدمها المؤسسة لخلق جو من الثقة لدى الموظفين والعمال والهيئات المتصلة بها.¹⁰

جمعية العلاقات العامة العربية (ماي 1965) تعرفها بأنها : مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة سياسية واقتصادية واجتماعية وعسكرية للحصول على ثقة جمهورها الداخلي والخارجي وتأييده بالأخبار الصادق والأداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل والتخطيط العلمي السليم حتى يصبح علما مرشدا ومفيدا في بناء سياسته ورسمها .¹¹

عرفها قاموس ويبستر (Webster) : أنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام ، وذلك لتفسير نفسها حتى تكتسب رضاه .¹²

9 عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة والعملة ، دار جرير للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان، 2005، ص، ص 31، 32 .

10 عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان 2011، ص 58 .

11 وجيه الشيخ ، سمر عبد الله ، العلوم السلوكية والعلاقات العامة ، دمشق، 1992، ص92 .

12 محمد بمجت كمشك ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامع الحديث ، الإسكندرية ، 1998، ص06 .

قاموس أكسفورد : عرف العلاقات العامة كالأتي هي الفن القائم على أسس علمية ، لبحث انساب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها ، مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع.¹³

ثانيا: تعريفات الباحثين الأجانب والعرب

عرفها " ادوارد بيرنز" خبير العلاقات العامة الأمريكية بأنها : تلك العملية التي يتم من خلالها تقديم المعلومات الاقناعية للجمهور، بهدف تشكيل أو تعديل الأفعال والاتجاهات الخاصة بالمؤسسة عن طريق التأثير الاقناعي والاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة .

ويضيف: أن العلاقات العامة تسعى عن طريق التوصل بالمعلومات والإقناع والتكليف إلى كسب التأييد العام لنشاط المؤسسة.¹⁴

أما " إيفي لي " رائد حركة العلاقات العامة بأمريكا أن العلاقات العامة مسؤولية كبرى ، تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح ، ثم إعلام الناس بذلك ، وان مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح المؤسسات بتغيير خططها، وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة ، ثم إعلام الناس بما تقوم به الشركات من أعمال تمهم وتخدم مصالحهم.¹⁵

في حين يرى احمد كمال احمد العلاقات العامة على أنها : عملية مستمرة تستخدم أدوات الإعلام وسائل الاتصال والبحوث الاجتماعية بعد قياس اتجاهات الرأي العام ، وتحليل نفسية الجماهير المعنية ، المتصلة بالهيئات الاجتماعية بصفة مباشرة ، وغير مباشرة ، وكذلك بالتنظيمات الاجتماعية طبقاً لمنهج علمي ، يمكن عن طريقه توصيل رأي المسؤولين في هذه التنظيمات إلى جميع الفئات المذكورة من الجماهير بهدف إيجاد التفاهم والاتفاق ، والتكيف بين المؤسسات وجماهيرها المختلفة ، وبذلك تتحقق الفائدة للجميع.¹⁶

ويركز هذا التعريف على أن العلاقات العامة عملية مستمرة وتطبيقية للعلوم الإنسانية وأنها تستخدم مختلف أدوات الإعلام والاتصال ، والاستفادة من بحوث قياس الرأي العام ، واتجاهاته في المواقف المختلفة ، بالإضافة

13 عبد الرزاق الديلمي ، العلاقات العامة- رؤية معاصرة- دائر وائل للنشر والتوزيع ، ط1، عمان، 2005، ص، 32.

14 شدوان علي شبيه ، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، دار المعرفة الجامعية ، ط1، 2005، ص 23 .

15 جميل احمد خضر ، العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1، عمان، 1998، ص 22.

16 محمد مصطفى احمد، الخدمة الاجتماعية في العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص 29 ، 2003.

إلى تأكيده على أهمية الجماهير الداخلية والخارجية على السواء ، وأخيرا ضرورة حدوث التفاهم والتكيف بين المنشأة والجماهير من خلال الوسيط والمتمثل في أجهزة وإدارة العلاقات العامة .
عرفها إبراهيم إمام : أنها فن التعامل مع الناس والسعي لنيل ثقتهم وتأييدهم، وكسب رضاهم بالمعاملة الحسنة المبنية على الصدق.

ويرى محمود محمد الجوهري (رئيس جمعية العلاقات العربية) العلاقات العامة هي مجموعة مسؤوليات الأجهزة المختلفة في الدولة للوصول إلى ثقة جمهورها الداخلي والخارجي ، وذلك بالأداء الفعال وفقا للتخطيط السليم .¹⁷

لقد أوضح هذا التعريف بأن العلاقات العامة فن يحتاج إلى مهارة وحسن تصرف وتحديد مستمر في تعاملها مع الجمهور وتحقيق كسب ثقة وفقا لسياسة مرسومة ومخططة لتحقيق مصلحة هذا الجمهور.
من خلال كل هذه التعاريف المقدمة سواء من طرف الهيئات والقواميس أو الباحثين يمكننا وضع تعريف إجرائي للعلاقات العامة حسب موضوع بحثنا على النحو الآتي:

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية وعملية مستمرة كهيئة استشارية في اتخاذ القرار في المؤسسة العمومية الجزائرية، يمارسها مختصون في هذا المجال باستعمال وسائل الاتصال المختلفة بهدف تحقيق الاتصال داخل المؤسسات وخارجها بطريقة منظمة وسليمة ترجع بالفائدة المشتركة على المؤسسة وجمهورها.

7-2- المؤسسة العمومية

لغة : هي من الفعل أسس أي بناء ووضع قواعد، وهي تعني كذلك مجموع المنشآت المقامة لعمل مشروع ما واستغلاله.¹⁸

وحسب القاموس العربي الشامل فالمؤسسة كلمة مشتقة من فعل أسس ، يؤسس ، مؤسسة ، جمعها مؤسسات تعني جمعية أو شركة أو معهد .¹⁹

اصطلاحا : هناك عدة تعاريف أعطيت للمؤسسة العمومية، وهذا بسبب تعدد الآراء والمبادئ، وسنحاول إعطاء بعض التعاريف التي شملت مختلف وجهات النظر:

17 عبد الناصر احمد جرادات ، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،الأردن،2009، ص، 22،23 .

18 ليندال اوريك ، عناصر الإدارة ، ترجمة علي حامد بكر ، دار الفكر العربي،مصر،1965، ص،40 .

19 القاموس العربي الشامل ، الأداء ، ط1 ، دار الوائل الجامعية ، بيروت،1997، ص،517 .

يعرفها الفقيه الفرنسي " جيز " بأنها : منظمة عامة مملوكة للدولة، والتي تدار بأسلوب اللامركزية ، كما أنها مرفق عام يتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية.²⁰

أما عن تعريف المؤسسة العمومية (العامة) فنجد أن الكثير من ربط هذا المفهوم بالمنظمة العامة والتي تعمل جاهدة على تلبية رغبات الأفراد والجماعات في المجتمعات من إنتاج للسلع أو تقديم للخدمات تكون في الغالب دون ربح أو مقابل²¹ ، فهي بهذا الشكل عبارة عن مرفق عام ، يعمل على تقديم مجموعة من الخدمات العمومية ، تحت إشراف جهات وصية والمتمثلة في المؤسسات الحكومية ، لتحقيق رغبات الجماهير، والعمل على كسب رضاها وفق اطر تنظيمية ، وقوانين مضبوطة ، وعن مصدر نشأتها وتأسيسها وملكيته ، يعود للدولة الموجودة بها .²²

هذا وينظر للمؤسسة العمومية من الزاوية القانونية على أنها إدارة عامة تتمتع بشخصية معنوية مستقلة، وتتولى إدارة مرفق عام أو أكثر، متخصصة ضمن حدود دائرة إقليمية معينة²³ والشخص المسؤول عن تسيير وإدارة المؤسسة العمومية يعرف بالموظف العام ، وهو المكلف بتسيير المرفق العام الذي يهدف إلى تحقيق مصالح أفراد المجتمع ، فبواسطة ما له من سلطات وصلاحيات واسعة يحقق احتياجات الجمهور في كل المجالات ، والاختصاصات المنوطة به ، فنجاح المرافق العامة يتوقف على مدى انضباط ونجاح موظفيها في تأدية مهامهم الرامية لتحقيق وتطوير تنمية وازدهار أي دولة .²⁴

ومما سبق يمكن أن نحدد تعريفنا الإجرائي لمفهوم المؤسسة العمومية فيما يلي:

هي كيان منظم يركز نشاطه على ضرورة توفر الموارد البشرية والتجهيزات المادية والإمكانات المالية من اجل تحقيق وبلوغ الأهداف المسطرة من جهة ، وتلبية حاجات ورغبات جماهيرها الداخلية والخارجية من جهة أخرى ، وذلك بإتباع مجموعة من الوظائف الهامة في التسيير والإدارة كالبحت والتخطيط والاتصال والتنسيق والتقويم.

20 حماد محمد شطا ، تطور وظيفة الدولة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1982، ص ، ص 33، 23 .

21 عمر صخري، اقتصاد المؤسسات ، ط5 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007، ص، 30 .

22 عمار عوابدي ، القانون الإداري ، ج1، النظام الإداري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط5، الجزائر، 2008، ص ، 310 .

23 علي حطار شنتاوي ، نظرية المؤسسة العامة وتطبيقاتها في المملكة الأردنية الهاشمية ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان، 1990، ص، 12.

24 خلدون عيشة ، الموظف العام وطبيعة رابطة الوظيفة العمومية ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، المجلد 10 ، العدد 01 ، الجزائر، فيفري

2017، ص 220 .

المؤسسة العمومية هي كل تنظيم مستقل تملكه الدولة كليا، أو جزئيا، هدفه دمج عوامل الإنتاج بكفاءة و فاعلية، بغرض تحقيق متطلبات الصالح العام.

3-7- الإدارة الالكترونية

الإدارة:

- الإدارة هي فن : تتمثل في المجهود الشخصي أو القدرة الشخصية للفرد والتي تشمل المهارات ، الموهبة ، الخبرة والقدرات الخاصة بالمسؤول لمواجهة المشاكل.

- الإدارة هي علم : تتمثل في مجموعة من أسس علمية ، لا بد من الإدارة أن تعتمد على خطط البحث العلمي في بعض مجالاتها العامة.

وعرفها مداني علاقي في كتابه " الإدارة دراسة تحليلية للوظائف والقرارات " : أنها العملية الخاصة بتنسيق وتوحيد جهود العناصر المادية والبشرية في المنظمة من مواد ومعدات وأفراد وأموال عن طريق تخطيط وتنظيم وتوجيه مراقبة هذه الجهود من اجل تحقيق الأهداف المرجوة للمنظمة.²⁵

الإدارة الالكترونية:

هي مقدرة الحكومة على تحسين الخدمات التي تقدمها إلى المواطن من خلال استخدام التكنولوجيا.²⁶ و يعرفها السالمي و السليط (2008) : أنها الاستغناء عن المعاملات الورقية و إحلال المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات و تحويل الخدمات العامة على إجراءات مكتبية تتم معالجتها حسب خطوات متسلسلة منفذة سلفا .²⁷

وهي العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للانترنت وشبكات الأعمال في التخطيط والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للشركة والآخرين بدون حدود من أجل تحقيق الأهداف.²⁸

25 د.سعود بن محمد النمر وآخرون ، الإدارة العامة (الأسس والوظائف والاتجاهات الحديثة) ، مكتبة الشنقري ، عمان الأردن 2009، ص 121 .

26 عمار بوحوش، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرين ، دار الغرب الإسلامي، بدون طبعة ، بيروت 2006، ص، 182.

27 علاء عبد الرزاق السالمي ، خالد إبراهيم السليطي ، الإدارة الالكترونية ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن، 2008، ص 13.

28 نجم عبد نجم، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر،الرياض،2004، ص، 127.

التعريف الإجرائي:

من خلال هذه التعاريف يمكن القول أن الإدارة الالكترونية هي بديل جديد في الإدارة ، يرتكز أساسا على استخدام الوسائل الالكترونية من حواسيب ، تقنيات الانترنت ، والبرمجيات للقيام بالمهام الإدارية بجهد اقل ، ووقت أسرع ، وجودة عالية .

8- منهج الدراسة

يساهم المنهج في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث، فهو خطوة أساسية تسهل وصول الباحث إلى النتائج المنطقية ، ويعرف المنهج على أنه الطريق المتبع للكشف عن هذه الدراسة بواسطة استخدام مجموعة من القواعد والتي ترتبط أساسا بتجميع البيانات، وتحليلها حتى تساهم في التواصل إلى نتائج ملموسة .²⁹

كما يمكن تعريف المنهج حسب الدكتور عبد الوهاب أبو سليمان بأنه :استعمال المعلومات استعمالا صحيحا في أسلوب علمي سليم، يتمثل في أسلوب العرض، والمناقشة الهادئة، والتزام الموضوعية التامة.³⁰

ومن هذا المنطلق فإنه لكل منهج شروط ومتطلبات في البحث والتقصي، تفرض على الباحث توظيفه في حالات معينة، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أهمية هذه الخطوة في إجراء البحث العلمي المنهجي.

إن عملية اختيار المنهج المناسب للدراسة يجب أن لا تكون بطريقة عشوائية، وإنما تكون منطلقة من طبيعة الموضوع ونوعيته.

ومن أجل الإجابة على إشكالية بحثنا، ومحاوله اختبار صحة التساؤلات المقدمة، تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة من خلال دراسة حالة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، ويعرف منهج دراسة الحالة على انه " وسيلة لجمع البيانات والمعلومات في دراسة وصفية يمكن تعميم نتائجها على الحالات الأخرى المشابهة أو الاستفادة من نتائجها على حالات أخرى ، شرط أن تكون الحالة مشابهة أو ممثلة للمجتمع الذي يراد تعميم الحكم عليه، بحيث تستخدم أدوات قياس موضوعية³¹، إضافة إلى الدراسة الوصفية ، من اجل الكشف عن مكانة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية في ظل ممارسة الإدارة الالكترونية . لأنه من شأنه مساعدتنا

29 محمد الهادي محمد، أساليب توثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، ط1 ، الجزائر، 1995، ص 287 .

30 غازي عنابة، منهجية إعداد البحث العلمي، ط 3 ، دار المناهج للنشر ، عمان، 2008 ، ص1.

31 عامر قنديلجي ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط2 ، عمان، 2010، ص ، 140.

على جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الوصفية اللازمة، بهدف تحليل واستخدام البيانات المتوصل إليها للتعرف على العلاقات بين مختلف المتغيرات ، كما سيتيح هذا المنهج إمكانية التحقق من صدق ما يتواتر من أفكار، وآراء ، و أقوال حول الظاهرة المدروسة وزيادة على ذلك فإن نتائجه تساهم بشكل كبير في رسم الخطط في المستقبل، وتطوير الظاهرة للأفضل.

ومن هذا المنطلق وعلى ضوء دراستنا المتعلقة بمكانة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية في ظل ممارسة الإدارة الالكترونية والتي تنتمي إلى الدراسة الوصفية التي تعتمد على دراسة الظواهر والأحداث وجمع الحقائق والمعلومات .³²

ثم إن هذا النوع من الدراسة لا يقتصر على التعرف على معالم الظواهر، وتحديد أسباب وجودها، وإنما يشمل كذلك البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للظاهرة و نتائجها.³³

9- أدوات جمع البيانات

لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على الأدوات التالية :

9-1- الملاحظة : يعتبر أسلوب الملاحظة الأولية لجمع البيانات من السلوك الإنساني بصفة عامة ، والاتصالي بصفة خاصة ويقدم البعد الكيفي في وصف السلوك ، فهي تقدم تفسيراً للظاهرة في بعدها الكيفي، لذلك فإنها تعتبر ضرورة لدعم التفسيرات الخاصة بالآراء والاتجاهات، فهي تعتمد على مراقبة أو ملاحظة السلوك الفعلي للأفراد، في المواقف الطبيعية التي ترتبط بأهداف الدراسة³⁴، فالملاحظة هي عبارة عن عملية تفيد في البحث العلمي " المعاينة " أو المشاهدة الدقيقة للظاهرة محل الدراسة من أجل استكشافها أو التعرف عليها بصورة جيدة³⁵ ، حيث يتم استعمال أداة الملاحظة في الدراسات الميدانية لما لها من دور مكمل لاستمارة الاستبيان والمقابلة في جمع المعلومات و البيانات والمعطيات حول عينة الدراسة ، ومن خلال زيارتي الميدانية لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، حاولت التعرف على طبيعة ممارسة العلاقات العامة على مستواها ،

32 خالد حامد، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط1 ، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص44 .

33 إبراهيم محمد تركي، دراسات في مناهج البحث العلمي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، القاهرة، 2009، ص14 .

34 إبراهيم العمري ، الإدارة- دراسة نظرية وتطبيقية ، دار الجامعات المصرية ، الإسكندرية ، 1982.

35 إمام إبراهيم إمام ، العلاقات العامة والمجتمع ، دار الطباعة الحديثة ، القاهرة ، 1958، ص39.

وكذا مكانتها ضمن ممارسة الإدارة الالكترونية ، وملاحظة كيفية أداء الموظفين والمستخدمين لأدوارهم ووظائفهم المنوطة بهم باعتمادنا على الملاحظة دون المشاركة وتسجيل كل التصرفات والحركات الطاهرة ، والتي يمكن رؤيتها من مسافة معينة دون الغور في الأبعاد التي تقف وراء ذلك ³⁶ ، وتستخدم هذه الملاحظة في الظروف العادية دون إخضاع الظاهرة موضع البحث للضبط العلمي .

9-2- الاستمارة (صحيفة الاستبيان) :

تعتبر الاستمارة أو الاستبيان أداة أساسية لجمع البيانات في هذه الدراسة ، والاستمارة هي تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة ، والتعريف بها من جوانبها المختلفة ³⁷ .

ولقد تم اختيار الاستمارة كأداة رئيسية في هذه الدراسة، لأنها تناسب هدف الدراسة أولاً ولما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحوث اختصار الوقت والجهد.

وتم تصميم الشكل النهائي للاستمارة من خلال المرور بعدة مراحل ، في الاستفادة من الدراسات السابقة ، إلى ملاحظات الأستاذ المشرف ، إلى عرضها على الأساتذة المحكمين والاستفادة من ملاحظاتهم ، وبعد ذلك تم صياغة الاستمارة في صيغتها النهائية مكونة من 22 سؤالاً موزعة على أربع محاور رئيسية هي :

محور البيانات الشخصية ، ومحور حول موقع العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية ، ومحور ثالث حول اتجاه القيادات الإدارية في المؤسسة العمومية الجزائرية ، أما المحور الأخير فتمحور حول مساهمة الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة في تفعيل أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية الجزائرية . وقد اعتمدت في هذه الاستمارة على أسئلة مغلقة تتطلب التأشير مع إعطاء مجال للمبحوث لتقديم إضافات لأهداف مرجوة ، كما اعتمدت على سؤال مفتوح الهدف منه معرفة رأي المبحوثين حول الرؤية المستقبلية والأهداف التي تطمح الجامعة لتحقيقها مستقبلاً .

36 احمد بن مرسللي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2005، ص، 206.

37 احمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص، 220.

9-3- المقابلة

وهي من بين الأدوات المساعدة في جمع البيانات والمعلومات من الميدان المتعلق، بموضوع البحث وتبريرها وتصنيفها وتحليلها عمليا، بما يساعد الباحث على التوصل إلى النتائج النهائية التي يستعملها في الكشف عن خبايا الموضوع محل الدراسة. والمقابلة نوعان هما:

- المقابلة المقننة: وهي التي يبينها الباحث على مجموعة من الضوابط التي تخدم البحث.
- المقابلة الغير مقننة: وهي التي يقوم الباحث فيها بفتح المجال أمام المبحوث للتحدث بكل تلقائية عن الخطوط العريضة للموضوع دون أية ضوابط.³⁸
- وقد اعتمدنا في دراستنا على المقابلة الغير مقننة بغية الحصول على أكبر قدر من المعلومات دون ضوابط ، وقد أجريت المقابلة مع بعض مسؤولي رئاسة الجامعة ، وقد احتوت المقابلة على أربع محاور :
- محور حول واقع العلاقات العامة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، ومدى أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للمؤسسة.
- محور الاهتمام بالأنشطة التي تقوم بها وظيفة العلاقات العامة ، لتحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية.
- محور التحول نحو الإدارة الالكترونية ، ومدى مساهمة تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تفعيل أنشطة العلاقات العامة.
- محور المشاكل التي تواجهها وظيفة العلاقات العامة داخل الجامعة.

10- التعرف بمجتمع البحث وعينة الدراسة

1- مجتمع البحث:

يمثل مجتمع الدراسة ما يريد الباحث أن يصل بواسطته إلى نتائج الدراسة، أو بعبارة أخرى يمثل مجموعة الأفراد ، أو كل الوحدات التي يمكن أن تطبق عليها الدراسة ، أما المجتمع المستهدف فهو تحديد نوع الوحدات التي تعتبر كعناصر من المجتمع المدروس، والتي تقتصر عليها الدراسة.³⁹

³⁸ رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، ط4، زعباش للطباعة والنشر، بوزريعة، الجزائر 2012 ، ص، 199.

³⁹ أحمد بن مرسللي :مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 2007 ، ص 166.

وفي بحثنا هذا يشتمل مجتمع البحث على موظفي رئاسة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، والبالغ عددهم 102.

2- عينة الدراسة :

هي ذلك الجزء المستخدم والمختار للدراسة والذي يستعمل من اجل الحكم على الكل فهي جزء من المجتمع الكلي أو مجتمع الدراسة، ويتم اللجوء إليها عندما تصعب دراسة كل وحدات المجتمع الأصلي وعلى هذا فهي تخضع لطبيعة الدراسة.⁴⁰

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية (العمدية) ، حيث يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر، من قبل الباحثين وحسب طبيعة البحث ، بحيث يحقق الاختيار هدف الدراسة.

ويتصف هذا النوع من العينة بالثراء في البيانات والمعلومات، من اجل الدراسة المعمقة للموقف أو الظاهرة ، وانطلاقا من الدراسات الاستطلاعية التي قمنا بها في بداية الدراسة ، تم توزيع أداة الدراسة على 50 موظف من موظفي رئاسة الجامعة الكترونيًا ، حيث تم استرجاع 45 استمارة ، وهذا راجع لجهل الكثير من المستجوبين بأبجديات البحث العلمي، وعموما تعتبر نسبة 90 % ملائمة جدا ومعقولة في مجال البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.

مجالات الدراسة

1- المجال المكاني : أجريت الدراسة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، التي تقع شمال مدينة المسيلة، طريق برج بوعرييج ، وهي تعتبر من ابرز الجامعات الجزائرية، والتي انشأت سنة 1985.

2- المجال الزمني:

يتعلق الأمر بالفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة موضوع البحث، وذلك منذ البدء في طرح موضوع الدراسة والبحث حتى الإنهاء منه بشكله النهائي.

وبالنسبة لموضوع دراستنا فقد بدأ التفكير والشروع في انجاز هذه الدراسة منذ شهر ديسمبر 2019 حيث كانت البداية بجمع المادة العلمية النظرية المتعلقة بالموضوع، وقد استمر ذلك إلى غاية 05 مارس 2020 وبعد ذلك تم تحرير الجانب النظري للدراسة في شكله النهائي.

⁴⁰ محجوب عطية الفدائي : طرق البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (منشورات عمر المختار)، دار البيضاء، الجزائر، 1994 ، ص، 17 .

أما الجانب الميداني للدراسة، فقد كانت بداية انجازه في بداية شهر جوان 2020 ، ويتم إنجاز وإعداد استمارة ميدانية وعرضها على الأستاذ المشرف والمحكمين وبعد التعديل تم توزيع الاستمارات الكترونياً، وبعد استجواب المبحوثين تم تفرغ البيانات في جداول والقيام بالعمليات الإحصائية، ثم ما يتبع ذلك من تحليل وتفسير وتعليق، للوصول في الأخير إلى النتائج في أواخر شهر أوت 2020.

10- الدراسات السابقة

الدراسة الأولى : ذهب الباحث " رافع احمد أبو الزيت دراغمة" عام 2011 إلى دراسة دور العلاقات

العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقة مع مجتمع الطلبة من خلال دراسة مسحية مقارنة ، وكان الإشكال الرئيسي يتمحور حول معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تجاه جمهور الطلبة ومقرنته بين تلك الجامعات ، ووضع الباحث ثلاث فرضيات وهي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما تقوم به العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث في استقطاب طلبة الثانوية العامة، وتشجيعهم للالتحاق بها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس ومكان الإقامة والجامعة التي درس أو يدرس فيها.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات طلبة الجامعات التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه الطلبة المسجلين فيها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس ومكان الإقامة والكلية والمعدل التراكمي .

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخارجيين عن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه خريجيهما، عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، العمر، سنة التخرج والحالة الوظيفية.

ومن أهم ما توصلت إليه نتائج الدراسة وجود تقصير من قبل دائرة العلاقات العامة في كل من الجامعات الثلاث جامعة النجاح الوطنية ، الجامعة الإسلامية ، جامعة بير زيت.

الدراسة الثانية : "حمّاش الحسين" حول موضوع : واقع العلاقات العامة في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة

خلال فترة زمنية من 2005 إلى 2006 في دراسة ميدانية عبر (10) ولايات من الوطن وهي : الجزائر العاصمة ، الجلفة ، تيزي وزو ، برج بوعريبيج ، البليدة ، المدية ، الشلف ، الطارف ، وهران و ورقلة ، وتمحورت الإشكالية حول : هل ميدان العلاقات العامة موجود فعلا في مؤسسات وهيئات قطاع الشبيبة ،

خاصة وان هذا النوع من المؤسسات يتعامل مع جماهير مختلفة وتحديدًا فئة الشباب ، وقد وضع الباحث مجموعة من الفرضيات تمثلت أساسًا في :

- ميدان العلاقات العامة غير مطبق تطبيقًا فعليًا في مجال التنظيم الإداري لمؤسسات وهيئات الشبيبة.
 - ميدان العلاقات العامة غير مطبق تطبيقًا فعليًا في مجال النشاط الاتصالي لمؤسسات وهيئات الشبيبة.
 - ميدان العلاقات العامة غير مطبق تطبيقًا فعليًا في مجال التخطيط لمؤسسات وهيئات الشبيبة.
 - العلاقات العامة غير مطبق تطبيقًا فعليًا في مجال التقويم لمؤسسات وهيئات الشبيبة.
- كان المنهج المتبع هو المنهج الوصفي الذي يتماشى مع طبيعة الدراسة واستخدام أدوات بحث تمكن من جمع الحقائق والمعلومات بصفة علمية نزيهة ، والتي من بينها المقابلة الاستبيان ، أما اختيار العينة فكان متركز على (04) إطارات من كل مؤسسة أو هيئة ، والتي عددها (05) الموجودة في الولايات العشر من الوطن ، وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- إن ميدان العلاقات العامة غير مطبق تطبيقًا فعليًا من خلال الأنشطة التنظيمية الإدارية لمؤسسات وهيئات الشبيبة.
- أن مجال النشاط الاتصالي لمؤسسات وهيئات الشباب تحمل في طياتها مضامين ميدان العلاقات العامة .
- أن ميدان العلاقات العامة غير مطبق تطبيقًا فعليًا في مجال التخطيط للمؤسسات والهيئات التابعة لقطاع الشبيبة.
- أن ميدان العلاقات العامة مطبق فعليًا في عمليتي التقييم والتقويم الجارية في مؤسسات وهيئات الشبيبة. وتظهر أهمية الدراسة بكونها كشفت أمور جوهرية ترتبط بواقع العلاقات العامة في المؤسسات والهيئات الشبابية ، من حيث التعرف على النشاطات المختلفة لهذه المؤسسات والهيئات سيما في تحقيقها للغاية المرجوة، والمتمثلة في الشروط والأساليب الواجب إتباعها حتى تستطيع هذه الأنشطة أن تكون فعالة في خدمة هذه المؤسسات والهيئات ومختلف فئات الشباب المتعامل معها.

الدراسة الثالثة : وكانت بعنوان " واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية " - دراسة حالة ، جامعة محمد

خضير بسكرة - من إعداد الطالبة ناتي خليفة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع

تخصص تنمية ، تحت إشراف : د/عبد الرحمان برفوق 2008/2007.

تمحورت إشكالية الدراسة على ان أي نجاح للمؤسسة يتوقف على المكانة التي توليها هذه الوظيفة ، ومن هذا المنطق يمكن طرح التساؤل العام الآتي : ماهو واقع العلاقات العامة في الجامعة ؟ وللاجابة على هذا التساؤل وضعت التساؤلات الفرعية التالية :

- ماهو شكل تنظيم العلاقات العامة بالجامعة ؟
 - ما موقع نشاط العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة ؟
 - ما مكانة مسؤول العلاقات العامة ؟ وفي أي مستوا من المستوى الإداري يمارس نشاطه ؟
 - ماهي وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة لاتصالاتها في المؤسسة الخدمية ؟
 - هل العلاقات العامة للمؤسسة تتماشى مع الأهداف التي أقيمت من اجلها أم لا ؟
- كان المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي باعتبار الدراسة من الدراسات الوصفية ، وذلك للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث ، والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر دقة ممكنة ، وقد استخدمت الباحثة هذا المنهج في وصف الظاهرة المدروسة وقياس واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية ، وقد كان الهدف الأساسي من تلك الدراسة هو دراسة جوانبها الإدارية والتعرف على مدى التطور الذي لحق بها ، ودراسة الطرق الاتصالية التي تستخدمها والتعرف على أهم المشكلات التي تعوق أداءها لوظائفها كما اعتمدت الباحثة على أدوات جمع البيانات وهي : الملاحظة ، المقابلة ، الاستمارة.
- حيث خلصت هذه الدراسة إلى أهم النتائج العامة التي يمكن أن ندرجها كما يلي :
- من خلال ما قدم فيما يخص شكل تنظيم العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية الجامعية تبين أن الشكل التنظيمي الذي تتبعه إدارة العلاقات العامة في الجامعة يعتبر أسلوب اتصالي وهو أسلوب معين في التنظيم الإداري الحديث .
 - إن مكانة القائم بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة يعتبر على أساس المنصب ، وعلى أساس اختيار المسؤول له ، وليس على أساس التخصص الذي من المفروض يعتبر المعيار الوحيد لاختياره.
 - إن معظم عمليات الاتصال بجماهير المؤسسة الداخلية تعتمد على وسائل الاتصال الشخصي أكثر من اعتمادها على وسائل الاتصال العامة.
 - أن نوع الاتصال الشخصي أكثر تأثيرا وفعالية من وسائل الاتصال العامة.
 - أن هذه الوسيلة تتميز بقلّة المخصصات المالية لها.

- أن إدارة العلاقات العامة للمؤسسة (الجامعة) وضعت للأهداف التي أقيمت من أجلها قد تحققت من خلال تحليل الجداول ، ولو كانت بطريقة بطيئة ، ويرجع ذلك حسب أغلبية المبحوثين ، حداثة هذه الإدارة بالجامعة ومقارنتها بالأعمال التي قامت بها من خلال نشاطاتها بالجامعة ، وعليه تتفق هذه الدراسة مع دراستها في اهتمامها دائما بمحور العلاقات العامة ودورها في المؤسسة الخدمية ، كما اتفقت في استخدام المنهج الوصفي غي وصنع الظاهرة المدروسة وقياس واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمية.

الإطار النظري

الفصل الأول

العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة:

لقد استخدم مصطلح العلاقات العامة في أواخر القرن 19 م، إلا أنه أصبح شائعاً بمعناه الحديث في منتصف القرن 20 م، وذلك من الناحية النظرية والتطبيقية، وقد تم ذلك في العديد من الدراسات والمؤلفات العربية والأجنبية، وفي اتساع ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات العامة والخاصة في أنحاء العالم. إن جوهر العلاقات العامة يقوم على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الحسنة بين أطراف لها مصالح مشتركة بين أية مؤسسة سواء كانت تجارية أو صناعية أو خدمية أو اجتماعية أو سياسية، وبين جمهور تلك المؤسسة كعلاقة شركات الخطوط الجوية مثلاً مع جمهور المسافرين على طائراتها.

ومن ثم فإن العلاقات العامة هي تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي يكون لها آثار اجتماعية بهدف رعاية الروابط الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب تأييد الجمهور، وضمان التفاهم التام بين المؤسسات على اختلاف أنشطتها وأنواعها كما يمكن القول أن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط المادية السليمة بين فئات الجماهير من ناحية، وتلك المؤسسات من ناحية أخرى.⁴¹

فالعلاقات العامة هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين الطرفين، الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه، الحكومة والجماهير، المؤسسة وجمهورها بين أي مؤسسة باختلاف أنواعها، سواء كانت حكومية أو تجارية أو سياسية أو دينية أو رياضية من جهة، وبين فئات الجماهير ذات العلاقة مع تلك المؤسسة، سواء كانوا عاملين أو مستهلكين أو مساهمين، أو أفراد المجتمع المحيط بالمؤسسة بشكل عام من جهة أخرى.⁴²، وعليه فإن العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور، فالمؤسسات اليوم تبذل كل جهدها لتكون سمعتها جيدة لدى جمهورها، ولكسب رضاه وتعاونه معها.⁴³

41 ويليام ريفرز، تيودور بيترسون، ترجمة إبراهيم إمام، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، دار المعرفة، القاهرة، 1975، ص 289.

42 إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة 1968، ص 38.

43 سمير حسن، العلاقات العامة، مجلة عالم الصناعة، العدد 11، 1973، ص 78.

المطب الثاني: وظائف العلاقات العامة

شهدت العلاقات العامة تطورا هائلا بعد الحرب العالمية الثانية، وبذلك أصبحت وظيفة إدارية حديثة يمارسها خبراء ومختصون في ذلك المجال ، وتهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة إلى خلق التفاهم والثقة مع الجمهور، وبناء صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة لدى الجماهير المختلفة ، وكذا تسعى لزيادة الإقبال على خدماتها ومنتجاتها لضمان استقرار واستمرارية المؤسسة، ولنجاح المؤسسة في تحقيق هذه الأهداف فإنها تقوم بعدة وظائف.

وذهب الكثير من الباحثين والدارسين إلى تحديد خمسة وظائف رئيسية للعلاقات العامة وهي:

1- البحث : ونعني به القيام بمجموعة الدراسات المتعلقة بقياس الرأي العام من جماهير داخلية وخارجية وجمع البيانات والمعلومات الخاصة بذلك، ومن ثم الوقوف على مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية.

2- التخطيط : ويقصد به تحديد الأهداف القصيرة والطويلة المدى والتي تعمل المنظمة على تحقيقها، ورسم سياسة العلاقات العامة وتحديد الميزانية.

3- الاتصال : وهو تحديد الوسائل الاتصالية الإعلامية وأسلوب الاتصال بالجماهير المستهدفة بهدف تنفيذ الخطط المرسومة.

4- التنسيق : وهو تحقيق الانسجام و التنسيق مع كافة أنشطة الإدارات الأخرى بالمؤسسة وأنشطة العلاقات العامة من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة بكفاءة عالية.

5- التقويم : أي مقارنة نتائج برامج العلاقات العامة مع ما تم التخطيط له .وتحديد النقائص والأخطاء من أجل تصحيحها والوصول إلى الأهداف المنشودة.⁴⁴

وهناك من يضيف ثلاثة وظائف أخرى وهي كالتالي:

-الإدارة :بمعنى تسيير و دارة البرامج والأنشطة والميزانية.

-التدريب : ويقصد به تمرين العاملين والموظفين في الإدارات على التعامل مع وسائل الإعلام ومع الجمهور.

-الإنتاج :أي القيام بالأفلام السينمائية حول نوعية الإنتاج، وتوجيهها للعاملين من أجل توعيتهم.⁴⁵

ويحدد فيليب ليزل وظائف العلاقات العامة كالتالي :

44 عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة والعملة، دار جرير للنشر والتوزيع، ط1 ، عمان، 2005 ، ص،ص 72 ، 73.

45 محمد الدبس، الاتصال والعلاقات العامة في إدارة المكتبات ومراكز المعلومات، إثراء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص، 267.

- ملاحظة التغيرات في اتجاهات الرأي العام.
- مساعدة المؤسسة على التعامل مع هذه الاتجاهات وتحقيق التوافق والتكيف معها.
- وضع البرامج المناسبة لتحقيق التوافق مع الجماهير وميولاتها.
- مساندة المؤسسة على توفير الجو المستقبلي للاتجاه الذي ستتعامل معه المنظمة.⁴⁶
- بينما ركز كانفيلد على الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة مع جمهورها الداخلي وتمثل في :
 - شرح آراء الجماهير الداخلية للإدارة العليا، بعد الحصول على المعلومات عن تلك الآراء .
 - مد الإدارة بالنصائح والاستشارات المتعلقة بالتعامل مع الجمهور الداخلي للمنظمة .
 - تقويم تأثير برامج العلاقات العامة على الجمهور الداخلي للمنظمة .
 - وضع ورسم الخطط الخاصة بتعامل العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي .
 - تمكين الجمهور الداخلي للمنظمة من التعبير على رأيه ووجهة نظره للإدارة من خلال الوسائل الاتصالية المناسبة لذلك.
 - ربط العلاقات العامة مع خطط المستويات الإدارية الأخرى ضمن خطة المنظمة ككل .
 - برجة أنشطة العلاقات العامة من الأنشطة الأخرى في المنظمة لمنع التداخل والتعارض بينهما.⁴⁷
- ويلخص الأستاذ حسن خير الدين وظائف العلاقات العامة في أي مؤسسة في النقاط التالية:
 - تعريف الجمهور بالمنظمة، وشرح السلع التي تنتجها والخدمات التي تقدمها بلغة بسيطة وسهلة لجذب اهتمام الجمهور بها.
 - شرح وتفسير سياسة المنظمة للجمهور، وشرح التعديلات والتغيرات التي تطرأ عليها قصد تقبله لها ومساندتها.
 - تزويد الجمهور بكافة المعلومات عن المنظمة وسياساتها وأنشطتها للمساعدة على تكوين رأيه على أساس الواقع والحقيقة.
 - التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشر على الجمهور شكلا ومضمونا.
 - إعلام المؤسسة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.

46 طاهر مرسى عطية، فن وعلم العلاقات العامة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 1999، القاهرة، ص 34.

47 علي عوجة، فريد كريمان، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، علم الكتاب للنشر والتوزيع، ط2، مصر

2008، ص، ص 10،08 .

- حماية المؤسسة من الأخبار الكاذبة التي قد تؤدي إلى تشويه سمعتها وصورتها أمام الرأي العام.
- خلق جو ومناخ ملائم وجيد بين المؤسسة والأفراد، وبين الأفراد فيما بينهم داخل المؤسسة.
- إبلاغ الإدارة العليا للمؤسسة برد فعل الجمهور إزاء سياستها وبرامجها.
- بحث وتحليل كل المسائل المهمة للإدارة العليا ورفعها إليها للنظر فيها ومعالجتها.
- تشجيع الاتصال بين مختلف المستويات الإدارية العليا و السفلى.
- التأكد من مدى اهتمام الجمهور بأهداف المؤسسة ومهامها.
- التنسيق بين الإدارات المختلفة في المؤسسة والعمل على تحقيق الانسجام والتوافق بين بعضها البعض، وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي.

- استشارة أعضاء مجلس الإدارة وجميع الأفراد في المستويات الإدارية العليا.⁴⁸
عموما يمكن تلخيص وظائف العلاقات العامة فيما يأتي:

- 1- تعريف الجمهور بالمؤسسة وتفسير خدماتها وإنتاجها وأهدافها بواقعية ووضوح.
- 2- شرح سياسة المؤسسة إلى الجمهور قصد الحصول على تعاونهم.
- 3- تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة لتكوين رأيه، وتزويد إدارات المؤسسة بتطورات الرأي العام.
- 4- حماية المؤسسة من الإشاعات والمعلومات الكاذبة التي قد تؤثر سلبا عليها.
- 5- تحليل المسائل المهمة للإدارة العليا ورفعها إليها.
- 6- تشجيع الاتصال بين الإدارة العليا والإدارات لسفلى و العكس.
- 7- تدعيم العلاقة بين المؤسسة ووسائل الإعلام.
- 8- تنظيم الاحتفالات الدينية والوطنية وتنظيم استقبال الوفود.
- 9- إقامة المعارض والمؤتمرات والإعداد لمشاركة المؤسسة فيها.
- 10- تنظيم استقبال الوفود، وتحسين صورة المؤسسة أمامها.
- 11- تدعيم العلاقة بين المؤسسة ووسائل الإعلام من جهة، وبين المؤسسة والمؤسسات الأخرى من جهة ثانية.

12- إعداد متطلبات عقد الاتفاقيات ومتابعة تنفيذها.⁴⁹

48 طاهر مرسي عطية، مرجع سابق، ص، ص 31، 33

49 بشير العلاق، العلاقات العامة في الأزمات، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009، الأردن، ص، ص 18، 19.

المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة:

تعتبر إدارة العلاقات العامة جزء هام من الهيكل التنظيمي للمؤسسة، حيث تستخدم كافة إمكانياتها ومواردها المادية والبشرية لتحقيق أهداف معينة، بغية الوصول إلى الهدف الأسمى ألا وهو نجاح المؤسسة، وضمان استمراريتها واستقرارها، وتتمثل أهداف العلاقات العامة فيما يلي:

- 1- تحقيق السمعة الحسنة للمؤسسة، والعمل على خلق انطباعات جيدة عنها لدى جمهورها.
- 2- الترويج لخدمات المؤسسة ومنتجاتها عن طريق الإعلان، وتنظيم المعارض وتقديم معلومات قيمة عن منتجاتها لوسائل الإعلام.
- 3- تنمية الشعور بالانتماء إلى المؤسسة أو المنظمة لدى العاملين.⁵⁰
- 4- رفع الكفاءة الإنتاجية للعاملين من خلال تحسين ظروف العمل لهم.
- 5- الحصول على ثقة الجمهور وولائه، وكسب رضاه.
- 6- كسب ثقة المساهمين.
- 7- تمتين العلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة.
- 8- بناء علاقات طيبة مع المنظمات المنافسة ومع مؤسسات الدولة، والمحافظة على تلك العلاقات.
- 9- تطوير إنتاج المؤسسة.⁵¹
- 10- معالجة الأزمات الداخلية والخارجية التي تواجهها المؤسسة.
- 11- قبول المؤسسة وخدماتها ومنتجاتها.⁵²
- 12- رفع الكفاءة الإنتاجية وزيادة الفوائد التي تعود على أصحاب الشركة وعمالها ومستهلكي منتجاتها والمنتفعين بخدماتها، وذلك بوضع برنامج يحسن المصانع والمنتجات، والحصول على الآلات الحديثة والمتطورة، وزيادة منافذ التوزيع.

50 عبد الرزاق محمد الدليمي، (العلاقات العامة والعلوية) مرجع سابق، ص ، ص ، ص 34 ، 35 .

51 رضا هاشم حمدي، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الراية للنشر، ط1، عمان، 2011، ص 17.

52 عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص 95.

13- الاهتمام بتلقى رغبات الموزعين ومقترحاتهم وملاحظاتهم، خاصة ما يتعلق بطريقة التعبئة أو التغليف أو العرض، إذ أن الموزعين هم حلقة الوصل بين المؤسسة والعملاء، وكثيرا ما كانت لهم آراء وتوجهات حاسمة في مستقبل المؤسسة الصناعية خاصة، ويساهمون بشكل كبير في نجاح المؤسسة.

14- تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والقومية لدى المواطنين، ومساعدتهم على تحمل المسؤولية في وضع سياسة المنظمة، وحل مشاكلها.⁵³

وتنقسم أهداف العلاقات العامة في إطار علاقاتها مع الجمهور إلى:

1- الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي : وتشمل ما يلي:

- تعريف العاملين بحقيقة ما يحدث داخل المنشأة.
- تعريف العاملين بحقيقة النشاط الذي تقوم به المنشأة.
- إشعار كل موظف أو عامل بقيمة العمل الذي يقوم به.
- توصيل أفكار وتوجيهات الإدارة العليا إلى العاملين.
- تزويد العاملين بالأخبار ذات الطابع الاجتماعي.
- تنشيط التعاون بين العاملين بعضهم البعض لزيادة كفاءة الأداء.
- تنمية شعور الفخر والاعتزاز بانتماء العامل للمنشأة.
- رفع الروح المعنوية للعاملين بالمنشأة.
- الحصول على مساعدة العامل لرجل العلاقات العامة في برامج وأنشطة العلاقات بالمجتمع الخارجي للمنشأة.
- تجنب وإزالة ما قد يحدث من سوء فهم في علاقة العاملين ببعضهم البعض أو بينهم وبين الإدارة العليا.

2- الأهداف الخاصة بالجمهور الخارجي : وتشمل ما يلي:

- تحقيق سمعة طيبة وتدعيم صورتها الذهنية لدى مختلف فئات الجماهير التي تتعامل معها ولدى المجتمع.
- مساعدة الجمهور على تكوين رأي صحيح وذلك بمده بكافة المعلومات.
- كسب ثقة الجمهور الخارجي.
- تحسين علاقة المنشأة بالمجتمع.

53 محمد جاسم فليحي ، محاضرة بعنوان :مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام، الجامعة العربية المفتوحة في الدانمرك ، كلية الآداب والتربية ، 2006/2005 ، ص ، ص ، 24 ، 25 .

- زيادة فرص التفاهم والتبادل الانسجام بين المنشأة والجمهور.
- تكوين مركز متميز للمنشأة على المستوى الوطني والإقليمي.
- اجتذاب المهارات الممتازة للعمل لديها.
- تعريف أفراد الجمهور بحقيقة الجهود المبذولة.
- شرح سياسة المنشأة وأهدافها وتزويد أفراد الجمهور بكافة المعلومات والبيانات التي يحتاجون إليها عن المنشأة وعن نشاطها.
- توضيح بعض الأفعال والتصرفات والمواقف التي صدرت عن المنشأة.
- الرد على كل أخبار كاذبة أو غير صحيحة تنشر عن المنشأة أو عن قياداتها أو عن نشاطها.⁵⁴

المبحث الثاني: وظائف العلاقات العامة بالمؤسسة العمومية

المطلب الأول: أهمية وفوائد العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

1- أهمية العلاقات في المؤسسة العمومية

إن الدور الأساسي الذي يلعبه قسم العلاقات العامة في المؤسسات العمومية هو التكييف النفسي ، الاجتماعي، ومدى استقطاب جماهير العمال داخل المؤسسة ، وجماهير المستهلكين خارج المؤسسة العمومية، هذه الأخيرة تقدم خدمات متعددة تصل إلى العديد من الجماهير الخارجية، والمنشآت الأخرى التي تتعاون معها، وتمدها باحتياجاتها المختلفة ، وكذلك جمهورها الداخلي الذي يتمثل في العاملين.

تعتبر العلاقات العامة بمثابة الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة بصفة عامة، و المؤسسة العمومية بصفة خاصة، على اعتبار أنها أحد أهم الوظائف التي لا يمكن أن يستغنى عنها، وأصبحت المؤسسة العمومية تعتمد عليها كونها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر، تهدف من خلالها المؤسسة إلى كسب تفاهم وتأييد الجماهير من جهة، وبناء سمعة طيبة و صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة لدى مختلف الجماهير من جهة أخرى ، مستعملة في ذلك جميع الأساليب الاتصالية التي تعمل على تقييم اتجاهات الجمهور، وهذا من أجل تطابق إجراءات المؤسسة، وتعزيز الفهم والثقة مع الزبائن، والجمهور بصفة عامة.

وعليه يمكن وصف العلاقة بين المؤسسة العمومية والعلاقات العامة بأنها علاقة ترابطية ، حيث يتجلى ذلك من خلال انعكاسات أهمية العلاقات العامة ، ومكانتها على المؤسسة ، والتي ساهمت كذلك في تحسين الأداء

54 طاهر مرسي عطية، فن وعلم العلاقات العامة ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994، ص، ص 203 ، 204.

الوظيفي بخلق جو ملائم للعمل ، بتوفير المعلومات ، و سرعة تدفقها، وكذا إحساس العمال بالتواصل والربط بين أهدافها وأهداف الأفراد العاملين بها ، من خلال تدعيم سبل التعاون والتنسيق بين مختلف المكاتب ، والمصالح، وذلك دون إهمال العلاقات الإنسانية والشخصية بين العمال .⁵⁵

2- فوائد العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

من بين أبرز الفوائد التي تعود على المؤسسة العمومية من خلال العلاقات العامة ما يلي:

- توفر العلاقات العامة الحوافز للمستخدمين إذا شعروا باشتراكهم في وضعها، مما يعزز الانتماء ويزيد من الحافز لإنجازها.

- تؤدي العلاقات العامة الجيدة إلى استخدام ملائم وفقا لموارد المؤسسة.

- توفر العلاقات العامة إطارا عمليا لصناعة القرارات من خلال إدراك أهداف المؤسسة وطرق تحقيقها ورجع الصدى.

- يؤدي إعداد إستراتيجية العلاقات العامة إلى قيام المديرين بتفحص مؤسستهم من جميع جوانبها.

- تعزيز العلاقات العامة قدرات المؤسسة العمومية على المنافسة.

- شرح وتفسير سياسة المؤسسة وأهدافها للجماهير.⁵⁶

المطلب الثاني: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

لن نبالغ إذا قلنا إن العلاقات العامة تمثل ضمير المؤسسة ، وهي أشبه ما يكون بجهاز حساس يستشعر اتجاهات الري العام نحو القرارات التي تتخذها المؤسسة ، مما يجعل إسداء النصح للمسؤولين والرؤساء عند إصدار القرارات ، أو تعديل سياسة المؤسسة من أهم الواجبات التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة.

وعلى الرغم من ذلك تختلف الآراء حول المركز الذي ينبغي أن يحتله جهاز العلاقات العامة في المؤسسة، واختلاف ذلك ناجم عن وجهتين متباعدتين لهذا الجهاز، الأولى تؤمن بأهمية إدارة العلاقات العامة ، والثانية ترى في العلاقات العامة ترفا لا ضرورة له، وبذلك لا يدرك ممثلو وجهه النظر الثانية مغزى العلاقات العامة في المجتمع ، وأهمية التوافق بين نشاط المؤسسات والأفراد ، بعبارة أخرى إن هؤلاء المعارضين لا يعترفون برأي الجمهور الداخلي والخارجي.

55 حسين علي، الدليل العلمي، الإستراتيجيات و الخطط التسويقية،(د.ط)، دار الرضا للنشر، سوريا، 2000 ، ص26

56 محمود يوسف، فن العلاقات العامة، مركز جامعة القاهرة،(د.ط)، 2011 ، ص 122 .

وتشير البحوث الميدانية الحديثة بوضوح إلى صلات المؤسسات العمومية، خاصة بالجماهير، من أدق الأمور التي ينبغي إسنادها إلى الخبراء والمتخصصين في حقل العلاقات العامة، وترى هذه البحوث أن العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الإدارة العليا، ومدير المؤسسة هو المسؤول الأول عن سمعة المشروع الذي يتولى إدارته.

ولما كانت كل إدارة لها صلاتها بالجمهور، ومديرها غير متخصص في العلاقات العامة في معظم الأحيان فإن شؤون العلاقات العامة تسند إلى إدارة متخصصة تضم ضلعين في قياس الرأي العام، وتحليل اتجاهات الجماهير من خلال أجهزة النشر وغيرها، فضلا عن أن هذه الإدارة تستطيع أن توجه سياسة المؤسسة وجهة سليمة على ضوء دراستها الدقيقة.⁵⁷

إن إنشاء إدارة مستقلة تخص العلاقات العامة في أية منظمة يتميز عن الطرق الأخرى لممارسة العلاقات العامة بشكل كبير، لأنه يتحقق بهذه الفوائد التالية:

- إحاطة الإدارة العليا بردود الفعل التي تحدثها سياسة المؤسسة على نفوس الجماهير، لأن وجود إدارة متخصصة يسهل عملية الحصول على البيانات والحقائق بين الجمهور الداخلي والخارجي مباشرة، نتيجة لحرصها على مصلحة المنظمة، ولتعدد العاملين فيها الذين يمكنهم من السعي في العديد من الاتجاهات ونتيجة لمعرفة القائمين على هذه الإدارة بكافة التفاصيل، وبدقائق الأمور التي تم المنظمة، وهذا ما يجعل هؤلاء يقومون بتحليل، وتلخيص، وتفسير هذه الردود من أجل التوصل إلى الاقتراحات المناسبة وعرضها على الإدارة العليا للتوجه والاهتمام بها.
- توفير الوقت والخبرة الكافيتين اللتين تسمحان بتوجيه وإرشاد الجمهور عن طريق شرح وتفسير وإيضاح السياسة المتبعة في المنظمة وأثرها على مصالحهم.
- المساعدة في تخطيط الاتصال داخل المنظمة بين مختلف مستويات التنظيم إضافة إلى الإشراف على الاتصالات الخارجية.

57 زهير ياسين الطاهات، سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2011، ص، ص، 116،

- التوفير في النفقات لأن الأجور العاملين في إدارة العلاقات العامة بالمنظمة أقل بكثير من أجور الأتباع التي تتقاضاها المكاتب المتخصصة لأن هذه المكاتب تعتبر نفسها تفرد بخبراتها المتميزة، وهذا ما يجعلها تتقاضى أجورا عالية .

- المساهمة في تكوين الكادر المتخصص وإيجاد مجموعة من الخبراء الذين يعملون جنبا إلى جنب مع الموظفين الآخرين بالمنظمة، نتيجة للخبرة الطويلة بمرور الوقت والسنين والذي يجعل من هؤلاء أكثر دراية في التوصل إلى البيانات المطلوبة نتيجة للاحتكاك الدائم مع كافة العاملين بالمنظمة والاطلاع على كافة نشاطاتها والمعرفة الدقيقة لإمكاناتها. ⁵⁸

المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة العمومية

إن العلاقات العامة الناجحة والفعالة في أي مؤسسة تبدأ من داخلها، وذلك بإعطاء البيئة الداخلية (الأفراد العاملين) الأولوية بتركيز وظيفة العلاقات العامة عليهم، وثانيا بالبيئة الخارجية (المستهلكين) ذلك باعتبار أن أساس وظيفة وعمل العلاقات العامة مع البيئة الداخلية والخارجية تأسس على مفهوم الوظيفة الاجتماعية للإدارة الحديثة، وان المؤسسة العمومية تمثل نسقا متفاعلا في داخلها ومنفتحا على البيئة المحيطة بها ، و من بين مهامها الأساسية إحداث تأثيرات ايجابية في الاتجاهات السائدة لدى المستهلكين بالاستخدام الأمثل والمستمر للبحوث والدراسات وفق تخطيط مدروس وأسس للتقويم، مما يؤدي إلى رضا الأفراد العاملين ، نتيجة المعرفة المتبادلة والمشاركة بينهم وبين المؤسسة العمومية ، الأمر الذي ساهم في زيادة مستوى الأداء المؤسسي والفعالية في تشكيل الصورة الذهنية المتميزة عن المؤسسة العمومية لدى مختلف المستهلكين، وهو ما يساعد في تحقيق التوافق والتكامل بين المؤسسة العمومية وبيئتها الداخلية والخارجية والذي يحدث تغييرا ايجابيا في سلوك واتجاهات المستهلكين نحو المؤسسة وخدماتها المقدمة تنعكس آثارها في زيادة فاعلية الأداء للمؤسسة، وتدعيم مكانتها نظرا لصورتها الذهنية الايجابية لها.

تعني الصورة الذهنية صفة الشيء كما يفهمه الفرد ويتدبره ويستقر في ذهنيته، وتكون الصورة الذهنية عملية حركية تتغير حسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والثقافية، لذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود وإنما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر، فتتطور وتنمو وتتسع وتتعدد وتعمق وتقبل التغيير،

58 محمد الجوهري، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط1 ، مكتبة الرائد، عمان، 2000، ص، 68 ، 69.

ولذلك فالصورة الذهنية نتاج عمليات تفاعلية نتيجة تأثرها بعوامل واتجاهات وإشباع للحاجات⁵⁹ ، أي أن الصورة الذهنية لا تتشكل عن المؤسسة العمومية نتيجة تفاعل واحد وإنما نتيجة تفاعلات وتأثيرات كثيرة تحدثها المؤسسة.

وهناك عوامل عديدة تساهم في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، أبرزها قوة الإنتاج والأداء الممتاز، وضمن الفاعلية وتحقيق الجودة والتزام المؤسسة العمومية لإجراء عمليات تقويم دورية لعلاقتها مع بيئتها الداخلية والخارجية، وان تستخدم تلك النتائج لإجراء مراجعة ضرورية تؤدي إلى تأكيد علاقتها مع بيئتها من أجل ترسيخ صورتها الذهنية.

فالصورة الذهنية للمؤسسة العمومية تعكس سلوكها بصفة عامة وتساعد بصفة أساسية على تسهيل أدائها في عملها بالبيئة التي تعيش فيها.

تتحقق الصورة الذهنية في المؤسسة العمومية فيما يلي:

- تساعد في تقبل المهام التسويقية من دون صعوبات.
- تقوم بتسهيل العمليات التجارية وإمضاء عقود المشاريع.
- تخلق نوع من الثقة في أي منتج يرتبط بالمؤسسة العمومية.
- تسهل مهام المؤسسة في حصولها على الكفاءات المؤهلة والخبرات النادرة من الأفراد العاملين.
- ترفع من الروح المعنوية للأفراد العاملين نتيجة انتمائهم للمؤسسة العمومية، وجعلهم قوة دافعة نحو الأداء المؤسسي.
- تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة العمومية كفاعل مهم وحيوي في البيئة الخارجية للمؤسسة العمومية.

ومن هنا تظهر أهمية العلاقات العامة على أساس امن الصورة الذهنية هي المحصلة الأساسية لوظيفة العلاقات العامة، وأن إلمام المسؤولين والأفراد العاملين في المؤسسة العمومية بمفهوم وتقنيات وظيفة العلاقات العامة وما تحتويه من عمليات وممارسات ذات طبيعة خاصة يعتبر أيضا من الأهمية بمكان.

ومن جهة أخرى أكدت الاتجاهات الحديثة في الدراسات الإعلامية والترويجية والتسويقية أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية ، على أساس أي مؤسسة تعمل في إطار صورة ذهنية تكونت عنها لدى البيئة الداخلية والخارجية ، وتعمل في نفس الوقت على زيادة الجوانب الايجابية في هذه الصورة ، على أساس

59 عبد الرزق محمد الدليمي (العلاقات) : مرجع سابق، ص 68.

كلما كانت هذه الصورة الذهنية واضحة ومميزة ، ازدادت درجة تقدير المؤسسة لدى المستهلكين ، وازدادت فعالية العملية الاتصالية بينهما، ما يؤدي إلى زيادة مكانة المؤسسة ورفعتها، وتدعيم سمعتها الايجابية في المجتمع، وهو ما ينعكس أيضا على مستوى الأداء ويؤدي إلى رفع مستوى الكفاءة الإنتاجية أو كفاءة الخدمات ، ومدى مساهمتها الايجابية في إشباع حاجات البيئة الداخلية والبيئة الخارجية على أسس عملية رشيدة وموضوعية وسليمة، بحيث يتشكل لدى المستهلكين والهيئات الرسمية انطبعا ايجابيا عن المؤسسة العمومية، ينسحب بالتالي على منتجاتها وخدماتها وسياساتها الإدارية والتسويقية والمالية وأوجه نشاطاتها المختلفة .⁶⁰

60- DAVID GURCH AND CHARLE MARCH : PUBLIC RELATION VALUES-DRIVER APPROCH, PERSON EDUCATION, BOS) "TON,USA , 2003 P 65.

الفصل الثاني

الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة
للعلاقات العامة

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للإدارة الالكترونية

المطلب الأول: مفهوم، أهداف وأهمية الإدارة الالكترونية

1- مفهوم الإدارة الالكترونية

تعتبر الإدارة الالكترونية من المفاهيم الحديثة في مجال الإدارة.

أولاً: تعريف الإدارة الالكترونية

إن التوسع في مفهوم الإدارة الالكترونية أدى إلى ظهور عدة تعاريف كل حسب المنظار أو الجانب الذي يراه ومن هذه التعاريف :

التعريف الأول: عرفها مزهر شعبان العاني أنها إستراتيجية إدارية في عصر المعلوماتية، غايتها التوظيف الأمثل للموارد المعلوماتية وفي إطار الكتروني حديث ، و في ظل اعتبارات التشغيل السليم للموارد البشرية والمادية وبالأسلوب الالكتروني، ليصل إلى تحقيق الكفاءة في تسخير الجهود وإنفاق الأموال لبلوغ الغايات المستهدفة من قبل المنظمة المعنية. ⁶¹

التعريف الثاني : عرفها آخرون بأنها الجهود الإدارية التي تتضمن تبادل المعلومات وتقديم الخدمات للمواطنين وقطاع الأعمال بسرعة عالية وتكلفة منخفضة عبر أجهزة الحاسوب وشبكات الانترنت ، مع ضمان سرية امن المعلومات المتناقلة. ⁶²

التعريف الثالث: كما عرفها الدكتور محمد سمير احمد أنها : استخدام الوسائل والتقنيات الالكترونية بكل ماتقتضيه الممارسة أو التنظيم أو الإجراءات أو التجارة أو الإعلان . ⁶³

التعريف الرابع: كما عرفها السالمي علاء عبد الرزاق بأنها : الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الالكتروني ، عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة إلى إجراءات مكتبية ثم معالجتها حسب خطوات متسلسلة منفذة مسبقاً.

61 مزهر شعبان العاني، شوقي ناخي جواد، الإدارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2013 ،ص، 33.

62 حسين محمد الحسن، الإدارة الالكترونية، المفاهيم، الخصائص، المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص، 39.

63 محمد سمير احمد، الإدارة الالكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص، 12.

ثانيا : التطور التاريخي للإدارة الالكترونية

نستطيع القول أن بدايات الإدارة الالكترونية بدأت منذ سنة 1960 عندما ابتكرت شركة IBM مصطلح معالج الكلمات WORD PROCESSING على الطابعات الكهربائية وكان سبب إطلاق هذا المصطلح هو لفت نظر الإدارة في المكاتب إلى منتج هذه الطابعات عند ربطها مع الحاسوب واستخدام معالج الكلمات وان أول برهان على أهمية ما طرحته هذه الشركة ظهر سنة 1964 عندما أنتجت هذه الشركة جهاز أطلق عليه اسم " MTIST " الشريط الممغنط وجهاز الطابعة المختار، حيث كانت هذه الطابعة مع شريط ممغنط ، فعند كتابة أي رسالة باستخدامها يتم تخزين الكلمات على الشريط الممغنط حيث بالإمكان طباعة هذه الرسالة بعد استرجاعها من الشريط على الطابعة ، بعد أن نطبع اسم وعنوان الشخص المرسل إليه وعند النظر إلى هذه الرسالة نجد مطبوعة بشكل جيد وواضح ، و بالتأكيد هذه العملية وفرت جهد كبير وخاصة عندما يتطلب إرسال نفس الرسالة إلى عدد كبير من المرسل إليهم.⁶⁴

من خلال دراسة الفكر الإداري والمدارس الإدارية يتضح أن الإدارة الالكترونية هي : امتداد للمدارس الإدارية وتجاوزها ، فقد حدد المختصون في الإدارة مسارا تاريخيا متصاعدا لتطور الفكر الإداري والمدارس الإدارية على مدى أكثر من قرن الزمن ، ابتداءا بالمدارس الكلاسيكية ثم مدرسة العلاقات الإنسانية وبعدها توالي العديد من المدارس الإدارية ، وفي منتصف التسعينات توجهت مسيرة التطور التاريخي بالوصول إلى الإدارة الالكترونية .
65

2- أهداف الإدارة الالكترونية

أهداف الإدارة الالكترونية كثيرة تنطوي كلها على أساس زيادة كفاءة وفاعلية الخدمة وقللة التكاليف سنستعرض بعضها منها:

- إدارة الملفات بدل من حفظها.
- مراجعة محتوى الوثيقة بدلا من كتابتها.⁶⁶
- إدارة و متابعة الإدارات المختلفة للمؤسسة وكأنها وحدة مركزية.

64 السالمي علاء عبد الرزاق محمد، الإدارة الالكترونية، دار وائل للنشر ، عمان،الأردن، 2007 ، ص ، 32 .
65 السالمي علاء عبد الرزاق محمد، شبكات الإدارة الالكترونية، ط1 ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2005 ، ص ، 235 .
66 المرجع نفسه ، ص ، 63 .

- تجميع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة.
- تقليص معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير البيانات وربطها.
- تقليل أوجه الصرف في متابعة عمليات الإدارة المختلفة.
- إحداث تحويل في الإجراءات الحكومية مثل توفير الخدمات الحكومية بصورة أسرع وبكلفة أقل.
- خلق الفعالية في الإدارة وتحسين مستوى العمليات الإدارية باستعمال التقنيات الحديثة .
- إعادة تنظيم العمل الإداري وتأهيل الكوادر البشرية وتدريبهم على استعمال التقنيات الحديثة.
- تخفيف الأعباء على المواطنين وتخفيض الجهد المطلوب لإنهاء المعاملات.
- تبسيط واختصار الإجراءات الإدارية.

3- أهمية الإدارة الالكترونية

- إن اهتمام العالم الكبير بالإدارة الالكترونية وتوسع استعمالها يدل على الأهمية الكبيرة التي تنطوي عليها :
- تردي مستوى خدمات كثير من الإدارات وتعقيدها، إلى الدرجة التي تستدعي الحاجة إلى تبسيط إجراءاتها وجعلها أكثر سلاسة ومرونة وتسهيل تقديمها.
 - حرص الجهات الحكومية على تنمية كوادرها الوطنية وتأهيلها بعلوم التقنية الحديثة، للاعتماد عليها في إدارة برامج التنمية وخططها المستقبلية للدولة.
 - تختصر الإدارة الالكترونية وقت تنفيذ المعاملات الإدارية المختلفة وتسهل الاتصال بين إدارات الأجهزة الحكومية ومنظمتها.
 - توفر الدقة والوضوح في العمليات الإدارية وترشيد استخدام الأوراق
 - اختصار وقت تنفيذ انجاز المعاملات الإدارية المختلفة.
 - إن التقليل من استخدام الورق سوف يعالج مشكلة تعاني منها اغلب المؤسسات في عملية الحفظ والتوثيق، مما يؤدي إلى عدم الحاجة إلى أماكن الخزن حيث يتم الاستفادة منها في أمور أخرى.
 - تحويل الأيدي العاملة الزائدة عن الحاجة إلى أيدي عاملة لها دور أساسي في تنفيذ هذه الإدارة، عن طريق إعادة التأهيل، لغرض مواكبة التطورات الجديدة التي طرأت على المؤسسة، والاستغناء عن الموظفين الغير أكفاء والغير قادرين على التكيف مع الوضع الجديد.⁶⁷

67 حسين محمد الحسين ، مرجع سبق ذكره ، ص، ص 65 ، 68.

المطلب الثاني: دوافع ومتطلبات التحول نحو الإدارة الإلكترونية

أولاً: دوافع التحول نحو الإدارة الإلكترونية :

إنّ هذا التحول ليس عملية سهلة وليست دربا من دروب الرفاهية، وإنّما هو واقع فرضته التغييرات العالمية، حيث نجد في كلّ دولة هناك دوافع تظهر في الواقع تدعو إلى التحول نحو الإدارة الإلكترونية على حساب دوافع أخرى حسب وضع الدولة الاقتصادي والسياسي، وأهم هذه الدوافع نجد ما يلي:⁶⁸

1- تسارع التقدم التكنولوجي والثورة المعرفية المرتبطة به:

إنّ تمكين المجتمع من الحصول على فوائد كثيرة تتمثل في تحسين أداء المؤسسات وإتاحة الفرص للاستثمار في قطاع التكنولوجيا يسهل الحياة ويمكن من الاستفادة من المزايا التقنية المتوفرة على المستوى الدولي.

2- توجهات العولمة نحو تقوية الروابط الإنسانية:

حيث اعتبرت دافعا للدول لتحسين خدماتها وإرضاء المواطنين من ناحية أخرى، ومنه يمكن مقارنة ما تقدمه الدولة من خدمات محلية بما تقدمه الدول المتقدمة من خدمات راقية لمواطنيها.

3- التحولات الديمقراطية:

وما رافقها من إصلاحات إدارية لمواكبة التطورات.

4- تزايد الضغط من طرف المواطنين:

من أجل الحصول على أفضل وأسرع وأسهل الخدمات، وكذلك مشاركة المواطنين في النقاش في القضايا التي تهمهم من أجل خلق منظومة اتصال مفتوحة وأكثر شفافية.

5- حاجة الموظفين الحكوميين للدعم النوعي:

وذلك من خلال قاعدة معلومات صلبة ونظام عمل متطور وحديث.⁶⁹

6- الكفاءة في تقديم الخدمات العامة:

فالكفاءة تأخذ عدة أشكال منها تخفيض الأخطاء وتحسين الدخل، وأيضا تخفيض التكاليف والتقليل من البيروقراطية من خلال إعادة تبسيط الإجراءات، وهذا يؤدي إلى تقليل الوقت المحدد لتحقيق الأهداف وإعادة الفرصة للحصول على مهارات جديدة وتطوير أنفسهم.

68 عمار بوحوش، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرين (بيروت: دار الغرب الإسلامي، بدون طبعة، 2004)، ص 183.

69 حماد مختار، تأثير الإدارة الإلكترونية في إدارة المرفق العام وتطبيقاته في الدول العربية، (جامعة الجزائر: مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، فرع التنظيم السياسي، 2004)، ص 12.

7- التسويق:

ويشمل التعرف على أفضل الطرق للتعامل مع الأفراد والقطاع الخاص وتنمية الإحساس لدى المواطنين بأهمية تمركز الحكومة حوله وبالتالي أهميته كمواطن له حقوقه كما له واجبات.

8- تقديم خدمات جديدة ومتطورة:

إنّ تقديم الخدمات بصورة أفضل هي أهم الدوافع للإدارة الإلكترونية، حيث تركز على تحسين خبرات الأفراد في التعامل مع الحكومة عند تقديمهم للطلبات أو الحصول على الخدمات، ويمكن تحسين هاته الأخيرة باستخدام التقنيات التي تحسن من نوعية الخدمة المقدمة.

9- اللامركزية:

وهو هدف تسعى إليه الدول ذات المساحة الجغرافية الكبيرة مع وجود تجانس في نوعية الأفراد، مع أنّه من الصعب على الحكومة الإلكترونية التأثير على المنظمات الكبرى التي اعتمدت البيروقراطية لفترة طويلة.

10- السيطرة الإدارية:

إنّ التقنية المستخدمة في مشروع الإدارة الإلكترونية تساعد على مضاعفة الرقابة الإدارية المستمرة والمباشرة، وتوقع الخلل وتتبع معاملات المواطنين والتقليل من البيروقراطية، ويمنع احتكار الحكومة لصالح فئة معينة، وهذا ما يحقق تطورا اقتصاديا أسرع، واستقرارا أكبر.

11- الشفافية:

لأنّ الإدارة الإلكترونية تقلل من البيروقراطية بمختلف أشكالها وتزيد من الشفافية، وتزيد من ثقة المواطنين بها.

70

ثانيا: متطلبات التحول نحو الإدارة الإلكترونية

إنّ التحول للإدارة الإلكترونية يحتاج إلى تهيئة البيئة المناسبة والمواتية لطبيعة عملها، فعملية استخدام وتوظيف التكنولوجيا الحديثة لخدمة المجتمعات يستلزم توفر العديد من المتطلبات أهمها:⁷¹

70 حماد مختار، مرجع سبق ذكره ، ص 12.

71 عبد الكريم عشور، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، جامعة منتوري ، قسنطينة : مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص الديمقراطية والرشادة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2010، ص 24.

1- المتطلبات السياسية:

تمثل في وجود إرادة سياسية داعمة لإستراتيجية التحول الإلكتروني ومساندة مشاريع الإدارة الإلكترونية، بحيث يكون هناك مسؤول أو لجنة تتولى تطبيق هذا المشروع وتعمل على تهيئة البيئة اللازمة للعمل، كما تتولى الإشراف على التطبيق وتقييم المستويات التي وصلت إليها في التنفيذ.

2- المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية:

من خلال خلق تعبئة اجتماعية مساعدة ومستوعبة لضرورة التحول للإدارة الإلكترونية وعلى دراية بمزايا تطبيق الوسائل التقنية في الأجهزة الإدارية، مع الاستعانة بوسائل الإعلام وجمعيات المجتمع المدني في دعم اللقاءات، والندوات والتجمعات التحسيسية الخاصة بنشر فوائد تطبيق الإدارة الإلكترونية، وبرمجة حصص تدريبية مع ضرورة توفير المخصصات المالية الكافية لتغطية الإنفاق على مشاريع الإدارة الإلكترونية.

3- متطلبات البنية التحتية للاتصالات:

حيث ترتبط بإيجاد حواسيب إلكترونية ونظم بيانات متكاملة، وتعمل هذه البنية على زيادة الترابط بين مختلف الأجهزة الإدارية داخل الدولة.

4- المتطلبات البشرية:

إذ يعتبر العنصر البشري من أهم الموارد في تطبيق الإدارة الإلكترونية فهو الذي اكتشفها وطورها وسخرها لتحقيق الأهداف التي يصبو إليها.⁷²

5- المتطلبات الإدارية والأمنية:

وتنحصر هاته المتطلبات في العناصر التالية:

- وضع إستراتيجيات وخطط التأسيس.
- توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية.
- متطلب الكفاءات والمهارات المتخصصة لاستخدام تقنيات المعلومات.
- تطوير التنظيم الإداري والخدمات والمعاملات الإدارية وفق تحول تدريجي، وذلك بإعادة تنظيم الجوانب الهيكلية، ومختلف الوظائف الإدارية، بما يجعلها تنسجم ومبادئ الإدارة الإلكترونية.
- متطلب الإصلاح الإداري في إطار الوصول إلى تحقيق تحول ناجح في تطبيق الإدارة الإلكترونية.

72 محمد جمال عمار أكرم، مدى إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية بوكالة غوث وتشغيل اللاجئين بمكتب غزة الإقليمي ودورها في تحسين أداء العاملين(فلسطين :غزة :كلية التجارة، 2009) ، ص 71.

- وضع التشريعات القانونية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية، والتي تضيء عليها المشروعية والمصادقية وكافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

- توفير الأمن الإلكتروني والسرية الإلكترونية على مستوى عالٍ لحماية المعلومات الوطنية والشخصية ولصون الأرشيف الإلكتروني والتركيز على أمن الدولة والأفراد.⁷³

المطلب الثالث: إستراتيجية الجزائر الإلكترونية

إنّ التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية أصبح ضرورة لدى الكثير من الدول ومنها الجزائر من أجل تحسين الخدمات المقدمة، وتعتبر أهم خطوة قامت بها الجزائر ضمن إستراتيجيتها الإلكترونية هو مشروع الجزائر الإلكترونية الذي يهدف إلى عصرنة القطاعات والمؤسسات الحكومية.

أولاً: مشروع الجزائر الإلكترونية 2013⁷⁴

تهدف هذه الإستراتيجية إلى تعزيز الاقتصاد الوطني والشركات والإدارة وتحسين قدرات التعليم والبحث والابتكار وإنشاء كويكبات صناعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ورفع جاذبية البلد وتحسين حياة المواطنين، وقد تضمن المشروع 13 محورا سنركز على ثلاثة مرتكزات أساسية للمشروع وهي:⁷⁵

1- المحور الرئيسي " أ" الإدارة الإلكترونية:

وذلك من خلال إعادة النظر في كيفية سير الإدارات العمومية وتنظيمها وتكليف وتحسين خدماتها للمواطنين من خلال وضعها على شبكة الانترنت، وفي هذا الإطار وضع أهداف تتعلق بالجوانب التالية:

- استكمال البنى الأساسية المعلوماتية.

- وضع نظم معلومات مندمجة.

- نشر التطبيقات.

- تنمية الكفاءات البشرية.

73 محمد بن سعيد العريشي، إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارة العامة للتربية والتعليم بالعاصمة المقدسة، (المملكة العربية السعودية: قسم الإدارة التربوية والتخطيط، 2008)، ص 53.

74 بوقلاشي عماد، الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الإدارات العمومية- دراسة حالة وزارة العدل، جامعة الجزائر3: مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، تخصص علوم .التسيير، 2011، ص 178.

75 حميدوش علي، برايج محمد، إستراتيجية الجزائر الإلكترونية بين الأهداف المسطرة وتحديات الواقع، (مداخلة في المنتدى الدولي حول: متطلبات إرساء الحكومة الإلكترونية في الجزائر- دراسة حالة تجارب بعض الدول :جامعة سعد دحلب، البلدية)، 13-14 ماي 2012، ص ص ، 07، 08.

- تطوير الخدمات الإلكترونية لفائدة المواطنين والمؤسسات والعمال والإدارات الأخرى.
من خلال تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات من أجل الوصول إلى الهدف الأساسي المتمثل في إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع الاقتصادي وهو ما عبرت عنه الأهداف الخاصة التالية:

- دعم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تطوير تطبيقات لتحسين أداء الشركات.
- عرض خدمات إلكترونية من طرف الشركات.

2- المحور الرئيسي "ب" المؤسسات الإلكترونية:

من خلال تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات من أجل الوصول إلى الهدف الأساسي المتمثل في إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع الاقتصادي وهو ما عبرت عنه الأهداف الخاصة التالية:

- دعم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تطوير تطبيقات لتحسين أداء الشركات.
- عرض خدمات إلكترونية من طرف الشركات.

3- المحور الرئيسي "ج" المواطن الإلكتروني:

وهو المواطن الذي يتم إعداده من خلال تطوير الآليات والإجراءات التحفيزية لتمكنه من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويكون ذلك من خلال ثلاثة أهداف خاصة هي:⁷⁶

- إعادة بعث عملية أسرتك عن طريق توفير التكوين ومضامين متميزة لكل فئات المجتمع.
 - الزيادة في عدد الفضاءات العمومية الجماعية ومحلات الانترنت والحظائر المعلوماتية ودور العلم ودور الثقافة.
 - توسيع الخدمة العامة لتشمل النفاذ إلى الانترنت.
- من خلال هذه المحاور فإنّ الجزائر في تبنيتها لمشروع الإدارة الإلكترونية ركزت على بناء مؤسسات إلكترونية معاصرة بكل المقاييس، وإعداد المواطن الإلكتروني الذي يحقق التفاعل مع الإدارة في ظل مجتمع المعرفة والاقتصاد الرقمي.

76 بوقلاشي، مرجع سابق، ص181.

ثانيا :منهجية وبرنامج عمل تنفيذ المشروع⁷⁷

1- منهجية عمل تنفيذ المشروع:

شارك في المشروع أكثر من 300 شخص ، هيئات ودوائر وزارية ومختلف المتعاملين والخواص وناشطين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الجامعات، مراكز البحث ، خلال 06 أشهر لطرح الأفكار ومناقشتها وتم برمجة ألف عملية، استهدفت أغلبها التوجه نحو تطبيق الإدارة الإلكترونية من خلال:

- عصرنة الإدارة العمومية بإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمجموع 377 عملية.

- تقريب الإدارة من المواطن بتطوير الخدمات الإلكترونية بمجموع 447 عملية.

وقد جاءت الخطة العملية مفصلة في المحاور الأساسية للمشروع، أما عن الجدول الزمني للمشروع فحدد بمدة إستراتيجية قدرها 05 سنوات(2008 - 2013).

2- برامج الحكومة لتنفيذ مشروع الجزائر الإلكترونية:

تمثل البرامج الموضوعة في هذا الإطار فيما يلي :⁷⁸

- برنامج تطوير التشريعات :والذي يتضمن إعداد قانون ينظم المعاملات الحكومية وتطوير التشريعات العامة.

- برنامج تطوير البنية التحتية: والذي يتضمن تطوير المؤسسات ماليا لتصبح أكثر مرونة من خلال إمدادها بالمبالغ المالية الكفيلة بتبني هذا المشروع.

- برنامج التطوير الفني : يركز هذا البرنامج على استخدام التكنولوجيا الرقمية لتطوير الطاقات والقدرات اللازمة لإنجاز المشروع، وكذلك تحسين الكفاءة التشغيلية والتي تتضمن استخدام أحدث الأجهزة والمعدات وأنظمة قواعد البيانات، وتحديث البنية الأساسية للاتصالات والمعلومات.

- برنامج التطوير الإداري والتنفيذي : ويشمل تطوير أساليب العمل في الجهات المقرر استخدامها للمعاملات الإلكترونية.

77 أحمد جميل، راجح الوافي، ماهية الحكومة الإلكترونية في الجزائر حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية، (مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول متطلبات إرساء الحكومة الإلكترونية في الجزائر :جامعة سعد دحلب، البليدة)، 13-14 ماي 2013 ، ص 14.

78 عبد القادر بلعربي وآخرون، تحديات التحول إلى الحكومة الإلكترونية في الجزائر، (مداخلة مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، 13-14 ماي 2012 ، ص 09.

- برنامج تنمية الإطارات البشرية : من خلال تطوير فكر القيادات الحكومية، بما يتلاءم مع مفهوم الإدارة الإلكترونية، وإعداد خطة لتدريب فرق العمل.

- برنامج الإعلام والتوعية : من خلال إعداد خطة لتعريف المجتمع بمزايا التحول للإدارة الإلكترونية والاستفادة منها.⁷⁹

3- الإنجازات المحققة في إطار المشروع :

يعتبر مشروع الجزائر الإلكترونية من أهم المشاريع التي قامت بها الجزائر للاستفادة من تقنيات المعلومات والاتصالات، وبالرغم من عدم تمكنها من تجسيد معظم ما جاء في محاوره، إلا أنه حقق العديد من الإنجازات في إطار تحقيق مستوى خدمات أفضل للمواطنين وتعزيز مفهوم تقرب الإدارة من المواطن، ومن هذه الإنجازات :⁸⁰

أ. التواجد على شبكة الانترنت:

حيث تم إنشاء مواقع على الشبكة لجميع الوزارات والهيئات الحكومية وكذا بوابة المواطن (2011) تسمح للمواطن بالاستفادة من المعلومات الإدارية للدولة ومرافقها، وتوفر له خدمات مختلفة، كالقوانين المعمول بها في الجريدة الرسمية، ومسابقات التوظيف عبر الوزارات، وتحميل الاستثمارات الرسمية وغيرها، هذا بالإضافة إلى الانتشار الواسع لمقاهي الانترنت.

ب. تقديم بعض الخدمات عن طريق الانترنت:

حيث أنه في إطار مشروع الجزائر الإلكترونية تم رقمنة بعض الإجراءات الإدارية والتي كان لها الأثر في حياة المواطن منها:

- طلب صحيفة السوابق العدلية رقم 12 على موقع وزارة العدل ، يمكن استلامها من أي جهة قضائية على المستوى الوطني.

- التسجيل الإلكتروني للطلبة الجدد حاملي شهادات البكالوريا من خلال موقع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

79 عبد القادر بلعربي وآخرون، تحديات التحول إلى الحكومة الإلكترونية في الجزائر، (مداخلة مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الخامس حول

الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، 13-14 ماي 2012 ، ص 09.

80 قادري محمد الطاهر، كاكي عبد الكريم، الحكومة الإلكترونية في الجزائر الواقع وتحديات المحيط، (مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الأول

حول متطلبات إرساء الحكومة الإلكترونية في الجزائر :جامعة سعد دحلب، البليدة)، 13-14 ماي 2013 ، ص 41.

- إطلاق بطاقة التعريف الوطنية البيومترية.
 - إطلاق جوازات السفر البيومترية.
 - مشروع "أسرتك" والذي يبدأ تنفيذه من خلال إعطاء كل أسرة فرصة الحصول على جهاز حاسوب.
 - تطبيقات السياحة الإلكترونية من خلال التذكرة الإلكترونية المباشرة.
 - إعداد شبكة الصحة الجزائرية، مع ربط مختلف المؤسسات الصحية.
 - إعداد نظام الدفع البنكي والحسابات البريدية، بالإضافة إلى إنشاء موزعات بنكية وتوزيع بطاقات السحب والدفع الإلكتروني.
 - إنشاء شبكة أكاديمية وبحثية تربط مجموعة مؤسسات التكوين العالي.
- إنّ الإنجازات المحققة في إطار مشروع الجزائر الإلكترونية ومع تهاية المدة الزمنية المسطرة له لم تتمكن الجزائر من تجسيد معظم ما جاء به من محاور وبرامج وعمليات ولذلك لا بد من إعادة النظر في هذا المشروع من خلال توفير منهجية للتعامل مع فجوة النظرية والتطبيق، كما يتطلب أن يكون هناك تخطيط ورؤية واضحة وتوفير الإمكانيات المادية والبشرية وأن تكون هناك متابعة من القيادة السياسية بمشاركة كل من المؤسسات العمومية والقطاع الخاص والمواطنين والمجتمع المدني.⁸¹

المبحث الثاني: دور الانترنت والمواقع الالكترونية في أنشطة العلاقات العامة

المطلب الأول: الوظائف والخدمات التي تقدمها الانترنت للعلاقات العامة

لقد أتاحت الانترنت فضاء شاسع للتميز والإبداع للعلاقات العامة فلقد فتحت الباب أمام ممارسي العلاقات العامة لاستكمال ما لم تستطع قنوات الاتصال الأخرى إتمامه فمن بين الوظائف والخدمات التي قدمتها مايلي:

البحث عن المعلومات : حيث يمكن للباحث أن يستدعي المعلومات من بنوك المعلومات وقواعد البيانات ، وهذا يعني أن الانترنت 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 الانترنت الحصول على قائمة بأسماء المؤسسات ذات نفس النشاط.

81 حفيظة بومايلة ، علاقة الانترنت كتكنولوجيا حديثة للاتصال والمعلومات بالتنمية في دول العالم الثالث، (جامعة باتنة، مذكرة ماجستير، قسم العلوم السياسية، فرع تنظيمات سياسية وإدارية، 2003) ، ص ص 165، 163.

تلقي المعلومات: حيث تتضمن الشبكة العديد من النشرات الإخبارية التي تلبي 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 الانترنت 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 الانترنت سرعة وفعالية في الاتصالات مقارنة بنظيرها البريد الالكتروني، ويعد من النشاطات التي تحظى بشعبية واسعة ومشاهدة لتلك التي يتمتع بها البريد الالكتروني، إذ يمارس الناس الحوار على الانترنت بكثرة ولساعات طويلة، وقد مرت خدمة الحوار بتطورات عديدة حتى وصلت إلى شكلها الحالي الذي أصبح شكلا فوريا من أشكال الاتصال.⁸²

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.⁸³

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 التليفوني 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 واحدة من أهم القنوات التي يتم من خلالها التعرف على ردود أفعال المتعاملين، ورضاهم عن مستوى أدائها فالعميل الذي يشعر بالرضا تجاه الخدمة المقدمة له سوف يقوم بإخبار واحد أو اثنين من العملاء الآخرين، أما العميل الذي لا يشعر بالرضا فسوف يخبر عشرة أو أكثر من العملاء و بعد أن أنشأت المنظمات مواقع لها على شبكة الإنترنت، نجد أن

82 أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة والإعلان، دار العالم العربي، القاهرة، 2010، ص، 24.

83 محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة 2007، ص، 81.

العميل الذي لا يشعر بالرضا بمقدوره إخبار آلاف من العملاء عن طريق خدمة الشكاوى وتوضيح أسباب عدم الرضا.

مراقبة الموقع : تخلق تكنولوجيا الاتصال فرصة كبيرة أمام الجمهور للحديث عن المنظمة وخدماتها، فالإنترنت كوسيلة اتصالية تمثل نشاطا متداخلا بين الجماهير التي تستخدم موقع المنظمة، وبالتالي يستطيع أي فرد أن يعبر عن رأيه دون أي قيود على خلاف وسائل الإعلام الأخرى ، ويشتمل مجتمع الإنترنت على الآلاف من الجماعات التي تستخدم خدمات الإنترنت الاتصالية مثل حجرات الدردشة لمناقشة موضوعات مشتركة، Chat room ، وقوائم البريد E-mail ، وجماعات الأخبار لمناقشة موضوعات مشتركة، من هنا يستطيع هؤلاء المستخدمون إحداث تأثير في رأيهم على سمعة وصورة المنظمة، والتعبير عن آرائهم بحرية حول المنظمة وخدماتها.

المقابلات الشخصية على الانترنت : تعتبر المقابلات الشخصية عبر الإنترنت منهجية بحثية جديدة ومفيدة، بحيث يمكن إجراؤها عن طريق البريد الإلكتروني، أو بالمجموعات الإخبارية، وتستوجب المقابلة الشخصية على الإنترنت قيام الفرد بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة.

ومن أهم مزايا هذا النوع من المقابلات على الإنترنت عدم الحاجة للقيام بالاستئذان في الدخول على الموقع حيث يمكن أن يتم الاتصال مباشرة مع صناع القرار ، وإتاحة القائم بالمقابلة الشخصية الوقت الكافي للمبحوث حتى يفكر بتأني وحذر عند تقديم الردود، هذا إلى جانب أنه في العديد من أشكال المقابلات على الإنترنت لا تكون هناك حاجة لجدولة مواعيد المقابلات حيث بإمكان القائم بالمقابلة استكمال العمل في الوقت الذي يختاره الخاضع للمقابلة.⁸⁴

التسويق عن بعد : وذلك عن طريق التجارة الالكترونية، وتشير هذه الأخيرة إلى استخدام الانترنت 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 الالكترونية من الأعمال الالكترونية و التي يتركز فيها على الأعمال و انتظام البيع والشراء من خلال الانترنت، كما تعد التجارة الالكترونية شكلا من أشكال التبادل

84 محمد زياد مخلاتي ، محمد علاء النحلاوي ، العلاقات العامة الالكترونية، منشورات كلية التجارة والاقتصاد قسم التسويق، 2010 .

التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين المؤسسات ببعضها البعض وبعض المؤسسات وعملائها، وبين المؤسسات و الإدارات العامة.⁸⁵

المطلب الثاني: دور المواقع الالكترونية في عمل العلاقات العامة

تتعدد استخدامات العلاقات العامة للانترنت حيث يمكن تحديد أهم هذه الاستخدامات في العناصر التالية:

- التواصل مع فئات متنوعة من الجمهور مثل حملة الأسهم أو الموردين أو الموزعين.
- إدارة سمعة المؤسسة بالتعامل مع الأزمات ومتابعة ما ينشر عن المنظمة وماتم تداوله بين جماعات المناقشة من خلال الموقع.

- تدعيم العلاقة مع المجتمع وعرضه لأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة، وتساهم المواقع الالكترونية للمؤسسات في بناء سمعة جيدة عنها وذلك من خلال عرض خصائص المنتجات والخدمات والحديث عن كفاءة العاملين ومهارتهم وإنجازاتهم والحديث عن نمو الأعمال والإنجازات وزيادة حجم السوق وكسب ولاء حملة الأسهم، فسمعة المؤسسات تتكون من ثقة العملاء والمجتمع في المؤسسة وإدراكهم للقيمة التي تعمل من خلالها وتطبيق معايير العدل والشفافية مع الجمهور وقدراتها على التطوير والابتكار وعلاقة المؤسسة بشركائها.

فالجمهور يريد إدراك معايير مثل الجودة والقيمة ومسؤولية المؤسسة تجاه عملائها، كما سمحت للفئات المهمة بعمل المؤسسة بالمشاركة والتعبير، وبالتالي ساعدت هذه الوسيلة الحديثة على جعل المؤسسة أكثر قربا من العملاء وغيرهم من فئات الجمهور، كما سمحت للفئات المهمة بعمل المؤسسة بالمشاركة والتعبير، وبالتالي تستطيع المؤسسات من خلال موقعها الالكتروني والوظائف التي تؤديها العلاقات العامة من خلال هذه المواقع - كسب اهتمام الجمهور بأنشطتها وتكوين صورة ذهنية إيجابية عنها وتدعيم الولاء لعلامتها التجارية، وهو ما يتطلب تحديد اهتمامات كل فئة من فئات الجمهور حتى يمكن تقديم الرسائل الملائمة والملبية لهذه الاهتمامات.⁸⁶

ويساهم الموقع الالكتروني للمؤسسات في تثبيت عدة مفاهيم مرتبطة بها وتتعلق هذه المفاهيم بما يلي :

85 الخنساء سعادي ، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال الميزج التسويقي ، مذكرة ماجستير، غير منشورة ،جامعة الجزائر، 2006/2005،ص30 .

86 أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة والإعلان، دار العالم العربي ، القاهرة، 2010، ص، 24.

- شخصية المؤسسة وتتعلم بالثقافة التنظيمية المهنية على كل إدارات المؤسسة وتعاملات العاملين بها بعضهم البعض (من نحن ؟).

- سمعة المؤسسة وتتعلم بالانطباعات الثابتة عن المؤسسة لدى الأفراد، الجماعات أو الرأي العام (ما الصفات المنسوبة للمنظمة ؟).

- الصور الذهنية للمؤسسة وتتعلم بالمدرجات العقلية الحالية عن المؤسسة لدى الأفراد والجماعات.

- تعمل العلاقات العامة على إبراز ثقافة المؤسسة والتعبير عنها وعرض الجوانب الإنسانية والاجتماعية المصاحبة لعمل المؤسسة ودور العاملين في تطوير الأداء والعمل بما يحقق صالح العملاء، والقيم التي يعملون من خلالها وإبراز شعار المؤسسة ودلالته وعلاقته بمهمة المؤسسة ورؤيتها، كما يتم توظيف المواقع الالكترونية لتحقيق أهداف ترتبط بعملية الاتصال التسويقي وذلك من خلال تهيئة السوق لقبول السلعة أو الخدمة وعرض لمميزات السلع والخدمات، وتقديم أسباب للمستهلك تدفعه للحصول على السلعة وعرض لفوائدها وتأثيرها الإيجابي عليه، ويرتبط بذلك عرض للجانب الإنساني والاجتماعي للمنظمة من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية ومشاركتها في برامج الدعوة والتنمية والرعاية الإنسانية، وينعكس ذلك في

النهاية على الوضع المالي للمنظمة مما يجذب إليها مزيدا من العملاء وكذلك مزيدا من فرص الاستثمار الجديدة، وبالتالي تتحدد أغراض الاتصال التي تقوم به المنظمة باستخدام الانترنت في الاتصال المؤسسي، الاتصال التسويقي، والاتصال التجاري، كما تتيح الانترنت مجموعة من المزايا للعلاقات العامة تتحد في :

- تتيح الانترنت تقديم روابط الكترونية بالعلاقات العامة داخل المنظمة والتواصل معها.

- كما أنها تمكن العلاقات العامة من تقديم حقائق عن المنظمة والتعريف بها، وتقديم معلومات إدارية أو مالية أو تنظيمية عنها.

- تتيح الانترنت أيضا للعلاقات العامة إنشاء مواقع الكترونية تمثل وسيلة اتصال بالجمهور والمجتمع، وتتيح أيضا إمكانية التراسل الالكتروني من خلال البريد الالكتروني، إضافة إلى إمكانية إصدار المطبوعات الالكترونية والنشرات، وإنشاء مجموعات للمناقشة عبر الموقع وتكوين قوائم اتصال ببيانات الأفراد والمؤسسات لتسهيل عملية الاتصال بهم.

وتقوم العلاقات العامة بتحليل مضمون للمواقع أو رسائل البريد الالكتروني أو المطبوعات والنشرات الصادرة على المواقع المختلفة وذلك بهدف التعرف اتجاهات السوق أو الرأي العام والإعلام والعملاء تجاه المنظمة

سياستها ومنتجاتها، ففي دراسة Salem and Pegets

(1998) لتحليل 125 موقعا لمنظمات مختلفة وجد أن السعر وقيمة المنتج من أهم العناصر التي تحدث عنها الموقع، وفي الدراسة Palmer and Griffih (1998) لتحليل 250 موقع ، وجدا أن معظم هذه المواقع تهتم بتدعيم أساليب الاتصال مع الجمهور فالمتابعة التي تقوم بها العلاقات العامة لما ينشر على الانترنت تهدف إلى التعرف على اتجاهات وآراء الجمهور واكتشاف المضامين المضادة لسياسات المنظمة والتي يمكن أن تتضمن هجوما على الإدارة وأعمالها أو هجوما على المنتجات، وتهدف المتابعة أيضا إلى مراقبة رسائل البريد الالكتروني وتحليلها للتعرف على ما يحتويه مضمونها.⁸⁷

المطلب الثالث: دور التقنيات الحديثة في أنشطة العلاقات العامة

إن العلاقات العامة أصبحت ظاهرة اجتماعية جبرية وحتمية ، فأينما يوجد تجمع إنساني فلا بد من قيام علاقات بين المنظمات وأفراد هذا المجتمع فهذا بدوره انعكس على البعد الإستراتيجي للعلاقات العامة فيما يتعلق بإدارة المنظمة وصناعة القرار فيها بعيدا عن المفاهيم التقليدية للعلاقات العامة في كونها ارتبطت في أذهان البعض بأعمال التشريفات ومجالات الاستقبال والقيام بالمهام الإعلانية فقط .⁸⁸

في حين أن إدارة العلاقات العامة يقع عليها الكثير من المسؤوليات المتنوعة مثل المسح البيئي للمنظمات وتحديد هوية التغيير والتنبؤ بنتائجه وتقديم النصح والمشورة للإدارة العليا ومن ثم حماية المنظمة وسمعتها وبالتالي تطورت أنشطتها نتيجة التعقيدات المتزايدة في المجتمعات والقوة الهائلة للرأي العام ومحاولة فهم دوافع الجماهير .ولكن مع تزايد أهمية التقنيات الحديثة وتطبيقاتها في مجال الاتصال و الإعلام وبما أن الوظيفة الاتصالية تعد الركيزة الأساسية لأداء عمل إدارة العلاقات وجوهر أنشطتها فأصبحت وظائف العلاقات العامة تتسم بالاتي :

التفاعلية (Interactivité)

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال وتبادل المعلومات تأثيرها أعلى أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم، الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وذلك نتيجة لما توفره التقنيات الموسوعة لاستخدام الأجهزة الإلكترونية في الاتصالات وتبادل المقترحات .

87 أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة والإعلان، دار العالم العربي، القاهرة 2010 ص،ص 26 ، 27 .

88 عبد العزيز سعيد الحياط، ورقة علمية بعنوان العلاقات العامة الرقمية، الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة، مدينة الملك عبد

العزيز للعلوم والتقنية، الرياض، 2015، ص، 05.

اللاجماهيرية:

حيث أتاحت المعلوماتية إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة، وكذلك التحكم في نظام الاتصال ونقل المعلومات بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها إلى مستهلكها.

اللاتزامية (Synchronization):

وتعني إمكانية الاتصال ونقل المعلومات والحصول عليها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظام الإنترنت والبريد الإلكتروني ترسل الرسالة من منتجها إلى مستقبلها في أي وقت دونما الحاجة إلى وجود المستقبل.

قابلية التحرك أو الحركية (Mobility):

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى أين كان أثناء حركته، مثل الهاتف المتصل بالإنترنت فيمكن من خلاله الدخول إلى المواقع الالكترونية أو البريد الالكتروني من أجل تلبية أو الاستفادة من أي خدمة كانت.

الكونية (Convertibility)

فالمعلوماتية جعلت من العالم قرية صغيرة بفعل الترابط المعلوماتي الذي نتج من تقدم وسائل تسجيل ونقل وتخزين ومعالجة المعلومات، ولقد أتاحت المعلوماتية تفسيرات عند الأفراد، من هذا تكونت بناءات ذاتية ومشاركة مع الآخرين عن معنى الواقع المادي والاجتماعي للمعلومات فترتب عليها التفاعل النفسي الإنساني المشترك،⁸⁹ لذا أصبحت التقنيات أو تكنولوجيا المعلومات والفضائيات الرقمية شديدة التأثير على طبيعة النشاط الاتصال بإدارة العلاقات العامة .

حيث يتجلى هذا التأثير في الوسائل المستخدمة وهوية الجمهور وسرعة الاتصال وأساليبه وشكل الرسالة ومضمونها وكيفية تصنيف المعلومات وإدارتها . كما يتجلى هذا التأثير أيضا عند الحديث عن أبرز تطبيقات الإنترنت في إتاحة المعلومات بأقل التكاليف وبأسرع وقت ممكن .

كذلك يمكن من تصميم موقع المنظمة الالكترونية على الشبكة العالمية حيث يمثل أداة هامة وجوهرية للاتصال بجمهور المنظمة والعالم الخارجي وبالتالي يعكس صورة حسنة للمنظمة على أن يتم مراعاة الجوانب الفنية عند التصميم ونشر المعلومات عن المنظمة وأنشطتها بشكل مستمر ، ويمكن أيضا الاستفادة من قواعد البيانات

89 وجدي محمد بركات : المعلوماتية والخدمة الاجتماعية ، بحث منشور المجلس الأعلى للجامعات ، القاهرة 2013 .

على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار ومعرفة كل ما هو جديد في شتى المجالات ، فالمشاركة في تصميم الموقع الإلكتروني بالتعاون مع إدارة تقنية المعلومات تعتبر هامة حتى يصبح وسيلة لبناء علاقات إيجابية مع الجماهير وبالتالي يعد هذا الموقع مركزا لنشاط إدارة العلاقات العامة الإلكتروني ولذلك يجب مراعاة الآتي عند إنشائه :⁹⁰

- 1- تحديد الهدف من الإنشاء (بناء العلاقات مع الجمهور، خلق التواصل الدائم) .
 - 2- حسن اختيار العنوان.
 - 3- (مراعاة فترة التحميل) السرعة والجودة بحيث ليسبب الملل لدى الزوار .
 - 4- الاهتمام بشكل صفحة البداية (home page)
 - 5- الاهتمام بألية تصفح الموقع فيجب أن يكون واضحا ومرنا في التصفح والانتقال بين الصفحات.
 - 6- مراعاة جودة وحسن صياغة النصوص الموجودة في الموقع الإلكتروني واختصارها حتى لا تسبب الملل والتعب للزائر.
 - 7- يجب مراعاة تصميم الموقع بصورة جاذبة.
 - 8- أهمية بناء الثقة في الموقع الإلكتروني من خلال :
 - أ- التعريف به وبالخدمات التي يقدمها في مختلف وسائل تواصل المنظمة.
 - ب- الاهتمام بالتحديث المستمر دوريا وفتح قنوات تواصل مع الجماهير.
 - ج - التعامل مع الزوار.
- وإضافة لذلك استخدام البريد الإلكتروني وهو وسيلة التواصل الشخصي داخليا بين أعضاء المنظمة واتصال إدارة المنظمة بالجمهور الخارجي المستهدف.
- كما تمكن كذلك من إجراء البحوث على شبكة الإنترنت من خلال المقابلات أو من خلال البريد الإلكتروني والتصويت وعبر التخاطب المكتوب والاتصال التليفوني وبأقل التكاليف.
- التعرف على صورة المنظمة ومراكز الأبحاث والجامعات والتعرف على أنشطة هذه المؤسسات والاستفادة منها وتبادل الخبرات.
- تصفح المواقع المختلفة للمنظمات ومراكز الأبحاث.

90 محمد الجوهري، المواد الإعلامية التقليدية و الإلكترونية في العلاقات العامة ، دار الكتاب الجامعي، العين(الإمارات)، 2013 ، ص15.

- الإستفادة من خدمة نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات و الصور ونقلها وبالتالي تكون التقنيات الحديثة والرقمية بصورة عامة قد أتاحت تحقيق الأتي :
- سهولة التواصل مع الجمهور إذا ما تم مع وسائل الاتصال الحديثة باحترافية وهذا ما يحقق تغيرات في وسائل التواصل الاجتماعي.
- الاستمرارية : حيث تظل المادة المنشورة محفوظة لمدة طويلة.
- الشفافية : أكد (ديفيد فيليبس) (فيليبس ، 2013 ، ص 185 ، 190)⁹¹
- إلى أن وجود الانترنت في عمل العلاقات العامة يوفر قدرا من الشفافية أمام الجمهور لان الديناميكية التي تعمل بها الشبكة تتطلب من ممارس العلاقات العامة أن يأخذ زمام المبادرة للتعامل يحتاج إلى اتخاذ إجراءات فورية ويحتاج أيضا من ممارس العلاقات العامة لتوفر الفهم والإدراك وبذل أفضل ما لديه في التعامل مع المعلومات وإدارة المعرفة.
- السرعة : سرعة التفاعل مع الأحداث والمناسبات والأزمات.
- المقياس : مدى التواجد في مواقع التواصل الاجتماعي حيث لا تحتاج العلاقات العامة لصحيفة ورقية لتحقيق التفاعل الجماهيري.
- القياس : كيفية قياس عمل إدارة العلاقات العامة في مواقع التواصل الاجتماعي.⁹²

91 ديفيد فيليبس، العلاقات العامة عبر الإنترنت ، ط 1 كوجان بيچ ، القاهرة ، 2013 ، ص، ص190، 185.

92 عبد العزيز سعيد الخياط، ورقة علمية بعنوان العلاقات العامة الرقمية، الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، الرياض، 2015، ص، ص08.

الإطار التطبيقي

1- بطاقة فنية حول جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

أنشأت جامعة محمد بوضياف بالمسيلة في عام 1985م ، من خلال فتح معهد للتعليم العالي في الميكانيك ، ثم في عام 1992 تم فتح معهد الهندسة المدنية ومعهد التقنيات الحضرية ، وفي عام 1992 أصبحت مركز جامعي .

وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم : 01-274 المؤرخ في 2001/09/18 المتضمن إنشاء جامعة المسيلة المعدل والمتمم ، فقد أصبحت جامعة مع أربع كليات و 23 قسما.

حاليا يوجد بالجامعة سبع (07) كليات، معهدين (02) وثلاثة وعشرون (23) مخبرا للبحث معتمدة من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي:

- كلية التكنولوجيا
- كلية الرياضيات والإعلام الآلي
- كلية العلوم
- كلية العلوم الاقتصادية
- كلية الآداب واللغات
- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
- كلية الحقوق
- معهد الرياضة والتربية البدنية
- معهد تسيير التقنيات الحضرية

يقدر عدد الموظفين بالجامعة حاليا حوالي 1265 موظفا من المتعاقدين والدائمين.

ومن المعروف عن الجامعة جودة وكفاءة أساتذتها والمقدر عددهم بحوالي 1402 والذين يقدمون دروسا في شتى الميادين لحوالي 29629 طالبا ، يرأسهم حاليا أ.بداري كمال.⁹³

⁹³ موقع جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، www.unv-msila.dz، مؤرشف في 23 أوت 2018.

2- عرض وتحليل نتائج المقابلة

أولاً: عرض وتحليل نتائج المقابلة حول المحور الأول

تم التوصل إلى البيانات التالية :

- لا توجد مصلحة خاصة باسم العلاقات العامة داخل الجامعة.
- تمارس وظيفة العلاقات العامة داخل مصالح الجامعة.
- أغلب من يقوم بوظيفة العلاقات العامة لا يملكون تخصص في العلاقات العامة.
- تعتبر وظيفة العلاقات العامة وظيفة أساسية للتعريف بالجامعة ومختلف أنشطتها.
- تساهم وظيفة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير الداخلية والخارجية.

ثانياً : عرض وتحليل نتائج المقابلة حول المحور الثاني

- تركز وظيفة العلاقات العامة على أنشطة متعددة تتمثل أبرزها في مايلي :
- القيام بالندوات والمؤتمرات.
- الأيام الدراسية والعديد من المحاضرات والملتقيات.
- توزيع المطويات والكتيبات الورقية والالكترونية.
- وضع صفحات الكترونية خاصة بالجامعة من اجل التواصل وتبادل الأفكار والمعلومات.

ثالثاً : عرض وتحليل نتائج المقابلة حول المحور الثالث

- تمارس جامعة المسيلة الإدارة الالكترونية منذ إقرار الحكومة بالتحول نحو الإدارة الالكترونية بالجزائر 2013.
- خطت الجامعة خطوة عملاقة في مجال الإدارة الالكترونية.
- 90% من التعاملات الإدارية في جامعة المسيلة الكترونية سواء تعلق الأمر بالموظفين أو الطلبة.
- تساهم تكنولوجيات الاتصال الحديثة بشكل فعال في أنشطة العلاقات العامة من خلال السرعة في التنفيذ والدقة في العمل.
- سهولة التعامل واختصار الجهد والوقت.

رابعاً : عرض وتحليل نتائج المقابلة حول المحور الرابع

- نقص الكفاءات المتخصصة في العلاقات العامة لإدارة هذه الأنشطة الحساسة.
- استخدام التكنولوجيات الحديثة يتطلب كفاءات متخصصة، وبالتالي فانه يستلزم إجراء دورات تكوينية للموظفين لمسايرة التطورات، وهذا يتطلب نفقات إضافية.

- يعتبر ضعف وتذبذب شبكة الانترنت من اكبر المعوقات التي تحول دون الأداء الجيد للإدارة الالكترونية.

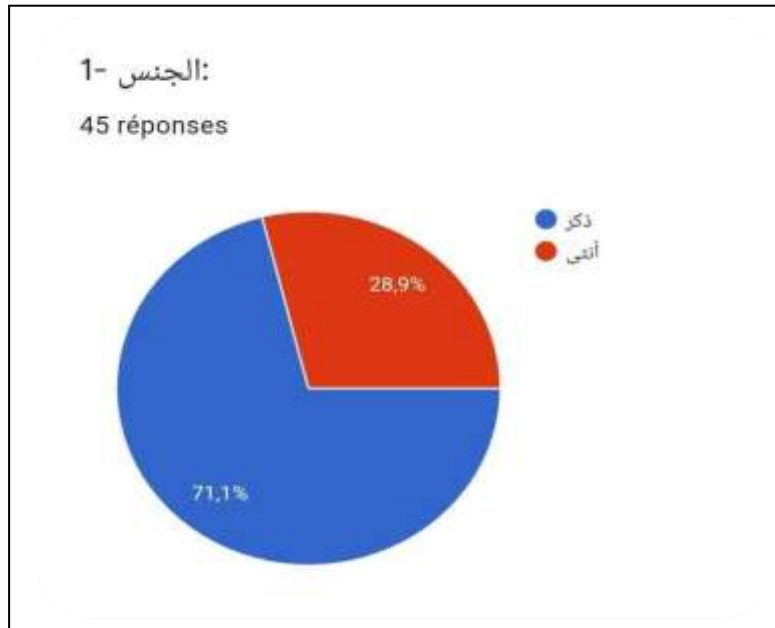
3- نتائج الدراسة

3-1- عرض وتحليل البيانات :

- الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الخيارات
71.01 %	32	ذكر
28.09	13	أنثى
100 %	45	المجموع

الجدول رقم (01) : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



الشكل البياني رقم (01) : يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

يمثل الجدول رقم (01) عدد العاملين في رئاسة جامعة محمد بوضياف حسب متغير الجنس ، وتبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث ، حيث بلغ عدد الذكور 32 مقابل 13 إناث ، وهو ما يمثل على التوالي : 71.10 % ، 28.90 %

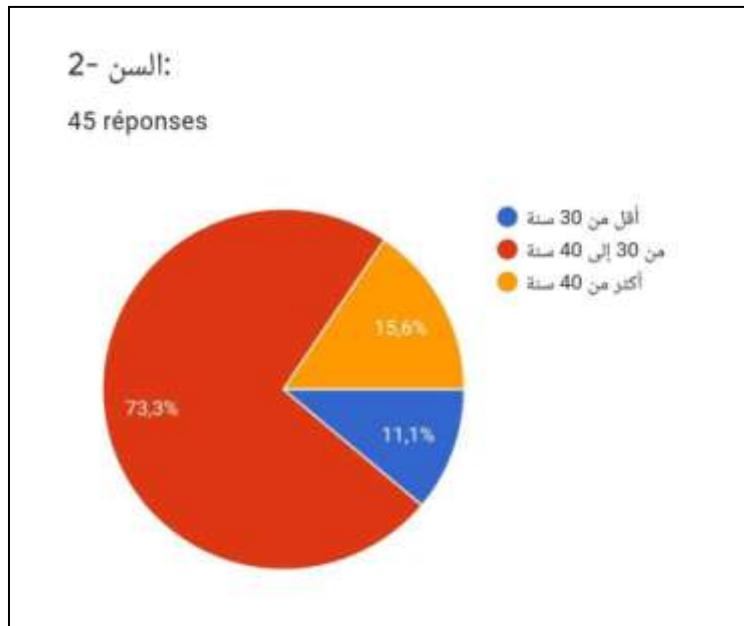
وهذا لما لهذه الوظيفة من علاقات مع الجماهير المختلفة، سواء الجماهير الداخلية أو الخارجية التي تتعامل معها الجامعة لتحقيق أهدافها والتعريف بسياساتها، كما يدل ذلك على أن الذكور أكثر احتكاكا بالمراتب العليا،

لما لذلك من تعامل مع المسؤولين الكبار في الدولة والمؤسسات الخارجية المتعامل معها، على عكس المرأة ، لكن هذا نسبيا لأننا في وقتنا الحالي نجد أن المرأة أصبحت تنافس الرجل في جميع المجالات، وهذا يدل على حرية المرأة في الجزائر، و أكبر دليل على ذلك نجد الوظائف الحساسة في الدولة تسييرها المرأة.

- السن

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
11.10	05	اقل من 30 سنة
73.30	33	[40 - 30]
15.60	07	أكبر من 40 سنة
% 100	45	المجموع

الجدول رقم (02) : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن



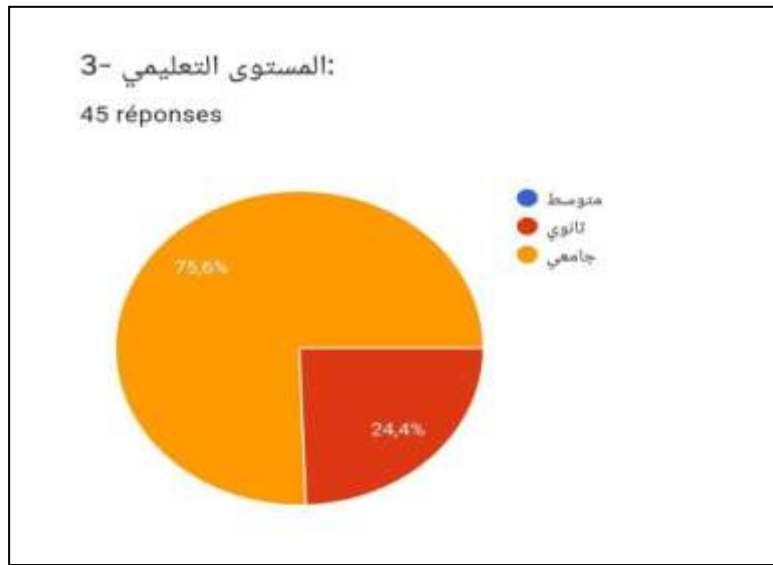
الشكل البياني رقم (02) : يوضح توزيع العينة حسب السن

تبين من خلال الدول رقم (02) أن الفئة من [40 - 30] تمثل أكبر نسبة ، ثم تليها فئة اقل من 20 سنة ، ثم تنخفض أكثر في فئة أكبر من 40 سنة. وعليه فإن الموظفين في رئاسة الجامعة معظمهم من فئة الشباب حيث نسبتهم هي المرتفعة، وقد يعود ذلك للشروط الموضوعية في ملف التوظيف.

- المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
00	00	متوسط
24.40	11	ثانوي
75.60	34	جامعي
%100	45	المجموع

الجدول رقم (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



الشكل البياني رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

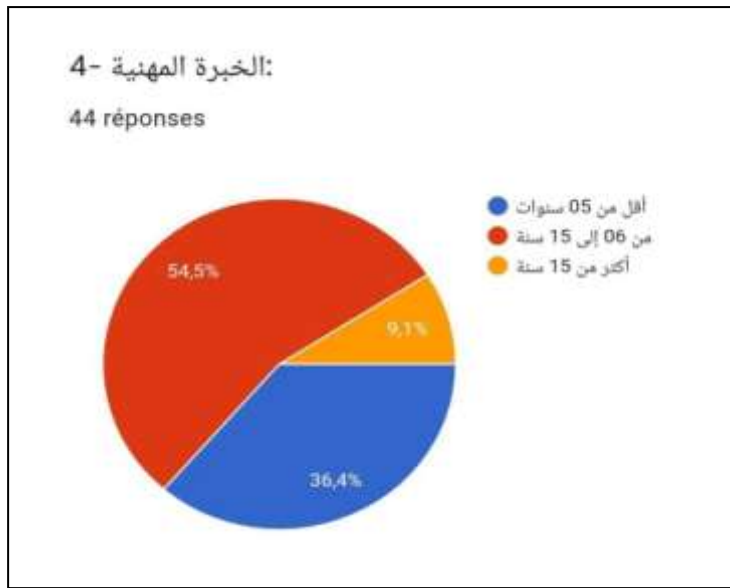
يشير الجدول رقم (03) إلى المستوى التعليمي، حيث وجدنا بأن نسبة الجامعيين الموظفين في رئاسة الجامعة بلغت نسبة 75.60% أما المستوى الثانوي فقد قدرت بنسبة 24.40%، في حين انعدمت النسبة 00% في فئة المستوى المتوسط.

ومن خلال المعطيات السابقة الذكر نجد بأن التوظيف في رئاسة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة يعتمد على المستوى التعليمي العالي كمعيار لذلك، باعتبار أن أصحاب المستوى الجامعي لهم مؤهلات علمية وكفاءات عالية وهذا مؤشر وظيفي جيد.

- الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
36.40	16	اقل من 05 سنوات
54.50	24	من [06 - 15]
9.10	05	من 15 فما فوق
%100	45	المجموع

الجدول رقم (04) : يوضح الاقدمية في العمل لعينة الدراسة



الشكل البياني رقم (04) : يوضح توزيع العينة حسب الخبرة المهنية

يمثل الجدول (04) مدة الخبرة في العمل أو الأقدمية في العمل بالنسبة للعاملين في رئاسة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، وتشير النتائج إلى أن الفئة التي لها نسبة عالية في الأقدمية هي الفئة التي لديها الخبرة من 06 إلى 15 سنة بنسبة 54.50 % ثم تليها الفئة : اقل من 05 سنوات بنسبة 36.40 % ، وأخيرا الفئة : أكثر من 15 سنة بنسبة 9.10 % ، وهو ما يؤكد أن العاملين في رئاسة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة لهم أقدمية وخبرة كبيرة في الميدان، وهذا يدل على حساسية وأهمية هذه المصالح و احتلالها مكانة هامة في الجامعة لذلك نجد العاملين بها لهم دراية كافية بالوظائف والصلاحيات الموكلة لهم في الجامعة ، كذلك الأقدمية الكبيرة في العمل تجعل الممارس لهذه المهنة له مسؤولية كبيرة في أداء عمله والقيام بوظائفه الموكلة إليه على أكمل وجه.

- الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
8.89	04	نائب مدير جامعة
2.22	01	مدير مفرعي للمستخدمين
15.56	07	رئيس مصلحة
15.56	07	متصرف
6.66	02	مهندس دولة في الإحصاء
17.78	08	مهندس دولة في الإعلام الآلي
4.44	02	منشط جامعي
6.66	03	وثائقي أمين محفوظات
11.11	05	تقني سام في الإعلام الآلي
8.89	04	تقني في الإعلام الآلي
4.44	02	ملحق إدارة
%100	45	المجموع

الجدول رقم (05) : يوضح وظيفة عينة الدراسة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة

يبين الجدول رقم (05) وظيفة عينة الدراسة في رئاسة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، فمن خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن عينة الدراسة تضم رؤساء المصالح بنسبة 15.56 % متساوية مع المتصرف ، كذلك مهندسو الإعلام الآلي بنسبة 17.78 % والتقنيون السامون في الإعلام الآلي بنسبة 11.11 % ، كما مست عينة الدراسة نواب رئاسة الجامعة بنسبة 8.89 % ، إضافة إلى التقنيون في الإعلام الآلي بنفس النسبة ، ثم تليها كل من الوثائقيين أمناء المحفوظات بنسبة 6.66 % ، إضافة إلى كل من مهندسو الإحصاء والمنشطون الجامعيون وملحقو الإدارة بنسبة 4.44 % .

وعليه فالنتائج المحصل عليها تبين أن عينة الدراسة كانت موزعة في عدة وظائف وهذا لعدم وجود مصلحة تحمل اسم مصلحة العلاقات العامة، فمن خلال الزيارات الميدانية استنتجنا أن وظيفة العلاقات العامة كانت موزعة في عدة وظائف.

- المصلحة التي تنتمي إليها عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
60%	27	الأمانة العامة
22.22%	10	العلاقات الخارجية
17.78%	08	مصالح مختلفة
100%	45	المجموع

الجدول رقم (06) : يوضح المصلحة التي تنتمي إليها عينة الدراسة

يبين الجدول رقم (06) المصلحة التي تنتمي إليها عينة الدراسة ، حيث تبين من النتائج المحصل عليها أن عينة الدراسة موزعة على عدة مصالح ، غير أن هذه النسب سجلت بنسب عالية على مستوى الأمانة العامة بنسبة 60% ثم تليها نيابة مديرية الجامعة للعلاقات

الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية وهذا بنسبة 22.22% ، ثم تتوزع النسب على مصالح أخرى، تمثل مجتمعة نسبة 17.78% ، هذا أكيد لم يكن اعتباطيا وإنما كان من خلال عينة الدراسة ، فلعدم وجود مصلحة تحمل اسم العلاقات العامة أردت إيجاد المصالح التي تقوم بصلاحيات العلاقات العامة داخل الجامعة وذلك من خلال الوثائق التي تبين الوظائف التي تقوم بها جميع المصالح التي تتوفر عليها الجامعة الجزائرية ، حيث تبين بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم :03- 279 المؤرخ في 24 جمادى الثانية عام 1424 الموافق 23 أوت سنة 2003 الذي يحدد مهام الجامعة والقواعد الخاصة بتنظيماتها وسيرها.

حيث تتكفل الأمانة العامة داخل الجامعة حسب هذا المرسوم بما يلي :

- ضمان تسيير المسار المهني لمستخدمي الجامعة مع احترام صلاحيات الكلية والمعهد في هذا المجال.
- تحضير مشروع ميزانية الجامعة ومتابعة تنفيذها.
- ضمان متابعة تمويل أنشطة المخابر ووحدات البحث.
- السهر على السير الحسن للمصالح المشتركة للجامعة.
- وضع برامج الأنشطة الثقافية والرياضية للجامعة وترقيتها.
- ضمان متابعة وتنسيق مخططات الأمن الداخلي للجامعة بالتنسيق مع المكتب الوزاري للأمن الداخلي.
- ضمان تسيير وحفظ الأرشيف والتوثيق لمديريات الجامعة.

- ضمان مكتب تنظيم الجامعة وتسييره.⁹⁴

وطبقا للمادة 09 من الجريدة الرسمية الجزائرية ، نجد أن المهام والوظائف التي تقوم بها نيابة مديرية الجامعة

المكلفة بالتنشيط وترقية البحث العلمي والعلاقات الخارجية والتعاون مايلي:

- متابعة أنشطة البحث لوحدها ومخابر البحث وإعداد الحصيلة للتنسيق مع الكليات والمعاهد.

- القيام بكل نشاط من شأنه تتمين نتائج البحث.

- ترقية علاقات الجامعة مع محيطها الاجتماعي والاقتصادي والمبادرة ببرامج الشراكة.

- المبادرة بكل نشاط من اجل ترقية التبادل ما بين الجامعات والتعاون في مجالي التعليم والبحث.

- المبادرة بأعمال التنشيط والاتصال.

- تنظيم التظاهرات العلمية وترقيتها.

- ضمان متابعة برامج تحسين المستوى وتحديد معلومات الأساتذة وانسجامها.

وتشمل هذه المديرية على المصلحتين الآتيتين:

- مصلحة متابعة أنشطة البحث وتتمين نتائجه.

- مصلحة التعاون والتبادل ما بين الجامعات والشراكة.⁹⁵

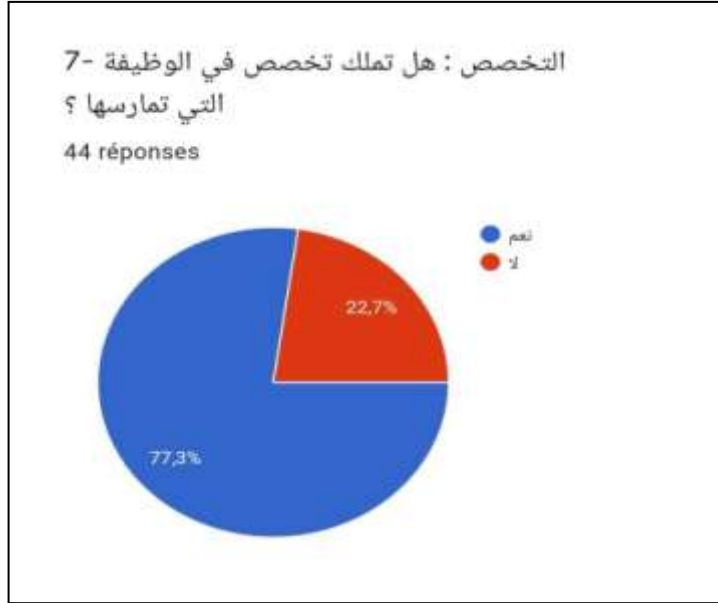
- التخصص في الوظيفة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	75.56%
لا	11	24.44%
المجموع	45	100%

الجدول رقم (07): يوضح مدى امتلاك المبحوثين على التخصص في الوظيفة الممارسة

94 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 62، 2004، ص 22.

95 المرجع نفسه ، ص 21.



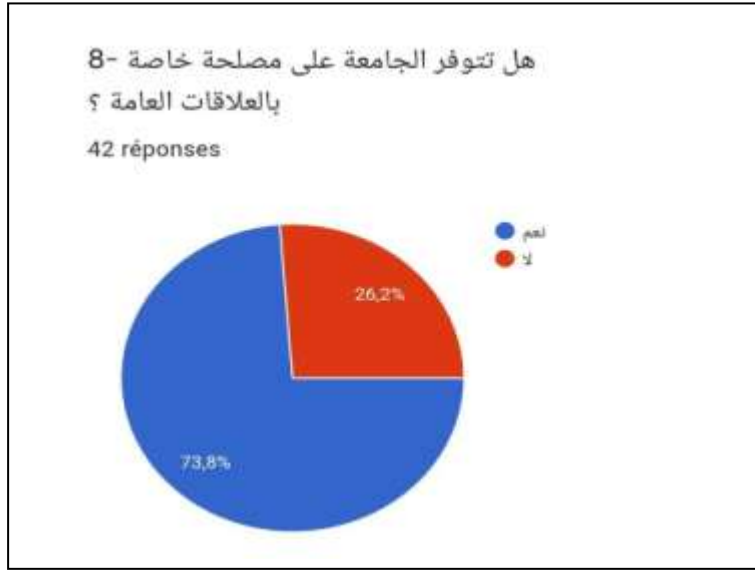
الشكل البياني رقم (05) : يوضح تخصص العينة في الوظيفة الممارسة

يبين الجدول رقم (07) ما إذا كان أفراد العينة يملكون التخصص في المهام التي يمارسونها أم لا، حيث يبين الجدول أن نسبة 75.56% يملكون التخصص في وظائفهم، بينما نسبة 24.44% لا يملكون التخصص في وظائفهم. وهذا راجع للسياسة الرشيدة التي تنتهجها جامعة محمد بوضياف في التوظيف بوضع كل تخصص وفق ما يناسب

- توفر الجامعة على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة من عدمها

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	73.80%
لا	12	26.66%
المجموع	45	100%

الجدول رقم (08): يوضح مدى توفر الجامعة على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة



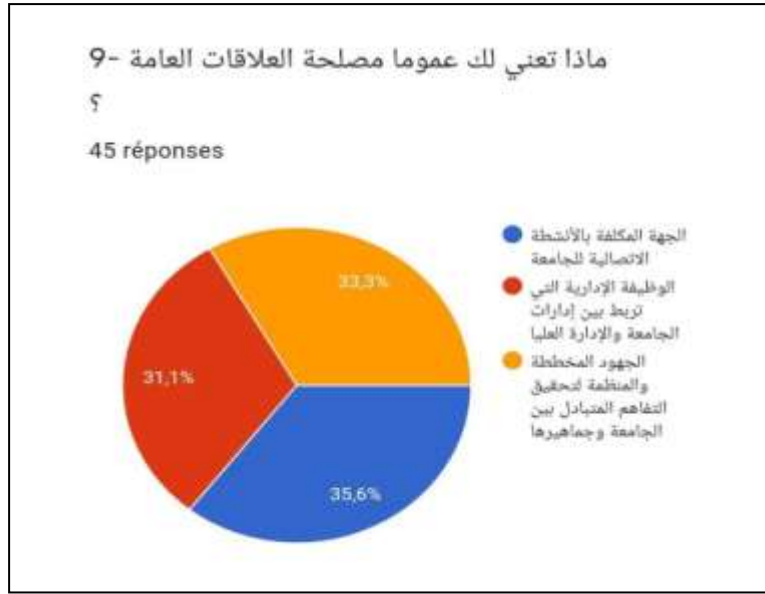
الشكل البياني رقم (06) : يوضح مدى توفر الجامعة على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة

الجدول رقم (08) الذي يبين مدى توفر الجامعة على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة، نجد أن نسبة 73.80% ترى أن الجامعة تملك مصلحة بهذا الاسم، بينما نسبة 26.66% أجابت بعدم وجود مصلحة خاصة بهذا الاسم ، لكن من خلال الزيارة الميدانية التي قمت بها لاحظت أن العديد من الموظفين يربطون العلاقات العامة بنبابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية ، حيث أن وظائف مصلحة العلاقات العامة تمارس لكن ليس لها مصلحة خاصة تحمل اسمها ، وإنما موزعة تقريبا على جميع المصالح الموجودة داخل الجامعة.

- ماذا تعني مصلحة العلاقات العامة

السؤال	المؤشرات		الاجابة
	التكرار	النسبة المئوية	
ماذا تعني لك مصلحة العلاقات العامة	16	35.60%	الجهة المكلفة بالأنشطة الاتصالية للجامعة
	14	31.10%	الوظيفة الإدارية التي تربط بين إدارات الجامعة والإدارة العليا
	15	33.30%	الجهود المخططة والمنظمة لتحقيق التفاهم المتبادل بين الجامعة وجماهيرها

الجدول رقم (09) : يوضح مدى فهم الباحثين لوظيفة العلاقات العامة



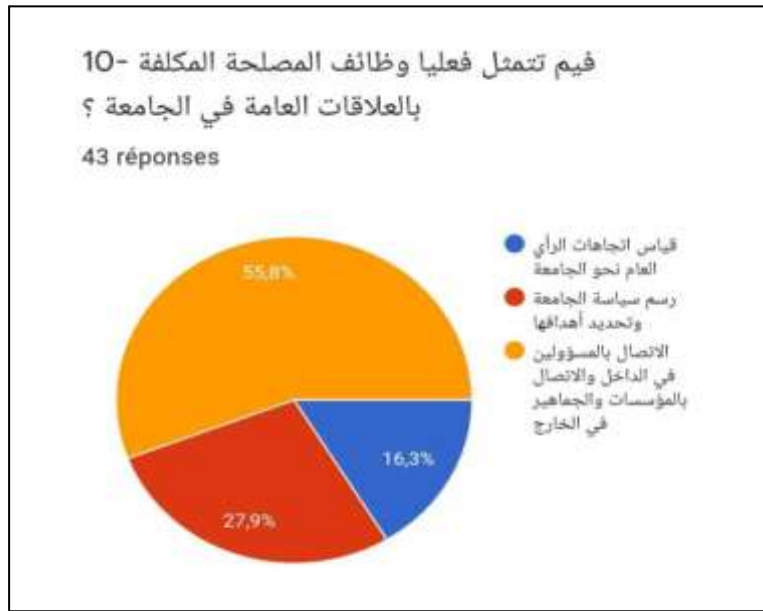
الشكل البياني رقم (07) : يوضح ماذا تعني مصلحة العلاقات العامة بالنسبة لعينة الدراسة

يوضح الجدول رق (09) مدى فهم الباحثين لوظيفة العلاقات العامة حيث أن نسبة 35.60 % ترى أنها الجهة المكلفة بالأنشطة الاتصالية للجامعة ، بينما يرى 31.10 % من الباحثين أن العلاقات العامة هي الوظيفة الإدارية التي تربط بين إدارات الجامعة والإدارة العليا ، في حين ترجع نسبة 33.30 % إلى أن العلاقات العامة هي الجهود المخططة والمنظمة لتحقيق التفاهم المتبادل بين الجامعة وجمهورها ، وبالتالي فالعلاقات العامة تقوم بكل ما يخص الجامعة مع محيطها الخارجي فهي إذن تعمل على حماية الجامعة . إن العلاقات العامة مصطلح له مفاهيم عديدة، فكل يفهمه حسب تخصصه فهي مهنة يرغب عدد كبير من الناس في ممارستها أو يسوغون ذلك بقولهم أنهم يحبون العمل مع الناس والتعامل معهم ومواجهة المشكلات المختلفة وحلها، ولا شك في أن هذا الموقف سليم نسبياً على أساس أن مسؤول العلاقات العامة مطالب دائماً بإقامة جسور من التفاهم والتعاطف، مع المجموعات المختلفة التي تتعامل معها ويتصل بها، سواء داخل المؤسسة أو خارجها، بما أن هذا الموقف لا يتعارض مطلقاً مع المفهوم العلمي المعاصر للعلاقات العامة، فهي في العصر الحالي أصبحت ميداناً علمياً يستدعي بذل الجهود المدروسة والمحسوبة، ويستدعي ممن يمارسه ويعمل في مجاله، ضرورة التفرد بصفات خاصة لا تتوفر عند كل إنسان.

- وظائف المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة داخل الجامعة

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
16.30%	07	قياس اتجاهات الرأي العام نحو الجامعة
27.90%	12	رسم سياسة الجامعة وتحديد أهدافها
55.80%	24	الاتصال بالمسؤولين في الداخل والاتصال بالمؤسسات والجمهير في الخارج
100%	43	المجموع

الجدول رقم (10) يبين الوظائف التي تقوم بها مصلحة العلاقات العامة داخل الجامعة



الشكل البياني رقم (08) : يوضح وظائف العلاقات العامة لدى الباحثين

من خلال الجدول رقم (10) تبين أن الوظيفة التي تقوم بها مصلحة العلاقات العامة في الجامعة هي بالدرجة الأولى الاتصال بالمسؤولين في الداخل والاتصال بالمؤسسات والجمهير في الخارج وهذا ما تمثله نسبة 55.80 % ، تليها وظيفة رسم سياسة الجامعة وتحديد أهدافها بنسبة 27.90 % ، وأخيرا وظيفة قياس اتجاهات الرأي العام نحو الجامعة بنسبة 16.30 % .

فالعلاقات العامة داخل الجامعات تعتبر همزة وصل بين الجامعة وجمهيرها المختلفة، فهي تسعى دائما للإشراف على كل العلاقات التي تربط الجامعة ومحيطها الداخلي والخارجي، كما تعمل على وضع استراتيجيات الاتصالات والتعامل مع الصحافة، وبالتالي تؤدي إلى خلق علاقة ودية داخل الجامعة وجمهيرها،

الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

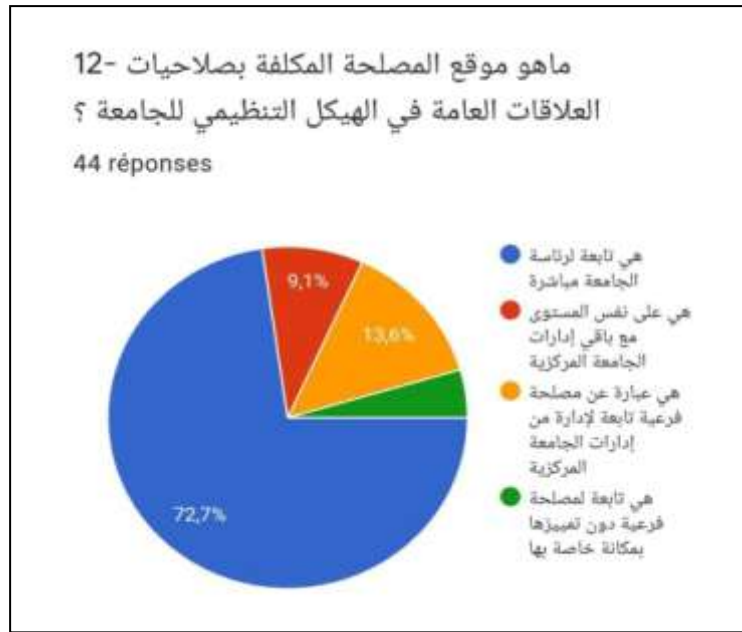
وحسب إجابات الباحثين فإن العامل بالمصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة يعتبر الناطق الرسمي باسم الجامعة.

إن وظائف العلاقات العامة داخل الجامعة عديدة، فهي تعمل على تحقيق التعاون المستمر بين الإدارة العليا للجامعة وبقية الإدارات الأخرى فيها، وهي بذلك لها جميع الصلاحيات التي تجعل منها مصلحة لها مكانة عالية داخل أي مؤسسة بالإضافة إلى ذلك فإن العلاقات العامة تحاول رسم سياسة الجامعة وتحديد أهدافها، كذلك تعمل على قياس اتجاهات الرأي العام نحو الجامعة، ولا شك أن عدم وضوح هذا الدور سيؤدي تبعاً إلى سلبيات عديدة لعل من أهمها تضارب الاختصاصات والتي تؤدي إلى عرقلة سير العمل.

- موقع المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
72.70%	32	تابعة لرئاسة الجامعة مباشرة
9.10%	04	هي على نفس المستوى مع باقي إدارات الجامعة المركزية
13.60%	06	عبارة عن مصلحة فرعية تابعة لإدارة من إدارات الجامعة المركزية
4.60%	02	تابعة لمصلحة فرعية دون تمييزها بمكانة خاصة بها
100%	44	المجموع

الجدول رقم (11) : يوضح موقع المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة



الشكل البياني رقم (09) : يوضح موقع المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي

الجدول رقم (11) يبين موقع المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة حيث تحتل مكانة عالية في الجامعة، وهو ما تمثله نسبة 72.70 % التي تؤكد أنها تابعة لرئاسة الجامعة مباشرة ، بينما ترى نسبة 13.60 % أنها عبارة عن مصلحة فرعية تابعة لإدارة من إدارات الجامعة المركزية ، في حين أن نسبة 9.10 % ترى أن مصلحة العلاقات العامة على نفس المستوى مع باقي إدارات الجامعة المركزية، أما نسبة 4.60 % ترى بأنها تابعة لمصلحة فرعية دون تمييزها بمكانة خاصة بها.

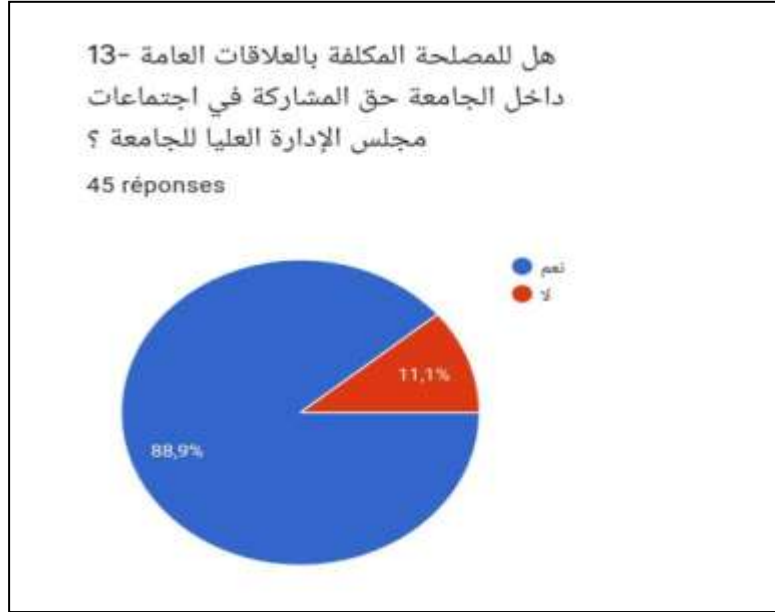
إن إدارة العلاقات العامة في أي مؤسسة لها أهمية كبيرة وهذا ما يؤدي إلى إعطائها مرتبة تكون قريبة من الإدارة العليا، فهي تعتبر الوظيفة الإدارية التي تعتمد عليها الإدارة في إيجاد علاقات ودية بينها وبين جماهيرها المختلفة، لذلك تحول لها الوظائف والصلاحيات التي تجعل منها إدارة مهمة لا يمكن لأي مؤسسة الاستغناء عنها.

يوضح المستوى الإداري للوظيفة الإدارية في المؤسسة مدى اهتمام الإدارة العليا في المؤسسة بهذه الوظيفة وتقديرها لها، بحيث كلما ارتفع هذا المستوى دل ذلك على مدى اهتمام الإدارة العليا بهذه الوظيفة ورفعها إلى مستوى الوظائف الإدارية، فمن خلال النتائج المحصل عليها تبين أن إدارة العلاقات العامة تأتي مباشرة تحت رئاسة الجامعة في الهيكل التنظيمي للجامعة، وهذا مما يتيح لها فرصة الاتصال المباشر بالرئيس، وبذلك تكون إدارة العلاقات العامة قريبة من مصادر اتخاذ القرارات مما يجعل منها قريبة أيضا من مصادر المعلومات الرسمية بحيث يتيح المركز الحصول على المعلومات بالسرعة المناسبة ودون تحريف أو تشويش، كما تدل تبعية إدارة العلاقات العامة لرئاسة الجامعة تتيح لها القيام بالنشاطات المختلفة، وهنا يبرز دور وأهمية هذه الإدارة مما يتيح لها التعاون مع الإدارات الأخرى، ويكسبها هذا الموقع دعم الإدارة العليا واهتمامها أيضا.

- حق مشاركة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	88.90 %
لا	05	11.10 %
المجموع	45	100 %

الجدول رقم (12) : يوضح مدى مشاركة مصلحة العلاقات العامة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة



الشكل البياني رقم (10): يوضح حق مشاركة مصلحة العلاقات العامة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة

يتضح من خلال الجدول رقم (12) مدى أحقية المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة بالمشاركة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة ، حيث نجد ما نسبته 88.90 % تؤكد على أحقيتها بالمشاركة في الاجتماعات وهذا يدل على أن للجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل الجامعة تعتبر إدارة مهمة فيها كما بينه الجدول السابق الذي يعطي مكانة عالية لها لموقعها في الهيكل التنظيمي للجامعة ، فالجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة تكون تابعة مباشرة لرئاسة الجامعة وهذا ما يخول لها الأحقية في حضور اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة.

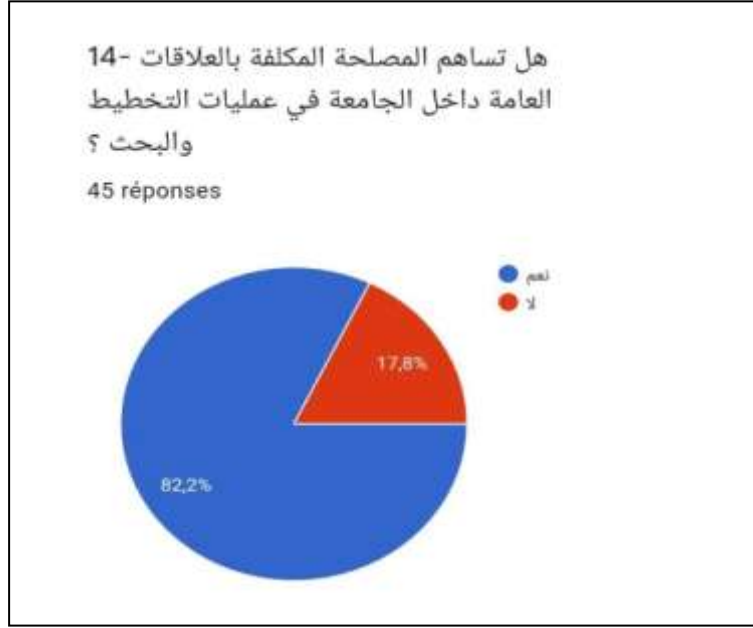
ونظرا للأهمية البالغة التي تكتسبها إدارة العلاقات العامة والدور الفعال الذي تقوم به في تحقيق المصلحة العامة في أي مؤسسة، وكذلك الوظائف المخولة لها التي تجعل منها إدارة مهمة لا يمكن الاستغناء عنها، لذا لها أحقية المشاركة في الاجتماعات.

- مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث داخل الجامعة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	82.20 %
لا	08	17.80 %
المجموع	45	100 %

الجدول رقم (13): يوضح مدى مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث داخل

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



الشكل البياني رقم (11) : يوضح مدى مساهمة مصلحة العلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث

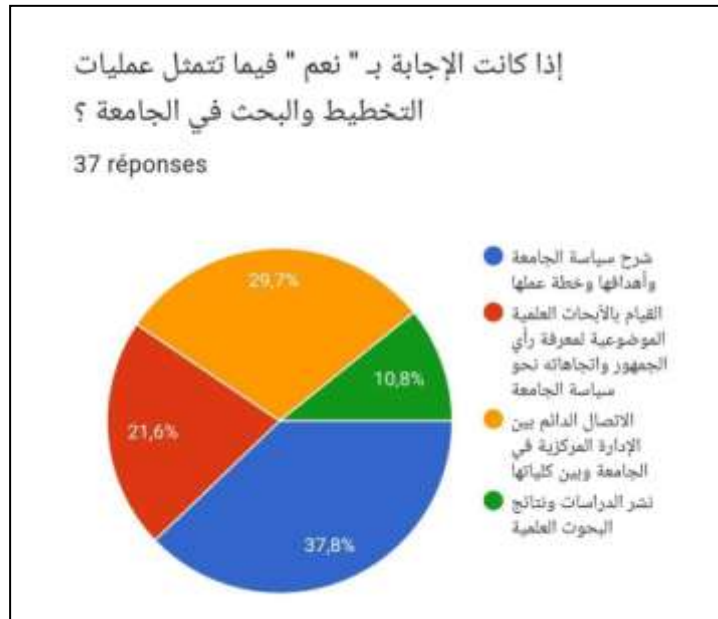
يتضح من خلال الجدول رقم (13) مدى مساهمة المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، أن ما نسبته 82.37 % من عينة الدراسة تؤكد أن للجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة لها مساهمة في عمليات التخطيط والبحث في الجامعة ، في حين نجد ما نسبته 17.80 % كانت إجاباتهم بلا.

فالعلاقات العامة تعتبر المرأة التي من خلالها يستطيع كل متسائل ومستفسر أن يجد جوابا عن كل استفساراته حول ما يدور في ذهنه عن الجامعة وسياساتها ، لذا فالعلاقات العامة لها مساهمة في التنسيق مع باقي الإدارات الموجودة في الجامعة في عمليات التخطيط والبحث.

- فيما تتمثل عمليات التخطيط والبحث في الجامعة ؟

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
37.80 %	14	شرح سياسة الجامعة وأهدافها وخطة عملها
21.60 %	08	القيام بالأبحاث العلمية الموضوعية لمعرفة رأي الجمهور واتجاهاته نحو سياسة الجامعة
29.70 %	11	الاتصال الدائم بين الإدارة المركزية في الجامعة وبين كلياتها
10.80 %	04	نشر الدراسات ونتائج البحوث العلمية
2.22 %	01	أخرى
100 %	38	المجموع

الجدول رقم (14) : يوضح الإجابة على السؤال : إذا كانت الإجابة ب " نعم " فيما تتمثل عمليات التخطيط والبحث في الجامعة.



الشكل البياني رقم (12) : يوضح فيما تتمثل عمليات التخطيط والبحث في الجامعة

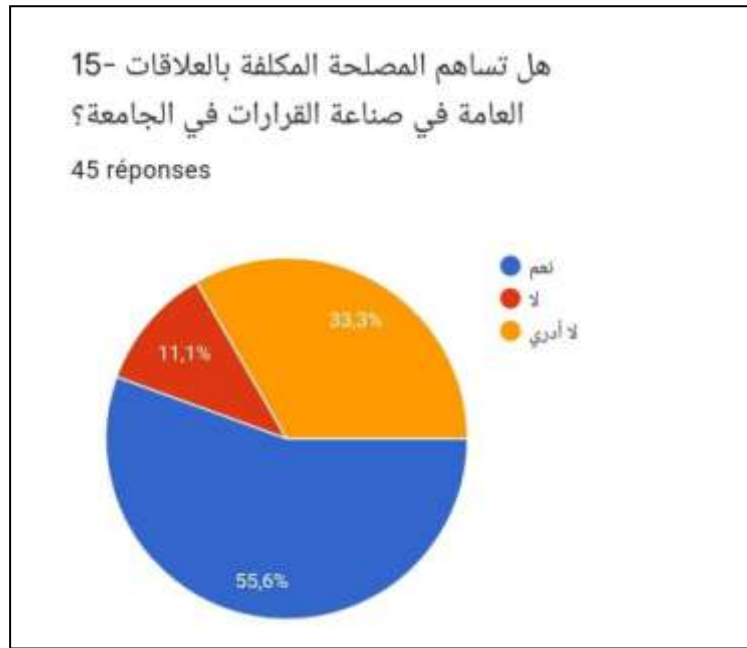
يتضح من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين عمليات التخطيط والبحث التي تقوم بها المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، حيث ترى غالبية عينة الدراسة أن عمليات التخطيط والبحث تتمثل في شرح سياسة الجامعة وأهدافها وخطة عملها وهذا ما تمثله النسبة 37.80 % ، في حين نجد النسب المتقاربة على التوالي 29.70 % ، 21.60 % ، تؤكد أنها تقوم بعملية الاتصال الدائم بين الإدارة المركزية في الجامعة وبين كلياتها ومعاهدها، كذلك القيام بالأبحاث العلمية الموضوعية لمعرفة

رأي الجمهور واتجاهاتها نحو سياسة الجامعة بالإضافة إلى أنها تقوم بنشر الدراسات ونتائج البحوث العلمية وهذا بنسبة 10.80 % ، في حين نجد أن المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة لها دور كبير في محاولة معرفة نقاط القوة والضعف للجامعة مقارنة بالجامعات الأخرى في الداخل والخارج.

- مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات في الجامعة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	55.60 %
لا	15	11.10 %
لا ادري	05	33.30 %
المجموع	45	100 %

الجدول رقم (15) : يوضح مدى مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



الشكل البياني رقم (13) : يوضح مساهمة مصلحة العلاقات العامة في صناعة القرار داخل الجامعة

يبين الجدول رقم (15) مدى مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات داخل الجامعة حيث أن نسبة 55.60 % تؤكد على أحقية المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات ، بينما نسبة 11.10 % فقط من تؤكد بعدم أحقيتها في صناعة القرارات : بينما 33.30 % لا تملك دراية بمساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات ، وبالتالي فإن العلاقات العامة داخل المؤسسة

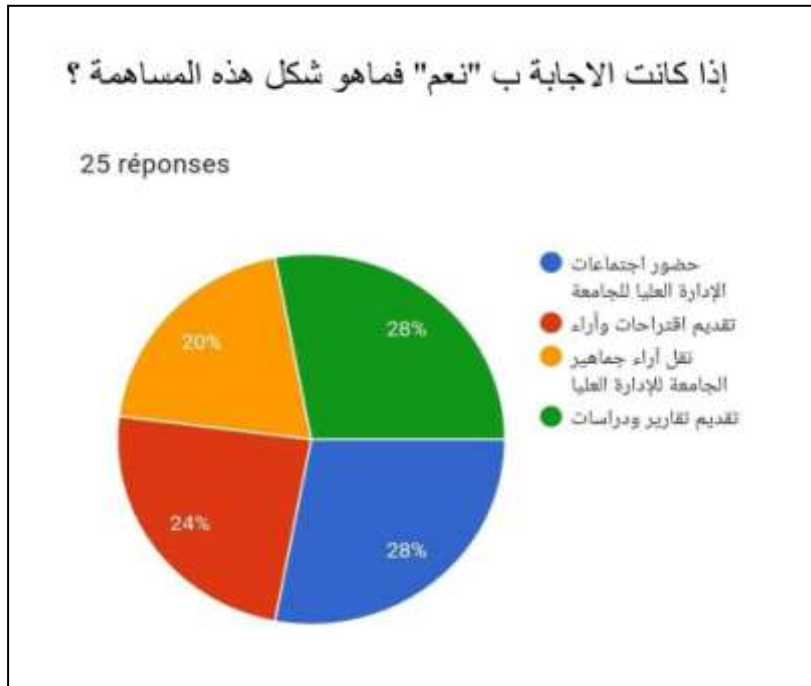
الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

الجامعية بصفة عامة وجامعة محمد بوضياف بصفة خاصة ، تعتبر إدارة مهمة من إداراتها ، ولها وظائف وصلاحيات عديدة تجعل منها ذات مكانة عالية ، خاصة فيما يتعلق بمساهمتها في صناعة القرارات داخل الجامعة.

- شكل مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات في الجامعة

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
28 %	07	حضور اجتماعات الإدارة العليا للجامعة
24 %	06	تقديم اقتراحات وآراء
20 %	05	نقل آراء جماهير الجامعة للإدارة العليا
28 %	07	تقديم تقارير ودراسات
100 %	25	المجموع

الجدول رقم (16): يوضح الإجابة على السؤال : إذا كانت الإجابة ب "نعم" فما هو شكل هذه المساهمة ؟



الشكل البياني رقم (14) : يوضح شكل مساهمة العلاقات العامة في صناعة القرار داخل الجامعة

يتضح من خلال الجدول رقم (16) الذي يبين شكل مساهمة مصلحة العلاقات العامة في صناعة القرارات حيث أن نسبة 28 % ترى أن هذه المساهمة تتمثل في حضور اجتماعات الإدارة العليا للجامعة ، إضافة إلى

الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

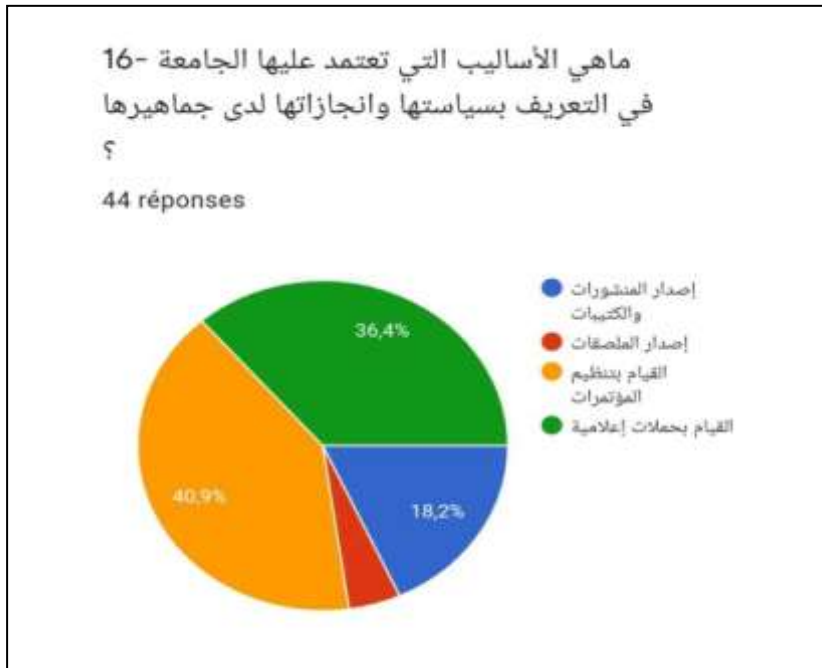
تقديم تقارير ودراسات ، بينما تقاربت النسب بين تقديم الاقتراحات والآراء ونقل آراء جماهير الجامعة للإدارة العليا بنسبة 24 % و 20 % على التوالي.

وعليه فالعلاقات العامة تحاول دائما الإمام بجميع جوانب المؤسسة، ومعرفة نقاط الضعف والقوة، ولعب دور مهم بين الإدارة وجماهيرها الداخلية والخارجية، وتقديم الاقتراحات من اجل الرقي للمؤسسة.

- الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في التعريف بسياساتها وانجازاتها لدى جماهيرها

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
18.20 %	08	إصدار المنشورات والكتيبات
4.50 %	02	إصدار الملصقات
40.90 %	18	القيام بتنظيم المؤتمرات
36.40 %	16	القيام بحملات إعلامية
00 %	00	أخرى
100 %	44	المجموع

الجدول رقم (17) : يوضح الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في التعريف بسياساتها وانجازاتها لدى جماهيرها



الشكل البياني رقم (15): يوضح الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في التعريف بسياساتها

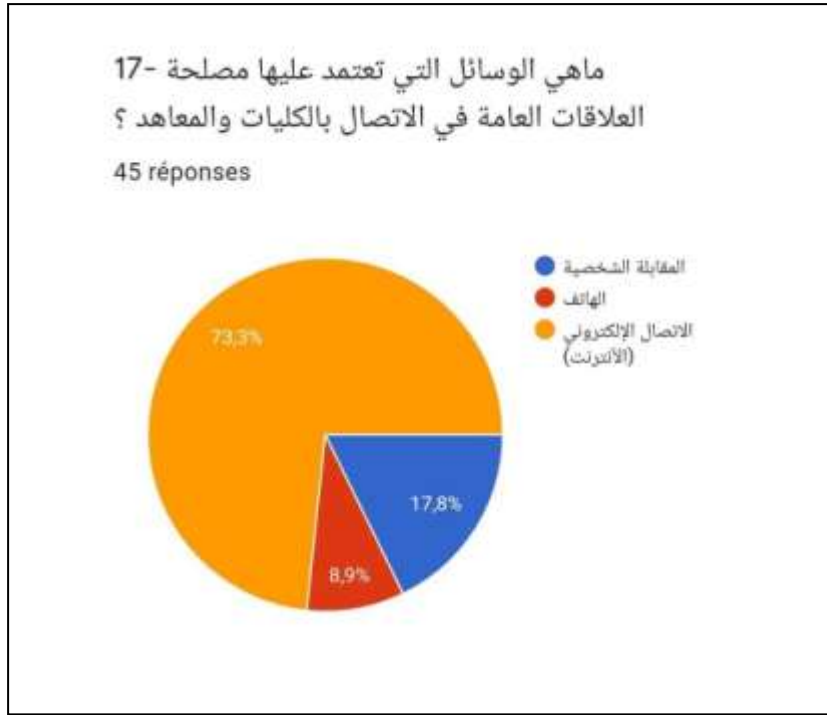
من خلال الجدول رقم (17) الذي يبين الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة للتعريف بسياساتها و إنجازاتها لدى الجماهير، يتبين أن إجابات عينة الدراسة تؤكد أن الأسلوب الأول الذي تعتمد عليه الجامعة للتعريف بسياساتها وإنجازاتها لدى الجماهير هو أسلوب القيام بتنظيم المؤتمرات بالدرجة الأولى وهذا ما تدل عليه النسبة 40.90 % من العينة، تليها القيام بحملات إعلامية بنسبة 36.40 % ثم إصدار المنشورات والكتيبات بنسبة 18.20 % ، وأخيرا إصدار الملصقات بنسبته 4.50 % .

إن ما بينته النتائج السابقة تدل على أن الجامعة تعتمد في التعريف بسياساتها على مختلف الأساليب الاتصالية وبصفة أولى تعتمد على القيام بتنظيم المؤتمرات وكذا الحملات الإعلامية وهذا من مهمة الإدارة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة وحسب المعلومات التي تحصلت عليها من خلال الزيارات الميدانية التي قمت بها في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، اتضح لي بأن نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال هي المسؤولة عن مختلف هذه الأنشطة.

- الوسائل التي تعتمد عليها مصلحة العلاقات العامة في الاتصال بالكليات والمعاهد

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
17.80 %	08	المقابلة الشخصية
8.90 %	04	الهاتف
73.30 %	33	الاتصال الالكتروني (الانترنت)
100 %	45	المجموع

الجدول رقم (18) : يوضح نوع الوسائل الاتصالية المعتمدة داخل الجامعة



الشكل البياني رقم (16): يوضح الوسائل التي تعتمد عليها مصلحة العلاقات العامة

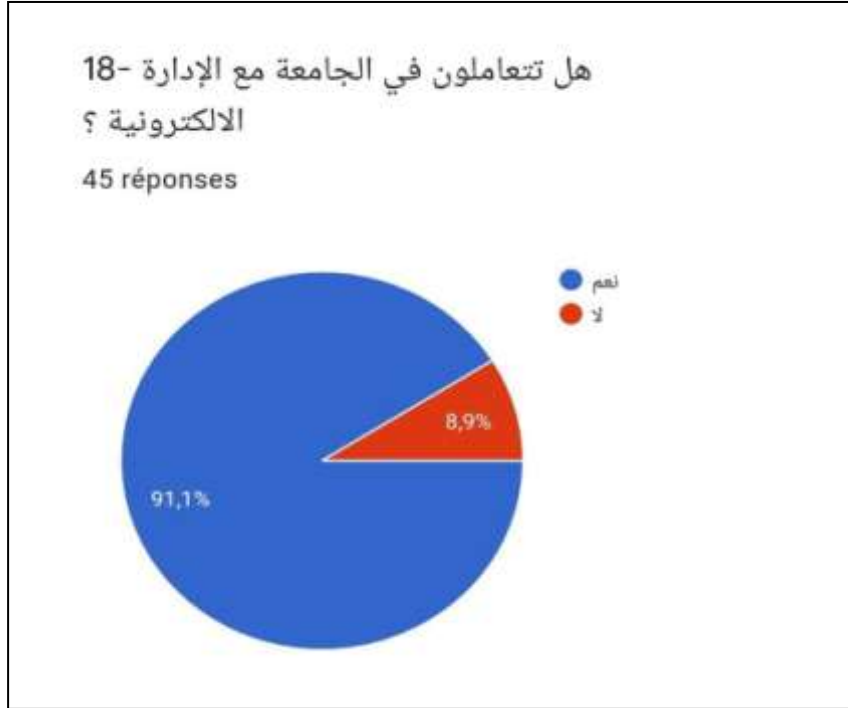
من خلال الجدول رقم (18) الذي يبين نوع الوسائل الاتصالية المعتمدة في الاتصال داخل الجامعة ، يتضح أن عملية الاتصال داخل الجامعة تعتمد بدرجة كبيرة على الاتصال الإلكتروني (الانترنت) وهذا ما تدل عليه غالبية إجابات الباحثين وهما تمثله النسبة 73.30 % ، تليها عملية المقابلة الشخصية في المرتبة الثانية وهو ما تدل عليه النسبة 17.80 % ، وأخيرا الاتصال عبر الهاتف وهو غير معتمد بكثرة ، أي بنسبة 8.90 % .

إن التطور التكنولوجي والعلمي في وسائل الاتصال أفرز العديد من الوسائل الاتصالية المختلفة وعملية اختيار الوسيلة المناسبة للجمهور الداخلي والخارجي تكون حسب طبيعة الجمهور فمثلا الجمهور الداخلي للجامعة نجد أن نوع الوسيلة الاتصالية المعتمدة في الاتصال به هي الاتصال الإلكتروني لما يشهده العالم اليوم من تطورات تكنولوجية عبر الايميل ووسائل التواصل الاجتماعي ، وهذا ما لاحظته خلال زيارتي الميدانية .

- التعامل مع الإدارة الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
% 91.10	41	نعم
% 8.90	04	لا
% 100	45	المجموع

الجدول رقم (19) : يوضح مدى تعامل الجامعة مع الإدارة الالكترونية



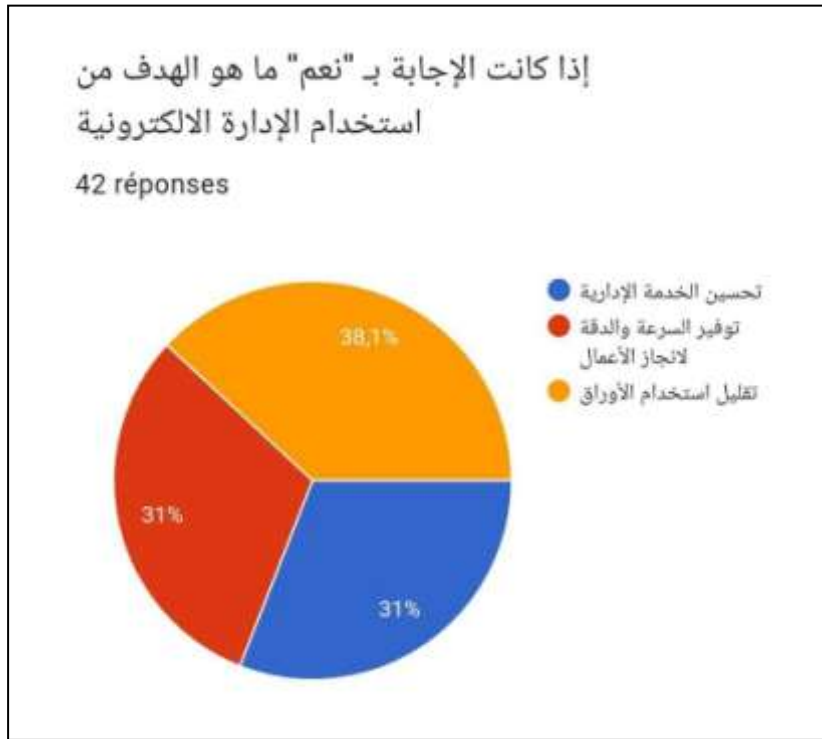
الشكل البياني رقم (17) : يوضح مدى تعامل الجامعة مع الإدارة الالكترونية

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (19) الذي يبين مدى تطبيق الجامعة للإدارة الالكترونية، حيث أن النسبة الساحقة التي تمثل 91.10 % من المبحوثين أكدوا على تطبيق الإدارة الالكترونية، بينما نسبة 8.90 % فقط ممن لا يطبقون الإدارة الالكترونية جامعة الجزائرية ، وعليه يمكن القول أن الجامعة الجزائرية وضعت خطوة كبيرة في إحداث نقلة نوعية نحو التحول الالكتروني للإدارة لضمان صيرورة العمل بالدقة والسرعة المطلوبة.

- الهدف من استخدام الإدارة الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
31 %	13	تحسين الخدمة الإدارية
31 %	13	توفير السرعة والدقة لإنجاز الأعمال
38.10 %	16	تقليل استخدام الورق
100 %	42	المجموع

الجدول رقم (20) : يوضح الإجابة على التساؤل : في حال الإجابة ب " نعم" ماهو الهدف من استخدام الإدارة الالكترونية ؟



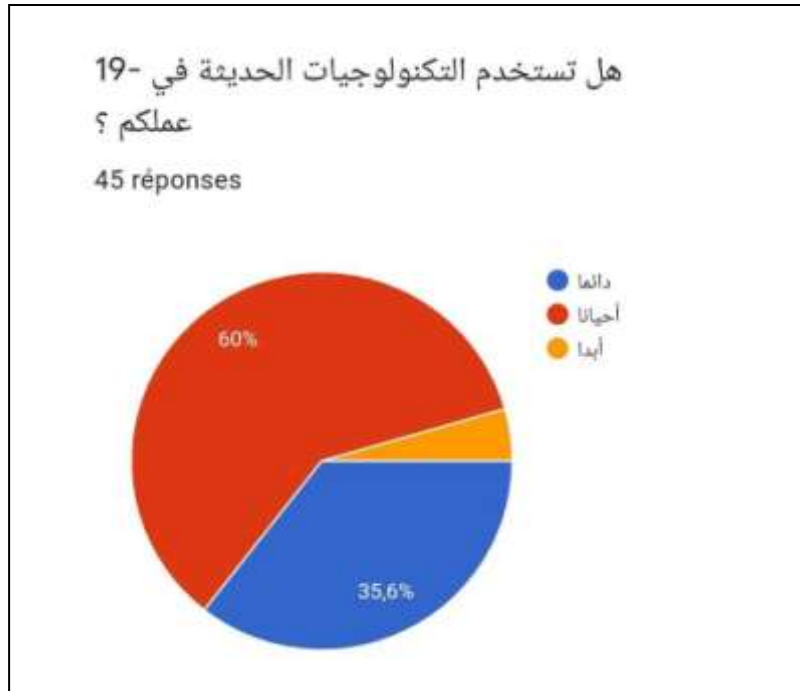
الشكل البياني رقم (18) : يوضح الهدف من استخدام الإدارة الالكترونية

من خلال الجدول رقم (20) الذي يبين الهدف من استخدام الإدارة الالكترونية حيث أن النسبة جاءت متساوية بين المبحوثين الذين ركزوا على تحسين الخدمة الإدارية ، وكذا توفير السرعة والدقة لإنجاز الأعمال بنسبة 31 % ، بينما النسبة الأكبر والتي تمثل 38.10 % ركزت على التقليل من استخدام الورق ، ولعل هذا راجع للسياسة التي اعتمدها جامعة محمد بوضياف والتي تهدف إلى الوصول إلى استخدام صفر ورقة، ضمن الأهداف المسطرة التي تصبوا إلى تحقيقها ، لإحداث قفزة نوعية في الإدارة الالكترونية.

- استخدام التكنولوجيات الحديثة في العمل

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
35.60 %	16	دائما
60 %	27	أحيانا
0.4 %	02	أبدا
100 %	45	المجموع

الجدول رقم (21): يوضح مدى استخدام الباحثين للتكنولوجيات الحديثة في عملهم



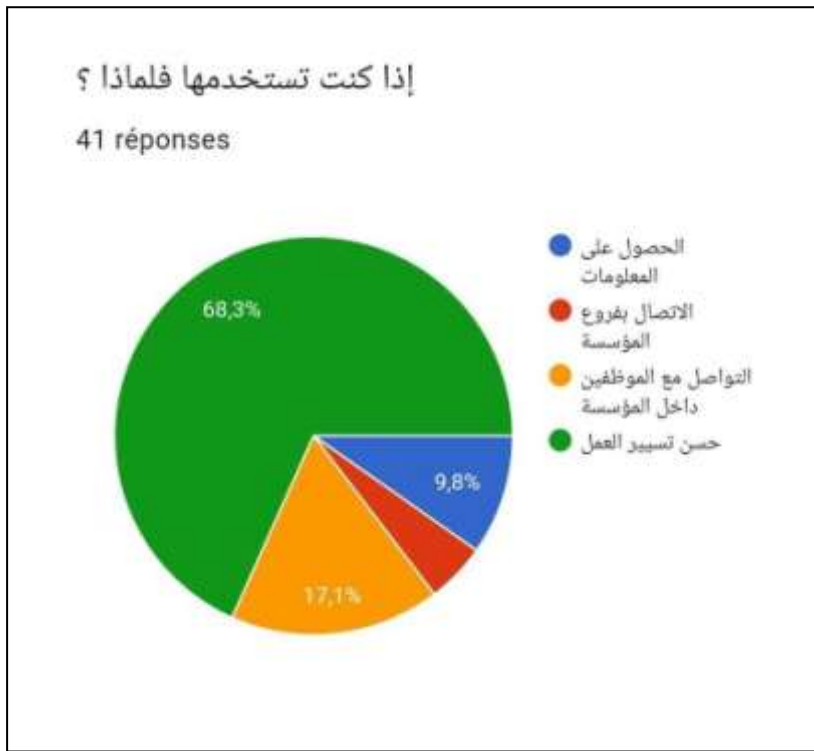
الشكل البياني رقم (19): يوضح مدى استخدام الباحثين للتكنولوجيات الحديثة

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (21) أن نسبة 35.60 % يستخدمون التكنولوجيات الحديثة في عملهم ، وهذا مؤشر إيجابي ، يؤكد تبني المؤسسة للتكنولوجيات الحديثة ، واعتماد الموظفين على هذه التكنولوجيات في عملهم ، في حين نجد النسبة الأكبر من الباحثين والتي تقدر بـ 60 % لا تستخدم هذه التكنولوجيات إلا أحيانا، ولعل السبب في هذا هو ضعف وتقطع شبكة الانترنت في بعض الأحيان ، إضافة إلى جهل البعض في استخدام هذه التكنولوجيات، بينما نجد نسبة 0.4 % التي لا تستخدم هذه التكنولوجيات مطلقا ، وهذا راجع لطبيعة الوظيفة التي يشغلونها كالأستقبال مثلا.

- سبب استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
9.80 %	04	الحصول على المعلومات
4.80 %	02	الاتصال بفروع المؤسسة
17.10 %	07	التواصل مع الموظفين داخل المؤسسة
68.30 %	28	حسن تسيير العمل
100 %	41	المجموع

الجدول رقم (22) : يوضح أسباب استخدام التكنولوجيات الحديثة في العمل



الشكل البياني رقم (20): يوضح أسباب استخدام التكنولوجيات الحديثة

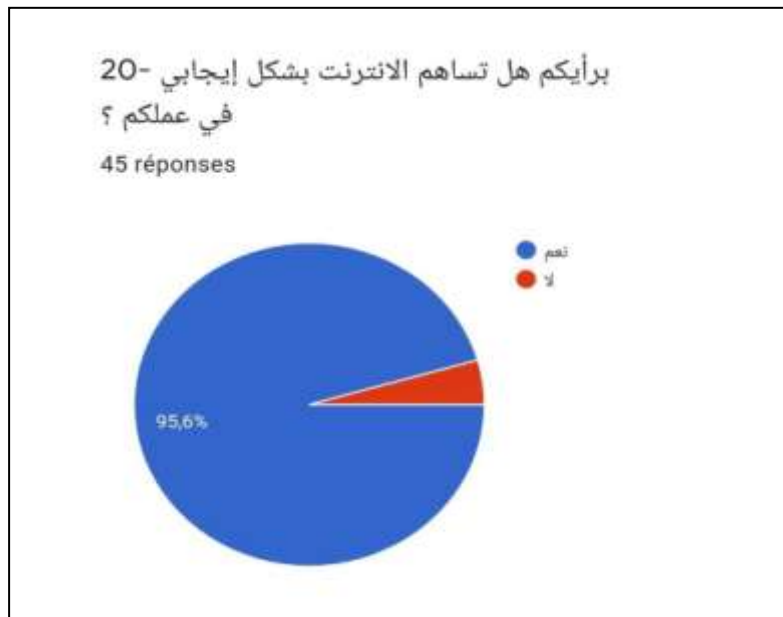
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (22) أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمون التكنولوجيات الحديثة من اجل حسن تسيير العمل احتلت النسبة الأكبر والتي قدرت بـ 68.30 % ، وهذا راجع لأهميتها الكبيرة في تسهيل الوظائف الإدارية باقتصار الوقت والجهد وتحسين الأداء ، ثم تليها نسبة 17.10 % من المبحوثين الذين يستخدمونها لأجل التواصل مع الموظفين داخل المؤسسة، وهذا لكونها تخلق جو التفاعل بين الموظفين، تليها نسبة 9.80 % ممن يستخدمونها للحصول على معلومات، وذلك لتبادل المعلومات والأفكار بين الموظفين وهذا ما تتطلبه طبيعة العمل، وأخيرا نسبة 4.80 % ممن يستخدمونها للاتصال بفروع المؤسسة،

وهي نسبة ضئيلة، وهذا راجع لكون هذه المهمة موكلة لأشخاص معينين، وهذا ما لمستته من خلال الزيارة الميدانية التي قمت بها.

- ايجابية الانترنت في العمل

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
% 95.60	43	نعم
% 4.40	02	لا
% 100	45	المجموع

الجدول رقم (23) : يوضح ايجابية الانترنت في العمل من عدمها



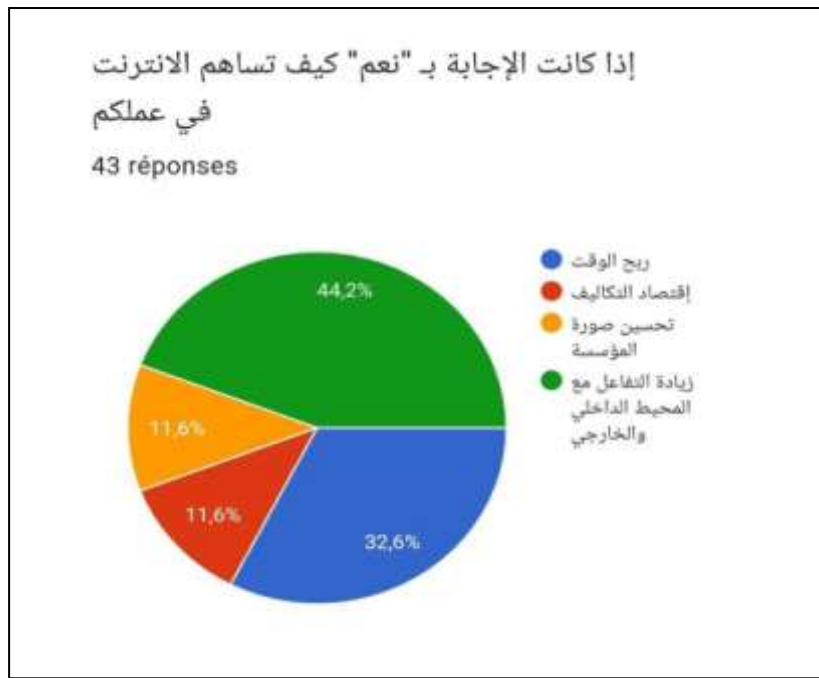
الشكل البياني رقم (21) : يوضح مدى مساهمة الانترنت في العمل

من خلال الجدول رقم (23) الذي يبين أن نسبة 95.60 % من المبحوثين أكدوا أن الانترنت تساهم بشكل ايجابي في عملهم ،وهذا راجع للدور المهم والكبير الذي تعمله الانترنت في تسهيل عمل الموظف ، إضافة إلى السرعة والدقة في تنفيذ العمل، واختصار الجهد والوقت ، بينما نسبة 4.40 % فقط من المبحوثين الذين يرون عدم ايجابيتها في العمل ، وهذا راجع ربما لعدم درايتهم باستخدامات الانترنت.

- كيفية مساهمة الانترنت في العمل

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
% 32.60	14	ريح الوقت
% 11.60	05	اقتصاد التكاليف
% 11.60	05	تحسين صورة المؤسسة
% 44.20	19	زيادة التفاعل مع المحيط الداخلي والخارجي
% 100	43	المجموع

الجدول رقم (24) : يوضح الإجابة على التساؤل : إذا كانت الإجابة ب "نعم" كيف تساهم الانترنت في عملكم ؟



الشكل البياني رقم (22) : يوضح كيفية مساهمة الانترنت في العمل

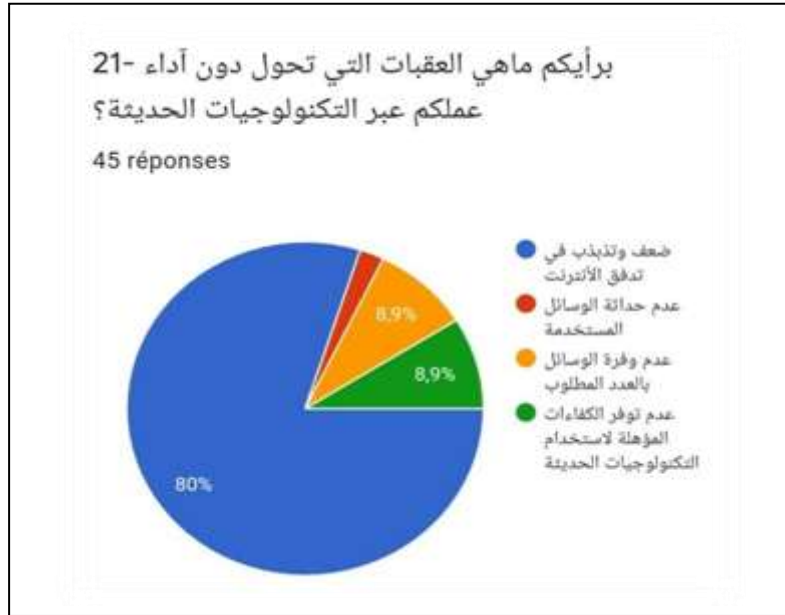
يبين الجدول رقم (24) كيفية مساهمة الانترنت في عمل الباحثين، حيث نجد أن أكبر نسبة من الباحثين أجابت بزيادة التفاعل مع المحيط الداخلي والخارجي، أي ما يمثل نسبة 44.20 % ، وذلك بسبب الانعكاس الايجابي للانترنت من خلال تسهيل عملية التفاعل سواء مع المحيط الداخلي من موظفين ، أو المحيط الخارجي وسهولة التفاعل مع مختلف المؤسسات والهيئات ، ثم تليها نسبة 32.60 % من الباحثين ركزوا على ربح الوقت ، وهذا طبيعي لما تمتلكه الانترنت من سرعة في التنفيذ ، واختصار الوقت ، بينما نجد

نسبة 11.60 % متساوية بين الباحثين الذين أجابوا باقتصاد التكاليف وتحسين صورة المؤسسة ، وهي من السمات التي تميز استخدامات الانترنت لدى المؤسسة.

- العقبات التي تواجه التكنولوجيات الحديثة في أداء العمل

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
80 %	36	ضعف وتذبذب في تدفق الانترنت
2.2 %	01	عدم حداثة الوسائل المستخدمة
8.90 %	04	عدم وفرة الوسائل بالعدد المطلوب
8.90 %	04	عدم توفر الكفاءات المؤهلة لاستخدام التكنولوجيات الحديثة
100 %	45	المجموع

الجدول رقم (25) : يوضح العقبات التي تحول دون أداء العمل عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة



الشكل البياني رقم (23) : يوضح العقبات التي تحول دون أداء العمل للمبحوثين

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (25) أهم العقبات التي تحول دون أداء العمل باستخدام وسائل التكنولوجيات الحديثة ، حيث نجد أكبر نسبة من الباحثين والمقدرة بـ 80 % أرجحت العقبات إلى ضعف وتذبذب في تدفق الانترنت ، وهذا راجع لحداثة الانترنت في الجزائر وقلة الكفاءات ، إلا أنها تسعى جاهدة لمواكبة الدول المتقدمة ، ثم تأتي النسب متساوية بين عدم وفرة الوسائل بالعدد المطلوب ، وكذا عدم توفر الكفاءات المؤهلة بنسبة 8.90 % ، وهذا دليل على توفير المؤسسات لمختلف الوسائل والأجهزة ، إضافة

إلى تعيين الكفاءات الأزمة لاستخدام هذه الوسائل ، وهذا ما يؤكد الجدول رقم (07) ، ثم تليها نسبة 2.20 % لعدم حداثة الوسائل المستخدمة ، وهذا يؤكد استخدام المؤسسة الجزائرية لوسائل حديثة.

- الطموحات التي تسعى الجامعة لتحقيقها مستقبلا

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
27.27 %	09	تصدر الجامعة المراكز الأولى محليا وتحسين ترتيبها عالميا
24.24 %	08	رقمنه الإدارة وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق التنمية المستدامة
15.15 %	05	جامعة رائدة في الإدارة الالكترونية
18.18 %	06	نقل نظام التواصل والعلاقات العامة الكلاسيكية إلى النظام الالكتروني لتوسيع شبكة العلاقات واتخاذ القرارات بدقة وفي الوقت المناسب
15.15 %	05	ربط الجامعة بمحيطها الاجتماعي والاقتصادي من خلال إحداث شراكة حقيقية مع المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية من خلال منتجها البشري
100 %	33	المجموع

الجدول رقم (26) : يوضح آراء الباحثين حول الطموحات التي تسعى الجامعة لتحقيقها مستقبلا

يبين الجدول رقم (26) آراء الباحثين حول الطموحات التي تسعى الجامعة لتحقيقها مستقبلا حيث نجد في المرتبة الأولى تركيز أغلبية الباحثين على تصدر الجامعة المراكز الأولى محليا وتحسين ترتيبها عالميا ، بنسبة 27.27 % ، وهذا ما تم تحقيقه فعلا ، حيث احتلت جامعة محمد بوضياف بالمسيلة المرتبة الأولى وطنيا ، في آخر إحصاء لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، وهذا بفضل الجهود المبذولة من طرف الأسرة الجامعية من موظفين وأساتذة ومسؤولين ، ثم تليها نسبة 24.24 % من الباحثين من كانت إجابتهم يرقمنه الإدارة وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق التنمية المستدامة ، وقد خطت الجامعة خطوة كبير في مجال رقمنه الإدارة ، فهاذا ما لاحظته من خلال زيارتي الميدانية للجامعة ، إذ تم تخصيص مجموعة من الموظفين التقنيين لهذا الغرض ، ثم تليها نسبة 18.18 % كانت إجابتهم بنقل نظام التواصل والعلاقات العامة الكلاسيكية إلى النظام الالكتروني لتوسيع شبكة العلاقات واتخاذ القرارات بدقة وفي الوقت المناسب ، ثم تليها نسبة 15.15 % متساوية بين الريادة في الإدارة الالكترونية ، وربط الجامعة بمحيطها الاجتماعي والاقتصادي من خلال إحداث شراكة حقيقية مع المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية من خلال منتجها البشري ، ويرجع كل هذا إلى صلاحيات العلاقات العامة، المتمثلة في ترقية علاقات الجامعة بمحيطها الاقتصادي والاجتماعي ، والمبادرة ببرامج الشراكة مع مختلف المؤسسات في الداخل والخارج ، من اجل ترقية التبادل ما بين الجامعات ، والتعاون في جميع المجالات.

2-2- النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مكانة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية في ظل ممارسة الإدارة الالكترونية ، وذلك بالتطبيق على جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، وقد كانت ترمي إلى الإجابة على التساؤلات التالية :

1- ماهو موقع العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية ؟

2- ما اتجاه القيادات الإدارية في المؤسسة العمومية الجزائرية ؟

3- كيف تساهم الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة في تفعيل أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسات العمومية الجزائرية ؟

وبعد إجراء الدراسة الميدانية، تم التوصل إلى النتائج التي يمكن تقييمها من خلال التساؤلات كما يلي:

2-2-1- موقع العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية

تعتبر المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، ممثلة في الأمانة العامة ، إضافة إلى نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية ، وبعض المصالح داخل رئاسة الجامعة ، فهي تقوم بالوظائف والصلاحيات الموكلة لها ، حيث تسعى إلى تحقيق التفاهم والانسجام بين الجامعة وجامهيريها الداخلية والخارجية، وهذا ما بينته النتائج التالية :

- يؤكد أفراد عينة الدراسة (الجدول رقم -8) على وجود مصلحة خاصة بالعلاقات العامة داخل الجامعة ، (33 مفردة) أي بنسبة 73.80 % ، بينما نسبة 26.66 % (12 مفردة) تؤكد على عدم وجود مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ، ولهذا النتائج مبرراتها لان هناك خلط لدى المبحوثين بين مصلحة العلاقات العامة ، وبين نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية ، وهذا راجع لحدثة هذا العلم مقارنة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية الأخرى ، مع تأخر احتضان الجامعة الجزائرية ومراكز التكوين في تدريس هذا العلم ، ولم يكن ذلك إلا مع بداية التسعينات من القرن الماضي ، صف إلى ذلك أن وظيفة العلاقات العامة تعتبر من الوظائف الحديثة في علوم الإدارة والتسيير.

- إن الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجدول رقم-06) ، هي الأمانة العامة بنسبة 60 % بواقع (27 مفردة) ، إضافة إلى نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية بنسبة 22.22 % بواقع (10 مفردات) ، والقلة القليلة موزعة على بعض المصالح بنسبة 17.78 % .

- يعتبر أفراد عينة الدراسة أن العلاقات العامة هي الجهة المكلفة بالأنشطة الاتصالية للجامعة (الجدول رقم - 09) ، بنسبة 35.60 % بواقع (16 مفردة) ، كما يعتبرونها الجهود المخططة والمنظمة لتحقيق التفاهم المتبادل بين الجامعة وجامهيريها ، بنسبة 33.30 % ، أي بواقع (15 مفردة) ، بينما يعتبرونها الوظيفة الإدارية التي تربط بين إدارات الجامعة والإدارة العليا بنسبة 31.10 % ، أي بواقع (14 مفردة) .
- تعتبر الوظائف التي تقوم بها مصلحة العلاقات العامة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجدول رقم - 10) هي الاتصال بالمسؤولين في الداخل والاتصال بالمؤسسات والجامهيري في الخارج بنسبة 55.80 % ، بواقع (24 مفردة) ، بينما ترى نسبة 27.90 % بواقع (12 مفردة) تعتبر أن الوظائف التي تقوم بها مصلحة العلاقات العامة، تتمثل في رسم سياسة الجامعة وتحديد أهدافها، بينما نسبة 16.30 % بواقع (07 مفردات) تعتبر أن وظائف العلاقات العامة داخل الجامعة تعتبر قياس لاتجاهات الرأي العام نحو الجامعة.
- تحتل المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة موقعا هاما في الهيكل التنظيمي لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجدول رقم -11-) ، حيث تعتبر تابعة لرئاسة الجامعة مباشرة بنسبة 72.70 % بواقع (32 مفردة) ، في حين ترى نسبة قليلة جدا ، 13.60 % بتعداد (06 مفردات) ، يعتبرها عبارة عن مصلحة فرعية تابعة لإدارة من إدارات الجامعة المركزية ، ثم تليها نسبة 9.10 % بواقع (04 مفردات) ترى أنها على نفس المستوى مع باقي إدارات الجامعة المركزية، وأخيرا نسبة 4.60 % بواقع (02 مفردة) تعتبرها تابعة لمصلحة فرعية دون تمييزها بمكانة خاصة بها.

2-2-2- اتجاه القيادات الإدارية في المؤسسة العمومية الجزائرية

- أصبحت العلاقات العامة اليوم تقوم بوظائف حساسة وهامة على مستوى المؤسسات المتواجدة بها، خاصة المؤسسات العمومية الجزائرية، وهذا ما تبينه النتائج التالية:
- تشير النتائج في (الجدول رقم - 12-) إلى أن نسبة 88.90 % بواقع (40 مفردة) ، تشير إلى أحقية مشاركة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة ، مقابل نسبة 11.10 % بواقع (05 مفردات) تشير إلى عدم أحقية المشاركة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة.
- تساهم المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث داخل الجامعة (الجدول رقم -13-) ، بنسبة 82.20 % بواقع (37 مفردة) ، في حين نجد نسبة 17.80 % بواقع (08 مفردات) ممن يقرون بعدم مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث.

- تتمثل عمليات التخطيط والبحث التي تقوم بها مصلحة العلاقات العامة داخل الجامعة (الشكل رقم -14) ، في شرح سياسة الجامعة وأهدافها وخطة عملها ، بنسبة 37.80 % ، بواقع (37 مفردة) ، كما تعتبر الاتصال الدائم بين الإدارة المركزية في الجامعة وبين كلياتها بنسبة 29.70 % ، بواقع (11 مفردة) ، وبعدها عملية القيام بالأبحاث العلمية الموضوعية لمعرفة رأي الجمهور واتجاهاته نحو سياسة الجامعة ، بنسبة 21.60 % ، بواقع (08 مفردات) ، ثم تليها عملية نشر الدراسات ونتائج البحوث العلمية بنسبة 10.80 % ، بواقع (04 مفردات) .

- تساهم المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجدول رقم - 15 -) ، بنسبة كبيرة 55.60 % ، بتكرار (25 مفردة) ، ثم تليها نسبة 33.30 % بتكرار (15 مفردة) ممن لا يملكون دراية في الموضوع ، بينما نجد نسبة 11.10 % ، بتكرار (05 مفردات) يرون عدم مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات داخل الجامعة.

- تتمثل مساهمة مصلحة العلاقات العامة في صناعة القرارات داخل الجامعة ، (الجدول رقم - 16 -) ، في حضور اجتماعات الإدارة العليا للجامعة ، بنسبة 28 % ، بتكرار (07 مفردات) إضافة إلى تقديم مختلف التقارير والدراسات بنفس النسبة ، ثم تأتي في المرتبة الثانية عملية تقديم الاقتراحات والآراء ، بنسبة 24 % بتكرار (06 مفردات) ، وفي المرتبة الأخيرة عملية نقل آراء جماهير الجامعة للإدارة العليا بنسبة 20 % ، أي بتكرار (05 مفردات) .

- تعتبر عملية القيام بتنظيم المؤتمرات ، من أهم الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في التعريف بسياستها ، وأنجازاتها لدى جماهيرها (الجدول رقم - 17 -) وهو ما تمثله نسبة 40.90 % ، بواقع (18 مفردة) ، في حين نجد المرتبة الثانية ممثلة في القيام بحملات إعلامية ، بنسبة 36.40 % ، بواقع (16 مفردة) ، بينما المرتبة الثالثة تكمن في إصدار المنشورات والكتيبات ، بنسبة 18.20 % ، بواقع (08 مفردات) ، وفي المرتبة الأخيرة عملية إصدار الملصقات بنسبة 4.50 % ، بواقع (02 مفردة) .

2-2-3- الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة في تفعيل أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسات

العمومية الجزائرية

استطاعت أنشطة العلاقات العامة في الاستفادة من التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية، والتحكم في مختلف التقنيات الحديثة، وذلك من اجل تحقيق أهداف المؤسسات الجزائرية، وهذا ما تبينه النتائج التالية:

- من أهم الوسائل التي تعتمد عليها مصلحة العلاقات العامة في الاتصال بالكليات والمعاهد ، هي الاتصال الالكتروني (الجدول رقم - 18) ، بنسبة كبيرة 73.30 % ، بواقع (33 مفردة) ، ثم تليها المقابلة الشخصية بنسبة 17.80 % ، بواقع (08 مفردات) ، وأخيرا عبر الهاتف ، بنسبة 8.90 % ، بواقع (04 مفردات) .

- تتعامل الجامعة مع الإدارة الالكترونية بنسبة كبيرة جدا (الجدول رقم - 19) ، أي 91.10 % بواقع (41 مفردة) ، في حين نجد نسبة ضعيفة جدا ممن لا يتعاملون مع الإدارة الالكترونية بتعداد (04 مفردات) ، أي بنسبة 08.90 % .

- هناك عدة أهداف من استخدام الإدارة الالكترونية داخل الجامعة (الجدول رقم - 20 -) ، ولعل أهمها هو التقليل من استخدام الورق بنسبة 38.10 % ، بواقع (16 مفردة) ، ثم يأتي هدف تحسين الخدمة الإدارية ، متساويا مع توفير السرعة والدقة لانجاز الأعمال ، في المرتبة الثانية بنفس النسبة أي 31 % ، بواقع (13 مفردة) لكل منهما .

- يعتمد الموظفون داخل الجامعة على مختلف التكنولوجيات الحديثة أحيانا ، (الجدول رقم - 21 -) ، في المرتبة الأولى بنسبة 60 % ، بواقع (27 مفردة) ، بينما نجد نسبة 35.60 % ، بواقع (16 مفردة) من المبحوثين يستخدمون التكنولوجيات الحديثة دائما ، في المرتبة الثانية ، وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 0.4 % بواقع (02 مفردة) ، لا يستخدمون التكنولوجيات الحديثة في عملهم بصفة نهائية .

- يتم استخدام التكنولوجيات الحديثة في العمل وذلك من اجل حسن تسيير العمل ، (الجدول رقم - 22 -) ، بنسبة 68.30 % ، واقع (28 مفردة) ، ثم من اجل التواصل مع الموظفين داخل المؤسسة بنسبة 17.10 % ، بواقع (07 مفردات) ، في حين نجد الحصول على المعلومات يمثل نسبة 9.80 % ، بواقع (04 أفراد) ، وأخيرا الاتصال بفروع المؤسسة بنسبة 4.80 % ، بواقع (02 مفردة) .

- تساهم الانترنت بصورة ايجابية داخل العمل ، (الجدول رقم - 23 -) ، وهذا بنسبة 95.60 % ، بواقع (43 تكرار) ، مقابل نسبة 4.40 % ، بواقع (02 تكرارات) ممن يرون عدم ايجابيتها .

- تساهم الانترنت في زيادة التفاعل مع المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة ، (الجدول رقم - 24 -) ، بنسبة 44.20 % ، بنسبة 44.20 % ، بواقع (19 تكرار) ، ثم تليها عملية ربح الوقت بنسبة 32.60 % ، بواقع (14 مفردة) ، وأخيرا تساهم في اقتصاد التكاليف ، و تحسين صورة المؤسسة بنسبة متساوية 11.60 % ، بواقع (05 تكرارات) لكل منهما .

- يعتبر الضعف والتذبذب في تدفق الانترنت من العقبات التي تحول دون الاستخدام الأمثل للوسائل التكنولوجية الحديثة ، (الجدول رقم - 25) ، في المرتبة الأولى بنسبة 80 % ، بواقع (36 مفردة) ، ثم تليها في المرتبة الثانية عدم وفرة الوسائل بالعدد المطلوب ، إضافة إلى عدم توفر الكفاءات المؤهلة لاستخدام التكنولوجيات الحديثة ، بنسبة متساوية 8.90 % بواقع (04 مفردات) لكل منهما، وفي المرتبة الأخيرة عدم حداثة الوسائل المستخدمة بنسبة 2.20 % ، بواقع مفردة واحدة.

3- النتائج العامة للدراسة

بعد القيام بهذه الدراسة نظريا وميدانيا ، وبعد القيام بالخطوات والإجراءات المنهجية التي تم اتخاذها من اجل التحليل ، يمكن أن نستخلص مجموعة من النتائج وهي كالاتي :

- تعتبر وظيفة العلاقات العامة من الوظائف المهمة داخل المؤسسات العمومية الجزائرية ، بالرغم من عدم وجود مصلحة خاصة تحمل هذا الاسم ، إلا أنها تمارس كوظيفة داخل مصالح وإدارات أخرى .
- تمارس وظيفة العلاقات العامة من قبل موظفين لا يملكون التخصص في هذا المجال.
- تمارس وظيفة العلاقات العامة مختلف الأنشطة الاتصالية داخل الجامعة ، إضافة إلى القيام بالتخطيط والبحث ، والربط بين مختلف الإدارات والإدارة العليا للجامعة ، والربط بين مختلف الجماهير سواء الداخلية أو الخارجية.
- تعتبر العلاقات العامة عامل مهم في رسم سياسة الجامعة ، والتعريف بها ورسم صورة المؤسسة ، من خلال القيام بالمؤتمرات ، وإصدار الكتيبات والمنشورات والملصقات.
- ساهمت الإدارة الالكترونية في تفعيل أنشطة العلاقات العامة ، من خلال توفير السرعة والدقة في العمل ، إضافة إلى تقليل التكاليف والاقتصاد في الجهد والورق.

- تساهم الانترنت، ومختلف التكنولوجيات الحديثة، في فاعلية أنشطة العلاقات العامة وحسن سير عملها من خلال الزيادة في نسبة التفاعل وتبادل المعلومات بين الموظفين في الداخل والخارج، وبالتالي المساهمة في تحسين صورة المؤسسة.

- ضعف وتذبذب الانترنت من أهم العقبات التي تواجهها وظيفة العلاقات العامة الالكترونية.

التوصيات والاقتراحات

في إطار النتائج التي تم التوصل إليها الدراسة ، يمكن أن نقدم بعض التوصيات والاقتراحات التي يمكن أن تكون كمؤشرات لتدارك بعض النقائص ، ومن بين هذه التوصيات مايلي :

1- يجب تحديد اختصاص وأنشطة العلاقات العامة ، بدفة ووضوح ،والحرص على أن لا تمارس وظائفها من خلال إدارة أو مصلحة أخرى ، بل تحديد مصلحة خاصة بها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة،وفق قوانين تحدد مهامها.

2- يجب تكثيف الندوات والملتقيات العلمية على مستوى الجامعة ، ومراكز التكوين ، لتقريب المسؤولين والمسيرين بالباحثين والمختصين في العلاقات العامة ، من اجل تعريفهم بهذه الوظيفة ، وتحسيسهم بأهميتها وبالادوار المختلفة التي يمكن أن تساهم في تطوير مختلف المؤسسات.

3- فتح قنوات التواصل بين المؤسسات ومختلف الجماهير الداخلية والخارجية ، من خلال فتح مواقع وصفحات الكترونية خاصة بالمؤسسات من اجل التعريف بها وتبادل مختلف المعلومات ، للمساهمة في رسم صورة ايجابية للمؤسسات.

4- تزويد الموظفين القائمين بالعلاقات العامة ، بمختلف الدورات التكوينية للتعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة ، ومواكبة التطورات الحاصلة للبقاء في الريادة .

5- العمل على الحفاظ على قوة تدفق الانترنت، والتوجه نحو رقمته الإدارة، وزيادة الفاعلية بين المؤسسة ومختلف جماهيرها.

6- ضرورة اهتمام المؤسسات العمومية الجزائرية، والاعتراف بدور العلاقات العامة، خاصة العلاقات العامة (الرقمية) ، لان نجاح المؤسسة يعتمد على مدى تواصلها بمختلف جماهيرها ، والاستفادة من تجربة المؤسسة محل الدراسة.

7- نظرا لأهمية موضوع الدراسة، وبما أن التكنولوجيات الحديثة اخترقت كل مجالات الحياة، فانه أصبح من الضروري الاهتمام بالمزيد من الدراسات والبحوث في هذا المجال الحيوي والمتفرد.

خاتمة

تشكل المؤسسات العمومية الجزائرية ، إحدى أهم المؤسسات الموجودة والفاعلة في المجتمع الجزائري ، حيث أصبحت تلعب وظيفة العلاقات العامة فيها ، أدوارا مهمة وفعالة من اجل تحقيق أهدافها ، وتطويرها نحو الأحسن ، بل وإبرازها إلى الوجود أحيانا حيث تكون غير معروفة ، مقارنة ببعض المؤسسات الأخرى . وفي ظل التحديات التي فرضتها العولمة ، تزايدت أهمية المعلومة ، وأضحت جوهر الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسة التي أدركت ضرورة التواصل مع جمهورها ، معتمدة في ذلك على وظيفة العلاقات العامة ، التي تأثرت بالتطورات التكنولوجية ، بل وتعد التكنولوجيا عاملا بالغ الأهمية في صناعة القرار وهيكل الإدارة مما يحقق قدرا من التقارب بأشكاله المتنوعة الاقتصادي والتنظيمي والتقني، وهذا ما يستدعي ضرورة المتابعة الدقيقة من قبل العاملين في مجال إدارة العلاقات العامة، لمتغيرات التكنولوجيا ، حتى يصبحوا على دراية تامة بآخر المستجدات في مجال تكنولوجيا المعلومات ، بغرض الاستفادة منها في الممارسة عبر الوسائط المتعددة ، خاصة إذا نظرنا لمفهوم العلاقات العامة من منطلق أنها فن وعلم تحليل الاتجاهات والتنبؤ بنتائجه بقدر يتطلب سرعة الاستجابة وتحقيق أفضل النتائج .

وما أتاحتها من مميزات ، غيرت ممارستها من التقليدي إلى الإلكتروني ، تماشيا مع متطلبات العصر الرقمي ، حيث أصبحت المواقع الإلكترونية ، وصفحات التواصل الاجتماعي ، واجهة ترويجية لها ، ومنصة تفاعلية مع جماهيرها ، كما أصبحت تعتمد على الويب في إدارة سمعتها الكترونيا، وكذا إجراء البحوث والدراسات وإدارة أزماتها وغيرها من ممارسات العلاقات العامة ، التي تتطلب مجموعة من الضوابط كالالتزام بالمصداقية في نقل المعلومات ، والالتزام الأخلاقي، وحسن الرد على الجمهور ، باعتبار العلاقات العامة ، مهنة قائمة على مبدأ الشفافية والأمانة والمسؤولية الاجتماعية .

وعلى العموم تبقى هذه الدراسة قد سلطت الضوء على جوانب هامة من الظاهرة المدروسة ، وفتحت آفاقا أخرى لدراسات علمية جديدة، فهي لم تلم بكل جوانب المشكلة بل هناك جوانب أخرى لا تزال بحاجة إلى دراسة ، فموضوع العلاقات العامة موضوع متشعب ، فبالرغم من تناوله في دراسات كثيرة ، إلا أنه موضوع جديد في المؤسسات العمومية الجزائرية ويحتاج إلى دراسات أكثر عمقا وتخصصا ، خاصة في ظل التطورات المتسارعة لمختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة.

قائمة المصادر والمراجع

- 01 حجاب ، محمد منير .(2010). نظريات الاتصال. ط1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع . مصر.
- 02 الضامن ، منذر.(2007). أساسيات البحث العلمي، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان .
- 03 فريجة ، محمد كريم (2012). العلاقات العامة ، البعد الفكري والتطبيقي ، دار العلوم للنشر والتوزيع ، عنابة، الجزائر .
- 04 قاسيمي ، ناصر.(2014). سوسيولوجيا المنظمات : دراسة نظرية وتطبيقية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- 05 شحاتة ، صيام .(2009). النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، دار مصر العربية للنشر والتوزيع ، مصر.
- 06 عودة ، محمود .(بدون سنة).أسس علم الاجتماع، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت .
- 07 شوية ، سيف الإسلام .(2006). سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمائية : اقتراح نموذج للتطوير ، ديوان المطبوعات الجامعية ، قسنطينة ، الجزائر .
- 08 احمد مختار، عمر .(2008). معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر.
- 09 الديلمي ، عبد الرزاق محمد.(2005). العلاقات العامة والعلومة ، ط1 ، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان .
- 10 الديلمي ، عبد الرزاق محمد.(2011). المدخل إلى العلاقات العامة ، ط1 ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان .
- 11 وحيه الشيخ ، سمر عبد الله .(1992). العلوم السلوكية والعلاقات العامة ، دمشق ، سوريا.
- 12 كشك ، محمد بهجت .(1998). العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامع الحديث ، الإسكندرية ، مصر .
- 13 الديلمي ، عبد الرزاق.(2005). العلاقات العامة- رؤية معاصرة ، دائر وائل للنشر والتوزيع ، عمان .
- 14 شدوان ، علي شبيه.(2005). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، ط1 ، دار المعرفة الجامعية ، مصر.
- 15 جميل احمد، خضر.(1998). العلاقات العامة ، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ص ، عمان .
- 16 محمد مصطفى ، احمد .(2003). الخدمة الاجتماعية في العلاقات العامة ، دار المعرفة الجامعية ، مصر.
- 17 احمد جرادات ، عبد الناصر.(2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن .
- 18 ليندال اوريك ، ترجمة:علي حامد، بكر.(1965). عناصر الإدارة ، دار الفكر العربي ، مصر.
- 19 القاموس العربي الشامل ، الأداء.(1997). ط1 ، دار الوائل الجامعية ، بيروت ، لبنان.
- 20 شطا ، حماد محمد .(1982). تطور وظيفة الدولة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- 21 صخري، عمر.(2007). اقتصاد المؤسسات ، ط5 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- 22 عوابدي ، عمار .(2008). القانون الإداري ، ج1، النظام الإداري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
- 23 شنتاوي ، علي خطار .(1990). نظرية المؤسسة العامة وتطبيقاتها في المملكة الأردنية الهاشمية ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن.

- 24 عيشة ، خلدون. (فيفري 2017). الموظف العام وطبيعة رابطة الوظيفة العمومية ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، المجلد 10 ، العدد 01 ، الجزائر.
- 25 د. بن محمد النمر، سعود وآخرون. (2009). الإدارة العامة (الأسس والوظائف والاتجاهات الحديثة) ، مكتبة الشنقري ، عمان ، الأردن.
- 26 بوحوش ، عمار. (2006). نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرين ، دار الغرب الإسلامي ، بيروت ، لبنان.
- 27 السالمي ، علاء عبد الرزاق ، السليطي ، خالد إبراهيم. (2008). الإدارة الإلكترونية ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن .
- 28 نجم عبد ، نجم . (2004). الإدارة الإلكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات ، دار المريخ للنشر ، الرياض ، السعودية.
- 29 محمد الهادي ، محمد. (1995). أساليب توثيق البحوث العلمية، ط1 ، المكتبة الأكاديمية ، الجزائر.
- 30 عنابة ، غازي. (2008). منهجية إعداد البحث العلمي، ط 3 ، دار المناهج للنشر ، عمان.
- 31 قنديلجي ، عامر . (2010). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية ، ط2 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
- 32 حامد ، خالد. (2008). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط1 ، جسور للنشر والتوزيع ، الجزائر .
- 33 تركي ، إبراهيم محمد. (2009). دراسات في مناهج البحث العلمي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، القاهرة ، مصر.
- 34 العمري ، إبراهيم . (1982). الإدارة- دراسة نظرية وتطبيقية ، دار الجامعات المصرية ، الإسكندرية ، مصر.
- 35 إمام ، إبراهيم إمام . (1958). العلاقات العامة والمجتمع ، دار الطباعة الحديثة ، القاهرة ، مصر.
- 36 بن مرسللي ، احمد. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
- 37 بن مرسللي ، احمد. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
- 38 زرواتي ، رشيد. (2012). تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية ، ط4، زعباش للطباعة والنشر، بوزريعة، الجزائر .
- 39 بن مرسللي، احمد. (2007). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 40 عطية، محجوب الفدائي. (1994). طرق البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (منشورات عمر المختار)، دار البيضاء، الجزائر .
- 41 ويليام ريفرز ، تيودور بيتسون ، ترجمة إبراهيم إمام . (1975). وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ، دار المعرفة ، القاهرة ، مصر.

- 42 إمام ، إبراهيم إمام .(1968). العلاقات العامة والمجتمع ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، مصر .
- 43 حسن ، سمير .(1973). العلاقات العامة ، مجلة عالم الصناعة ، العدد 11 ، مصر .
- 44 الدليمي ، عبد الرزاق محمد .(2005). العلاقات العامة والعولمة ، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان .
- 45 الدبس ، محمد .(2011). الاتصال والعلاقات العامة في إدارة المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، إثراء للنشر والتوزيع ، الأردن .
- 46 مرسي عطية، طاهر .(1999). فن وعلم العلاقات العامة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .
- 47 عجوة، علي . فريد كرماني .(2008). إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، علم الكتاب للنشر والتوزيع ، مصر .
- 48 العلاق ، بشير .(2009). العلاقات العامة في الأزمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن .
- 49 حمدي ، رضا هاشم .(2011). إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، ط1، دار الراية للنشر، عمان .
- 50 فلحي ، محمد جاسم .(2006/2005). محاضرة بعنوان : مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام، الجامعة العربية المفتوحة في الدانمارك ، كلية الآداب والتربية ، الدانمارك .
- 51 مرسي عطية، طاهر .(1994). فن وعلم العلاقات العامة ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .
- 52 علي ، حسين .(2000). الدليل العلمي، الإستراتيجيات و الخطط التسويقية،(د،ط)، دار الرضا للنشر، سوريا .
- 53 يوسف ، محمود .(2011). فن العلاقات العامة، مركز جامعة القاهرة،(د.ط)، مصر .
- 54 الطاهات ، زهير ياسين .(2011). سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن .
- 55 الجوهري، محمد .(2000). وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط1 ، مكتبة الرائد، عمان .
- 53 DAVID GURCH AND CHARLE MARCH : PUBLIC RELATION VALUES-DRIVER APPROCH, PERSON EDUCATION, BOS)"TON,USA , 2003 P 65.
- 56 العاني ، مزهر شعبان . جواد ، شوقي ناجي .(2013). الإدارة الالكترونية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن .
- 57 الحسن ، محمد حسين .(2010). الإدارة الالكترونية ، المفاهيم ، الخصائص ، المتطلبات ، ط1 ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن .
- 58 احمد ، محمد سمير .(2008). الإدارة الالكترونية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن .
- 59 السالمي، علاء عبد الرزاق محمد .(2007). الإدارة الالكترونية ، دار وائل للنشر ، عمان،الأردن .
- 60 السالمي، علاء عبد الرزاق محمد .(2005). شبكات الإدارة الالكترونية، ط1 ، دار وائل للنشر ، عمان .
- 61 بوحوش ، عمار .(2004). نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرين ، دار الغرب ، بيروت ، لبنان .
- 62 مختار ، حماد .(2004). تأثير الإدارة الإلكترونية في إدارة المرفق العام وتطبيقاته في الدول العربية ، (جامعة الجزائر :مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم . السياسية والعلاقات الدولية، فرع التنظيم السياسي)
- 63 عشور ، عبد الكريم .(2010). دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، جامعة منتوري ، قسنطينة :مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص الديمقراطية والرشادة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسنطينة ، الجزائر .

- 64 عمار أكرم، محمد جمال. (2009). مدى إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية بوكالة غوث وتشغيل اللاجئين بمكتب غزة الإقليمي ودورها في تحسين أداء العاملين (كلية التجارة) ، غزة، فلسطين.
- 65 العريشي ، محمد بن سعيد. (2008). إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارة العامة للتربية والتعليم بالعاصمة المقدسة، (المملكة العربية السعودية: قسم الإدارة التربوية والتخطيط) ، السعودية.
- 66 بوقلاشي، عماد. (2011). الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الإدارات العمومية- دراسة حالة وزارة العدل، جامعة الجزائر3: مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، تخصص علوم ، التسيير، الجزائر.
- 67 حميدوش علي، براهيم محمد. (ماي 2012). استراتيجية الجزائر الإلكترونية بين الأهداف المسطرة وتحديات الواقع، (مداخلة في الملتقى الدولي حول: متطلبات إرساء الحكومة الإلكترونية في الجزائر- دراسة حالة تجارب بعض الدول : جامعة سعد دحلب، البليدة)، الجزائر.
- 68 جميل أحمد ، الوافي رابع . (2013). ماهية الحكومة الإلكترونية في الجزائر حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية، (مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول متطلبات إرساء الحكومة الإلكترونية في الجزائر :جامعة سعد دحلب، البليدة)، الجزائر.
- 69 بلعربي عبد القادر وآخرون. (2012). تحديات التحول إلى الحكومة الإلكترونية في الجزائر، (مداخلة مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر.
- 70 قادري محمد الطاهر، كاكي عبد الكريم. (2013). الحكومة الإلكترونية في الجزائر الواقع وتحديات المحيط، (مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الأول حول متطلبات إرساء الحكومة الإلكترونية في الجزائر :جامعة سعد دحلب، البليدة)، الجزائر.
- 71 بومايلة ، حفيظة. (2003). علاقة الانترنت كتكنولوجيا حديثة للاتصال والمعلومات بالتنمية في دول العالم الثالث، (جامعة باتنة، مذكرة ماجستير، قسم العلوم السياسية، فرع تنظيمات سياسية وإدارية، 2003) ، الجزائر.
- 72 رضوان ، أحمد فاروق . (2010). دراسات في العلاقات العامة والإعلان، دار العالم العربي ، القاهرة ، مصر.
- 73 عبد الحميد ، محمد . (2007). الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب ، القاهرة .
- 74 مخللاقي ، محمد زياد .النحلاوي ،محمد علاء. (2010). العلاقات العامة الإلكترونية، منشورات كلية التجارة والاقتصاد قسم التسويق . 23:38:02 18 avril 2014 www.tahasoft.com/books/339.docx
- 75 سعادي ، الخنساء . (2006/2005). التسويق الإلكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي ، مذكرة ماجستير، غير منشورة ،جامعة الجزائر.
- 76 سعيد الخياط ، عبد العزيز . (2015). ورقة علمية بعنوان العلاقات العامة الرقمية، الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية ، الرياض ، السعودية.
- 77 محمد بركات ، وجدي. (2013). المعلوماتية والخدمة الاجتماعية ، بحث منشور المجلس الأعلى للجامعات ، القاهرة ، مصر .
- 78 الجوهر، محمد. (2013). المواد الإعلامية التقليدية و الإلكترونية في العلاقات العامة، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات.

79 ديفيد فيليبس، كوجان بيچ .(2013). العلاقات العامة عبر الإنترنت ، ط 1 ، القاهرة ، مصر .
80 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 62، 2004، ص 22.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة حول

العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة أنموذجا

مذكرة مكمّلة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د. صاولي عبد المالك

إعداد الطالب:

بوشاكر محمد

ملاحظة: ضع علامة (×) في الخانة المناسبة.

تأكدوا أن إجاباتكم لن تستعمل إلا لأغراض علمية ونتعهد بسرية المعلومات المقدمة.

نشكركم لحسن تعاونكم

السنة الجامعية: 1441 - 1442 هـ / 2019-2020م

المحور الأول : البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

أقل من 30 سنة من 30 إلى 40 سنة أكثر من 40 سنة

3- المستوى التعليمي:

متوسط ثانوي جامعي

4- الخبرة المهنية:

أقل من 05 سنوات من 06 إلى 15 سنة أكثر من 15 سنة

5- ماهي وظيفتك في الجامعة:

6- ماهي المصلحة التي تنتمي إليها:

7- التخصص: هل تملك تخصص في الوظيفة التي تمارسها؟

نعم لا

المحور الثاني : موقع العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية (الجامعة)

8- هل تتوفر الجامعة على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة؟

نعم لا

في حالة الإجابة ب " لا " ماهي الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في الجامعة؟

.....

9- ماذا تعني لك عموما مصلحة العلاقات العامة؟

* الجهة المكلفة بالأنشطة الاتصالية للجامعة

* الوظيفة الإدارية التي تربط بين إدارات الجامعة والإدارة العليا

* الجهود المخططة والمنظمة لتحقيق التفاهم المتبادل بين الجامعة وجمهورها

أخرى تذكر:

10- فيم تتمثل فعليا وظائف المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في الجامعة؟

* قياس اتجاهات الرأي العام نحو الجامعة

* رسم سياسة الجامعة وتحديد أهدافها

* الاتصال بالمسؤولين في الداخل والاتصال بالمؤسسات والجمهور في الخارج

أخرى تذكر:

12- ماهو موقع المصلحة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة ؟

- * هي تابعة لرئاسة الجامعة مباشرة
- * هي على نفس المستوى مع باقي إدارات الجامعة المركزية
- * هي عبارة عن مصلحة فرعية تابعة لإدارة من إدارات الجامعة المركزية
- * هي تابعة لمصلحة فرعية دون تمييزها بمكانة خاصة بها

المحور الثالث : إتجاه القيادات الإدارية في المؤسسة العمومية الجزائرية

13- هل للمصلحة المكلفة بالعلاقات العامة داخل الجامعة حق المشاركة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة ؟

- نعم
- لا

14- هل تساهم المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة داخل الجامعة في عمليات التخطيط والبحث ؟

- نعم
- لا

إذا كانت الإجابة ب " نعم " فيما تتمثل عمليات التخطيط والبحث في الجامعة ؟

- * شرح سياسة الجامعة وأهدافها وخطة عملها
- * القيام بالأبحاث العلمية الموضوعية لمعرفة رأي الجمهور واتجاهاته نحو سياسة الجامعة

* الاتصال الدائم بين الإدارة المركزية في الجامعة وبين كليتها

* نشر الدراسات ونتائج البحوث العلمية

أخرى تذكر :

15- هل تساهم المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات في الجامعة ؟

- نعم
- لا
- لا ادري

إذا كانت الإجابة ب " نعم " فما هو شكل هذه المساهمة ؟

- * حضور اجتماعات الإدارة العليا للجامعة
- * تقديم اقتراحات وآراء
- * نقل آراء جماهير الجامعة للإدارة العليا
- * تقديم تقارير ودراسات

* أخرى تذكر :

16- ماهي الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في التعريف بسياساتها وانجازاتها لدى جماهيرها ؟

* إصدار المنشورات والكتيبات

* إصدار الملصقات

* القيام بتنظيم المؤتمرات

* القيام بحملات إعلامية

أخرى تذكر :

المحور الثالث : مساهمة الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة في تفعيل أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية الجزائرية

17- ماهي الوسائل التي تعتمد عليها مصلحة العلاقات العامة في الاتصال بالكليات والمعاهد ؟

* المقابلة الشخصية

* الهاتف

* الاتصال الالكتروني (الانترنت)

18- هل تتعاملون في الجامعة مع الإدارة الالكترونية ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم" ما هو الهدف من استخدام الإدارة الالكترونية

* تحسين الخدمة الإدارية

* توفير السرعة والدقة لانبجاز الأعمال

* تقليل استخدام الأوراق

* أخرى تذكر :

19- هل تستخدم التكنولوجيات الحديثة في عملكم ؟

دائما أحيانا أبدا

* إذا كنت تستخدمها فلماذا ؟

* الحصول على المعلومات

* الاتصال بفروع المؤسسة

* التواصل مع الموظفين داخل المؤسسة

* حسن تسيير العمل

* أخرى تذكر :

20- برأيكم هل تساهم الانترنت بشكل إيجابي في عملكم ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم" كيف تساهم الانترنت في عملكم

* ربح الوقت إقتصاد التكاليف تحسين صورة المؤسسة

زيادة التفاعل مع المحيط الداخلي والخارجي

21- برأيكم ماهي العقبات التي تحول دون أداء عملكم عبر التكنولوجيات الحديثة؟

ضعف وتذبذب في تدفق الانترنت

عدم حداثة الوسائل المستخدمة

عدم وفرة الوسائل بالعدد المطلوب

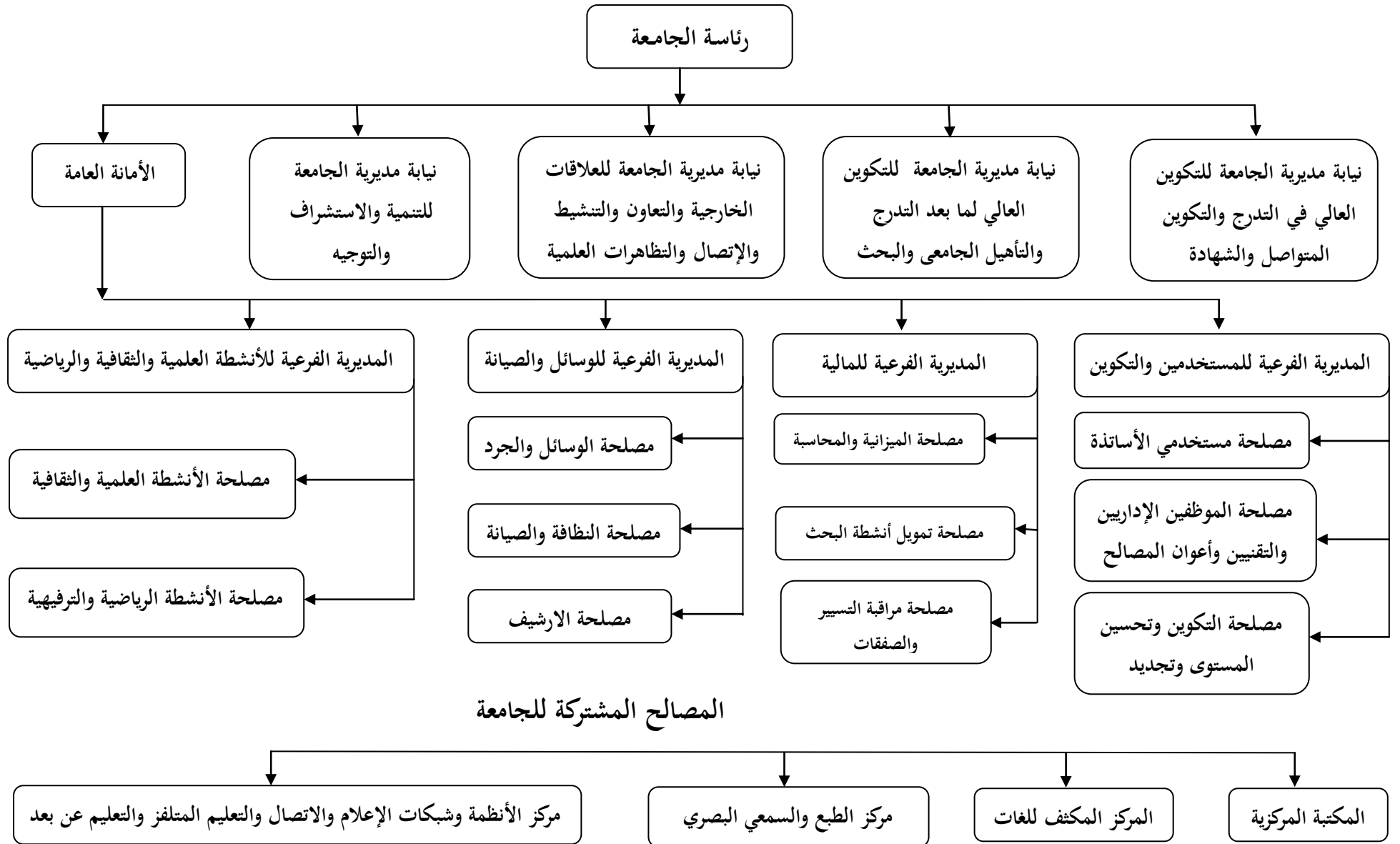
عدم توفر الكفاءات المؤهلة لاستخدام التكنولوجيات الحديثة

22- في رأيكم ماهي الطموحات التي تسعى الجامعة لتحقيقها مستقبلا ؟

.....

محاور المقابلة

- محور حول واقع العلاقات العامة داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، ومدى أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للمؤسسة.
- محور الاهتمام بالأنشطة التي تقوم بها وظيفة العلاقات العامة، لتحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية.
- محور التحول نحو الإدارة الالكترونية ، ومدى مساهمة تكنولوجياات الاتصال الحديثة في تفعيل أنشطة العلاقات العامة.
- محور المشاكل التي تواجهها وظيفة العلاقات العامة داخل الجامعة.



الشكل رقم (24): يبين الهيكل التنظيمي لرئاسة جامعة الموصل

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	- الإهداء
	- شكر وتقدير
	- ملخص الدراسة
	- خطة الدراسة
الإطار المنهجي	
أ ، ب	مقدمة
04	1- الإشكالية
05	2- تساؤلات الدراسة
05	3- أهمية الدراسة
05	4- أهداف الدراسة
05	5- أسباب اختيار الموضوع
06	6- المدخل النظري للدراسة
07	7- تحديد المفاهيم
14	8- منهج الدراسة
15	9- أدوات جمع البيانات
17	10- الدراسات السابقة
الإطار النظري	
22	الفصل الأول: العلاقات العامة في المؤسسة العمومية
23	المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة
23	المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة
24	المطلب الثاني : وظائف العلاقات العامة
27	المطلب الثالث : أهداف العلاقات العامة
29	المبحث الثاني : وظائف العلاقات العامة بالمؤسسة العمومية
29	المطلب الأول : أهمية وفوائد العلاقات العامة بالمؤسسة العمومية
31	المطلب الثاني : مكانة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية

32	المطلب الثالث : دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة العمومية
35	الفصل الثاني : الإدارة الالكترونية والتقنيات الحديثة للعلاقات العامة
36	المبحث الأول : مدخل مفاهيمي للإدارة الالكترونية
36	المطلب الأول : مفهوم ، أهداف وأهمية الإدارة الالكترونية
39	المطلب الثاني : دوافع ومتطلبات التحول نحو الإدارة الالكترونية
42	المطلب الثالث : إستراتيجية الجزائر الالكترونية
46	المبحث الثاني : دور الانترنت والمواقع الالكترونية في أنشطة العلاقات العامة
46	المطلب الأول : الوظائف والخدمات التي تقدمها الانترنت للعلاقات العامة
48	المطلب الثاني : دور المواقع الالكترونية في عمل العلاقات العامة
50	المطلب الثالث : دور التقنيات الحديثة في أنشطة العلاقات العامة
الإطار التطبيقي	
55	الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها
55	1- بطاقة فنية حول جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
55	2- عرض وتحليل نتائج المقابلة
57	3- نتائج الدراسة
57	3-1- عرض وتحليل البيانات
85	3-2- النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة
89	4- النتائج العامة للدراسة
90	التوصيات والاقتراحات
91	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجدول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	56
02	توزيع عينة الدراسة حسب السن	57
03	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	58
04	الاقدمية في العمل لعينة الدراسة	59
05	وظيفة عينة الدراسة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة	60
06	المصلحة التي تنتمي إليها عينة الدراسة	61
07	مدى امتلاك الباحثين على التخصص في الوظيفة الممارسة	62
08	مدى توفر الجامعة على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة	63
09	مدى فهم الباحثين لوظيفة العلاقات العامة	64
10	الوظائف التي تقوم بها مصلحة العلاقات العامة داخل الجامعة	66
11	موقع المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للجامعة	67
12	حق مشاركة مصلحة العلاقات العامة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة	68
13	مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث داخل جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	69
14	فيما تتمثل عمليات التخطيط والبحث في الجامعة.	71
15	مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	72
16	شكل مساهمة المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة في صناعة القرارات في الجامعة	73
17	الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في التعريف بسياساتها وانجازاتها لدى جماهيرها	74
18	نوع الوسائل الاتصالية المعتمدة داخل الجامعة	75
19	تعامل الجامعة مع الإدارة الالكترونية	76
20	الهدف من استخدام الإدارة الالكترونية	77
21	استخدام الباحثين للتكنولوجيات الحديثة في عملهم	78
22	أسباب استخدام التكنولوجيات الحديثة في العمل	79
23	إيجابية الانترنت في العمل من عدمها	80
24	كيفية مساهمة الانترنت في العمل	81
25	العقبات التي تحول دون أداء العمل عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة	82
26	الطموحات التي تسعى الجامعة لتحقيقها مستقبلا	83

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
56	توزيع المبحوثين حسب الجنس	01
57	توزيع العينة حسب السن	02
58	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	03
59	توزيع العينة حسب الخبرة المهنية	04
63	تخصص العينة في الوظيفة الممارسة	05
64	مدى توفر الجامعة على مصلحة خاصة بالعلاقات العامة	06
65	ماذا تعني مصلحة العلاقات العامة بالنسبة لعينة الدراسة	07
66	وظائف العلاقات العامة لدى المبحوثين	08
67	موقع المصلحة المكلفة بالعلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي	09
69	حق مشاركة مصلحة العلاقات العامة في اجتماعات مجلس الإدارة العليا للجامعة	10
70	مساهمة مصلحة العلاقات العامة في عمليات التخطيط والبحث	11
71	فيما تتمثل عمليات التخطيط والبحث في الجامعة	12
72	مساهمة مصلحة العلاقات العامة في صناعة القرار داخل الجامعة	13
73	شكل مساهمة العلاقات العامة في صناعة القرار داخل الجامعة	14
74	الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في التعريف بسياساتها	15
75	الوسائل التي تعتمد عليها مصلحة العلاقات العامة	16
76	تعامل الجامعة مع الإدارة الإلكترونية	17
77	الهدف من استخدام الإدارة الإلكترونية	18
78	استخدام المبحوثين للتكنولوجيات الحديثة	19
79	أسباب استخدام التكنولوجيات الحديثة	20
80	يوضح مدى مساهمة الانترنت في العمل	21
81	كيفية مساهمة الانترنت في العمل	22
82	العقبات التي تحول دون أداء العمل للمبحوثين	23
101	الهيكل التنظيمي لرئاسة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	24

