جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع و الديمغرافية

دور تكنولوجيا وسائل الاتصال في تعزيز العلاقات العامة بالمؤسسات

(دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط – أنموذج)

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر علم الاجتماع تخصص اتصال

من اعداد الطالب

هاجر رويغي

تحت اشراف الاستاذ الدكتور:

امحمد دلاسي

السنة الجامعية : 2019 / 2020

بسم الله الرحمن الرحيم

الموضـــــــــــوع	الصفحة
اهداء تشكرات فهرس المحتويات فهرس الاشكال فهرس الجداول ملخص الدراسة	
الباب النظري : المعالجة النظرية للدراسة	
مقدمة	أ. ب
الفـــصل الاول : مدخـــــــــل عام للدراســـــــــــة	
اولا : الاشكالية	02
ثانيا : فرضيات الدراسة	04
ثالثا : تحديد مفاهيم الدراسة	05
رابعا : اهمية الدراسة و اسباب اختيار الموضوع	11
خامسا : اهداف الدراسة	12
سادسا : الدراسات السابقة	12
سابعا : صعوبات الدراسة	16
ثامنا : المقاربة السوسيولوجية للدراسة	16
الفصل الثاني : مقومات العملية الاتصالية كعملية ادارية	
تمهيد	22
اولا : مفهوم تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة	24

ثانيا : عناصر و اشكال تكنولوجيا الاتصال بالمؤسسات	29
ثالثا : عوامل نجاح العملية الاتصالية	34
رابعا : انواع و نماذج الاتصال	36
1- الاتصالات الرسمية و الاتصالات الغير رسمية	36
2- الاتصالات حسب اتجاهات التدفق	39
3- الاتصال وفق نوع الرسالة الاتصالية في المنظمة	42
خامسا : نظريات الاتصال الاعلامي	44
سادسا : اثار تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة الاقتصادية	47
الفصل الثالث : العلاقات العامة ضرورة تنظيمية و اجتماعية بالمؤسسة	
تمهيد	54
اولا : مفهوم و نشأة العلاقات العامة	55
ثانيا : اسباب الاهتمام بالعلاقات العامة	63
ثالثا : اهداف ووظائف العلاقات العامة	63
رابعا : مبادئ العلاقات العامة	67
خامسا : مجالات العلاقات العامة	69
سادسا : انواع وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة	70
سابعا : النظريات الخاصة بممارسة العلاقات العامة	71
الفصل الرابع : اهمية العملية الاتصالية في العلاقات العامة	
تمهيد	76
اولا : مفهوم الاتصال للعلاقات العامة	77
ثانيا : اسس الاتصال المؤثر في العلاقات العامة بالمنظمة	82

ثالثا : اهداف الاتصال للعلاقات العامة بالمنظمة	84
رابعا : استخدام الانترنيت كوسيلة اتصالية في العلاقات العامة و الاتصال المؤسس	87
خامسا : العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي	89
سادسا : المؤهلات الاتصالية لرجل العلاقات العامة	93
الباب الميداني : الاجراءات الميدانية للدراسة	
الفصل الخامس : الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	
تمهيد	98
اولا : التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط	99
ثانيا الجانب التقني و المنهجي	104
1- المرحلة الاستطلاعية	104
2- المنهج المستخدم في الدراسة	105
3- ادوات جمع البيانات	106
4- المعالجة الاحصائية لبيانات الدراسة	108
ثالثا : مجالات الدراسة	109
رابعا : عينة الدراسة و خصائصها	110
الفصل السادس : عرض و تحليل بيانات الفرضية الجزئية الاولى	115
الفصل السابع : عرض و تحليل بيانات الفرضية الجزئية الثانية	129
الفصل الثامن : عرض و تحليل بيانات الفرضية الجزئية الثالثة	141
- النتائج العامة للدراسة	153
- خاتمة	156
- قائمة المراجع	
- الملاحق	

رقم الشكل	قائمة الاشكال	الصفحة
01	يوضح عناصر العملية الاتصالية	26
02	يوضح وسائل الاتصال الرسمية و الغير رسمية في المؤسسات	32
03	يوضح التصور العام للعلاقات العامة	48
04	يوضح دور وسائل الاعلام و الاتصال في تعزيز العلاقات العامة	67

رقم الجدول	قائمة الجداول	الصفحة
01	يوضح خصائص عينة الدراسة حسب متغير الجنس	98
02	يوضح خصائص عينة الدراسة حسب متغير السن	99
03	يوضح خصائص عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	99
04	يوضح خصائص عينة الدراسة طبيعة المنصب المشغول	100
05	يوضح مدى استخدام موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط لوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس	102
06	يوضح نسبة مقروئية المجلات و الدوريات التي تصدر عن مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من طرف عمالها و موظفيها	103

07	يوضح راي موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط حول ما اذا كانت مؤسستهم تحتوي على خلية اعلام و اتصال لتثمين العلاقات العامة داخل و خارج المؤسسة	104
08	يوضح اهم الطرق الاتصالية التي تستخدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط للاتصال بموظفيها	105
09	: يوضح راي موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر حول الطرق والاجراءات التي تستعملها المؤسسة من اجل تعزيز العلاقات العامة الداخلية بالمؤسسة حسب طبيعة المنصب المشغول	106
10	: يوضح مدى تركيز مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط على الاتصال بمعظم الاطراف الخارجية كالموردين و المستهلكين حسب الخبرة المهنية	108
11	يوضح الاساليب الترويجية التي تستخدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تثمين صورتها الخدماتية في نظر عملائها الخارجيين	110
12	يوضح مدى سعي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط للاتصال بينها و بين المؤسسات الاخرى من اجل التعاون الاداري و الاقتصادي حسب الخبرة المهنية	111
13	يوضح مدى اتباع مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط لإجراءات معينة بغية بغية ممارسة البحث العلمي خاصة في مجال تطوير العلاقات العامة حسب طبيعة المنصب المشغول	116
14	يوضح اهم الاجراءات البحث العلمي التي تتبعها	118

	مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط حسب طبيعة المنصب المشغول	
15	يوضح نوعية الاتصالات التي تمارسها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بكثرة	119
16	يوضح هدف الموظف من استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة داخل عمله	121
17	يوضح راي موظفي اتصالات الجزائر بالأغواط حول ما اذا كانت الوسائل الاتصالية المستخدمة بالمؤسسة كفيلة لإنجاح العملية الادارية و تثمين العلاقات العامة لتحقيق اهداف المؤسسة	122
18	يوضح كيفية قيام مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بتقييم و قياس اداء و فعالية نشاطاتها خاصة في مجال العلاقات العامة	124
19	يوضح مدى اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بظروف و اهتمامات الموظف داخل المؤسسة قبل اهتماماها بالظروف الخارجية حسب طبيعة المنصب المشغول	128
20	: يوضح كيفية تعامل مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تعزيز علاقتها مع المؤسسات الاخرى	129
21	: يوضح مدى اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بتفعيل المناسبات العامة داخل و خارج المؤسسة كتنظيم الحفلات و تقديم الاكراميات	131
22	يوضح ما اذا كانت مؤسسة اتصالات الجزائر	132

	بـالأغواط تحـاول اتبـاع اجـراءات معينـة مـن اجـل تعزيز الثقة بينها وبين موظفيها	
23	يوضـح اهـم الاسـاليب التـي تحـاول مؤسسـة اتصـالات الجزائـر بـالأغواط اتباعهـا مـن اجـل المحافظـة علـى الثقة بينها و بين موظفيها	133
24	يوضح الاسلوب المهني الذي تتبعه مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط اكثر مع موظفيها	135

ملخص الدراسة :

ان مضمون هذه الدراسة يتمحور حول الاهمية الوظيفية و الاتصالية لمختلف الوسائل الاتصالية في تمكين العملية الادارية و تعزيز مفهوم العلاقات العامة من خلال تعزيز وظائفها و تثبيت مبادئها بالمنظمة بشكل عام ، و بمؤسسة اتصالات الجزائر على وجه التحديد ، حيث ان هذه الاخيرة و نظرا لطبيعة نشاطها (الاقتصادي ، الخدماتي ، التجاري) فإنها مؤسسة يستوجب فيها الاهتمام بجانب العلاقات العامة و تسليط الضوء على الاهمية العلمية و العملية لهذه الاخيرة في تحديد مدى نجاعة و فعالية العملية و المنظومة الادارية ككل ، هذا من جهة ، ومن جهة اخرى كون المؤسسة المدروسة مؤسسة ذات طابع اتصالي بالدرجة الاولى ، فان العملية الاتصالية في حد ذاتها كانت جوهر كل الوظائف و المبادئ و التفاعلات داخل و خارج هذا المجال التنظيمي ، و بالتالي فان العملية الاتصالية بوسائلها المختلفة تراهن و بقوة على تحديد مستويات ووظائف و مبادئ العلاقات العامة بهذه المؤسسة على وجد التحديد خصوصا في ظل التطورات التكنولوجية و الاتصالية و المنافسة الشرسة بين الشركات العالمية للاتصالات .

Study summary:

The content of this study revolves around the functional and communication importance of various communication means in enabling the administrative process Promoting the concept of public relations by enhancing its functions and fixing its principles in the organization in general And, in particular, the Algerian Telecom Corporation, as the latter is due to the nature of its activity (economic, services, commercial). It is an institution in which attention needs to be paid to the public relations side and highlight the scientific and practical importance of the latter in determining the efficiency and effectiveness of the process and the administrative system as a whole, this is on the one hand, On the other hand, the considered institution is primarily a communication organization, The communication process in itself was the core of all functions, principles, and interactions inside and outside this organizational field, And, accordingly, the communication process by its various means is betting and strongly determining the levels, functions and principles of public relations in this institution on the basis of specificity, especially in light of technological and communication developments and fierce competition between global companies for communications.

مقدمة

مقدمـــــــة :

ان التطـورات اللامتناهيـة لتكنولوجيـا الاعـلام و الاتصـال و التـي قـد اجتاحـت معظـم المجـالات الحياتيـة ، حتمـت علـى المؤسسـات و التنظيمـات بمختلـف انواعهـا و اشـكالها التكيـف و التـأقلم علـى مـا راهنـت عليـه هـذه الاخيـرة بتبنـي مسـتويات اكثـر احترافيـة مـن هـذه التكنولوجيـا ، حيـث ان ادراج وسـائل الاعـلام و الاتصـال فـي المجـال التنظيمـي لـيس بالضـرورة ان تكـون تلـك الوسـائل الحديثـة ، فالاتصـال التنظيمـي يعتمـد علـى الاتصـالات الحديثـة و التقليديـة علـى حـد السـواء خصوصـا اذا مـا تعلـق الكـلام عـن امكانيـات تطـوير و تعزيـز العلاقـات العامـة و مـدى اجتيـاح هـذه الاخيـرة لمختلـف المسـتويات التنظيميـة ، خصوصـا اذا مـا تعلـق الامـر عـن امكانيـة تعزيـز و تثمـين العلاقـات العامـة ، مـن اجـل التعريـف بنشـاطات و الخـدمات التـي قـد تقـدمها هـذه المؤسسـة ، حيـث ان دراسـتنا الميدانيـة بمؤسسـة اتصـالات الجزائـر و كغيرهـا مـن المؤسسـات الخدماتيـة التجاريـة و الاقتصـادية بالدرجـة الاولـى واجـب عليهـا الاهتمـام بهـذا الجانـب ، حيـث اننـا ومـن خـلال هـذه الدراسـة الموسـومة ب دور وسـائل الاتصـال فـي تعزيـز العلاقـات العامـة بالمؤسسـات قسـمنا هـذه الدراسـة الـى بابين الاول نظري و الثاني ميداني .

حيث احتوى الباب النظري على اربعة فصول مرتبة كالتالي :

الفصـل الاول : حيـث تطرقنـا فيـه الـى اشـكالية الدراسـة و فرضـياتها و حـددنا هـم المفـاهيم المتعلقـة بالموضـوع ، ثـم الـى اهميـة اختيـار الموضـوع و اهدافـه ، و مجموعـة مـن الدراسـات السـابقة المشـابهة لهـذا الموضـوع و صـعوبات الدراسـة و اخيـرا اهـم المقاربـات السوسـيولوجية التـي تبنيناهـا لتحليـل و تفسـير ظـاهرة الاتصـال التنظيمـي و علاقته بتعزيز العلاقات العامة بالمؤسسات

الفصل الثاني : و فيه تكلمنا عن مفهوم العملية الاتصالية و اهم عناصرها و اهم العوامل التي تؤدي الى نجاح هه الاخيرة كعملية ادارية ، اضافة الى انواع و نماذج العملية الاتصالية و اخيرا الى اهم نظريات الاتصال الاعلامي

اما الفصل الثالث : فقد تكلمنا فيه عن مفهوم و نشأة العلاقات العامة و اسباب الاهتمام بها و اهم اهدافها ووظائف العلاقات العامة ، ثم الى مبادئها و مجالاتها و الى اهم الوسائل الاتصالية المستخدمة في العلاقات العامة و اخيرا الى اهم النظريات الخاصة بممارسة العلاقات العامة

اما الفصل الرابع : فقد خصصناه الة مفهوم الاتصال للعلاقات العامة و اسس الاتصال المؤثر في العلاقات العامة بالمنظمة و اهداف الاتصال للعلاقات العامة ، و استخدام الانترنيت كوسيلة اتصال في العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي ، و بعدها الى العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي و المؤهلات الاتصالية لرجل العلاقات العامة

اما الباب الميداني فقد انقسم هو الاخر الى اربعة فصول مقسمة كالتالي :

الفصل الخامس : و فيه قمنا بتعريف مؤسسة اتصالات الجزائر ، ثم تطرقنا الى الجانب التقني و المنهجي ، و فيه عرضنا المنهج المستخدم في الدراسة و اهم التقنيات المستخدمة لجمع البيانات و الى مجالات الدراسة و الة عينة الدراسة و خصائصها

اما الفصل السادس : فقد كان عبارة عن عرض و تحليل و تفسير بينات الفرضية الجزئية الاولى للدراسة

و الفصل السابع : كان عبارة عن عرض و تحليل و تفسير بينات الفرضية الجزئية الثانية للدراسة

الفصل الثامن : كان عبارة عن عرض و تحليل و تفسير بينات الفرضية الجزئية الثالثة للدراسة

و اخيرا تطرقنا الى النتائج العامة للدراسة كحوصلة لما قد توصلنا اليه و خاتمة و قائمة المراجع و الملاحق كآخر نقطة في هذه الرسالة

الباب النظري

الفصل الاول

الفصل الاول

مدخل عام للدراسة

اولا : الاشكالية

ثانيا : فرضيات الدراسة

ثالثا : تحديد مفاهيم الدراسة

رابعا : اهمية الدراسة

خامسا :اهداف الدراسة

سادسا : الدراسات السابقة

سابعا : صعوبات الدراسة

ثامنا : المقاربة السوسيولوجية

اولا : الاشكالية :

تعتبر عملية الاتصال بين البشر عملية اساسية نحس بها و نفهم من خلالها بيئتنا بما فيها من اناس و تضفي علينا و عليهم معان معينة ، اي تؤثر فيهم او تتأثر بهم ، و ليس ثمة سبيل الى هذا التأثير او ذلك التأثير سوى عن طريق هذه العملية الاساسية و هي الاتصال [1]، بكل انواعه و مستوياته و اشكاله ، خاصة ذلك الاتصال الذي يعنى بالتنظيمات الرسمية و العلاقات العامة و ما لهذه الاخيرة من اهمية في تنوير و تطوير الاقتصاد و التكنولوجيا و التنمية بشكل عام ، حيث عززت تكنولوجيا الاتصال من القيمة التنافسية للمنظمات بتطبيقاتها المختلفة ، فقد ادت الى تغيير الوظائف و علاقات العمل داخل المنظمة و خارجها ، و اسهمت في زيادة عملية الابتكار و الابداع ورفع الاداء و كذلك في تدعيم العلاقة بين المنظمة و العاملين فيها و زيادة ولائهم و انتمائهم لها من خلال ما توفره من فرص للاطلاع على المعلومات بشكل يسهم في تعزيز مشاركتهم في صنع القرار و زيادة قدتهم على مواكبة التطورات و التغيرات المتلاحقة في البيئة الخارجية و احداث التغيير المنشود [2]

حيث يعتبر الاتصال الفعال في مجال العلاقات العامة هو الاتصال الذي يؤدي الى خلق نوع من الاستجابة تجاه اهداف المنشاة حتى تحقق هذه الاهداف بأحسن الوسائل و اقل التكاليف ، و هو بالنسبة لأعضاء المنشاة يعد السبيل الوحيد لديناميكية الجماعة و للتغلب على النزاع الذي ينشا بين افراد التنظيم على كل المستويات ، فبدون الاتصال الدائم نفتقد التفاعل اللازم لسير العمل ، و لذلك يعد

---

[1] سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، المكتب الجامعي الحديث ، الازاريطة ، 1999 ، ص: 09

[2] خيرت عياد ، احمد فاروق ، العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، 2015 ، ص: 31

الاتصال اهم العمليات الادارية [1]، و بالتالي فان الجانب المهم من العلاقات العامة متمثل في فن الاتصال بالجمهور و التعامل معه لكسب ثقته و معرفة ميوله و محاولة العمل على تحقيقها لإيجاد نوع من التفاعل و التفاهم بين المؤسسة و الجمهور ، باعتبار ان العلاقات العامة تختلف في مفاهيمها و تطبيقاتها تبعا للشخص الموجود على قمة الهرم الوظيفي ، و هي بذلك تتشكل حسب المفاهيم الخاصة و الشخصية لذلك المسؤول [2]، حيث ان العلاقات العامة هي الجهاز الذي يربط المؤسسة بجمهورها الداخلي و الخارجي ، و للتقدم التقني في وسائل الاعلام المختلفة لا سيما فيما يتعلق بالاتصال دور في زيادة فاعلية هذا الجهاز ، و بحسب تعريف قاموس اكسفورد تعتبر العلاقات العامة هي ذلك الفن القائم على اسس علمية لبحث انسب و طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة و جمهورها الداخلي و الخارجي لتحقيق اهدافها مع مراعاة القيم و المعايير الاجتماعية و القوانين و الاخلاق العامة بالمجتمع [3]

و عليه حاولنا معالجة هذا الموضوع البالغ الاهمية بأحد المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي من اجل معرفة مدى تأثير و اهمية و الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال بصفة عامة في تعزيز مستوى و مفهوم العلاقات العامة بالتنظيم ، فاتخذنا مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط كنموذج للدراسة ، و عليه فقد تم صياغة الاشكال التالي :

---

[1] محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 200 ، ص: 13

[2] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2011 ، ص: 34

[3] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 56

هـل يمكـن اعتبـار ان نجـاح العلاقـات العامــة مرهـون بمـدى نجـاح العمليـة الاتصــالية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ؟

التساؤلات الفرعية :

1- و هـل تعتبـر نوعيـة الوسـيلة الاتصـالية بالمؤسسـة المدروسـة معيـارا او محـددا لقيـاس فعالية العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ؟

2- و هـل تعتبـر وسـائل الاتصـال المفعّلـة بمؤسسـة اتصـالات الجزائـر بـالأغواط مؤشـرا لتحديد ووظائف العلاقات العامة ؟

3- و هـل يمكـن القـول بـان جـودة الوسـيلة فـي العمليـة الاتصـالية تعمـل علـى تعزيـز مبـادئ العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ؟

- **ثانيا : فرضيات الدراسة :**
- **1- الفرضية العامة للدراسة :**
- تلعـب وسـائل العمليـة الاتصـالية الـدور الفاعـل فـي مـدى نجـاح او فشـل العلاقـات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط
- 2- **الفرضيات الجزئية :**

- يتحـدد مسـتوى العلاقـات العامـة و فعاليتهـا بنوعيـة الوسـيلة الاتصـالية المسـتخدمة فـي بناء العلاقات الداخلية و الخارجية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط
- تلعـب وسـائل الاتصـال المسـتخدمة الـدور الفاعـل فـي تحديـد الوظـائف الفاعلـة للعلاقات العامة بالمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط
- تتحـدد مبـادئ العلاقـات العامـة بتحديـد نوعيـة الوسـيلة الاتصـالية المسـتخدمة بمؤسسـة اتصالات الجزائر بالأغواط

- **ثالثا : تحديد مفاهيم الدراسة :**

ان تحديد مصطلحات الدراسة له اهمية كبيرة في اعداد البحث ، و ذلك لأنها تساعد الباحث في التعرف على المفاهيم الاساسية المرتبطة بموضوع الدراسة وفقا للمجال الذي تركز عليه ، ومن الضروري ان يذكر الباحث اية مصطلحات واردة في عنوان الدراسة او في التساؤلات ، او مصطلح مهم في الدراسة تساعد الباحثين في فهم طبيعة الموضوع و ادراك العلاقة بين متغيرات الدراسة [1] ، حيث تعتبر المفاهيم اللبنات التي تتكون منها النظرية ، و علم الاجتماع في هذا الجانب يهتم بدراسة الافكار و المفاهيم لأنها تشكل جوهر الزاوية في بناء فروضه و نظرياته الاجتماعية [2]، و ليس المفهوم عونا من اجل الفهم فحسب ، بل هو طريقة للتصور ، انه ينظم الواقع متحفظا بصفات الظواهر المتميزة ، الدالة ، و يقوم بأول تصنف وسط سبل الانطباعات التي تنهال على الباحث ، و بعد ذلك ينبغي ان يوجه المفهوم البحث موفرا له منذ البداية وجهة نظر [3] ،

1- مفهوم الاتصال :

- الاتصال لغويا : تعني التعبير و التفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين ، و تنطوي على عنصر القصد و التدبير ، و هذه الكلمة مشتقة من الاصل اللاتيني communs بمعنى المشاركة و تكوين العلاقة او بمعنى شائع او مألوف كما ارجع البعض هذه الكلمة الى المعنى او المشترك او العام ، و بالتالي فان

---

[1] حافظ فرج احمد ، مهارات البحث العلمي في الدراسات التربوية و الاجتماعية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2009 ، ص : 37

[2] طاهر حسو الزيباري ، اساليب البحث العلمي في علم الاجتماع ، المؤسسة الجامعية للدراسة و النشر و التوزيع ، ط 1 ، 2011 ، ص : 102

[3] مادلين غراويتز ، مناهج العلوم الاجتماعية (منطق البحث في العلوم الاجتماعية) ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم ، المركز العربي للتعريب و الترجمة و التأليف و النشر ، دمشق ، 1993 ، ص: 53

هذه الكلمة توضح لنا ان الاتصال يتكون من (المشاركة – التفاهم) حول موضوع او فكرة لتحقيق هدف او برنامج ما [1]

و عرف **مايكل ويسترون** الاتصال بانه نقل المعاني و تبادلها باي اسلوب يفهمه اطراف الاتصال و يتصرفون وفقه بشكل سليم ، كما عرفه **وينجل باكنسون** بانه عملية منظمة و نظميّة ، و عفوية ايضا تنطوي على ارسال و تحويل معلومات و بيانات من جهة الى جهة اخرى ، شريطة ان تكون البيانات و المعلومات المحولة مفهومة و مستساغة من قبل المستهدفين بها [2].

- **التعريف الاجرائي للاتصال :**

و هو عملية تبادل الافكار بين شخصين او اكثر او طريفين او اكثر بغية تبادل المعلومات و المعاني و المفاهيم من اجل تحقيق اهداف معينة سواء اكانت هذه الاطراف افراد او جماعات او مؤسسات او غير بك ،و الاتصال يتكون من عناصر معينة و هي (مرسل و مستقبل و رسالة ووسيلة ورجع الصدى

2-مفهوم وسائل الاتصال

هي عبارة عن وسائل و اساليب تعمل على نقل الاشارات و المعلومات بين الناس و تتمثل في التبادلات الفكرية و الوجدانية بينهم ، و تتم من خلال نقل مجموعة من الرسائل منم شخص مرسل الشخص مستقبل ، اما عن عملية نفسها فهي عبارة عن النمط الذي يتم بين شخصين او اكثر من اجل الوصول الى اهداف معينة مفادها ايصال رسائل واضحة لجميع الاطراف [3]

---

[1] سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، مرجع سابق ، ص: 10

[2] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2010 ، ص: 64

[3] تعريف وسائل الاتصال ، على الموقع الالكتروني التالي : https://mawdoo3.com/

3-مفهوم تكنولوجيا وسائل الاتصال :

يُشير مصطلح تكنولوجيا الاتصال والمعروف أيضًا بتكنولوجيا المعلومات إلى المعدّات والبرامج التي تُستخدم لمعالجة المعلومات وإيصالها، والمتخصصون في مجال تكنولوجيا المعلومات، مختصون في تطوير وتركيب، وخدمة الأجهزة وأنظمة البرامج، ويُطوّر هؤلاء الأفراد شرحًا لمفاهيم، وإنتاج، وتقييم أجهزة تكنولوجيا الاتصالات ، وتختص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يرمز لها بـ ICT بجميع التقنيات المستخدمة للتعامل مع الاتصالات، ووسائط البث الإذاعي، وأنظمة إدارة المباني الذكية، وأنظمة المعالجة، والتسجيل السمعي البصري، ووظائف التحكم، والمراقبة القائمة على شبكة الانترنت[1]

4-مفهوم وسائل الاعلام :

و هي كلمة تعني المجموعات او الوسائل التي تقوم بتوصيل المعلومات و الاخبار الى الناس ، فمعظم الناس يحصلون على معلوماتهم عن طريق الحكومة من وسائل الاعلام لأنه سيكون من المستحيل ان يقوموا بجمع كل الاخبار بأنفسهم ، و قد استجابت وسائل الاعلام الى الاعتماد المتزايد من الناس على شاشات التلفزيون و الانترنيت بجعل الاخبار متاحة بشكل اكبر و اكثر سهولة للناس [2]

- **التعريف الاجرائي لوسائل الاعلام و الاتصال :**

و هي تلك العملية و الادوات التي تستعمل من اجل ايصال الافكار و المعلومات عبر وسائل معينة

---

[1] مفهوم تكنولوجيا الاتصال على الموقع الالكتروني التالي : https://hyatok.com/

[2] ما هي وسائل الاعلام (تعريف – انواع – دور – انتقادات) ، على الموقع الالكتروني التالي : https://www.lazemtefham.com/

5- مفهوم الاتصال التنظيمي :

و هو ذلك الاتصال الذي يتم في المنظمات بين بعضها البعض ، و بحسب تصورات كل من **ريدينغ و سانبورن** ، يعد الاتصال التنظيمي بمثابة ترحيل و استقبال المعلومات ضمن تنظيم معقد ، اما **كاتز و كاهن** ، فهما يعتبران ان الاتصال التنظيمي لا يتجاوز تدفق المعلومات و تبادلها و ترحيلا للمعنى ضمن نطاق التنظيم ، اي انه يمكنن القول بانه :

- الاتصال التنظيمي يحدث في نطاق مفتوح يؤثر و يتأثر بالبيئة المحيطة به
- الاتصال التنظيمي يتعلق بالوسائل و تدفقها و اهدافها و اتجاهاتها و مشاعر الافراد و علاقاتهم داخل التنظيم [1]
- **التعريف الاجرائي للاتصال التنظيمي :**

هو عملية تناقل الافكار و المعلومات بين الافراد و الهيئات الادارية فيما بينها من اجل مساعدة المنظمة لبلوغ اهدافها و مساعدة الافراد العاملين بها لتحقيق مصالحهم و إشاعاتهم الخاصة ، و يعتبر الاتصال التنظيمي وسيلة هامة لتحقيق التغيير للمؤسسة

5-مفهوم المؤسسة او (المنظمة) :

و هي هيئة رسمية تم تأسيسها من اجل تحقيق نوع ما من الاعمال ، مثل تقديم الخدمات وفقا لمعايير تنظيمية خاصة في مجال عملها ، و تعرف المؤسسة ايضا بانها تسعى الى تحقيق هدف ما ، سواء اكان تعليميا او وظيفيا او اجتماعيا ، و كذلك هي انشاء و تأسيس مكان خاص او عام من اجل تطبيق برنامج معين او فكرة ما ، ومن الامثلة على ذلك مؤسسات رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة مثلا [2]

---

[1] محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع ، الاسكندرية ، 2008 ، ص: 207

[2] تعريف المؤسسة ، على الموقع الالكتروني التالي : https://mawdoo3.com

- **التعريف الاجرائي للمؤسسة :**

و هي مجموعة من الاشخاص و الهياكل وضعوا بطريقة مرتبة و هادفة و مقصودة ووفق الاختصاصات المطلوبة من اجل تسيير شؤون هذه الهيئة مهما كانت طبيعة نشاطها ، من اجل تحقيق مصالح و اهداف عامة و خاصة

6-مفهوم الاتصال الاداري للعلاقات العامة :

الاتصال للعلاقات العامة احد فروع الاتصال الاداري ، و لذلك ينبغي الوقوف على عملية الاتصال الاداري قبل التعرف على الاتصال للعلاقات العامة ، فبالنسبة للاتصال الاداري فيعرفه علماء الادارة بانه العملية التي تهدف الى تدفق البيانات و المعلومات في صورة حقائق بين وحدات المشروع المختلفة في مختلف الاتجاهات هابطة و صاعدة و افقية عبر مراكز العمل المتعددة داخل الهيكل التنظيمي للمشروع ، و كذا بينه و بين الجمهور الخارجي و الداخلي و ذلك من اجل تنسيق الجهود و تحقيق الترابط و التعاون و تبادل الآراء ووجهات النظر الخاصة بالعمل و مشاكله بما يحققه الفهم و التجاوب المطلوب بين العاملين

التعريف الاجرائي للاتصال الاداري :

و هو مجموعة من العمليات التواصلية تتم في اطار رسمي من اجل تحقيق اهداف معينة و بغية التواصل و تبادل المعلومات ووجهات النظر بين الاطراف الادارية ، و يطمح هذا الاخير الى تحقيق التوازن او التغيير الايجابي لهذا الهيكل التنظيمي

7-مفهوم العلاقات العامة :

لقد **عرف جليز** ويلد العلاقات العامة بانها : (الوظيفة التي تقوم بها الادارة لتقويم الاتجاهات و تحديد سياسات الفرد او المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور و تنفيذ برنامج يهدف الى كسب رضا الجمهور و تفاهمه) .

اما الجمعية الدولية للعلاقات العامة فقد عرفتها على انها : (وظيفة ادارية ذات طابع مخطط و مستمر تهدف من خلالها المنظمات و الهيئات العامة و الخاصة

الى كسب تعاطف و تأييد اولئك الذين تهتم بهم و الحفاظ على ثقتهم عن طريق تقييم الراي العام المتعنت بها من اجل ربط سياستها و اجراءاتها قدر الامكان ، و من اجل تحقيق تعاون مستمر و مقابلة المصالح العامة بدرجة اكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات و نشرها [1]

و هي وظيفة ذات صبغة انسانية تقوم بها الادارة لتعديل الاتجاهات و تحديد خطط و سياسات المؤسسة و تنفيذ البرامج الهادفة الى :

1- تحقيق رضا الجمهور الداخلي و الخارجي

2- تكريس ولاء الجمهور الداخلي و الجمهور الخارجي للمنظمة

و هي ايضا كافة الجهود الادارية المخططة و المستمرة لبناء و ادامة و تدعيم التفاهم المتبادل بين المنظمة و جمهورها

و هي ايضا جهد مخطط للتأثير بشكل ايجابي في الراي العام من خلال الاداء الناضج و السمعة الطيبة و الاتصالات التفاعلية ذات الاتجاهين [2]

و بالتالي يمكن القول بان العلاقات العمة تهتم بدراسة سلوك الافراد و الجماعات و تتعرف على الرغبات و المؤثرات ، و العوامل المحركة لهذا السلوك ، و تعتمد على الاتصال الهادف السليم ذي الاتجاهين بهدف تنظيم العلاقات بين الطرفين على اسس الثقة و التفاهم المتبادل لخلق الانسجام بين افراد المجتمع [3]

التعريف الاجرائي للعلاقات العامة :

---

[1] خزيم سالم خالدي ، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة ، منظور حديث ، مرجع سابق ، ص :

[2] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 170

[3] حسين محمود هتيمي ، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، نبلاء ناشرون و موزعون ، الاردن ، عمان ، ط 1 ، 2015 ، ص : 11

تعتبر العلاقات العامة جهاز اداري يربط المنشاة او المنظمة بجمهورها الداخلي و الخارجي بغية التعريف بجهود و نشاطات و خدمات هذه المنشاة ، ومن اجل قياس الاتجاهات و الراي العام ، و تستخدم كثيرا في المنظمات ذات النشاط التجاري التسويقي و الخدماتي و الاقتصادي بشكل عام و تظهر خاصة في الحملات الاعلانية و التسويقية.

رابعا : اهمية الدراسة :

1- محاولة التعرف على الواقع الاتصالي بمؤسسة اتصالات الجزائر ، باعتبار ان العملية الاتصالية من اهم مقومات المنظومة الادارية من جهة ، و من جهة اخرى ابراز مدى مساهمة هذه الاخيرة في تثمين و تعزيز العلاقات العامة في هذا القطاع

2- محاولة الوصول الى نتائج تمكننا من ابراز اهمية و نوعية الوسيلة الاتصالية في المجال الاداري ، اضافة الى امكانية الاستفادة من هذه الدراسة كدراسة سابقة في البحوث القادمة في هذا المجال لما تحاول التنبيه له و هو الاهتمام بمجال العلاقات العامة في المؤسسات بصفة عامة ، و المؤسسات الخدماتية و التجارية على وجه التحديد نظرا للحيز الواسع الذي تحتله في سياسة هذا النوع من المؤسسات

3- الاهمية العلمية و العملية لما تضيفه هذه الدراسة في مجال تنوير و تطوير و تعزيز قطاع العلاقات الاتصالية بالمؤسسة لخدمة العلاقات العامة

خامسا : اهداف الدراسة :

1- التعرف على واقع العملية الاتصالية في المؤسسات الجزائرية ومدى قدرتها و استيعابها لمتطلبات العملاء الداخليين و الخارجيين من خلال مستوى اهتمامها و تفعليها لخدمات العلاقات العامة بالمؤسسات

2- الوقوف على الدور الكبير الذي تلعبه العلاقات العامة باي مؤسسة خصوصا اذا اعتمدت هذه الاخيرة نظام اتصالي فعال جديد و فعال من اجل التشهير بخدماتها و منتوجاتها و كسب العملاء الداخليين و الخارجيين

3- محاولة معرفة اهم طرق و اتجاهات الاتصال التي تعتمدها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط و مدى نجاعة هذه الاخيرة في تمكين و تفعيل العلاقات الهامة بهذه المؤسسة

سادسا: الدراسات السابقة :

الدراسة الاولى :

و هي دراسة بعنوان تكنولوجيا الاتصال الحديثة و اثرها على الاداء المهني للموظفين الجزائريين (الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ام بواقي انموذجا 2012) شهادة ماجستير للطالب **محمد علاوة** ، و هي دراسة وصفية تحليلية ، تتمحور اشكاليتها حول متغيرين ، احدهما مستقل و المتمثل في العلاقة التي تربط بين الموظفين في المؤسسة محل الدراسة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، و انعكاساتها على الاداء المهني كمتغير تابع و ذلك من اجل ضمان تحقيق الاداء المهني و اقناع الجمهور بالخدمة ، و قد تم طرح التساؤل الرئيسي التالي : كيف اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة لمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي على اداء الموظفين العاملين بها :

و قد هدفت هذه الدراسة الى الوقوف على اهم الجوانب التي اثرت فيها تكنولوجيا الاتصال الحديثة و دورها في تحسين الاداء المهني بالمؤسسة الخدماتية ، مع تحديد المعوقات التي تواجهها و اقتراح بعض الحلول للاستفادة من التقنيات ، فكانت النتيجة الرئيسية ان اغلب موظفي مؤسسة الصندوق الوطني للضمان

الاجتماعي (ام البواقي) يرون ان لتكنولوجيا الاتصال الحديثة الفضل في خلق ارتياح الاداء المهني ، و انها اثرت على مستوى ادائهم المهني ايجابيا و سهلت لهم الاداء[1]

الدراسة الثانية :

و هي دراسة للدكتور **صالح موسى على موسى** ، بعنوان منظومة العلاقات العامة في الاتصال المعلوماتي (دراسة حالة على برامج الحكومة الالكترونية في السودان) ، حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على منظومة العلاقات العامة في الاتصال المعلوماتي في الفترة ما بين 2001 / 2009 ، و اجريت هذه الدراسة في ولاية الخرطوم السودانية ، و تم اختيار المبحوثين من العاملين بالمركز القومي للمعلومات ، حيث استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية للدارسة بجانب المقابلات و الملاحظة العلمية و الاطلاع الرسمي واقع المستندات) ، اما بالنسبة لمنهج البحث فقد كان دراسة حالة ، و انطلق من التساؤلات التالية :

- ما هي العوامل المؤثرة في وظيفة العلاقات العامة بالمركز القومي للمعلومات من حيث السياسات و الموارد المادية والبشرية ؟
- كيف تمارس العلاقات العامة وظيفتها من حيث الاتصال و التنسيق و التخطيط بهدف تسويق فكرة الحكومة الالكترونية ؟
- ما مدى ادراك العاملين بالمركز القومي للمعلومات (كجمهور داخلي) للعلاقات العامة بالمركز لأهمية ادارة العلاقات العامة في تحقيق اهداف المركز و استراتيجياته في تحقيق مشروع الحكومة الالكترونية ؟

---

[1] امنية عيادي ، فاطمة كاتب ، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل اداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية (المديرية الولائية للأمن بأم البواقي – انموذجا –) ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال و العلاقات العامة ، 2015 /201 ، ص: 09

و توصل الى النتائج التالية :

- من خلال الدراسة تأكد ان المركز قد عكس صورة ايجابية لبرامج الحكومة الالكترونية في السودان بنسبة 59.6% منت جملة المبحوثين
- اتضح من خلال الدراسة ان دور ادارة العلاقات العامة في المتابعة و التقويم و نقل التجارب من الدول المتقدمة دون الوسط حيث بلغت نسبة (لا اوافق) 34% من جملة المبحوثين
- من خلال الزيارات المتكررة لاحظ الباحث ان هناك نقصا في التمويل لبرامج و انشطة العلاقات العامة و كذلك نقصا في الموارد البشرية و الهيكل الاداري للعلاقات العامة ، و لتلك الاسباب خرج الباحث بنموذج اسماه (منظومة العلاقات العامة في الاتصال المعلوماتي) [1] ، و هي دراسة مكملة لإنهاء رسالة الماجستير بعنوان (العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية) للطالبة مسعودي كلثوم 2006 / 2007 ، و هي دراسة وصفية تحليلية دارت اشكاليتها حول ابراز اهمية العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ، حيث طرحت التساؤل الرئيسي التالي : ما واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ؟ ، اضافة الى تدعيمها بأربع اسئلة فرعية و هي :
  - ما مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصناعية ؟
  - ما هي الوسائل الاتصالية الاكثر استعمالا في ادرأه العلاقات العامة
  - ما هي المشاكل التي تحد من فعالية ادارة العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية ؟

[1] صالح موسى علي موسى ، منظومة العلاقات العامة في الاتصال المعلوماتي (دراسة حالة على برامج الحكومة الالكترونية في السودان) ، مجلة الآداب ، العدد 05 ، ، ص ، ص: 126 ، 127

ولقد وظفت العينة العشوائية الطبقية ، و تم تقسيم مجتمع الدراسة الى طبقات حسب مجال العمل ، و كانت الاستمارة هي الاداة الاساسية لجمع البيانات اضافة الى الملاحظة و المقابلة ، و قد توصلت الباحثة الى النتائج التالية :

- لا يوجد اي موظف واحد على الاقل له شهادة في مجال الاتصال و العلاقات العامة
- وظيفة العلاقات العامة هي وظيفة مشتركة بين جميع عمال المؤسسة
- لا يوجد جهاز او قسم قائم بحد ذاته على العلاقات العامة ، و عوض عنه يوجد مكتب الاعلام و الاتصال و هو مكتب تابع لمكتب المدير يشرف عليه موظف واحد مكلف من طرف المدير
- تستعمل المؤسسة وسائل اتصالية تستخدمها بتفاوت ، حيث تعتمد على الاجتماعات و اللوحات الاعلانية و الدعوات بكثرة[1]

- **سابعا : صعوبات الدراسة :**

- الموضوع شاسع و ابعاده و معطياته متعددة ، الامر الذي جعلنا في حيرة عند جمع المادة العلمية ، و الحيرة في اي المعلومات تعتبر الانسب و الاقرب لموضوع البحث
- صعوبة الوقت الذي كنا نوزع و نجمع فيه الاستمارات ، حيث توافق مع الازمة التي اجتاحت العالم (وباء كورونا) ، حيث وجدنا صعوبة في التنقل للمؤسسة محل الدراسة بسبب نقص المواصلات .
- عدم اهتمام بعض المبحوثين بالاستمارات التي قد وزعناها عليهم ، حيث انهم ضيعوها و طلبوا استمارات اخرى ، حتى اضطرينا لطباعة نسخ اخرى و توزيعها .

---

[1] امنية عيادي ، فاطمة كاتب ، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل اداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية (المديرية الولائية للأمن بأم البواقي – انموذجا –) ، مرجع سابق ، ص: 10

- عـدم وجـود خليـة مخصصـة لمجـال للعلاقـات العامـة بالمؤسسـة و اقتصـارها علـى خليـة الاعـلام و الاتصـال ، الامـر الـذي جعـل مـن المـوظفين يفتقـدون مـا يعـرف بالتخصص .

ثامنا : المقاربة السوسيولوجية :

ان المقاربـة بـالمعنى المجـازي تتعلـق بخطـوة فكريـة ، و هـي لا تتطلـب المراحـل النظاميـة المرئيـة للتقنيـة ، و لا دقـة مفهـوم المـنهج الفكريـة ، انهـا خاصـة موقـف ينطـوي علـى المرونـة و الحـذر ، و يتصـف بحالـة مـن اليقظـة الكبيـرة و الاحتـرام الكبير معا للحدث او الموضوع [1]

1- النظرية التفاعلية الرمزية :

هنـاك نظريـة تأخـذنا الـى مقربـة مـن منظـور النسـق ، و هـي النظريـة التفاعليـة الرمزيـة ، و قـد ظهـرت هـذه النظريـة فـي اعمـال **جـورج هربـرت ميـد** ، و كمـا هـو واضـح مـن الاسـم فـان هـذه النظريـة تهـتم اسـاس و فـي المقـام الاول بعمليـة التفاعـل الاجتمـاعي القـائم علـى الرمـز و تركـز بشـكل مباشـر علـى الاتصـال ، و علـى الـرغم مـن ان اعمـال **ميـد** قـد سـبقت اعمـال **بارسـونز** مـن الناحيـة التاريخيـة ، و علـى الـرغم مـن انـه يعتبـر مـن احـد علمـاء الـنفس الاجتمـاعيين اكثـر منـه عـالم اجتمـاع او عـالم نفـس ايضـا فـان نظريتـه اصـبح لهـا تـأثيرا كبيـرا باعتبـاره خليفـة او بـديل لكـل مـن البنائيـة الوظيفيـة لمـدخل النسـق الاجتمـاعي ، و للبـدايات المبكـرة لمـنهج علـم الاجتمـاع التجريبي [2].

---

[1] مـادلين غراويتـز ، منـاهج العلـوم الاجتماعيـة (منطـق البحـث فـي العلـوم الاجتماعيـة) ، مرجـع سـابق ، ص: 12

[2] سـلوى عثمـان الصـديقي ، هنـاء حـافظ بـدوي ، ابعـاد العمليـة الاتصـالية (رؤيـة نظريـة و عمليـة واقعيـة) ، مرجـع سابق ، ص71

حيث تعد العلاقات العامة من المرتكزات في المجتمع الحديث بصلاته المعقدة و تطوراته على كل المستويات و هي تحتل هذه المكانة المهمة لما تؤديه من دور فاعل في تسهيل عملية الاتصال ، و لما تحققه من الفهم المشترك بين اطراف التعامل في المجتمع[1] .

و بالتالي فان بروز مبدا ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس في علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني اشياء ، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية ، و ذلك بالتفاعل مع الاخرين عن طريق اللغة ، او كما يميل علماء الاجتماع الى القول بانه من خلال (تبادل التفاعل الرمزي) ، و عليه فان **جورج هربرت ميد** يرى ان المقدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحا لأفكار الفرد ، و على الرغم من ان الانسان يستطيع ان يبني مفاهيم عن نفسه بالطريقة التي اقترحها **تشارلز كولي** فانه يستطيع ان يتعلم ايضا كيف يتوقع تصرفات الاخرين ، و ما سوف يعتبرونه سلوكا مقبولا اجتماعيا .

و من الواضح ان وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة ، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة و الصورة و الحركة و اللون ، و تضفي على من يتلقون الرسالة الاعلامية صبغة ذاتية ، و يبني الافراد معاني مشتركة للواقع المادي و الاجتماعي من خلال ما يقرؤونه او يسمعونه او يشاهدونه و من ثم فان سلوكهم الشخصي و الاجتماعي يمكن ان يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الاعلام بديلة عنها ، و يعد هذا احد اعقد النماذج و القضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها ، و هو احد اعقد النماذج المستخدمة

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة و العولمة ، دار جرير للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2013 ، ص: 13

فـي بحـوث الاتصـال ، و هـو ضـروري لفهـم التـأثيرات غيـر المباشـرة و بعيـدة المـدى لوسائل الاعلام سواء كان ذلك على مستوى الافراد او المجتمعات [1]

2- نظرية النظم :

تعتبـر نظريـة الـنظم مـن اهـم الاسـاليب المطبقـة لإدارة المؤسسـات او المنظمـات ،سـواء كانـت مغلقـة او مفتوحـة ، و لكـن فـي الغالـب تعتبـر المنظمـات نظامـا مفتوحـا ، و ينظر الى النظام على انه مكون من مجموعة من المكونات و هي كالتالي :

- المـدخلات : و هـي المـوارد المختلفـة كـالمواد الخـام ، و راس المـال و التقنيات المستخدمة و العاملين
- العمليات : و هي التخطيط و التنظيم و التحفيز و التحكم
- المخرجات : و هي المنتجات و الخدمات المقدمة
- النتائج : تحسين الخدمات و تعزيز الانتاجية
- التغذية الراجعة : و يتم الحصول عليها من جميع المكونات السابقة [2].

3- النظرية البنائية الوظيفية :

تعتبـر النظريـة البنائيـة الوظيفيـة مـن اكثـر النظريـات الاجتماعيـة شـيوعا فـي علـم الاجتمـاع ،و تعتقـد النظريـة البنائيـة الوظيفيـة و التـي كـان روادهـا كـل مـن هربـرت سبنسـر و تـالكوت بارسـونز و روبـرت ميرتـون و هـانز كيـرث بمجموعـة مـن المبـادئ الاساسية ، حيث كل مبدا يكمل المبدأ الاخر ، و هذه المبادئ هي :

- يتكـون المجتمـع او المجتمـع المحلـي او المؤسسـة او الجماعـة ، مهمـا كـن غرضـها و حجمهـا مـن اجـزاء ووحـدات مختلفـة عـن بعضـها الـبعض ، و علـى الـرغم من اختلافها الا انها مترابطة و متساندة و متجاوبة وحداتها مع الاخرى

---

[1] حسـن عمـاد مكـاوي ، ليلـى حسـين السـيد ، الاتصـال و نظرياتـه المعاصـرة ، الـدار المصـرية اللبنانيـة ، ط 10 ، 2012 ، ص :154

[2] نظرية النظم ، على الموقع الالكتروني التالي : https://mawdoo3.com

- ان الاجـزاء التـي تحلـل اليهـا المؤسسـة او المجتمـع او الظـاهرة الاجتماعيـة ، انمـا هـي اجـزاء متكاملـة فكـل جـزء يكمـل الجـزء الاخـر ، و فـي حـال حـدوث تغييـر يطـرا علـى احـد الاجـزاء لابـد ان يـنعكس علـى بقيـة الاجـزاء ، و بالتـالي يحـدث مـا يسمى بعملية التغير الاجتماعي
- المجتمـع او الجماعـة او المؤسسـة تتكـون مـن اجـزاء او عناصـر لكـل منهـا وظائفها الاساسية
- الوظـائف التـي تؤديهـا الجماعـة تسـير البنـى الهيكليـة للمجتمـع او المؤسسـة فـي مجالـه ، فالنظـام القيمـي هـو الـذي يقسـم العمـل علـى الافـراد و يحـدد واجبـات كـل فـرد و حقوقـه ، كمـا يحـدد اسـاليب اتصـاله و تفاعلـه مـع الاخـرين ، بالإضـافة الـى تحديـده لماهية الافعال التي يكفأ عليها الفرد او يعاقب
- تعتقـد النظريـة البنائيـة الوظيفيـة بنظـام اتصـال او علاقـات انسـانية تمـرر عـن طريقـه المعلومـات و التوجيهـات مـن المراكـز القياديـة الـى المراكـز القاعديـة ، او مـن المراكـز الاخيـرة الـى المراكـز القياديـة [1]،و هـذا مـا نقـدر انـا نسـميه بالاتصـال الصـاعد و الاتصال النازل في المجال التنظيمي

[1] النظرية البنائية الوظيفية ، على الموقع الالكتروني التالي : https://e3arabi.com/

الفصل الثاني

الفصل الثاني :

مقومات العملية الاتصالية كعملية ادارية

تمهيد

اولا : مفهوم و خصائص تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة

ثانيا : عناصر و اشكال تكنولوجيا الاتصال بالمؤسسات

ثالثا : عوامل نجاح العملية الاتصالية

رابعا : انواع و نماذج الاتصال

1- **الاتصالات الرسمية و الاتصالات الغير رسمية**
2- **الاتصالات حسب اتجاهات التدفق**
3- **الاتصال وفق نوع الرسالة الاتصالية في المنظمة**

خامسا : نظريات الاتصال الاعلامي

سادسا : اثار تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة الاقتصادية

تمهيد :

يعد الاتصال احد السمات الانسانية البارزة ، سواء اكان ذلك في شكل كلمات او صور او موسيقى ، مفيد او ضار ، مقصود او عشوائي ، فعلي او مستتر ، اعلامي او اقناعي ، واضح او غامض ، ذاتي او مع الاخرين .

فمن الصعب ان نتخيل وجود مجتمع حديث بدون وجود وسائل الاتصال ، فلما كانت وسائل الاتصال تكون احدى العمليات المركزية التي يحصل الافراد من خلالها على فهم ذاتي للواقع الاجتماعي ، فان هذه العملية تظل موضوعا للبحث غير محدد بوقت معين ، و مع تزايد استخدام هذه الوسائل في حياة الافراد ، يصبح الدور الي تلعبه في بناء الواقع الاجتماعي اكثر اهمية[1] ، و عليه سنحاول من خلال ها الفصل التطرق لاهم سمات و مكونات العملية الاتصالية من اجل ربط هذا المتغير مع متغير العلاقات العامة ، و اثارة العلاقة التي تدور بينهما في التنظيمات الرسمية

[1] حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، مرجع سابق ، ص : 16

اولا : مفهوم تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة :

الاتصال بالمفهوم العام هو انتقال المعلومات و الحقائق و الآراء و الافكار و المشاعر ايضا ، و الاتصال هو نشاط انساني حيوي و ان الحاجة اليه في ازدياد مستمر ، فالإنسان كائن اجتماعي ، فهو لا يعيش بمفرده و لكنه بالتعاون مع الاشخاص الاخرين .

و يشير مفهوم الاتصال الى العملية او الطريقة التي تنتقل بها الافكار و المعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم و من حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه ، بمعنى ان هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين او جماعة صغيرة او مجتمع محلي او مجتمع قومي ، او حتى المجتمع الانساني ككل ، ان صح اطلاق مثل هذا الاصطلاح [1] ، و الاتصال هو الالتقاء و الاحتكاك و التماس و الاشتراك [2].

و مفهوم الاتصال ليس مفهوما حديثا في علم الاجتماع ، فقد استخدمه علماء الاجتماع الاوائل و خاصة **تشارلز كولي** و **جون ديوي** و كانوا يركزون على انه عملية اجتماعية تنتقل بها الافكار و المعلومات بين الناس ، و قد وضعت عدة تعاريف للاتصال في اطار علم الاجتماع حيث عرف بانه (عملية تفاعل بين طرفين و ضرورة من ضرورات استمرارية الحياة الاجتماعية لتحقيق التكامل الاجتماعي)[3]

---

[1] منال طلعت محمود ، مدخل الى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث ، الازاريطة ، الاسكندرية ، 2001 ، 2002 ، ص: 18

[2] احمد عيساوي ، مدخل الى علوم الاعلام و الاتصال ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، 2014 ، ص : 17

[3] سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، مرجع سابق ، ص: 11

و عرفه **العلاق** بانه احد ركائز التوجيه ، حيث ينطوي على تدفق المعلومات و التعليمات و التوجيهات و الاوامر و القرارات من فرد او مجموعة الى افراد او مجموعة ، بغرض الابلاغ او التأثير او احداث التغيير باتجاه بلوغ اهداف محددة مسبقا ، و بهذا فان **العلاق** يشير الى الاتصال الرسمي المعتمد في منظمات الاعمال و غيرها ، و ان كان هذا التعريف يشمل الاتصالات بين الافراد خارج اطر العمل الرسمية او التقليدية [1]

اما **تشارلز كولي** فانه يعني بالاتصال (ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات البشرية و تنمو) ، و لقد اكد **كولي** ان اللغة وحدها لا تنشئ الرموز العقلية و حسب ، بل ان كل الموضوعات و الافعال هي رموز عقلية ايضا ، و الاتصال هو من الوسائل التي بواسطتها يعمل العقل على نمو الطبيعة البشرية الحقة ، و هكا يمدنا مصطلح الاتصال بأساس جوهري لفهم الظواهر النفسية و الاجتماعية التي يمكن تسميتها بظواهر التخمين[2]

و قد عرفه (**هوفلاند**) بقوله : (ان الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات) و يوافقه في ذلك كل من (**ريد فايلد**) و الذي يرى بان الاتصال هو المجال المتسع لتبادل الحقائق و الخبرات و الآراء و المعلومات بين الافراد في المجتمع الانساني [3]

---

[1] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 64

[2] منال طلعت محمود ، مدخل الى علم الاتصال ، مرجع سابق ، ص: 20

[3] احمد عيساوي ، مدخل الى علوم الاعلام و الاتصال ، مرجع سابق ، ص: 17

وقد شهد المجتمع البشري ثورة الاتصال الأولى عندما استطاع الإنسان أن يتكلم، حيث أصبح ممكنا لأول مرة ، أن تجمع البشرية عن طريق الكلام حصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها، ثم جاءت ثورة الاتصال الثانية عندما ، توصل السوماريون إلى اختراع أقدم طريقة للكتابة في العالم، وهي الكتابة المسمارية على الطين نحو (3600)ثلاثة آلاف وست مئة سنة قبل الميلاد، وقد حفظت تلك الألواح لفكر السياسي الاجتماعي والفلسفي في مراحله الأولى، واقترنت ثورة الاتصال الثالثة بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر (15) ميلادي، وخاصة بعد اختراع" "Cautenbergue" غوتنبارغ "التاريخي، بينما بدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة خلال القرن التاسع عشر، بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال الجماهيرية كالراديو والتلفزيون...الخ، أما ثورة الاتصال الخامسة فهي بنت النصف التاريخي بين ظاهرتي تفجير المعلومات والمعرفة وثورة الاتصال ، والذي نتج عنها التكنولوجيات الاتصالية الحديثة والتي تتمثل أساسا في الأجهزة الحاسبة وملحقاتها والبرمجيات المتطورة، والتي أدت إلى تحكم أكثر في المعلومات من حيث التجميع والمعالجة والتخزين وبالفعل فقد أفرزت تكنولوجيا الاتصال الحديثة (NTIC) ثورة حقيقية في نقل المعلومات وتخزينها، كما مكنت من بروز وظهور خدمات جديدة لنقل المعلومات وتداولها زادت من فعالية هذه التكنولوجيا، وانتشر بين المثقفين الكتاب الإلكتروني محل التقليدي أما في مجالي التجارة والاقتصاد فقد برزت مصطلحات تخصهم نذكر منها التجارة الإلكترونية والاقتصاد اللامادي [1]

[1] ادم رحمون ، استخدام تكنولوجيا الاتصال و علاقتها بالفاعلية التنظيمية داخل المؤسسة الاقتصادية ، رسالة دكتوراه علم الاجتماع تخصص الديناميكية الاجتماعية و الاجتماعية و المجتمع ، جامعة الجزائر 2 ، 2018 / 2019 ، ص: 145

ومن بين خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية الحديثة و التي تكاد تتشابه في عديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك خصائص أخرى تتميز بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة ومن أبرزها:

-التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى ، أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب)، ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل ،و عن هذا التفاعل انحسار;تحكم الدولة في مصادر المعلومات والأخبار وأصبح الفرد مسؤولا مسؤولية كاملة في اختيار معلوماته وبرامجه وذلك وفق اتجاهاته و إمكانياته وقدراته الإدراكي

-اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت): وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت، دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة

-التوجه نحو التصغير (قابلية التحرك أو الحركية): تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات، ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسوب النقال المزود بطابعة إلكترونية

-قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية، وقد ظهرت مقدماته في نظام المينيثال الفرنسي، ;فالحدود أو الفروق أو السمات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض، قد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقه إلى الزوال، فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما، شاشة التلفزيون وعلى أشرطة الفيديو كاسيت وعلى الأسطوانات المدمجة على الرغم من اختلافها في الشكل

-قابلية التوصيل والتركيب: لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك: وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه، فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صنع;شركة إيستون والديمو (المحلل) من صنع شركة ناكست ويف

و باختصار فقد لخص أحد الخبراء سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في قوله : الخدمات التي أتيحت نتيجة التحول من الصوتي إلى الرقمي ومن الإلكتروني إلى الفوتون، ونحو الرخيص المتاح دوما، ومن الخاص إلى العام، والمتنوع إلى الكامل، ومن السلبي أحادي الاتجاه إلى التجاوب ثنائي الاتجاه، ومن الثابت إلى النقال، ومن الشفرة الإنجليزية إلى الشفرة متعددة الاتجاهات[1]

ثانيا : عناصر و اشكال تكنولوجيا الاتصال بالمؤسسات

[1] نفس المرجع السابق ، ص: 201

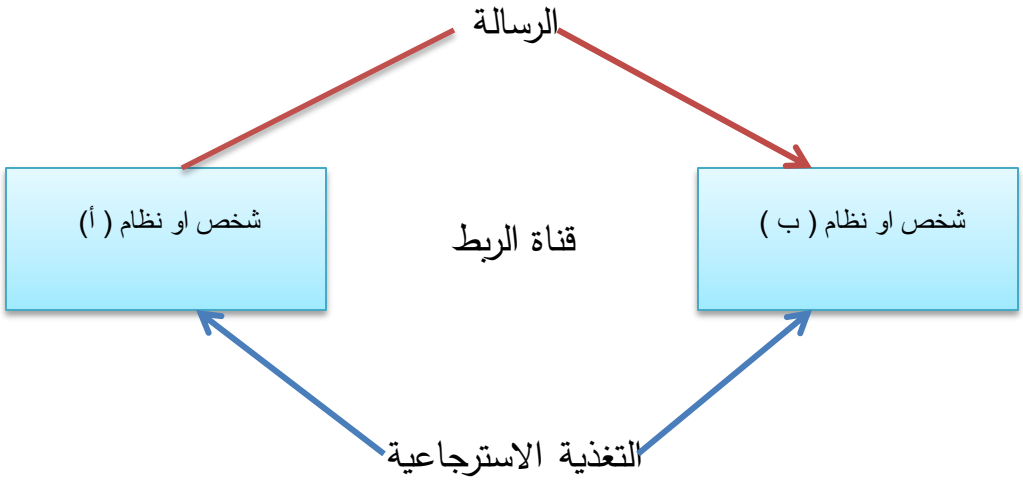
1-العناصر :

الاتصال بصفة عامة فيما يقول **لوسيان باي** (هو نسيج المجتمع الانساني ، فهو من ناحية حقيقة اساسية من حقائق الوجود الاجتماعي و عنصر محوري في بنية العملية الاجتماعية من ناحية اخرى ، و ضمان اكيد ايضا لتواصل الحياة الاجتماعية و اطراد تطورها ، من خلاله يتم التفاعل بين الافراد و الجماعات و بواسطته يسهل انسياب مدخلات الفعل الاجتماعي و ديناميته ، كما ان مضمون الاتصال يعكس الاطار القيمي للمجتمع ، كما ان الانماط الخاصة لشبكة للاتصال و التي تحدد اين و الى من تتدفق المعلومات و مع من نتقاسمها و مدى التجانس الثقافي و الجغرافي في داخل المجتمع .

و في مناقشة عملية الاتصال نرى ان هناك طريقة واحدة لتعريف عملية الاتصال و هي كما يلي : شخص ما (أ) المصدر ينقل رسالة محددة من خلال قناة معينة الى شخص اخر (ب) متلقي مع مثال للتأثير ، فالتأثير يكون ملاحظا و مفسرا من (أ) مصدر الرسالة الذي يجيب الاستجابة للمتلقي (ب) ، فالتفاعل بين (أ) و (ب) يطلق عليه التغذية الاسترجاعية ، و هذا التفاعل المتبادل يمكن ان يلقب ب (اجراء الاتصال) ، و الرسم التالي يوضح لنا عملية الاتصال [1].

[1] منال طلعت محمود ، مدخل الى علم الاتصال ، مرجع سابق ، ص:72

شكل رقم 01 : يوضح عناصر العملية



المصدر : منال طلعت محمود ، مدخل الى علم الاتصال ، مرجع سابق ، ص:82

و بصفة عامة يمكن القول بان العملية الاتصالية تتكون من عدة عناصر و هي : (المصدر ، الرسالة ، و الوسيلة ، و المستقبل ، و التأثيرات – رد الفعل) ، و تختلف عملية الاتصال بالنسبة للاتصال المباشر بين الافراد عنها بالنسبة للاتصال الجماهيري .

1- **المصدر** : و هو منشئ الرسالة ، و قد يكون فردا او عدة افراد يعملون معا مثل فريق الاخبار في التلفزيون ، و قد يكون المصدر ايضا معهد او مؤسسة او قادة مجتمع او مربين او اطباء ممارسين او اصدقاء او اقارب .

2- **الرسالة** : و هي المنبه الذي ينقله المصدر الى المستقبل ، و هي اساس عملية الاتصال برمتها ، و هي الفكرة التي تنقل الى المستقبل الرسالة ، و المعاني هي معلومات (اراء و صور و افكار) يعبر عنها في شكل رموز ، و حتى يتم الاتصال لابد ان يكون المصدر او المستقبل درجة قليلة من الخبرات المشتركة ، و ان يكون هناك مستوى ما من التشابه ، و مستوى ما من المعاني المشتركة .

3- **الوسيلة :** و هي الوسيلة التي تنقل خلالها رسالة ما من مصدر الى مستقبل ، و هي موجودة في نمطين من الاتصال : الاتصال الجماهيري و الاتصال الشخصي غير المباشر

4- **المستقبل :** من الضروري ان نوجه اهتمامنا الى الخصائص الملائمة للمستقبل باعتبار انها تؤثر في وقع الاتصال .

5- **التأثيرات :** تأثيرات الاتصال هي التغييرات في سلوك المستقبل التي تحدث نتيجة لنقل الرسالة ، و من ثم فإننا عندما نتحدث عن الاتصال الفعال فإننا نعني الاتصال الذي ينجم تغييرات في سلوك المستقبل كان يقصدها المصدر ، و توجد ثلاث تأثيرا رئيسية للاتصال و هي : (تغيرات في معلومات المستقبل ، تغيرات في اتجاهات المستقبل ، تغيرات في السلوك العلني للمستقبل) .

6- **رجع الصدى :** و هو رد فعل المستقبل على رسالة المصدر ، الذي قد يستخدمه المصدر فيما بعد لتعديل رسالته التالية ، ومن ثم فان رجع الصدى ما هو الا رسالة سابقة من المصدر الى المستقبل ، و من وجهة نظر المصدر قد يفهم رجع الصدى على انه رسالة تحمل معرفة عن فعالية الاتصال ، و رجع الصدى سبيل للنظر الى المصدر على انه مستقبل ، و هو يؤكد عملية التبادل في الاتصال الفعال [1].

7- **الضوضاء (التشويش) :** و هي عبارة عن معوقات من شانها التقليل من القدرة على ادراك معنى الرسالة و فحواها ، و قد تتعلق الضوضاء بالمرسل حيث قد لا تكون ادراكاته و شخصيته و قدرته على اختيار الوسيلة بالشكل الذي ينبغي

---

[1] منى الحديدي ، شريف درويش اللبان ، فنون الاتصال و الاعلام المتخصص ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ط 1 / 2009 ، ص : 26

ان تكـون عليـه ، و قـد تتعلـق الضوضـاء بالمسـتلم ذاتـه او بقنـاة او وسـيلة الاتصـال ذاتها ، ومن المؤكد ان الضوضاء تؤدي الى اضعاف كفاءة الاتصال و فعاليته [1]

2- أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات:

إن تطـور تكنولوجيـا الاتصـال وانتشـارها بصـورة كبيـرة جعلهـا تـدخل جميـع مجـالات الحيـاة الاجتماعيـة ومنهـا لمؤسسـات بمختلـف أنواعهـا وبغـض النظـر عـن نشـاطاتها، حيـث أن متطلبـات العمـل باتـت تحـتم بالضـرورة اسـتخدام هـذه التكنولوجيـات التـي تتمثـل أساسـا فـي جهـاز الحاسـوب ومنظومـة الشـبكات، فمـا هـو الحاسـوب؟ وظائفـه واستخداماته؟ وما هي أهم الشبكات المستخدمة في المؤسسة؟ فوائدها واستخداماته

-1جهـاز الحاسـوب:Computer : نعـيش اليـوم عصـر ثـورة فـي المعلومـات، وتعتبـر الحاسـبات الإلكترونيـة(*) المختلفـة هـي بالأسـاس جـزء مـن هـذا العصـر المتطـور، حيـث يعـد هـذا الاختـراع مـن أهـم الإنجـازات التكنولوجيـة الحديثـة التـي أثـرت علـى جميـع المسـتويات فـي فتـرة وجيـزة، ذلـك أنـه وفّـر الجهـد الفكـري والعضـلي وحسـن مـن الطريقـة التـي تـؤدى بهـا أغلـب الأعمـال، وأصـبح فـي أعلـى أولويـات المشـتريات بالنسـبة للأفـراد، المؤسسـات والحكومـات ، و يعـرف الحاسـب الإلكترونـي بأنـه وسـيلة لتجهيـز البيانـات بمعنـى أنـه يسـتلم بيانـات كمـدخلات ويجهزهـا فـي صـورة معلومـات كمخرجـات، أي أنـه مصـمم علـى أسـاس احتـواء قـدر كبيـر مـن البيانـات الداخلـة وتخزينهـا، ثـم إنجـاز العمليـات الحسـابية عليهـا وإجـراء المقارنـات المنطقيـة المتعلقـة بها، وأخيرا الإمداد بالمعلومات المطلوبة وذلك كله بمعدل سرعة كبيرة

وعليـه فـإن تكنولوجيـا الحاسـوب تقـوم أساسـا بإنجـاز البيانـات الحسـابية ومعالجـة المعلومـات، ثـم إخراجهـا فـي شـكل صـوت أو صـورة و بهـا معـا، ويتكـون الحاسـوب الإلكترونـي مـن;وحـدة تشـغيل ويحتـوي علـى ;وحـدة التخـزين الوحـدة الحسـابية، ثـم

[1] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 70

وحـدات لرصـد النتـائج المسـتخرجة مـن الحاسـوب ويطلـق عليهـا ، وحـدة التغذيـة بالمعلومـات و يضـاف الـى ذلـك;وحـدات التخـزين الخارجيـة ، ومـن مميزاتـه الأخـرى التي تشجع المؤسسات على استخدامه ما يلي:

-مرونـة الحاسـوب مـن حيـث تحمـل عـبء أكبـر فـي حالـة النمـو السـريع دون الحاجـة إلـى زيـادة العناصـر لبشـرية و قلـة الأخطـاء أو انعـدامها إذا أحكمـت الرقبـة علـى المدخلات

-عنصـر التكلفـة: حيـث أثبتـت الممارسـات أن تكلفـة الحصـول علـى المعلومـات باستخدام الحاسوب تقل بكثير عن تكلفة الحصول عليها يدويا

-العائد الاستثماري: تشير التقديرات إلى جاذبية الاستثمار في الحاسوب من خلال متوسط عائد يتراوح من 35%إلى 45% من الاستثمارات الكلية كل عام، وذلك بالنسبة للمؤسسة متوسطة الحجم وتمثل هذه النسبة معدلا استثماريا مغريا بالقياس إلى البدائل المختلفة 2-2- **الشبكات:**

حتى يتمكن كمبيوتر من الاتصال بآخر لابد من توافر قنوات اتصالية لنقل البيانات، كما يجب أن تتواجد مجموعة من الأساليب والقواعد والأدوات التي تعمل على تحويل البيانات من الشكل الرقمي للحاسوب إلى الشكل التناظري لقناة الاتصال والعكس، هذه القنوات الاتصالية تعرف بالشبكات، والشبكة أساسا هي الرابط بين البيانات الطرفية للحاسبات بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الآلي ، والنهايات الطرفية المتصلة به، في إطار النقل على الخط المباشر للبيانات ، ولعل من الشروط الرئيسية لتنظيم الربط الشبكي أنها يجب أن تكون سريعة ودقيقة ومتاحة على الدوام وأمنية ومرنة وسهلة الإصلاح وغير مكلفة، وأحد الشروط الرئيسية الأخرى هي أن نظم الربط يجب أن تكون سهلة الاستخدام أو بمعنى آخر أنها تعمل وفق إجراءات بسيطة لاستقبال وبث البيانات، كما يجب أن تعمل حسب

مواصفات إلكترونية سهلة مما يتيح ربط سلسلة من الأجهزة في الشبكة، ومن الناحية التالية فإنه يفترض أن تتم الوصلات خلال عملية الربط الفعلي بكابل قياسي ودون حاجة لاستخدام أجهزة خاصة للربط، كما أنه من المفترض أن تكون الشبكة غير ظاهرة للعيان أو بمعنى آخر مخفية يشعر بها المستفيد ولا يراها وعموما توجد ثلاث شبكات رئيسية مستخدمة في المؤسسات، وقد تتواجد كلها أو بعضها حسب امكانات كل مؤسسة، وهذه الشبكات هي: الإنترنيت، الإنترانت، الإكسترانت.[1]

ثالثا : عوامل نجاح العملية الاتصالية :

ان العلاقات و النظم الاجتماعية عملية معقدة للغاية ، و يقترح ان يكون النظام الاجتماعي على هيئة (شكل) للاتصال و اللغة هي اقرب وسائل الاتصال ، و كم هي مرتبطة بالأفكار الاجتماعية و الثقافية ، فهي الاساس الي يربط الناس ببعضهم على كل طبقات المجتمع من نطاق الاسرة و حتى الطبقات السياسية ، فاللغة دائما ما تعكس الاختلافات الاجتماعية و الثقافية و احيانا تؤدي الى سوء فهم ثقافي و عادة ما نستخدمها في الطقوس و الشعائر ، و بالتالي فاللغة هي نوع من الاتصالات التي ترتبط بالمجتمع ، و لكي ينجح الاتصال يجب ان يكون الهدف ملائما ، ذلك ان المعرفة لن تترجم الى عمل الا اذا توافر الواقع و هو امر يصعب فهمه الا في ضوء المجال الاجتماعي ، و يضاف الى ذلك مجموعة من الاسس التي تجعل من الاتصال عملية مثمرة في المجتمع ، و يمكن ايجاز هذه ال اسس فيما يلي :

1- يجب ان تكون لغة الاتصال مفهومة لجمهور المستعين

[1] ادم رحمون ، استخدام تكنولوجيا الاتصال و علاقتها بالفاعلية التنظيمية داخل المؤسسة الاقتصادية ، رسالة دكتوراه علم الاجتماع تخصص الديناميكية الاجتماعية و الاجتماعية و المجتمع ، جامعة الجزائر 2 ، 2018 / 2019 ،مرجع سابق ، ص: 203

2- لابد ان يبنى الاتصال على الخبرة السابقة للمرسل اليه او المستقبل

3- يحسن الاستعانة بالرسائل السمعية و البصرية في تبسيط الصورة و تيسير توصيل المعلومة

4- ان العواطف المتقدمة تحول دون التواصل الفعال بين المرسل و المستقبل [1].

كما يرى الدكتور (**معن محمود عياصرة**) ان اهم شروط الاتصال الناجح ما يلي

1- **الوضوح** : وضوح الرسالة المراد نقلها ، و ذلك باستخدام الكلمات و الرموز و المصطلحات الواضحة لدى المستقبل ، و التي لا تحمل اكثر من معنى ، و هنا تلعب المهارات الاتصالية دورها في القدرة على التعبير عما يجول في خاطر المرسل من افكار

2- **البساطة** : الى ان يتم الاتصال بشكل مبسط خال من التعقيد ليتسنى للرسالة او الموضوع الوصول الى مستقبله في اقصر وقت ممكن .

3- **سلامة الوسيلة** : ان تكون وسيلة الاتصال خالية من العيوب يمكن لها ان توصل مضمون الرسالة بدقة و في مستوى ادراك المستقبل

4- **عدم التعارض** : قد تستخدم اكثر من وسيلة في عملية الاتصال ، و بالتالي يجب الحرص على ان لا يكون هناك تعارض بين هذه الرسائل ، بل يجب ان تكون متفقة في الغرض و الكيفية التي يتم بها الاتصال

5- **الملاءمة** : ان تكون عملية الاتصال ملائمة من حيث الهدف و التوقيت ، ومن حيث التنفيذ

6- **الصدق و النزاهة** : فلا فائدة ترجى من الرسالة غير الصحيحة [2]

---

[1] منال طلعت محمود ، مدخل الى علم الاتصال ، مرجع سابق ، ص: 82

[2] معن محمود عياصرة ، مروان محمد بني احمد ، القيادة و الرقابة و الاتصال الاداري ، دار الحامد ، عمان ، 2007 ، ص 176

رابعا : انواع و نماذج عمليات الاتصال :

توصل الدارسون الى ان نماذج عمليات الاتصال الانساني اربعة و هي :

1- الاتصال الذاتي

2- الاتصال بين فردين (الاتصال الشخصي او المباشر او غير المباشر)

3- الاتصال الجمعي

4- الاتصال الجماهيري

5- الاتصال الحضاري او الانساني و الثقافي و العالمي

6- الاتصال الشبكي الخفي الشخصي و الجمعي و الجماهيري العالمي (الشبكة العنكبوتية)[1].

و لقد صنف العديد من الكتاب الباحثين الاتصالات وفقا لمعايير محددة ، و من هذه التقسيمات :

1- الاتصالات الرسمية و الاتصالات الغير رسمية :

- **الاتصالات الرسمية** : و هي عمليات و اساليب الاتصال التي تنقل وجهة نظر و رغبات و تعليمات المستويات العليا الى المستويات الادنى ، كما تنقل ردود فعل و مطالب و اقتراحات الكوادر الادارية و الفنية في المستويات الادنى الى اصحاب صنع القرار في المستويات العليا[2] ، و تشمل :

1- المقابلات الخاصة

2- الاجتماعات على مستوى الادارة او القسم و الاجتماعات العامة

3- المؤتمرات

4- المكالمات التليفونية

---

[1] احمد عيساوي ، مدخل الى علوم الاعلام و الاتصال ، مرجع سابق ، ص: 19

[2] معن محمود عياصرة ، مروان محمد بني احمد ، القيادة و الرقابة و الاتصال الاداري ، مرجع سابق ، ص: 17

5- المجلات و الصحف الداخلية (التي تصدرها المنظمة)

6- التقرير السنوي للموظفين

7- الخطابات البريدية المباشرة

8- الملصقات على الحائط

9- النشرات الدورية و الخاصة

10- الصور و الافلام السنيمائية

و يلاحظ ان كل وسيلة من الوسائل السابقة لها استخداماتها الخاصة ، و لذا نجد ان اختيار احداها يتوقف على عدد من الاعتبارات مثل نوع الرسالة المطلوب توصيلها و مدى اهميتها و درجة السرية الواجب توفرها ، و عدد الجهات او الافراد المطلوب الاتصال بهم ، و السرعة اللازمة في الاتصال ، و التكلفة التي يمكن تحملها [1]

- **<u>الاتصالات الغير رسمية</u>** : و يعتمد هذا النوع من الاتصالات على وجود علاقات انسانية بين عناصر الإدارات المختلفة و بين الافراد في المؤسسة الواحدة ، و هي مكملة لدور الاتصالات غير الرسمية للتشويش على الادارة و تستغل لأغراض شخصية ، لذا على الاداري الناجح ان يستخدم كلا النوعين (الرسمي و الغير رسمي) بإتقان و مهارة اذا رغب في رؤية عمله و قد تم انجازه [2]

---

[1] سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، مرجع سابق ، مرجع سابق ، ص ، ص: 138

[2] معن محمود عياصرة ، مروان محمد بني احمد ، القيادة و الرقابة و الاتصال الاداري مرجع سابق ، ص: 17

شكل رقم 02 : يوضح وسائل الاتصال الرسمية و الغير رسمية في المؤسسات

المصدر : سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، مرجع سابق ، مرجع سابق ، ص : 139

2- **الاتصال حسب اتجاه التدفق** : و من انواعه :

- **الاتصالات النازلة او المعمودية**

و يتدفق هذا الاتصال من قمة التنظيم الى ادنى المستويات الادارية في المنظمة ، و يتضمن هذا الاتصال عادة القرارات و الاوامر و التعليمات و التوجيهات[1] ، و تتمثل اهم وسائل الاتصال الهابط فيما يلي :

- الاعلانات الداخلية
- بطاقات وصف الوظائف
- الزيارات الميدانية
- مجلة المنظمة
- افلام فيديو عن المنظمة
- لوحة الاعلانات
- التقارير
- جريدة الحائط
- الخطابات الخاصة بالعمل
- رفوف القراءة
- دليل الاجراءات
- المنشورات الدورية
- الدورات التدريبية

و يحقق هذا الاتصال الوظائف التالية :

- تقديم النصح و الارشاد للمسؤولين و مساعدتهم على حل مشكلاتهم
- تحديد اهداف و برامج العمل للمرؤوسين
- مد العاملين بالمعلومات عن مدى تقدمهم في الانجاز
- شرح طريقة اداء العمل للمرؤوسين [1]

---

[1] سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، مرجع سابق ، ص : 134

- **الاتصالات الصاعدة :**

و يطلق على هذا النوع من الاتصالات على تلك التي تتم من المرؤوسين الى رؤسائهم ، و يتضمن الاتصالات و التقارير التي يعدها المرؤوسين و التي يوجهونها الى رؤسائهم ، و توضح هذه التقارير مدى تنفيذ المرؤوسين لتعليمات و قرارات الرؤساء ، و يتضمن هذا النوع من الاتصالات الشكاوى و التظلمات و الالتماسات التي يرفعها المرؤوسين الى رؤسائهم و كذلك يتضمن اقتراحات المرؤوسين لصالح العمل [2] ، و اهم وسائل الاتصالات الصاعدة هي :

- الباب المفتوح و البريد الوارد
- صناديق الزمالة
- مقابلات ترك الخدمة
- مقابلات الشكاوى
- اشتراك العاملين في اللجان
- الاشاعات
- اشتراك العاملين في الادارة
- بحوث الاتجاهات

و يحقق الاتصال الصاعد الوظائف التالية :

1-رفع المعلومات و البيانات عما تم انجازه من اعمال

2- رفع المعلومات عن المشاكل التي تواجه العاملين سواء الشخصية منها او المتعلقة بالعمل

---

[1] محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية ، مرجع سابق ، ص : 117

[2] سلوى عثمان الصديقي ، مرجع سابق ، ص : 134

3- الاستفهام عن بعض جوانب العمل و كيفية اتمام الاداء [1]

- **الاتصالات الافقية:** و يقصد بها تلك التي تتم بين موظفي المستوى الأدنى الواحد بهدف التنسيق بين جهودهم [2] ، كما يتمثل هذا النوع من الاتصالات بحرية تبادل المعلومات بين العاملين ، و يصلح هذا النمط من الاتصالات في التنظيمات الصغيرة ، و يحقق هذا النمط من الاتصال الوظائف التالية :
- بث و نشر المعلومات بين الافراد المهتمين بها
- تشجيع التعاون بين الوحدات الادارية
- تدعيم التعاون بين الوحدات الادارية في المواقف المختلفة التي تواجهها
- سهولة التنسيق بين الوحدات الادارية عند اداء الاعمال المشتركة بينهم
- اشمالة المواقف و التفاوض و تضييق الخلافات
- توفير الدعم الشخصي من جانب الزملاء [3]

- **الاتصالات القطرية / المتقاطعة :** و هي الاتصالات التي تتم بين الأفراد بغض النظر عن مراكزهم ووحداتهم من اجل انجاز العمل ، فالمديرون و غير المديرين يسعون الى عمل كل ما من شانه ان يسهم في انتاج العمل بكفاءة من اجل ذلك فان جزءا كبيرا من اتصالاتهم تتم مع اشخاص في وحدات و مستويات تنظيمية مختلفة عن وحداتهم و مستوياتهم
- **الاتصالات الشبكية :** يشير هذا النمط الى ان الاتصالات مفتوحة في كل الاتجاهات من الرئيس للمرؤوسين للرؤساء ، و ما بين رؤساء الاقسام من نفس المرتبة الادارية ، و بينهم و بين المستويات التي دونهم او فوقهم [1]

---

[1] محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية ، مرجع سابق ، ص: 116

[2] سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، مرجع سابق ، ص : 134

[3] محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية ، مرجع سابق ، ص: 118

3-الاتصال وفق نوع الرسالة الاتصالية في المنظمة :

- **الاتصالات الشفوية :** ينطوي هذا النوع من اساليب الاتصال على تبادل البيانات و الافكار و المعلومات و الطروحات و الآراء بين المرسل و المستلم باستخدام الكلمات المنطوقة ، ومن امثلة هذا النوع من الاتصال الاتي :

أ- المقابلات الشخصية التي تتم وجها لوجه

ب- المناقشات على اختلاف انواعها و التي تشمل اللقاءات و الندوات و المحاضرات و الاجتماعات ... الخ

ت- الاتصالات الهاتفية كافة

و الواقع ان الاتصالات الشفوية تعد الاكثر استخداما و شيوعا بين المدراء في المنظمات المختلفة بشكل خاص ، و بين الناس بشكل عام .

- **الاتصالات المكتوبة :** ينطوي هذا النوع من اساليب الاتصال على ارسال او نقل الرسائل و المعاني المطلوب ارسالها للآخرين كتابيا بشكل تقارير او وثائق او مستندات او ملاحظات او غير ذلك ، وهذا النوع من اساليب الاتصال ليست هي الصيغة الاكثر استخداما في الاتصالات في المنظمات في الدول المتقدمة كما يعتقد البعض ، فنسبة استخدامها لا تتجاوز 13 بالمئة من الوقت المتاح للاتصال من قبل المدير ، فقد اشار 80 بالمئة من المدراء في احدى الدراسات ان الاتصال التحريري او المكتوب يعد وسيلة ضعيفة و ليست فعالة [2]

- **الاتصالات الالكترونية :**

الوقع ان الخاصية التفاعلية و الفورية المتاحة في تقنيات الاتصال هذه قد اسهمت في تعزيز الاتصالات المكتوبة و الشفهية معا ، و لم تقم بإلغائها كما يعتقد البعض

---

[1] معن محمود عياصرة ، مروان محمد بني احمد ، القيادة و الرقابة و الاتصال الاداري ، مرجع سابق ، ص: 170

[2] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص : 145

، فتبادل المعلومات عبر شبكة الانترنيت مثلا يتم وفق اسلوبين المكتوب (التحريري) و الشفهي ، فالصور و الوثائق تصدر عن الانترنيت و يمكن تنزيلها من ملايين المواقع الشبكية و الاحتفاظ بها ، اما في ملفات داخل الحاسوب او في ملفات تقليدية ان اقتضى الوقت ، و لان الانترنيت يتمتع بالخاصية السمعية البصرية فانه ايضا يتيح امكانية الاتصال الشفهي ، فمؤتمرات الفيديو التي يتم بها عبر الشبكات تتيح امكانية الحوار و التواصل الشفهي المدعم بالصورة و الصوت معا ، و هذه ميزة رائعة توفرها هذه التقنيات في مجال الاتصال

- **الاتصالات غير اللفظية (لغة الجسد) :**

تعتمد الاتصالات غير اللفظية على الاستخدام غير المقصود لتعابير الوجه و الجسد لنقل اشارات و ايماءات توحي برسالة او معنى معين ، و تقدر بعض الدراسات ان نسبة استخدام الاشارات و الايماءات في الاتصال تفوق نسبة 99 بالمئة في حالات معينة ، و بصفة خاصة فيما يتعلق بالاتصالات غير رسمية

- **الاتصالات البصرية** : ينطوي هذا النوع من الاتصالات على استخدام الصور و اشكال الجرافيك المختلفة و الرسوم ، و المخططات البيانية لإيصال رسائل الى الجمهور المستهدف ، و تشير احدى الدراسات في هذا المجال ان للاتصالات البصرية تأثير كبير على الجمهور المستهدف قد يفوق بكثير التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال الاخرى [1]

خامسا : نظريات الاتصال الاعلامي :

بناء على ما تقدم يمكننا تبين حقيقة العملية الاتصالية من جانبها الهندسي ، من اجل عرض اشهر نماج نظريات الاتصال الاعلامي و هي :

---

[1] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص- ص : 143 ، 151

1- **نموذج هارولد لاسويل** : و يعتبر هذا النموذج من اشهر و اقدم النماذج الاتصالية يبين فيه (**لاسويل**) المفهوم الهندسي للعملية الاعلامية مع مطلع الخمسينيات و مضمون هذا النموذج يتأسس على خمسة اركان و هي : (من يقول ؟ و ماذا يقول ؟ و عن اي طريق ؟ و لمن يقول ؟ و ما اثر ذلك ؟)

2- **نموج ويلبر شرام :** و هو يعتمد على ثلاث عناصر رئيسية و هي : (المصدر و الرسالة و المستقبل)[1] ، فقد حاول شرام تبني مفهوم الخبرة المشتركة و هي اللغة الموحدة و القيم الاجتماعية ، حيث تعتبر الخبرة المشتركة هي الضامن الوحيد في توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر الى المتلقي و ايضا تفسيرها من قبل المتلقي وفقا لما تحتويه من افكار [2]

3- **نموج ديفيد بيرلو** : و هو من اهم النماذج الاتصالية التي بحثت الجانب الاتصالي في العملية الاعلامية و هو يرى (ان كل ظرف اتصالي يختلف عن اي ظرف اخر ، و لكن يمكن عزل بعض العناصر التي تشترك فيها جميع ظروف الاتصال ، و يجب ان تؤخذ هذه العناصر و العلاقات في الاعتبار حينما نحاول ان نضع نموذجا عاما للاتصال) و اركان نموذجه هي : (المصدر و الاداة التي تصنع المصدر في رموز ، و الرسالة و الوسيلة ، و اداة فك الرموز ، و مستقبل الاتصال)

4- **نموج شانون وويفر :** لا يتناول نموج شانون وويفر الاتصال البشري وحده فقط بل يركز على الاتصال الالكتروني ، غير ان العلماء الذين يهتمون بدراسة الاعلام و الاتصال و السلوك الانساني و مدى تأثيره و تأثره و انفعاله بالإعلام ، وجدوا في نموج (شانون وويفر) فائدة في وصف و تحليل السلوك الانساني و فهم محتوياته و مضامينه الانسانية من الدوافع الى الغايات ، فركزوا عليه الاهتمام و

---

[1] احمد عيساوي ، مدخل الى علوم الاعلام و الاتصال ، مرجع سابق ، ص : 38

[2] محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية ، مرجع سابق ، ص: 99

ادخلـوه فـي حقـل الدراسـات و الابحـاث الاعلاميـة و الاتصـالية و عناصـر الاتصـال في ها النموذج هي :

- مصدر المعلومات
- المرسل او الناقل
- الاشارة – مصدر التشويش
- الجهة المستقبلة
- المقصد او الوجهة [1]

5- **<u>الاتصـالات و نظريـة (x)</u> :** حيـث ان النتـائج النهائيـة لسـلوكيات الاتصـال تتسـم هنـا بعـدم الثقـة و الخـوف وسـوء الفهـم ، و يميـل العـاملون الـى النظـر بعـين الشـك الحـاد لكافة انواع الاتصالات و يتبنى المديرون السلوكيات التالية :

- اتباع معظم المديرون لاتجاه الاتصال الراسي
- يميل المديرون الى مركزية اتخاذ القرارات
- تتخذ القرارات بناء على المعلومات الغير صحيحة او الناقصة

اما سلوكيات العاملين فتتسم ب:

- الاتصال الصاعد يكون قاصرا على جماعات العمل الغير رسمية
- قلة التفاعل بين العاملين و من ثم يتولد الاحساس بالخوف
- نشـوء شـبكة مـن الاتصـالات غيـر الرسـمية لعـدم انسـياب الاتصـالات خـلال قنـوات الاتصالات الرسمية

6- **<u>الاتصـالات و نظريـة (y)</u> :** فـي ظـل تلـك النظريـة يسـود جـو مـن الثقـة و الـتفهم بـين كافـة اطـراف الاتصـال ، هـذا الـى جانـب روح الالفـة و المـودة و الصـداقة الناجمـة

[1] احمد عيساوي ، مدخل الى علوم الاعلام و الاتصال ، مرجع سابق ، ص ، ص : 38 ، 39

عن حسن الظن بالناس ، حيث ان المديرين الذي يتبنون هذه النظرية تتسم سلوكياتهم بالتالي :

- اتباع معظم المديرين لاتجاه الاتصال الصاعد و الهابط مما يتسبب في تحريك و انسياب المعلومات خلال جسر مفتوح للاتصالات
- اتباع المديرون لأسلوب اللامركزية في اتخاذ القرارات حيث تعتمد على المدخلات من كافة المستويات بالمنظمة
- الاعتماد على المعلومات الواردة من كافة المستويات الادارية بالمنظمة ما يعمل على تحسين نوعية القرارات

اما سلوكيات العاملين فتتسم بالتالي :

- خلق جو من الثقة و الامان بين العاملين لاستمرار التفاعل بينهم
- اشباع حاجات العاملين نظرا لتزايد انسياب المعلومات من خلال قنوات الاتصال الهابط
- الاقلال من اهمية وجود نظام للاتصال الصاعد و ذلك نظرا لتشجيع عملية استرجاع المعلومات و اصغاء الادارة لآراء العاملين [1].

سادسا : آثار تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة الإقتصادية

إن نجاح المؤسسة الاقتصادية اليوم أصبح يتوقف بشكل كبير على مدى قدرتها على مواكبة التغيرات المستمرة في بيئة العمل التي تعمل بها في ظل المنافسة الشديدة التي أصبحت المؤسسات تتعرض لها، على إثر الانفتاح الاقتصادي العالمي وخصوصا أمام المتغيرات التكنولوجية التي تتضمن استعمال الطرق الحديثة في عمليات الإنتاج من أجل تخفيض التكاليف وتحسين نوعية الإنتاج، مما

[1] محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية ، مرجع سابق ، ص: 84

أوجب الاهتمام بالتطور التكنولوجي، حتى أصبح مطلبا أساسيا للنهوض في ظل المتغيرات المتسارعة في بيئة العمل إن ما تمتاز به تكنولوجيا الاتصال الحديثة من سرعة في الإنجاز ودقة وكفاءة عاليتين في الأداء ومرونة في تبادل المعلومات وتداولها جعل المؤسسات الاقتصادية على اختلاف نشاطاتها، تعتمدها كمدخل من مدخلاتها، إلاّ أن هذا المدخل ساهم في تغيير جذري لأنماط العمل والتنظيم والاتصال، حيث سنحاول معرفة أهم هذه الآثار المترتبة عن تبني هذا المبتكر الجديد.

أهم التحولات في المؤسسات الاقتصادية

-التحولات في مجال التوظيف وتنظيم العمل: نتج عن ثورة الاتصالات والمعلومات تحولات مهمة في أنماط التوظيف وهيكل المهن وأسلوب أداء أسواق العمل وذلك في:

- تحولات الهياكل التنظيمية: حيث تشير بعض الدراسات أن هناك تأثيرا واضحا لاستخدام التكنولوجيا الحديثة على الهياكل التنظيمية، التي تمثل البناء أو الإطار الذي يحدد التركيب الداخلي للمؤسسة، أي يوضح تقسيم العمل أفقيا ورأسيا، والوحدات الإدارية الأساسية والفرعية المكلفة بإنجاز هذه الأعمال حيث يمكّن الحاسوب من القيام بالعمل الإداري في نطاق ضيق وفعال، فبإمكانه جمع الوحدات وخلق تكامل تنظيمي بين دوائر كثيرة من المؤسسات ومصالحها، فلكثير من الأنشطة الإدارية من التقارب ما يسمح بإدماجها في نظام الحاسوب، هذا التقارب يمكّن الموظفين من الاستفادة الكاملة من مجموعة الأنشطة في مكان واحد، استنادا إلى هذه المتغيرات التنظيمية التي يحدثها الحاسوب، فإن ذلك يفرض بالضرورة دمج أو إلغاء و استحداث بعض الأقسام أو الوحدات بالهيكل التنظيمي للمؤسسة.

– تحولات في التركيب المهني و المهاري لقوة العمل: إذ بدأنا نشهد التقليص التدريجي لفئات العمالة الماهرة لصالح الفئات المهنية والفنية الأكثر اتصالا بأساليب تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهذا ما ساهم في استبدال اسم الموظف بالتكنوقراطي و هو الشخص الذي يمارس السلطة بفضل كفاءته التقنية، وبروز رؤية العقل التكنوقراطي المعتمد على الحاسوب ، إلاّ أن هذا الأسلوب من شأنه التأثير السلبي على الشغل من خلال تقليص توظيف الأفراد، بالنسبة للمؤسسات المستفيدة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة بشكل واسع، مما يؤدي إلى فقدان عدد كبير من مناصب العمل وتفشي لبطالة، إضافة إلى أنه عند التعامل معها فإنها تحتاج إلى تدرب عليها لاكتساب عدد من المعارف والمهارات وللتمكن من تشغيلها والمحافظة عليها، وتقترح بعض الدراسات أنه بالرغم من حدوث بطالة في بعض المجالات نتيجة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال وخاصة الحاسبات الآلية، فإن الحاجة ماسة إلى ممارسين للتعامل معها مما يقلل بدوره حجم البطالة التي يمكن أن تنجم عن إحلال التقنية محل الإنسان 95 والمطلوب في هذه الحالة هو أن يعمل ممارسو التقنيات والمستفيدون متقاربين لتفادي تحولات في تنقلية العمل إذ أدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى تغيرات جذرية في مفهوم تنقلية العمل ، فلم يعد مفهوم التنقلية مرتبط بالتنقلية الجغرافية، بل أصبح هناك تنقلية مجازية للعمل على الصعيد العالمي من خلال فضاء الاتصال الإلكتروني، وبالتالي لم يعد الموقع الجغرافي سجنا للواهب والقدرات التي تستطيع المساهمة في التقسيم الدولي للعمل قد ترتب عن هذا التغير زيادة التعاون بين المؤسسات المتباعدة جغرافيا، وظهور مصطلح الجماعة المتعارضة، وتستخدم خصوصا لهذا الغرض تكنولوجيا البريد الإلكتروني والمؤتمرات عن بعد عن طريق شبكة الإنترنيت

– تحولات في عملية اتخاذ القرارات: تبين القرارات الإدارية قدرة المؤسسة الاقتصادية في تسيير شؤونها ومستقبلها، وقد عرفت عملية اتخاذ القرار بأنها عملية الاختيار الأمثل بين بدائل متاحة لحل مشكلة ما، أو لتحقيق هدف معين 99 وتحتاج عملية اتخاذ القرارات إلى عنصر مهم وهو المعلومات الصحيحة والتي وفرتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة بشكل هائل خاصة ما تلعبه شبكة الإنترنيت في توفير المعلومات نتيجة انفتاحها على العديد من الأفراد والمؤسسات، كما أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أثرت على مركزية أو لامركزية القرارات، حيث إن هناك اتجاهان متباينان حول هذه المسألة، حيث يذهب الاتجاه الأول: إلى أن استخدام حاسوب كبير في المقر المركزي –الرئيسي– يرتبط بجميع أجزاء المؤسسة بواسطة شبكة اتصالات تسمح بمركزة بعض عمليات صناعة القرار، وكذا بالعمليات التي سينجر عنها تخفيض في عدد الفروع والمخازن ومواقع العمل بينما يرى الاتجاه الثاني أن استخدام الحاسوب يؤدي إلى لامركزية أكثر، وذلك لأن شبكات الحاسوب موزعة على مواقع العمل المختلفة، مكّنت المدراء في الإدارات العليا من تحويل صلاحيات صناعة القرارات في الإدارات الوسطى 100 بناء عليه فإن النظام الآلي المعتمد على الحاسوب يشجع الاتجاهين أو النمطين معا، إما مركزية و لامركزية القرارات وللمؤسسات أن تختار النمط المناسب لسياستها ورؤيتها الخاصة، أو المزج بين الأسلوبين معا للاستفادة من مزاياها وتجنب سلبياتها

– تحولات في عملية الاتصال: إن خاصية السرعة في الأداء التي تتميز بها التقنيات الاتصالية الحديثة أدت في إحدى صورها إلى تحسين أساليب الاتصال بين الوحدات الإدارية على شكل نقل البيانات والمعلومات، سواء كان ذلك داخل المؤسسة أو خارجها، وكذلك حرية ممارسة ذلك الاتصال، حيث تحتفظ وسائط التقنية بسلامة المعلومات وسهولة انسيابها بيسر وسهولة 102 , حيث استطاعت

المؤسسات عن طريق الحاسوب الاتصال بعدد من قواعد المعلومات، داخل الإدارة أو خارجها، للحصول على المعلومات التي تهمها، ويتم ذلك خصوصا عن طريق شبكة الإنترانت الإكسترانت، وما تتيحه هذه الشبكات من المشاركة في الوقت، أو ما يطلق عليها بالمشاركة الزمنية، بمعنى أن إمكانية الوصول إلى أجهزة الإدخال والإخراج في الحاسوب المركزي متاح لعدة أشخاص في الوقت نفسه ونظرا للتأثير الكبير الذي باتت تلعبه NTIC على الاتصال المؤسساتي والمؤسسة ككل، فإن العديد من المؤسسات في العالم اليوم، تسعى إلى مواكبة واقتناء هذه التكنولوجيات، حيث اتسع الوعي العالمي بأهميتها

ودورها في بناء وتطوير المؤسسات والاقتصاديات وليس هناك حتى الآن إحصاءات خاصة لقياس حصة الاتصال من القيمة المضافة الاقتصادية، ورغم التأثير الإيجابي الكبير لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسات الاقتصادية، إلا أن لها آثار سلبية، تتلخص أساسا في تقليص توظيف الأفراد وكذا إمكانية اختراق الشبكات من خلال الدخول غير المشروع إلى قواعد البيانات للحصول على المعلومات، أو ارتكاب جرائم الفيروسات واختراقات ونشر دعاية الاهتمام أكثر بإشكالية تدريب الأفراد وتكوينهم في هذا المجال الحديث.

– تحولات على مرونة المؤسسة الاقتصادية : في ظل المحيط الجديد تغيرت النظرة للاتصالات والمعلومات، أي بصورة أشمل تم تثمين دور نظام

المعلومات هذا الأخير يشير بوضوح إلى مدى قوة تأثير تكنولوجيا الاتصال ، الجديدة، هذه لتكنولوجيا يمكن أن توفر ميزة تنافسية استراتيجية، إذا ما تم تسييرها بكفاءة وفعالية وخاصة إذا ساهمت فعلا في دعم التكامل بين الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة الاقتصادية 105 هذا سيوفر أسلوبا أو مدخلا لتطوير استراتيجيات نظم المعلومات المستندة والمتكاملة مع استراتيجية المؤسسة

الاقتصادية، حيث تقوم هذه المؤسسة بتطوير استراتيجية لتكنولوجيا الاتصال عن طريق تحديد الأثر المحتمل أولا، ثم تقييم المعلومات والنظم المطلوبة لإتمام الاستراتيجية، ومن ثمة تحديد مدى أفضلية إتمام نظم المعلومات عن طريق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأثر الاستراتيجي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على مرونة المؤسسة الاقتصادية: تعرف المرونة بأنها القدرة على الاستجابة السريعة لحدث غير متنبأ به و غير مبرمج، والذي يغير من طبيعة منتوج معين، أسلوب إنتاجه، خدمة أو حجم الطلب[1].

[1] ادم رحمون ، استخدام تكنولوجيا الاتصال و علاقتها بالفاعلية التنظيمية داخل المؤسسة الاقتصادية ، مرجع سابق ، ص ص : 270 ، 272

الفصل الثالث

الفصل الثالث

العلاقات العامة ضرورة تنظيمية و اجتماعية بالمؤسسة

تمهيد

اولا : مفهوم ونشأة العلاقات العامة

ثانيا : اسباب الاهتمام بالعلاقات العامة

ثالثا : اهداف ووظائف العلاقات العامة

رابعا : مبادئ العلاقات العامة

خامسا : مجالات العلاقات العامة

سادسا : انواع وسائل الاتصال و الاعلام المستخدمة في العلاقات العامة

سابعا : النظريات الخاصة بممارسة العلاقات العامة

تمهيد :

تعد العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية من حيث انها تعتبر من اهم الجوانب التطبيقية لعلم الاجتماع الحديث ، و باعتبار ان الانسان لا يعيش في عزلة عن الناس بل تقتضي ظروف الحياة الاتصال بالآخرين و التعاون معهم ، فتكيف الناس و الجماعات مع الواقع الاجتماعي امر مهم و ضرورة لا غنى عنها من اجل الصالح العام ، حيث تدل الدراسات و الابحاث بان العلاقات العامة كانت موجودة منذ ظهور الانسان القديم عندما طور لنفسه وسائل الاتصال المختلفة ، و هي موجودة عبر جميع الحضارات القديمة ، مثل الحضارة السومرية و البابلية و الاشورية و اليونانية و الرومانية القديمة ، و قد اشتهر الانسان في هذه الحضارات بتقنيات و مهارات الاتصال المختلفة مثل : (الخطب و الحفلات و تنظيم الانشطة و تنظيم المعارض و الفن) ، كل هذه الاحداث لها ارتباطها الوثيق بالعلاقات العامة و تعتبر جميع هذه الوسائل الانطلاقة التي بدأت منها العلاقات العامة [1]

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 15

اولا : مفهوم و نشأة العلاقات العامة :

لقد استخدمت العلاقات العامة بمعناها الحديث مع بداية القرن 20 ، حيث بدا استخدامها في محيط الاعمال التجارية و الصناعية و في كافة المؤسسات الاجتماعية و الاقتصادية و الدينية ، و عندما ادركت هذه المؤسسات انها لا يمكن ان تنجح اذا عاشت بعيدة عن الجمهور او عزلت نفسها عنه ، بذلك ظهرت الحاجة بعناية الى اهمية العلاقات العامة في توطيد العلاقة بين المؤسسات التي تمارس فيها و بين الجماهير المرتبطة بها[1]

حيث يختلط على البعض فهم المقصود بالعلاقات العامة فيعتقدون انها مجرد اعداد نشرات و اصدار كتيبات و القاء خطب و استعمال كلمات منمقة و عبارات معسولة و الواقع انها ليس صحيحا كلها يحتاجه موظف العلاقات العامة في بعض مهماته التي يقوم بها ، لكن ليست هي كل ما تقوم به ادارة العلاقات العامة .

فالعلاقات العامة ليست دعاية او تزييفا ، و النشر الذي تستعمله العلاقات العامة لا يعدوا ان يكون جانبا من جوانبها يعتمد على النقل الصادق و التعبير الدقيق و الابلاغ الامين ، بينما الجانب الاخر من العلاقات العامة يتمثل في دراسة الجماهير و التعرف على آرائها و فكارها و اتجاهاتها نحو المؤسسة ثم نقل هذه الاتجاهات الى ادارة المؤسسة ، حتى تستعين بها في تعديل سياستها و برامجها بما يتناسب مع اتجاهات هذه الجماهير مستخدمة وسائل اتصالية مجدية ، حيث اصبحت تحتاج الى متخصصين للقيام بها معدين اعداد مهنيا للقيام بهذه المسؤوليات ، و لقد كانت العلاقات توجه على الجماهير الخارجية فقط التي تتصل بالمؤسسة بصورة مباشرة او غير مباشرة ، مثل الموردين و الموزعين و المستهلكين

[1] محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية مرجع سابق ، ص: 152

في المؤسسات الاقتصادية و كانت تهمل نوعا اخر من الجماهير و هي الجماهير الداخلية ، اي العاملين داخل المؤسسة ، الا انها سرعان ما ادركت دور هذه الجماهير و اثرها في نجاح او فشل هذه المؤسسات و لذلك اصبح للعلاقات العامة نوعين من الجماهير هما الجماهير الداخلية و الجماهير الخارجية [1]

1- مفهوم العلاقات العامة :

و من ابرز المحاولات التي قدمت توضيح لمفهوم العلاقات العامة محاولة (**ادوارد روبنسون**) رئيس قسم البحوث بمعهد العلاقات العامة الامريكي ، الذي قام بدراسة تحليلية لبعض الحالات العملية التي صادفت ممارسي العلاقات العامة في عدد من المؤسسات ذات الانشطة المختلفة ، ومن خلال هذه الدراسة توصل الى حاجة العلاقات العامة الى العناصر الستة التالية :

- فهم عملية الاتصال من الناحيتين النظرية و التطبيقية ، فالاتصال هو الوظيفة الاولى لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة ، و المقصود هنا هو الاعلام الصاعد من الجماهير الى الادارة عن طريق البحوث ، و الرسائل الموجهة من المؤسسة الى الجماهير بهدف كسب التأييد و التفاهم
- معرفة الاساليب النظرية و العملية لتشكيل الاتجاهات و تغييرها ، و هذا يتطلب فهم السلوك البشري الذي يعتبر الموضوع الرئيسي للدراسات الاجتماعية و النفسية
- القدرة على التخطيط و التدريب على المهارات الادارية و التنسيق مع الاخرين ، و هذا يتطلب توافر خلفية علمية في ادارة الاعمال لدى ممارسي العلاقات العامة

---

[1] علي فلاح الضلاعين ، و اخرون ، الاعلام و العلاقات العامة ، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع ، ط 1 ، 2015 ، ص: 87

- ضـرورة رفـع العلاقـات العامـة الـى مسـتوى الادارة العليـا ، فبـرامج العلاقـات العامـة لابـد ان تكـون متسـقة مـع سياسـات المؤسسـة ، كمـا ان سياسـات المؤسسـة يجـب ان تلتقـي مـع مصـالح الجمـاهير المختلفـة ، و التـي يجـب ان تحـدد مـن خـلال بحوث العلاقات العامة

- اهميـة العنصـر الاخلاقـي فـي ممارسـة انشـطة العلاقـات العامـة ، و هـذا يتضـمن الفلسـفة العامـة للمنظمـة ، و احساسـها بمسـؤوليتها الاجتماعيـة ، و التزامهـا الصدق فيما يصدر عنها من معلومات

- ضـرورة التعـرف علـى رجـع الصـدى لأنشـطة العلاقـات العامـة لتقـويم مـدى فعاليتهـا فـي تحقيـق الاهـداف و التغلـب علـى المشـكلات التـي تتعامـل معهـا ، و قـد استخلص (**روبنسون**) التعريف التالي للعلاقات العامة :

العلاقات العامة كعلم اجتماعي و سلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن :

- قياس و تقويم و تفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة
- مسـاعدة الادارة فـي تحديـد الاهـداف الراميـة الـى زيـادة التفـاهم و الوفـاق بـين المنظمـة و جماهيرهـا ، و قبـول هـذه الجمـاهير لمنتجـات المنظمـة و خططهـا و سياستها و الافراد العاملين بها
- تحقيـق التـوازن بـين اهـداف المنظمـة و اهـداف و مصـالح و احتياجـات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها
- تخطيط و تنفيذ و تقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير و تفاهمها [1]

امـا مجلـة اخبـار العلاقـات العامـة فتقـول بانهـا وظيفـة اداريـة فـي تقيـيم الاتجاهـات العامـة و تحديـد السياسـات و الاسـاليب التـي يتبعهـا الفـرد او المنظمـة مـع الجمهـور ذي العلاقـة ، و تخطـيط و تنفيـذ بـرامج العمـل اللازمـة للحصـول علـى تفهـم و تقبـل

[1] منـى الحديـدي ، شـريف درويـش اللبـان ، فنـون الاتصـال و الاعـلام المتخصـص ، مرجـع سـابق ص، ص: 29 ، 30

الجهـود [1] ، و تعـرف كـذلك علـى انهـا وظيفـة الادارة التـي تقـوم بتقـويم اتجاهـات الجمهـور ، و ربـط سياسـات و اعمـال فـرد او منشـاة مـع الصـالح العـام و بتنفيـذ برنامج لكسب تأييد الجمهور و تفاهمه [2]

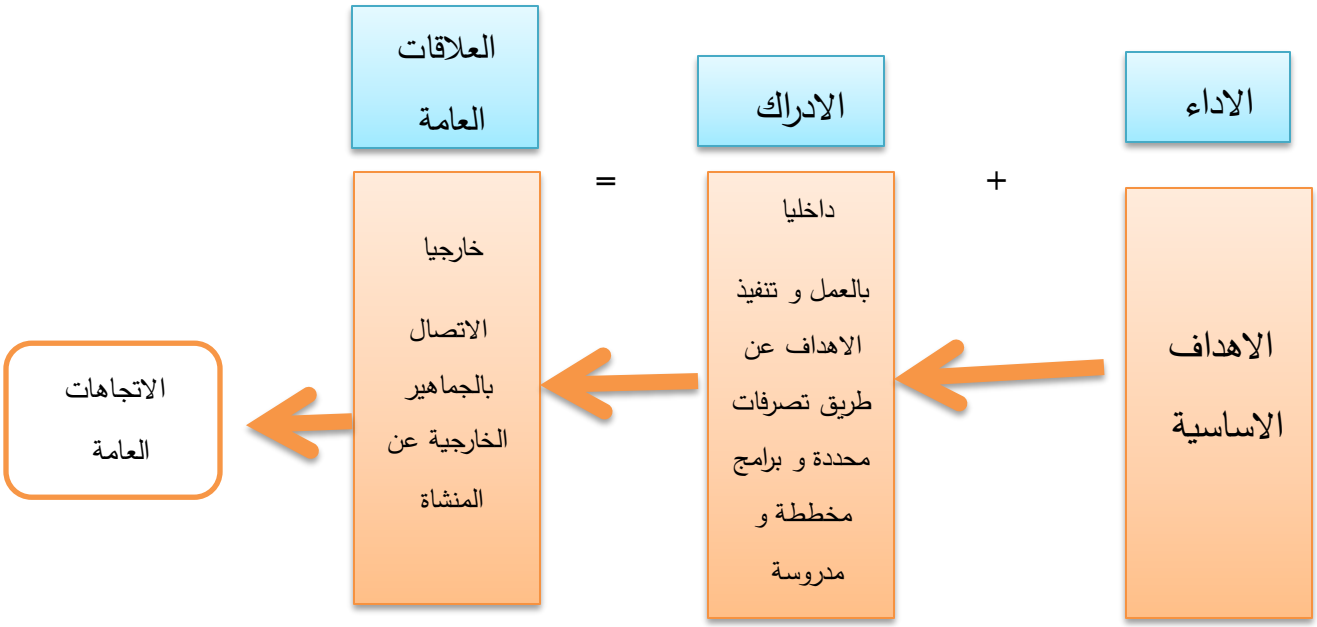
- و هـي التـرويج لإيجـاد نـوع مـن الصـلات القويـة بـين الشـخص و الشـركة او المؤسسـة و الاشـخاص الاخـرين او المجتمـع بصـفة عامـة مـن خـلال الاتصـالات المسـتمرة و تعبـر الاحـداث و التفاعـل بـين الافـراد و الجماعـات ، ثـم تقيـيم ردود الفعـل الناتجـة عـن هـذا الاتصـال و التفاعـل ، كمـا يتوقـف نمـو هـذا المفهـوم لـدى الفـرد و ادارة المنظمـة مـن خـلال الفهـم و الشـعور الـودي و التبـادلي الممكـن تحقيقـه بينهمـا أ و كـذلك الاسلوب المتبع في تحقيق هذا الفهم و ذلك الشعور
- و فـي تعريـف اخـر : هـي العمـل المسـتمر لتوجيـه السياسـات و الخـدمات و الاعمـال المتصـلة للأفـراد و الجماعـات التـي تسـعى المؤسسـة للحصـول علـى ثقـتهم ، و كـذلك شـرح هـذه السياسـات و الخـدمات و الاعمـال لضـمان فهمهـا و تقـديرها ، و التصـور لمفهوم العلاقات العامة يأخذ الشكل التالي :

---

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة و العولمة ، مرجع سابق ، ص: 32

[2] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 37

شكل رقم 03: يوضح التصور العام للعلاقات العامة



المصدر : علي فلاح الضلاعين ، و اخرون ، الاعلام و العلاقات العامة ،مرجع سابق ، ص: 91

2- جذور و نشأة العلاقات العامة:

ان علم العلاقات العامة ليس بالعلم الجديد بل مارسته المجتمعات البشرية و الدول و الامم الغابرة و الحضارات البائدة ، اذ يحدثنا التاريخ عن مجموعة متشابكة من العلاقات الداخلية و الخارجية بين الشعوب و الدول ، و تركت لنا الحضارات السابقة وثائق كبيرة تكشف عن معاهدات و اتفاقيات و حروب و معارك و تبادل تجاري و نشاط اقتصادي و ارسال سفراء و رسل و ممثلين فيما بينها ، و ذلك يستوجب وجود علاقات متبادلة تصاغ بين الطرفين او مجموعة اطراف حسب مصالحها و ظروفها [1]

[1] صلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة و الاعلام الاسلامي ، منتدى المعارف ، ط 1 ، بيروت ، 2010 ، ص:31

اما جذور العلاقات العامة بصيغتها الحديثة و تسميتها تعود الى عام 1802 ، فقد استخدمها الرئيس الامريكي **توماس جيفيرسون** ثالث رئيس للولايات المتحدة الامريكية في رسالة بعث بها الى الكونغرس الامريكي دعاه فيها الى العمل من اجل مصلحة الولايات المتحدة الامريكية و الالتزام بالدستور الامريكي ، و عدم حجب الحقائق عن الشعب ، و السعي لتثمين علاقات الولايات المتحدة الامريكية على اسس العدالة و المساواة ، كما طلب من اعضاء الكونغرس ان يكونوا على قدر عل من المسؤولية في التعامل مع قضايا الشعب و همومه [1]

وقد زاد استخدام مفهوم العلاقات العامة بمفهومها الحديث الى اعقاب الحرب العالمية الاولى ، فعندما اندلعت هذه الحرب لم يكن لدى الجمهور في مختلف البلاد التي تعرضت لويلات الحرب الوعي الكافي بظروف الحرب ، و كان لابد من العمل على مساعدتها في التكيف و اشراكها في المجهود الحربي و زاد اهتمامها عن طريق الاقناع و الاستمالة و الارشاد ايضا عن طريق الإعلام ، و يرى **ادوارد برنز** ان تاريخ العلاقات العامة الحديثة يمكن ان نقسمه الى مراحل و هي كالتالي :

1- **<u>المرحلة الاولى</u>** : تبدا من سنة 1990 الى قيام الحرب العالمية الاولى سنة 1914 و قد اعتبرها برنز مرحلة اعداد و تخصيب

2- **<u>المرحلة الثانية :</u>** و تشمل سنوات الحرب العالمية الاولى كلها ، و تتميز هذه المرحلة بظهور النشاط الحكومي الملموس في مجال العلاقات العامة ، حيث ظهر ذلك واضحا في الكثير من البلاد التي كانت فيها الحرب ، و من ابرز الدول اهتماما الولايات المتحدة الامريكية ، حيث قامت بدراسة الراي العام و معرفة مقوماته و كيفية التأثير فيه و يمكن حشده و الوصول على تأييده ، و لقد لجات

---

[1] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 11

الولايات المتحدة في ذلك الى قياس الراي العام و اعداده و توجيهه ، لذلك يمكن القول بان العلاقات العامة في هذه المرحلة قد اتسمت بسمات اخلاقية و اجتماعية و نفسية تقوم على احترام الفرد و احترام مكانته العقلية ، و البعد عن الارهاب و التضليل ، و ان يكون التأثير في الافراد و الجماعات قائما على اساس الصراحة و الوضوح و المساعدة الظاهرة

3- **المرحلة الثالثة** : فهي تقع في الفترة ما بين 1919 و 1929 ، و هي في نظر **برنز** مرحلة نمو بسبب قوة الدفع التي انطلقت ابان الحرب ، و تتميز هذه المرحلة بازدهار واضح في اساليب العلاقات العامة ، و ظهرت الاصول الفنية و المنهج العلمي في العلاقات العامة بفضل جهود **ايفي لي** و **ادوارد برنز**

4- **المرحلة الرابعة :** و هي في عام 1939 ، و هو عام الازمة الاقتصادية العالمية التي مرّ بالعالم ، حيث ادى هذا الانهيار الاقتصادي الى تدهور مجال العلاقات العامة ، لان العلاقات تحتاج الى ميزانية لتعمل بها ، و بعدها كانت الحرب العالمية الثانية التي ادت الى ابراز دور العلاقات العامة و ظهورها حتى يومنا هذا ، اصبح للعلاقات العامة مفهوم مستقل بها من عام 1938 ، فكان الحديث عن العلاقات العامة لا يخلو منه أي مؤتمر يعقد في ذلك الوقت ، كانت معظم الصحف و المجلات تقريبا تتناول هذا الموضوع و تبين اهميته ، و كانت اجتماعات مجلس الادارة تتناول ايضا و بإسهاب موضوع قوة العلاقات العامة و تأثيرها ،و خلال هذه الفترة ايضا تم انشاء جمعية العلاقات العامة الامريكية و المعهد البريطاني للعلاقات العامة في عام 1948 ، و جمعية العلاقات العامة الدولية في عام 1955 ، و في فرنسا تكونت جمعية العلاقات العامة عام 1949 و في استراليا بدا نشاط العلاقات العامة في عام 1950 ، و في بلجيكا عام 1952 ، و في ايطاليا عام 1954 ، و في هذه الفترة بذلت محاولات لوضع قوانين تحكم هذه المهنة و تحدد قواعد العمل بها ، و ذلك نجد

ان نـم العلاقـات العامـة فـي الولايـات المتحـدة الامريكيـة قـد واكبـه نمـو مماثـل فـي الـدول الاوروبيـة الصـناعية التـي عاشـت فـي ظـروف اشـبه بـالتي عاشـتها الولايـات المتحـدة الأمريكيـة و اسـتفادت مـن التجربـة الامريكيـة فـي هـذا المجـال ، و لقـد بـدأت العلاقـات العامـة الحديثـة كنشـاط تمارسـه المؤسسـات كفـرع مـن فـروع العلـوم الاجتماعيـة و الاداريـة التطبيقيـة تنمـو نمـوا متسـارعا منـذ بدايـة القـرن الحـالي حتـى الان بسـبب التطـور الثقـافي و التقنـي الحـديث و مـا سـببه مـن تعقيـد متزايـد فـي العمـل و الانتـاج و تطـورات الادارة بسـبب الاهتمـام بـالفرد و التعمـق فـي دراسـة المـؤثرات المتعلقـة بتصـرفات الانسـان و سـلوكه ممـا جعـل العلاقـات العامـة فلسـفة اجتماعيـة تهـدف الـى معالجـة مشـاكل الانسـان فـي المجتمـع الحـديث ، و لـيس فقـط النشـاط الـذي تمارسـه المنظمـة لإقامـة التفـاهم المتبـادل مـع الجمهـور و المحافظـة عليـه ، و لا يوجـد تعـارض بـين مفهـوم هـذين النشـاطين ، بـل يطـور احـدهما الاخـر ، و يوسـعه و يجـب ان نؤكـد ان العنصـر البشـري هـو الاسـاس فـي تنفيـذ سياسـة المؤسسـة و حفظهـا ، و الـذي تقـوم علـى اكتافـه مسـؤولية انجـاح استراتيجيتها من خلال العلاقات العامة [1].

ثانيا : اسباب الاهتمام بالعلاقات العامة :

هناك اسباب عديدة وراء الاهتمام بالعلاقات العامة ابرزها :

1- ظهـور الحكومـات المركزيـة فـي الولايـات المتحـدة الامريكيـة و اوروبـا و زيـادة الاهتمـام بـالراي العـام و انتشـار الديمقراطيـة ، لان ظهـور هـذه الحكومـات و سياسـتها ادى لحاجتهـا للمزيـد مـن الشـرح لهـذه السياسـات حتـى تسـتطيع اقنـاع الـراي العـام و تجنب الاحزاب المعارضة .

[1] خزيم سالم خالدي ، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة ، منظور حديث ، مرجع سابق ، ص –ص: 3 ، 5

2- زيادة الوعي الجماهيري بسبب انتشار التعلم ، لان الجمهور بذلك اصبح يزيد الطلب على المعلومات و بزيادات الطلب على تحسين المعلومات مما ادى بالحكومات للحاجة للعلاقات العامة لتقديم و تحسين هذه المطالب

3- النمو الاقتصادي المتزايد و ظاهرة الانتاج الكبير ، حيث ادى التطور التكنولوجي و الصناعي الى ظهور نشاطات عدة تتطلب اسواقا للتصريف و لإقناع الجماهير بالمنتج

4- تغير التركيبة السكانية بمعظم الدول ، حيث في بعض الدول نجد هجرة الريف للمدن و ترك مهن الاباء و الاتجاه للمهن الحديثة [1]

- **ثالثا : اهداف ووظائف العلاقات العامة :**

1- اهداف العلاقات العامة :

ان وضوح الاهداف يعتبر من الأهمية بالنسبة لأية مؤسسة تسعى الى احراز النجاحات في اعمالها ، لان ذلك يمكنها من تحديد الوسيلة المناسبة في بلوغ تلك الاهداف و التي يجب ان تكون واضحة و سهلة الفهم و مكتوبة وواقعية و قابلة للتعديل و القياس و التقسيم ، و اهداف العلاقات العامة كأهداف أي نشاط تتطلب الواقعية و الوضوح ، كما انها ترتبط ارتباطا قويا بأهداف المؤسسة او الدولة و يمكن ذكر بعض اهداف العلاقات العامة فيما يلي :

- تدعيم التعاون المستمر بين المؤسسة و المؤسسات الاخرى المرتبطة معها بصلات العمل
- توثيق الصلة مع الاجهزة الاعلامية المركزية ووكالات الاعلان و المجلات و الصحف و القيام بإعداد و اصدار النشرات و الكراسات الاعلامية و الملصقات الجدارية و اصدار مجلة دورية

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 34

- متابعة ما ينشر من شكاوى و انتقادات و اقتراحات حول المنظمات و الشركات و العمل على دراستها و تحليلها و ازالة اسبابها و تجاوزها بالتعاون و التنسيق مع الجهات الاخرى و تنشر الاجابة عليها اعلاميا بأمانة و صدق.
- اعداد و تنظيم الوفود و برامج زيارتهم و اظهار المؤسسة بالمستوى اللائق امام الوفود و الزوار ، و اعداد متطلبات ضيافتهم و تسهيل مهمة الخبراء و الزوار و الباحثين الذين يزورون المؤسسة لأعمال تخدم المصلحة العامة و البحث العلمي
- ترجمة النشرات و الابحاث ذات العلاقة بنشاط المؤسسة
- تنظيم مكتبة المؤسسة و الاشراف عليها و الاهتمام بالأرشيف الاعلامي
- اعداد متطلبات عقد الاتفاقيات و حفظها و متابعة تنفيذها ضمن جدول زمني محدد
- الاشراف على القيام بمعارض و المتاحف و الاعداد لمشاركة المؤسسة بالمعارض المحلية و الدولية لعرض خدمات و انشطة المؤسسة و عرض الافلام السنيمائية عن نشاط المؤسسة و خدماتها
- رعاية العاملين بالمؤسسة و توفير الخدمات الداخلية لهم من برامج اجتماعية و ترفيهية و رياضية و التضامن الاسري و العلاج الطبي
- تدعيم العلاقات الداخلية بين ادارة المؤسسة و العاملين فيها و رفع الروح المعنوية و كسب ثقتهم و تعاونهم و تنمية اسباب هذا التفاهم و توعيتهم لزيادة كفاءة الآراء
- اقامة الاحتفالات بالمناسبات الدينية و القومية و الوطنية و الأعياد بالتنسيق مع الجهات الاخرى [1]
- تحقيق التوافق بين كافة اهداف ذوي العلاقة و المرتبطين بالمؤسسة سواء اكانوا موردين او مستهلكين او موزعين ، و بنوك ، و المجتمع المحلي و الهيئات الحكومية و التشريعية من جهة و بين اهدا المؤسسة

[1] علي فلاح الضلاعين ، و اخرون ، الاعلام و العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص،ص : 102 ، 103

- المساهمة في انشطة المجتمع المحلية و التي تؤكد انتساب هذه المؤسسة للمجتمع و تؤكد تفاعلها مع افراده و مؤسساته عن طريق تمويل الانشطة الثقافية و الرياضية و الاجتماعية و بناء المدارس و المستشفيات و در العبادة و الاندية و غيرها [1]

2- وظائف العلاقات العامة :

من اجل مواجهة المشكلات و الازمات للعلاقات العامة مجموعة من الوظائف و هي :

1- **البحث العلمي** : و يتضمن دراسة الآراء و الاتجاهات و ردود افعال الجماهير تجاه المؤسسة و قراراتها ، حيث ان وظيفة البحث العلمي تجيب عن سؤال : ما هي المشكلات التي تواجهها المؤسسة ؟

2- **التخطيط :** و يشمل عملية تضمين سياسات المؤسسة و برامجها بما توصل اليه البحث العلمي من اراء و اتجاهات و ردود افعال من قلب الجماهير ، ووضعها في شكل برامج و نشاطات و خطط تأخذ في الاعتبار المصالح المشتركة للمؤسسة و الجماهير على حد سواء ، و تجيب هذه الوظيفة عن سؤال : ما الذي تم فعله ؟ و لماذا ؟

3- **التقييم** : و تشمل تقييم النتائج التي وصلت اليها الخطط و البرامج و درجة فاعليتها بشكل عام ، اضافة الى درجة فاعلية الاساليب و الادوات المستخدمة ، و تجيب هه الوظيفة عن سؤال : ما الذي تحقق ؟ [2] .

4- **الاتصال** : الاتصال هو وسيلة لتنفيذ الخطة ، و هذا يتطلب ابتكار الادارة وسائل نقل الخطة للواقع و الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات ، وقد تكون رسالة شفهية او مكتوبة او صورة او حتى اشارة ، و

---

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة و العولمة ، مرجع سابق ، ص: 36

[2] صلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة و الاعلام الاسلامي ، مرجع سابق ، ص، ص: 41 ، 42

الاتصالات ليست في اتجاه واحد ، اي ان العملية لا تقتصر على ارسال الرسالة و استلامها ، بل ادراك مستلمها لفحواها و مكنونها ، حيث يتم الاتصال بين ادارة العلاقات العامة مع الادارات المختلفة و كذلك مع المؤسسات المختلفة بالمجتمع ، و كذلك الاتصال بالمسؤولين و قادة الراي لربط المؤسسة بالمجتمع و ابراز صورتها الطيبة و موقعها و اهميتها في خدمة الجمهور

5- **التنسيق** : تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر المهمة في العلاقات العامة ، حيث يتم التنسيق بين ادارة العلاقات العامة و الادارات الاخرى داخل المؤسسة ، و لابد من التنسيق المستمر مع هيئات المجتمع المحلي و الهيئات التي تماثلها و المراكز الاعلامية و تقوم كذلك بتامين الاتصال الاعلامي اللازم مع الهيئات و المؤسسات الاعلامية لنقل صورة المؤسسة و نشاطاتها المختلفة ووظيفتها في خدمة المجتمع [1].

و اضافة لهذه الوظائف نضيف :

1- قياس و تقييم و شرح اتجاهات الجماهير التي لها صلة بالمؤسسة

2- مساعدة الادارة في تحديد الاهداف الرامية الى زيادة التفاهم بين المؤسسة و جماهيرها لتجعلها راضية عن منتجات المؤسسة و سياساتها و العاملين بها

3- تحقيق التوازن بين اهداف المنظمة او المؤسسة و اهداف و مصالح و رغبات و احتياجات الجماهير المختلفة التي لها علاقة بالمؤسسة

4- تخطيط و تنفيذ برامج العلاقات العامة للاطمئنان على انها تؤدي الى تفاهم الجماهير و قبولهم

---

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 40

5- تزويد المشروع بكافة التطورات التي تحدث بين المستويات الادارية المختلفة تحسين العلاقات بين الادارة و العاملين و العمل على تطوير شعور العاملين بالانتماء للمؤسسة عن طريق تفهم مشاكلهم و المساهمة في حلها [1]

رابعا : مبادئ العلاقات العامة :

هناك عدد من المبادئ و الركائز التي يسترشد بها المشتغلون بالعلاقات العامة و تتلخص هذه الاسس في الاتي :

1- البدء من داخل المؤسسة و العمل على ايجاد تفاهم متبادل بين المؤسسة و جميع العاملين بها ، و العمل على تماسك الجمهور الداخلي و تدعيم روح الجماعة و التعاون داخل المؤسسة [2] ، باعتبار ان الجمهور الداخلي لأي منظمة او هيئة يعتبر هو الجهاز التنفيذي لسياستها ، لذلك كان نجاح المنظمات في سياستها يتوقف بدرجة كبيرة على الكفاءة التي يتمتع بها الجهاز التنفيذي ، و مدى ايمانه بالمنظمة التي يعمل فيها و ينتمي اليها ، و من هنا لا تستطيع المنظمة الحصول على رضا الجمهور الخارجي ، الا اذا حازت على رضا الجمهور الداخلي من ناحية التدريب و الضمان الصحي و الترقية و العلاوات ، الى غير ذلك من الامور التي تؤدي الى رضا الجمهور الداخلي [3]

2- مراعاة الصدق و الامانة في شرح ما يصدر عن المؤسسة حرصا على كسب ثقة الجمهور و رضاه حتى تنجح المؤسسة و تدوم طويلا

3- التمسك بالأسلوب المهني و التمسك بأهداف العدل و اتساق القول و العمل و اتباع المبادئ و القيم الاخلاقية الرفيعة في كل التصرفات

---

[1] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 39

[2] علي فلاح الضلاعين ، و اخرون ، الاعلام و العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص، ص: 107

[3] خزيم سالم خالدي ، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة ، منظور حديث ، مرجع سابق ، ص : 06

4- الابتعاد عن اتخاذ موقف دفاعي عن تغطية المساوئ و اوجه التعقيد لان ذلك يضرب ستارا من التضليل و يحجب الحقيقة ة يعرقل وضوح الرؤية

5- اظهار الحقائق في صراحة ووضوح حرصا على كسب ثقة الجمهور ، و ذلك لان اخفاء الحقائق اذا نجح بعض الوقت فان هذا النجاح مؤقت و سرعان ما تتكشف الحقيقة و يفقد الجمهور ثقته في المؤسسة ، كذلك فان اخفاء الحقائق يترك المجال للصائدين في الماء العكر الى نشر الاشاعات و الاخبار الكاذبة التي تضر بالصالح العام للمؤسسة و بلبلة افكار جماهيرها

6- المساهمة في رفاهية المجتمع و تقدم افراده اكثر من مجرد تحقيق اكبر كسب مادي ، و هذا يعمل على كسب تأييد الجمهور داخل المؤسسة و خارجها

7- التعاون مع المؤسسات الاخرى و الاتفاق على الخطوط العريضة في محيط العلاقات العامة حتى تتحقق لها جميعا النجاح

8- اتباع مناهج البحث العلمي المبنية على المنطق و التحليل الموضوعي في حل أي مشكلة حتى يمكن الوصول الى قرار سليم مبني على الواقع [1] .

9- اهمية العنصر الاخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة ، و هذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة و احساسها بمسؤولياتها الاجتماعية و التزامها الصدق ، فيما يصد عنها من معلومات ، و كذلك قيامها على تنمية الثقة و الاحترام المتبادل بين الطرفين (المؤسسة و جمهورها)

10- يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيس بالراي العام حيث دون وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة ، فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الراي العام على اساس من الحقيقة و الصدق لكسب تعاطفه و ثقته ، فعندما يكون

---

[1] علي فلاح الضلاعين ، و اخرون ، الاعلام و العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص، ص: 107 ، 108

للـراي العـام قيمتـه و اهميتـه بالنسـبة لإدارة المؤسسـة يمكـن للعلاقـات العامـة ان تـؤدي دورها بشكل فعال و ناجح [1]

خامسا : مجالات العلاقات العامة :

نتيجـة للتقـدم الـذي قـد حـازت عليـه العلاقـات العامـة فـي جميـع المجـالات و فـي كثيـر من الهيئات و المؤسسات ، يمكن توضيح بعض المجالات في الاتي :

اولا : الميدان الاقتصادي :

تقـوم المؤسسـة الاقتصـادية التـي تهـدف الـى تحقيـق الـربح بإنشـاء قسـم خـاص لإدارة العلاقـات العامـة يراسـه عـادة مـدير متخصـص ، حتـى و ان بعـض مـديري الشـركات العامة يختارون الان من بين خبراء و اخصائي العلاقات العامة .

ثانيا : الميدان الاجتماعي :

بـدأت المؤسسـات الاجتماعيـة فـي الاهتمـام بالعلاقـات العامـة علـى الـرغم مـن معظمهـم لا يعتمـد علـى الخبـراء لتنفيـذ خطـط العلاقـات العامـة و تكتفـي بإسـناد العلاقات العامة الى مديري المؤسسات

ثالثا : الميدان السياسي و الاداري :

تطـورت العلاقـات العامـة فـي هـذا الميـدان تطـورا كبيـرا حتـى اصـبح لهـا ادارات فـي معظـم الـوزارات ، و تقـوم هـذه الإدارة بعمليـة الـربط بـين الـوزرات و الجمـاهير .. و ان اجهـزة العمـل الاداري ترتكـب غلطـة العمـر اذا مـا تصـورت ان اجهزتهـا الكبيـرة غايـة فـي ذاتهـا ... ان هـذه الاجهـزة ليسـت الا وسـائل لتنظـيم الخدمـة و ضـمان وصـولها على نحو سليم الى الجماعية .

رابعا : الميدان الدولي :

---

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 49

تستعمل العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية و يتوقف نجاح هذه المؤتمرات على قوة برامج العلاقات العامة ، حيث ان التفاهم و الثقة المتبادلة بين هذه الدول عن طريق مندوبيهم خطوة ايجابية نحو السلم العالمي و التفاهم الدولي ، وازاء هذه الاهمية و الدور الكبير ، برزات و ازدادت اهمية العلاقات العامة دوليا [1]

سادسا : انواع وسائل الاتصال و الاعلام المستعملة من قبل العلاقات العامة :

1- المطبوعات ، الصحف المجانية ، الصحف الوطنية ، الصحف التجارية ، المجلدات او المجلات المختصة ، كتب سنوية او نشرات دورية

2- اجهزة الرؤية المختلفة : مثل افلام وثائقية ، سلايدات ، افلام فيديو ، ديسكات فيديو

3- الراديو ، محطات مختلفة و برامج مختلفة

4- التلفزيون محطات وبرامج مختلفة

5- مواد مطبوعة ، مثل مطبوعات تثقيفية اعلامية

6- المعارض : معرض العلاقات العامة الخاصة ، معارض خارجية (خارج القطر)

7- كتب خاصة مكفولة ، اما عن هدف الشركة ، و اما خرائط و دلائل سياحية ، و اما خرائط طرق

8- البريد الفوري ، رسائل خاصة و شخصية يمكن ان تحمل اخبار علاقات عامة عن الشركة موجهة لأشخاص محددين من الجمهور

9- كلمة الفم ، اما وجها لوجه واما عبر التلفون من قبل موظف العلاقات العامة مع عدد من الجمهور

---

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة و العولمة ، مرجع سابق ، ص: 17

10- المجلات الداخلية ، و هي مطبوعة داخلية و خاصة مجانية موجهة للموظفين في كافة الاقسام و الفروع ، تتحدث عن تاريخ الشركة او المؤسسة و منجزاتها و اقسامها و بعض كتابات و اشتراكات من قبل الموظفين ، المكافآت الممنوحة للمتفوقين في العمل ، هذا النوع من الاعلام قد لاقى نجاحا باهرا في السنوات الاخيرة في المملكة المتحدة لما له من اهمية في مساعدة الموظفين بمعرفة شركتهم و منجزاتها بشكل افضل ، و حافزا لهم على الابداع و العمل الجاد

11- طريقة التعريف الموحد للشركة الذي يحدد الصفحة الخاصة للشركة ، و يميزها عن غيرها و ذلك يمكن باستعمال شعارات خاصة او مطبوعات خاصة [1]

سابعا : النظريات الخاصة بممارسة العلاقات العامة :

1- **نظرية النظم** :

و يطلق على هذه النظرية ب (نظرية التكيف و التوافق) فهي تعتبر ان المنظمة تمثل نظاما في حد ذاتها ، و تتكون من مجموعة من الانظمة الفرعية ، و في نفس الوقت تعتبر المنظمة ككل نظاما فرعيا من نظام اكبر يمثل مكونات البيئة الخارجية الي تؤثر و تتأثر بهذه المنظمة ، ووفقا لهذه النظرية تعمل المنظمة في بيئة متغيرة ، و هي تحتاج الى توفير مصادر تمويل تعزز من قدرتها التنافسية ، و تقلل من التهديدات التي تؤثر على بقائها ، و يكمن دور العلاقات العامة وفقا هذه النظرية في الاضطلاع بعدة مهام :

1- المراقبة : و تعني رصد ما يحدث من تطورات و احداث و جمع معلومات عن التحديات التي يمكن ان تواجه المنظمة و الفرص المحتملة التي يمكن الاستفادة منها

[1] علي فلاح الضلاعين ، و اخرون ، الاعلام و العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص،ص : 171 ، 172

2- التفسير : و يعني القدرة على استقطاب و فهم و تفسير المعلومات التي تم جمعها لوضع اولويات القضايا و الجماهير و كذلك توقع اتجاهات التغير لتحديد ما يمكن ان يساعد المنظمة و يقدم لها فرضا ، او يؤثر عليها سلبا و يمثل لها التحديات

3- تقديم المشورة و المقصود بها التحذير من المشكلات الموجودة في البيئة و مساعدة المنظمة في الاستجابة لهذه المشكلات من خلال تقديم مقترحات موضوعية للإدارة بما ينعكس في انشطة ملموسة ، و ما تقدم بوضوح ان المنظمة لا تعمل في فراغ و انما تحتاج الى بحث مستمر لفهم المتغيرات البيئية المترتبة عليها ، و يبدو انه كلما كانت البيئة مضطربة و غير مستقرة كان هناك حاجة ضرورية الى علاقات عامة فاعلة و مرنة ، يمكنها التنبؤ بسلوك المنظمة في النظام الكبير ، اي البيئة المحيطة

2- النظرية الموقفية :

و ترتكز هذه النظرية على الجماهير الاساسية التي تؤثر على نجاح او فشل المؤسسة ووفقا لهذه النظرية ينقسم الجمهور طبقا لسلوكه الى ثلاث استجابات تتراوح بين المشاركة الكاملة ، و المشاركة في حل المشكلة ، الى المشاركة السلبية ، و يمكن القول بان هذه النظرية تقدم رؤية استراتيجية لإدارة العلاقات العامة ، يمكن من خلالها تقسيم البيئة الخارجية الى مجموعات ثلاث : الاولى التي لا تهم المؤسسة ، و الثانية التي لها علاقة بالمؤسسة ، و لكن ليست بمستوى الوعي الذي يدفعها للمشاركة ، و اخيرا الجماعات النشطة

و هذا التقسيم يمكن ادارة العلاقات العامة من فهم و تفسير الجماهير المختلفة ، في الوقت نفسه يمكن ادارة العلاقات العامة من تحديد الجمهور الخاص بكل موقف او قضية ، ومن ثم تحديد الاستراتيجيات و البرامج الاتصالية التي تساعد في بناء علاقات جديدة و تبادل المصالح مع هذه الجماهير

- **نظرية الحوار :**

يعود مفهوم الحوار الى قيام المنظمة بالاتصال بجماهيرها الاساسية لمناقشة القضايا المختلفة ، و تعد هذه النظرية تطويرا للنموذج الرابع من نماذج (**جرونج**) و هو النموذج المتماثل او المتوازن ، و قد دعم مفهوم الحوار في العلاقات العامة التحول من التركيز على ادارة الاتصال الى التأكيد على الاتصال على الاتصال كأداة للتفاوض حول العلاقات بيم منظمة ما و جماهيرها

و قد اوضح (**بيرسون**) اهمية الحوار في العلاقات العامة و بناء نظام لهذا الحوار يمكن من خلاله تحقيق التفاهم بين المنظمة و جماهيرها بدلا من سياسات الحديث من طريق واحد [1]

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 334

الفصل الرابع

الفصل الرابع

اهمية العملية الاتصالية في العلاقات العامة

تمهيد

اولا : مفهوم الاتصال للعلاقات العامة

ثانيا : اسس الاتصال المؤثر في العلاقات العامة بالمنظمة

ثالثا :اهداف الاتصال للعلاقات العامة بالمنظمة

رابعا : استخدام الانترنيت كوسيلة اتصالية في العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي

خامسا : العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي

سادسا : المؤهلات الاتصالية لرجل العلاقات العامة

تمهيد :

يعد الاتصال و تبادل المعلومات في منزلة هامة و ضرورية للغاية بالنسبة للعملية الادارية بوظائفها المختلفة ، من تخطيط و تنظيم و توجيه و رقابة ، حيث لا يمكن للمدير ان يقوم باي وظيفة من هذه الوظائف دون الاعتماد على المعلومات و الارشادات و التوجيهات و الاوامر ، و يكفي ان نتذكر ان عملية صنع القرار هي جوهر العملية الادارية كلها ، و ان هذه العملية تتوقف على كمية و سلامة المعلومات التي تتاح لصانع القرار في اي مستوى من المستويات الادارية ، و ان هذه المعلومات لا يمكن توفرها الا من خلال عمليات الاتصال مهما كان نوعها او شكلها ، و ان وجود معلومات لدى صناع القرار تمكنه من اتخاذ قرارات سليمة و مناسبة في المواقف الادارية المختلفة ، ومن هنا تبدو اهمية و خطورة العملية الاتصالية في الادارة واضحة و جلية ، حيث انه من خلال هذا يتيسر انتقال المعلومات الى مراكز صنع القرار في المؤسسات ، و بدونها فان حياة المؤسسات كلها تصبح مهددة بالجمود و الفناء [1]

[1] معن محمود عياصرة ، مروان محمد بني احمد ، القيادة و الرقابة و الاتصال الاداري ، دار الحامد ، عمان ، 2007 ، ص: 161

اولا : مفهوم الاتصال للعلاقات العامة :

يعتبر الاتصال و سيلة لتنفيذ الخطة و ها يتطلب ابتكار الادارة وسائل نقل الخطة للواقع ، و الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات ، و قد تكون رسالة شفهية او مكتوبة او صورة او حتى اشارة ، و الاتصالات ليست في اتجاه واحد ، اي ان العملية لا تقتصر على ارسال الرسالة في اتجاه واحد و استلامها ، بل ادراك مستلمها لفحواها ، حيث يتم الاتصال بين ادارة العلاقات العامة مع الادارات المختلفة و كذلك المؤسسات المختلفة في المجتمع ، و كذلك الاتصال بالمسؤولين و قادة الراي لربط المؤسسة بالمجتمع و ابراز صورتها الطيبة و موقعها و اهميتها في خدمة الجمهور[1]

و في اطار العلاقات العامة يعرف الاتصال بانه عملية توصيل الافكار و والمعلومات و الحقائق من و الى الجماهير بهدف التأثير فيها بالاتجاه الذي يتضمن تأييدها للمنظمة و تفهمها لها ، و بالتالي التعامل معها بشكل فعال[2] .

حيث انه و في هذه المرحلة يبدا الفعل الاتصال و الذي يعتمد بشكل اساس على النشاطات العامة في الاتصال بالجمهور من خلال الكتيبات و البوسترات و المطويات و الاعلانات و الافلام ، و عروض الشرائح و اللقاءات و الاجتماعات ، و تعد مرحلة الاتصال المرحلة الاكثر حساسية ، و هي حجر الزاوية في العلاقات العامة ، لأنها تمثل همزة الوصل بين المؤسسة و جماهيرها لان هذا النوع من الاتصال يتضمن عملية تبادل المعلومات بين الافراد ، منا انه عملية تكوين و مشاركة للمعاني ، و تتم من خلال تدفق المعلومات في اتجاهين بين مستويات

---

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة في التطبيق ، دار جرير للطبع و التوزيع ، ط 1 ، 2013 ، ص: 43

[2] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 86

تنظيمية داخل المؤسسة او التنظيم ، و يسير في مسارات عمودية او افقية ، و في اطر رسمية او غير رسمية باستخدام قنوات اتصال متنوعة منها : النشرات ، المذكرات ، الاجتماعات الرسمية و الغير رسمية ، المخاطبات الشفوية و الهاتفية و التقارير و غيرها [1]

و عليه فان العلاقات العامة تسهم في رسم السياسة الاتصالية للمنظمة بكل ما تتضمنه من ابعاد و تتابع هذه السياسة و تطورها و تعدلها بما يتفق مع ما يستجد من متغيرات و فضلا عن ادارة العلاقات العامة من مباشرتها لوظائف تلتزم ببرامج محددة لتقيق اهدافها ، و تنفيذ هذه البرامج بنطوي على اتصالات تجريها مع فئات الجماهير المختلفة الموجهة اليها هذه البرامج ، و تستخدم لذلك الوسائل الاتصالية المتاحة و ما يستتبع ذلك من اعداد الرسائل الاعلامية و تحديد للتكتيكات و الاساليب المناسبة للإقناع و التأثير ، بحيث يمكن القول بان الاتصال هو جوهر اي برنامج العلاقات العامة و ان الخطوة الاخرى التي تتضمنها عملية العلاقات العامة تصمم لجعل الخطوة فعالة و مؤثرة .

و في اطار ابعاد هذه العملية الاتصالية يمكننا ان نعرف الاتصال للعلاقات العامة بانه تلك العملية الهادفة الى نقل و تبادل المعلومات بين طرفي عملية الاتصال[2] داخل التنظيم و خارجه باستخدام وسيلة معينة خلال اطار موقفي محدد يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل و التفاهم المتبادل نحو تحقيق الاهداف المحددة للعلاقات العامة

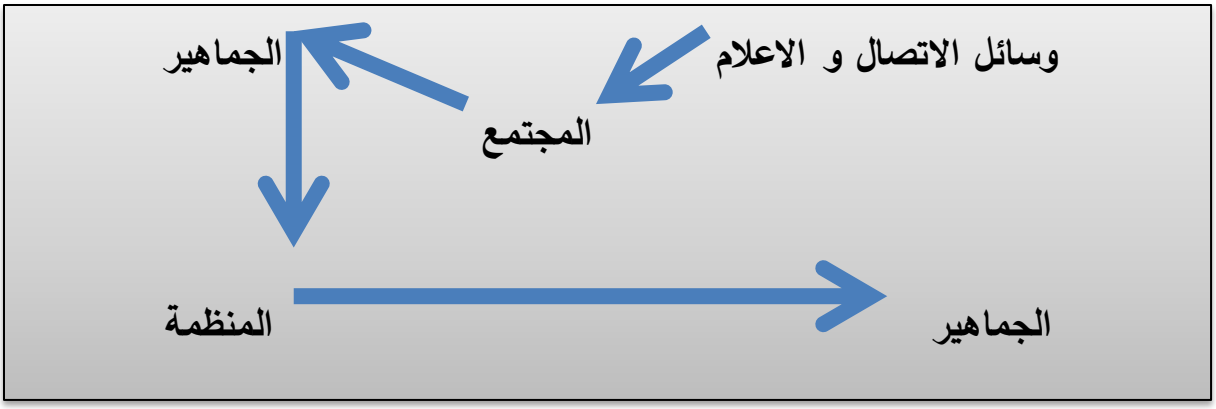
و بذلك يتضح بان هناك علاقة و تفاعل بين وسائل الاتصال و الاعلام و المجتمع و تتجسد هذه العلاقة في الشكل الموضح ادناه

---

[1] صلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة و الاعلام الاسلامي ، مرجع سابق ، ص 50

[2] محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 30

شكل رقم 04: يوضح دور وسائل الاعلام و الاتصال في دعم و تعزيز العلاقات العامة



المصدر : بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص: 86

و يعد هذا من النماذج التفاعلية ذات الاتجاهين ، و بالتالي فان الاتصال في اطار العلاقات العامة هو عبارة عن عملية تنطوي على ايصال معلومات او الحصول على معلومات على شكل تغذية عكسية ، و تهدف عملية الاتصال هذه الى احداث نوع من التغيير الايجابي في المجتمع ، و ليس فقط لصالح المنظمة المعنية .

حيث ان وسائل الاعلام و الاتصال تعمل بمثابة مصدر رئيس للمعلومات ، فهي تعطي صورة واضحة و شاملة و دقيقة عن الاحداث اليومية في سياق يعطي لها معنى و هدف ، كما انها تعمل كمنبر لتبادل التعليقات و النقد و توفير المعلومات الكاملة حول ما يجري على صعيد المنظمات ، و لهذا تلجا ادارة العلاقات العامة على اختلاف انواعها الى الاعلام لتتبادل معه الرسائل على شكل مؤتمرات صحفية او نشرات او مقالات في وسائل الاعلام المختلفة ، كما يلجا الجمهور الى هذه الرسائل مزودا اياها بتغذية عكسية حول اداء المنظمات ، و قد تكون التغذية العكسية ايجابية او سلبية ، هذا و تختلف وسائل الاتصال و الاعلام من منظمة الى اخرى تبعا لعدة عوامل في مقدمها الاتي :

1) الوقت المتاح او السرعة المطلوبة لإتمام عملية الاتصال ، فقد يكون الاتصال شخصيا او غير شخصي ، او من خلال وسائل الاتصال الالكترونية او التقليدية ، و تلجا ادارات العلاقات العامة الى استخدام مزيج من هذه الاتصالات
2) سرية او علانية المعلومات المطلوب الحصول عليها و الجهد المبذول في ذلك
3) الهدف الكامن وراء نقل هذه الرسالة او تلك او من وراء معرفة او نقل هذه المعلومات ، فقد يكون الهدف ابلاغيا او تذكيريا او اقناعيا ، او يكون لمجرد توفير معلومات للجمهور بهدف التأثير فيه به لصالحه و لصالح المجتمع برمته
4) نوع و طبيعة فئات الجماهير المطلوب الاتصال بها و مستواها الفكري و الثقافي و الاجتماعي و عددها و مدى انتشارها
5) التكلفة مقارنة بالإمكانيات المتاحة و الفائدة المرجوة و الهدف المطلوب
6) نوع و طبيعة و حجم الرسالة او المعلومات المراد معرفتها او توصيلها و مدى وضوح هذه الرسالة او تلك المعلومات
7) مدى اهمية و حساسية الموضوع او المعلومات المطلوب معرفتها او نقلها بالإضافة الى وسائل الاتصال الخارجية المتاحة للمنظمة ، توجد ايضا وسائل اتصال داخلية ذات اهمية كبيرة لإنجاح جهود العلاقات العامة ومن ابرز هذا النوع من الاتصال الداخلي الاتي :

1) النشرات الخاصة التي تصدرها المنظمة ، و هي وسائل اتصال خاصة تستهدف جماهير بعينها ، كما ان موضوعاتها تتطلب تغطية مكثفة
2) الكتيبات و هي وسيلة اتصال خاصة مقروءة في مجال العلاقات العامة ، و تهدف الى احاطة المرسل اليهم من الجماهير بأفكار و معلومات عن المنظمة و سياستها و برامجها و إنجازاتها بهدف كسب ثقة الجماهير و تأييدها

3) المراسلات و هي تماثل الكتيبات بكونها وسيلة اتصال خاصة و مقروءة تهدف الى احاطة المرسل اليهم من جماهير المنظمة بالمعلومات و البيانات عن المنظمة على شكل خطابات او رسائل الى الافراد على عناوين منازلهم

4) الاتصال الهاتفي ، و هو نوع من الاتصال الشخصي المباشر في مجال العلاقات العامة ، و تبرز اهميته في ان الكلمة المنطوقة و المباشرة من الشخص يكون لها تأثيرا قويا على الشخص الاخر (المستهدف بالاتصال الهاتفي)

5) الاجتماعات الدورية ، و هي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي و المباشر ، و الاجتماعات بين رئيس مجلس الادارة و الاعضاء ، او بين رئيس القسم او الدائرة و المرؤوسين

6) الدعوات العامة و الزيارات الاعلامية ، حيث ان مثل هذه الدعوات تخدم اغراض كثيرة باعتبارها اداة مهمة لتنمية العلاقات العامة مع المجتمع

7) المؤتمرات الصحفية ، و هي عبارة عن لقاءات للصحفيين و رجال الاعمال الذين يحضرون للمنضمة لتلقي معلومات و مناقشتها

8) المعرض ، و هي وسيلة مهمة من وسائل الاعلام سواء المعرض النوعية : التجارية ، الزراعية ، التجارية ، و الخدمية و غيرها ، حيث تعرض نماذج لأعمال و خدمات المنظمة مدعمة بخرائط و رسوم بيانية و افلام و غيرها ، علاوة على منتجات المنظمة

9) الاذاعة الداخلية و الدوائر التلفزيونية المغلقة ، و هما وسيلتا اتصال داخلي حيث تستخدم لأغراض عديدة منها اذاعة برامج الموظفين حيث يتم اعلام الموظفين او اخطارهم بنشرات او بلاغات معينة ، او اعلامهم بأخبار عن المنظمة بصفة عامة

10) الاحاديث و الخطب العامة ، حيث ان الكلمة المنطوقة مازالت من اكثر اشكال الاتصال قوة و فعالية ، و لهذا فالحديث او الخطبة العامة تعدان من الادوات الرئيسية لممارس العلاقات العامة [1].

و بهذا يمكن القول بان الاتصال عملية معقدة تتضمن جوانب كثيرة ينبغي الاحاطة بها و التصرف وفقا لها حتى يستطيع المسؤولون عن العلاقات العامة الوقوف على احد اهم مقومات النجاح الاداري و ضمان الفاعلية و التأثير لنشاط العلاقات العامة [2]

ثانيا : اسس الاتصال المؤثر في العلاقات العامة بالمنظمة :

تشير الدراسات الى اهمية تدريب العاملين في مجال العلاقات العامة على اسس و مهارات الاتصال المؤثر ، و التي يمكن اجمالها بما يأتي :

1- دراسة الجمهور : حيث ان دراسة الجمهور و بصفة علمية دقيقة يوفر للقائم بالاتصال اساسا علميا لمعرفة رغباته و ميوله و اتجاهاته ، اضافة الى عاداته الاتصالية و مستواه التعليمي ووسائل الاعلام المفضلة لديه ، و من خلال معرفة هذه المتغيرات الاساسية يمكن للقائم بالاتصال اختيار الوسائل المناسبة في التأثير و اعداد الرسائل الملائمة لذوق الجمهور ، حيث انه يجب ان تخلو الرسائل من اي نوع من انواع الغموض المتوقعة مثل :

أ- غموض المعنى ، و يتصل بعدم قدرة الجمهور على تحديد ما يعنيه الطرف الاخر من الرسالة

ب- غموض القصد : و يرتبط بعدم القدرة على تحديد هدف المتصل من ارسال رسالته في مثل هذا الوقت ، و بهذه الطريقة و في الظروف الحالية

---

[1] بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، مرجع سابق ، ص – ص: 86 ، 90

[2] محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 14

ت- غموض التأثير : و يتعلق بعدم القدرة على تحديد النتائج المتوقعة التي يمكنان تحدثها مثل هذه الرسالة

2- الصدقيّة: و تعد صدقية المصدر بمثابة حجر الزاوية في عملية بناء الثقة بين القائم بالاتصال و الجمهور المتلقي للرسالة الاعلامية ، حيث ان الصدقية تترسخ من خلال التخصص في العمل و القدرة على معالجة الموضوعات المطروحة بموضوعية و توازن ، اضافة الى امتلاك مهارات اتصالية متميزة

3- الوضوح و الشمول : حيث ان وضوح الرسالة و شموليتها ركنان اساسيان لا ينفصل احدهما عن الاخر ، فالرسالة البسيطة في عباراتها و تركيبها و اسلوبها تصل الى الهدف اسرع من الرسالة المعقدة التي تتضمن مصطلحات تتسم بالغموض بالنسبة الى الجمهور المستهدف ووضوح الرسالة يمكن تحقيقه من خلال المحافظة على شمولية الفكرة التي تطرحها ، بحيث تكون الرسالة متكاملة في عرض الفكرة و ذات صلة بأبعادها المختلفة ، و بذلك يمكن السيطرة على عوامل التشويش التي قد تحدث من جراء غياب بعض عناصر الفكرة المراد ايصالها الى الجمهور

4- اختيار الوسائل المناسبة : حيث يمكن تحديد الوسائل المناسبة سواء كانت صحفية او اذاعية من خلال معرفة خصائص الجمهور الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية ، و يؤخذ بعين الاعتبار عند اختيار الوسائل الاتصالية طبيعة الافكار المراد ايصالها للجمهور المستهدف ، و مدى الحاجة الى استخدام وسيلة الاعلام المقروءة او المسموعة او المرئية [1]

ثالثا : اهداف الاتصال للعلاقات العامة :

[1] صلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة و الاعلام الاسلامي ، مرجع سابق ، ص – ص:79 ، 81

تعد عملية الاتصال عملية هادفة و ضرورية في اي تنظيم ، فالاتصال الفعال هو مفتاح نجاح المنظمة ، و عليه يتوقع بقاؤها ، فبدون الاتصال لا يعرف الموظفون ماذا يعمل زملاؤهم و لا تستطيع الادارة ان تتسلم المعلومات عن المدخلات التي تحتاجها و لا يستطيع الافراد ايصال حاجاتهم و مشاعرهم الى الاخرين [1]

كما تعتمد العلاقات العامة كذلك على الاتصال كدعامة رئيسية في عملها الاداري من منطلق المهام التي تزاول من خلال عملية الاتصال و ذلك لتحقيق الاهداف التالية :

1- **الاعلام :**

و تظهر المهام الاعلامية للاتصال للعلاقات العامة من خلال تدفق المعلومات على كافة المستويات الادارية و التنفيذية ، فالمدير الناجح هو الذي يتخذ قرارات ناجحة ، و القرار الناجح يعتمد علة كمية هائلة من المعلومات السليمة في الوقت المناسب ، و يعتمد تدفق المعلومات على مدى فعالية الاتصال ، و على المستوى التنفيذي نجد ان العاملين بإدارة العلاقات العامة بحاجة الى الكثير من المعلومات المرتبطة بالأداء الوظيفي ، و على قدر تدفق المعلومات المرتبطة بأداء معين نجد ان نوعية الاداء تتأثر ، هذا الى جانب ان العاملين بحاجة الى معرفة الكثير من المعلومات المرتبطة بسياسات المنظمة ، و التغيرات المستمرة ، و يتم ذلك من خلال المهمة الاعلامية للاتصال ، و قد توجد معلومات اخرى ليس لها علاقة بالمنظمة او بالأداء الوظيفي ، الا ان العاملين يحرصون على الاستخبار و العلم بما يجري حولهم ، و يساعد الاتصال في اداء هذه المهام الاعلامية التي تمثل

---

[1] معن محمود عياصرة ، مروان محمد بني احمد ، القيادة و الرقابة و الاتصال الاداري ، مرجع سابق ، ص 163 :

ضـرورة حيويـة بالنسـبة لإدارة العلاقـات العامـة و العـاملين بهـا لتحقيـق الهـدف المنشـود .

2- الانضباط :

يعتمـد سـير العلاقـات العامـة علـى مزاولـة الكثيـر مـن العمليـات الاداريـة ، مـن ضـبط ورقابـة و تنسـيق بـين الانشـطة المختلفـة ، و بالتـالي يسـتلزم وجـود سياسـات و اسـتراتيجيات و مجموعـة مـن التعليمـات و القـرارات و الارشـادات و المـذكرات الدوريـة التـي توضـح للأعضـاء مـا يجـب اتباعـه ومـا يجـب تجنبـه ، و لـن يـتم كـل هـذا الا بمزاولـة عمليـة الاتصـال ، و تسـتمد المهمـة الانضـباطية للاتصـال ابعادهـا مـن منطلقـين ، امـا المنطلـق الاول فيـرتبط بـتحكم الادارة فـي نقـل المعلومـات بحكـم كونهـا مركـز السـلطة ، و يـأتي المنطلـق الثـاني مـن اقتصـار المعلومـات و الرسـائل و المعاني الصادرة عن الادارة على ما يتعلق بالعمل و ظروفه

3- الاقناع :

احيانـا لا يكفـي تمتـع الادارة بقـوة السـلطة لضـمان سـير العمـل فـي الحيـاة الوظيفيـة ، بـل يجـب ان تكفـل الادارة للعـاملين بالمنظمـة حريـة التعبيـر عـن وجهـة النظـر ، و حريـة الموافقـة او عـدم الموافقـة مـع المـدير ، و يـرتبط ذلـك بالمهمـة الاقناعيـة التـي يمكـن انجازهـا مـن خـلال مزاولـة عمليـة الاتصـال ، و تظهـر اعبـاء المهـام الاقناعيـة فـي الاتصـال ي الطـرفين ، حيـث تعطـى الفرصـة للمسـتقبل لإجـراء المزيـد مـن الاستفسارات بقصد اقتناع بشيء معين

4- التكامل للمنظمة :

و تتبـع ابعـاد المهمـة التكامليـة للاتصـال مـن كونـه تعبيـرا عـن الممارسـات المختلفـة حيـث يتفاعـل النـاس مـن اجـل التكامـل الاتـي و الجمـاعي ، و تسـاعد المهمـة التكامليـة فـي سـيادة روح الوحـدة بالنسـبة للمنظمـة ، ممـا يسـتلزم تـوفير وسـيلة يسـتطيع بهـا الموظف التعرف على نفسه من خلال الانتماء الى مجموعة ما بالمنظمة

ومن الطبيعي انه لا يمكن تحقيق المهام التكاملية بالمنظمة دون مزاولة لعملية الاتصال ، حيث تعتمد الادارة على الاتصال في صوره المختلفة لمحاولة الربط بين اهداف المنظمة و اهداف الفرد ، و خلق جو من التكامل البناء لتقليل احتمالات النزاعات المختلفة ، حيث يساعد الاتصال للعلاقات العامة بذلك على التنسيق ا مختلف الجهود التي يبلها الاعضاء او التي تقوم بها الاجهزة الادارية المختلفة ، كما تساهم في تحقيق الرضا عن الجهود بصفة عامة فيما يتصل بالمنظمة و تكوين صورة ذهنية طيبة لدى الافراد [1]

5- **هدف تثقيفي** : و يتم عن طريق تبصر الجمهور بالأمور المهمة و العامة التي تخصهم

6- **هدف تعليمي** : عن طريق اكساب الجماهير مهارات و مفاهيم و خبرات جديدة

7- **هدف ترفيهي** : و يتم تحقيقه اذا تركزت مهمة الاتصال بإدخال البهجة و السعادة بنفوس الجماهير بشرط ان تكون المادة الترفيهية موجهة

8- **هدف اداري توجيهي** : التوجيه هو عملية تكوين اتجاهات فكرية بأفراد تراها المؤسسة و الادارة العليا صالحة و محققة للأهداف[2]

اضافة الى ذلك نذكر :

- تقوية الشعور بالانتماء للمؤسسة
- ضمان مشاركة الافراد و تأثيرهم بمجريات الادوار
- تقوية التمسك بالأهداف العامة
- نشر المعلومات الصحيحة على كافة الاعضاء

رابعا : استخدام الانترنيت كوسيلة اتصال في العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي :

---

[1] محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص ، ص31 ، 32

[2] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 321

مع بداية الالفية الثالثة و تزايد الاتجاه للأخذ بمفهوم الادارة الالكترونية في مجال ادارة العلاقات العامة في كثير من دول العالم الثالث تتبلور اهمية الاتصال بصورة اكثر للإدارة باعتبار انها تقوم على فكرة تجميع كافة الانشطة و الخدمات المعلوماتية و التفاعلية و التبادلية في موقع واحد و على شبكة الانترنيت في نشاط اشبه ما يكون بفكرة مجمعات الدوائر الرسمية ، و ذلك لتحقيق حالة اتصال دائم بالجمهور على مدى 24 ساعة يوميا ، مع القدرة على تامين كافة الاحتياجات الاستعلامية و الخدمية للمواطن و تحقيق سرعة و فعالية الربط و التنسيق و الاداء و الانجاز بين دوائر الحكومة ذاتها و الهيئات الاخرى [1]

و بالتالي فقد ادت التطورات المتلاحقة للإنترنيت كوسيلة اتصال الى ضرورة اعادة النظر في الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في مختلف المؤسسات و المنظمات سواء كانت حكومية او خاصة ، انتاجية او خدمية ، و اشارات دراسات عديدة ان وظيفة العلاقات العامة كانت من اكثر الوظائف الادارية تأثرا بالإنترنيت كوسيلة اتصال ، و لم يتوقف تأثير الانترنيت في مجال الدراسات الاكاديمية للعلاقات العامة كوظيفة ادارية و اتصالية ، و انما امتد ليشمل ممارسة هذه الوظيفة في اطار الوظائف الادارية و التسويقية الاخرى ، فقد قامت العديد من المؤسسات باختلاف انواعها بإنشاء مواقع اليكترونية لها على الشبكة الدولية للمعلومات ، كادة من ادوات العلاقات العامة للتعريف بالمنظمة و ما تقدمه من خدمات و منتجات و تشجيع الجماهير الداخلية و الخارجية على التواصل مع المنظمة من اجل تنمية علاقات مستديمة معها و الحفاظ عليها فالمواقع على الشبكة هو الصورة الالكترونية لمنظمة الاعمال و هو مركز النشاط الالكتروني للعلاقات العامة ، و فيما يلي نعرض مجموعة من الاستخدامات و المزايا التي

[1] محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص: 19

وفرتهـا الانترنيـت لممارسـة وظيفـة العلاقـات العامـة فـي المؤسسـات المختلفـة ، و يمكـن لممارسـي العلاقـات العامـة تطبيقهـا و الاسـتفادة منهـا فـي تفعيـل اسـتراتيجيات و تكتيكات الاتصال المرتبطة بالبرامج و الحملات التي ينفذونها

أ- اسـتخدام البريـد الالكترونـي : حيـث ربـط الـبعض بـين اسـتخدام البريـد الالكترونـي و زيـادة كفـاءة ممارسـي العلاقـات العامـة باعتبـاره انـه سـاعدهم بالقيـام بعملهـم فـي وقـت قياسـي و بكفـاءة عاليـة و بتكلفـة اقـل [1] ، باعتبـاره خدمـة مراسـلة تشـبه البريـد العـادي بطريقـة الكترونيـة ، و هـذا هـو سـبب التسـمية ، بحيـث يكـون لكـل شـخص عنـوان خاص به ، و هذا العنوان لا يتكرر ابدا [2]

ب- تقديم المعلومات الكافية و الفورية

ت- متابعـة مـت ينشـر فـي وسـائل الاعـلام : حيـث ان مـا ينشـر فـي وسـائل الاعـلام يـدعم قـدرة المنظمـة علـى الـرد علـى اي شـائعات تتعلـق بـأداء المنظمـة وقـت الازمـات و لا يتـيح الفرصـة للمنافسـين مـن تشـويه صـورتها امـام جمهورهـا او التـأثير علـى سمعتها

ث- المساعدة على اجراء البحوث المختلفة

ج- المساعدة في اتخاذ القرارات في المؤسسات

ح- مساعدة المؤسسات في بناء علاقاتها مع وسائل الاعلام

خ- مساعدة المؤسسات في بناء علاقاتها مع جماهيرها

د- زيادة قدرة المنظمات على ابراز دورها في خدمة المجتمع و مسؤوليتها

ذ- زيادة قدرة المنظمات على تحقيق الاتصال التفاعلي و الحوار [3]

---

[1] خيرت عياد ، احمد فاروق ، العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي ، نرجع سابق ، ص- ص: 31 ،

[2] صـالح موسـى علـي موسـى ، منظومـة العلاقـات العامـة فـي الاتصـال المعلومـاتي (دراسـة حالـة علـى بـرامج الحكومـة الالكترونية في السودان) ، مرجع سابق ، ص : 140

[3] خيرت عياد ، احمد فاروق ، العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي ، نرجع سابق ، ص- ص: 31 ، 44

و عليه يمكن القول بان وسال الاعلام و الاتصال هي الركيزة الاساس في نشاط العلاقات العامة ووظيفتها ، فبدون هذه الوسائل لا يمكن ان يكون هناك نشاط للعلاقات العامة ، لان هذا النشاط هو اصلا عبارة عن عملية اتصال مع الجماهير و تبادل المعلومات و الآراء معه بهدف توثيق العلاقات الطيبة و خلق سمعة جيدة عن المؤسسة في اذهان تلك الجماهير من خلال الوسائل الاعلامية .

و بالتالي يتحدد مفهوم الاتصال على ضوء طبيعة استخدامها ة الاغراض التي يراد تحقيقها من وراء ذلك و مستوى تطور المؤسسة ، و بهذا يكون الاتصال اساس كل تفاعل اعلامي ثقافي ، حيث يتيح نقل المعارف و المعلومات و ييسر التفاهم بين الافراد و الجماعي لبناء المجتمع الانساني المتطور و الاتصال هو اساس كل العمليات و الفعاليات [1]

خامسا : العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي :

لقد فرض تطور وسائل الاتصال نمط حياة مختلفة ، و دفعنا الى تغيير عادات و استبدالها بأخرى اكثر ملاءمة لها العصر ، فاستبدلنا الزيارات بالمكالمات ، و طوينا المسافات باتصال برامج المحادثة بالصوت و الصورة ، و استغنينا عن البريد عن طريق مواقع مشاركة الملفات و ما نحو لك ، و هذا التطور لم يستثني العلاقات العامة بل كان في صلب اهتمامها سواء بقصد او بغير قصد فبدات تستجيب لهذه التغيرات و تتفاعل معها بدرجات متفاوتة حسب الخيرات و الامكانيات ، و في الوقت نفسه تواجه بعض التحديات المتمثلة بضعف الفهم لهذه التطورات و اهمها شبكات التواصل الاجتماعي و التي تعرف بانها : (شبكات الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء حساب خاص ، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات نفسها)

---

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة في التطبيق ، مرجع سابق ، ص: 141

كما يواجه ممارسو العلاقات العامة تحديات في استعمال تلك الشبكات و تتمثل في ضعف خبرتهم التقنية و اللغوية في التعامل معها و عدم المامهم بالمزايا التي تقدمها ، فضلا عن ضعف قدرتهم بالاعتماد على هذه الوسائل الجديدة في اداء مهامهم التي اعتادوا على انجازها بطرق تقليدية ، و على الرغم من هذه التحديات يحاول بعض ممارسي العلاقات العامة توظيف هذه الوسائل ، و الحضور بشكل مستمر عبر هذه الشبكات بهدف استثمار افضل امكانياتها و مميزاتها لمواكبة تحديات العصر ، و بناء صورة ذهنية حسنة عن مؤسساتهم تلائم الجمهور في اللفية الجديدة الذي اكتسب خصائص جديدة جعلت مهمة إقناعه و التأثير فيه امرا صعبا ، و يتطلب جهودا كبيرة ، ذلك كله فرض على ممارسي العلاقات العامة العمل على مواكبة التغييرات و التحديات المعاصرة للقيام بمهامها ، و يمكن للعلاقات العامة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي و الافادة من مميزاتها بمجالات عدة منها :

1- <u>ادارة صورة المؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي :</u>

عرف الدكتور علي عجوة الصورة الذهنية بانها : (الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد او الجماعات ازاء منظمات ، و تتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة او غير المباشرة ، و ترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد و اتجاهاتهم و عقائدهم) ، و يؤكد عدد من المختصين ان الكيفية التي يتعرف بها الانسان على الاشياء تعتمد على الصورة الذهنية التي يمتلكها ازاء تلك الاشياء ، و ان اي تغيير يصيب تلك الصورة يتبع بالضرورة تغييرا في السلوك ، و بما ان الصورة الذهنية تؤثر على سلوك الفرد ، فان المؤسسات تكافح من اجل تطوير صورتها الذهنية ، و ادارتها لتنشيط المبيعات ، و ترسيخ النوايا الحسنة للمؤسسة ، و تعزيز علاقات ايجابية مع المجتمع ، و قادة الراي من اجل تحقيق وضع تنافسي

2- ادارة الازمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي :

الازمة حدث يكون له تأثير شديد على المؤسسة ووظائفها و جماهيرها الاساسية ، و اذا لم يتم التعامل مع هذا الحدث بطريقة صحيحة ، فانه يهدد قواعد المؤسسة الاساسية و يحد من قدرتها على القيام بمهمتها ، و الحفاظ على مشروعيتها و سمعتها ، و لو نظرنا الى تاريخ العلاقات العامة الحديثة ، لوجدنا ان ظهورها مع مطلع القرن العشرين اقترن بوجود ازمات ، و قد وضع ايفي لي الاسس الحديثة للعلاقات العامة لإدارة الازمات التي كانت تهدد وجود الشركات في ذلك الوقت ، اذ ان العلاقات العامة الحديثة نشأت في الاساس و تطورت في اثناء الازمات عن طريق الاضطرابات و المشكلات الاجتماعية التي يصبح فيها التواصل صعبا ، في الوقت الذي يجدر بالمؤسسة ان تشرح و تتواصل مع الجمهور ، لذلك يعق على عاتق العلاقات العامة ادارة الازمات من خلال تخطيط و تنفيذ عدد من الاستراتيجيات الاتصالية التي يمكنها منع او تقيلي الاثار السلبية على المؤسسة ، و مع تعدد وسائل الاتصال المستعملة في تنفيذ هذه الاستراتيجيات تأتي شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل اتصال حديثة تفاعلية فورية متعددة الاستعمالات ، اذ يمكن توظيفها في عملية اتصالات الازمة ، وتمثل اتصالات الازمة عنصرا مهما في عملية ادارة الازمات و تعتمد على الاتصالات و على استراتيجيات متنوعة ترمي كل منها الى تفعيل قدرة المؤسسة على مواجهة الازمة و الحد من اثارها السلبية

3-التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي :

يمكن ان نعرف التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي بانه : (توظيف شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الترويج او البيع او خدمة العملاء ، هذه الادوات تتيح للعملاء امكانية التفاعل مع الشركات التجارية او غير التجارية ، بدلا من ان يكونوا

مجرد هدف لوسيلة احادية الاتجاه من تلك الشركات ، وذلك ما اشار اليه الدكتور خالد البياري نائب رئيس شركة الالكترونيات المتقدمة بالقول : (ان شبكات التواصل الاجتماعي احدثت تغييرا جذريا في قطاع الاعمال بسبب سهولة استعمالها لا سيما ان الشركات وجدت طريقة سهلة لإيصال عروضها و الارتباط بعملائها)

كما توفر شبكات التواصل الاجتماعي لممارسي العلاقات العامة ما يعرف بالتسويق (الفيروسي) و هو تقنية تسويقية تستعمل شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق الاهداف الترويجية للعلاقات العامة بالاعتماد على عملية التناسخ التي تكاد تشبه عملية الفيروسات في المجال الحيوي او في عالم الحاسوب و الانترنيت ، اذ يقوم من يستلم الاعلان بتمريره طوعا الى اغلب من يعرفهم لما يجد فيه من طرافة او تمييز ، و كانه تسويق يتم بالتكلم بشكل مباشر مع كل فرد ، الا انه يستعمل شبكة الانترنيت و هذا التسويق يتميز بالفاعلية و قلة التكلفة و الجهد مقارنة بالتسويق التقليدي ، و يأخذ التسويق الفيروسي اشكالا عدة منها : صور ، مقاطع فيديو ، العاب تفاعلية ، و كتب الكترونية ، ورسائل نصية يقوم كل من يستلمها بإعادة ارسالها لمن يعرفهم و بذلك يحقق اكبر قدر ممكن من الانتشار و من ثم يتحقق الهدف التسويقي للعلاقات العامة [1]

<u>سادسا : المؤهلات الاتصالية لرجل العلاقات العامة :</u>

نلخصها في النقاط التالية :

1-ان يكون مزودا بالأصول العلمية و العملية في علم و فن العلاقات العامة كدراسة علم الاجتماع و علم النفس و الادارة الى جانب المنهج العلمي في العلاقات العامة

[1] حسين محمود هتيمي ، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، نبلاء ناشرون و موزعون ، الاردن ، عمان ، ط 1 ، 2015 ، ص- ص : 43 ، 51

و اساليب قياس اتجاهات الراي العام و تعديلها و توجيهها ، و ان يكون رجل العلاقات العامة حاصلا على شهادة علمية من معهد او كلية بإحدى الاختصاصات الادارية او اللغات او الاعلام او الصحافة او السياحة او المكتبات او علم الاجتماع

2-له القدرة على القراءة و استيعاب المعلومات و تأثيرها ، و كما لابد ان يتمتع باليقظة و الانتباه عند الاستماع الى الجماهير او لوسائل الاعلام ليتمكن من صحة التحليل ، فان رجل العلاقات العامة الناضج هو الذي يراقب الناس و هو الذي يستمع اليهم

3-كما ان تكون له القدرة على الكتابة و التعبير بهدف الاقناع ، و ان تكون الكتابة خالية من المصطلحات المعقدة ، فالكتابة وظيفتها نقل الافكار و الاحداث مما لابد منه ان تكون بسيطة وواضحة و مؤثرة [1]

[1] عبد الرزاق محمد الديلمي ، المدخل الى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص ، ص: 119 ، 120

الباب الميداني

الفصل

الخامس

الفصل الخامس

الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد

اولا : التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط

ثانيا : الجانب التقني و المنهجي

1- المرحلة الاستطلاعية

2- المنهج المستخدم في الدراسة

3- ادوات جمع البيانات

4- المعالجة الاحصائية لبيانات الدراسة

5- الاساليب الاحصائية المستخدمة

ثالثا :مجالات الدراسة

رابعا : عينة الدراسة و خصائصها

تمهيد :

بعدما كنا قد تطرقنا الى المعالجة النظرية للدراسة و عرضنا اهم الفصول ذات الصلة بمفاهيم و متغيرات الموضوع ، حان لنا ان نتقدم الى الجانب الميداني من خلال التعريف بالمؤسسة محل الدراسة و عرض اهم الاجراءات التقنية و المنهجية التي قد ساعدتنا في تحليل و معالجة البيانات المحصل عليها من الميدان ، ثم عرض و تحليل و تفسير هذه البيانات وكل فرضية على حدى معتمدين في ذلك على اهم المقاربات السوسيولوجية التي اعتمدناها لتحليل و تفسير هه البيانات ، و اخيرا التطرق الى الاستنتاج العام لهه الدراسة .

اولا : التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط

مؤسسة الجزائر للاتصالات او اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية جزائرية تأسست عام 2003 تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقال موبيليس وخدمات الإنترنت جواب والاتصالات الفضائية، نشأت بموجب قانون فبراير 2000 المرتبط بإعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات لفصل قطاع البريد عن قطاع الاتصالات، وقد دخلت رسمياً في سوق العمل في 1 يناير 2003 ، وقد بلغت الحصة المالية الإجمالية المعدة لتطوير وتهيئة الاستثمارات ب 203976 مليون دينار جزائري[1]،

- نشأة و تطور المؤسسة :

لقد مرت مؤسسة اتصالات الجزائر لتصل الى شكلها الحالي بعدة مراحل و تميزت كل مرحلة بخصائص معينة نوجزها في ما يلي :

- المرحلة الاولى : (من 1962 الى 1974) : تعتبر بمثابة الانطلاقة الرسمية للمؤسسة بعد الاستعمار ، اطلق عليها اسم مؤسسة البريد و الاتصالات و تميزت هذه الفترة بجملة من الصعوبات نظرا للظروف السياسية و الاقتصادية التي كانت سائدة ، حيث ورثت الجزائر عن الاستعمار الفرنسي هياكل و انظمة في مجال الخدمات لمؤسسة البريد و المواصلات ، فقد كان تصميم هيكلها و ادارتها و تسييرها على النمط الاوروبي او الفرنسي بصفة خاصة ، و نظرا لنقص الخبرة و التأهيل للإطارات الجزائرية ، و انعدام التجربة في التسيير ادى ذلك الى ضعف فعالية الاداء و انخفاض المردودية مما اقتضى اصلاحات هيكلية شاملة في المؤسسة بما يتماشى مع التوجه الاقتصادي و الامكانيات و الظروف العامة .

2- المرحلة الثانية : (من 1975 الى 1990) : عرفت هذه الفترة اصدار مرسوم رقم 75 – 89 المؤرخ بتاريخ 1975/12/30 و يشغل تبعا لقرارات هذا

---

[1] الوقع الالكتروني: https://ar.wikipedia.org/wiki ، يوم 11 / 11/ 2017 ، الساعة : 19 : 15

الامـر الـذي يمـدد و يغيـر تخصصـاته و صـلاحياته فـي ميـدان الادارة و ممارسـة احتكـار خدمـة البريـد و الاتصـالات ، لكـن هـذه المرحلـة لـم تخلـو مـن بعـض السـلبيات في عدم كفاية مؤسسة البريد و الاتصالات في تنفيذ مهام الموكلة لها .

3- المرحلـة الثالثـة : (مـن 1991 الـى 1999) : نظـرا لنتـائج المرحلـة السـابقة تـم ادخـال بعـض التغييـرات و الاصـلاحات التـي تتماشـى نوعـا وكمّـا مـع التغيـرات الداخليـة و الخارجيـة لاقتصـاد الجزائـر حيـث شـهدت هـذه المرحلـة اعـادة هيكلـة القطـاع ، و تـم تقسـيم المـديريات الولائيـة الـى ثـلاث مجموعـات و ذلـك حسـب المنطقـة ، بحيـث عـيّن لكـل مجموعـة هيكـل تنظيمـي خـاص و هـذا طبقـا للمرسـوم 192/92 المؤرخ في 28 مارس 1992 .[1]

- **الاطار القانوني لمؤسسة اتصالات الجزائر:**

اتصـالات الجزائـر مؤسسـة عموميـة ذات اسـهم بـراس مـال ، تنشـط فـي الشـبكة و خدمـة الاتصـالات السـلكية و اللاسـلكية بـالجزائر ، تأسسـت وفقـا لقـانون 2000/03 و المـؤرخ فـي 05 اوت 2000 و المحـدد للقواعـد العامـة للبريـد و المواصـلات ، حيـث جـاء فـي المـادة الاولـى (**يحـدد هـذا القـانون القواعـد العامـة المتعلقـة بالبريـد و المواصلات السلكية و اللاسلكية**) ، و يهدف هذا القانون الى :

- ✓ تطـوير و تقـديم خـدمات البريـد و المواصـلات السـلكية و اللاسـلكية ذات نوعيـة فـي ظـروف موضـوعية و شـفافة و بـدون تمييـز فـي منـاخ تنافسـي مـع ضـمان المصلحة العامة .
- ✓ تحديـد الشـروط العامـة للاسـتغلال فـي الميـادين المتعلقـة بالبريـد و المواصـلات السلكية و اللاسلكية من طرف المتعاملين .

---

[1] عويسـي خيـرة ، ادارة توقيـت العمـل للمؤسسـة الجزائريـة فـي ظـل التحـولات السوسـيوثقافية للتنظـيم ، دراسـة حالـة مؤسسـة اتصـالات الجزائـر فـرع ولايـة الاغـواط انموجـاً ، اطروحـة مقدمـة لنيـل شـهادة الـدكتوراه ، جامعـة الجلفـة ، 2018/ 2019 ، ص: 287 .

- ✓ تحديد اطار و كيفية ضبط النشاطات ذات الصلة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية
- ✓ خلق ظروف تطوير النشاطات المنفصلة للبريد و المواصلات السلكية .
- ✓ تحديد الاطار المؤسساتي لسلطة ضبط مستقلة و حرة

يطبق هذا القانون على نشاطات البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ، بما فيها البث التلفزيوني و الاذاعي في مجال الارسال و البث و الاستقبال باستثناء المضمون الذي يخضع لاطار تشريعي و تنظيمي ملائم ، فضلا عن القرار الوطني لمساهمات الدولة بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على انشاء (CNPE) .

حيث تعتبر المؤسسة ذات اسهم براس مال قدره 50.000.000.000 دج و ، كانت الانطلاقة الفعلية لنشاط في شكلها القانوني الجديد بتاريخ 01 / 01/ 2013.

و قد سعت اتصالات الجزائر ابتداء من سنة 2010 الى اعادة هيكلها التنظيمي بحيث تم توزيع المراكز الدنيا و اعطيت الوحدة العلمية مسؤوليات و مهام المديرية الجهوية للاتصالات الجزائر سعيا منها الى لا مركزية القرار هذا من الجانب الاداري ، اما الجانب التقني فلقد قامت بخطوات كبيرة في تطوير التكنولوجيا المستعملة ، حيث انتقلت من النظام الصوتي الى النظام البصري.

4- مهام مؤسسة اتصالات الجزائر :

تسعى لتقديم خدمات جديدة بأسعار تنافسية استجابة لتطلعات السوق منها الانترنيت العالية السرعة ADSL و الهاتف اللاسلكي WLI و تبرز مهامها فيما يلي :

- ✓ تقديم خدمات اتصالية تسمح بنقل و تبادل الرسائل المكتوبة ، الاصوات ، المعلومات الرقمية و السمعية البصرية
- ✓ تطوير و استغلال و تسيير الشبكات العمومية و الخاصة للاتصالات
- ✓ تسيير الروابط المشتركة مع جميع متعاملي الشبكات [1]
- ✓ استقبال المكالمات و الاستشارات و طلب المعلومات ، خدمة الزبائن ، و ايصال الطلبات اليهم .
- ✓ اجراء المكالمات و التحسين بالدفع لتغطية الفواتير التجارية .
- ✓ التسويق من الهاتف télémarketing
- ✓ سبر الآراء
- ✓ ضمان المقابلة اليومية بين الزبون و المتعامل .
- ✓ تسهيل ادخال و استعمال الخدمات ذات القيمة الاضافية
- ✓ تسيير الروابط المشتركة مع جميع متعاملي الشبكات
- ✓ العمل كسفير للعلامة التجارية و انشاء علاقة ودية و توطيد العلاقة مع الزبون
- ✓ تقديم خدمات اتصالية تسمح بنقل و تبادل الاصوات

و تتوجه خدمات مركز اتصالات الجزائر الى جميع القطاعات الاقتصادية ،كالبنوك ، التأمينات ، قطاع السياحة ، الخدمات و الصناعة ، ما يطرح مركز اتصالات الجزائر عروض منها :

1) كراء المواقع
2) المركز المتنقل
3) الموقع الكامل

[1] نفس المرجع السابق ، ص :95

كما سطرت مؤسسة اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث اهداف اساسية تقوم عليها الشركة و هي : (المردودية ، الجودة ، و الفعالية ، و نوعية الخدمات) ، و قد سمحت هذه الاهداف الثلاثة التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة و جعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

و تتمحور نشاطات المؤسسة حول :

- ✓ تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة و الرسائل المكتوبة و المعطيات الرقمية
- ✓ تطوير و استمرار و تسيير شبكات الاتصالات العامة و الخاصة .
- ✓ انشاء و استثمار و تسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات .

اما الاهداف المنشودة من قبل المؤسسة فتتمثل فيما يلي :

- ✓ تنمية عرض الهاتف ، و تمكين اكبر عدد ممكن من الزبائن المحتملين من الحصول على الخدمات الاتصالية .
- ✓ تحسين جودة الخدمات من اجل الرفع من تنافسية تشكيلة الخدمات المقدمة
- ✓ تكوين شبكة وطنية فعالة للاتصالات تكون موصولة بمختلف قنوات تدفق المعلومات.[1]

- ✓ كذلك تهدف اتصالات الجزائر الى تكثيف المخططات و البرامج لمواكبة التطورات التكنولوجية العالمية [2]

5- التعريف بالمفوضية الجهوية للاتصالات :

---

[1] نفس المرجع سابق ، ص: 294

[2] ليندة قوريش ، رتيبة يونسي ، استخدام الاعلان الالكتروني في المجال التسويقي بالمؤسسة الجزائرية ، مؤسسة اتصالات الجزائر انموذجا بولاية ام البواقي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، 2015 / 2016 ص: 64

تعتبر المفوضية الجهوية لاتصالات الجزائر كفرع من فروع اتصالات الجزائر و هي مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري تشرف على اعمال خمس وحدات و هي : ورقلة ، ايليزي ، الواد تمنراست ، غرداية كما تضم المفوضية الجهوية 300 عاملا حاليا ، و تبلغ استثمارات المؤسسة حوالي 203976 مليون دينار ، ما يعادل حوالي 2.5 مليار دولار ، و فيما يلي بعض الاحصائيات المتعلقة بعدد الزبائن التابعين للمؤسسة[1].

ثانيا : الجانب التقني و المنهجي :

1- المرحلة الاستطلاعية:

حيث تهدف المرحلة الاستطلاعية من البحث الى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة التي يرغب الباحث في دراستها و التعرف على اهم الفروض التي يمكن وضعها و اخضاعها للباحث العلمي صياغة دقيقة تيسر التعمق في بحثها في مرحلة لاحقة ، و هي تهدف الى كشف حلقات غامضة او مفقودة في تسلسل التفكير [2] ، حيث تم تقسيم المرحلة الاستطلاعية الى ما يلي :

المرحلة الاولى : و كانت بتاريخ 2 / 2 / 2020 حيث قمنا بزيارة استطلاعية الى المديرية العملية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ، و الكائن مقرها بحي المعمورة ، و في هه الزيارة لاحظنا عدة امور اهمها مدى اهتمام المؤسسة و الموظفين بجانب العلاقات العامة الداخلية و الخارجية على حد السواء

- المرحلة الثانية : و كانت بتاريخ 10 / 02 /2020 و فيها حاولنا الاستطلاع على مدى استعمال الادارة و موظفي و عمال هذه المؤسسة للوسائل الاتصالية التقليدية و الحديثة من اجل تفعيل مفهوم العلاقات العامة بالمؤسسة .

---

[1] عويسي خيرة ، مرجع سابق ، ص – ص: 290،294

[2] مروان عبد الحميد ابراهيم ، اسس البحث العلمي ، لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق ، الاردن ، ط1 ، 2000 ، ص: 38

2- المنهج المستخدم في الدراسة :

- المنهج الوصفي :

لقد اعتمدت هذه الدراسة بشكل مكثف على المنهج الوصفي ، باعتباره يعتمد على دراسة الواقع او الظاهرة الموجودة في الواقع ، و يعبر عنها تعبيرا كفيا عن طريق بيان مقدار هذا الظاهرة او حجمها و درجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الاخرى[1] ، و هو الأسلوب الذي يتبعه الباحث و الاطار الذي يرسمه لبلوغ اهدافه من اجل التحليل و التفسير بشكل علمي و منظم من اجل الوصول الى اغراض محددة لوضعية اجتماعية او مشكلة انسانية على وجه العموم ، حيث يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع ، و يتم التعبير عنها كميا او كيفيا [2]

- دراسة حالة :

تستخدم دراسة الحالة كوسيلة لجمع البيانات و المعلومات في دراسة وصفية ، و يمكن استخدامها في دراسة فرض علمي بشرط ان تكون الحالة ممثلة للمجتمع الي يراد تعميم الحكم عليه ، بحيث تستخدم ادوات قياس موضوعية لجمع البيانات و تحليلها و تفسيرها ، حتى يمكن تجنب الوقوع في الاحكام الذاتية [3] ، حيث يمكن تعميم نتائجها على الحالات المشابهة [4]، حيث تعتبر نوع من الدراسات الوصفية او اسلوب من اساليب البحث الوصفي ، يزود الباحث ببيانات كمية و كيفية عن عوامل متعددة تتعلق بفرد او مؤسسة او اسرة او عدد قليل من الافراد او من نظام

---

[1] ريمون كيفي ، لوك قان كمبنهود ، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية ، المكتبة المصرية للطباعة و النشر ، 1997 ، ص : 103

[2] سامية محمد جابر ، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، الازارطية ، الاسكندرية ، 2001 ، ص:49

[3] حافظ فرج احمد ، مهارات البحث العلمي في الدراسات التربوية و الاجتماعية ، مرجع سابق ، ص: 58

[4] خالد عبد الرزاق النجار ، دراسة حالة ، حقيقة تدريبية اكاديمية ، مركز التنمية الاسرية ، جامعة الملك فيصل ،2008 ، ص : 92

اجتماعي و حالات محددة ، و تتضمن هذه البيانات جوانب شخصية و بيئية و نفسية و غيرها ، مما يمكن الباحث من اجراء وصف تفصيلي متعمق للحالة موضوع الدراسة ، و اذا كان موضوع الدراسة منصبا على المؤسسات الاجتماعية ، فان كل مؤسسة اجتماعية تعتبر بمثابة حالة [1]

3- ادوات جمع البيانات :

ان كل بحث او تطبيق ذي طبيعة علمية في العلوم الاجتماعية ، كما في العلوم عامة يجب ان يشمل على طرائق اجرائية دقيقة ، محددة جيدا ، قابلة للنقل ، قابلة للتطبيق من جديد في الشروط نفسها ، ملائمة لنوع المشكلة و الظواهر موضوع البحث ، هذه التقنيات ، فاختيارها مربوط بالهدف المقصود ، المرتبط هو الاخر بمنهج العمل ، و ينشا من هذا الارتباط المتبادل غالبا خلط بين مصطلحي التقنية و المنهج اللذين من المناسب التمييز بينهما ، فالتقنيات ليست الا ادوات يضعها المنهج في خدمة البحث و ينظمها لتحقيق هذا الهدف ، انها محدودة العدد و يشترك فيها معظم العلوم الاجتماعية [2].

- **الملاحظة :**

- حيث يقول الدكتور **محمد طلعت عيسى** (ان الملاحظة هي ادة الية لجمع المعلومات و هي النواة التي يعتمد عليها للوصول الى المعرفة العلمية) ،[3] هي من اهم الادوات المستخدمة في البحوث الوصفية ، فهي تعني الاهتمام و الانتباه

---

[1] طاهر حسو الزيباري ، اساليب البحث العلمي في علم الاجتماع ، المؤسسة الجامعية للدراسة و النشر و التوزيع ، ط 1 ، 2011 ، ص : 76

[2] مادلين غراويتز ، مناهج العلوم الاجتماعية (منطق البحث في العلوم الاجتماعية) ، مرجع سابق ، ص: 11

[3] غريب سيد احمد ، تصميم و تنفيذ البحث الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، ص: 27

المنظم الى الظاهرة عن طريق الحواس ، حيث اننا نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده بقصد تفسيرها و اكتشاف اسبابها و الوصول الى القوانين التي تحكمها[1].

- **الاستبيان :**

و هو وسيلة من وسائل جمع المعلومات التي تستخدم في البحوث التربوية و النفسية و الاجتماعية ، و هو في العادة عبارة عن استمارات بها عدد من الاسئلة التي يراد اخذ راي مجموعة كبيرة من المبحوثين [2] ، و هو اداة اولية من ادوات جمع البيانات التي يحتاجها الباحث في اطار دراسته للظواهر و الاحداث الاجتماعية ، و يعتبر من اكثر الادوات المعروفة و المستخدمة لدى الباحثين في مجال علم الاجتماع و العلوم الاجتماعية الاخرى للحصول على معلومات و بيانات عن الافراد [3]، و قد تم تقسيم الاستبيان المعتمد في هذه الدراسة الى عدة محاور تبعا للتسلسل المفاهيمي لفرضيا الدراسة و كان التقسيم كالتالي :

- **المحور الاول** : يتعلق بالبيانات الشخصية
- **المحور الثاني** : اهمية الوسائل الاتصالية المباشرة و الغير مباشرة في العملية الادارية
- **المحور الثالث** : دور الوسائل الاتصالية في تحديد مستويات العلاقات العامة بالمنظمة
- **المحور الرابع** : اهمية وسائل الاتصال في تحديد وظائف العلاقات العامة
- **المحور الخامس** : العملية الاتصالية مبدا من مبادئ العلاقات العامة بالمنظمة

4- **المعالجة الاحصائية لبيانات الدراسة:**

---

[1] عمار بوحوش ، محمد محمود الدينات ، مناهج البحث العلمي (طرق اعداد البحث) ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ص : 45

[2] حافظ فرج احمد ، مهارات البحث العلمي في الدراسات التربوية و الاجتماعية مرجع سابق ، ص: 65

[3] طاهر حسو الزيباري ، اساليب البحث العلمي في علم الاجتماع ، مرجع سابق ، ص : 143

الاساليب الاحصائية هي اداة او وسيلة للكشف عن حقيقة المشكلة البحثية و مدى ارتباطها بالواقع ، بحث يجب على الباحث في الدراسة العلمية ان لا يغرق في الاحصاء و ان يعتمد على نتائج الاحصاء في وصف النتائج و تحليلها و تفسيرها و استخلاص النتائج [1] ، حيث اننا استخدمنا مجموعة من الطرق الاحصائية نذكر منها

أ- **برنامج الحزم الاحصائية (spss)** : و هو عبارة عن حزم حاسوبية متكاملة لإدخال البيانات و تحليلها ، يستخدم عادة في جميع البحوث العلمية التي تشتمل على العديد من البيانات الرقمية و لا يقتصر على البحوث الاجتماعية فقط بالرغم من انه انشا اصلا لها الغرض ، و لكن اشتماله لمعظم الاختبارات الاحصائية (تقريبا) و قدرته الفائقة في معالجة البيانات و توافقه من معظم البرمجيات المشهورة جعل منه اداة فاعلة لتحليل شتى انواع البحوث العلمية [2]

ب- **الجداول الاحصائية** : هي من اكثر الطرق شيوعا لعرض البيانات و ذلك لسهولتها و قدرتها على استيعاب كم كبير من البيانات بعد اختزالها بصورة كمية [3]، حيث تم تنويع هذه الجداول بين الجداول البسيطة و الجداول المركبة .

ثالثا : مجالات الدراسة :

أ - **المجال المكاني** : و يقصد به في أي منطقة محددة جغرافيا سوف تجرى الدراسة ؟ ، لذلك يجب على الباحث تحديد المنطقة التي سيجري بها البحث جغرافيا ، اضافة الى توضيح سبب اختيار هذه المنطقة دون غيرها من الاماكن [4] ، حيث

---

[1] حافظ فرج احمد ، مهارات البحث العلمي في الدراسات التربوية و الاجتماعية، مرجع سابق ، ص: 40

[2] ما هو برنامج الحزم الاحصائية SPSS، على الموقع الالكتروني التالي : https://abdelwahabgouda.ahlamontada.com/

[3] طاهر حسو الزيباري ، اساليب البحث العلمي في علم الاجتماع ، مرجع سابق ، ص 159

[4] محمد الغريب عبد الكريم ، البحث العلمي (التصميم و المنهج و الاجراءات) ، المكتب الجامعي الحديث ، محطة الرمل ، الاسكندرية ، الطبعة الثانية ، ص: 61

اجريت هذه الدراسة بمؤسسة اقتصادية (خدماتية ، تجارية) و هي مؤسسة اتصالات الجزائر (المديرية العملية لولاية الاغواط كنموذج للدراسة)

ب- **المجال الزماني :** لقد انقسمت هذه الدراسة بين الجانب النظري و الجانب الميداني حيث :

- انطلقت الدراسة النظرية من عمليات جمع المادة العلمية من شهر جانفي 2020 ، و استغرق امر ترتيبها و تدوينها حوالي الشهر و النصف من الزمن
- اما الدراسة الميدانية و التي بدأت من الدراسات الاستطلاعية من خلال الزيارات الميدانية للمؤسسة المدروسة من شهر فيفري ، و استمرت الاجراءات البحثية حتى نهاية شهر مارس و بدايات شهر افريل من سنة 2020 ، وذلك بتوزيع الاستمارات و ارجاعها و تفريغها و تحليلها و تفسيرها من خلال قراءتها احصائيا و سيسيولوجيا و اخيرا تدوين النتائج العامة للدراسة مع بداية الاسبوع الثاني من شهر افريل 2020 .

1- **المجال البشري :** حيث اجريت هذه الدراسة على عمال و موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر ، تحديدا بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر بالأغواط ، و شكلت لنا هذه الاخيرة مجتمع الدراسة ، و الذي كان يعادل 300 عامل و موظف ، و بعدها قمنا بسحب العينة المراد اجراء الدراسة عليها لنخرج بذلك ب 60 وحدة بحث .

رابعا : عينة الدراسة و خصائصها :

1- عينة الدراسة :

تعتبر المعاينة اسلوبا مهما في البحوث الميدانية ، و تعني طريقة جمع البيانات و المعلومات من و عن عناصر و حالات وحدة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع

و عناصر و مفردات مجتمع الدراسة و بما يخدم و يتناسب و يعمل على تحقيق هدف الدراسة [1]

حيث تم اختيار العينة العشوائية البسيطة و ذلك نظرا لملاءمتها لموضوع الدراسة ، حيث تعتبر العينة العشوائية البسيطة هي تلك العينة التي تختار بطريقة تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصة في الاختيار او الظهور ، و هذا النوع من العينات لا يتيح فقط لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية للظهور في العينة بل يتيح ايضا لكل مجموعة من مجموعاته نفس الفرصة [2] ، و عليه فقد اعتمدنا الطريقة العشوائية البسيطة في سحب العينة و المتمثلة في 20% من مجموع وحدات البحث و المتمثلة في 300 وحدة بحث بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر بالأغواط و اعتمدنا الطريقة الثلاثية وكانت كالتالي :

300 = مجتمع البحث

20 %= عينة الدراسة المراد سحبها

$$\frac{300 * 20}{100}$$

= 60 وحدة بحث

[1] نفس المرجع السابق ، ص : 116

[2] عاطف عدلي العبد ، زكي احمد عزمي ، الاسلوب الاحصائي و استخداماته في بحوث الري العام و الاعلام ، دار الفكر العربي ، ط 1 ، 1993 ص : 147

2- **خصائص عينة الدراسة :**

الجدول رقم 01 : يوضح خصائص عينة الدراسة حسب متغير الجنس :

	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	33	55 %
انثى	27	45 %
المجموع	60	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال ها الجدول ان نسبة الكور تفوق نسبة الاناث حيث بلغ عدد الذكور العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ط 33 موظف ، اي ما يعادل نسبة 55 % من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، و تليها بعد ذلك نسبة الاناث و التي قد مثلت نسبة 45% اي ما يعادل 27 امرأة عاملة بهذه المؤسسة ، وبالتالي فان الشريحة الغالبة في هذه المؤسسة هي الشريحة الذكورية ، و ذلك راجع ربما الى طبيعة المهام الموكلة للموظفين او الى مسؤوليات اخرى تلتزم بها المرأة ، او الى طبيعة التكوين التي تقتضي غالبا تخصصات تقنية الى حد كبير

الجدول رقم 02: يوضح خصائص عينة الدراسة حسب متغير السن :

	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 30 سنة	05	8.3 %
من 30 الى 40 سنة	36	60 %
من 40 سنة فما فوق	19	31.7 %
المجموع	60	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اكبر نسبة من عمال و موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر هم الفئة التي تتراوح اعمارهم ما بين (30 الى 40) سنة ، حيث بلغت نسبتهم حوالي 60% من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، و تلتها بعد ذلك فئة ما فوق 40 سنة بمعدل يساوي 31 .7% و اخيرا فئة الاقل من 30 سنة بمعدل 8.3% من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، و بالتالي فان الفئة الغالبة في معدل العمالة بهذه المؤسسة هي فئة شبابية الى حد كبير

الجدول رقم03 : يوضح خصائص عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية :

	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 5 سنوات	23	38.8 %
من 5 الى 10 سنوات	26	43.3 %
من 10 سنوات فاكثر	11	18.3 %
المجموع	60	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم عمال و موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تتراوح خبرتهم المهنية من 5 الى 10 سنوات ، حيث بلغت نسبة هذه الفئة حوالي 43.3 %من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، و تليها من الفئة التي تقل

خبـرتهم عـن 5 سـنوات حيـث مثلـت هـذه الفئـة حـوالي 38.8% ، و اخيـرا مـن لـديهم خبــرة 10 ســنوات فــاكثر بنســبة 18.3% مــن المجمــوع الكلــي لعينــة الدراســة ، و بالتـالي فـان الخبـرة المهنيـة للعمالـة بهـه المؤسسـة تبـدو لا بـاس بهـا خصوصـا مـن فـاقوا العشــر ســنوات ، و ذلــك نظــرا للعوائــد الايجابيــة لخبــرة و اقدميــة المــوظفين ، و هــذا ان دل علـى شـيء فانـه قـد يـدل علـى نقـص فـي معـدل دوران العمالـة و الـذي بـدوره يعود بالسلب على فعالية المؤسسة .

الجدول رقم 04 : يوضح خصائص عينة الدراسة طبيعة المنصب المشغول

	التكرار	النسبة المئوية
اطار سامي	08	13.3%
اطار	25	41.7%
عون تحكم	13	21.7%
عون تنفيذ	14	23.%
المجموع	60	100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحـظ مـن خـلال هـا الجـدول ام معظـم مـوظفي مؤسسـة اتصـالات الجزائـر هـم مـن فئـة الاطـارات ، حيـث بلغـت نسـبتهم حـوالي 41.7% مـن مجمـوع عينـة الدراسـة ، ثـم فئـة عـون التنفيـذ ب 23.6% ، ثـم تليهـا فئـة عـون تحكـم بنسـبة تقـدر ب 21.7% ، و اخيـرا نسـبة الاطـارات و التـي قـدرت ب 13.3% مـن المجمـوع الكلـي لعينـة الدراسـة ، و هـا قـد يبـين لنـا و بوضـوح مـدى اهتمـام مؤسسـة اتصـالات الجزائـر بسياسـة الاسـتقطاب و التوظيـف و حرصـها علـى ان يكـون معظـم عمالهـا مـن الفئـة المكونـة (اطــارات) لمــا يعــود بالإيجابيــة و الفعاليــة فــي الاداء و المســتوى علــى مردوديــة المؤسسة

الفصل

السادس

عرض و تحليل و تفسير نتائج الفرضية الاولى :

جدول رقم 05 : يوضح مدى استخدام موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط لوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس

		ذكر	انثى	المجموع
هل تستخدم الاتصالية الحديثة في مجال عملك ؟	نعم	31 93.93%	21 77.7%	52 86.66%
	لا	02 06.06%	06 22.22	08 13.33%
	المجموع	33 100%	27 100%	60 100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم عمال و موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط يستعملون الوسائل الاتصالية الحديثة ، حيث بلغت نسبة من اجابوا بنعم حوالي 86.66% ، مقسمة على 93.93% ذكور ، و 77.7% هم من الاناث ، اما من اجابوا بانهم لا يستخدمون تكنولوجيات الاتصال الحديثة فقد بلغت نسبتهم حوالي% 13.3 ، موزعين على 22 .22 %اناث و 06 .06% من الذكور ، و بالتالي فان الوعي بالاندماج في المنظومة التكنولوجية سيبرز الدور الفاعل للموظف او العامل بالمؤسسة ، و هذا ما سيعود بالإيجاب على المؤسسة و الموظف على حد السواء من خلال تكامل الادوار بين المورد التقني و المورد البشري في تحقيق اهداف المؤسسة .

جدول رقم 06: يوضح نسبة مقروئية المجلات و الدوريات التي تصدر عن مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من طرف عمالها و موظفيها

نسبة المقروئية للمجلات و الدوريات التي تصدر عن مؤسسة اتصالات الجزائر من طرف الموظفين و العمال؟	التكرار	النسبة
نعم	27	45 %
لا	15	25 %
احيانا	18	03%
المجموع	60	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدو ل و الذي يوضح نسبة المقروئية للمجلات و الدوريات التي تصدر عن مؤسسة لاتصالات الجزائر من طرف الموظفين و العمال ، ان معظم الاجابات كانت بنعم ، حيث بلغت حوالي% 45 ، اما من كانت اجابتهم ب لا فقد بلغت نسبتهم حوالي 25% من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، و تأتي اخر نسبة و هي 03% و هي تمثل فئة العمال و الموظفين الذين اجابوا بعبارة الى حد ما حول ما اذا كانت هناك مقروئية لما تصدره مؤسستهم من مجلات و دوريات ، و هذا ما يؤكد لنا و بوضوح مدى القبول المعرفي للقيم العامة السائدة بالمؤسسة اذا يظهر ذلك من خلال التفاعل و الاتصال الايجابي بين الادارة و المؤسسة عن طريق تلك المنشورات التي تحمل الكثير من المعاني و الصور الذهنية عن المؤسسة و نشاطاتها و اهدافها .

جدول رقم 07: يوضح راي موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط حول ما اذا كانت مؤسستهم تحتوي على خلية اعلام و اتصال لتثمين العلاقات العامة داخل و خارج المؤسسة

هل ترى ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تحتوي على خلية اعلام و اتصال لتثمين و تدعيم العلاقات العامة داخل و خارج المؤسسة ؟	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	36	60%
لا	24	40%
المجموع	60	100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال ها الجدول ان اكبر نسبة من التكرارات تعود لمن اجابوا بنعم حول ما اذا كانت مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تحتوي على خلية اعلام و اتصال لتثمين العلاقات العامة داخل و خارج المؤسسة ، حيث بلغت 60% ، اما فئة من اجابوا بلا فقد مثلوا نسبة 40% من المجموع الكلي لعينة الدراسة حيث ان تكامل النظم لا يحدث الا بتكامل الانساق ووجود خلايا تؤكد و تثمن تلك الافعال و المجهودات التي يقوم بها الفاعل الاجتماعي داخل المنظومة التنظيمية ان صح القول اي ، اي ان خلية الاعلام و الاتصال كغيرها من الخلايا الموجودة بمؤسسة اتصالات الجزائر تعمل الى حد بعيد الى تعزيز التفاعل و التواصل الايجابي و الفعال بين الفاعلين الاجتماعيين الداخليين و العملاء و المتفاعلين الخارجين .

جدول رقم08 : يوضح اهم الطرق الاتصالية التي تستخدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط للاتصال بموظفيها

ما هي الطريقة الغالبة التي تعمل بها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل الاتصال الامثل بموظفيها و عمالها ؟	التكرار	النسبة
المقابلات الشخصية	55	19.2%
الاجتماعات	60	20.9%
استعمال الخطابات بمكبرات الصوت	03	1.0%
استخدام الملصقات على الجدران	59	20.6%
الهاتف و الفاكس	60	20.9%
معارض الفيديو	07	2.4%
التقارير السنوية	43	15%
المجموع	287	100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول و الذي يوضح اهم الطرق الغالبة التي تعمل بها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل الاتصال الامثل بموظفيها و عمالها ، حيث نلاحظ ان الاجتماعات و استخدام الهاتف و الفاكس بنسبة تقدر بحوالي 20.9% ، ثم بعد لك استخدام الملصقات على الجدران بنسبة تقدر ب% 20.6 ، ثم المقابلات الشخصية بنسبة% 19.2 ، ثم بعدها تأتي التقارير السنوية بنسبة 15% ، ثم استخدام معارض الفيديو ب نسبة 2.4% ، و اخيرا 1% لاستعمال الخطابات بمكبرات الصوت ، و بالتالي فان التواصل سواء كان بالطريقة المباشرة او غير المباشرة بالمؤسسة محل الدراسة يضفي الكثير من التناغم و الانسجام بين

الادوار و الافعـال داخـل هـذا المجـال الاجتمـاعي المتنـوع الاجـزاء و التـي تعمـل كلهـا فـي ركـب متكامـل مـن اجـل تحقيـق الصـالح العـام للمؤسسـة مـن خـلال تلـك الرمـوز و الدلالات البحتة التي يتم تناقلها بين عمال و موظفي المؤسسة المدروسة

جدول رقم 09: يوضح راي موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر حول الطرق والاجراءات التي تستعملها المؤسسة من اجل تعزيز العلاقات العامة الداخلية بالمؤسسة حسب طبيعة المنصب المشغول

الاجراءات المتبعة / طبيعة المنصب المشغول	من خلال التنسيق مع كل الموظفين من اجل اتخاذ قرارات تهم المؤسسة	انشاء برامج و مخططات مشتركة بين الموظفين من اجل تحقيق اهداف المنظمة	الاهتمام و رعاية الشؤون الاجتماعية و النفسية للموظف بالمؤسسة	الاهتمام بمتابعة ما ينشر من شكاوى و محاولة اقتراح الحلول المناسبة لها	المجموع
اطار سامي	02 08%	06 12.5%	04 16.6%	04 13.33%	08 14.54%
اطار	11 44%	18 37.5%	10 41.6%	14 46.66%	22 40%
عون تحكم	04 1%	11 22.91%	05 20.83%	07 2.33%	12 21.81%
عون تنفيذ	08 22%	13 27.08%	05 20.83%	05 16.66%	13 23.63%
المجموع	25 100%	48 100%	24 100%	30 100%	55 100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

تبين من خلال ها الجدول ان اكبر نسبة موافقة على الاجراءات المتبعة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تعزيز العلاقات العامة بالمؤسسة هي لعبارة انشاء مخططات مشتركة بين الموظفين من اجل تحقيق ها الهدف حيث بلغت 48 اجابة مؤيدة لهذا الاجراء ، مقسمة على 37.5% هم من الاطارات ، ثم تليها 2.08% هم من اعوان التنفيذ ،و بعدها 22.91% هم من اعوان التحكم ، ثم و اخيرا 12.5%هم من الاطارات السامية ، لتليها بعد ذلك من اجابات من ايّدوا عبارة ان المؤسسة تحاول متابعة الشكاوى و اقتراح الحلول المناسبة لها ، حيث بلغت 30 اجابة بنعم مقسمة على 46.66% هم من الاطارات و بعدها نسبة 16.66% هم اعوان التنفيذ ، ثم 13.33% هم من الاطارات السامية بالمؤسسة ، و اخيرا نسبة 2.33% هم من فئة عون تحكم ، اما عبارة ان المؤسسة تحاول التنسيق مع كل الموظفين من اجل اتخاذ قرارات تهم المؤسسة فقد اخذت 25 موافقة مقسمة على% 44 هم الاطارات ، و 22% هم من اعوان التنفيذ ، لتليها بعد ذلك نسبة 08% هم من الاطارات السامية ، و اخيرا نسبة 01% هم اعوان التحكم ، اما عبارة ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تعمل على الاهتمام و رعاية الشؤون الاجتماعية و النفسية للموظف بالمؤسسة فقد حصدت هي الاخرى 24 موافقة على هذه العبارة ، مقسمة على% 41.6 من الاطارات ، و 20.83% لكل من اعوان التحكم و اعوان التنفيذ بالتساوي ، و اخيرا نسبة 16.6% هم من الاطارات السامية ، لنلاحظ بذلك ان اكثر الموافقات على العبارات المطروحة تعود لفئة الاطارات بالمؤسسة .

و بالتالي فان إجراءات التواصل الايجابي بالبحث عن اهم مشاكل التفاعل بالمؤسسة يعد في حد ذاته سلوكا واعيا تعمل به مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تحقيق اهداف معينة ترمي الى احداق التغيير الايجابي و الوصول الى مصافي الشركات العالمية الكبرى للاتصالات و التي تولي قدرا كبيرا

جدا من الاهتمام و الدراسة للعلاقات العامة ، خاصة باهتمامها بالعلاقات العامة الداخلية و تعزيز العلاقات الاجتماعية و الانسانية بالجو العام في المنظمة .

جدول رقم 10 : يوضح مدى تركيز مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط على الاتصال بمعظم الاطراف الخارجية كالموردين و المستهلكين حسب الخبرة المهنية

هل تركز مؤسسة اتصالات الجزائر على الاتصال بمعظم الاطراف الخارجية كالموردين و المستهلكين ؟		الخبرة المهنية			المجموع
		اقل من 5 سنوات	من 5 الى 10 سنوات	من 10 سنوات فاكثر	
	نعم	19 13.%	26 43.3%	10 16.7%	55 91.%
	لا	04 6.7%	0 00%	1 1.%	5 8.3%
	المجموع	23 38.3%	26 43.%	11 18.3%	60 100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اكبر نسبة هي للإجابة بنعم على سؤال هل تركز مؤسسة اتصالات الجزائر على الاتصال بمعظم الاطراف الخارجية كالموردين و المستهلكين ، حيث بلغت 91% من مجموع الاجابات ، مقسمة على 43.3% من لديهم الخبرة المهنية تتراوح بين 5 الى سنوات ، و بعدها فئة اقل من 5 سنوات بنسبة 13% ، و اخيرا من لديهم الخبرة المهنية تفوق 10 سنوات بنسبة تقدر ب 16.7% من مجموع الاجابات بنعم .

اما الاجابة ب لا فقد بلغت حوالي 8.3% من مجموع الاجابات مقسمة هي الاخرى على 6.7% ممن لديهم الخبرة اقل من 5 سنوات ، اما فئة من يفوقون 10

سنوات خبرة مهنية فقد بلغت اجابتهم حوالي 1% ، اما فئة من 5 الى 10 سنوات فقد بلغت 00% من مجموع الاجابات ب لا

و عليه يمكن القول بان اهتمام المؤسسة المدروسة بالعلاقات العامة الخارجية يعكس و بصورة واضحة حصيلة العلاقات المتفاعلة خارج اطار المؤسسة ، و هذا ما قد يساعدها كثيرا في عمليتي الترويج و التسويق من خلال الاعلان و الاشهار ، و بالتالي فان منظومة العلاقات الخارجية مع المؤسسة تتحدد وفقا لنمط التفاعل الداخلي و يعكس و بصورة مباشر الانطباعات السلوكية و الاجتماعية للعمالة دخل مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط

جدول رقم 11 :يوضح الاساليب الترويجية التي تستخدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تثمين صورتها الخدماتية في نظر عملائها الخارجيين

		التكرارات	النسبة
ما هي الاساليب الترويجية التي تستخدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تثمين صورتها الخدماتية في نظر عملائها الخارجيين ؟	بالوكالات الاستعانة الاعلانية	53	36.1%
	تنظيم ندوات و مؤتمرات	42	28.6%
	تنظيم معارض و افلام تعرض من خلالها اهم خدماتها	52	35.4%
	المجموع	147	100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اكبر نسبة تعود لعبارة ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تستعين بالوكالات الاعلانية كأسلوب من الاساليب الترويجية من اجل تثمين صورتها الخدماتية في نظر عملائها الخارجيين ، حيث بلغت حوالي 36. 1%من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، ثم تليها نسبة 35.4 %لعبارة تنظيم

معارض و افلام تعرض من خلالها لهم خدماتها ، و اخيرا نسبة 28.6% لعبارة تنظيم ندوات و مؤتمرات ، حيث ان قدرة مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط على استيعاب المستوى الثقافي و التفكيري للمتعامل الخارجي يجعل منها تبتكر اساليب من اجل احداث ما يعرف ببناء العلاقة التواصلية و ما يعرف كذلك بمرونة التفاعل و الاستيعاب و بالتالي جدوى النتائج و الاهداف

جدول رقم 12 : يوضح مدى سعي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط للاتصال بينها و بين المؤسسات الاخرى من اجل التعاون الاداري و الاقتصادي حسب الخبرة المهنية

هل تعمل مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط على تعزيز التعاون بينها و بين المؤسسات الاخرى من اجل التعاون الاداري و الاقتصادي ؟		الخبرة المهنية			المجموع
		اقل من 5 سنوات	من 5 الى 10 سنوات	من 10 سنوات فاكثر	
	نعم	08 34.78%	12 46.15%	00 00%	20 33.33%
	لا	15 65.21%	14 53.84%	11 100%	40 66.66%
	المجموع	23 100%	26 100%	11 100%	60 100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم المبحوثين من عمال و موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط اجابوا ب لا على سؤال ما اذا كانت مؤسستهم تعمل على تعزيز التعاون بينها و بين المؤسسات الاخرى من اجل التعاون الاداري و الاقتصادي ، حيث بلغت نسبة الاجابة ب لا حوالي 66.66% موزعة على 65.21% من لديهم اقل من 5 سنوات خبرة مهنية ، و 53.84% من لهم من 5 الى 10 سنوات خبرة ، اما من لديهم اكثر من 10 سنوات خبرة فقد اجابوا كلهم ب لا

اما من اجابوا بنعم فقد بلغت نسبتهم حوالي 33.33% موزعة على 46.15 ممن لديهم من 5 الى 10 سنوات خبرة مهنية ، و 34.78% ممن لديهم الخبرة اقل من خمس سنوات

و بالتالي فان عدم استيعاب او الفهم الايجابي و التفاعل الايجابي التعاوني بين مختلف المؤسسات الناشطة في مجال الاتصالات (أي نفس النشاط) يمكن ان يجعل من المؤسسة المدروسة بؤرة للانكماش الاجتماعي و الاقتصادي و الاداري من خلال عدم تداول المخططات و المعاني الادارية و البرمجيات المتطورة التي يمكنها ان تعمل هي الاخرى على تفعيل المستوى التطوري للمؤسسة ، و بالتالي فان ذلك قد يخلق مفارقات و غموض كبير في معاني و دلالات البرامج و الخطط التنظيمية التي يمكن ان تعتمدها المؤسسة بعيدا عن الاطار العام الذي تسير فيه معظم الشركات المتقدمة خاصة الناشطة منها في مجال الاتصالات .

مناقشة نتائج الفرضية الجزئية الاولى :

ان مستويات العلاقات العامة في أي مؤسسة هي في الحقيقة تتحدد بمستوى الوسيلة الاتصالية ، و انماط الاتصال و نوعيته داخل أي منظمة ، سواء اكانت علاقات عامة داخلية او خارجية تستدعي كسب التأييد و كسب العملاء ، و حتى توجيه الراي العام لخدمة و صالح المؤسسة ، و عليه ومن خلال الدراسة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط توصلنا الى ان العلاقات العامة ما هي الا عبارة عن جهاز اتصالات بين المؤسسة و جمهورها الداخلي و الخارجي من خلال شبكة ووسائل و علاقات اتصال متشابكة و متكاملة الادوار و الوظائف تعمل على تعزيز العلاقات العامة بالمؤسسة بغض النظر عن نوعية او طريقة او مستوى العملية الاتصالية

ومن هنا يجب القول انه ومع التغيرات الكبيرة التي قد شهدتها تكنولوجيات الاعلام و الاتصال في العالم ظهر ما يعرف بمفهوم العلاقات العامة الالكترونية و التي تبدو اكثر احترافية و اختصارا للوقت و الجهد و المال من خلال الحملات الاعلانية و التسويقية (الترويجية) ، هذا بالنسبة للمجال الخارجي ، نفس الامر يطبق على المستوى الداخلي للمؤسسة من خلال التعامل مع الموظفين و العمال بالطريقة الالكترونية عن طريق البريد الالكتروني و شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها ، و بالتالي يمكن القول ان نوعية الوسيلة الاتصالية المستخدمة سواء اكانت مباشرة او غير مباشرة تعمل و بصورة واضحة على تحديد مستويات العلاقات العامة الداخلية و الخارجية لأي مؤسسة ، خاصة منها تلك التي تعتمد و بصورة حتمية على النشاط التسويقي و التقديم الخدماتي كمؤسسة اتصالات الجزائر ، وما لهذه الاخيرة من مهام و ادوار كبيرة في مجال الاتصالات السلكية و اللاسلكية على المستوى الوطني

و عليه يستوجب على هذه الشركة او المؤسسة تقنين و تطوير وسائلها الاتصالية و مواكبة التكنولوجيا الحديثة في هذا المجال لا لشيء الا لكسب المزيد من الارباح المادية و المعنوية و المتمثلة في تأييد العملاء الخارجيين و الداخليين ، اضافة الى السمعة الطيبة

و بالتالي يمكن القول بان الفرية الجزئية للدراسة قد تحققت و بشكل كبير ، حيث يقول نص الفرضية :

(يتحدد مستوى العلاقات العامة و فعاليتها بنوعية الوسيلة الاتصالية المستخدمة في بناء العلاقات الداخلية و الخارجية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط)

الفصل السابع

عرض و تحليل و تفسير نتائج الفرضية الثانية :

الجدول رقم 13 : يوضح مدى اتباع مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط لإجراءات معينة بغية بغية ممارسة البحث العلمي خاصة في مجال تطوير العلاقات العامة حسب طبيعة المنصب المشغول

	هل تتبع مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط اجراءات معينة بغية ممارسة البحث العلمي خاصة في مجال تطوير العلاقات العامة			المجموع
		نعم	لا	
طبيعة المنصب المشغول	اطار سامي	01 1.7%	07 11.9%	08 13.6%
	اطار	07 11.9%	18 30.5%	25 42.4%
	عون تحكم	04 6.8%	09 15.3%	13 22%
	عون تنفيذ	07 10.1%	07 11.9%	14 22%
	المجموع	19 30.5%	41 69.5%	60 100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال ها الجدول ان معظم الاجابات على سؤال ما اذا كانت مؤسسة اتصالات الجائر بالأغواط تتبع اجراءات معينة بغية البحث العلمي و التطوير ، حيث بلغت الاجابة بنعم حوالي 69.5 موزعة على 30.5 هم من الاطارات و 15.3 من اعوان التحكم ، ثم بعد لك 11.9 لكل من الاطارات السامية و اعوان التنفيذ بالتساوي

اما من كانت اجابتهم ب لا اي ان هذه المؤسسة لا تتبع اي اجراءات من اجل البحث العلمي و التطوير فقد بلغت نسبتهم حوالي 30 .5 مقسمة هي الاخرى على 11.9 هم من الاطارات و 10.1هم من اعوان التنفيذ ، و 6.8 هم من اعوان التحكم ، و اخيرا 1.7 هم من الاطارات السامية .

و بالتالي فان إجراءات البحث العلمي لما لها من اهمية و دور تطويري لمستوى ادا المؤسسة يجعلنا نعتبره من اهم اولويات اي تنظيم رسمي يتكون مجموعة كيانات وظيفية تجعلها في حالة ديناميكية من خلال ما يعرف بمنظومة الادوار ، و عليه وفان مواكبة الدراسات و البحوث خاصة منها ما يهتم بمستويات الاداء و الفعالية بات من أولويات المؤسسات من اجل الوصول لمصافي الشركات الكبرى المواكبة لهذه التطورات العلمية في المستوى الاداري و التنظيمي خاصة على مستوى العلاقات العامة

الجدول رقم 14 : يوضح اهم الاجراءات البحث العلمي التي تتبعها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط حسب طبيعة المنصب المشغول

	ما هي اجراءات البحث العلمي التي تتبعها مؤسستكم			
		دراسة الآراء و الاتجاهات	دراسة المشكلات الداخلية و الخارجية	دراسة قرارات المؤسسة
طبيعة المنصب المشغول	اطار سامي	3 15%	06 13.63%	08 13.33%
	اطار	9 45%	20 45.54%	25 41.66%
	عون تحكم	04 20%	11 25%	13 21.66%
	عون تنفيذ	04 20%	07 15.90%	14 23.33%
	المجموع	20 100%	44 100%	60 100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ا الذي يوضح اهم الاجراءات المتبعة من اجل البحث العلمي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ، ان اكثر اجراء متبع حسب موظفي المؤسسة هو دراسة قرارات المؤسسة ، حيث نلاحظ ان جميع وحدات عينة الدراسة موافقة على هذه العبارة مقسمة على 41.66% هم من الاطارات و 23.33%هم من اعوان التنفيذ ، و21.66%هم من اعوان التحكم ، و 13.33%هم من الاطارات السامية

اما عبارة ان المؤسسة المدروسة تعمل على دراسة المشكلات الداخلية و الخارجية ، فقد ايد هذه العبارة 44 موظف مقسمين على 45.54%هم من الاطارات ، و

25%هم اعوان تحكم ، و بعد ذلك 15.90%هم اعوان تنفيذ ، و اخيرا 13.63%هم من الاطارات السامية

اما عبارة ان المؤسسة تتبع اسلوب دراسة الآراء و الاتجاهات فقد تحصلنا على 20 موافقة على هذه العبارة مقسمة على 45%هم من الاطارات ، و 20% بالنسبة لأعوان التحكم و اعوان التنفيذ بالتساوي ، و اخيرا 15% هم اطارات سامية ، حيث ان دراسة الآراء و الاتجاهات و دراسة المشكلات و محاولة ايجاد الحلول و دراسة قرارات المؤسسة يجعل من المؤسسة تتبع سياسات التنبؤ مما يساعدها و يسهل عليها مهمة التخطيط المستقبلي لنشاطات المؤسسة ، ان مثل هذه الاجراءات المترابطة و المتساندة تساعد المؤسسة المدروسة على مواكبة التغيرات الحتمية التي تجتاح كل مؤسسة لما هو ايجابي و مثمر لصالح المؤسسة

الجدول رقم 15 : يوضح نوعية الاتصالات التي تمارسها مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بكثرة

نوع الاتصال	التكرار	النسبة
الاتصال الذي يكون من الادارة الى الموظفين	**40**	**66.66%**
الاتصال الذي يكون من الموظفين الى الادارة	**7**	**11.66%**
الاتصال الذي يكون بين الموظفين فيما بينهم	**13**	**21.66%**
المجموع	**60**	**100%**

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اسلوب الاتصال الغالب بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط هو الاتصال النازل اي من الادارة الى الموظفين ، حيث بلغت نسبة الموافقة على هذا النوع من الاتصال بلغت حوالي 66.66% و بعدها يأتي في المرتبة الثانية الاتصال الذي يكون بين الموظفين فيما بينهم ، حيث مثل 21.66% ، و اخيرا يأتي نوع الاتصال الذي يكون من الموظفين الى الادارة اي الاتصال الصاعد ، حيث بلغت نسبته حوالي 11% .66 و هي نسبة ضعيفة نوعا ما مقارنة بالنسب الاخرى .

و بالتالي فان الاتصال الايجابي بالمؤسسة قد يقود بها الى ما يعرف اشباع حاجات الافراد ، خاصة الاتصال الصاعد الذي يعزز من مفهوم الولاء التنظيمي للموظف و العامل اذا كانت هناك تغذية رجعية و مسموعية كاملة لما يدور من احداث و مشاكل و رهانات في مستوى الطبقة العمالية او الطبقة الثانية و الثالثة في السلم الاداري ، و نفس الامر ينطبق على الاتصال الصاعد الذي يساعد الادارة المسيرة على التحكم في زمام الامور و السيطرة على الوضع و عدم الانفلات الوظيفي مما قد يجرها الى مشاكل كبيرة او خسائر مادية و بشرية من اضرابات و استقالات و دوران في مستوى العمالة ، و هذا بطبيعة الحال ليس في صالح المؤسسة باي حال من الاحوال

الجدول رقم 16 : يوضح هدف الموظف من استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة داخل عمله

		التكرار	النسبة
استخدم الوسائل الاتصالية الحديثة في مجال عملية من اجل	التواصل مع الادارة و الزملاء	60	57.1 %
	الترفيه	14	13.3%
	من اجل سير شؤون المؤسسة	31	29.5%
	المجموع	105	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط يستخدمون الوسائل الاتصالية الحديثة من اجل التواصل مع الادارة و الزملاء ، حيث بلغت نسبة هذه العبارة حوالي 57.1% ، اما النسبة الثانية فقد كانت لعبارة انهم يستخدمونها من اجل سير شؤون المؤسسة فقد بلغت هي الاخرى 29.5% ، و اخيرا تأتي نسبة 13.3% ممن يستعملون الوسائل الاتصالية الحديثة من اجل الترفيه .

حيث ان استحداث التعامل الاتصالي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط يساعدها و بشكل جد فعال في حفاظها على السياسات التي تيسر من العمليات الادارية اليومية بشكل عام ، اضافة الى التحكم في عمليات المنظمة بأشكالها و مستوياتها و انواها مما يضمن جودة الخدمات المقدمة و جودة المنتوج في حد ذاته ، من هنا نعبّر عن اهمية الوسائل و العمليات الاتصالية بمختلف انواعها و اشكالها في الحفاظ على توازن و تأقلم المؤسسة في المنظومة المؤسساتية

جدول رقم 17 : يوضح راي موظفي اتصالات الجزائر بالأغواط حول ما اذا كانت الوسائل الاتصالية المستخدمة بالمؤسسة كفيلة لإنجاح العملية الادارية و تثمين العلاقات العامة لتحقيق اهداف المؤسسة

هل ترى ان الوسائل الاتصالية المستخدمة بمؤسستك كفيلة لإنجاح العملية الادارية و تثمن من العلاقات العامة لتحقيق اهداف المؤسسة				المجموع
طبيعة المنصب المشغول	نعم	لا	الى حد ما	
اطار سامي	04 6.8%	00 00%	04 6.8%	08 13.6%
اطار	22 3.3%	00 00%	03 5.1%	25 42.4%
عون تحكم	11 18.6%	00 00%	02 3.4%	13 22%
عون تنفيذ	10 16.9%	02 3.4	02 3.4%	14 22.7%
المجموع	47 79.7%	02 1.7%	11 18.6%	60 100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان نسبة الاجابة حول سؤال ما اذا كانت الوسائل الاتصالية المستخدمة بمؤسستك كفيلة لإنجاح العملية الادارية و تثمن من العلاقات العامة لتحقيق اهداف المؤسسة بنعم كانت كبيرة مقارنة بالإجابات الاخرى حيث بلغت حوالي 79.7% من المجموع الكلي للإجابات ، مقسمة على 18.6% هم اعوان التحكم ، و 16.9% هم من اعوان التنفيذ ، ثم تليها نسبة 6.3% هم من الاطارات السامية ، و اخيرا 3.3% هم من الاطارات

و بعدها تأتي في المرتبة الثانية من اجابوا ب (الى حد ما) فقد بلغت نسبتهم حوالي% 18.6 مقسمة على 6.8% هم من الاطارات السامية ، و بعدها 5.1% هم من الاطارات ، ثم 3.4% لكل من اعوان التحكم و اعوان التنفيذ بالتساوي، اما من اجابوا ب لا فقد بلغت نسبتهم حوالي 1.7% و هي نسبة عيفة جدا مثلت اعوان التنفيذ

و عليه فان الاتصال التنظيمي الفعّال و بغض النظر عن جوانبه الايجابية على المستوى الرسمي ، هو يزيد ما الالفة و التماسك الثقة بين الموظفين و الادارة و يخلق روح التعاون و يعزز العلاقات الانسانية و الاجتماعية بمراعاته لجميع لهذه الجوانب ولو بطريقة غير مباشرة ، الا ان ذلك قد يظهر من خلال المعاملات و الممارسات الاجتماعية الرسمية و الغير رسمية بين العمال و الموظفين و بين الادارة ككل ، ان هذه الافعال في حد ذاتها تعتبر عملية من عمليات الانتاج النوعي الذي تسعى اي مؤسسة لاكتسابه و لا تقل اهميته عن اهمية الانتاج المادي

جدول رقم 18 : يوضح كيفية قيام مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بتقييم و قياس اداء و فعالية نشاطاتها خاصة في مجال العلاقات العامة

		التكرار	النسبة
كيف تقوم مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بتقييم و قياس اداء و فعالية نشاطاتها خاصة في مجال العلاقات العامة	من خلال تقييم النتائج و الخطط و البرامج	49	81.66%
	من خلال تشكيل لجان مختصة لدراسة و مراجعة الاساليب الاتصالية المستخدمة لتعزيز العلاقات العامة	11	18.33%
	المجموع	60	100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان مؤسسة اتصالات الجزائر تقوم بتقييم النتائج و الخطط و البرامج كإجراء لقياس و تقييم فعالية نشاطاتها خاصة في مجال العلاقات العامة بنسبة 81.66% حسب راي موظفيها ، ثم يأتي بعد لك اجراء تشكيل لجان مختصة لدراسة و مراجعة الاساليب المستخدمة لتعزيز العلاقات العامة بنسبة تقدر بحوالي 18.33% من مجموع العينة المدروسة .

حيث ان تقييم المستوى الاداء انما هو في حد ذاته عملية اتصالية بمختلف فروع و مستويات المؤسسة للقياس و التقييم ، و هذا ما قد يضمن للمؤسسة ضمان استمرارية البقاء من خلال المتابعة الدورية و الفورية لكل مستجدات الادوار و الوظائف داخل هذا المجال التنظيمي الذي يعتبر مجالا حيويا باعتباره المتغير الديناميكي و المستقر و المتوازن في نفس الوقت .

مناقشة نتائج الفرضية الجزئية الثانية :

لا تكتمل وظائف العلاقات العامة في اي مؤسسة بدون اعتمادها على الوسائل الاتصالية بمختلف انواعها و اشكالها ، حيث ان تقويم الاتجاهات و الآراء سواء الداخلية او الخارجية يعتمد و بصورة مباشرة على تلك الاجتماعات و المقابلات الرسمية و التقارير السنوية ، اضافة الى المعاملات الالكترونية مع الجمهور الداخلي و الخارجي ، و المؤتمرات و الاكراميات و اللقاءات ، كلها وسائل اتصالية مختلفة ، حيث ان ذلك ساعدها و بصورة مباشرة و كبيرة في تحديد اهداف و رسم سياساتها و خططها المستقبلية في اطار الصالح العام و الخاص بالمؤسسة

و عليه نقول ان نجاح العلاقات العامة باي مؤسسة ، و بمؤسسة اتصالات الجزائر خاصة يعتمد و بصورة مباشرة على الوسائل الاتصالية من خلال تقديم مختلف الاعمال و التوجيهات و الآراء و مختلف الاحداث (ما هو قائم و ما يجب ان يكون) من اجل الوصول الى شفافية و مصداقية اكثر في تحديد اهداف ووظائف المؤسسة ، و تحقيق المزيد من التعاون و التكامل الوظيفي الداخلي و الخارجي للمؤسسة .

و بالتالي فان مثل هكذا مكسب للمؤسسة يجعلها تعزز من الاستخدامات المثلى للوسائل الاتصالية من اجل اكمال وظائفها الادارية و التجارية على اكمل وجه ، و تفعيلها لمحور المشاركات في حل المشكلات الداخلية و الخارجية من خلال ادارة البحث و التواصل و التفاهم و الاتفاق على مختلف الشؤون الادارية او الاجتماعية من اجل تحقيق المزيد من التنمية الاقتصادية و الاجتماعية داخل و خارج المؤسسة من خلال عمليات قياس الاتجاهات و سبر الآراء ، و عليه يمكن القول بان الوسائل الاتصالية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ساهمت و بشكل جد

كبير في تحديد و تثمين وظائف العلاقات العامة بالمؤسسة ، و بالتالي يمكن القول بان الفرضة الجزئية الثانية للدراسة قد تحققت ، حيث يقول نصها :

(تلعب وسائل الاتصال المستخدمة الدور الفاعل في تحديد الوظائف الفاعلة للعلاقات العامة بالمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط)

الفصل الثامن

عرض و تحليل و تفسير نتائج الفرضية الثانية:

جدول رقم 19 : يوضح مدى اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بظروف و اهتمامات الموظف داخل المؤسسة قبل اهتماماها بالظروف الخارجية حسب طبيعة المنصب المشغول

طبيعة المنصب المشغول	هل تهتم مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بظروف و اهتمامات الموظف داخل المؤسسة قبل اهتماماها بالظروف الخارجية؟		المجموع
	نعم	لا	
اطار سامي	2 3.4%	6 10.2%	**8** **13.6%**
اطار	8 13.6%	17 28.8%	**25** **42.4%**
عون تحكم	3 5.1%	10 16.9%	**13** **22%**
عون تنفيذ	8 11.9%	6 10.2%	**13** **22.1%**
المجموع	20 33.9%	39 66.1%	**60** **100%**

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اكثر الاجابات على عبارة ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بظروف و اهتمامات الموظف داخل قبل اهتماماتها بالظروف الخارجية بلا بلغت النسبة الكبيرة 66.1% مقسمة 28.8% هم من الاطار ، و

تليها نسبة 16.9% من اعوان التحكم ، ثم نسبة 10.2% هم من الاطارات السامية و اعوان التنفيذ بالتساوي .

اما من اجابوا بنعم فقد كانت نسبة الاجابة 33.9% ، مقسمة على 13.6% هم من فئة الاطارات ، و 11.9% هم من اعوان التنفيذ ، و 5.1% من اعوان التحكم و اخيرا 3.4% هم من الاطارات السامية .

و بالتالي فان اهمال الشؤون الاجتماعية و النفسية للفرد العامل بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط و احتياجاته و توجهاته من طرف الادارة المسيرة ليس بالأمر الايجابي بتاتا باعتبار ان اهمال جانب التواصل و التفاهم المشترك بين الادارة العليا و الادارة السفلى او المتوسطة ان صح القول يخلق نوعا من تفكك الروابط في العلاقة الاجتماعية بكل مستوياته داخل المؤسسة و نوعا من الانزلاق على المستوى الثقافي ، و العلاقة الاجتماعية هي محور كل بناء و كل نسق و كل تنظيم كما تراه السوسيولوجيا الحديثة ، انطلاقا من المحددات الجزئية للمنظمة الا و هو الفرد .

جدول رقم 20 : يوضح كيفية تعامل مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تعزيز علاقتها مع المؤسسات الاخرى

		النسبة	التكرار
كيف تعمل مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط من اجل تعزيز علاقتها مع المؤسسات الاحرى ؟	من خلال التعاون الاداري	17	29. 3 %
	من خلال تبادل الخبرات	16	26.66%
	من خلال تنسيق الاجتماعات التي تناقش الخطط المشتركة	27	45%
	المجموع	60	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان اكبر نسبة من المبحوثين يرون ان مؤسستهم تعمل على تعزيز علاقتها مع المؤسسات الاخرى من خلال تنسيق الاجتماعات التي تناقش الخطط المشتركة ، حيث بلغت نسبتهم حوالي 45% من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، تليها نسبة 29.3% ، و هم فئة الموظفين الذين يرون ان مؤسستهم تتبع اسلوب التعاون الاداري بينها و بين المؤسسات الاخرى ، اما النسبة الاخيرة فهي ترجع الى عبارة ان المؤسسة المدروسة تتبع اسلوب تبادل الخبرات بينها و بين المؤسسات الاخرى ، حيث مثلت هذه النسبة حوالي 26.66 %

حيث ان وظيفة كل عنصر من العناصر السابقة تشكل محورا وظيفيا لتكامل العملية الاتصالية داخل المجال التنظيمي و هو المؤسسة المدروسة من اجل تحقيق الاهداف التي تسعى اليها المؤسسة ، و بالتالي فان اتخاذ مثل هذه الاجراءات و التدابير الاتصالية لتحقيق تكامل وظائف وادوار الافراد العاملين داخل هذا التنظيم او النسق التنظيمي يحقق له نوعا من التوازن و التكامل الوظيفي

جدول رقم 21 : يوضح مدى اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط بتفعيل المناسبات العامة داخل و خارج المؤسسة كتنظيم الحفلات و تقديم الاكراميات

هل تعمل مؤسسة اتصالات الجزائر على تفعيل المناسبات العامة بالمؤسسة داخل و خارج المؤسسة كتنظيم الحفلات و تقديم الاكراميات؟	النسبة	التكرار
نعم	25	41.7 %
لا	32	53.3 %
احيانا	03	05%
المجموع	60	100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم المبحوثين لا يرون ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تعمل على تفعيل المناسبات العامة داخل المؤسسة وز خارجها كتنظيم الاحتفالات و تقديم الاكراميات كإجراء تعزيزي للعلاقات العامة ، حيث بلغت نسبتهم حوالي% 53.3 من المجموع الكلي لعينة الدراسة ، و تليها فئة الموظفين الذي يوافقون على العبارة المذكورة سابقا ، حيث بلغت نسبتهم حوالي 7%.41 ، و اخير نسبة 05% لمن يرون ان مؤسستهم احيانا تفعل هذه المناسبات ، و هي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بالإجابات السابقة ، و بالتالي فان تفعيل تلك المناسبات و الاكراميات من الحين للآخر لا يزيد المؤسسة الاّ قوة و متانة بتوطيد علاقاتها الداخلية مع موظفيها من خلال تحقيق الرضا و كسب الولاء من جهة ، و علاقاتها الخارجين من خلال الترويج و التسويق الفعال و كسب المزيد من العملاء الخارجيين ، و بالتالي فان مثل هه الطرق الاتصالية و الاهتمام بها يبدو في غاية الاهمية خاصة في مجال تطوير العلاقات العامة للمؤسسة

جدول رقم 22 : يوضح ما اذا كانت مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تحاول اتباع اجراءات معينة من اجل تعزيز الثقة بينها وبين موظفيها

هل ترى ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تحاول اتباع اجراءات معينة من اجل تعزيز الثقة بينها و بين موظفيها ؟	التكرار	النسبة
نعم	27	%44.3
لا	17	28.33%
الى حد ما	16	26.2%
المجموع	60	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم المبحوثين يرون ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تتبع اجراءات معينة من اجل تعزيز الثقة بينها و بين موظفيها ، حيث بلغت نسبتهم حوالي 44.3% من مجموع عينة الدراسة ، ثم تليها نسبة 28.33% من المبحوثين الذين لا يوافقون على هذه العبارة ، اما المبحوثين الذين اجابوا بعبارة الى حد ما فقد بلغت نسبتهم حوالي 26.2 % .

حيث ان الاهتمام بإجراءات تعزيز الثقة المتبادلة في النظام او التنظيم الرسمي يعزز من انتماء الافراد للمؤسسة و يزيد من ترابطهم ووحدتهم الاجتماعية قبل التنظيمية لتشمل بعدها الثقة العامة بالمؤسسة و حتى خارج المؤسسة ، و بالتالي فان الاهتمام بالعلاقة الاجتماعية و بالتواصل الايجابي بالاستعانة بجميع الوسائل

و الاستراتيجيات اللازمة يعز لا محال من تزايد الثقة و العطاء بين العاملين و المنظمة ككل و بين المنظمة و العملاء الخارجيين

جدول رقم23 : يوضح اهم الاساليب التي تحاول مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط اتباعها من اجل المحافظة على الثقة بينها و بين موظفيها

		التكرار	النسبة
كيف تحاول مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط ان تحافظ على الثقة بينها و بين موظفيها في رايك ؟	من خلال اتباع اسلوب العدل و المساواة بين الموظفين	34	36.2 %
	من خلال الاهتمام بانشغالات و مشاكل الموظفين	21	22.3 %
	من خلال التمسك بالقيم الاخلاقية في التعامل مع الموظفين	39	41.5 %
	المجموع	94	100 %

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم المبحوثين يرون بان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تحاول التمسك بالقيم الاخلاقية في التعامل مع موظفيها كمحاولة منها للحفاظ على الثقة بينها و بينهم ، حيث بلغت نسبتهم حوالي 41.5% ، ثم تليها نسبة 36.2% من المبحوثين الذي ن يرون بان المؤسسة تحاول اتباع اسلوب

العدل و المساواة بين موظفيها ، اما النسبة الاخيرة فقد مثلت العبارة الاخيرة و التي تقول ان المؤسسة تحاول الاهتمام بانشغالات و مشاكل الموظفين ، حيث بلغت نسبتهم حوالي 22.3% .

و كما سبق لنا الذكر ان الاهتمام بالتواصل الايجابي و تنمية عامل الثقة هو عامل تطويري للمؤسسة و عامل ايجابي لا محال مما يزيد من حياة الافراد العاملين داخل المؤسسة و يزيد كذلك من عمر المؤسسة باكتساب الولاء من عمالتها و التأييد و الشراكة من الجو الخارجي من الموردين و المستهلكين و غيرها ، و بالتالي فان اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بقطاع العلاقات العامة يعتبر تنمية لروح المؤسسة و جوهرها الذي ينبض من اجل الاستمرار

الجدول رقم 24 : يوضح الاسلوب المهني الذي تتبعه مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط اكثر مع موظفيها

		التكرار	النسبة
ما هو الاسلوب المهني الذي ترى ان مؤسسة اتصالات الجزائر تتبعه اكثر مع موظفيها	الاسلوب الاداري الرسمي	54	79.4%
	اسلوب مراعاة العلاقات و الجوانب الانسانية و الاجتماعية	14	20.6%
	المجموع	68	100%

المصدر : من مخرجات برنامج الحزم الاحصائية (spss)

نلاحظ من خلال هذا الجدول ان معظم المبحوثين يرون بان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تتبع الاسلوب الاداري الرسمي في التعامل مع موظفيها ، حيث بلغت نسبتهم حوالي 79.4 ، اما من يرون ان المؤسسة المدروسة تتبع اسلوب مراعاة العلاقات و الجوانب الانسانية و الاجتماعية مع موظفيها فقد بلغت نسبتهم حوالي 20.6 .

و عليه فان كلا من الاسلوبين يعتبر رائدا في مجال الادارة و يعتبر كذلك مهما نظرا لضرورة العلاقة الرسمية باعتبار ان المؤسسة كيان رسمي ، دون التخلي عن العلاقات الانسانية و الاجتماعية و التي نادت بها معظم التيارات الحديثة في علم الادارة و المناجمنت باعتبار هي الاخرى اكثر اهمية و حساسية من خلال اعطاء للفرد مكانة في المجال التنظيمي و تمكينه من المساهمة و المشاركة في اتخاذ القرارات ، اضافة الى مراعاة طاقاته و قدراته الاجتماعية و النفسية و حتى

الجسمية و العقلية ، و بالتالي فان اتباع الاسلوبين في المجال الاداري يعتبر مهم الى حد بعيد و ذلك من خلال المزاوجة بينهما دون غلبة احداهما عن الاخر كي لا تفقد المؤسسة السيطرة على التنظيم العام لها .

مناقشة نتائج الفرضية الجزية الثانية :

ان تحقيق مبادئ العلاقات العامة لأي مؤسسة انما يعتمد في بادئه و اخره على مفهوم الوسيلة الاتصالية من خلال نشر ثقافة التواصل و التفاهم بين الادارة و الموظفين من جهة ، و بين المؤسسة و جمهورها الخارجي من جهة اخرى ، و تفادي معظم الانزلاقات التي قد تحدث في معظم المؤسسات ، و بالتالي تفادي التعارض و التصادم في الافكار و الاتجاهات و الاقتراحات و مخططات المؤسسة ، سواء اكانت على المدى القصير او المتوسط او الطويل ، فالوسيلة الاتصالية الفعالة بالمؤسسة تضمن المزيد من الالفة و التكامل و تظافر في الجهود من خلال الحوارات التشاورية و التشاركية ، و هنا تكون قد وصلت لمفهوم الصدق و الشفافية و اطلاع معظم الاطراف على ما يجب الاطلاع عليه مع الاحترام الكامل لخصوصيات و ظروف جميع الاطراف ، خاصة الاطراف الداخلية ، او ما يعرف بالجمهور الداخلي للمؤسسة لان الاتصال الجاد و المثمر تظهر نتائجه بدء من داخل المؤسسة من احترام و اقرار للمجهودات و المساواة و تشارك و تشاور و تفاهم لتكتمل بعد ذلك الصورة الخارجية للمؤسسة ، و عليه فان كل هذه الامور لا تحقق الا من خلال عمليات البحث الجاد الموسومة بالدقة في دراسة الجمهور و الراي العام مما يضمن الشفافية و المصداقية بالدرجة الاولى و الموضوعية تفاديا لحدوث التصادم او تفشي الشائعات التي قد تضر المؤسسة ، و عليه فان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط يمكنها ان تقوي مبادئ العلاقات العامة من خلال تقوية مختلف الوسائل الاتصالية لأنها هي من تضمن لها الكثير من الايجابيات من خلال مساهمتها في نشر الوعي و توضيح الحقائق و تنوير الجماهير و شرح السياسات و الخطط و البرامج ، و عليه يمكن القول بان الفرضية الجزئية الثالثة للدراسة قد تحققت ، حيث يقول نصها :

(تتحـدد مبـادئ العلاقـات العامـة بتحديـد نوعيـة الوسـيلة الاتصـالية المسـتخدمة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط)

النتائج العامة للدراسة

النتائج العامة :

توصلنا من خلال هه الدراسة الى:

- ان وسائل الاتصال مهما كان نوعها (مباشرة او غير مباشرة ، رسمية او غير رسمية ، تقليدية او حديثة) تعمل و بشكل كبير على تعزيز الدور الايجابي و التفاعلي بين الجماعات التنظيمية و المهنية داخل و خارج مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط
- ان المديرية العملية لمؤسسة اتصات الجزائر بالأغواط لا تحتوي على هيئة مكونة و مدربة بيداغوجيا و عمليا و علميا على تطوير و تتبع مسار العلاقات العامة الداخلية و الخارجية للمؤسسة ، حيث ان الموظفين المكلفين بهذا المجال يفتقرون غالبا الى تطابق التخصص الاكاديمي في مجال العلاقات العامة و التسويق ، مما ينعكس سلبا على درجة الفعالية في هذا المجال سواء الداخلية او الخارجية ، و التي تعتبر بدورها الصمام الامام و النابض لمستوى اداء المؤسسة سواء على المستوى الاقتصادي او الخدماتي او التجاري .
- توصلنا الى ان الاتصال التنظيمي لا يكفي لوحده ، و انما لا بد من وجود ما يعرف بالاتصال الايجابي ، و هنا نقصد بالتغذية الراجعة او رجع الصدى لتقييم مستوى اداء وظيفة الاتصال بالعلاقات العامة بالمؤسسة المدروسة ، حيث انه و في غالب الاحيان تحدث مضاربات على مستوى الفهم المتداول لكثير من الامور داخل و خارج المؤسسة مما قد يفتح المجال امام الدعايات و الشائعات
- ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط تحتوي على خلية للإعلام و الاتصال و ليس فرعا مدعما و مقننا لتتبع و تطوير العلاقات العامة الداخلية و الخارجية ، و هذا ما يجعلنا نقول ان العلاقات العامة بهذه المؤسسة تحديدا و بالمؤسسات الجزائرية عامة يبدو و كانه ليس في المستوى الاول كما نراه في

مؤسسات الدول المتقدمة خاصة منها تلك المؤسسات التي تعنى يتقديم الخدمات و الخدمات التجارية ، خاصة و ان هذه الخلية تهتم بالعملاء الخارجيين اكثر من اهتماما بمستوى ولاء العمالة الداخلية ، و هذا ما قد يتعارض و بشدة مع المبادئ الاساسية للعلاقات العامة المتعارف عليها على المستوى العالمي

- ان وظيفة خلية الاعلام و الاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط هي العمل على تنسيق و تنظيم الجهود الادارية بين المصالح و المكاتب ، و كذا العمل على تنظيم الحملات الاعلانية و الاشهارية من اجل الترويج لنشاطات المؤسسة ، وهذا ما قد يدعم الفكرة الاتصالية و التي تبدوانها حجر الزاوية لكل عملية ادارية
- ان العلاقات العامة بشكل عام ، و بالمؤسسة محل الدراسة تحديدا تركز و بصورة مباشرة على الوسائل الاتصالية الحديثة سواء داخل او خارج المؤسسة
- ان معظم موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط يستوعبون التطورات التكنولوجيا الحاصلة في مجال تقنيات الاتصال الحديثة في مجال العمل كاستخدام البريد الالكتروني و بعض البرمجيات الحديثة لتسهيل سيرورة العمل و العملية الادارية عامة ، و العلاقات العامة خاصة ، و التي اختصرت الكثير من الوقت و الجهد و المال .
- توصلنا كذلك ان استعمال وسائل الاتصال الحديثة خاصة في مجال العلاقات العامة اثبت فعاليته و بجدارة خاصة و ان المؤسسة المدروسة قد تربعت على مكانة لا باس بها في الاقتصاد الوطني خاصة في مجال المؤسسات الخدماتية و التجارية و هذا ما قد يطلق عليه ببلوغ الهدف التنظيمي و الادائي للمؤسسة

خاتمة

خاتمة :

و في الاخير يمكن القول بان العلاقات العامة بكل انواعها و اشكالها و مستوياتها لا يمكن لها ان تكتمل دونما ارتكزت على العملية الاتصالية بوسائلها المتنوعة ، باعتبار ان الوسيلة الاتصالية و الاعلامية هي الرابط الوحيد و الجوهري الذي يصل المؤسسة بجمهورها الداخلي و الخارجي ، و توضح الاهداف و الوظائف و تدعم المبادئ من خلال ما توفره من معلومات و معطيات تمكن العاملين باي مؤسسة من الرؤية الواضحة لمهامها و ادوارها و الافاق المستقبلية لهذه المؤسسة من جهة ،و مستقبل العاملين بها من جهة اخرى ، و عليه لا يمكننا باي حال من الاحوال اغفال هذا الدور المحوري و الاستراتيجي لمنظومة الاتصالات عامة باي مؤسسة و باي قطاع و باي علاقة مهما كانت رسمية او غير رسمية

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

اولا : الكتب و المجلات :

1- احمد عيساوي ، مدخل الى علوم الاعلام و الاتصال ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، 2014

2- بشير العلاق ، العلاقات العامة الدولية ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2010

3- حافظ فرج احمد ، مهارات البحث العلمي في الدراسات التربوية و الاجتماعية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2009

4- حسين محمود هتيمي ، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، نبلاء ناشرون و موزعون ، الاردن ، عمان ، ط 1 ، 2015

5- حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 10 ، 2012

6- خالد عبد الرزاق النجار ، دراسة حالة ، حقيقة تدريبية اكاديمية ، مركز التنمية الاسرية ، جامعة الملك فيصل ،2008

7- خزيم سالم خالدي ، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة ، منظور حديث

8- خيرت عياد ، احمد فاروق ، العلاقات العامة و الاتصال المؤسسي ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 ، 2015

9- ريمون كيفي ، لوك قان كمبنهود ، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية ، المكتبة المصرية للطباعة و النشر ، 1997

10- سامية محمد جابر ، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ، الازارطية ، الاسكندرية ، 2001

11- سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، ابعاد العملية الاتصالية (رؤية نظرية و عملية واقعية) ، المكتب الجامعي الحديث ، الازاريطة ، 1999

12- صالح موسى علي موسى ، منظومة العلاقات العامة في الاتصال المعلوماتي (دراسة حالة على برامج الحكومة الالكترونية في السودان) ، مجلة الآداب ، العدد 05

13- صلاح عبد الرزاق ، مقدمة في العلاقات العامة و الاعلام الاسلامي ، منتدى المعارف ، ط 1 ، بيروت ، 2010

14- طاهر حسو الزيباري ، اساليب البحث العلمي في علم الاجتماع ، المؤسسة الجامعية للدراسة و النشر و التوزيع ، ط 1

15- عاطف عدلي العبد ، زكي احمد عزمي ، الاسلوب الاحصائي و استخداماته في بحوث الري العام و الاعلام ، دار الفكر العربي ، ط 1 ، 1993

16- عبد الرزاق محمد الديلمي ، العلاقات العامة في التطبيق ، دار جرير للطبع و التوزيع ، ط 1 ، 2013

17- علي فلاح الضلاعين ، و اخرون ، الاعلام و العلاقات العامة ، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع ، ط 1

18- عمار بوحوش ، محمد محمود الدينات ، مناهج البحث العلمي (طرق اعداد البحث) ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر

19- غريب سيد احمد ، تصميم و تنفيذ البحث الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، مصر

20- مادلين غراويتز ، مناهج العلوم الاجتماعية (منطق البحث في العلوم الاجتماعية) ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم ، المركز العربي للتعريب و الترجمة و التأليف و النشر ، دمشق ، 1993

21- محمد الصيرفى ، الاتصالات الادارية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع ، الاسكندرية ، 2008

22- محمد الغريب عبد الكريم ، البحث العلمي (التصميم و المنهج و الاجراءات) ، المكتب الجامعي الحديث ، محطة الرمل ، الاسكندرية ، الطبعة الثانية

23- محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 200

24- مروان عبد الحميد ابراهيم ، اسس البحث العلمي ، لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق ، الاردن ، ط1 ، 2000

25- معن محمود عياصرة ، مروان محمد بني احمد ، القيادة و الرقابة و الاتصال الاداري ، دار الحامد ، عمان ، 2007

26- منال طلعت محمود ، مدخل الى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث ، الازاريطة ، الاسكندرية ، 2001 ، 2002

27- منى الحديدي ، شريف درويش اللبان ، فنون الاتصال و الاعلام المتخصص ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ط 1 / 2009

ثانيا : المذكرات

28- امنية عيادي ، فاطمة كاتب ، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل اداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية (المديرية الولائية للأمن بأم البواقي – انموذجا –) ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال و العلاقات العامة ، 2015 /201

29- ادم رحمون ، استخدام تكنولوجيا الاتصال و علاقتها بالفاعلية التنظيمية داخل المؤسسة الاقتصادية ، رسالة دكتوراه علم الاجتماع تخصص الديناميكية الاجتماعية و الاجتماعية و المجتمع ، جامعة الجزائر 2 ، 2018 / 2019

30- عويسي خيرة ، ادارة توقيت العمل للمؤسسة الجزائرية في ظل التحولات السوسيوثقافية للتنظيم ، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية الاغواط انموجاً ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة الجلفة ، 2018/ 2019

31- ليندة قوريش ، رتيبة يونسي ، استخدام الاعلان الالكتروني في المجال التسويقي بالمؤسسة الجزائرية ، مؤسسة اتصالات الجزائر انموذجا بولاية ام البواقي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، 2015 / 2016

ثالثا : المواقع الالكترونية :

32- النظرية البنائية الوظيفية ، على الموقع الالكتروني التالي : https://e3arabi.com/

33- تعريف المؤسسة ، على الموقع الالكتروني التالي : https://mawdoo3.com

34- تعريف وسائل الاتصال ، على الموقع الالكتروني التالي : https://mawdoo3.com/

35- ما هو برنامج الحزم الاحصائية SPSS، على الموقع الالكتروني التالي : https://abdelwahabgouda.ahlamontada.com/

36- ما هي وسائل الاعلام (تعريف – انواع – دور – انتقادات) ، على الموقع الالكتروني التالي : https://www.lazemtefham.com/

37- نظرية النظم ، على الموقع الالكتروني التالي : https://mawdoo3.com

38- الوقع الالكتروني: https://ar.wikipedia.org/wiki ، يوم 11 / 11/ 2017 ، الساعة : 19 : 15

39- مفهـــوم تكنولوجيـــا الاتصـــال علـــى الموقـــع الالكترونـــي التـــالي :

https://hyatok.com/