

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

الإتجاهات الحديثة في العلاقات العامة وأثرها في تحقيق كفاءة الأداء المؤسسي

دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ansej-غرداية-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

د/ فوزي شرايطي .

إعداد الطالبين :

- فؤاد كيوص .

- عبد الحاكم لضفار .

أعضاء لجنة المناقشة :

الرقم	اسم ولقب الأستاذ (ة)	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
01	نسيبة فريجات	أستاذ مساعد أ	جامعة غرداية	رئيسا
02	شرايطي فوزي	أستاذ محاضر أ	جامعة غرداية	مشرفا مقرر
03	الحاج عمر إبراهيم	أستاذ محاضر أ	جامعة غرداية	عضوا مناقشا

السنة الجامعية : 2021/2020



كلمة الشكر

يا ربي لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك و عظيم سلطانك , الحمد والشكر لله الذي أعاننا ووقفنا لإنهاء هذا العمل و عملا بوصية الحبيب المصطفى أنه قال:

" من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

و نحن نضع اللمسات الأخيرة لهذا المجهود المتواضع لا يفوتنا أن نتوجه بأعظم الشكر وأسمى معاني العرفان إلى من كان لنا المشرف و الناصح و علمنا أن المعاناة

في البحث فسحة من رحاب العلم **الدكتور فوزي شرايطي** .

وإلى كل أساتذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

كما لا ننسى عميد الكلية البروفيسور بوسليم صالح .

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لكل عمال جامعة غارداية .

إلى كل زملائنا و زميلاتنا الطلبة خريجي الماستر اتصال وعلاقات عامة دفعة

2021/2020 ونتمنى لهم التوفيق و النجاح .

و شكر خاص إلى كل من أسدى لنا يد المساعدة من قريب أو بعيد.

إلى كل هؤلاء تحية امتنان وشكرا .

✍️ **فؤاد الكيوص - عبد الحاكم لضفار**

الإهداء

الشكر لله وصلاة على رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد لله على ما أنا فيه ولو بذلت نفسي كلها لشكره ما وفيت ذرة من رحمته عليا لإنجاز هذا

العمل الذي أهدي ثمرته إلى من أعاملها معاملة النجوم وهي لا تبخل

علي بأي بريق قد يجعلني أرتق وأتألق، أنا فخور بأني أمتلكها بداخلي

إلى عائلتي الكريمة عائلة كيوص .

إلى أغلى ما لدي في الوجود التي أحاطتني بدعواتها طيلة مشواري الدراسي

أمي الغالية حفظها الله و أطال في عمرها.

إلى نور بصري هدية القدر : أبي العزيز أدامه الله و حفظه وجعله تاج فوق رأسي.

إلى سندي و ملجئي إخوتي وأخواتي

وكذا جميع من شاءت الأقدار أن كسبنا ودهم وظفرنا بمعرفتهم.

فؤاد كيوص ✍

الإهداء

نهدي هذا العمل المتواضع الى :

جميع عائلة لصفار بداية بالأمهات و الآباء منهم و جميع الإخوة و الأخوات إلى
جميع الأصدقاء و الأحباب . و إلى جميع طلبة السنة الثانية ماستر اتصال و علاقات
عامة دفعة 2020-2021 كل واحد باسمه .

عبد الحاكم لصفار

قائمة المختصرات:

الصفحة	ص
من الصفحة إلى الصفحة	ص ص
الطبعة	ط
العدد	ع
Page	P

المنظور

ملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة على تحقيق كفاءة الأداء المؤسساتي من خلال قيام بدراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب - غرداية- وقد انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية إلى أي مدى تؤثر الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة على تحقيق الأداء المؤسساتي؟

اندرجت تحت هذا الإشكالية متغيرات وهي:

○ المتغير المستقل: الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة.

○ المتغير التابع : الأداء المؤسساتي.

المتغيرات الوظيفية و الشخصية والمتمثلة في: السن والجنس والمستوى التعليمي والتخصص العلمي والوظيفة في المؤسسة والخبرة المهنية.

وكانت الهدف الرئيسي للدراسة هو التعرف على مدى تأثير الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة على تحقيق كفاءة الأداء المؤسساتي.

وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي بشقه المسحي وقمنا بالحصر الشامل لمجتمع الدراسة بدلا من العينة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

○ تأييد كلي لأفراد مجتمع الدراسة على أهمية وجود جهاز للعلاقات العامة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (اونساج) بولاية غرداية نظرا لأنه يساعد الموظفين والوكالة على تأدية مهامها داخليا وخارجيا.

○ نستنتج كذلك من خلال نتائج الدراسة أن اعتماد جهاز العلاقات العامة على الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في عمله نتيجة حتمية لنتاج مخلفات التكنولوجيا الالكترونية، وكذلك الخطة المنتهجة من الإدارات لتبني الاتجاه الرقمي الحديث.

○ لا يوجد اختلافات جوهرية بين أفراد مجتمع البحث حول إسهامات التكنولوجيا الرقمية في العلاقات العامة بصفة خاصة والوكالة بصفة عامة، وذلك لسعي الإدارة بالارتقاء بالجانب السلوكي والمعرفي والوظيفي للفرد.

○ تلعب التكنولوجيا الرقمية في أداء العلاقات العامة دورا مؤثر من خلال الإضافة التي تقدمها لها من خلال السرعة واختصار الوقت والجهد.

الكلمات المفتاحية:

الاتجاهات الحديثة، العلاقات العامة، التأثير، تحقيق، الكفاءة، الأداء المؤسساتي

Abstract:

This study aimed to identify the Extent of the impact of recent trends in public relations on achieving efficient institutional performance through a Fieldstudy of the National Agency for Youth Support and Employés – Ghardaïa –

This study started from the problem : To what extent do recent trends in public relations affect the achievement of institutional performance ?

Variables included Under This problème are :

- ✓ The Independent variable : recent trends in public relations
- ✓ Dépendent variable : institutional performance

Occupationnel and personale variables représente in : âge, genre, éducationnel level, scientifiques pecialization, job in the institution and Professional expérience

The main objective of the study was to identify the impact of recent trends in public relations on achieving efficient institutional performance :

The study is considered one of the descriptive studies, and werelied on the descriptive analytical method in the survey apartment, and we made a comprehensive inventory of the study population instead of the sample, and the studyreached the followingresults :

Full support for the study community members on the importance of having a public relations staff in the National Agency for Youth Support and Employment (UNSAAG) in the state of Ghardaia, since it helps the staff and the agency to performinternal and external tasks.

We also conclude through the results of the study that the public relations staff depend on trends (digital technology) in its work, is an inevitable result of the technology consequences , as well as the plan adopted by the departments to adopt the modern digital trend.

There are no fundamental differences between the members of the research community about the contributions of digital technology to public relations in particular and the agency in general, due to the administration 'sendeavor to improve the behavioral, cognitive and functional aspect of the individual.

Digital technologyplays an influentialrole in the performance of public relations through the addition it provides to it through speed and short ening of time and effort.

Key words :

Recent trends, public relations, influence, achievement, efficiency, institutional performance

الفهــــرس:

كـه الإهــــداء.

كـه كلمة الشكر.

كـه قائمة المختصرات.

كـه الملخــــص.

كـه الفهــــرس.

كـه المقدمــــة.... 1 - 2..

..... الفصل الأول : الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة.....

05	إشكالية الدراسة.....
06	تساؤولات وفرضيات الدراسة.....
06	أهداف الدراسة.....
07	أهمية الدراسة.....
07	أسباب اختيار موضوع الدراسة.....
08	نوع الدراسة ومنهجيتها.....
09	مجتمع الدراسة وعينتها.....
09	متغيرات الدراسة.....
11	أدوات جمع البيانات.....
12	الدراسات السابقة والتعليق عليها.....
17	الخلفية النظرية للدراسة (براديجم الدراسة).....
19	تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.....
22	خلاصة الفصل.....

..... الفصل الثاني : العلاقات العامة.....

25	المبحث الأول: العلاقات العامة (المفهوم ، اكتشاف المفهوم ، التعريف).....
25	المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.....
26	المطلب الثاني : اكتشاف مفهوم العلاقات العامة.....
26	المطلب الثالث : تعريف العلاقات العامة.....
28	المبحث الثاني : العلاقات العامة (عناصرها ، أهميتها ، أسباب الاهتمام بها، أهدافها).....
28	المطلب الأول: عناصر العلاقات العامة:.....
28	المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة وأسباب الاهتمام بها.....

30	المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة.....
32	المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة وصفات العام لينفيها ووسائلها.....
32	المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة.....
32	المطلب الثاني: صفات العاملين.....
34	المطلب الثالث: وسائل العلاقات العامة.....
36	خلاصة الفصل.....

..... الفصل الثالث: الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة.....

39	المبحث الأول: الاتصال الرقمي اتجاه حديث للعلاقات العامة.....
39	المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي ونشأته.....
42	المطلب الثاني: خصائص ومزايا الاتصال الرقمي.....
44	المطلب الثالث: أدوات الاتصال الرقمي كاتجاه للعلاقات العامة.....
47	المبحث الثاني: دور الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في ممارسة العلاقات العامة.....
47	المطلب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي اتجاه حديث على العلاقات العامة.....
48	المطلب الثاني: اعتماد العلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي.....
52	المطلب الثالث: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة.....
54	المبحث الثالث: الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة وعلاقتها بالأداء المؤسسي.....
54	المطلب الأول: مفهوم الأداء المؤسسي.....
54	المطلب الثاني: العلاقة بين الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة وأداء المؤسسة.....
56	خلاصة الفصل الثالث.....

..... الفصل الرابع: الإطار الميداني (التطبيقي) للدراسة.....

59	المبحث الأول: نبذة عن الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ.....
59	المطلب الأول: تقدم الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ.....
93	المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الدراسة والدراسات السابقة ونتائج الدراسة.....
96	المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة.....
98	الخاتمة:.....
103	قائمة المراجع والمصادر:.....
	قائمة الملاحق:.....

المقدمة

شهد العالم تطور رهيبا في التكنولوجيا الرقمية وذلك ما كان لها تأثيرا بالغا في شتى المجالات ،ونذكر هنا ظهور الانترنت التي غيرت طبيعة المجال العام الذي يعيش فيه الأفراد، مما انعكس إيجابا على الكثير من المجالات نذكر هنا التطورات التي شهدتها ممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية في المؤسسات والمنظمات على مختلف اختصاصاتها، ودعى هذا التطور أيضا ضرورة التطور في إعادة التفكير في الإستراتيجية الاتصالية في ضوء التطور الرهيب الذي شهدته التكنولوجيا الرقمية ،وتأتي أهمية شبكة الانترنت بما تستخدمه من مواقع وتطبيقات كأداة حقيقة فاعلة في المشهد، حيث تم الانتقال من العمل الحقيقي الميداني إلى العالم الافتراضي حيث شهدت العلاقات العامة تطورا من خلال الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) التي قدمت خدمة كبيرة لها، وأصبحت شبكة الانترنت ضرورة لا يستغنى عنها في هذا المجال التكنولوجي الرقمي، الذي يتزايد عدده يوميا وكذا بما يميزه من سهولة الوصول إليه بسرعة قصوى حيث أن الرسالة الإعلامية تضمن وصولها بسرعة قصوى وكذا تأمين هذا الوصول وتعميم وصوله إلى الجميع، وحديثا أضحت هذه الوسائل ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها وأصبحت جل المؤسسات في إدارة علاقاتها العامة تخصص مكانة مهمة لهذا الجهاز، ولمعرفة التأثير الذي تخلفه الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة على تحقيق كفاءة الأداء المؤسساتي من خلال دراسة هذا التوجه في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب –غرداية-

ولقد جاءت هذه الدراسة مقسمة بعد المقدمة إلى أربعة فصول، منها واحد منها يدخل ضمن الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة، واثنين تدخل ضمن الجانب النظري، والفصل الرابع والأخير جعلناه ميدانيا رغبة منا في إعطاء صورة واقعية عن الموضوع المبحوث فيه. فالفصل الأول حددنا فيه الإطار المنهجي والمفاهيمي من حيث الإشكالية وقد صغناها في عدة تساؤلات، ثم ذكرنا فروض الدراسة، والأسباب الذاتية والموضوعية لاختيار الموضوع، ووقفنا على أهمية الدراسة وأهدافها، وضبطنا مفاهيم الدراسة، وبراديجم الدراسة (الخلفية النظرية للدراسة) .

وحددنا الأدوات المنهجية لها : من (نوع الدراسة - المنهج المستخدم فيها - ثم مجتمع الدراسة وعينيتها - ثم مجالات الدراسة - والأدوات التي استعملت في جمع المعلومات) - وحددنا كذلك الدراسات السابقة التي لها علاقة بالموضوع ، وعلقنا عليها، وختمنا الفصل بملخص جامع لمحتواه.

والفصل الثاني خصص للعلاقات العامة، حيث مهدنا للفصل وأعطينا مفهوما للعلاقات العامة واكتشافها وتعريفها وكذلك تطرقنا في الفصل إلى عناصر العلاقات العامة و أهميتها وأسباب الاهتمام وأهدافها كما عرجنا إلى وظائف العلاقات العامة وصفات العاملين بها ووسائلها، ثم أنهينا الفصل بخلاصة.

والفصل الثالث تناولنا فيه تمهيدا عن الفصل، ثم انتقلنا إلى مبحث أول عنونه الاتصال الرقمي باتجاه حديث للعلاقات العامة تناولنا فيه التعريف الرقمي ونشأته وخصائصه ومزاياه وأدواته، ثم تناولنا في المبحث الثاني دور هذا الاتجاه في ممارسة العلاقات العامة ثم انتقلنا في مبحث آخر للاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة وعلاقتها بالأداء المؤسسي، لنهني الفصل بخلاصة شاملة ثم انتقلنا إلى الفصل الرابع والأخير والمتعلق بجانب ميداني يمثل الإطار التطبيقي (الميداني) في دراستنا هذه والمتعلقة بمدى تأثير الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة على تحقيق كفاءة الأداء المؤسسي بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية متليلي عرضا وتحليلا للبيانات حيث قمنا بتفريغ بيانات استمارة الدراسة بأسلوب التكرارات والنسب المئوية، ثم قمنا بعرض وتحليل النتائج في جداول مع رسوماتها البيانية، ثم قمنا بمناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة، وعلى ضوء نتائج الدراسات السابقة، وعلى ضوء أهداف البحث، ثم كانت خلاصة عامة عن النتائج وخاتمة .

الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

○ تمهيد الفصل الأول

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
- 2- فرضيات الدراسة.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- 6- نوع الدراسة ومنهجها.
- 7- مجتمع الدراسة وعينتها.
- 8- متغيرات الدراسة.
- 9- مجالات الدراسة.
- 10- أدوات جمع البيانات.
- 11- الدراسات السابقة والتعليق عليها.
- 12- الخلفية النظرية للدراسة (براديجم الدراسة).
- 13- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

تمهيد :

ستتطرق في هذا الفصل إلى الجانب المنهجي والمفاهيمي للدراسة من خلال التطرق إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وفرضياتها، ثم ننتقل إلى أهداف الدراسة وأهميتها، وبعدها نعرض على الأسباب التي أدت بنا إلى اختيار موضوع الدراسة، ثم نتطرق كذلك إلى الإجراءات المنهجية للدراسة، بعد ذلك نستعرض الدراسات السابقة التي ساعدتنا في انجاز الموضوع من خلال عرضها والتعليق عليها، وكذلك نستعرض في هذا الفصل إلى الخلفية النظرية للدراسة من خلال إسقاطها على دراستنا، وأخيرا حددنا مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

1-1 / إشكالية الدراسة:

عند ظهورا لثورة التي حدثت في مجال الاتصال والمعلومات أصبحت وسائل الاتصال الالكترونية الرقمية تلعب دور هاما في جميع المجالات منذ تاريخ اكتشافها إلى أن تعززت بإصدار جديد والمتمثل في تكنولوجيا الرميات لتشكل التكنولوجيا الحديثة في القرن 21م، مما جعل البعض يلقب هذا العصر بالعصر الرقمي خاصة ما يشهده من قفزات كبيرة في مختلف الميادين وخاصة ميدان الاتصال والعلاقات العامة، ففي جميع دول العالم تسعى مؤسساتها وإدارتها لاغتنام فرصة هذا التطور التكنولوجي في هذا الميدان.

لقد ركزت مختلف هذه المؤسسات والإدارات على فكرة إدخال التكنولوجيا الالكترونية الرقمية الحديثة في مختلف مصالحها وخاصة كما قلنا جهاز العلاقات العامة الذي يعمل على الاستفادة منها في أداء عمله بالانتقال من الاعتماد على الاتجاه التقليدي إلى الاعتماد على الاتجاه الحديث (استعمال التكنولوجيا الرقمية) المنبثقة عن تطور شبكة الانترنت ولواعتها لتسير عمل هذا الجهاز سعيا منها لرفع مستوى أداء العاملين (الموظفين) العاملين في وظيفة العلاقات العامة وبالتالي رفع كفاءة الأداء المؤسساتي.

وفي وقتنا الحالي تسعى بعض المؤسسات والإدارات في الجزائر لمواكبة هذا التقدم الذي خلفه هذا الاتجاه الحديث للعلاقات العامة وغلغلته في مختلف مصالحها الإدارية.

ولتعرف على مدى تطبيق تكنولوجيا الاتصال الرقمية على أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات والإدارات الجزائرية والتأثير الذي تخلفه على أداء المؤسسة في حالة استعمالها، قمنا بإنجاز هذه الدراسة للتعرف على الأثر الذي يخلفه هذا الاتجاه الحديث (تكنولوجيا الاتصال الرقمية) المستعملة في العلاقات العامة على كفاءة الأداء في المؤسسة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية. ومنه جاء السؤال الإشكالي كالتالي:

○ إلى أي مدى تؤثر الاتجاهات (تكنولوجيا الاتصال الرقمية) الحديثة المستعملة في العلاقات العامة في تحقيق الأداء بالوكالة الوطني لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية؟.

1-2 تساؤلات الدراسة:

- أ- ما أهمية تواجد جهاز للعلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية؟
- ب- إلى أي مدى يعتمد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية على الاتجاه الرقمي الحديث في عمله؟
- ج- ما رأي الموظفين حول إسهامات الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة على تحقيق الأداء بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية؟
- د- أن يكمن تأثير الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة على أداء لوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية؟

2-فرضيات الدراسة:

- أ- يلعب جهاز للعلاقات العامة دورا هاما في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.
- ب- قد يعتمد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية على الاتجاهات الرقمية الحديث فيعمله.
- ج- قد تتباين آراء الموظفين حول إسهام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة على تحقيق الأداء بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.
- د- قد تؤثر الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة على أداء الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.

3-أهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا للوصول إلى ما يلي:

- أ- التعرف على مدى إسهام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة للعلاقات العامة في أداء الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.
- ب- الوقوف على مدى توظيفها الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.

الفصل الأول الإطار المنهجي والمفاهيم للدراسة

ج- الوقوف على الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستعملة بقسم العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.

د- الوقوف على مستوى كفاءة الموظفين ومدى تدريبهم وتأهيلهم لمسايرة والتحكم في الاتجاهات (التكنولوجية الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة.

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا كونها تثير الجوانب الإيجابية للاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في المؤسسات وإبراز فعاليتها في العلاقات العامة وتحسين أداء المؤسسة.

كما تبرز الأهمية الكبيرة للاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة لما تملكه من إمكانيات وقدرات تساعد على تفعيل الأداء داخل المؤسسة من خلال الاتصال السريع، وتنمية القدرات الذهنية والمهنية

5- أسباب اختيار الموضوع:

5-1 الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي بالموضوع والرغبة في دراسة الموضوع والإحاطة بهم.
- محاولة تنويع مجهودات المعرفة العملية التي تلقيناها طيلة مسارنا الدراسي.
- الميل الشخصي للبحث في قطاع الخدمات.

5-2 الأسباب الموضوعية:

- -الرغبة في البحث في موضوع مساهمة التكنولوجيات الاتصال الرقمية في العلاقات العامة وأثرها على أداء المؤسسة.
- -تزايد الاحتياجات المتكررة للمؤسسات في الوقت الحالي للاعتماد على تكنولوجيا الاتصال الرقمية ومزايا تطبيقاتها على مستوى الشخصي للأفراد من جهة، و الاعتماد عليها في العمل من جهة أخرى.

6- نوع الدراسة ومنهجها:

6-1 نوع الدراسة:

تتوقف إجراءات الدراسة سواء في جمع البيانات أو تحليلها أو استخلاص النتائج على موضوع البحث وطبيعته ونوعه وكما كانت دراستنا تتمحور حول معرفة : تأثير الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة على تحقيق كفاءة الأداء المؤسسات بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب - غرداية - ، وذلك بجمع البيانات الخاصة بآراء الموظفين بالوكالة حول هذا التأثير، ولاحظنا أن أنسب أنواع الدراسات لموضوع دراستنا هي الدراسة الوصفية خاصة وأنها تمثل الأسلوب أكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض الظواهر التي تتصلب الإنسان ومواقف هو آرائه و بالخصوص محيطها عملي .

6-2 منهج الدراسة :

إن البحث العلمي يرتكز على أعمدة تكون النبراس الذي يهتدي إليه في عملية من خلال المنهج الذي يعد العمود الفقري له بما يحتاجه من دقة ووضوح وكل بحث يحتاج إلى طريق ومسار يمر عبرها لا وهو المنهج ولذلك كان يجب علينا اختيار ما يتناسب مع دراستنا للوصول لنتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة، ويشير موريس أنجلس في كتابه: " منهجية البحث في العلوم الإنسانية" إلى أن كلمة منهج ليست مصطلح أحادي المعنى في العلم، ويعرفه بأنه: مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ الهدف.¹ فللوصول لنتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة والمتمحورة حول مدى تأثير الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة على كفاءة الأداء بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ - غرداية - كان لزاما علينا البحث عن المنهج المناسب لاستخدامه في دراستنا، ولعل المنهج المناسب لدراستنا هذه هو المنهج الوصفي التحليلي في شقه المسحي* الذي يعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الوصفية.

¹ موريس انجرس، منهجية البحث العامي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصبية، الجزائر، 2005، ص98.

7-مجتمع الدراسة وعينتها:

7-1مجتمع الدراسة:

يعرف احمد بن مرسللي مجتمع البحث على انه جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، ومجتمع البحث هو المجتمع الكلي منا لمفردات والأشياء الأخرى المحدودة أي هو المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي واختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث ويكون الاختيار عشوائيا أو منتظما وهو ما يعرف بالعينة¹ وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة التأثير الذي يخلفه استعمال الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ - بغرداية - على الأداء بالوكالة. فإن مجتمع بحثنا يتكون من جميع الموظفين بالوكالة، ونظرا لوجود عدد قليل ممارسي العلاقات العامة في الوكالة. لأن موضوع دراستنا يتطلب:

○ اختيار مفردات ملائمة، ونعني بذلك الإطارات ورؤساء المصالح و الموظفين العاديين في الوكالة لكونهم يقومون بوظائف العلاقات العامة المختلفة ويعتمدون في ممارسة على التكنولوجيا الرقمية الحديثة.

7-2 عينة الدراسة:

تم اختيار الحصر الشامل لمجتمع البحث والمتمثل في موظفي الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية بما فيها: المديرية، والوكالة الولائية، وفروع الوكالة في بعض بلديات الولاية، لدراستنا هذه وذلك راجع لمحدودية عددهم، وقلة عدد العاملين في جهاز العلاقات العامة، بحيث اجمع معظم الموظفين السامين والعاديين بحكم الطابع الوظيفي للوكالة وهي التعامل مع الزبائن وخاصة الشباب هذا ما يحتم عليهم ممارسة عمل العلاقات العامة ولكونهم أصلا يقومون بوظائف العلاقات العامة المختلفة ويتحكم معظمهم في وسائل الاتصال الحديثة ، بحيث بلغ العدد الإجمالي لمجتمع الدراسة ثلاثون (30) موظف .

8- متغيرات الدراسة:

تحتوي دراستنا على عدد من المتغيرات وهي:

² أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص169.

- المتغير المستقل: يتمثل المتغير المستقل في دراستنا في الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة ويقصد بها أدوات الاتصال الرقمي الحديثة المنبثقة عن شبكة الانترنت (الموقع الالكتروني، البريد الالكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي.....الخ)، المستخدمة في عمل جهاز العلاقات العامة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.
- المتغير التابع: يتمثل في دراستنا في أداء المؤسسة (وكالة ANSEJ) بولاية غرداية بحيث تكون هذا الأداء من نوعية وشكل أداء موظفي جهاز العلاقات العامة بالوكالة في حالة استخدامهم أدوات الاتصال الرقمي في عملهم.
- المتغيرات الشخصية: تتمثل هذه الخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات الدراسة وهي: متغير الجنس، والسن، المستوى التعليمي، التخصص التعليمي، الوظيفة في المؤسسة، سنوات الخبرة المهنية.

9- مجالات الدراسة:

9-1 المجال المكاني:

يقصد بالمجال المكاني، المكان الذي أجريت فيه الدراسة والمتمثل في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ - بولاية - هي مؤسسة خدمتية اقتصادية حكومية تهدف إلى دعم الشباب من خلال القروض الممنوحة قصد انجاز مشاريع بتمويل تنائي أو ثلاثي بهدف تشغيل الشباب، وكان اختيارنا لهذه المؤسسة لعدة اعتبارات كونها مؤسسة بحكم تعاملها مع جمهورها الداخلي والخارجي وخاصة تواصلها مع فئة الشباب المستقطبين من طرفها، هذا ما قد يحتم عليها استخدام التكنولوجيا الرقمية في عملها في الجاني الإداري عامة وفي مصلحة العلاقات العامة خاصة بكل سرعة بهدف استقطاب عدد كبير من الزبائن.

9-2 المجال الزمني:

بدا العمل الميداني في بداية السداسي الثاني للموسم الجامعي 2020/ 2021، حيث أننا قمنا بزيارة ميدانية لمؤسسة موضوع الدراسة قصد الاتفاق مع مسؤوليها لانجاز هذا العمل وكذلك بالتشاور مع الأستاذ المشرف انطلقنا في عملنا هذا.

9-3 المجال البشري:

لمعرفة تأثير الاتجاهات (التكنولوجيات) الحديثة على تحقيق كفاءة الأداء بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ-بغرداية-، والإجابة على الإشكالية المطروحة اشتغلنا على فئة الموظفين بالوكالة لجمع المعلومات والبيانات حول موضوع الدراسة.

10- أدوات جمع البيانات:

10-1 البيانات الثانوية:

هي البيانات التي سبق تجميعها وتسجيلها والمتعلقة بموضوع الدراسة، والتي تحصلنا عليها من دراستنا للكتب والدوريات والدراسات الأكاديمية والمجلات العلمية... الخ.

10-2 البيانات الأولية:

هي البيانات التي عادة ما يقوم الباحث بجمعها مباشرة لأول مرة ولأغراض البحث الذي يقوم به، وذلك لصعوبة أن تلقي البيانات الثانوية لجميع الاحتياجات التي يتطلبها البحث. ولذلك اعتمدنا بالإضافة إلى البيانات الثانوية على البيانات الأولية والتي تمكن من جمع المعلومات الأولية لمعرفة مدى تأثير الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة على تحقيق كفاءة الأداء بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية والتي تسمح بالوصول النتائج التي يمكن تعميمها وتمثلت هذه الأدوات في أداة واحدة وهي أداة الاستبيان:

يعرف الاستبيان على انه: مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد الإلكتروني أو باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها.¹

وفي دراستنا تم تصميم استمارة استبيان حول موضوع دراستنا بالاعتماد على مفاهيم ومصطلحات متعلقة ب: الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة، والعلاقات العامة، والأداء المؤسساتي) بالإضافة بالاعتماد على فرضيات الدراسة والجانب النظري للدراسة، بحيث قمنا بتسليم 30 استمارة استبيان للمبحوثين للإجابة عليها بحيث من بين الاستمارات المقدمة للمبحوثين تم اعتماد 20 استمارة حيث أننا لم نستلم جميع الاستمارات وتم حذف 05 منها لعدم صلاحيتها وتكونت استمارة الاستبيان من خمسة محاور جاءت على النحو التالي:

1- عمار بوحوش، محمد محمود الدنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 82

- **المحور الأول:** خاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين والمتمثلة في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص العلمي، الوظيفة في المؤسسة، الخبرة المهنية.
- **المحور الثاني:** أهمية تواجد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية ، وكانت أسئلته من السؤال الأول إلى السؤال السابع.
- **المحور الثالث:** مدى اعتماد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية على الاتجاه الرقمي الحديث في عمله وكانت أسئلته من السؤال الثامن إلى السؤال السابع عشر .
- **المحور الرابع:** رأي الموظفين حول إسهام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة، على تحقيق الأداء بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية. وكانت أسئلته من السؤال الثامن عشر إلى السؤال العشرين.
- **المحور الخامس:** اثر الاتجاهات الرقمية المستخدمة في العلاقات العامة على أداء الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية، وكانت أسئلته من السؤال الواحد والعشرون إلى السؤال الخامس والعشرون.

11-الدراسات السابقة والتعليق عليها:

11-1 الدراسات السابقة:

أولا- الدراسات الجزائرية:

أ-الدراسة الأولى: دراسة للباحث الدكتور مبارك ريان بعنوان: "ممارسة العلاقات العامة عبر الشبكات الاجتماعية- دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمؤسسة موبيليس على موقع فيسبوك"- كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسن طينة 03 صالح بونيدر، 2018¹ وجاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي :

✓ كيف تمارس مؤسسة موبيليس العلاقات العامة عبر صفحتها الرسمية على

موقع فيسبوك؟

¹مبارك ريان، ممارسة العلاقات العامة عبرا لشبكات الاجتماعية - دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمؤسسة موبيليس على موقع فيسبوك، دراسة غير منشورة ، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03،الجزائر، 2018 .

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن النموذج الاتصالي الذي تعتمد عليه مؤسسة موبيليس (المتعامل الأول للهاتف النقال في الجزائر) في ممارستها للعلاقات العامة مع فيسبوك، ولقد توصلت الدراسة إلى أن مؤسسة موبيليس تعتمد نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتماثل، حيث أنها تتبادل المعلومات مع جمهورها وتتفاعل معه (اتصال في اتجاهين)، لكن كفة التأثير بينها وبينه غير متوازنة.

اعتمد في دراسته على المنهج الوصفي بشقه المسحي، كما استعمل تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات واختار لهذا عينة من المواد التي تنشرها المؤسسة على صفحة فيسبوك. توصل الباحث من خلال الدراسة إلى النتائج التالية:

1- كانت أعلى نسبة من نصوص منشورات مؤسسة موبيليس باللغة الفرنسية، رغم تعليقات جمهورها الراضية لذلك وعدم اهتمامها بذلك، ما يؤكد الاستخدام الفوري للمؤسسات الجزائرية للغة الفرنسية للتواصل مع جمهورها.

2- تمثل نشاطات المؤسسة أكثر المواضيع التي تهتم مؤسسة موبيليس بنشرها على صفحتها الرسمية.

3- إن تبادل التهاني بين المؤسسة وجمهورها يعد شكلا من أشكال التواصل الإنساني الذي يقوي العلاقة بينهما، فحرص المؤسسة على تقديم التهاني في المناسبات والأعياد يجعل جمهورها يشعر بالسعادة لأن مؤسسته تهتم به وتشاركه أفراحه.

4- تنشر مؤسسة موبيليس مواضيع ترفيهية تحرض من خلالها على وضع الاسم والهوية البصرية، فرغم أن الهدف الظاهري هو الترفيه عن الجمهور، إلا أن الهدف الحقيقي والخفي هو غرس العلامة التجارية في ذهن الجمهور.

5- تنشر مؤسسة موبيليس على صفحتها الرسمية للتعريف بهويتها أكثر، ورسم صورة ايجابية عنها من خلال نشر نشاطاتها في مجال المسؤولية الاجتماعية، وهو هدف من أهداف العلاقات العامة الذي يسعى دائما لتحقيقه.

6- لم تفتح مؤسسة موبيليس في منشوراتها مجالا لمناقشة سياستها، فهي لم تطرح أي أسئلة تفاعلية فيما يخص نشاطاتها وخدماتها، وإنما كانت تنشر للإعلام والإقناع.

7- تسعى مؤسسة موبيليس بدرجة كبيرة إلى إقناع جمهورها باستخدام مختلف الإستراتيجيات الإقناعية العقلية والعاطفية من أجل تغيير سلوكهم، دون أن تستجيب لاقتراحاتهم ومتطلباتهم.

إن ما سبق ذكره يؤكد اعتماد مؤسسة موبيليس على نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتماثل، حيث أنها تتبادل المعلومات مع جمهورها وتتفاعل معه (اتصال في اتجاهين)، لكن كفة التأثير بينها وبينه غير متوازنة.

ب- **الدراسة الثانية:** دراسة للباحثة الدكتوراه عائشة قرّة بعنوان: "العلاقات العامة وتأثيرها في تحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات، منظور حديث"، جامعة الأمين دباغين سطيف 2/الجزائر، 2017.¹

وجاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي :

✓ **ماهية العلاقات العامة 2.0؟ وما دورها في التأثير وتحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات؟**

هدفت هذه الدراسة إلى إثراء البحوث العلمية في موضوع العلاقات العامة الحديثة وخاصة أن هذا الموضوع يعتبر من مواضيع الساعة، ويمكن حصر الأهداف في النقاط التالية:

- معرفة ماهية استخدام العلاقات العامة 2.0
- معرفة أدوات العلاقات العامة 2.0 التي يركز عليها أكثر نشاط العلاقات العامة
- معرفة التسهيلات والتغيرات التي أضافتها تقنية العلاقات العامة 2.0 في تفعيل الأداء المؤسساتي.
- تأكيد دور الجيل الثاني للعلاقات العامة في تحسين الأداء .

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي بشقه المسحي، الذي يعمل على جمع الحقائق حول الموضوع، حيث استعملت أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات.

تانيا- **الدراسات العربية:**

أ- **الدراسة الأولى:** دراسة للباحثة: سارة شعبان حسن زغلول بعنوان: "الإستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات -

¹ - عائشة قرّة، العلاقات العامة وتأثيرها في تحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات، منظور حديث، دراسة غير منشورة ، جامعة الأمين دباغين سطيف 2، الجزائر، 2017.

دراسة تطبيقية-¹، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر، 2019.

وجاءت إشكالية الدراسة كالآتي:

ما هي الاستخدامات الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في مصر للعلاقات العامة الرقمية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة وما هي انعكاساتها على أداء ممارسي العلاقات العامة وما هي التقنيات الحديثة المتاحة لإدارات العلاقات العامة في الشركات، ومستوى استخدامها ومجالات توظيفها للعلاقات العامة؟

هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

1- رصد الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة الأكثر استخداما في أنشطة العلاقات العامة بالشركات محل الدراسة.

2- التعرف على مدى توظيف العلاقات العامة للتطبيقات الرقمية في نشر الثقافة التنظيمية في الوقوف على أسباب استخدام الشركات - عينة الدراسة- للتطبيقات الرقمية في أنشطة

3- الشركات -محل الدراسة-

4- التعرف على نوعية الإستراتيجيات الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الثقافة التنظيمية للعاملين بالشركات متعددة الجنسيات -محل الدراسة.

5- الكشف عن الأدوات الاتصالية المستخدمة من قبل ممارسو العلاقات العامة الرقمية في نشر وتعزيز الثقافة التنظيمية.

6- الوقوف على مقترحات ممارسي العلاقات العامة لتطوير الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة داخل الشركات.

اعتمد في دراسته على المنهج الوصفي بشقه المسحي، الذي يعمل على جمع الحقائق حول الموضوع، حيث استعملت أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

¹سارة شعبان حسن زغلول، الإستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر، 2019.

- تصدر تطبيقات الواتس أب، الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر، مقدمة التطبيقات الأكثر استخداما من قبل ممارس العلاقات العامة في الشركات-عينة الدراسة.
- اتفق غالبية ممارسي العلاقات العامة-محل الدراسة- على أن استخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية يمكن ممارسي العلاقات العامة في سرعة نقل الإخبار والقرارات إلى العاملين بالشركة، وسهولة عملية التواصل والتفاعل مع العاملين بالشركة
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن استمرار ممارسي العلاقات العامة في الشركات -محل الدراسة- في استخدام تقنيات الاتصال الرقمية في نشر أحداث الشركة اليومية والتفاعل مع العاملين من دون توقف جاءت في مقدمة توجه ممارسو العلاقات العامة لاستخدام الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في أنشطة العلاقات العامة مستقبلا.

11-2 التعليق على الدراسات السابقة:

11-2-11 التعليق على الدراسات الجزئية:

أ- التعليق على الدراسة الأولى:

تشابه الدراسة الأولى مع دراستنا في المتغير الأساسي وهو استخدام أداة من أدوات الاتصال الرقمي وهو الفيسبوك المستخدمة في العلاقات العامة ، ولكونهما اشتركتا في استخدام نفس المنهج وهو المنهج الوصفي، إلا أن الاختلاف كان في أداة جمع البيانات فالدراسة السابقة اعتمدت على أداة تحليل المحتوى ودراستنا الحالية اعتمدت على أداة الاستبيان في جمع المعلومات وكذلك الاختلاف كان في نتائج الدراسة أن الاختلاف كان في أداة جمع البيانات فالدراسة السابقة اعتمدت على أداة تحليل المحتوى ودراستنا الحالية اعتمدت على أداة الاستبيان في جمع المعلومات وكذلك الاختلاف كان في نتائج الدراسة أن الاختلاف كان في أداة جمع البيانات فالدراسة السابقة اعتمدت على أداة تحليل المحتوى ودراستنا الحالية اعتمدت على أداة الاستبيان في جمع المعلومات وكذلك الاختلاف كان في نتائج الدراسة إلا أن هذا الاختلاف لم يؤثر في الاستفادة من هذه الدراسة في دراستنا الحالية.

ب- التعليق على الدراسة الثانية:

تشابه هذه الدراسة السابقة مع دراستنا الحالية كونهما يصبان في نفس الموضوع تقريبا إلا وهو البحث عن استخدام التكنولوجيا الرقمية في العلاقات العامة وأثرها على الأداء في المؤسسة وكذلك التشابه كان في استعمالهما نفس المنهج إلا وهو المنهج الوصفي بشقه المسحي واستعمالهما

نفس الأداة لجمع المعلومات والبيانات وبطبيعة الحال إذا كان التشابه في جل حيثيات الموضوع فان النتائج أكيد تكون متقاربة، وهذا ما جعلنا نستفيد كثيرا من هذه الدراسة.

11-2-2 التعليق على الدراسات السابقة العربية:

اعتمدنا في دراستنا على دراسة عربية واحدة، حيث تناولت الباحثة في دراستها نفس المتغيرات وهو العلاقات العامة الرقمية ومتغير تحسين الأداء، كما تشابحت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في كونهما استخدمتا نفس المنهج وهو المنهج الوصفي في شقه المسحي ونفس أداة جمع البيانات وهي الاستبيان وبالطبع هذا التشابه أدى إلى التشابه في نتائج الدراستين تقريبا، هذا ما جعلنا نستفيد كذلك منها في دراستنا الحالية.

يظهر جليا من خلال معاينتنا لهذه الدراسة ومقارنتنا مع دراستنا الحالية نجد كليهما يتوافقان في نفس المحتوى المتعلق بأثر تطبيق العلاقات العامة لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في أداء مهامهما في المؤسسة، وكذلك تظهر هذه المعاينة لاستعمال الدراستين المنهج الوصفي التحليلي.

ومن خلال هذا التشابه في حيثيات جوانب الموضوع في الدراستين وبالرغم من الاختلاف في مكان الدراسة بينهما، إلا أن هذه الدراسة السابقة أفادتنا في الإحاطة بموضوع دراستنا. دراسة للطالب الباحث تحسين منصور وهية تحسين منصور، بعنوان: "أثر تطبيق تكنولوجيات الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني" اعتمد الطالب الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي.

وتهدف الدراسة إلى التعرف على تطبيقات تكنولوجيات الاتصال على وظائف العلاقات العامة المتمثلة في البحوث والتخطيط والاتصال والتقييم في القطاع الصحي الأردني، وبيان الفروق لأثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة تبعا لبعض المتغيرات الديموغرافيا والوظيفية.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

تستخدم إدارة العلاقات العامة تكنولوجيات الاتصال في وظائف العلاقات العامة حسب الترتيب التالي: التخطيط، الاتصال، البحوث والتقييم.

12-الخلفية النظرية للدراسة(براد يغم الدراسة):

لقد تمت دراسة تقبل تقنيات الاتصال والمعلومات وانتشارها بشكل موسع في عدة تخصصات علمية، وظهرت العديد من النظريات التي تحاول تفسير كيف تنجح البرامج والتقنيات الجديدة في الانتشار وتحقق التبني والتقبل من قبل المستخدم النهائي، فهناك نظريات إدارة التغيير

ومقاومة التغيير في علم الإدارة وأشهر النظريات المقبولة والمستخدمة في العديد من البحوث والدراسات في العديد من التخصصات العلمية وبخاصة الإعلام ، نظرية انتشار المخترعات لايفرت روجرز وهي تقدم تفسير كيف تنجح المخترعات الجديدة في الانتشار وكيف تفشل عند الحديث عن سلوك المستخدمين في استخدام برامج أو تقنيات جديدة فلا بد من تفسير علماء النفس والاجتماع وأكثر النظريات قبولاً هي نظرية الفعل المبرر وهي تنص بشكل مبسط على أن سلوك الإنسان نحو أمر ما يمكن تنبؤه من خلال فهم نظام المعتقدات والأعراف التي يؤمن بها والتي من خلالها يكون اتجاهاته حول قبول أمر ما أو اتخاذ قرار نحو أمر معين

كون نظرية العمل المبرر نظرية عامة لدراسة أي سلوك فقد قام ديفس بتطوير نظرية مبنية على تحول تفسير أي كيف يتم تقبل التقنيات الجديدة وأسمائها نظرية قبول التقنية وهي بشكلها المبسط تزعم أن الاستخدام أو التقبل لنظام أو تقنية جديدة يمكن تفسيره من خلال قياس أو معرفة عاملين مهمين هما : سهولة الاستخدام المتوقعة لهذه التقنية أو النظام والعامل الثاني هو إدراك المستخدمين لما تقدمه هذه التقنية من فائدة أو منفعة واللذان بدورهما تكون توجهات الأشخاص نحو استخدام التقنية أو النظام الجديد المراد دراسته.

نظرية قبول التقنية تؤكد أن للعوامل الأخرى والتي أسمتها العوامل الخارجية دوراً في مستوى التقبل ولكن تأثير هذه العوامل الخارجية دوراً في مستوى التقبل ولكن تأثير هذه العوامل يكون مباشراً على العاملين الأساسيين ، سهولة الاستخدام ومستوى المنفعة، والنظرية تم إدراج مفاهيمها في العديد من الدراسات وكانت نتائجها تشير إلى دعم فرضياتها

هناك مفهوم مهم وهو ثقة الإنسان في قدراته على التعامل مع التقنية بفاعلية، وصاحب هذه النظرية هو باندورا ومحور هذه النظرية هو أن مستوى فاعلية الشخص للتعامل مع التقنية والحاسب تتأثر بمستوى ثقته بنفسه للقيام بهذه المهارات وليس المهارة الحقيقية التي يملكها ، وهذا بدوره يؤثر في إقبال الأشخاص على تقبل نظم وتقنيات جديدة.

بعد استعراض هذه المفاهيم كانت نظرية تقبل التقنية الإطار الأساسي لذا فهي ستتركز على دراسة تكنولوجيا الاتصال الحديثة كشكل من أشكال التجديد في المؤسسة وكمبتكر حديث، وذلك على مستويين مستوى تبني الفكرة خاصة من خلال الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيات واستخدامها أو تطبيقها والذي يعبر عن تقبل الفكرة والشروع في تطبيقها. والربط بين هذين المستويين من أجل تفسير إما استخدام واسع للتكنولوجيات وتبني هذه المبتكرات واعتبارها من الثانويات التي لا

تحتاج الى الاستعمال في القطاع الخدماتي الجزائري ميدان الدراسة ومدى تأثير تبني هذا المدخل على وظائف العلاقات العامة للمؤسسة.

13- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

13-1 الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة:

أ- الاتجاهات: لغة: من الفعل اتجه وقال ابن منظور في لسان العرب: خرج القوم فوجهوا للناس الطريق توجيهها إذا وطئوه وسلكوه حتى استبان اثر الطريق لمن يسلكه¹.

ب- الحديثة: لغة: من الفعل حدث، والحديث عكس القديم².

ج - العلاقات العامة: لغة: إن البناء اللفظي للكلمة يتكون من كلمة: /علاقات وتعني حصيلة الصلات والاتصالات التي تتم بين هيئة أو موسوعة ما والجماهير المتعاملة معها. /وكلمة عامة يقصد بها الجماهيرية أي مجموعة من الجماهير المختلفة التي ترتبط مصالحها ونشاطاتها بالهيئة أو المؤسسة³.

- اصطلاحا: تعرفها جمعية العلاقات العامة العربية: بأنها طريقة للسلوك وأسلوب للعلام والاتصال، بهدف إقامة العلاقات المفعمة بالثقة والمحافظة عليها بين المنظمة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المنظمة وخارجها التي تتأثر بنشاط تلك المؤسسة⁴.

د- التعريف الإجرائي: الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة:

نقصد بالاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة في دراستنا هي جميع أدوات الاتصال الرقمي المنبثقة عن شبكة الانترنت التي تستخدمها العلاقات العامة في جميع أنشطتها بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب [ANSE] بولاية غرداية.

13-2 - التأثير: أ- لغة: معناه إبقاء الأثر في الشيء وأثر في الشيء أي ترك فيه أثرا⁵.

ب- اصطلاحا: التأثير هو إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقي، تجعله عند تحركه مدفوعا بهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه، ولهذه الحالة النفسية دور كبير، بل أساسي في تغيير سلوك إنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين¹.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، ج13، دار الكتب العلمية، بيروت (لبنان)، 2009، ص 691.

² - المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2008، ص 165.

³ - محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، [بط]، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997، ص 10.

⁴ عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 64.

⁵ أحمد ابن عبد الحليم ابن تيمية الحراني، مجموع الفتاوى، الجزء 13، 1404، ص 341.

ج-التعريف الإجرائي:

هو النتيجة والتغيير الذي يطرأ على عمل الوكالة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية من جراء تغيير سلوك الموظفين عند استخدام الموظفين في جهاز العلاقات العامة للتكنولوجيا الرقمية في عملهم.

13-3التحقيق:

أ- لغة: يقال حق الأمر حقا: صح وتبث وصدق ويقال أحقه على الحق: اغلبه و أثبتته عليه².

ب- اصطلاحا: في الفقه الإسلامي عرف التحقيق بأنه: إثبات المسألة بدليلها³.

ج- التعريف الإجرائي التحقق: هو إثبات لقدرة التكنولوجيا الرقمية المستخدمة في العلاقات العامة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية على تحقيق كفاءة الأداء المؤسساتي.

13-4 الكفاءة:

أ - لغة: يقال كفاؤه مكافأة وكفاء: أي جزاه وفلانا: ماتله، وراقبه. والحمد لله كفاء الواجب، أيك ما يكون مكافئا له. والاسم : الكفاءة والكفاءة بفتحها ومدها. وهذا كفاؤه وكفأته⁴.

ب- اصطلاحا: هي الاستخدام الرشيد للموارد المتاحة والذي يحقق اقل مستوى للتكلفة دون التضحية بجودة مخرجات المؤسسة⁵.

ج - التعريف الإجرائي للكفاءة: امتداد للتعريف السابقة وتمهيدا للدراسات الميدانية، يشير المفهوم الإجرائي للكفاءة في هذه الدراسة إلى مجموع المؤشرات الدالة على التحكم الجيد في الإجراءات ومعايير العمل والانجاز بجهاز العلاقات العامة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية.

13-2 الأداء المؤسساتي:

¹ ينظر: شبكة الناقد الإعلامي، الموقع الالكتروني: www.Naqed.info تاريخ التصفح: 06 افريل 2021، على الساعة 11 ليلا.

² المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ج 1، دار المعارف، مصر، 1979، ص 194.

³ علي محمد الجرجاني، التعريفات، عالم الكتاب، القاهرة (مصر)، 1986، ص 79.

⁴ المعجم الوسيط، المكتبة العصرية، لبنان، ج 4، ص 1347.

⁵ تابث عبد الرحمان ادريس، كفاءة وجود الخدمات اللوجستية، مفاهيم أساسية وطرق القياس، الدار الجامعية، الدار الجامعية، 2006، ص 145.

الفصل الأول الإطار المنهجي والمفاهيم للدراسة

أ - الأداء: لغة: أدى الشيء أي أصله، وأدى تأديته، قضاء المقصود هنا من الأداء هو قضاء الأمر والأداء اللغوي يعني قدرة الفرد على الأداء اللغوي الصحيح¹.

ب- المؤسسة: اصطلاحاً: كل وحدة قانونية، سواء كان شخص مادي أو معنوي، والتي تتمتع بالاستقلال المالي في صنع القرار، تنتج سلع وخدمات تجارية.

ج- الأداء المؤسسي: هو المنظومة المتكاملة لنتائج أعمال المؤسسة في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية².

د- التعريف الإجرائي للأداء المؤسسي: هو مدى قدرة الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية. على استعمال التكنولوجيا الرقمية الحديثة في مجال العلاقات العامة لتحقيق أهدافها وفق للخطة الموضوعة مسبقاً.

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص154.

2

خلاصة الفصل الأول

تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى الجانب المنهجي والمفاهيمي لدراستنا بحيث وقفنا على كل صغيرة وكبيرة في هذا الجانب هذا ما ساعدنا في عملنا في الجانبين القادمين النظري والتطبيقي

الفصل الثاني : الجانب النظري للدراسة

○ المبحث الأول: العلاقات العامة (المفهوم، اكتشاف المفهوم، التعريف).

– تمهيد الفصل الثاني

■ المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

■ المطلب الثاني: اكتشاف مفهوم العلاقات العامة

■ المطلب الثالث: تعريف العلاقات العامة.

○ المبحث الثاني: العلاقات العامة (عناصرها، وأهميتها وأسباب الاهتمام بها ، وأهدافها)

■ المطلب الأول: عناصر العلاقات العامة.

■ المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة وأسباب الاهتمام بها.

■ المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة.

○ المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة وصفات العام لينفيها ووسائلها.

■ المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة

■ المطلب الثاني: صفات العاملين

■ المطلب الثالث: وسائل العلاقات العامة

○ المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة وصفات العاملين فيها ووسائلها.

■ المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة.

■ المطلب الثاني: صفات العاملين.

■ المطلب الثالث: وسائل العلاقات العامة.

خلاصة الفصل الثاني

تمهيد :

بعد تطرقنا في الفصل الأول إلى الجانب المنهجي والمفاهيمي للدراسة سنتطرق في هذا الفصل الجزء الأول من الجانب النظري والمتمثل عموميات حول العلاقات العامة.

- المبحث الأول: العلاقات العامة (المفهوم، اكتشاف المفهوم، التعريف)

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

بدأ استخدام مصطلح العلاقات العامة في نهاية القرن التاسع عشر إلا أنه أصبح شائعاً بالمعنى الموجود عليه حديثاً في منتصف القرن العشرين وذلك من الناحيتين النظرية والتطبيقية بفضل العديد من الدراسات والمؤلفات العربية والأجنبية وكذلك بتوسع ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات العامة والخاصة في أنحاء العالم.¹

إن جوهر العلاقات العامة على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الجيدة بين أطراف لها مصالح مشتركة، بين أية مؤسسة سواء كانت تجارية أم صناعية أم خدمية أم اجتماعية أو سياسية، وبين جمهور تلك المؤسسة: كعلاقة شركات الخطوط الجوية مع جمهور المسافرين على متن طائراتها، ومن ثم فإن العلاقات العامة هي تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي سكون لها آثار اجتماعية² بهدف رعاية الروابط الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب تأييد الجماهير وضمن التفاهم التام بين المؤسسات على اختلاف أ نشطتها وأنواعها كما يمكن القول أن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط الودية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية وتلك المؤسسات من ناحية أخرى.³

وفي هذا الصدد يقول دومينيك فولتان أن كل واحد منا يحلم بان يدير العملية الاتصالية من اجل تبادل المعلومات وكل واحد منا متأكد بان الإنسان لا يمكنه العيش بدون معلومات، رسائل، وأيضاً بدون علاقات في معظم الأوقات الصعبة.⁴

ولهذا تواجدت العلاقات العامة داخل المجتمعات والعلاقات العامة في المؤسسات باعتبار أن المؤسسة وجماهيرها لا يمكنها أن تنمو وتتطور بدون تبادل المعلومات وعلاقات.

¹- إبراهيم إمام، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، دار المعرفة، القاهرة، 1975، ص 289.

²- إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1968، ص 07.

³ - المرجع نفسه، ص 38.

⁴-Dominique Wolton, **Il faut sauver la communication**, ED:Flammarion, paris, 2005, p18.

المطلب الثاني: اكتشاف مفهوم العلاقات العامة.

عرفت العلاقات العامة نشأتها وبدايتها سنة 1850 بالولايات المتحدة الأمريكية ولقد ارتبط هذا الظهور بالتحويلات الكبرى التي مست الواجهة الصناعية تحديداً، وبالتالي لم يصادف ميلاد العلاقات العامة باعتبارها مجرد مودة وترف وإنما كانت بمثابة حاجة ماسة تحمل إمكانية الإجابة عن أسئلة ملحة طرحت على المستوى السوسولوجي والاقتصادي، وعليه ارتبط ظهور العلاقات العامة بالاختضاء الملازمة للعالم الجديد الذي عرف ظهوره داخل حركة دائمة السرعة¹.

إن ظهور العلاقات العامة كان مرتبطاً بظهور التحويلات التي طرأت على المؤسسات الأمريكية في تلك الفترة أين كانت تملك معظم المؤسسات سمعة سيئة، وعليه يعتبر رجال الصحافة هم أول من قام باستخدام مفهوم العلاقات العامة في المؤسسة، وكان من ابرز هؤلاء الصحفيين "ايفي لي"، أما الأسباب التي أدت إلى اكتشاف مفهوم العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية هو الانتشار الواسع للصحافة وتطور الصناعة بوتيرة سريعة جداً بالإضافة إلى العادات السياسية المتميزة².

وعليه فإن العلاقات العامة هي الوصل بين المؤسسة والجمهور، فالمؤسسات اليوم تبدل كل جهدها لتكون سمعتها جيدة أمام جمهورها من اجل كسب رضاه وتعاونه معها وبالتالي لن تعرف المؤسسة بقائها وتطورها إلا بفضل جمهورها³.

-المطلب الثالث: تعريف العلاقات العامة.

يمكننا تصور مفهوم العلاقات العامة من واقع التعريفات الكثيرة التي ذكرها الباحثون المختصون في مجال العلاقات العامة وكذلك الجهات والمنظمات المعنية بذلك بحيث جاء في تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني: بأن العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها⁴.

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2014، ص23.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل الى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2011، ص47.

³ المرجع نفسه، ص48.

⁴ - عرسان يوسف الزويبي، العلاقات العامة والتنمية، ط1 دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2016 ص 16.

أما جمعية العلاقات الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو هيئة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جديدة بينها وبين جمهورها كالعملاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام.¹

إن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تقيم اتجاهات الجمهور، وتحقق تناسق سياسات وتصرفات الفرد أو التنظيم مع المصلحة العامة، وتضع وتنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور وتقبله للمؤسسة.²

¹ عبدالرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص38.

² - مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان2016(الأردن)، ص18.

-المبحث الثاني: العلاقات العامة (عناصرها، وأهميتها وأسباب الاهتمام بها، وأهدافها)

- المطلب الأول:عناصر العلاقات العامة .

من خلال التعريفات السابقة يمكننا أن نستنبط العناصر المكونة للعلاقات العامة وهي كالآتي:

أ- الجمهور: وهو نوعان:

✓ الداخلي: ونعني به جميع منتسبي المنظمة والذين يمكن تصنيفهم من حيث طبيعة مسؤوليتهم الإدارية.

✓ الخارجي:وهو المتكون من الزبائن والمساهمين وقادة المجتمع والجمعيات وقنوات الاتصال والحكومة والإنسان العادي.

ب- عمليات ذات هدف: وهدف العلاقات العامة تتسم بتعزيز سمعة المنظمة عند جمهورها، والتعرف على آراء هذا الجمهور.

ج- عملية إدارية: وتتسم هذه العملية بإستمراريتها لمساعدة الإدارة في تحقيق أهداف المنظمة

د- عملية اتصالية: وهي عملية ذات اتجاهين، تستخدم فيها مختلف القنوات الاتصالية (قنوات الاتصال الشخصي، قنوات الاتصال الجمعي، قنوات الاتصال الجماهيري)، ومن خلال أنشطة اتصالية مثل: الإعلان، المعارض، والندوات، والمؤتمرات، وإصدار المطبوعات.

- عملية: أي أنها تستخدم التخطيط، ومنهج البحث العلمي للحصول على المعلومات الدقيقة، والآراء الموثوقة من الجمهور¹.

المطلب الثاني:أهمية العلاقات العامة وأسباب الاهتمام بها.

إن نمو المجتمع الإنساني جاوز كل توقع، فهو لازال يتقدم في النمو والاتساع على درجات متفاوتة من مكان إلى مكان، وكان من نتيجة ذلك النمو أن تشابكت مصالح الناس وتعقدت صلاتهم واختلفت ميولهم وتنوعت اهتماماتهم حتى أصبح كل راغب في التأثير في الناس سواء لغرض تجاري أو لجانب

¹ محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2011، ص ص40-41.

ثقافي أو لواجب إنساني أو لغير ذلك أن يتوصل إلى مقصده بخطة محكمة مدروسة من شأنها أن تبلغه الرسالة المرجوة وتؤتيه الثمرة المنشودة¹.

وتبرز أهمية العلاقات العامة في كونها تشمل جميع مسؤوليات المؤسسة، وهي بالإضافة إلى ذلك وظيفة تنظيم تستطيع الإدارة بواسطتها أن تحدد المسؤولية لأوجه النشاط وتحافظ على التعاون بين الجمهور الذي له علاقة مباشرة مع المؤسسة².

وهكذا فإن الاتجاه السائد حالياً يرى بأن العلاقات العامة لها دور مهم وفعال في الإدارة لا يمكن إغفاله وإهماله أو اعتباره نشاط ثانوي لها، بل تبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة بشكل عام من خلال مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الإدارية والتسويقية والتأكد من سلامتها من حيث أثرها على العاملين وجمهور المؤسسة والرأي العام بشكل عام، وواجبها في لفت نظر الإدارة العليا إلى السياسات والإجراءات التي لا تتفق مع مصلحة المؤسسة، إضافة إلى ذلك تتجلى أهمية العلاقات العامة في كونها تقوم بتقديم النصائح للمؤسسة فيما يخص علاقتها بالصحافة والإعلان عن السلع والخدمات الجديدة وخلق جو سهل على إدارة المؤسسة وأقسامها من أداء واجباتها بشكل أفضل، ومساعدة الإدارة العليا في تقديم تقارير مستمرة عن المتغيرات التي تحدث في اتجاهات الجماهير، بالإضافة إلى ذلك تبرز أهمية العلاقات العامة في أنها تقوم بتخفيف معاناة الجماهير في بعض المؤسسات من خلال تقليل حدة السلبات والأمراض الإدارية من جهة، وتحسين صلة الجمهور بالمؤسسة وتدعيم ثقته بها من جهة أخرى، فهي تمثل ضمير المؤسسة وحلقة الوصل الآمنة بين المؤسسة وجمهورها.

وعليه فإن العلاقات العامة تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة أقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة الجادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة أمام الجمهور، كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه.

¹ محمود منال طلعت، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، [د.ط.]، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية (مصر)، 2002،

ص 272.

² - المرجع نفسه، ص 18.

-المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة

يسعى جهاز العلاقات العامة في أي مؤسسة لتحقيق عدة أهداف خاصة على الصعيد الداخلي (مع الموظفين) والصعيد الخارجي (مع الجمهور الخارجي) وتتلخص هذه الأهداف فيما يلي:

1- أهداف داخلية: (خاصة بالموظفين):

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

2- أهداف خارجية: (خاصة بالجمهور الخارجي)¹:

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

¹ - محمد صاحب السلطان، مرجع سبق ذكره، ص 52.

- ✓ تكوين مركز متميز بالمنشأة وأهدافها وتزويد أفراد الجمهور بكافة المعلومات والبيانات التي يحتاجون إليها عن المنشأة وعن نشاطها.
- ✓ توضيح بعض الأفعال والتصرفات والمواقف التي صدرت عن المنشأة.
- ✓ الرد على كل الأخبار كاذبة أو غير صحيحة تنشر عن المنشأة أو عن قيادتها أو عن نشاطها ولتحقيق هذه الأهداف تحرص معظم الهيئات والمنظمات على تنفيذ أعمال وأنشطة العلاقات العامة سواء توفرت لديها إدارة أو قسم العلاقات العامة أم لا، وسواء أعدت برامج للعلاقات العامة أم لم تعد، وحتى في حياتنا الشخصية نجد الفرد يعمل على تحسين علاقاته مع الآخرين باستمرار.

-المبحث الثالث:وظائف العلاقات العامة و صفات العاملين فيها ووسائلها .

- المطلب الأول: وظائف العلاقات العامة.

صنفت إلى خمس وظائف أساسية :

أ- البحث: ويقصد به الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة، سواء في الداخل أو في الخارج، وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية، ورسائلها المختلفة بمقاييس إحصائية دقيقة.

ب- التخطيط: ويقصد به رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة، وذلك بتحديد الهدف والجماهير المستهدفة، وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات، وتحديد الميزانية، وتوزيعها على الأنشطة.

ج- الاتصال: ويقصد به القيام بتنفيذ الخطط أو الاتصال بالجماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية، المناسبة لكل جمهور وكذا الاتصال بالأفراد والهيئات بالخارج، وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة¹.

د-التنسيق: تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، كما تعمل كحلقة اتصال بين الموظفين والشخصيات المختلفة، كما تنسق بين إدارة التسويق والمستهلكين.

هـ- التقييم: يقصد بالتقييم قياس النتائج الفعلية المحققة من تنفيذ برنامج العلاقات العامة، و القيام بالإجراءات التصحيحية في حال الكشف عن وجود انحرافات في النتائج عما هو مخطط له، من أجل ضمان فعالية النتائج المرجوة.

- المطلب الثاني:صفات العاملين .

1- الصفات والقابلية الشخصية:

أ- قوة الشخصية: قد لا يكون من السهل وضع مواصفات محددة لقوة الشخصية، إلا أن من السهولة التعرف عليها من خلال التعامل مع الآخرين، ومن أهم عناصرها الثقة بالنفس حسن المظهر، والقوام، والأناقة،ورقة الحديث، كل ذلك يوحي بالاحترام ويجذب الناس إلى التفاعل الايجابي مع صاحب الشخصية القوية.

¹ - محمود منال طلعت، المرجع نفسه، ص 272.

ب- اللباقة: وهي القدرة على الحوار البناء مع الآخرين بهدف التأثير بأرائهم لمصالح المؤسسة، وصالحهم وحسن الحديث معهم، وحسن الإنصات إليهم.

ج- حب الاستطلاع: ويعني ذلك الرغبة المستمرة في الحصول على المعلومات، واليقظة التامة في تتبع ما يجري حول رجال العلاقات العامة من أحداث، والسعي وراء الحقائق وتفسيرها.

د- الموضوعية: وهي القدرة في الحكم على الأمور بالتجرد عن الذات، والميول الشخصية، وعدم التحيز لجهة دون أخرى.

هـ- الخيال الخصب: ويعني قدرة رجل العلاقات العامة على الإبداع والتخيل، وتصور نتائج قراراته على الآخرين قبل اتخاذها.

و- الشجاعة: وتعني أن يكون رجل العلاقات العامة شجاعاً في اتخاذ القرارات الحازمة بسرعة، قبل أن يفلت زمام الأمور، كما يحتاج إلى الشجاعة في مواجهة الفاعلين، وبخاصة رجال الإدارة بأخطائهم التي تكشف عنها البحوث.

ز- القدرة على الاحتمال والمثابرة: يحتاج رجل العلاقات العامة لهذه الصفة المهمة لأن نشاطه لا يؤدي إلى نتائج سريعة وواضحة، بل إن أهدافه بعيدة المدى، بطيئة الظهور.

ر- قابلية التنظيم: وتعني إنصاف رجل العلاقات العامة بالقدرة على تنظيم أعماله، وتقسيم الوقت، ومنح الأولوية للأعمال حسب أهميتها¹.

2- الإعداد العلمي: يتصف رجل العلاقات العامة بأنه إداري وإعلامي في آن واحد، ولذلك فإن إعداداته الدراسي يجب أن يتضمن من المواضيع ما يساعده على أداء وظيفته الإدارية والإعلامية بنجاح، وعلى أساس ذلك ينبغي أن يكون ملماً بما يلي:

أ- اللغة: يجب أن يكون رجل العلاقات العامة متمكناً من اللغة كتابة وقراءة، حتى يكون قادراً على تقويم ما يكتبه الآخرون داخل المؤسسة، أو خارجها، وإتقان اللغة ضروري للتأثير في الجمهور، والتأثير هو محور عمل العلاقات العامة، ولا قيمة للموارد الإعلامية الصادرة عن المؤسسة إذا لم تكن واضحة وسهلة و ممتعة سواء كانت مطبوعة ومذاعة.

¹ زهير ياسين الطاهات، سيكولوجية العلاقات العامة والإعلان، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص

-المطلب الثالث: وسائل العلاقات العامة.

إن التفاهم مع الجماهير المختلفة يساعد على تكوين مركز مختار للمؤسسة، ولكي تحقق المؤسسة هذا المركز تستعمل عدة وسائل تتصل عن طريقها بجمهورها سواء الداخلي أو الخارجي ويمكن تقسيم هذه الوسائل إلى قسمين:

1- وسائل الاتصال العامة:¹

وهي وسائل الاتصال الجماهيري من صحف وإذاعة وتخطب الجماهير على اختلاف أنواعها وتستخدم على مستوى الإقليم والمدينة.

2- وسائل الاتصال الخاصة:

وهي جميع الوسائل الخاصة بالمنشأة وهي التي يقوم المسؤولون بإعدادها وتنظيمها وتوجيهها ووضعها في متناول جماهير المؤسسة (الجماهير الداخلية" الموظفون، والعمال" والجماهير الخارجية" الزوار، والمتعاملون... الخ) وتمثل هذه الوسائل فيما يلي:

أ- المراسلات: هي أداة اتصال مباشر بالأفراد لذلك تستعمل بصفة منتظمة للوصول إلى العمال، والموظفين والعملاء، وأنواع الجماهير المختلفة، وتتكون من الخطابات العادية، والتلغراف.

ب- مجلة المؤسسة: تصدر هذه المجلات يوميا وأسبوعيا، وشهريا، تصدرها المؤسسة لإطلاع الموظفين والعملاء على المسائل التي تريدهم أن يعلموا بها، وهناك ثلاثة أنواع من مجلات المؤسسة:

- ✓ المجلة الداخلية: موجهة إلى الجمهور الداخلي بالمؤسسة أي العاملين بها
- ✓ المجلة الخارجية: موجهة إلى الجمهور الخارجي المساهمين ورجال الأعمال
- ✓ المجلة الداخلية والخارجية: موجهة إلى الجمهور الداخلي والخارجي.

ج- الكتيبات: هي إحدى الوسائل التي تنقل الأفكار، المعلومات الضرورية، قد تصدر لشرح الأوجه المختلفة للعلاقات العامة، كما تصدر من حين لآخر لخدمة أغراض أخرى هامة، وهي ثلاثة أنواع:

- ✓ كتيبات الترحيب بالأفراد الجدد: وتعطي أفكار مختصرة عن واجبات الفرد، وحقوقه ونظام المؤسسة، واللوائح الخاصة.

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2014، ص98.

✓ كتيبات لشرح فلسفة المؤسسة: حتى يقتنع الجمهور الخارجي بأهمية التعامل مع المؤسسة.

✓ كتيبات للرجوع إليها عند الحاجة: وتعلن للموظفين تفاصيل بعض المشاريع التي تقوم بها المؤسسة.

د- **الملصقات:** هي لائحات كبيرة تعلق على الحائط داخل المؤسسة، وفي الأماكن العمومية لتذكر العمال بواجباتهم، أو تنبيههم من خطر تعرضهم لحوادث... وميزاتها الأساسية أنها يمكن أن تذكر بما جاء فيها بسهولة بقله الكلمات المستعملة فيها، وكبر حجمها، كما أنها توجد في مكان ثابت، حيث يتحرك إليها الجمهور.

هـ- **لوحة الإعلانات:** تستعمل هذه الوسيلة في كل قسم أو إدارة في المؤسسة ما، أو حتى الأملاك العمومية، وتعتبر أحسن وسيلة يتمكن بواسطتها العمال والموظفون بالأقسام المختلفة للمؤسسة أن يتبادلوا التعليمات والبيانات الخاصة بكل مصلحة لتوجيه الجمهور الزائر.

و- **وسائل الاتصال الحديثة:** وهي جميع الوسائل التي أفرزتها مخلفات عصر الرقمنة في جميع المجالات ومجال العلاقات العامة واحد من هذه المجالات الذي استفاد من ذلك إذ حولت مجال العلاقات العامة رأس على عقب في مجال مواكبة العصرنة والتقدم، وفي الفصل القادم سنتطرق إلى هذه الوسائل أو ما يطلق عليها بالاتجاهات (تكنولوجيا الاتصال) الحديثة، والذي يعتبر متغير من متغيرات دراستنا والتي سنتطرق لها في الفصل الثالث، تتمثل هذه الوسائل فيما يلي: الانترنت، الإكسترنات، الموقع الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي، والهاتف.

خلاصة الفصل الثاني :

في الفصل السابق تطرقنا إلى عموميات حول العلاقات العامة من حيث مفاهيمها وظروف نشأتها وأهميتها وأهدافها وأدواتها وصفات العاملين بها وفي الفصل الموالي وهو الفصل الثاني من الجانب المنهجي والثالث في الدراسة سنتطرق إلى الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) المستخدمة في عمل ونشاط العلاقات العامة.

الفصل الثالث: الاتجاهات الحديثة [التكنولوجيا الرقمية] في العلاقات العامة

○ المبحث الأول: العلاقات العامة (المفهوم، اكتشاف المفهوم، التعريف).

▪ المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.

○ المبحث الأول: الاتصال الرقمي اتجاه حديث للعلاقات العامة.

▪ المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي ونشأته

▪ المطلب الثاني: خصائص ومزايا الاتصال الرقمي

▪ المطلب الثالث: أدوات الاتصال الرقمي كاتجاه للعلاقات العامة.

○ المبحث الثاني: دور الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في ممارسة العلاقات العامة

▪ المطلب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي اتجاه حديث على العلاقات العامة

▪ المطلب الثاني: اعتماد العلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي

▪ المطلب الثالث: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة

○ المبحث الثالث: الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة وعلاقتها بالأداء المؤسسي

▪ المطلب الأول: مفهوم الأداء المؤسسي.

▪ المطلب الثاني: العلاقة بين الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة وأداء المؤسسة.

خلاصة الفصل الثالث

تمهيد الفصل الثالث

سنتطرق في هذا الفصل إلى الاتجاهات (تكنولوجيا الاتصال الرقمي) الحديثة من خلال عموميات حولها واستخداماتها في مجال العلاقات العامة وعلاقتها بالأداء المؤسسي.

-المبحث الأول: الاتصال الرقمي اتجاه حديث للعلاقات العامة.

المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي ونشأته

أ- تعريف الاتصال الرقمي:

يرتكز تعريف الاتصال الرقمي Digital communication بالدرجة الأولى على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسيلة الوحيدة والأساسية للاتصال بين أطرافه ولا يتعد هذا المفهوم كثيرا عن مفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر Putter Media Ted Communication، أو الاتصال بمساعدة الكمبيوتر Assisted Communication Computer، أو الاتصال القائم عن طريق الكمبيوتر Based Communication Computer، وكلها مفاهيم تؤكد دور الكمبيوتر في عملية الاتصال.¹

وفي نفس الوقت فإن الاتصال في هذا المفهوم يقع في الإطار الأوسع لمفهوم الاتصال وعناصره وأشكاله ونماذجه، لأنه في النهاية اتصال إنساني أو بين الأفراد لتحقيق أهداف معينة، يتسم بكل صفات الاتصال الإنساني ويتم من خلال عمليات فرعية عديدة، تتأثر بكل المداخل الاجتماعية والنفسية واللغوية التي تناولها علماء النفس والاجتماع واللغة وقدموا لها النماذج العديدة التي تشرح الاتصال الإنساني وعملياته وعلاقاته.

لا يمكن القياس على استخدام الوسيلة، فنقرر أنه يقترب من الاتصال بالجمهير الذي يعتمد على الوسائل الآلية والإلكترونية في إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية لأنّ النظم الرقمية تتيح بجانب الاتصال بالجمهير الاتصال الشخصي والجمعي وإن كان لا يتم مواجهة، وهو مالا تتيحه وسائل الاتصال بالجمهير أيضا إلا من خلال استخدام وسائل الاتصال الشخصي الآنية مثل: التليفون والبرقية ثم الشبكات الرقمية بعد ذلك.

وبذلك يكون تعريف الاتصال الرقمي كالاتي: "العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة."²

¹- محمد عبد المجيد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص103.

²- نفس المرجع، ص104.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

كما يقصد به التحول من أسلوب التعامل مع المعلومات على أساس تناظري Analog إلى الأسلوب الرقمي Digital ورقمته المعلومات أيضا أي تحويل المعلومات (نص أو صورة أو صوت) إلى موجات كهربائية مرقمة مما يسهل عملية إرسالها وتخزينها ومعالجتها وضغطها.

وتشير كلمة رقمي Digital إلى الحالتين هما: التشغيل والإيقاف on/off ويتم التعبير عن المعلومات في شكل سلسلة من إشارات التشغيل والإيقاف وتتخذ كل الحروف والرموز والأرقام والصور والرسوم والأصوات شكل أرقام "الصفر والواحد".

فالواحد يقابل التشغيل on والصفر يقابل التوقف off ويطلق على كل زوج من أرقامه اسم Bit بمعنى حرف، ويطلق على مجموعة من الرموز Bits وعادة ما يحتوي كل Bit على ثماني رموز.¹

وعندما يتم تحويل المادة المرسله أيا كانت إلى تيار منفصل متماثل من النبضات الكهربائية، لا يقوم الجهاز بإرسالها مباشرة بل يقطعها إلى قطع صغيرة جدا ويرقمها بحيث تأخذ كل عينة رقما معيناً وتسمى هذه العملية بالترقيم، حيث يوجد عند بداية خط الإرسال لأي بيانات كانت أداة تسمى Aid Con venter مهمتها تحويل البيانات من صورتها التناظرية إلى صورتها الرقمية وتقوم هذه البيانات ببث كود مستمر من البيانات أيا كانت وتحوّلها إلى إشارات رقمية، كما أنه يوجد في الطرف المقابل لها أو جهة الاستقبال أيا كانت تلك الآلة المستقبلية لها بتحويل تلك الإشارات الرقمية إلى إشارات تناظرية تحاكي واقع تلك البيانات المرسله وتسمى هذه الأداة O.A Con venter.²

ومن خلال هذه التعاريف يقوم الاتصال الرقمي على مجموعة من المحددات:

1. إذا كان الاتصال الإنساني في أشكاله التقليدية يوصف بأنه عملية تربط عناصرها علاقة

ببعضها البعض، فإنّ الاتصال الرقمي يزيد على ذلك بأنّ العلاقات ليست بين عناصر العملية

فقط ولكنها بين عناصر النظم الرقمية التي تعمل على استمرار الاتصال وتطوره.

2. يقوم الاتصال عبر الشبكة بوظائف وأدوار اجتماعية تدعّم البعد الاجتماعي والمتطلبات

الاجتماعية للاتصال الرقمي.

¹حسن عماد مكاوي، "تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط4، الدار المصرية اللبنانية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص246.

²عبد الباسط محمد عبد الوهاب، "استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، [ب.ط.]، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص217.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

3. إنّ الاتصال بين الأفراد هو اتصال من بعد Distance Communication مهما كان مستوى الاتصال ثنائيا أو جمعيا ومهما كانت التقنيات المصاحبة لعملية الاتصال للتقريب بين الأطراف بالكتابة أو الصوت أو الصورة.
4. إنّ الاتصال وإن كان يتم من بعد إلا أنّ مستحدثات النظم الرقمية قد وفرت مقومات الاتصال المواجه يمثل: دائرية الاتصال وتبادل الأدوار الاتصالية وتدعيم وظائفها.
5. تعتبر النظم الرقمية ومستحدثاتها ضرورية لتحقيق الاتصال ووظائفه، ولا يقوم الاتصال السلبي واللاسلكي مقامه مادام لا يعتمد على النظم الرقمية.
6. لا تختلف عناصر الاتصال في هذا المفهوم عن العناصر المعروفة للاتصال بأشكاله التقليدية ولكنه يزيد عنها في ضرورة توفر أجهزة الترميز الرقمية في الإرسال والاستقبال.
7. تعتبر القراءة والكتابة والثقافة الكمبيوترية من المهارات الضرورية لأطراف عملية الاتصال الرقمي، نظرا لمتطلبات التعامل مع وحدات الحاسب ثم طبيعة الرسالة الرقمية التي تحتاج إلى عمليات ومعالجات مكتوبة لتحريرها أو إرسالها واستقبالها¹.

ب - نشأة الاتصال الرقمية:

في الثمانينات من القرن السابق توصل العلماء إلى إمكانية تقديم الإشارات التماثلية في شكل إشارات رقمية، ومنذ ذلك الحين بدأت هذه التكنولوجيا الرقمية تحل تدريجيا محل المعدات التناظرية التقليدية القديمة، كما نلمس مدى ما بلغته الاتصالات من سهولة ويسر في عصر الاتصال الإلكتروني والفضائيات، وتطورات وإنجازات علمية فتحت المجال أمام قفزات هائلة شكلت نقاط تحول في مسار التقدم الاتصالي منذ النصف الثاني من القرن 20 وبداية الألفية الثالثة مع عام 2001 وتمثل هذه القفزات في:

- القفزة الأولى: تمثلت في اختراع الترانزيستور عام 1948 على يد بعض العلماء الأمريكيين: "براتان، برادين، شوكلي"، وحصولهم على جائزة نوبل عام 1956 نظرا لإنجازهم الكبير وأثرهم في تصغير حجم أجهزة الإرسال والاستقبال في نظم الاتصالات.
- القفزة الثانية: وترتبط بالتوصل إلى صناعة دوائر متكاملة صغيرة الحجم عالية الكثافة، بفضل هذه القفزة أمكن تصغير حجم الحاسبات لتصبح حاسبا شخصيا صغيرا يمكن حمله.

¹ - محمد عبد المجيد، مرجع سبق ذكره، ص 104 - 106.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

- القفزة الثالثة: وقد تحققت حينما قام العالم الأمريكي "شانون" بنشر بحثه الذي وضع الأساس للاتصالات الرقمية التي تتميز بكفاءتها العالية.¹

إن مسيرة هذا التطور اتجهت في خط متسارع نحو مرحلة الاتصال الإلكتروني، والذي شهد تقدما هائلا وتشعبا كبيرا في مجال الاتصالات حتى أضحت من الصعوبة ملاحقة تطورها ومن هذه المجالات نجد:

✓ مجال الاتصالات بين الحاسبات الإلكترونية وشبكات الاتصال.

✓ مجال الاتصال عبر أقمار الفضاء والسماوات المفتوحة.

✓ الاتصال عبر الألياف الضوئية واكتشاف أشعة الليزر ثم الطفرة (الثورة) الكبرى وهي الاتصالات الشخصية المتنقلة (اتصالات المحمول).²

المطلب الثاني: خصائص ومزايا الاتصال الرقمي.

نظرا لتطور المستحدثات وإمكانياتها، فإن نظام الاتصال الرقمي قد تجاوز الكثير من هذه الفروق وأقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تتميز بها كل أشكال الاتصال الرقمي، وهذه الخصائص لا تميز الاتصال الرقمي فحسب وإنما أثرت في بناء المفاهيم الخاصة به وبعناصره، ومن هذه الخصائص نجد ما يلي:

✓ **التفاعلية:** حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقين ثنائية الاتجاه وتبادلية، ويصبح المشاهد مشاركا ومتفاعلا في العملية الاتصالية يؤثر فيها وفي عناصرها.

✓ **التفتيت:** وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها حسب رغبات الأفراد أو الجماعات الصغيرة بدلا من توحيد الرسائل.

✓ **اللاتزامية:** تعني إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال وبغض النظر عن تواجد المتلقي للرسالة في وقت معين.

✓ **الحركة والمرونة:** حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان مثل: الحاسب الشخصي والتليفون المحمول وكاميرات الفيديو المحمولة.

¹- أسماء حسين حافظ، "تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي"، ط1، بدون مكان النشر، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2005، ص18.

²- نفس المرجع، ص19.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

✓ **قابلية التحويل:** حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة والعكس.

✓ **الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.¹

✓ **الانتشار:** يعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التليفون المحمول على نطاق واسع.²

✓ **التنوع:** مع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، بالإضافة إلى ارتفاع القدرة على الإنتاج والتخزين، أدى ذلك إلى التنوع في المحتوى وفي أشكال الاتصال التي وفرت للمتلقين اختيارات أكبر لتوفير عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه.

✓ **التكامل:** تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه بمنظومة واحدة، توفر للمتلقين الخيارات المتعددة في إطار متكامل.

✓ **الفردية والتجزئة:** يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه، فيعطي لأطراف عملية الاتصال حرية أوسع في الاختيار، وهو ما يعلي من شأن الفردية ويرفع قيمتها ويحافظ على سرية الاتصال وخصوصياته، وتحكم أطراف عملية الاتصال في معالجة البيانات والمعلومات وعرضها والاستفادة منها بما لا يتعارض مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية واستخدام البيانات والمعلومات.³

وتحقق الاتصالات الرقمية عدة مزايا لمستخدميها، مما جعلها تزاحم ويجدرة الإشارات التماثلية، ومن أهم هذه المزايا نجد:

1. مرونة وشمولة الشبكة الرقمية بحيث تسمح بنقل البيانات في شكل نصوص وأصوات وصور بقدر عالي من الدقة.

2. تسمح بنقل المحادثات أو الأصوات المركبة في وقت واحد وذلك من خلال الشبكة الرقمية.

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص ص 107 - 106.

² - المرجع نفسه، ص108.

³ - أسماء حسين حافظ، مرجع سبق ذكره، ص ص 111 - 110.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

3. يتميز نظام الاتصال الرقمي بالنشاط والقوة التي تجعل الاتصال مصانا ومؤسسا كوحدة متكاملة عالية الجودة.

4. يتفوق الاتصال الرقمي في نقل معلوماته إلى مسافات بعيدة من خلال استخدام وصلات الألياف الضوئية Optical Fiber التي تحافظ على قوة الاتصال من البداية إلى النهاية.¹

5. تمكن الإشارة الرقمية من تخزين واسترجاع عدد لا يحصى من معلومات الفيديو في مساحات صغيرة نسبيا، وكلما كبرت الذاكرة زادت القدرة على التلاعب بالإشارة الرقمية بطرق مختلفة.

6. تسهيل عمليات المونتاج للمواد المقدمة وتحقيق طفرات كبيرة في مجال الرسوم التوضيحية والمؤثرات الخاصة، إضافة إلى مقاومة التشويش والتداخل في الصوت وتصحيح الأخطاء إلكترونيا، والحفاظ على قوة الإشارة على طول خط الاتصال.²

- المطلب الثالث: أدوات الاتصال الرقمي كاتجاه حديث للعلاقات العامة.

غزت الانترنت باعتبارها وسيلة اتصال الكترونية رقمية جميع مجالات الحياة، وأضحت جزءا مهما ورقما صعبا في مجالات الإعلام والاتصال حيث تستخدمها كل الوسائل الإعلامية والمكاتب الخاصة بالعلاقات العامة يوميا لإيصال الكم الهائل من الرسائل والمعلومات وكذا التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي ونذكر من أهم أدواتها:

¹ -حسن عماد مكايي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات،مرجع سبق ذكره،ص ص 103-101.

² -سوزان القليبي، وهبة الله السمرى ،"التدريب والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني،[ب،ط] ،دار النهضة العربية، القاهرة، 1998 ، ص ص 180-182.

أ- الموقع الإلكتروني:

يعرف بأنه: عبارة عن مجموعة صفحات إلكترونية مرتبطة مع بعضها البعض كما يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى صفحات browserweb¹ .

ويعد موقع الانترنت لكل شركة أو منظمة عبارة عن أداة علاقات عامة باعتباره الواجهة الأساسية للشركة ويحوي أيضا على المعلومات والتصريحات الموثوقة عن المؤسسة ويصمم الموقع من الشعار، اللون الخاص بها، الشكل الذي تتميز به وتوظيف كل العناصر البصرية والسيمولوجية الدالة على هوية المؤسسة كما يجب أن يحتوي الموقع مساحات للتعليق الإلكتروني وفتح فضاء للتفاعل مع الجمهور ومراسلة المؤسسة لتوصيل اهتمامهم وأرائهم، وجمع معلومات كافية حول المؤسسة وخدماتها كما يجب أن يتوفر الموقع على روابط لمساعدة المتصفحين على نشر الأخبار ومناقشتها أو تقاسمها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ب- البريد الإلكتروني:

يعتبر البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شعبية في الانترنت، ويعد السبب الأول للاشتراك فيها لدى عدد كبير من مستخدميها، لقد أصبح من أهم الوسائل التي تستخدمها المؤسسات للاتصال بعملائها من خلال إرسال الرسائل الإلكترونية في المناسبات المختلفة إلى عملائها الحاليين، للحفاظ عليهم كعملاء دائمين ويمكن تبادل البريد الإلكتروني دون التعرض لتكلفة الاتصال الهاتفي لمدة طويلة، ولذلك يبقى البريد الإلكتروني حلا بديلا من الناحية الاقتصادية.

ويعد البريد الإلكتروني أفضل بديل عصري للرسائل البريدية الورقية ولأجهزة الفاكس فهو يمكن رجل العلاقات العامة من توزيع استطلاعات للرأي العام وسبر الآراء جماهير المؤسسة حول مواضيع تخصها، كما يحتوي البريد الإلكتروني على خدمة القوائم البريدية the mailing list كآلية هامة وسهلة لتعميم الرسائل الإلكترونية على جماهير مؤسسة المشتركين مسبقا في خدمات المؤسسة الإلكترونية حيث تصلهم الأخبار والمعلومات الجديدة عن المؤسسة وخدماتها .

¹ - زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتيوي، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، غزة، 2006، ص

ب- الشبكات الاجتماعية:

تعرف بما يلي:

"فيها يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تمم مجتمعهم، وقد يكون المجتمع طائفيا أودينيا"¹، تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في نقل الأخبار والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة لذلك أصبح لها أهمية كبرى لإدارات العلاقات العامة في المؤسسات مما جعل العلاقات العامة مجبرة على استخدامها، وقد تعددت أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

1- الفيسبوك facebook: جاء في تصريح اختصاصي وسائل الإعلام الاجتماعية في المراكز الفيدرالية للسيطرة على الأمراض والوقاية منها "أن الشعبية الواسعة لفيسبوك والوقت الذي يمضيه الناس فيه يجعلانه قناة مثالية بالنسبة لنا لنشر الرسائل المتعلقة بالصحة "الفيسبوك مثل بحيرة ألقيت فيها حجارة فأحدثت موجات طال مداها فشخص واحد يمرر معلومات إلى آخر وتتسع حلقة البث من شخص لآخر في النهاية تخلق مجتمعا من الأشخاص يتمحور حول موضوع ما.

2- التويتير twiter: وسيلة للتدوين مختصر لا يتجاوز 140 كلمة، يسمح بقراءة المعلومات متسارعة الوتيرة على الانترنت أو إرسالها على شكل رسالة نصية على جهاز الجوال، ما يسمح بتداول المعلومات وتوزيعها بكثافة على نطاق واسع ويعتبر التويتير أكثر انتشارا من غيره من الأدوات الأخرى، ويكون أكثر فعالية في الاتصالات المتعلقة بالحالات المستعجلة وحالات الطوارئ وذلك بإرسال المعلومات عن الموارد المتاحة عند حدوث الأزمات.

ج- النشر الإلكتروني: أصبحت مواد و برامج الاتصال والعلاقات العامة معتمدة على النشر الإلكتروني وذلك لسبب بسيط للتمكن من إعداد وتوجيه الرسالة للجماهير في أسرع وقت ممكن مما كان يتطلبه الإعلام التقليدي.

¹ - جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة، تونس، 2003، ص22.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

-المبحث الثاني: دور الاتجاهات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة .

المطلب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي اتجاه حديث للعلاقات العامة:

وهناك تطور كبير فيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في مجال العلاقات العامة، حيث تسعى العديد من المؤسسات المتخصصة في مجال العلاقات العامة إلى تسليط الضوء على هذا التوظيف المتزايد والنشط، فبالإضافة إلى المواقع الإلكترونية والاتصال عبر البريد الإلكتروني، نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك ولينكد إن وغيرها من الشبكات، تتضمن صفحات تم إنشائها وإدارتها بواسطة مؤسسات تعمل في مجال العلاقات العامة مثل: مؤسسة العلاقات العامة (IPR) ومؤسسة العلاقات العامة الدولية (IPRA) ومجتمع العلاقات العامة الأمريكي (PRSA) وشركات مجلس مجلس العلاقات العامة (IABC)، وأشار كل من "وونج ويانج Wang&Yang" أن كل من المؤسسات الربحية وغير الربحية تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تأسيس وإقامة العلاقات مع جماهيرها، ومن خلال قيامهم بتحليل مضمون ما يزيد عن 6000 تغريده توصلوا إلى وجود علاقات كبيرة بين تفاعل المتابعين على توتير وبين المؤسسة.¹

إن وسائل الإعلام الرقمية قد أدت إلى تغيرات دراماتيكية متنوعة في ممارسات العلاقات العامة، وتشير النتائج التي تم التوصل إليها حول تطور استخدام العلاقات العامة للشبكات الاجتماعية خلال السنوات الأثني عشر التي خضعت للدراسة²

إن التغيرات الحاصلة نتيجة لظهور هذه الوسائل والتقنيات واستخدامها قد أثرت على نطاق واسع في استراتيجيات الاتصال الجماهيري حيث قدمت لمستخدميها طرق دينامية متنوعة للتواصل مع الجماهير داخليًا وخارجيًا.

ومن خلال استبيان أجراه مركز Pewresearch للأبحاث شارك فيه 1520 أمريكي وجدوا أن الفيسبوك هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي شعبية في أمريكا، وتوصلت النتائج إلى أن 89%.

¹-حنان سليم، العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي، مكتبة الشقيري، الرياض(السعودية)، 2019، ص 65.

²-المرجع نفسه، ص 65.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

من الأمريكيين يستخدمون الفيسبوك بشكل مضاعف عن استخدامهم لتويتر، يليه انستجرام، ثم لينكد إن.

لكن على أية حال فإن استخدام الفيسبوك في تزايد من قبل مستخدمي الإنترنت على اختلاف أعمارهم، إذ على سبيل المثال يشير تقرير مركز Pew research إلى أن استخدام الفيسبوك من قبل الأفراد الأمريكيين في تزايد مستمر لدى جميع الفئات العمرية، إلا أن استخدام تويتر أكثر شعبية بين فئة الشباب الأمريكي من مستويات تعليمية عالية، وقد أثرت الوسائل التكنولوجية الجديدة في الطريقة التي تتصل بها المؤسسات مع الآخرين، وأساليب تواصل المؤسسات مع جمهورها في الداخل والخارج¹.

-المطلب الثاني: اعتماد العلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي.

تعتبر العلاقات مع وسائل الإعلام العنصر الأكثر وضوحًا في العلاقات العامة، لذا فهي تشكل أسلوبًا تكتيكيًا قادرًا على التأثير على آراء الآخرين، وتغيير سلوكهم وخلق قنوات وفرص جديدة، ولذلك يحرص ممارسي العلاقات العامة على بناء علاقات مع الصحفيين بهدف نشر أهداف وأنشطة مؤسساتهم، ومع تزايد إدراك أصحاب العلامات التجارية لما يمثله الإعلام الاجتماعي من فرص للشركة وتهديدات على سمعتها في نفس الوقت، فإن مسؤولية المختصين بالعلاقات العامة في إدارة العلاقة بين الشركة والعملاء ستجعلهم أقدر الناس على إدارة الفضاء الاجتماعي للشركة عن طريق تقديم الاستشارات القيمة من خلال آليات التواصل، وتحقيق النتائج التي ستؤثر فيما يطلبه العملاء، إن العلاقات العامة في ممارستها لأنشطتها تحتاج إلى وسيلة إلكترونية لنشر المعلومات والتعرف على جمهورها، واكتشاف منافسيها، والتواصل مع عملائها وسوف تشمل هذه الوسائل على البريد الإلكتروني وصفحات الويب، ومواقع التواصل الاجتماعي، والصور الرقمية والرموز والبرامج والوسائل الأخرى اللازمة لإقامة العلاقة مع أصحاب المصلحة.

¹-حنان سليم، مرجع سبق ذكره، ص 66.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

وتوفر مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الفرص لممارسين العلاقات العامة للتواصل لبناء العلاقات مع الآخرين ولتنفيذ البرامج والحملات الإعلامية الرقمية، حيث تخلق وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً بيئة لتشكيل المجتمعات وتفاعل الأفراد حول مؤسسات محددة والتي بدورها توفر مواقف لبناء العلاقات مع العامة والحفاظ عليها، وخاصة مع هؤلاء الذين يتبنون هذه الأدوات الرقمية المتكاملة في حياتهم اليومية، وتشجع التفاعلية العلامات التجارية الكبرى للتعلم من خلال استيعاب أفضل للمعلومات، ويمكن أن تساعد الشركات على صياغة روابط عقلية وعاطفية مع مستخدمي العلامات التجارية التابعين لهم.

وتصنف شبكات التواصل الاجتماعية بوصفها ظاهرة عالمية تنتشر حول العالم وتصبح إحدى الأدوات المهمة للتسويق، حيث تزود شبكات التواصل الاجتماعي الشركات بالأدوات لتحديد الشركات وفقاً للصفحة الشخصية للمستخدمين والمجتمعات التي يتواصلون من خلالها. وتشهد العلاقات العامة الآن تطوراً ملموساً في طبيعة أدوارها وقدرتها على تحقيق أهدافها، ولكن يوجد سؤال واحد كثيراً ما يتم طرحه وهو: هل لازالت نظريات العلاقات العامة التقليدية صالحة للتطبيق؟ وتوجد نظرية هامة وتعد من النظريات الأساسية في العلاقات العامة، وهي نظرية الأدوار أو Role Theory والتي تصنف الأدوار التي يقوم بها ممارسو العلاقات العامة كأحد دورين رئيسيين هما: مدير العلاقات العامة وفتي اتصال، وتكون مسؤوليات مدير العلاقات العامة عادة الإدارة والاستشارية وصناعة القرارات الاتصالية، وتقييم نتائج البرامج والتخطيط لبرامج العلاقات العامة، أما الدور الثاني وهو فتى الاتصال، فتتمثل مهامه في مهام القائم جمهور بحيث تم تعريفه بأنه منشئ الرسائل وموزعها، كما أن بعض المهام المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي أشار العديد من الباحثين بضرورة تقديم دور جديد يعكس المهام الإلكترونية المتطورة لممارسي العلاقات العامة في الفضاء الرقمي، بوضع قائمة من المهام تختص بمجال الشبكات الاجتماعية والتي ينبغي أن يعكسها الدور الذي يمارس في العلاقات العامة اليوم.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

أما "نيل ومودي Neill & Moody" فقد أضافا تسعة أدوار ومسؤوليات لمدير العلاقات العامة عبر الشبكات الاجتماعية تتضمن التالي: صانع قرارات، متعاون داخلي، مختبر تكنولوجيا، منظم اتصالات، مدير مشكلات وأزمات، محلل علاقات، خبير شبكات، حافظ نظام، ومسؤول توظيف. وعبر شبكات التواصل الاجتماعي هناك دور جديد للعلاقات العامة تستطيع القيام به في ممارسة نشاطها من خلال الإعلام الرقمي، وأوضحت إحدى الدراسات أن هناك خمسة من هذه الأدوار الجديدة كانت ترتبط بالدور التقليدي لمدير العلاقات العامة، ولكن فقط ثلاثة منها ارتبطت مع دور فني الاتصالات وهي (تقني شبكات تواصل اجتماعي، صانع قرارات، ومدير العلاقات العامة)، كما أن أولويات وتفضيلات الممارسين يمكن أن تلعب دوراً مهماً في ممارسة المسؤوليات التقنية على شبكات التواصل الاجتماعي¹.

والجدير بالملاحظة أن دور تقني شبكات التواصل الاجتماعي من ممارسي العلاقات العامة يتضمن القيام بالعديد من المهام وليس فقط كتابة المحتوى ونشره على هذه القنوات والوسائل، كذلك العناصر المتعلقة بالتخطيط، واختيار أدوات ووسائل التواصل الاجتماعي، وهذا يشير إلى أن أولئك الذين يؤدون هذه المهام على شبكات التواصل الاجتماعي لا ينفصل دورهم عن دور صناعة القرار. إن ممارسي العلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي يقومون بثلاثة أدوار رئيسة وهي (تقني شبكات تواصل اجتماعي، صانع قرارات، ومدير إدارة عامة) بينما ترتبط الكثير من مهام هذه الأدوار الثلاثة مع المهام التقليدية التقنية مثل الكتابة وإعادة الصياغة، كذلك ارتبطت بعض المهام الإدارية بهذا النطاق مثل فحص البيئة المستهدفة داخل وخارج المؤسسة، واقتراح أية أدوات تكنولوجية يمكن توظيفها واستخدامها.

إن الخبرة المهنية ترتبط بأدوار إدارة الحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي، ولها ظهور وانعكاس حقيقي في الحياة الواقعية، وهذه الحقيقة قد تقوم بإتاحة الفرص أمام الممارسين أن يعملوا في

¹ - يسين خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة أمم نازلة، ط01، دار البداية ناشرون ومزعون، الأردن، 2015، ص ص 235-236.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

أدوار إدارية وتطوير مهارات التفكير الاستراتيجي لديهم في وقت مبكر من حياتهم المهنية والوظيفية. على أية حال، إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان قد يؤدي إلى وجود عواقب معينة تواجه المنظمات في الواقع، ولذا فإن ترك هذه المهام.

الإدارية الحساسة ليقوم بها ممارسون ذوي خبرة قليلة أو معدومي الخبرة قد يكون غير صائبًا. إن مهنة ممارسي العلاقات العامة تخوض عملية تطور نتيجة للتطورات الحاصلة في التكنولوجيا مثل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وانتشار استخدامها، وأحد أجدد هذه التطورات هو ظهور دور العلاقات العامة الداخلية على وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك هناك العديد من الأدوار والمسؤوليات الجديدة التي من الممكن أن تنشأ وتتطور نتيجة لتطور ميدان العلاقات العامة والتي بطبيعة الحال هي نتيجة لتطور التكنولوجيات الجديدة، ومن المفيد أن نعرف كيف تمكنت وسائل التواصل الاجتماعي من إتاحة الفرصة لممارسي العلاقات العامة وأقسامها للحصول على قوة وتأثير أكبر على كل الأصعدة في المؤسسات والمنظمات.

وتلعب وسائل الإعلام الاجتماعية دورًا مهمًا في العلاقات العامة، ويمكن أن تكون بمثابة وسيلة للاتصال الاستراتيجي، وكمنصة لإجراء حملات الاتصالات العامة.

على النقيض من الاتصال ذو الاتجاه الواحد من وسائل الإعلام التقليدية، فالاتصالات في وسائل الإعلام الاجتماعية ليست فقط تفاعلية، ولكن أيضا التشاركية، والتعاونية، والشخصية، وقد يكون ذلك في وقت واحد مما يسمح للمنظمات بإشراك الجمهور في محادثات مستمرة، وسلوكيات داعمة، وعلاقات ذات مغزى.

ويمكن للدراسات المستقبلية توسيع حدود الموضوعات البحثية في هذا المجال من خلال مزيج من مختلف التخصصات. على سبيل المثال، يمكن للباحثين مقارنة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية للعلاقات العامة لمختلف المنظمات في مختلف البلدان أو السياقات الثقافية، والتي يمكن أن تكون متكاملة مع ثقافة الاتصالات، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للباحثين في المستقبل دراسة تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية في العلاقات العامة من خلال منظور آثار وسائل الإعلام مثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

المطلب الثالث :استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة

حددت الدراسات الحديثة العديد من الأدوار الاستراتيجية لإدارة الوسائل الاجتماعية من قبل العلاقات العامة, والتي قد تتلائم بشكل أفضل مع ممارسي العلاقات العامة, وهي عدة أدوار رئيسة هي:

1. صانع سياسة المنظمة.
 2. التعاون الداخلي مع العاملين بالمنظمة.
 3. صانع التقنيات والبرمجيات المستخدمة في التواصل.
 4. الفريق التقني والمنظم للاتصالات.
 5. تحديد الموضوعات والقضايا التي سيتم التركيز عليها.
 6. تحليل العلاقات الداخلية والخارجية.¹
 7. التواصل مع الجمهور المستهدف ويُصنف ممارسي العلاقات العامة على أساس الدور الذي يمارسونه, وقد تطورت نظرية الدور في العلاقات العامة تحت مظلة نظرية التميز, والافتراض الأساسي لتلك النظرية هو أن المنظمات ينبغي لها تحقيق الترابط مع جمهورها, فضلاً عن ضرورة تحقيق التوازن بين مصالح المنظمة وعامة الجمهور.
- ومن خلال وسائل الإعلام الاجتماعي تستطيع المنظمات التعرف على الجمهور ومعرفة ردود أفعاله, من خلال التعرف على ملفات الجمهور وكذلك معرفة مشاعرهم سواء كانت إيجابية أو سلبية, بالإضافة إلى ذلك يمكن لممارسي العلاقات العامة فحص مدى رضا الجمهور, ومدى مصداقية المنظمة تجاه جمهورها, بالمقارنة مع المنظمات المنافسة لها. وفي ذات الوقت فان المستهلكين أكثر تمكيناً من المشاركة بآرائهم على نطاق واسع من خلال قنوات التواصل الاجتماعي.
- وقد وجد كل من "نيل ومودي Neill&Moody" أن تطور وسائل الإعلام الاجتماعي قد زادت من قوة ممارسي العلاقات العامة, وأن العلاقات العامة استطاعت إدارة وسائل الإعلام الاجتماعية والوصول إلى جمهورها.

¹-حنان سليم، مرجع سبق ذكره ، ص 65.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

وحاولت بعض الدراسات التعرف على كيفية استخدام الأفراد والمنظمات لوسائل الإعلام الاجتماعي، وتقييم تصورات المستخدمين ومواقفهم تجاه المنظمات¹.

ويمكن أن تؤدي المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى تشكيل وتطوير العلاقات مع المنظمة من خلال الانضمام إلى المحادثات، مثال لذلك التعليق على الخدمات وتقديم الاشتراكات.

ووفقاً لنظرية الحوار فقد حدد من خلالها كل من " كنت تايلور ووايت ، Kent Taylor & White " خمسة مبادئ حوارية يمكن أن توجه المنظمات إليها لإقامة علاقات ثنائية الاتجاه وعلاقات للحوار مع الجمهور، وتحتوي هذه المبادئ على " حلقات الحوار، سهولة الواجهة، الحفاظ على الزائرين، تدعيم العلاقات، تقديم المعلومات الكافية للجمهور. وقد اختبرت مجموعة من الدراسات كيفية بناء العلاقات العامة داخل المنظمات وتدعيم التواصل المستمر مع الجمهور من خلال المدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك كما أشار إلى ذلك كل من " سوينزرولاريس Sweetser&Lariscy².

¹ - حنان سليم، مرجع سبق ذكره، ص73.

² - المرجع نفسه، ص 74.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

- المبحث الثالث : الاتجاهات الحديثة للعلاقات العامة وعلاقتها بالأداء المؤسسي.

-المطلب الأول : مفهوم الأداء المؤسسي:

لقد تعددت تعاريف الأداء وأهمها ما يلي:

يعرفه (p.druker) :على أنه قدرة المؤسسة على الاستمرارية والبقاء محققة التوازن بين رضا المساهمين والعمال¹.

يعرف أيضا بأنه " هو انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المادية والبشرية، واستغلالها بكفاءة وفعالية بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها².

وحسب بترسون (peterson) الأداء المؤسسي بأنه قدرة المنظمة على استخدام مواردها بكفاءة وإنتاج مخرجات متناعمة مع أهدافها ومناسبة لمستخدميها³.
يتمثل في قدرة المؤسسة على تحقيق النتائج التي تتطابق مع الخطط والأهداف المرسومة والاستغلال الأمثل للموارد الموضوعة تحت تصرفها إذ الأداء هو الكفاءة والفاعلية معا.

-المطلب الثاني :العلاقة بين الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة وأداء المؤسسة

تتمثل الغاية السامية التي تسعى إليها كل منظمة في الارتقاء بالأداء العام، فتحقيق هذا يؤدي بالمؤسسة حتما إلى التميز، إذ يتم ذلك من خلال العمل على تحقيق الفعالية والفاعلية معا، لأن الأداء المتميز يشترط تحقيق هاتين الركيزتين في نفس الوقت، فالفاعلية تعني استعمال المورد دون هدر أو تبذير، والفاعلية تعني إنجاز ما ينبغي إنجازه بنجاح ومثابرة، وهاتان الفتان شرطان ضروريان للمؤسسات الناجحة كما يقول (peterdrucker1996)بالفعالية ننجز الأشياء بطريقة جيدة وبالفاعلية ننجز أشياء جديدة.⁴

¹ - الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث، العدد07، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 218.

²-فلاح الحسيني، الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2000، ص 213.

³-وصيفي الكساسبة، تحسين فاعلية الأداء المؤسسي، ط1، دار البارودي للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، ص77، 2011.

⁴ - عادل أحمد زايد، الأداء التنظيمي المتميز(الطريق إلى منظمة المستقبل)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003، ص 51.

الفصل الثالث الاتجاهات الحديثة (التكنولوجيا الرقمية) في العلاقات العامة

إن المتغيرات المتسارعة والتطورات التكنولوجية الرقمية المتزايدة تجعل المؤسسات اليوم في صراع دائم، ويصبح بلوغ مستوى عادي من الأداء غير كافي لوحده لمواجهة أعاصير التغيير والمنافسة القوية وتلبية متطلبات الزبائن المتزايدة، فلا يمكن لأية مؤسسة الاعتماد على الأساليب والإستراتيجيات التقليدية السابقة لعصر (الثورة التكنولوجية الرقمية) حتى تضمن بقائها، بل عليها أن تتميز في كل شيء، بحيث صار البحث عن التميز الهدف الأسمى لكل مؤسسة ناجحة، فالتميز ليس شعار، بل هو نظام متكامل يضم كل فعاليات الإدارة وتقنياتها بهدف رفع مستوى الأداء إلى درجات عالية مما يمكنها من التفوق على المنافسين، والتميز لا يأتي بمحض الصدفة، بل من خلال تنظيم وتكثيف جهود مختلف العاملين وفي كل المستويات .

كما أن بلوغ مستوى معين من التميز لا يكفي ، بل الأهم هو الاحتفاظ بهذا المستوى وتنميته باستمرار، فالتميز الحقيقي ينتج عن تفاهم واقتناع القيادة الإدارية من جهة وتجاوب العاملين معها من جهة أخرى للعمل معا من أجل تحقيق أهداف مشتركة للوصول إلى الغايات المنشودة.

فالعلاقة بين تكنولوجيات الرقمية والاتصال وأداء المنشأة من المسائل المعقدة يجب التعامل معها بحذر شديد، حيث تعتبر هذه المشكلة من المسائل المحورية، كما أن مسالة العلاقة بين القرارات والأداء تعتبر أيضا من الأمور المعقدة على الصعيد المنهجي حيث من الصعب قياس أثر القرارات على الأداء، ويرجع ذلك أساسا إلى اعتبار الأداء كمحصلة لعدد كبير من القرارات المتخذة والتي تختلف في طبيعتها وفي درجة أهميتها، ولهذا يمكن النظر لهذه العلاقة من أربعة زوايا: الأداء الوظيفي، الأداء الاقتصادي، (الإنتاجية والتحكم في التكاليف)، الأداء التنظيمي (التنسيق، وتقاسم المعلومات)، والأداء الديناميكي (الكفاءات والقدرات الإبتكارية، والتجديدية والتوقعات للمؤسسات)

خلاصة الفصل الثالث :

تعرضنا في هذا الفصل إلى الاتجاهات الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة والمتمثلة في التكنولوجيا الرقمية المنبثقة عن شبكة الانترنت فعرجنا على الخدمة التي تقدمها المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي لأنشطة وبرامج وعمل العلاقات العامة وعلاقتها بالأداء المؤسسي، وفي الفصل الرابع والذي هو الجانب الميداني للدراسة.

الفصل الرابع : الإطار الميداني [التطبيقي] للدراسة

تمهيد الفصل الرابع .

○ المبحث الأول: نبذة عن الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ

○ المبحث الثاني: عرض بيانات الدراسة وتحليلها .

○ المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الدراسة والدراسات السابقة ونتائج الدراسة

○ المبحث الرابع: الاستنتاجات العامة للدراسة.

خلاصة الفصل الرابع

تمهيد الفصل الرابع

يمثل الإطار التطبيقي (الميداني) في دراستنا هذه والمتعلقة بمدى تأثير الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة على تحقيق كفاءة الأداء المؤسسات بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية عرضا وتحليلا للبيانات التي تم توزيعها في أداة الاستبيان على مجتمع الدراسة الذي حصرناه كليا (الحصر الشامل) نظرا للتبريرات السابقة التي قدمنا لها في عنصر عينة الدراسة بحيث بلغ عدد هذا المجتمع ب:

30 مبحوث المتمثل ينفي الموظفين التابعين للمديرية عبر عدد من فروعها ببلديات الولاية من جنس الذكور والإناث فقسمنا 30 استمارة استبيان وتحصلنا على 20 استمارة بحيث تم إلغاء 10 استمارات لم يتم ملئها حيث تم عرضا إجابات المبحوثين باستعمال الذوات المعالجة الإحصائية المتمثلة في الجداول بسيطة وأخرى المركبة والتمثيل البياني الذي كان عبارة عن دوائر نسبية وقمنا بكل هذه الخطوات عن طريق التفريغ اليدوي، ثم التعليق عليها وتحليل نتائجها للوصول للإجابات جزئية عن التساؤلات الفرعية للدراسة ومنها الإجابة على التساؤل العام المعبر عنه في إشكالية الدراسة.

- المبحث الأول: نبذة عن الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ.

-المطلب الأول:تقديم الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ

شرعت الجزائر منذ سنة 1996 في انجاز وتمويل مجموعة من برامج الاستثمارات العامة، وفي إطار هذا البرنامج تم استحداث العديد من الأجهزة من بينها ما يعرف بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ، حيث كان لها دور بارز في إدماج فئة لأبأس بها من الشباب في عالم الشغل، وهذا عن طريق إعطائهم فرصة إنشاء مؤسسات مصغرة ، من خلال هذا المبحث سنتعرف عن جهاز الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب واهم الامتيازات التي يقدمه.

تم إنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996، وقد وضعت تحت سلطة رئيس الحكومة، ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة العملية لجميع نشاطات الوكالة⁽¹⁾، وهي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتسعى لتشجيع كل الصيغ المؤدية لإنعاش قطاع التشغيل الشبابي من خلال إنشاء مؤسسات مصغرة لإنتاج السلع والخدمات وكذا نشر الثقافة المقاولية لدى الشباب .

يتواجد 52 فرع تابعة للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب عبر كل ولايات الوطن تقوم

الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب بمجموعة من المهام تتمثل في⁽²⁾:

✓ تدعيم وتقديم الاستشارة وترافق الشباب ذوي المشاريع في إطار تطبيق مشاريعهم الاستثمارية.

1-الجريدة الرسمية، الصادرة في 08 سبتمبر 1996، العدد رقم 52، المواد 03 و04 منالمرسوم التنفيذي رقم 96-296 والمتعلقبانشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJوتحديد قانونها الأساسي المعدل والمتمم، رقم 52 المؤرخ في 1996/09/11.

2 - الجريدة الرسمية الصادرة في 08 سبتمبر 1996، العدد رقم 52، المادة 4 منالمرسوم التنفيذي رقم 96-296 والمتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ وتحديد قانونها الأساسي المعدل والمتمم، رقم 52 المؤرخفي 1996/09/11.

- ✓ تبليغ الشباب ذوي المشاريع المرشحين للاستفادة من قروض البنوك والمؤسسات المالية بمختلف الإعلانات التي يمنحها الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب وبالامتيازات الأخرى التي يحصلون عليها.
 - ✓ تقوم بمتابعة الاستثمارات التي ينجزها الشباب ذوي المشاريع مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم الوكالة ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بإنجاز الاستثمارات.
 - ✓ عقد اتفاقيات إطار مع العديد من المؤسسات والوزارات قصد إيجاد سوق للمستثمرين الشباب وبالتالي ضمان استمرارية المؤسسة.
 - ✓ إعداد بطاقة جغرافية للمهن، وفق طبيعة كل منطقة بالإضافة معرفة احتياجات كل منطقة ورفعها للمديرية العامة والهيئات العليا قصد إيجاد مشاريع تتلاءم واحتياجات المنطقة.
- ومن الأهداف الأساسية لهذا الجهاز⁽¹⁾:

- ✓ تشجيع خلق النشاطات لفائدة الشباب أصحاب المبادرات.
 - ✓ تشجيع كل الأشكال والإجراءات الرامية إلى ترقية تشغيل الشباب قصد تحسي أوضاعهم الاجتماعية.
 - ✓ التقليل من نسبة البطالة عن طريق الاستثمار الواسع.
 - ✓ خلق الثروة وتحسين المستوى المعيشي للأفراد.
- وتلعب الوكالة دورا توجيهيا وإعلاميا كبيرا بفضل شبكتها عبر كامل ولايات الوطن وذلك من خلال:

- ✓ حملات إعلامية وتحسيسية متواصلة خاصة مع الجامعات ومراكز التكوين المهني وذلك من خلال دور المقاولاتية بجميع جامعات الوطن ودار المرافقة الخاصة بالتكوين المهني.
- ✓ أسلوب المرافقة الفردية الذي تتبع مع كل شاب مبادر عبر جميع مراحل إنشاء المشروع.

¹ - مجموعة النصوص التشريعية والتنظيمية لجهاز دعم تشغيل الشباب [ANSEJ]، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الجزائر، 2004، صص 29-30.

✓ الجهود التي تلعبها الوكالة لمعرفة إمكانيات واحتياجات كل منطقة في التراب الوطني، وتقديمها للشباب بغية الاستثمار فيها .

✓ تشجيع كل أشكال التدابير الأخرى الرامية إلى ترقية تشغيل الشباب، لاسيما من برامج التكوين والتشغيل والتوظيف الأولي.

-المحور الأول: عرض وتحليل الجداول والبيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة: الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص العلمي، الوظيفة في المؤسسة، الخبرة المهنية.:

1- حسب متغير الجنس:

جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
65%	13	ذكر
35%	07	أنثى
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم(01): التكرار والنسب المئوية الخاص بمتغير الجنس والتي كان 20 مفردة

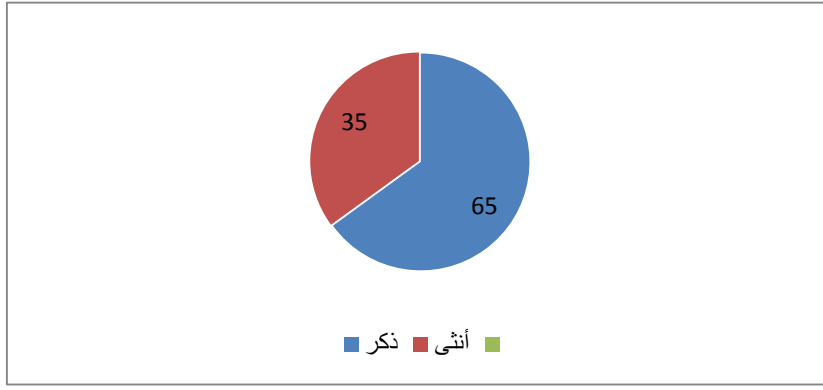
بنسبة 100% .

هذا يدل على أن أفراد مجتمع الدراسة من جنس الذكور يمثلون نسبة 65 % وهم الغالبية

وجنس الإناث يمثلون 35 % أي يأتون في الدرجة الثانية، وعليه نلاحظ أن كلا الجنسين متواجدين

في وكالة **ANSEJ** بولاية غرداية وبالتالي فإن لكلا الجنسين نفس المهام تقريبا، هذا ما يبين أن

فرص العمل متاحة لطرفين، كما أن مهام العلاقات العامة تقوم بها المرأة مثل ما يقوم بها الرجل.



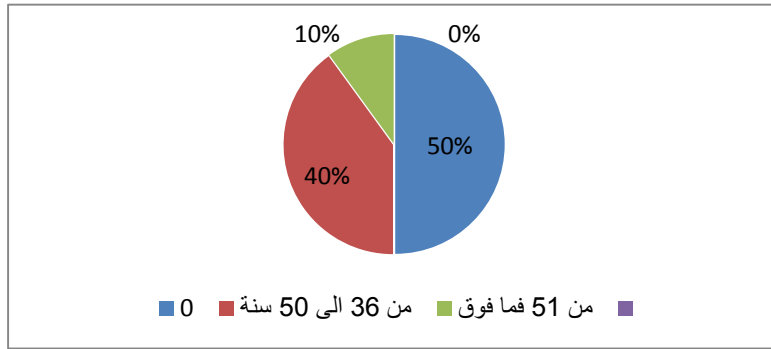
- دائرة نسبية رقم(1): تمثل توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس.

- حسب متغير السن:

الجدول رقم (02): يوضح أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرار	السن
50%	10	من 20 الى 35 سنة
40%	08	من 36 الى 50 سنة
10%	02	من 51 فما فوق
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم(02): أن عدد أفراد مجتمع الدراسة الذين أجابوا على عبارات الاستمارة وسنهم يتراوح بين 20 إلى 35 سنة أي بنسبة (50%) هذا دليل على أن الوكالة تهتم بفترة الشباب من اجل الاستفادة من خبراتهم ومعرفتهم خاصة في المجال التكنولوجي، ومن سنهم يتراوح من 36 إلى 50 سنة أي بنسبة (40%) هذا دليل على أن مهمة العلاقات العامة بالوكالة تتطلب أفراد ذو خبرة في هذا المجال، ومن سنهم من 51 فما فوق سنة أي بنسبة (10%) ويمثل تكليف هذه الفئة في الوكالة بمهمة العلاقات العامة نظرا لخبرتهم الواسعة في مجال التواصل مع الآخرين.



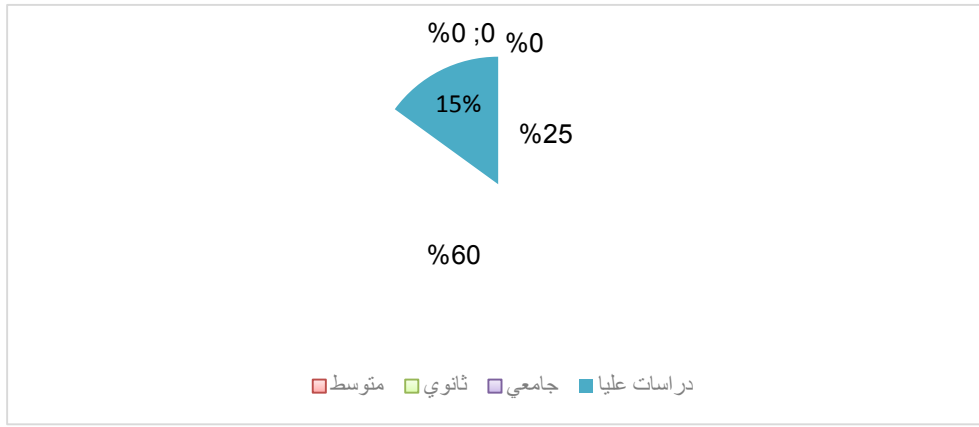
- دائرة نسبية رقم(2): تبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن

- حسب متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03) : يوضح أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبةئوية	التكرار	المستوى التعليمي
00%	00	متوسط
25%	05	ثانوي
60%	12	جامعي
15%	03	دراسات عليا
100%	20	المجموع

يوضح الجدول رقم (03): الخاص بالمستوى التعليمي أن عدد أفراد مجتمع الدراسة الذين أجابوا على الاستبيان ممن يملكون مستوى التعليم المتوسط أي بنسبة (00%)، والذين يملكون مستوى التعليم الثانوي أي بنسبة (25%)، والذين يملكون مستوى تعليم جامعي أي بنسبة (60%)، والذين يملكون مستوى تعليم دراسات عليا أي بنسبة (15%)، وهذا الجدول يؤكد أن الغالبية من أفراد مجتمع البحث ذو مستوى جامعي هذا ما يبين على سياسة عمل الإدارات وخاصة في مجال العلاقات العامة، هذا ما يتطلب أصحاب ذو مستوى علمي عالي.



-دائرة نسبية رقم(3): تبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

4- حسب متغير التخصص العلمي:

الجدول رقم (04): يوضح أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير التخصص العلمي:

النسبة المئوية	التكرار	التخصص العلمي
30%	06	اقتصاد
5%	01	علاقات عامة
25%	05	إعلام ألي
15%	03	علم الاجتماع
25%	05	تخصصات أخرى
100%	20	المجموع

يتضح لنا من الجدول (04): أعلاه أن نسبة تخصص الاقتصاد من أفراد مجتمع الدراسة

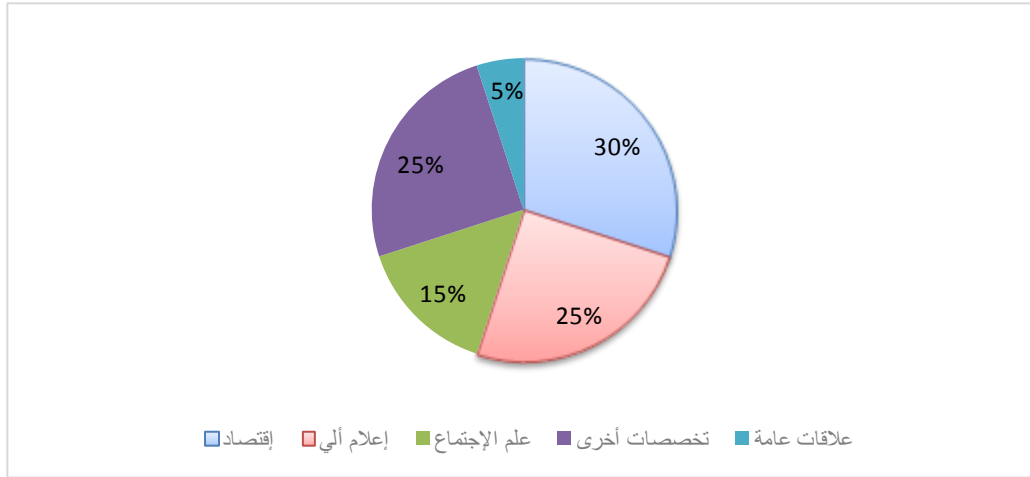
هي أعلي نسبة التخصص العلمي لأفراد مجتمع البحث وقدرت ب:بنسبة (30%)، ثم تليها فئة

تخصص إعلام ألي وتخصصات أخرى بنسبة (25%)، ثم تليها فئة علم الاجتماع بنسبة (15%)،

تم أخيرا فئة تخصص العلاقات العامة بنسبة (05%)، هذا ما بين إن جهاز العلاقات العامة كجهاز

بمختصين وليس كأداء (لان العلاقات العامة قد يؤديها أي موظف له مستوى علمي) في بعض

المؤسسات والإدارات مازال في طور الاهتمام.



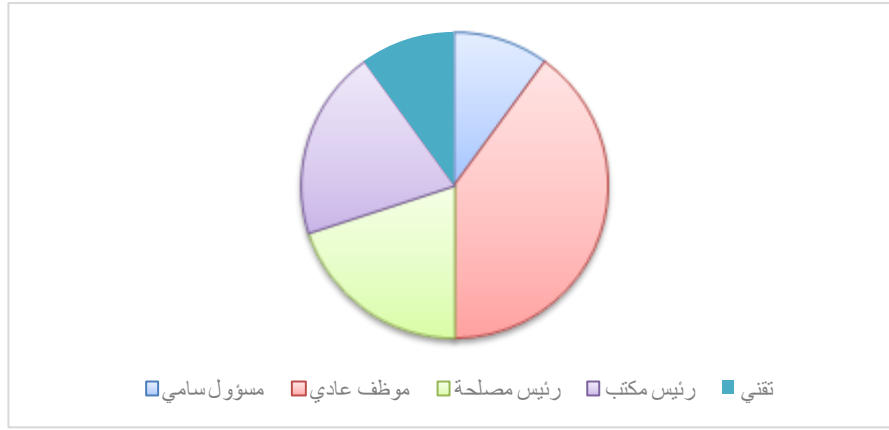
– دائرة نسبية رقم(4): تبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير التخصص العلمي

5- حسب متغير الوظيفة في المؤسسة

جدول رقم(05): يوضح أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الوظيفة في المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
10%	02	مسؤول سامي
20%	04	رئيس مصلحة
35%	07	موظف عادي
10%	02	رئيس مكتب
25%	05	تقني
100%	20	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه رقم (05): أن فئة الموظف العادي من أفراد مجتمع الدراسة بلغت نسبة (35 %) ثم تليها في المرتبة الثانية فئة تقني بنسبة (25 %) لكليهما، ثم تليها فئة رئيس المصلحة بنسبة (20 %)، ثم تليها فئة مسؤول سامي ورئيس مكتب بنسبة (10%) لكليهما خلال تحليلنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة هي فئة الموظف العادي والتي تشكل نسبة كبيرة داخل هذه المؤسسة، ويوجد مسؤول العلاقات العامة ضمن فئة رئيس مكتب.



-دائرة نسبية رقم(05): تبين توزيع الباحثين حسب متغير الوظيفة في المؤسسة

6- حسب متغير الخبرة المهنية :

-الجدول رقم (06): يوضح توضيح أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	السكن
20%	04	من 01 إلى 05 سنوات
30%	06	من 06 إلى 10 سنوات
40%	08	من 11 إلى 15 سنة
05%	01	من 16 إلى 20 سنة
05%	01	أكثر من 20 سنة
100%	20	المجموع

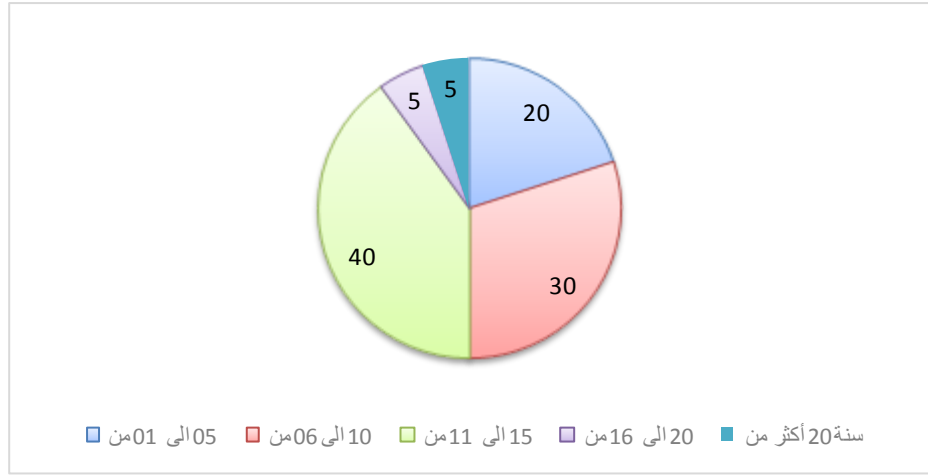
الجدول أعلاه رقم(06): توضح لنا أن الأفراد الباحثين لمجتمع الدراسة من 11 إلى

15 سنة تشكل أعلى نسبة بلغت 40% وجاءت فئة من 6 إلى 10 سنة وفي المرتبة الثانية بنسبة

30% وجاءت ثالثا فئة من 01 إلى 05 سنوات بنسبة 20%، أما فئتي من 16 إلى 20 سنة وفئة

20 سنة فما فوق جاءت بنسبة 05%، مسؤول العلاقات العامة يتدرج ضمن فئة 11 سنة إلى 15

سنة.



دائرة نسبية رقم (06): تبين توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الوظيفة في المؤسسة

-المحور الثاني: أهمية تواجد جهاز للعلاقات العامة في الوكالة الوطنية للدعم وتشغيل

الشباب ANSEJ

-الجدول رقم (07): يوضح نسبة تواجد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية للدعم

وتشغيل الشباب بولاية غرداية ANSEJ حسب رأي المبحوثين :

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
100%	20	نعم
00%	00	لا

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (07) أن كل أفراد مجتمع الدراسة في إجابتهم عن سؤال هل

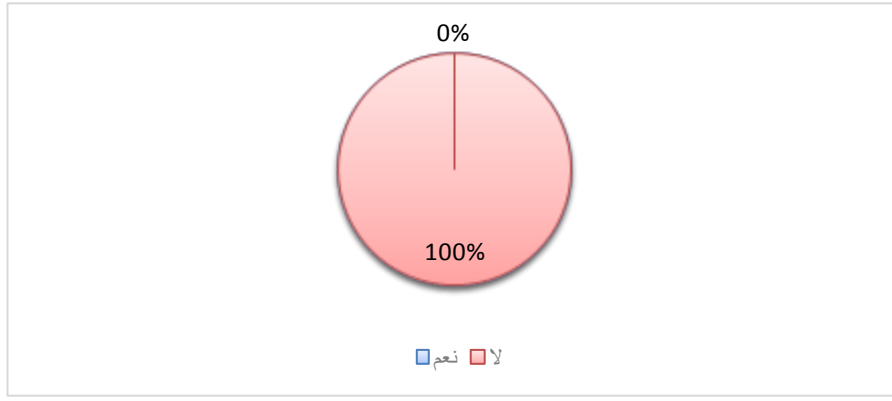
يوجد جهاز للعلاقات العامة بالوكالة الوطنية للدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية ANSEJ

: حيث كان تكرر بـ: بنسبة 100%، أما الإجابة بـ: (لا) فكانت نسبتها منعدمة بـ: 00%.

وهذا يرجع إلى اهتمام الوكالة الوطنية للدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية بالعلاقات العامة في

إدارتها وأعمالها المتعلقة بحكم طابع عملها الذي يهدف إلى استقطاب أكبر عدد من الزبائن وخاصة

الشباب منهم.



-دائرة نسبية رقم(07): تبين نسبة تواجد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم

وتشغيل الشباب بولاية غرداية ANSEJ :

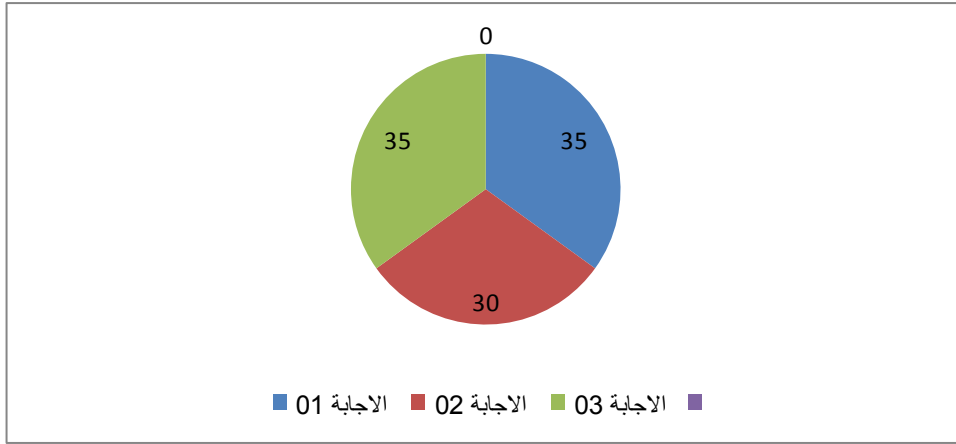
-الجدول رقم (08): مدى معرفة أفراد مجتمع الدراسة لمفهوم العلاقات العامة.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
%35	07	اتصال بين الادارة والموظفين والجمهور الخارجي
%30	06	جهاز يحسن صورة المؤسسة داخلي وخارجي
%35	07	جهاز لربط وتوثيق العلاقات وهو صورة للمؤسسة
%100	20	المجموع

الجدول رقم (08): يوضح نسبة أجوبة أفراد مجتمع الدراسة المبحوثين تقريبا متقاربة بنسبة الأجوبة

تراوحت ما بين 30 و 35% كانت إجاباتهم مرتبة على حسب اعلي نسبة كالآتي:

- ✓ اتصال بين الإدارة والموظفين والجمهور الخارجي
- ✓ جهاز يحسن صورة المؤسسة داخلي وخارجي
- ✓ جهاز يحسن صورة المؤسسة داخلي وخارجي
- ✓ هذا ما يبين أن جميع المبحوثين لهم معرفة كل حسب فهمه لوظيفة العلاقات العامة.



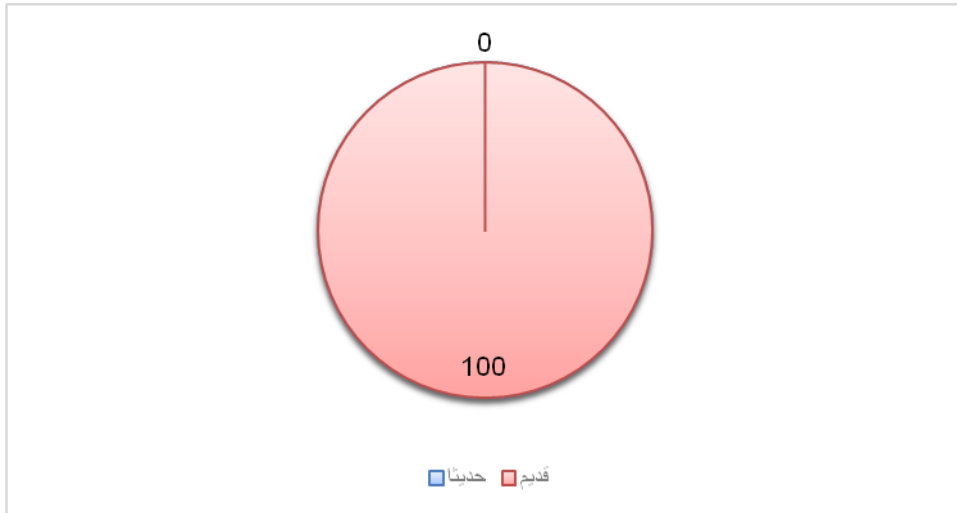
- دائرة نسبية رقم (08): تبين معرفة أفراد مجتمع الدراسة لمفهوم العلاقات العامة

- الجدول رقم (09): يوضح نشأة جهاز العلاقات العامة

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
% 100	20	حديثا
% 00	00	قديما
% 100	20	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (09): نلاحظ أن الأجوبة التي قدمها المبحوثين كلها كانت متوافقة وبتكرار 20 ونسبة 100 % حيث اتفق الجميع على حداثة جهاز العلاقات العامة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب - غرداية-

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن كل المبحوثين يعرفون هذا الجهاز وتاريخ نشأته بما أنهم موظفون داخل هذه الوكالة والعلاقة الوطيدة داخل المؤسسة بين الموظفين وجهاز العلاقات العامة.

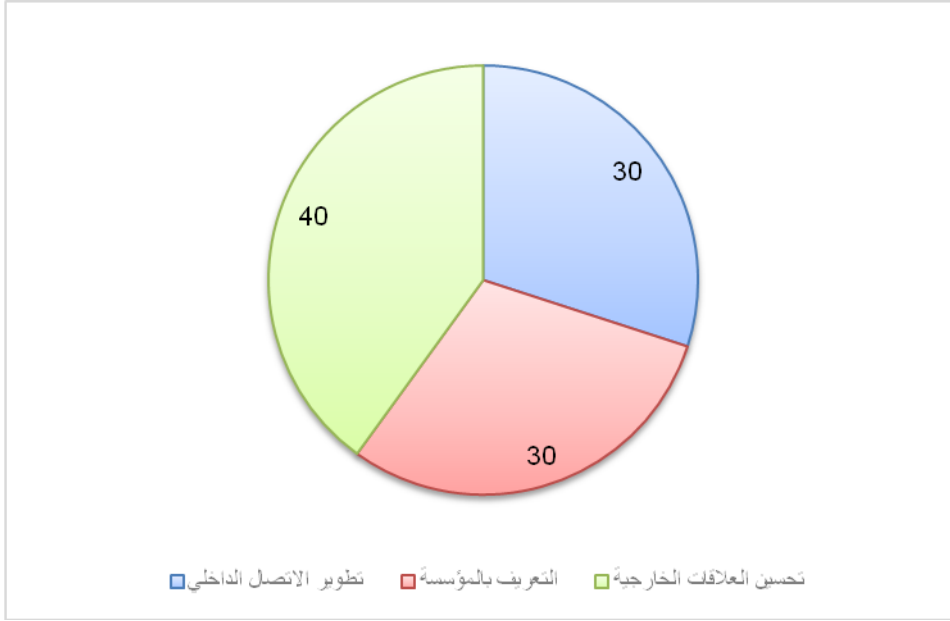


- دائرة نسبية رقم (09): تبين نشأة جهاز العلاقات العامة

- الجدول رقم (10): يوضح مهام جهاز العلاقات العامة في وكالة ANSEJ بولاية غرداية؟

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
30%	06	تطوير الاتصال الداخلي
30%	06	التعريف بالمؤسسة
40%	08	تحسين العلاقات الخارجية
100%	20	المجموع

نستنتج من خلال الجدول رقم (10): أن شكل أكبر نسبة ب: 40% كانت إجابتها احتمال تحسين العلاقات الخارجية أما الفئتين احتمالي التعريف بالمؤسسة واحتمال تطوير الاتصال الداخلي كانتا كليهما بنسبة 30%، 30%، فمن خلال الجدول نستنتج من إجابات المبحوثين أن العالقات العامة في الوكالة لها عدة مهام داخلية وخارجية.

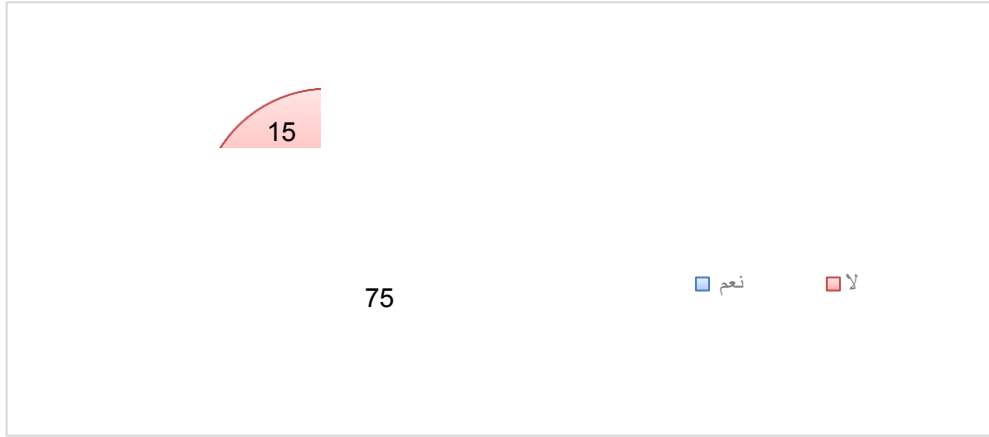


-دائرة نسبية رقم(10): تبين مهام جهاز العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية.

-الجدول رقم (11): يوضح مدى تلبية جهاز العلاقات العامة لاحتياجات الجماهير الداخلية والخارجية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
75 %	15	نعم
25 %	05	لا
100 %	20	لمجموع

نستنتج من خلال الجدول رقم(11): ان النسبة المبحوثين الذين أجابو بالايجاب عن السؤال المطروح حول تلبية العلاقات العامة لاحتياجات الجماهير الداخلية والخارجية كان بنسبة 75%، اما المبحوثين الذين أجابو بلا فكان بنسبة 25 %، تدل نتائج الجدول ان جهاز العلاقات العامة بشكل خاص وإدارة الوكالة بشكل عام تعمل على تلبية طلبات جمهورها الداخلي والخارجي.

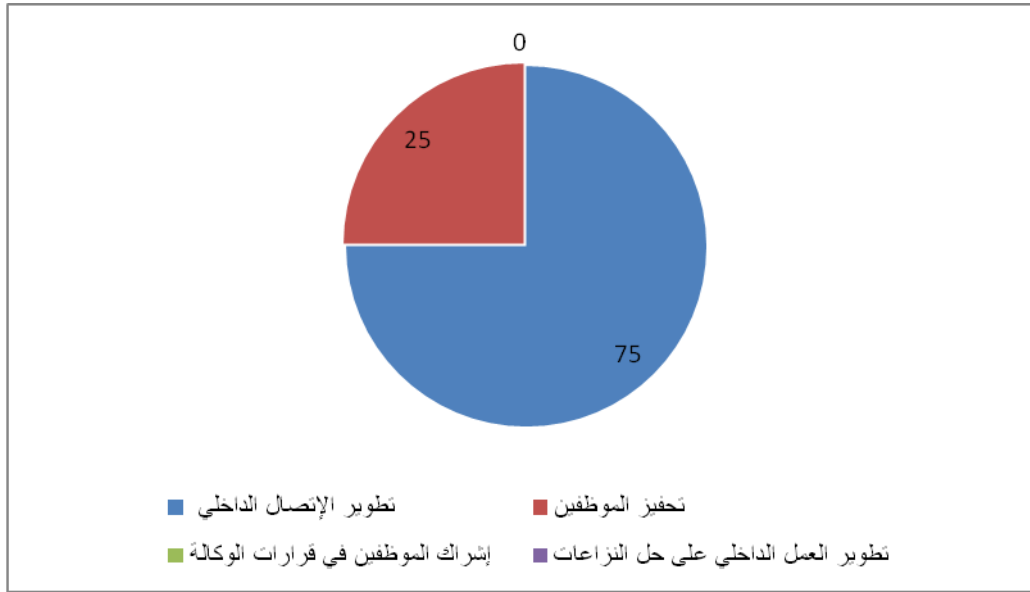


- دائرة نسبية رقم (11): مدى تلبية جهاز العلاقات العامة لاحتياجات الجماهير الداخلية والخارجية.

- الجدول رقم (12): يوضح مساهمة جهاز العلاقات العامة في تحسين علاقات الاتصال داخل الوكالة

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
75%	15	تطوير الاتصال الداخلي
25%	05	تحفيز الموظفين
00%	00	إشراك الموظفين في قرارات الوكالة
00%	00	تطوير العمل الداخلي على حل النزاعات
100	20	المجموع

نستنتج من خلال الجدول رقم (12): أن نسبة المبحوثين أجابوا بنسبة 75% أن جهاز العلاقات العامة يساهم في تطوير الاتصال الداخلي في الوكالة، ونسبة 25% أنه يعمل على تحفيز الموظفين، أما احتمال إشراك الموظفين وحل النزاعات من خلال تطوير العمل الداخلي على حل النزاعات فكان هذين الاحتمالين الآخرين بنسبة 00 هذا ما يدل على أن جهاز العلاقات العامة هدفه تطوير الاتصال الداخلي والخارجي لتطوير أداء الوكالة أما الأمور الإدارية والنزاعات فهي من صلاحيات الإدارة العليا.

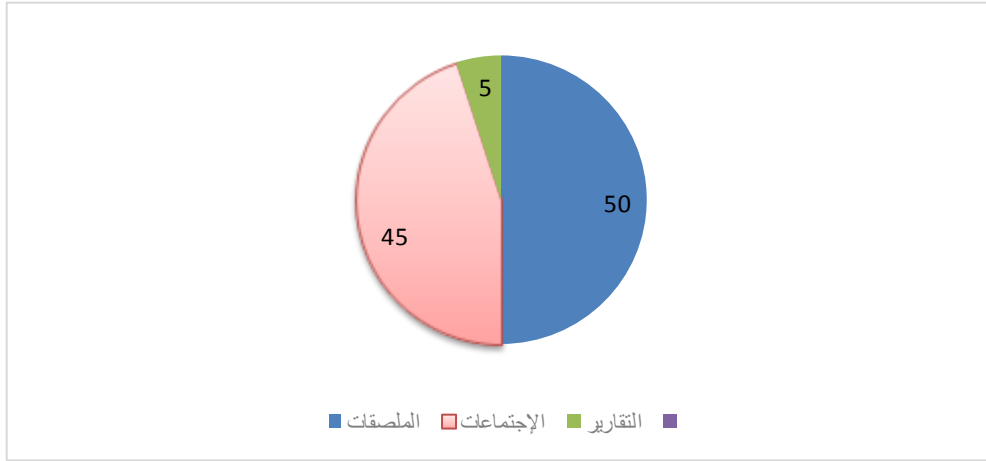


-دائرة نسبية رقم(12): يتبين مساهمة جهاز العلاقات العامة في تحسين علاقات الاتصال داخل الوكالة

-الجدول رقم (13):الوسائل التقليدية التي تستخدمها العلاقات العامة في الوكالة ANSEJ

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الملصقات	10	50%
الاجتماعات	09	45%
التقارير	01	05%

نستنتج من خلال الجدول رقم (13): أن أغلب الاحتمالات كانت تصب حول الملصقات بنسبة 50، ثم تليها وسيلة الاجتماعات بنسبة 45، ثم تليها التقارير بنسبة 05 كوسائل تقليدية تستعملها العلاقات العامة في الوكالة، هذا ما يبين أن الوسائل التقليدية مازالت تلعب دور هاماً في حل الإدارات الجزائرية فمنها وسائل متعلقة بالاتصال الداخلي ومنها ما هي متعلقة بالاتصال بالجمهور الخارجي.



-دائرة نسبية رقم(13): تبين الوسائل التقليدية التي تستخدمها العلاقات العامة في وكالة

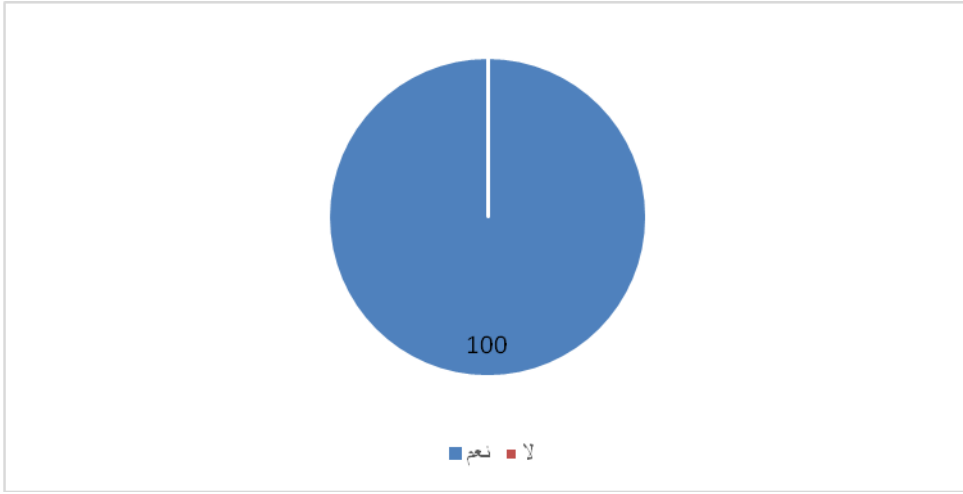
(ANSEJ) بولاية غرداية

المحور الثالث: اعتماد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية(ANSEJ) على الاتجاه الرقمي الحديث في عمله.

-الجدول رقم(14):يوضح مدى توفر المؤسسة وكالة (ANSEJ)بولاية غرداية على الوسائل الاتصالية الرقمية.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
100%	20	نعم
00%	00	لا
100%	20	المجموع

نستنتج من الجدول رقم (14): أن كل أفراد مجتمع الدراسة وبنسبة 100 % كان إجابتهم بنعم حول توفر الوكالة على وسائل الاتصال الرقمية ، هذا يرجع إلى السياسات المتخذة من طرف الدولة على عصرنه الإدارات، للاستفادة من الوسائل التكنولوجية الحديثة والرقمية وذلك لتطوير العمل في الإدارة ككل ودفع نشاط الاتصال العلاقات العامة لتقديم نتائج حسنة لما له من أهمية في جميع المؤسسات.

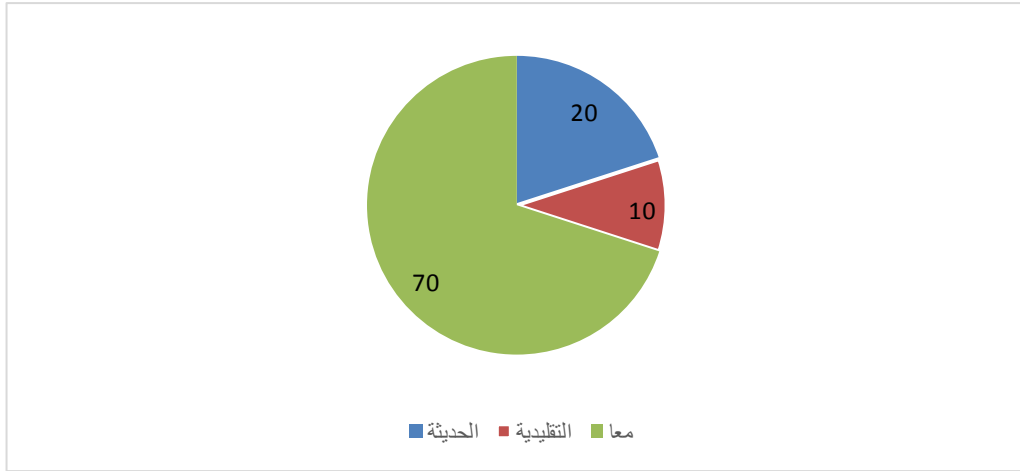


- دائرة نسبية رقم (14): تبين مدى توفر المؤسسة (وكالة ANSEJ بولاية غرداية) على الوسائل الاتصالية الرقمية.

- الجدول رقم (15): يوضح طبيعة وسائل الاتصال المعتمدة في عمل جهاز العلاقات العامة بوكالة (ANSEJ) بولاية غرداية.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
20%	04	الحديثة
10%	02	التقليدية
70%	14	معا
100	20	المجموع

نستنتج من خلال الجدول رقم (15): ان جهاز العلاقات العامة يستخدم الوسائل التقليدية والحديثة في آن واحد في عمله هذا من خلال نسبة 70 لهذا الاحتمال، ونسبة 20 لاحتمال استعمال الوسائل الحديثة، ونسبة 10 لاحتمال استخدام الوسائل التقليدية، هذا يوضح على أن جهاز العلاقات العامة يستخدم الوسائل التقليدية والحديثة على حسب طبيعة تحسين الأداء.



-دائرة نسبة رقم (15): يوضح طبيعة وسائل الاتصال المعتمدة في عمل جهاز

العلاقات العامة بوكالة (ANSEJ) بولاية غرداية..

-الجدول رقم (16) تقييم مستوى تطبيق جهاز العلاقات العامة بوكالة (ANSEJ) بولاية غرداية للتطبيقات الرقمية

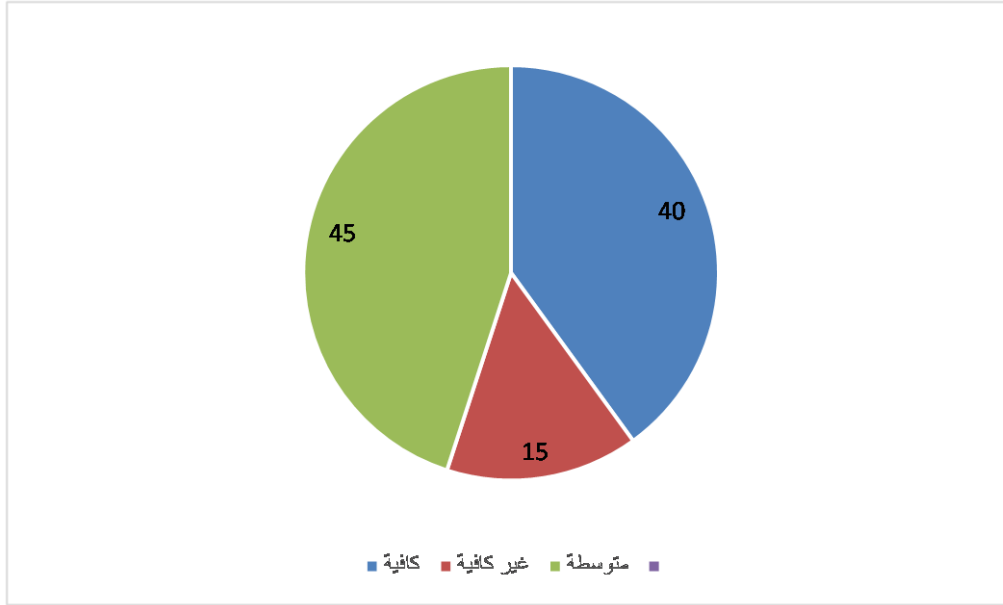
النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
40%	08	كافي
15%	03	غير كافي
45%	09	متوسط
100%	20	المجموع

نستخرج من خلال الجدول رقم (16): أن مستوى تطبيق الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية)

الحديثة في وكالة من خلال إجابات الباحثين بنسبة متوسطة بلغت 45%، في حين رأت نسبة 40% أن مستوى تطبيق

الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة كافي، في حين رأت نسبة 15% أن نسبة تطبيق

الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة غير كافي، فهذه النسب تدل على إدارة الوكالة وقسم العلاقات العامة يطبق التكنولوجيا الرقمية في عمله لكن ليس بالشكل المطلوب.

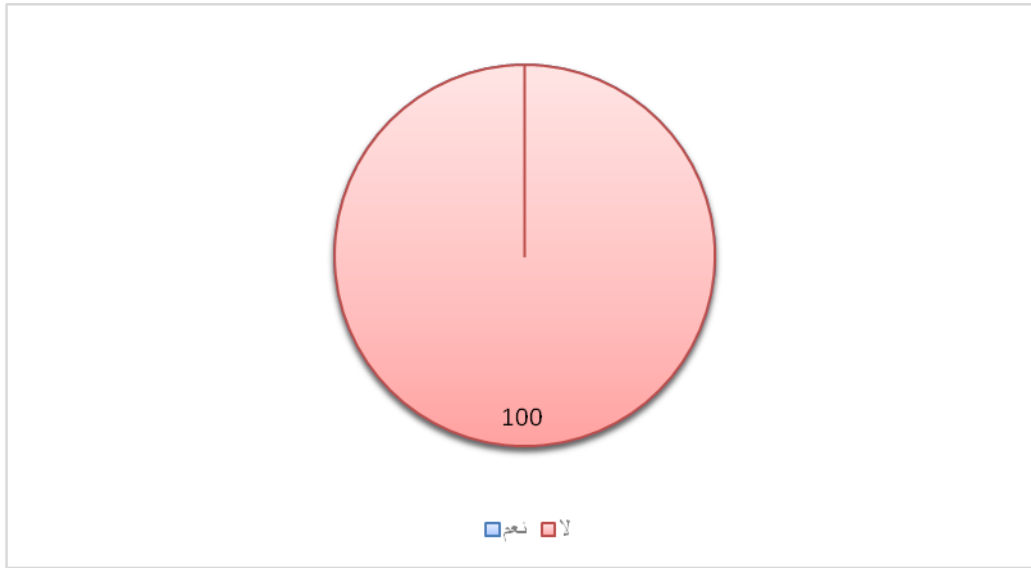


-دائرة نسبية رقم (16): تبين تقييم مستوى تطبيق جهاز العلاقات العامة للتطبيقات الرقمية بوكالة (ANSEJ) بولاية غرداية

-الجدول رقم (17): يوضح مدى اعتماد أنشطة العلاقات العامة على الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	100%
لا	00	00%
المجموع	20	100%

نستنتج من خلال الجدول رقم (17): أن جل وجميع أفراد مجتمع الدراسة كانت أجوبتهم ايجابية باستخدام واعتماد النشطة العلاقات على التطبيقات كانت تكراراتها بنسبة 100%. نستنتج من خلال أجوبة المبحوثين أن المؤسسة تولي أهمية كبيرة لاستخدام التقنيات المتطورة والحديثة وبالخصوص الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في أنشطة العلاقات العامة.

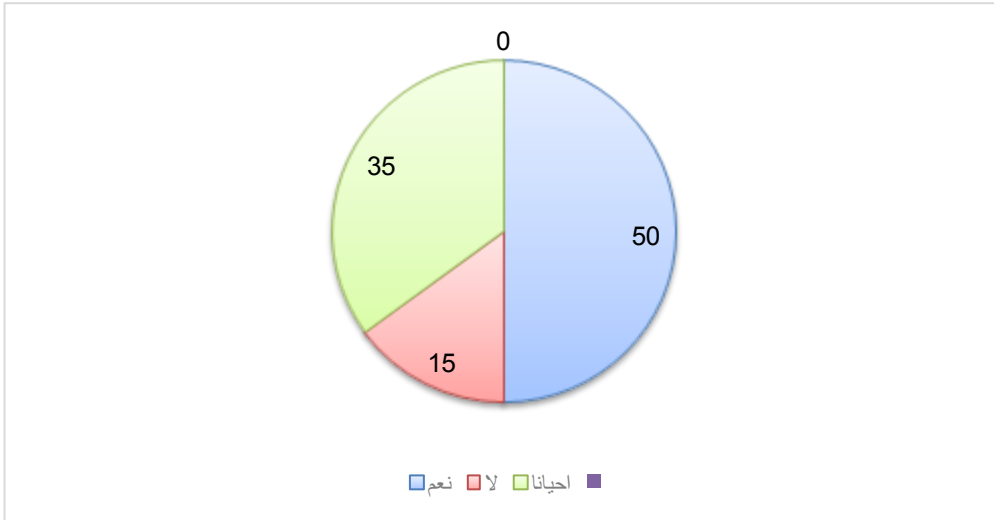


دائرة نسبية رقم (17): تبين مدى اعتماد أنشطة العلاقات العامة على الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة

الجدول رقم (18): يوضح مدى القدرة الجيدة على التحكم في الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة عند استخدامها.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
50%	10	نعم
15%	03	لا
35%	07	أحيانا
100%	20	المجموع

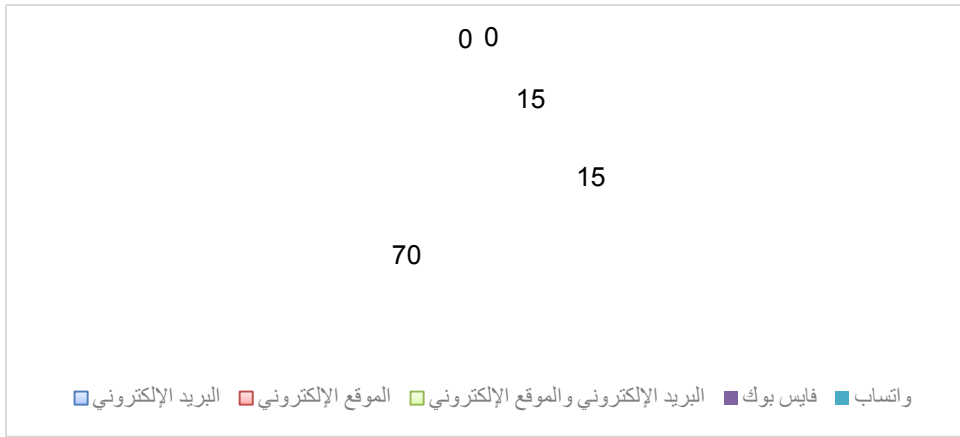
نستنتج من خلال الجدول رقم (18): أن اغلب أفراد مجتمع الدراسة أجابوا بنسبة 15 بقدرتهم على التحكم في الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في أنشطة العلاقات العامة ، ربما هذا راجع لإلمامهم بمجال الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة ، ونسبة 35 رأيت إنا إلمامهم بها متذبذب ربما يرجع لعدم تحكمهم في المجال الرقمي، في حين نسبة 15 لا تتحكم في الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة بصورة جيدة ربما راجع هذا إلى عدم الرغبة في استعمالها أو عدم امتلاكهم لتطبيقات رقمية شخصية يتدربون عليها.



دائرة نسبية رقم (18): تبين مدى القدرة الجيدة على التحكم في الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة عند استخدامها من موظفي العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية
الجدول رقم (19): يوضح استخدام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في إدارة أنشطة العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
15%	03	البريد الإلكتروني
15%	03	الموقع الإلكتروني
70%	14	البريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني
00%	00	فيسبوك
00%	00	واتساب
100%	20	المجموع

نستنتج من خلال الجدول رقم (19): أن هناك استخداما كبيرا للبريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني حيث أجاب معظم أفراد مجتمع الدراسة ونسبة 70% أن تطبيقي البريد الإلكتروني و الموقع الإلكتروني يستخدمان معا بشكل كبير في نشاط العلاقات العامة بالوكالة، وجاءت نسب كليهما متساوية عند إجابات الباحثين من خلال أي التطبيقين يفضلون بنسبة 15% في حين موقعي الفيسبوك والواتساب كانت نسبتهما 00%، فمن خلال الجدول نستنتج أن البريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني أكثر الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة من طرف موظفي العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية.

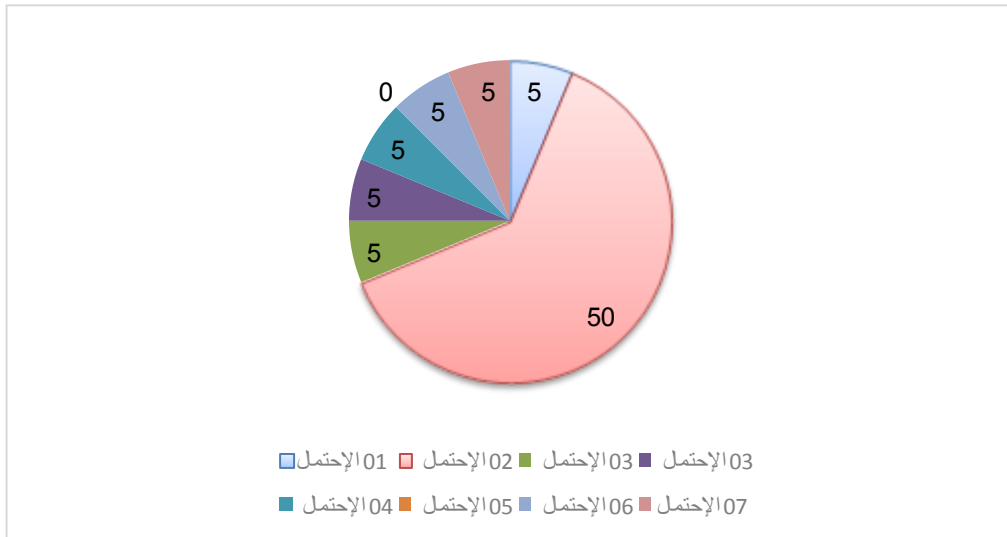


دائرة نسبية رقم (19): تبين استخدام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في إدارة أنشطة العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية.

الجدول رقم (20): يوضح أسباب استخدام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
05%	01	تتيح الدخول في الحوارات المباشرة مع العاملين لتنمية التواصل والتعاون معهم
50%	10	تساهم في إدارة العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي والخارجي
05%	01	تمكنني من أداء عملي بصورة أسرع وأفضل
05%	01	تسهل الوصول إلى الأخبار والأحداث الخاصة بالوكالة
05%	01	تمكنني من بناء علاقات شخصية تعود بالنفع على أدائي الوظيفي
00%	00	تساعدني في التنبؤ المبكر للأزمات والعراقيل التي تواجه المؤسسة
05%	01	تساعدني من إجراء استطلاعات الرأي على العاملين بالوكالة وعملائها حاملي المشاريع بصورة أسرع
25%	05	تساعدني في تعزيز سمعة الوكالة وتحسين صورتها لدى الجمهور الداخلي والخارجي

نستنتج من خلال الجدول رقم (20): أن الباحثين من أفراد مجتمع الدراسة عبروا عن الاحتمال الثاني في الجدول أعلاه بنسبة 50% تم تلاه الاحتمال الأخير بنسبة 25%، ثم خمس احتمالات بنسبة 5%، واحتمال بنسبة 00%، فمن خلال كل هذا نستنتج أن إدارة العلاقات العامة تستخدم الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في عملها من اجل تحسين العلاقة بين الجمهور الداخلي من جهة وتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي من جهة ثانية.



دائرة نسبية رقم (20): تبين أسباب استخدام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في

العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

الجدول رقم (21): وتيرة استخدام الموظفين للتطبيقات الرقمية في إدارة أنشطة العلاقات

العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
50%	10	دائما
25%	05	غالبا
20%	04	أحيانا
00%	00	نادرا
5%	01	أبدا
100%	20	المجموع

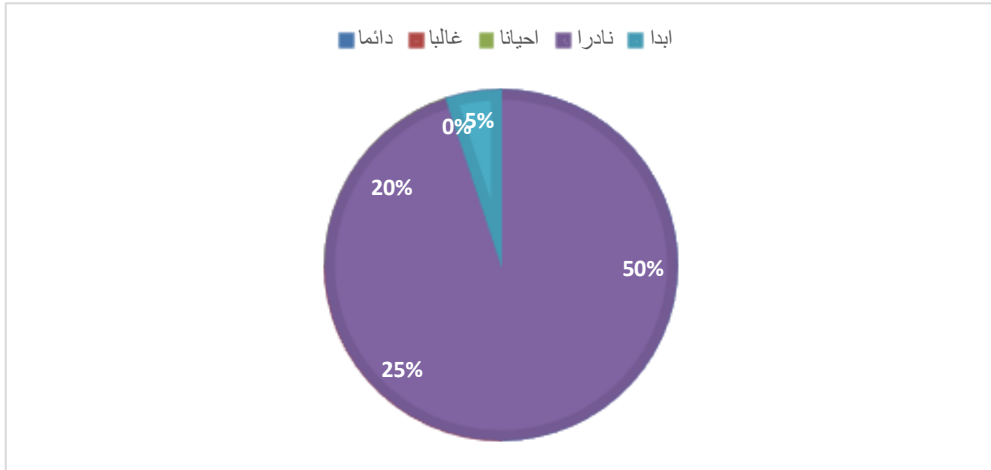
نستنتج من خلال الجدول رقم (21): أن وتيرة استخدام الموظفين للتطبيقات الرقمية في إدارة

أنشطة العلاقات العامة كانت متفاوتة أي أن الذين كانت إجابتهم باحتمال "نعم" بنسبة (50%)،

ثم تليها احتمال "غالبا" بنسبة (25%)، ثم يليها احتمال "أحيانا" بنسبة (20%)، ثم تليها

"أبدا" بنسبة (5%)، و"نادرا" بنسبة 00%، ونلاحظ أن نادرا لا تسجل أي نسبة وهذا يرجع إلى

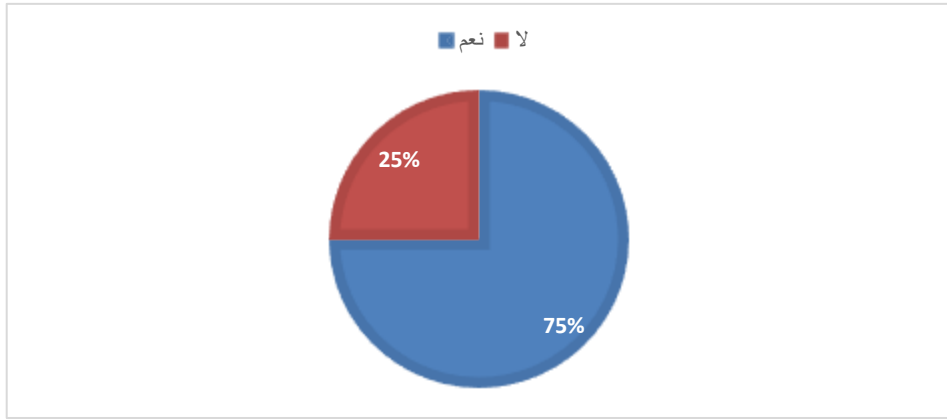
انه من النادر أن تجد مؤسسة لا تستعمل الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في معاملاتها.



دائرة نسبية رقم(21): تبين وتيرة استخدام الموظفين للتطبيقات الرقمية في إدارة أنشطة العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية
 الجدول رقم(22): يوضح الصعوبات والعراقيل التي تواجه الموظف عند استخدامه للتطبيقات الرقمية لإدارة أنشطة العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
25%	05	نعم
75%	15	لا
100%	20	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول(22): أعلاه أن اغلب أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون عن الصعوبات والعراقيل التي واجهتهم عند استخدام الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة لإدارة أنشطة العلاقات العامة فكان احتمال "نعم" نسبته (25%)، ثم يليها احتمال "لا" بنسبة 75%.
 نستنتج من خلال الجدول أن النسبة الكبيرة من الموظفين لم يجدوا صعوبات في استخدام التطبيقات الرقمية في إدارة أنشطة العلاقات العامة، ربما لكونهم يستعملون هذه التطبيقات خارج مجال يأخذ دروس خصوصية حولها، والفئة التي تجد صعوبات بالعمل بهذه التطبيقات ربما لقلت استخدامهم المتواصل لها.

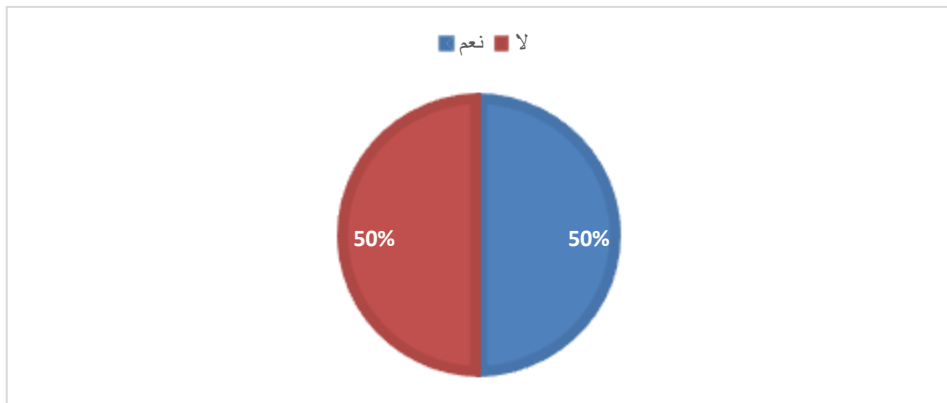


-دائرة نسبية رقم(22): تبين الصعوبات والعراقيل التي تواجه الموظف عند استخدامه للتطبيقات الرقمية لإدارة أنشطة العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية.

-الجدول رقم(23): يوضح مدى تلقي موظفوا العلاقات العامة الدعم من المسؤولين من خلال التدريب لمواكبة عالم الاتصالات الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
50%	10	نعم
50%	10	لا
100%	20	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول(23): أن نصف أفراد مجتمع الدراسة يعبرون عن تلقيهم الدعم من المسؤولين من خلال التدريب لمواكبة الاتصالات الرقمية فكان احتمال "نعم" بنسبة (50%)، ثم يليها احتمال "لا" بنسبة (25%)، نستنتج من هذا أن التدريب والتكوين في التحكم في مختلف البرامج الآلية واليدوية قد يكون يلقي الحرص في بعض الإدارات والإهمال في بعض الإدارات الأخرى.



-دائرة نسبية رقم(23): تبين مدى تلقي الدعم من المسؤولين من خلال التدريب لمواكبة عالم الاتصالات الرقمية خاصة في أنشطة العلاقات العامة بوكالة (ANSEJ) بولاية غرداية

المحور الرابع: رأي الموظفين حول إسهام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة على الأداء بوكالة ANSEJ بولاية غرداية .

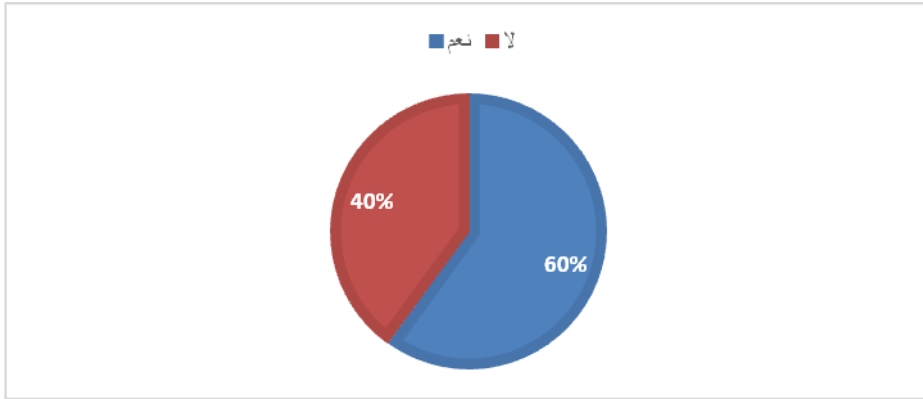
الجدول رقم (24): يوضح مدى تطور أداء الموظف بجهاز العلاقات العامة بعد استعماله

للتطبيقات الرقمية بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	60%
لا	8	40%
المجموع	20	100%

يتبين لنا من الجدول رقم (24): أن اغلب أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة وسيلة ساعدت بشدة في تطور أداء الموظف بعد استعماله لها فكان احتمال "نعم" بنسبة (60%)، ثم يليها احتمال "لا" بنسبة (40%).

نستنتج من خلال الجدول أن اغلب الموظفين تطور أدائهم الوظيفي بعد استخدامهم التطبيقات الرقمية في إدارة أنشطة العلاقات العامة و أن البقية لم يتطور أدائهم وهذا يرجع لعدة أسباب منها: ربما لقلة التدريب في هذا الجانب.



—دائرة نسبية رقم (24): مدى تطور أداء الموظف بجهاز العلاقات العامة بعد استعماله

للتطبيقات الرقمية بوكالة ANSEJ بولاية غرداية.

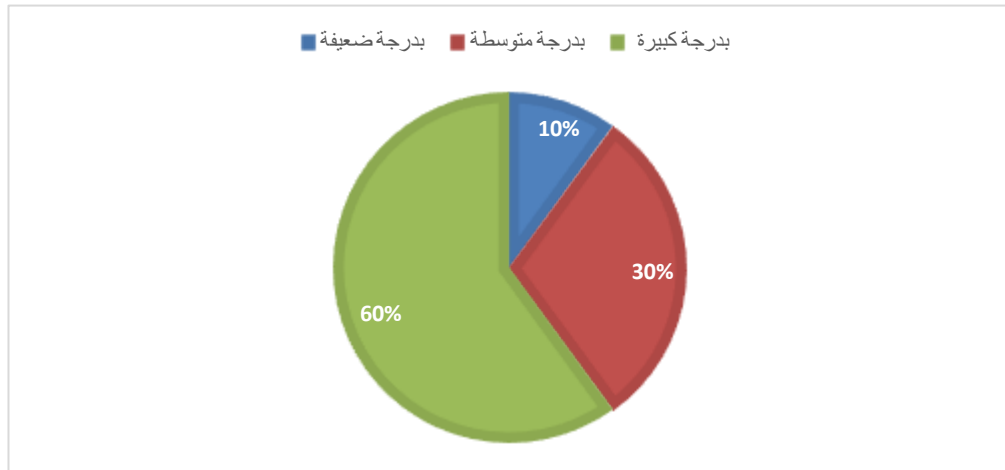
الجدول رقم(25): يوضح مستوى تأثير الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المعتمدة

في العلاقات العامة على الاتصالات بين الموظفين بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
10%	2	بدرجة ضعيفة
30%	6	بدرجة متوسطة
60%	12	بدرجة كبيرة
100%	20	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(25): أن اغلب أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة لها تأثير كبير على الاتصالات بين الموظفين فكان احتمال "بدرجة كبيرة" بنسبة (60%)، ثم يليها احتمال بدرجة متوسطة بنسبة (30%)، ثم أخيرا احتمال "بدرجة ضعيفة" بنسبة (10%).

نستنتج من خلال الجدول أن للتطبيقات الرقمية المعتمدة في العلاقات العامة تأثير كبير على الاتصالات بين الموظفين وهذا راجع إلى أن لهذه التطبيقات مميزات وخصائص لم تكن متاحة في النمط الكلاسيكي في تسير الاتصالات.



دائرة نسبية رقم(25): تبين مستوى تأثير الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المعتمدة

في العلاقات العامة على الاتصالات بين الموظفين بوكالة ANSEJ بولاية غرداية.

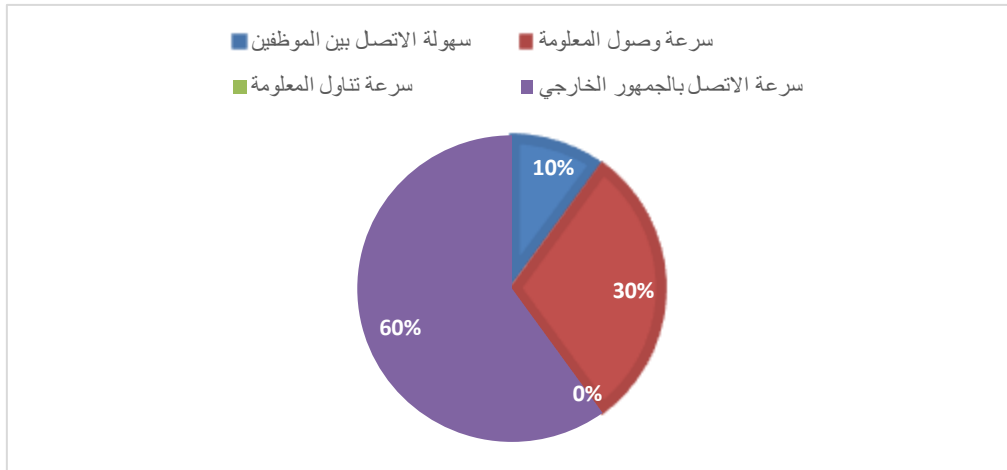
الجدول رقم(26): يوضح نتائج تحسين الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة للاتصال

بوابة ANSEJ بولاية غرداية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
10%	2	سهولة الاتصال بين الموظفين
30%	6	سرعة وصول المعلومة
00%	00	سرعة تناول المعلومة
60%	12	سرعة الاتصال بالجمهور الخارجي
100%	20	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(26): أن تحسن الاتصال داخل الوكالة من خلال الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة وذلك من خلال احتمال سرعة الاتصال بالجمهور الخارجي 60%، ثم يليها احتمال سرعة وصول المعلومة بنسبة(30%)، ثم تليها احتمال سهولة الاتصال بين الموظفين بنسبة(10%)، ثم أخيرا احتمال سرعة تناول المعلومة 00%.

نستنتج من خلال النتائج السابقة أن للتطبيقات الرقمية تأثير ايجابي داخل المؤسسة وذلك لمساهمة الايجابية في تحسين الاتصال داخل المؤسسة وخارجها.



-دائرة نسبية رقم(26): تبين نتائج تحسين الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة للاتصال داخل بوابة ANSEJ بولاية غرداية.

–المحور الرابع: اثر الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة على أداء الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (اونساج) بولاية غرداية .

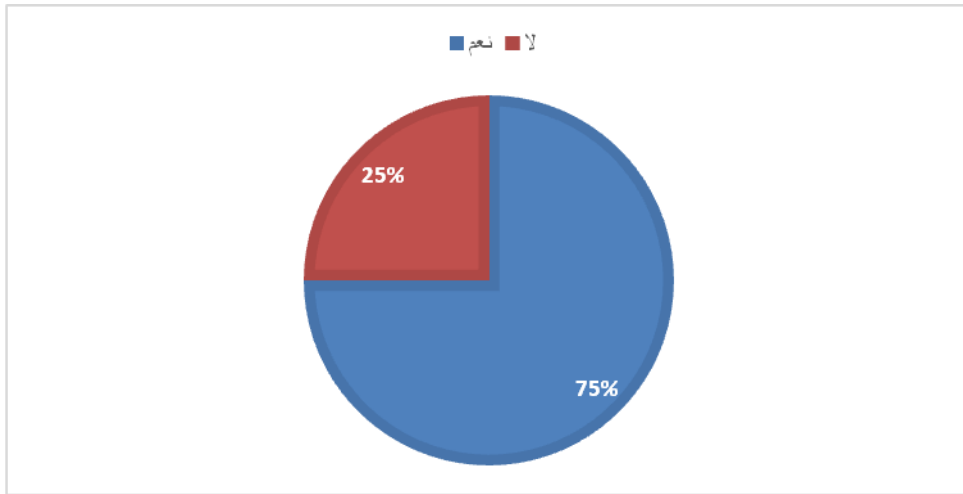
الجدول رقم(27):يوضح مدى مساهمة الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في تسهيل

عملية بناء قاعدة رقمية في وكالة اونساج

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
75%	15	نعم
25%	5	لا
100%	20	المجموع

يتبين لنا من الجدول رقم(27): أن اغلب أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون أن الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة تساهم في عملية بناء قاعدة رقمية في الوكالة فكان احتمال "نعم" بنسبة (75%)، ثم يليها احتمال لا بنسبة (25%).

نستنتج من خلال الجدول أن للتطبيقات الرقمية مساهمة كبيرة في تسهيل عملية بناء قاعدة رقمية تساهم في تطور وكالة ANSEJ بولاية غرداية.



دائرة نسبية رقم(27): تبين مدى مساهمة الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في تسهيل

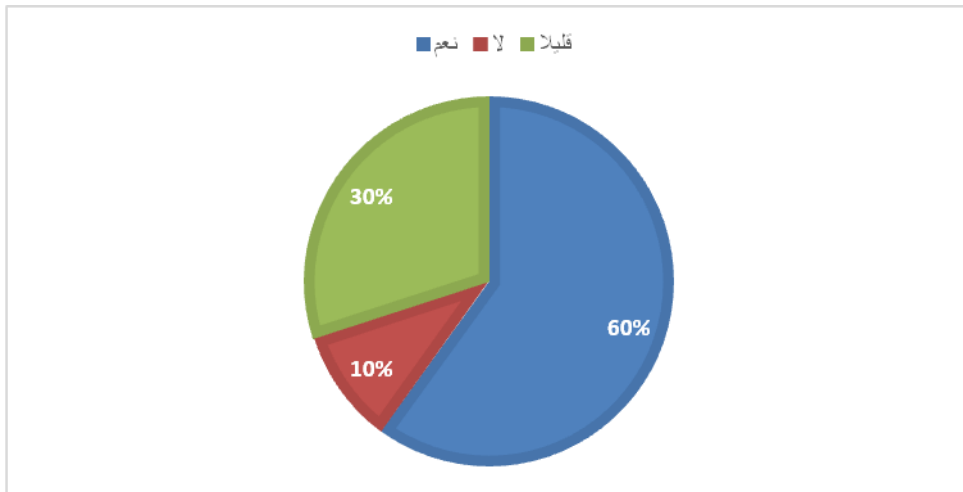
عملية بناء قاعدة رقمية بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

الجدول رقم(28): يوضح مدى تسهيل الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة في تحسين خطوط الاتصال في وكالة ANSEJ بولاية غرداية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	60%
لا	2	10%
قليلا	6	30%
المجموع	20	100%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(28): إن اغلب أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون إن الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة سهلت في تحسين خطوط الاتصال داخل وكالة اونساج فكان احتمال "نعم" بنسبة (60%)، ثم يليها احتمال قليلا بنسبة (30%)، ثم أخيرا احتمال "لا" بنسبة(10%).

نستنتج من خلال الجدول أن الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة سهلت خطوط الاتصال داخل وكالة اونساج بولاية غرداية ربما يرجع هذا إلى أن هذه التطبيقات صممت لتسهل عملية الاتصال داخل المؤسسة .



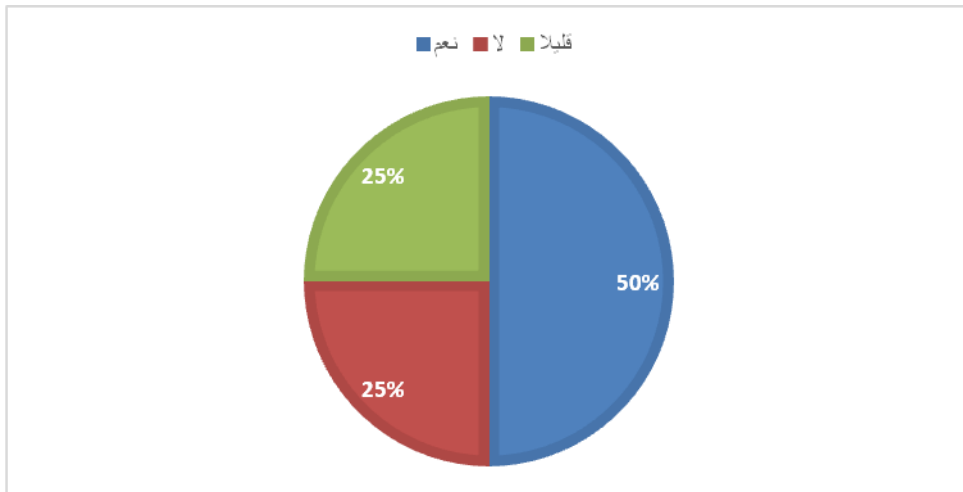
دائرة نسبية رقم(28): تبين مدى تسهيل الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة في تحسين خطوط الاتصال في وكالة ANSEJ بولاية غرداية.

الجدول رقم(29): يوضح تفعيل الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة لأنماط الاتصال خارج الوكالة

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
50%	10	نعم
25%	5	لا
25%	5	قليلا
100%	20	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(29): إن اغلب أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون إن تفعيل الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة خارج الوكالة سهلت في تحسين خطوط الاتصال خارج وكالة ANSEJ فكان احتمال "نعم" بنسبة (50%)، ثم يليها احتمال قليلا بـ(5 تكرار) بنسبة (25%)، ثم أخيرا احتمال "لا" بنسبة (25%).

نستنتج من خلال الجدول أن تفعيل الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة سهلت أنماط الاتصال خارج وكالة ANSEJ بولاية غرداية، ربما يرجع هذا إلى أن هذه التطبيقات هدفها الأساسي هو تسهيل الاتصال الداخلي والخارجي في الوكالة.



دائرة نسبية رقم(29): تبين تفعيل التطبيقات المستخدمة في العلاقات العامة لأنماط الاتصال خارج وكالة ANSEJ بولاية غرداية.

الجدول رقم(30): يوضح مدى مساعدة الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة

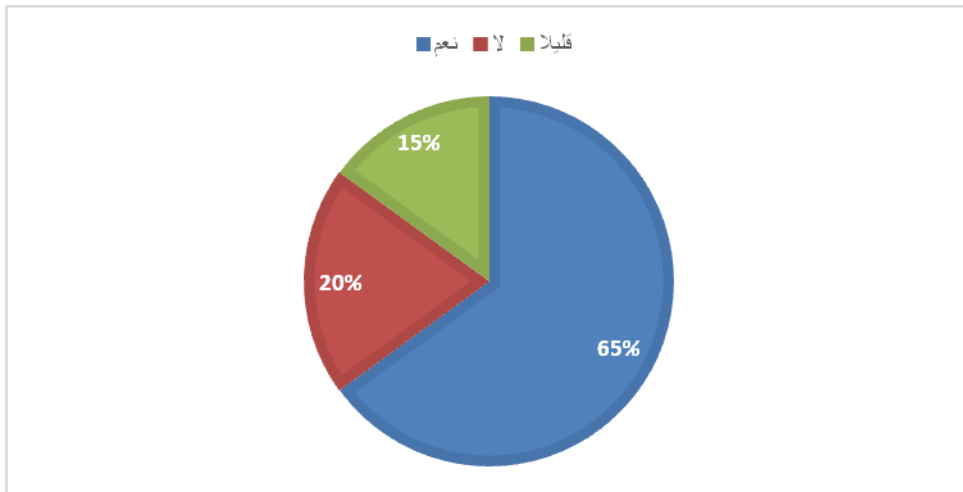
المستخدمة في العلاقات العامة بالوكالة على توفير نظام فعال لتقييم الأداء بالوكالة من خلال

استخدام الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
65%	13	نعم
20%	4	لا
15%	3	أحيانا
100%	20	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(30): أن اغلب أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة ساهمت بشكل كبير في تقييم أداء الموظفين داخل وكالة ANSEJ بولاية غرداية فكان احتمال "نعم" بنسبة (65%)، بنسبة (20%) ثم أخيرا احتمال "أحيانا" بنسبة (15%).

نستنتج من خلال الجدول إن الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة ساهمت في توفر نظام لتقييم أداء الموظفين داخل وكالة ANSEJ بولاية غرداية، يرجع هذا إلى أن هذه التطبيقات تم وضعها لتوفير نظام فعال لتقييم الموظفين من خلال استخدام الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة .



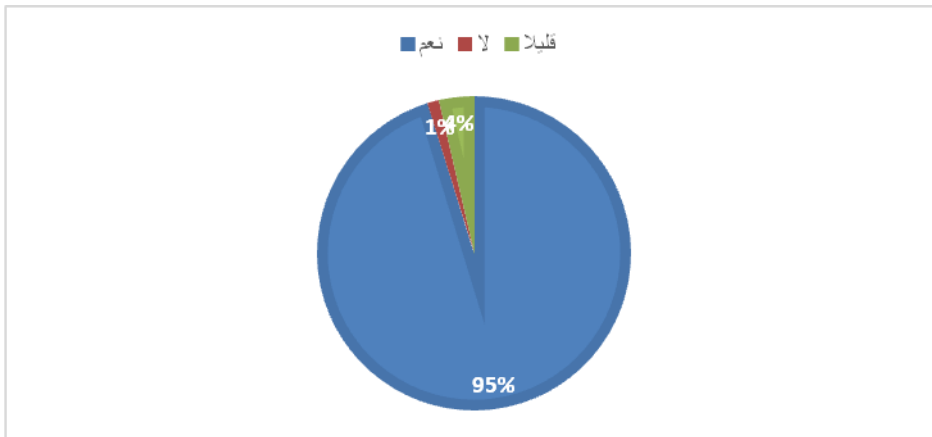
دائرة نسبية رقم(30): تبين مدى توفير نظام فعال لتقييم الأداء للوكالة من خلال استخدام الاتجاهات(التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية..

الجدول رقم(31): يوضح مدى إحداث التطبيقات الرقمية في العلاقات العامة تغييرا في نمط الأداء في العلاقات العامة بصفة خاصة والأداء الوكالة بصفة عامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	80%
لا	1	5%
قليلا	3	15%
المجموع	20	100%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(31): إن النسبة الكبيرة أفراد مجتمع الدراسة يعتبرون أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة احدث تغيرا في نمط الأداء بالعلاقات العامة بصفة خاصة والأداء بوكالة ANSEJ بولاية غرداية بصفة عامة، فكان احتمال "نعم" بنسبة (80%)، ثم يليها احتمال قليلا بنسبة (15%) ثم أخيرا احتمال "لا" بنسبة (5%).

نستنتج من خلال الجدول أعلاه إن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة ساهمت في إحداث تغييرا في نمط الأداء بالعلاقات العامة بصفة خاصة والأداء في وكالة ANSEJ بولاية غرداية بصفة عامة، يرجع تأثير هذه التطبيقات إلى السهولة التي تمنحها هذه الأخيرة في تسهيل التحكم في تسيير المؤسسة.



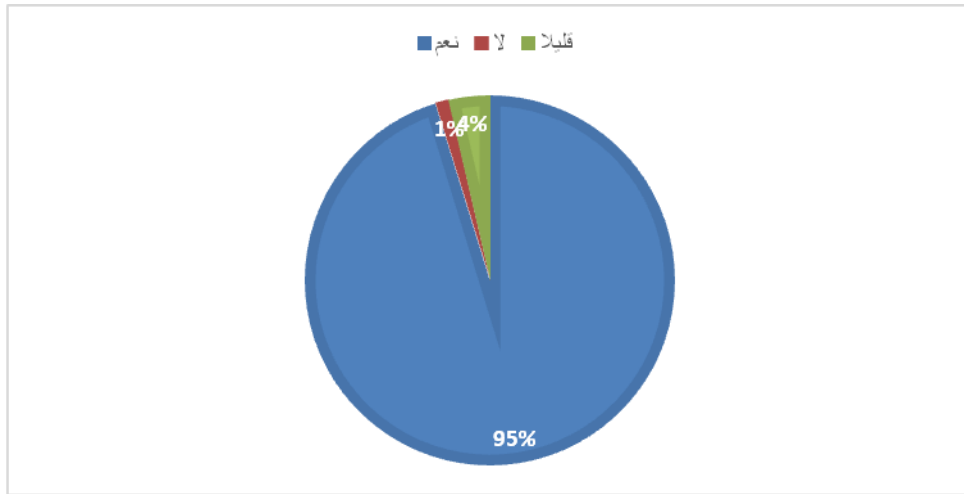
دائرة نسبية رقم(31): تبين مدى إحداث الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة تغييرا في نمط الأداء في العلاقات العامة بصفة خاصة والأداء الوكالة بصفة عامة بوكالة ANSEJ بولاية غرداية

الجدول رقم(32): يوضح مساهمة تطبيقات العلاقات العامة في تفعيل دور الموظف في

بووكالة ANSEJ بولاية غرداية الوكالة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
كبير	15	75%
متوسط	6	30%
ضعيف	4	20%
المجموع	20	100%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(32): إن للتطبيقات الرقمية المستخدمة العلاقات العامة مساهمة كبيرة في تفعيل دور الموظف في الوكالة فكان احتمال كبير " بنسبة (75%)، ثم يليها احتمال متوسط بنسبة (30%) ثم أخيرا احتمال "ضعيف" بنسبة (20%). نستنتج من خلال الجدول أن للتطبيقات الرقمية المعتمدة في العلاقات العامة مساهمة كبيرة في تفعيل دور الموظف بووكالة ANSEJ بولاية غرداية.



دائرة نسبية رقم(32): تبين مساهمة الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة في تفعيل دور الموظف بووكالة ANSEJ بولاية غرداية.

المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى ومحتواها: الدور الذي يلعبه جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ .

أظهرت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم(07) أن جهاز العلاقات العامة يتواجد في الوكالة من خلال إجابات المبحوثين والتي أجمعت بنسبة كبيرة على تواجد الجهاز وهذا راجع إلى الاهتمام الذي توليه هذه الوكالة لهذا الجهاز.

وكذلك بينت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (08)معظم المبحوثين لهم دراية بمفهوم العلاقات العامة في المؤسسة من خلال إجاباتهم التي راو فيها أنها تحسن صورة المؤسسة وتوطد العلاقة بين المؤسسة والجماهير والإدارة والموظفين والجمهور الخارجي.

وكذلك أظهرت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (09) أن نشأة جهاز العلاقات العامة في الوكالة يعتبر حديثا وهذا راجع إلى التوجه العام من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب نتيجة إستراتيجية العمل.

كما أظهرت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (10) أن من مهام العلاقات العامة التعريف بالمؤسسة وتحسين العلاقات الخارجية، وتطوير الاتصال الداخلي . كذلك أظهرت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (11) أن جهاز العلاقات العامة يلبي احتياجات الداخلية والخارجية بنسبة مقبولة.

كما أظهرت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (12) مساهمة جهاز العلاقات العامة في تطوير الاتصال الداخلي وتحفيز الموظفين على الأداء داخل كما تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم(13) إن جهاز العلاقات العامة يعتمد على الوسائل التقليدية من خلال الملصقات بدرجة أولى ثم الاجتماعات والتقارير.

الفرضية الثانية ومحتواها: مدى اعتماد جهاز العلاقات في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (ANSEJ) على الاتجاه الرقمي الحديث في عمله

أظهرت نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم(14) على أن وسائل الاتصال الرقمية متوفرة بالوكالة بنسبة كبيرة.

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول رقم (15) أن جهاز العلاقات العامة بالوكالة يعتمد على وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية معا وكذلك بنسب متقاربة.

وكذلك تبين لنا نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (16) أن الموظفين يقيمون مستوى اعتماد جهاز العلاقات العامة على الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في عمله، أن مستوى تطبيق مقبول.

وكذلك تبين لنا نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (17) أن اعتماد أن معظم موظفي العلاقات العامة يعتمدون في أنشطتهم على الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة . كما تبين لنا النتائج من خلال الجدول رقم (18) أن قدرة التحكم الجيدة في الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة عند استخدامها من قبل موظفي العلاقات العامة أن نسبة التحكم مقبولة بالرغم من أن هناك نقص لدى بعض الموظفين .

كذلك تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (19) أن البريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني هما أكبر التطبيقات استخداما من قبل موظفي العلاقات العامة.

تبين أيضا من خلال النتائج في الجدول رقم (20) أن من أسباب استخدام تطبيقات الرقمية في العلاقات العامة سببه يساهم في إدارة العلاقة مع الجمهور الداخلي

كما تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (21) أن وتيرة استخدام الموظفين للتطبيقات الرقمية في إدارة أنشطة العلاقات العامة أن معظم أفراد مجتمع الدراسة يستخدمونها دائما. كما تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول (22) أن جل الموظفين عند استخدامهم للتطبيقات الرقمية لا يجدون صعوبة في استخدامها.

كما تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (23) تلقي موظفي العلاقات العامة للدعم من المسؤولين من خلال التدريب لمواكبة عالم الاتصالات الرقمية، أن جل الموظفين أكدوا على وجود دعم.

الفرضية الثالثة: والتي محتواها يدور حول إسهام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) المستخدمة في العلاقات العامة على أداء الوكالة من خلال رأي الموظفين.

من خلال نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (24) أن مدى تطور أداء الموظفين بجهاز العلاقات العامة بعد استعمالهم الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة أن جل الموظفين تطور أدائهم من خلال استعمالهم الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية).

من خلال نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (25) ان مستوى تأثير الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) المستخدمة في العلاقات العامة على الاتصالات بين الموظفين أن هذه الاتجاهات أثرت بمستوى كبير على الاتصال .

من خلال نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (26) إن من نتائج استخدام الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة بالوكالة يتضح من خلال سهولة الاتصال بين الموظفين وسهولة وصول المعلومة وسرعة الاتصال بالجمهور الخارجي .

الفرضية الرابعة: ومحتواها حول تأثير الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة على أداء الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ بولاية غرداية:

تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (27) مدى مساهمة التكنولوجيا الرقمية (الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة) في تسهيل عملية بناء قاعدة رقمية في وكالة ANSEJ لتطوير أداء الوكالة.

تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (28) أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة تسهل عملية تحسين خطوط وشبكات الاتصال بالوكالة .

تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (29) أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة فعلت أنماط الاتصال كذلك خارج الوكالة

تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (30) أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة وفرت نظام فعال لتقييم الأداء بالوكالة.

تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (31) أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة في العلاقات العامة أحدثت تغييرا في أداء موظفي العلاقات العامة بصفة خاصة والأداء بالوكالة بصفة عامة.

تبين نتائج الدراسة من خلال الجدول رقم (32) أن الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة تساعد في تفعيل دور موظف العلاقات العامة بالوكالة.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة .

من أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- ✓ تأييد كلي لأفراد مجتمع الدراسة على أهمية وجود جهاز للعلاقات العامة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (اونساج) بولاية غرداية نظرا لأنه يساعد الموظفين والوكالة على تأدية مهامها داخليا وخارجيا.
- ✓ نستنتج كذلك من خلال نتائج الدراسة إن اعتماد جهاز العلاقات العامة على الاتجاهات (التكنولوجيا الرقمية) في عمله نتيجة حتمية لنتاج مخلفات التكنولوجيا الالكترونية، وكذلك الخطة المنتهجة من الإدارات لتبني الاتجاه الرقمي الحديث.
- ✓ لا يوجد اختلافات جوهرية بين أفراد مجتمع البحث حول إسهامات التكنولوجيا الرقمية في العلاقات العامة بصفة خاصة والوكالة بصفة عامة، وذلك لسعي الإدارة بالارتقاء بالجانب السلوكي والمعرفي والوظيفي للفرد.
- ✓ تلعب التكنولوجيا الرقمية في أداء العلاقات العامة دورا مؤثر من خلال الإضافة التي تقدمها لها من خلال السرعة واختصار الوقت والجهد.

الأختام

خاتمة:

إن دراسة تأثير الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة وأثرها في تحقيق كفاءة الأداء المؤسساتي رسخ لدينا وبين لنا أن الحداثة والتطور التكنولوجي وكل استخداماته عامل إيجابي وبالخصوص وأن هذه الوسائل الرقمية واستخداماتها وثورتها التكنولوجية قدمت خدمة كبيرة في تطوير الأداء والكفاءة فالعمل الكلاسيكي كان يأخذ الجهد والوقت والمال والكثير من الأشياء التي أضحت اليوم في خبر كان، فالعلاقات العامة اليوم انتقلت إلى العالم الافتراضي الإلكتروني بمختلف أدواته ومزياه، فالوقت والجهد والانتشار والسرعة عوامل لا نجد لها في إدارة العلاقات العامة التقليدية وأضحت اليوم المؤسسات ومنها الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب وهي ميدان الدراسة والتي لمسنا فيه الأثر البالغ التي تحققة الاتجاهات الحديثة في تحقيقها للأداء المؤسساتي وبالتالي العلاقات العامة الحديثة في الواقع خطت خطوة عملاقة في عملها وحتى المستوى التكنولوجي الهائل التي وصلت إليه ومن خلال هذا استنتجنا أن الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة عامل يشكل إضافة جديدة و عنصر فعال في إدارة العلاقات العامة و هو ما لمسناه من العينة التي طبقنا عليها دراستنا لذلك نرى أن العلاقات العامة الحديثة من خلال اتجاهات الحديثة التي ظهرت حديثا قدمت خدمة كبيرة في تحقيق كفاءة الأداء المؤسساتي

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

أ-الكتب:

- 1- ابراهيم إمام، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، دارالمعرفة، القاهرة، ،1975 .
- 2- ابراهيم امام، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الانجلوالمصرية، القاهرة،،1968.
- 3- أحمدابن عبدالحليم ابن تيمية الحراني، مجموع الفتاوي، الجزء13، 1404.
- 4-أحمد بن ملرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 5-أسماء حسين حافظ،"تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي ،ط1، بدون مكان النشر،الدار العربية للنشر والتوزيع،2005
- 6-تابث عبد الرحمان ادريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، مفاهيم أساسية وطرق القياس، الدار الجامعية، الدار الجامعية، 2006.
- 7-جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، جامعة منوبة، تونس، 2003
- 8-حسن عماد مكاوي،"تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات،ط4،الدار المصرية اللبنانية اللبنانية، القاهرة، 2005
- 9-حنان سليم،العلاقات العامة في عصر الاعلام الرقمي، مكتبة الشقيري، الرياض(السعودية)، 2019.
- 10-زهير ياسين الطاهات، سيكولوجية العلاقات العامة والاعلان،ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 11-زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتيوي، القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، غزة،2006. .
- 12-سوزان القليني، وهبة الله السمري،"التدريب والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني،[ب،ط] ،دار النهضة العربية، القاهرة، 1998 .
- 13-عادل أحمد زايد، الأداء التنظيمي المتميز(الطريق إلى منظمة المستقبل)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003.
- 14-عبد الباسط محمد عبد الوهاب،"استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، [ب.ط]،المكتب الجامعي الحديث،.2005

- 15- عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل الى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2011.
- 16- عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 17 -عمار بوحوش، محمد محمود الدنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 18- محمد عبد المجيد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004
- 19- عرسان يوسف الزوبعي، العلاقات العامة والتنمية، ط1 دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان 2016 .
- 20- فلاح الحسيني، الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2000.
- 21- فؤاد عبد المنعم البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2014.
- 22- محمد صاحب السلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2011.
- 23- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003،
- 24- إبراهيم إمام، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، دار المعرفة، القاهرة، ، 1975
- 25- محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، [بط]، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997.
- 26- محمود منال طلعت، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، [د.ط]، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية(مصر)، 2002.
- 27- مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وأدارة الأزمات والمراسم، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2016(الأردن)،
- 28- موريس انجرس، منهجية البحث العامي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصبه، الجزائر، 2005،
- 29- وصيفي الكساسبة، تحسين فاعلية الأداء المؤسساتي، ط1، دار البارودي للنشر و التوزيع، عمان-الأردن .، 2011.

30-يسين خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة أمم نازلة، ط01، دار البداية ناشرون ومزعون، الأردن، 2015.

ج-القواميس و المعاجم:

1-المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ج 1، دار المعارف، مصر، 1979.

2-المعجم الوسيط، المكتبة العصرية، لبنان، ج 4، 1347 هـ

3-علي محمد الجرجاني، التعريفات، عالم الكتاب، القاهرة (مصر)، 1986

د-الرسائل والدراسات:

1-مبارك ريان، ممارسة العلاقات العامة عبر الشبكات الإجتماعية - دراسة تحليلية للصفحة

الرسمية لمؤسسة موبيليس على موقع فيسبوك، دراسة غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوينيدر قسنطينة 03، الجزائر، 2018.

2-سارة شعبان حسنزغلول، الإستراتيجيات الإتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودوره في تعزيز

الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر، 2019.

3-عائشة قره، العلاقات العامة وتأثيرها في تحسين الأداء الاتصالي للمؤسسات، منظور

حديث، دراسة غير منشورة، جامعة ملين دباغين سطيف 2، الجزائر، 2017.

هـ-المجلات:

1-الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة الجزائر،

2009-2010،

و-المواقع الالكترونية

1-ينظر: شبكة الناقد الإعلامي، الموقع الالكتروني: www.naqed.info تاريخ

التصفح: 06 أفريل 2021، على الساعة 11 ليلا.

ز-المراسيم والقوانين :

- الجريدة الرسمية الصادرة في 08 سبتمبر 1996، العدد رقم 52، المواد 03 و04 منالمرسوم التنفيذي رقم 96-296 والمتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وتحديد قانونها الأساسي المعدل والمتمم، رقم 52 المؤرخة في 11/09/1996.

- الجريدة الرسمية الصادرة في 08 سبتمبر 1996، العدد رقم 52، المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 96-296 والمتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وتحديد قانونها الأساسي المعدل والمتمم، رقم 52 المؤرخة في 11/09/1996.

- مجموعة النصوص التشريعية والتنظيمية لجهاز دعم تشغيل الشباب، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الجزائر، 2004، صص 29-30.

ر-المراجع باللغة الأجنبية:

1 -Dominique Wolton ,Il faut sauver la communicatin , ED: flammariion,paris,2005

قائمة الملاحق

جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

السنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان لدراسة بعنوان:

الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة واثرها في تحقيق كفاءة الأداء المؤسساتي

دراسة ميدانية (الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب)

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة

بعد التحية والتقدير؛

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان فالرجاء منكم الإجابة حسب رأيك الخاص على الأسئلة بعد

القراءة المتأنية.

المعلومات المقدمة من طرفك لا تستعمل الا لأغراض البحث العلمي

شكرا جزيلاً على تعاونك معنا

ملاحظة

- ضع علامة (X) داخل مربع الإجابة المناسبة

- علل الإجابة التي تحتاج للتعليل

- لاتذكر اسمك

● اعداد الطالبين:

إشراف الدكتور:

- فوزي شرايطي

- فؤاد كيوص

-عبدالحاكم لصفار

- الموسم الجامعي : 1441 هـ / 1442 هـ - 2020 م / 2021 م

- المحور الأول:

- محور البيانات الشخصية

- الجنس:

- ذكر () - انثى ()

السن ()

- من 20 الى 35 سنة () - من 36 الى 50 سنة () - 51 سنة فما فوق ()

المستوى التعليمي

- متوسط () - ثانوي () - جامعي () - دراسات عليا ()

التخصص العلمي

- اقتصاد () - علاقات عامة () - اعلام ألي () - علم الاجتماع () تخصصات أخرى ()

الوظيفية في المؤسسة

مسؤول سامي - رئيس مصلحة - موظف عادي - رئيس مكتب () - تقني ()

الخبرة المهنية

- من 1 سنة الى 5 سنوات () - من 6 سنوات الى 10 سنوات () - من 11 سنة الى 15 سنة ()

- من 16 سنة الى 20 سنة () - أكثر من 20 سنة ()

المحور الثاني: أهمية تواجد جهاز للعلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب

بولاية غرداية

س1: هل يوجد جهاز للعلاقات العامة داخل الوكالة؟

- نعم () - لا ()

في حالة الإجابة ب لا: ماهو البديل؟

.....

س2: ماهو مفهومك للعلاقات العامة؟

.....

س3: متى تم انشاء جهاز العلاقات العامة؟

- حديثا () - قديما ()

س4: على حسب رأيك ماهي مهام جهاز العلاقات العامة في الوكالة؟

- تطوير الاتصال الداخلي () - التعريف بالمؤسسة () - تحسين العلاقات الخارجية ()

س5: هل جهاز العلاقات العامة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية يلبي احتياجات الجماهير الداخلية والخارجية؟

- نعم () - لا ()

س6: كيف يساهم جهاز العلاقات العامة في تحسين علاقات الاتصال داخل الوكالة؟

- تطوير الاتصال الداخلي () - تحفيز الموظفين () - اشراك الموظفين في قرارات الوكالة ()

- تطوير العمل الداخلي على حل النزاعات ()

س7: ماهي اهم الوسائل (الأساليب) التقليدية التي تستخدمها العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية؟

- الملصقات () - الاجتماعات () - التقارير ()

المحور الثالث:

اعتماد جهاز العلاقات العامة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية غرداية على الاتجاه

الرقمي الحديث في عمله ANSEJ

س8: هل تتوفر مؤسستكم على الوسائل الاتصالية الرقمية؟

- نعم () - لا ()

س9: ما طبيعة وسائل الاتصال التي تعتمد عليها في عملك؟

- الحديثة () - التقليدية () - معا ()

س10: كيف تقيم مستوى تطبيق وكالة (اونساج) بولاية غرداية للتطبيقات الرقمية؟

- كافي () - غير كافي () - متوسط ()

س11: هل تعتمد في أنشطة العلاقات العامة على التطبيقات الرقمية؟

- نعم () - لا ()

- اذا كانت الإجابة بلا لماذا؟

.....
.....

س12: هل لديك قدرة جيدة في التحكم في التطبيقات الرقمية عند استخدامك لها؟
- نعم () - لا () - أحياناً ()

س13: أي هذه التطبيقات الرقمية تستخدمها في إدارة أنشطة العلاقات العامة؟
واتساب () - فايسبوك () - البريد الإلكتروني () - الموقع الإلكتروني

س14: ما أسباب استخدامك في أنشطة العلاقات العامة للتطبيقات الرقمية؟

- تتيح لي الدخول في الحوارات المباشرة مع العاملين لتنمية التواصل التعاون معهم ()

- تساهم في إدارة العلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي ()

- تمكيني من أداء عملي بصورة أسرع وأفضل ()

- تسهل لي الوصول إلى الإخبار والاحداث الخاصة بالوكالة (اونساج) ()

- تمكيني من بناء علاقات شخصية تعود بالنفع على ادائي الوظيفي ()

- تساعدني في التنبأ المبكر للازمات والعراقيل التي تواجه المؤسسة

- تساعدني من اجراء استطلاعات الرأي على العاملين بالوكالة وعملائها (حاملو المشاريع) بصورة

أسرع ()

- تساعدني في تعزيز سمعة الوكالة (اونساج) وتحسين صورتها لدى الجمهور الداخلي والخارجي ()

س15: كيف هي وتيرة استخدامك للتطبيقات الرقمية في عملك لإدارة أنشطة العلاقات العامة؟

- دائماً () - غالباً () - أحياناً () - نادراً () - أبداً ()

س16: هل واجهتك صعوبات وعراقيل عند استخدامك للتطبيقات الرقمية لإدارة أنشطة العلاقات العامة؟

- نعم () - لا ()

- إذا كانت الإجابة بنعم ماهي هذه العراقيل؟

.....

.....

س17: هل تتلقى الدعم من المسؤولين من خلال التكوين والتدريب لمواكبة المستجدات في عالم الاتصالات الرقمية؟

- نعم () - لا ()

المحور الرابع:

رأي الموظفين حول اسهام التطبيقات الرقمية المستخدمة في العلاقات العامة على الأداء بوكالة (اونساج) بولاية غرداية

س17: بعد استعمالك للتطبيقات الرقمية في مجال العلاقات العامة هل لاحظت تطور في أداء عملك؟

- نعم () - لا () - أحيانا ()

س18: على حسب رأيك مامستوى تأثير التطبيقات الرقمية المعتمدة في العلاقات العامة على الاتصالات بين الموظفين؟

بدرجة ضعيفة () - بدرجة متوسطة () - بدرجة كبيرة ()

س19: هل ترى التطبيقات الرقمية المعتمدة في العلاقات العامة بوكالة (اونساج) بولاية غرداية حسنت الاتصال داخل الوكالة من خلال؟

- سهولة الاتصال بين الموظفين ()

- سرعة وصول المعلومة ()

- سرعة تناول المعلومة ()

- سرعة الاتصال بالجمهور الخارجي ()

المحور الخامس :

اثر التطبيقات الرقمية المستخدمة في العلاقات العامة على أداء الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (اونساج) بولاية غرداية

س20: هل استخدام التطبيقات الرقمية في العلاقات العامة ساعد على تسهيل عملية بناء قاعدة رقمية في وكالة (اونساج) بولاية غرداية؟

- نعم () - لا ()

س21: هل سهلت التطبيقات الرقمية المستخدمة في جهاز العلاقات العامة من تحسين خطوط الاتصال داخل وكالة (اونساج) بولاية غرداية؟

- نعم () - لا () - قليلا ()

س22: هل فعلت التطبيقات الرقمية المستخدمة في العلاقات العامة أنماط الاتصال خارج وكالة (اونساج) بولاية غرداية؟

- نعم () - لا () - قليلا ()

- إذا كانت الإجابة ب " نعم" او "قليلا": ماهي هذه المظاهر؟

- تسهيل الاتصال بالمؤسسات الأخرى () - تسهيل الاتصال بالمتعاملين (حاملو المشاريع)

التعريف بالوكالة أكثر وتحسين صورتها ()

- أخرى اذكرها:.....

س23: هل استخدام التطبيقات الرقمية في العلاقات العامة وفر للوكالة نظام فعال لتقييم الأداء فيها؟

- نعم () - لا () - أحيانا () .

س24: هل أحدثت التطبيقات الرقمية المستخدمة في العلاقات العامة تغييرا في نمط الأداء الإداري بوكالة(اونساج) بولاية غرداية؟

- نعم () - لا () - قليلا ()

س25: هل استخدامك للتطبيقات الرقمية في العلاقات العامة أدى الى تفعيل دورك في وكالة (اونساج) بولاية غرداية بشكل؟

- كبير () - متوسط () - ضعيف ()