وزارة التعليـم العالـي و البحـث العلمـي
جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية
القسم : علوم الإعلام والإتصال

دور الأنترنت في تحسين العلاقات العامة بالمؤسسة الخدماتية

دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية المدية

مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص : إتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبة:
ولد بوخاري صفية

الأستاذة المشرفة:
د. فندوشي ربيعة.

السنة الجامعية: 2020/2019


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

أتقدم بجزيل الشكر والحمد الكثير في الأول والأخير للخالق البارئ

تبارك وتعالى الذي بقدرته وعونه ومشيئته تم إنجاز هذه المذكرة

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير والإحترام

إلى أستاذتي الفاضلة " ربيعة فندوشي " بقبول الإشرف عليا ولما بذلته من جهد في توجيه رشيد ورأي سديد

وأيضا أتقدم بالشكر إلى كل الأساتذة الكرام الذين شرفوني في مساري الدراسي،

"هادف خديجة " " بن ناولة محمد " " بسام أحمد شريف " " بوغرارة حكيم"

" ولد مجبر حبيب"، الذين لم يبخلوا يومًا علينا.

والشكر لله عز وجل فبفضله وصلت لما أنا عليه

و شـــــــــــــكـــــــــــراً

إهداء

جميل أن يجني المرء ثمار كده وتعبه والأجمل أن يهديها عن طيبة لغيره بغيةتقاسم طعم النجاح جميعًا

وقطوف عملي أهديها بحب خالص إلى الوالدين الكريمين خاصة والدي العزيز حفظه الله ورعاه لي فهو

تاج فوق رؤوسنا والوالدة الكريمة شفاها الله من كل الأسقام متمنية لهما دوام الصحة والعافية .

إلى الذي علمني حب العلم والصبر المثابرة أبي ولد بوخاري العربي وغرس فيها روح المسؤولية .

إلى التي حملتني وهنًا على وهن وسهرت الليالي من أجلي حبيبتي " أمي " بوعيسى خيرة

أقول لهما أنتم وهبتموني الحياة على شغف الإطلاع والمعرفة و إلى كافة أفراد العائلة.

إلى من شاركوني حليب الأمومة : إخوتي الأعزاء : جميلة، إبراهيم ، فاطمة الزهراء، عائشة،محمد،

وياسمين الداعمة الأولى بعد والدي حفظها الله ودامت لي سندًا في الحياة .

إلى الصدر الحنون الذي كثيرًا ما لجأت إليه ولو يصدني أختي ياسمين.إلى أعز صديقاتي وأحبابي (رفقاءالدرب)

إلى أعز صديق الذي كان سند ظهري في الحياة الدراسية فيصل يسبع.

إلى كل من علمني حرفًا أصبح سنا برقه يضيئ الطريق أمامي وإلى كل من يحبني ويحب لي الخير

وإلى من سيبقى ذكراه طوال عمري إلى أستاذتي ربيعة فندوشي الرائعة الجميلة الأستاذة الحنونة

والصبورة على أخطائنا ومستوانا الذي بفضل الله وبفضلها إرتقى إلى ما هو عليه اليوم

إلى كل أولاد إخوتي وأخواتي الأعزاء : رحمة، مريم، أشرف، إسماعيل ، هديل، علاء الدين، لؤي عبد الإله،

رندة رونق، ياسر، رياض، معاذ عبد الجليل، مريم، أميرة، لينا.

إلى حبيبة قلبي وعشقي " لجين قطر الندى " وكل العائلة حفظهم الله عز وجل جميعاوفي الأخير أهدي عملي

إلى نفسي بمنتهى الإعتزاز عازمة على المزيد من الجهد والمثابرة آملة في بلوغ مرام التوفيق

وأهدي خاصة إلى أبي الذي لطالما كان سندًا في ظهري وكان أبي وصديقي وأخي وكل حياتي حفظه الله

خـــــــــــطةالبـــــــــــحث:

مقدمة.

الإطار المنهجي.

الاشكالية.

تساؤلات الدراسة.

اسباب إختيار الموضوع.

اهداف الدراسة .

اهمية الدراسة .

تحديد المصطلحات.

منهج الدراسة .

أداة الدراسة .

مجتمع البحث والعينة.

المجال الزمني للدراسة.

الدراسات السابقة.

تقييم الدراسات السابقة.

الفصل الأول: العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.

المطلب الثاني: أنواع العلاقات العامة

المطلب الثالث: وسائل الإتصال في العلاقات العامة

المطلب الرابع: عوامل نجاح العلاقات العامة.

المبحث الثاني: ماهية المؤسسة الخدماتية

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الخدماتية

المطلب الثاني: أسس وعناصر المؤسسة الخدماتية

المطلب الثالث: وظائف المؤسسة الخدماتية

المطلب الرابع: جمهور المؤسسة الخدماتية

المطلب الخامس: أهمية العلاقات العامة في المؤسسة.

الفصل الثاني: الأنترنت واستخداماتها في العلاقات العامة

المبحث الأول: الأنترنت وأهميتها

المطلب الأول: مفهوم الأنترنت

المطلب الثاني: أهم الخدمات التي تقدمها الأنترنت

المطلب الثالث: وظائف الأنترنت

المطلب الرابع: أهمية شبكة الانترنت.

المبحث الثاني: استخدامات الأنترنت في العلاقات العامة

المطلب الأول: تطبيقات الأنترنت في المؤسسة.

المطلب الثاني: فوائد الأنترنت في المؤسسة.

المطلب الثالث: توظيف الأنترنت في العلاقات العامة.

المطلب الرابع:عيوب ومزايا الأنترنت في العلاقات العامة.

الفصل الثالث: دور الانترنت في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر لولاية المدية.

تمهيد

المبحث الأول: مؤسسة إتصالات الجزائر

المطلب الأول: نبذة عن المؤسسة العملية لإتصالات الجزائر

المطلب الثاني: مهام وأهداف المؤسسة العملية لإتصالات الجزائر.

المطلب الثالث: خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر

المبحث الثاني: تصور نتائج الدراسة.

المطلب الأول: تصور النتيجة الاولى.

المطلب الثاني: تصور النتيجة الثانية.

المطلب الثالث: تصور النتيجة الثالثة .

خاتمة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

الإطار المنهجي

مقدمة :

العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الإدارة، فهي بذلك تعد أحد مجالاتها التي من خلالها يكون تواصل بين الإدارة العليا للمؤسسة وجماهيرها المختلفة .

وإدراكا لأهمية العلاقات العامة وحساسية دورها في المؤسسات المختافة خصوصا المؤسسات الخدماتية التي تساهم بشكل كبير في تطوير العديد من الخدمات منها خدمة إحتياجات الأفراد والمجتمعات .

ونظرا لأهمية دورها ورسالتها وحاجتها لها، فهي الجهة التي تتولى تنظيم العلاقات العامة لتصل إلى أهدافها .

فالعلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية الجزائرية تعتبر وظيفة حديثة لم ترقى بعد إلى المستوى الذي وصلت إليه الدول المتقدمة، وهذا نظرا لغموض مفهومها ووظائفها وصلاحيتها الموكلة، كل ذلك ولد حاجة ماسة في الدول النامية من بينها الجزائر إلى إنشاء قسم مختص يحافظ على العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، يطلق عليه قسم العلاقات العامة ومما زاد هذا الأخير نشاطا وتقدمها هو الشبكة العنكبوتية التي تعتبر في هذه المؤسسات القلب النابض والوتر الحساس لوجود تعاملات بين العلاقات العامة والموظفين ونظرا لهذه الأهمية التي يكتسبها وجد الأنترنت وإستخداماتها في العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية بالإضافة إلى توفر بعض الأسباب الذاتية والموضوعية جاءت هذه الدراسة لموضوع دور الأنترنت في تحسين العلاقات العامة لمؤسسة إتصالات الجزائر لولاية المدية .

وتكمن أهمية الدراسة بالدرجة الأولى كون العلاقات العامة والأنترنت تقنية إتصالية فعالّة في نجاح المؤسسة مع وضوح طبيعة موقعها من الهيكل التنظيمي للمؤسسة الخدماتية .

كما لهذه الدراسة عدة أهداف من بينها إبراز أهمية الوسائل الإتصالية والتكنولوجية المستخدمة داخل المؤسسة والكشف عن التحديات التي لطالما تواجه استخدامات الأنترنت داخل المؤسسة الخدماتية، وقد تم انجاز هذه الدراسة في مقدمة وخاتمة وأربعة فصول :

الفصل الأول: وفيه تم التطرق لمضوع الدراسة وإطارها المنهجي تضمن إشكالية الدراسة وأسباب إختيارها وأهميتها ، الأهداف المرجوة من البحث وأهم المفاهيم المتناولة في البحث وعرض الدراسات السابقة المشابهة لها وكا تم ذكر المنهج المتبع ومجتمع الدراسة وفي الأخير أداة البحث .

الفصل الثاني: والمعنون علاقات العامة في المؤسسة الخدماتية وقد تم قسم هذا الفصل إلى مجموعة من النقاط التالية: مفهوم العلاقات العامة ، أنواع العلاقات العامة، وسائل إتصال العلاقات العامة، عوامل نجاح العلاقات العامة، أهمية العلاقات العامة في المؤسسة، مفهوم المؤسسة الخدماتية ، أسس وعناصر المؤسسة الخدماتية .

الفصل الثالث: خاص بدراسة النظرية للأنترنت وتم التطرق فيه إلى مفهوم الأنترنت ، أهم الخدمات التي تقدمها الأنترنت، أهمية الأنترنت ، وظائف الأنترنت، تطبيقات الأنترنت في المؤسسة، فوائد الأنترنت، توظيف الأنترنت في العلاقات العامة، مزايا ومعيقات الأنترنت في العلاقات العامة .

الفصل الرابع: خصص للمعالجة الكمية لبيانات الميدانية أو بالأحرى التصور الأخير لنتائج هذه الدراسة وخاتمة .

الإشكالية:

تعد العلاقات العامة علم يعتقد الكثير من الناس أنه نشأ حديث وأنها كوظيفة لم تأخذ من أنها في الهيكل الإداري للمؤسسات إلى في عهود قريبة والمتابع لتطور تاريخ العلاقات العامة يلاحظ أن تطور العلاقات العامة والرسائل التكنولوجية المستخدمة فيتحقيق وتنفيذ نشاطاتها وظائفها ساند كثيرا في تطوير برامج العلاقات العامة.

إذن فالعلاقات العامة هي نشاط يمارسه الإنسان منذ القدم وكل من العصور فهي تستخدم كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعايش مع من حوله، فقط الجديد الذي حصل على مستوى العلاقات العامة يكمن في تطور الوسائل والتقنيات والتكنولوجيات الحديثة وتسخيرها في سبل خدمة وتطوير أعمالها ونشاطاته والارتقاء بها إلى مستويات متقدمة تختلف اختلاف آليات كما كانت تعمل به في السابق.

وتماشيا مع تطورات التكنولوجية وظهور الأنترنت التي أخذت حيزا كبيرا في الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات بصورة عامة نظرا لكونها الوسيلة الأسياسية ف ي تحقيق التفاعل مع الآخرين للوصول إلى الأهداف العضوية وبالتالي هي شبكة عالمية، ونظام يظهر مجموعة من الحواسيب مرتبطة بعضها البعض والسير وفق تقنيات معينة.

ولقد اختصت هذه الوسيلة التكنولوجية الحديثة عن غيرها بسمات ومميزات أساسية ميزتها عن سائر الوسائل التكنولوجية الأخرى واستخدامها بتكاليف قليلة وفي وقت قصير للغاية وبما أنها توفر العديد من الخدمات لمستخدميها منها البريد والمواقع الإلكترونية للإتصال والتواصل والإستفادة من المعلومات والبيانات، ولقد تجاوزت الأنترنت خدمة الفرد والمجتمع والأنظمة، وتختلف المؤسسات باختلاف نشاطها وخدماتها، لذلك انقسمت إلى مؤسسات إقتصادية وأخرى خدماتية، وبذلك يمكن القول أن المؤسسة الخدماتية هي نظام يتكون من مجموعة أشخاص ووسائل منظمة ومتفاعلة وهذا ما جعلها تتميز عن غيرها من المؤسسات

بمحورين أساسيين يرتكزان في الزبون، ووجود خدمة لأنها تحرص على تحسين أدائها وتستخدم في ذلك مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة، ومن الوسائل التي يمكن أن تستخدمها المؤسسة الخدماتية هي الأنترنت في جل تعاملاتها الخارجية والداخلية لسهولة تبادل المعلومات والبيانات بين الموظفين ومع المؤسسات الأخرى، ومن بين المؤسسات الخدماتية مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية المدية هي من بين أهم المؤسسات الرائدة خاصة في مجال الهاتف، هي مؤسسة خدماتية عمومية حكومية تتعامل مع المواطنين بشكل دائم لأهمية الخدمات التي تقدمها واستغلالها لتكنولوجيات الحديثة في تعاملاتها الخارجية والداخلية بين الموظفين والزبائن ومنه نطرح الإشكال التالي:

- **كيف تساهم شبكة الانترنت في تحسين العلاقات العامة بين موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر؟**

ومنه تتفرع مجموعة من الأسئلة الفرعية كالتالي:

ماهي التطبيقات الالكترونية للانترنت داخل مؤسسة اتصالات الجزائر في العملية الاتصالية للجمهور؟

ماهي الخدمات التي تقدمها الانترنت لتحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة؟

ماهي التحديات التي تواجه تطبيق الانترنت في المؤسسة اتصالات الجزائر لتحسين العلاقات العامة؟

أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أسباب اختيارنا للموضوع أو هذه الدراسة لمجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية نلخصها فيما يلي:

1.الأسباب الذاتية:

الرغبة والشغف الملح في البحث عن أدوار الأنترنت وما أفرزته من تطورات وانعكاسات على جميع الأصعدة والمجالات بما في ذلك تأثيرها على وظيفة العلاقات العامة باعتبارها وظيفة إدارية تقوم على التخطيط والاتصال.

قلة الدراسات التي تطرقت إلى موضوع استخدام الانترنت في تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية.

تسليط الضوء على الوظيفة الإدارية في ظل وجود التكنولوجية الحديثة داخل المؤسسة وبين الموظفين.

الأسباب الموضوعية:

التطور الملحوظ الذي وصلت إليه العلاقات العامة على مستوى المؤسسات العالمية، والدور البارز الذي تؤديه في كسب رضا وثقة جمهورها الداخلي والخارجي.

الدور الحقيقي الذي تحظى به مؤسسة اتصالات الجزائر في المجتمع في ظل التطور التكنولوجي والتقني في عالم الإعلام والاتصال.

تبيان أثر استخدام التكنولوجيات الحديثة للاتصال عموما والانترنت خصوصا ودورها في تفعيل وتحسين العلاقات العامة.

أهداف الدراسة:

هناك مجموعة من الأهداف والتي نسعى إلى تحقيقها فهي مرتبطة ارتباطا مباشرا بالموضوع في حد ذاته والتي سنحاول الوصول إليها من خلال هذه الدراسة تحقيق الأهداف التالية:

إبراز أهم الوسائل الاتصالية والتطبيقات التكنولوجية المستخدمة داخل المؤسسة.

محاولة الوقوف على الأهداف العملية والعلمية التي تبرزها الأنترنت في تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية فيما يتماشى وتطورات العصر.

الكشف عن التحديات التي طالما تواجه استخدامات الانترنت داخل المؤسسة الخدامتية.

أهمية الدراسة:

إن أهمية الدراسة تكمن في أهمية الموضوع في حد ذاته فحاجة المؤسسة اليوم لاستخدام التكنولوجيا الحديثة (الانترنت) أصبحت ضرورة ملحة في عمل العلاقات العامة خاصة أن نشاط العلاقات العامة أساسا يتركز عليها في عملية التواصل وبما أن الانترنت أصبحت وسيلة هامة للعلاقات العامة في المؤسسة خاصة في ظل المنافسة بين المؤسسات والتطور التكنولوجي الحاصل وهذا الأخير يبرز دور الأنترنت والمهام التي تقوم بهافي تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسةوكذا القضاء على الصعوبات والعراقيل التي تعيق العمل الإداري وسيرورة العمل داخل المؤسسة وخارجها.

إضافة إلى ذلك تكمن أهمية الدراسة في النتائج المتوصل إليها التي تفيد في الحصول على معلومات طبيعية لاستخدام الأنترنت في المؤسسة الخدماتية ومجالات استخدامات وانعكاسات هذا الاستخدام على أداء المؤسسات، والخدمات التي تقدمها وفتح مجال للباحث والمتخصص لإجراء المزيد من الدراسات حول هذا الموضوع.

تحديد المصطلحات:

اولا:العلاقات العامة (les relation publique)

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

الأولى:العلاقات

الثانية: العامة.

أ -فالعلاقات هي جمع علاقة والعلاقة تعني رابطة وهي حصيلة الصلات والاتصالات بين هيئة أو شركة أو منظمة من جهة والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى.

وهي فن إقامة التفاهم بين شخصين أو مؤسسة أو جمهور.

ب - **أما العامة:** فتشير إلى الجماهيرية، هي خلاف الخاصة ويقصد بها الجمهور الشامل الذي تربطه مصالحه ونشاطاته بالهيئة أو المنظمة.

2 **اصطلاحا:** على الرغم أن هذا المصطلح قد أصبح شائعا في ميدان علوم الإعلام والإتصال، فإن الباحثين لم يتوصلوا إلى تعريف محدد، لذلك جاءت تعاريف العلاقات العامة مختلفة من باحث إلى آخر ومن هيئة إلى أخرى ومن قاموس إلى آخر، ويمكن ذكر عينة منها على أساس هذا التصنيف.[1]

3 تعريف العلاقات العامة:

هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين الطرفين على أساس من الاتصال الإقناعي السليم الرامي إلى إحداث نوع من الروابط الانسانية السليمة في المجتمع

[1] علي عجوة، **الأسس العلمية العلاقات العامة**، ط1، عالم الكتب، مصر، 1993، ص21.

وكسب تأييد الجمهور وضمان التفاهم التام بين المؤسسة، لأن العلاقلات العامة في مفهومها الطبيعي هي عبارة عن حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور.[1]

أ – **إجرائيا:** العلاقات العامة وظيفة إدارية مهمة في أي هيكل تنظيمي تساعد على إقامة تواصل وفهم متبادل بين هيئة وجماهيرها وتساعد الغدارة على حل مشاكلها وهي بمثابة دعامة أساسية في تطور المؤسسات.

الدور:

ب – **اصطلاحا:** هو سلسلة من التعيينات يتوقع أن يقوم بها الشخص المنوط به الدور الذي يحتل موقعا في إطار مؤسسي وذلك في مقابل مواقع أخرى مترابطة ومتكاملة، ولكن منها واجبات وحقوق خاصة بالأداء توضحها قواعد ومعايير ثابتة ومعروفة.[2]

ثانيا :المؤسسة الخدماتية:

أ –**إجرائيا:** هي عبارة عن مجموعة من الأفراد ذوي خبرات مع توفر الوسائل المادية، التقنية، المالية والبشرية مجسدة في شكل نظام تتفاعل فيه العديد من العوامل الداخلية والخارجية بهدف إنتاج خدمات موجهة إلى إرضاء المستهلك.، هي المؤسسات التي ينحصر نشاطها في تقديم الخدمات التي يحتاجها المجتمع لتلبية رغبات المستهلكين.

1 المؤسسة:

أ – **إصطلاحا:** يعرفها **(ericvatteville)**: بأنها مجموعة إنسانية رسمية ودائمة أو ذات سيادة ذاتية تقع تحت وصية مشتركة وهي تنتج أو تتبادل أو تتبادل السلع والخدمات.[1]

---

[1] سمير حسن، **العلاقات العامة**، مجلة عالم الصناعة، العدد 11، 1973، ص78

[2] عبد الله جمعة الكنيسي، محمود مصطفى قمبر، **دور المؤسسات التعليم العالي في التنمية الاقتصادية للمجتمع**، الدوحة، دار الثقافة للطباعة والنشر والتوزيع، 2001، ص09.

المؤسسة: هي عبارة عن مجموعة من الأفراد يشتركون في هدف واحد، وهو الحصول على أجر مقابل استثمار أو عمل منجز، هؤلاء الأفراد يتمثلون في المالك والعمال.

2 – تعريف المؤسسة الخدماتية:

أ– اصطلاحا:

تعرف على أنها : تلك المؤسسة التي تناط بها مهمة تقديم الخدمات، بغية تلبية حاجيات المستهلكين، كالمؤسسات التجارية و مؤسسات التأمين و غيرها، فهي تضطلع هي الأخرى بهذه المهمة عبر أو بواسطة وسائل تشغيل مختلفة و بإشراف و تنفيذ القوى العامة البشرية.[2]

كما تعرف أيضا على أنها:

المؤسسات التي تقدم خدمات معينة كمؤسسات النقل، مؤسسات البريد والمواصلات، المؤسسات الجامعية ومؤسسات الأبحاث العلمية الخ أي هي كل مؤسسة يتحدد عرضها الأساسي في تقديم الخدمات للعملاء.

ج – مديرية اتصالات الجزائر:

اتصالات الجزائر هي مؤسسة عمومية اقتصادية ذات طابع خدماتي تأسست عام 2003، تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقال موبيليس وخدمات الانترنت جواب والاتصالات الفضائية، نشأت بموجب قانون فبراير 2000 المرتبط بإعادة هيكلة قطاع

---

[1]Frank comerais et acain melon, **la communication ouvatedition liaison**, paris, 1994, p22.

[2]قداش سمية، **أثر التسيير التوقعي للوظائف والكفاءات على الخدمة المقدمة**، رسالة ماجيساتر في علوم االقتصاد ، جامعة ورقلة .، 2011، ص47.

البريد والمواصلات لفصل قطاع البريد عن قطاع الإتصالات، وقد دخلت رسميا في سوق العمل في 01 جانفي 2003.

منهج الدراسة:

هو الطريقة التي يتعين على الباحث أن يلتزمها في بحثه حيث يتقيد بإتباع مجموعة من القواعد العامة التي تضمن على سير البحث، ويسترشد بها الباحث في سبل الوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث.[1]

كما نتناول دراستنا موضوعبحث في ميدان تكنولوجيا الإتصال في مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية المدية وأثره ا على العلاقات العامة، فالمنهج المتبع لمثل هذه الدراسات هو منهج دراسة حالة الذي يأتي شرحه من خلال الخطوات التالية: إن كلمة حالة في اللغة العربية تعني حال الشيء، أي ما هو عليه من وضع سواء كان شخصا أو هي تفيد كنية الشيء من حيث تكوينه الخاص في إطار المحيط المتفاعل معه، ويقابل هذه الكلمة في الفرنسية كلمة le cas التي تشير إلى الوضعية التي عليها الشيء.[2]

بشكل عام يمكن تعريف منهج دراسة الحالة بحسب رأي بعض الكتاب بأنه عبارة عن بحث متعمق لحالة محددة بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على حالات أخرى مشابهة.[3]

---

[1] عبد الفتاح خضر، **أزمة البحث العلمي في العالم**، سلسلة دراسات تصدر عن مكتب صلاح الحميلان للمحاماة ةالاستشارات القانونية، الرياض، م ع س، ط3، 1992، ص17.

[2] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والإتصال (الجزائر)**، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص301-302.

[3] محمد عيينات، محمد أبو نصار وعقلة مبيضين **، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، الجامعة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 1999، ص44.

اعتبارا بأن مؤسسة اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية يجب دراستها كحالة (دراسة جانب تكنولوجيا الإتصال بها) لذا اخترنا منهج دراسة الحالة باعتباره المنهج المناسب لجمع أكبر عدد من البيانات والمعلومات، وكذلك الوصف والتعمق في لب الوحدة المدروسة رغبة في الحصول[1] على معلومات متعلقة بتكنولوجيا الإتصال **(الانترنت)** في المؤسسة محل البحث مع التركيز على دراسة حالة العلاقة الإتصالية بين الموظفين وأثرها على تحسين العلاقات العامة.

وتم إستخدامه في هذه الدراسة لجمع المعلومات حول مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية، ومعرفة مدى استخدام الانترنت في تحسين العلاقات العامة بين الموظفين في هذه المديرية.

أداة الدراسة:

إن أدات البحث متعلقة بنوع المنهج المستخدم في الدراسة، وبما إننا استعملنا منهج دراسة الحالة فإن الأدات التي يمكن استخدامها هي كالتالي:

الاستبيان:

يعتبر الاستبيان أداة أساسية نظرا لطبيعة الإطار التطبيقي وهو من الأدوات الشائعة الاستعمال في علوم الإعلام والإتصال، حيث يعرف على أنه تقنية مباشرة للتقصي العلمي إزاء الأفراد ويسمح باستجوابهم بطريقة موجهة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين وترسل لأشخاص معينين بالبريد أو عن طريق المقابلة للحصول على الأسئلة الواردة فيها.[2]

---

[2] عمار بوحوش، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص223.

وهو أداة تمكن الباحث من جمع البيانات الخاصة بالدراسة في شكل أسئلة مقننة مفتوحة أو مغلقة توجه إلى المبحوثين قصد الحصول على معلومات حول قضية معينة أو اتجاه موقف معين.[1]

وقد استخدمنا الاستبيان لأنه أكثر تناسبا لموضوعنا قصد الحصول على معلومات دقيقة لا نستطيع ملاحظتها وحتى نثري موضوع دراستنا أكثر، فالاستبيان يعتبر من الأدوات شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، وخاصة في علوم الإعلام والإتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال المبحوثين، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها والاستبيان في تصميمه قريب من الدليل المرشد المتضمن لسلسلة أسئلة، التي تقدم للمبحوث وفق تصور محدد الموضوعات.

تبنى الإستمارة على أسئلة مغلقة ترتبط إرتباطًا وتبعا للموضوع المدروس وإستعنا بهذه الأداة لأنها تلائم مجتمع البحث وعلى هذا المبحوث تضمن إستبيان أسئلة موزعة كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: تطبيقات الانترنات داخل مؤسسة اتصالات الجزائر .

المحور الثالث: الخدمات التي قدمتها الانترنت في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر.

المحور الرابع: تحديات ورهناتشبكة الانترنت في تخسين العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر.

---

[1] غازي عناية، **البحث العلمي في البكالوريوس**، ماجستير، دكتوراه، دار المناهج للنشر، 1999، ص81.

مجتمع البحث والعينة:

إن مجمتع البحث (كماعرفه الباحثون) هو جمع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث او هو مجموع محدود من المفردات (العناصر،الوحدات) محدد مسبقا حتى تنصب الملاحظات ومجتمع دراستنا هو موظفي المؤسسة العملية لإتصالات الجزائر وعددهم الاجمالي 50 موظف منهم 31 ذكورو 19 بنات والعينة هي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات فليست العينة الا مثالا او مجموعة الامثلة ملتقاة من مجتمع بحث كبير وبما ان دراستنا محدودة اخترنا فيه عينة لتمثل كافة مفردات المجتمع واعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية وتعرف على عدة اسماء متعددة مثل : العينة النمطية وهي اسماء تشيرالى العينة التي يقوم الباحث بإختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لامجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بإنتقاء المفردات الممثلة اكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وقد وقع اختيارنا لعينة الدراسة بحيث اخترنا المؤسسة العملية اتصالات الجزائر لولاية المدية واتجهنا قصدا الى الجمهورالداخلي **(الموظفين)** والذي يقدرعددهم 25 عاملا والتى سنقوم بتوزيع استمارة الاستبيان عليهم بإختلاف الجنس والسن والرتبة والموزعين بقسم العلاقات العامة للمؤسسة العملية لإتصالات الجزائر وهذاتحت مسمى (اطار،موظف عادي،مكلف بالإتصال ....)

اطارين (02) تقنيين (05) نائب مديرومساعده (02) موظف عادى (10) مكلفين بالإتصال (06) وبذلك تم التركيز عليها لأنها تمثل مجتمع البحث والعينه .

مجال الدراسة:

1- **المجال المكاني:** يتمثل المجال المكاني في مجتمع البحث الميداني الخاص بهذه الدراسة في المؤسسة العمليةلاتصالات الجزائر بولاية المدية.

2- **المجال الزماني:** انطلقت الدراسة الميدانية يوم 01 فيفري 2020 لتستمر إلى غاية 22 مارس 2020.

3- **المجال الموضوعي:** اقتصرت الدراسة على الدور الذي تلعبه شبكة الانترنت في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة العملية اتصالات الجزائر بولاية المدية.

الدراسات السابقة:

الدراسات الأولى : دراسة تحسين منصور وهيا تحسين منصور بعنوان : أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، وتهدف هذه الدراسة إلى تعرف تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة المتمثلة في البحوث والتخطيط والاتصال والتقويم في القطاع الصحي الأردني، وبيان الفروق لأثر هذه التطبيقات على وظائف العلاقات العامة لبعض المتغيرات الديمغرافية والوظيفية واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- تستخدم إدارة العلاقات العامة تكنولوجيا الاتصال، وتستخدم تكنولوجيا الاتصال في وظائف العلاقات العامة حسب الترتيب التالي : التخطيط، الاتصال، البحوث والتقويم.
- وجود أثر لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة.

الدراسة الثانية : دراسة طه حسين نوي بعنوان : التطور التكنولوجي ودوره في تفعيل إدارة لمعرفة بمنظمة الأعمال، حالة المديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، وجاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي : ما مدى تطبيق منظمة الأعمال لإدارة المعرفة بمختلف أبعادها، وكيف لها أن تستفيد من أوجه التطور التكنولوجي في تفعيل إدارة معارفها.

هدفت الدراسة إلى محاولة إبراز الدور الكبير الذي يلعبه التطور التكنولوجي وبالخصوص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل إدارة المعرفة، وتوضيح العناصر الأساسية في

هذه الأخيرة، والتي تسمح برفع قدرات الأفراد والمنظمات: من أجل الإحاطة قدر الإمكان بكل المعارف الممكنة: وهذا من خلال :

- توضيح مفهوم المعرفة وإدارتها وتوضيح أهمية نظم المعلومات ونظم قواعد المعرفة.
- إبراز دورا إدارة المعرفة في تحسين عملية اتخاذ القرار بالمنظمة.

ولقد تمثلت نتائج الدراسة في ما يلي:

- أن المنظمة تعتمد على معظم المبادئ التي جاءت بها إدارة المعرفة.
- تعتبر المؤسسة المعرفة من أهم الموارد الإستراتيجية التي تحقق لها صفة التميز عن باقي المعرفة بالمؤسسة.
- غياب أسلوب البحث والتطوير في المؤسسة محل الدراسة كأداة لإنشاء واكتساب المعرفة بالمؤسسة.
- عدم تفريق المنظمة بين نوعي المعرفة الأساسيين: المعرفة الصريحة والمعرفة الضمنية.
- هناك اهتمام للمؤسسة بكل ما هو حديث في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الدراسة الثالثة : دراسة خالد فؤاد عياد بشارة، رسالة ماجستير غير منشورة، والمعنونة بـــ: **دور التكنولوجيا الجديدة في العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على شركة المقاولون العرب جامعة القاهرة**

أهم نتائج هذه الدراسة أن الباحث توصل إلى 'مكانية استخدام الكمبيوتر في تناول ومعالجة أخبار وموضوعات العلاقات العامة سواء كانت نشرات أو معلومات.

- يستخدم الفيديو تكس في مجال العلاقات العامة في إمكانية الوصول إلى شرائح مختلفة من الجمهور.

- تتيح تكنولوجيا البريد الالكتروني نقل الرسائل من خلال تكنولوجيا الفاكسميل.
- تتيح تكنولوجيا عقد المؤتمرات عن بعد المشاركة في المؤتمرات دون الانتقال لمكان الاجتماع.

تقييم الدراسات السابقة:

من خلال الدراسات السابقة التي تم عرضها يمكن القول أنه توجد العديد من الدراسات التي تتقاطع مع موضوع محل الدراسة **دور الانترنت في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر** وذلك سواء من الناحية النظرية والتطبيقية حيث عمدنا إثر ذلك اختيار الدراسات التي رأيناها أنها تخدم متغيرات الدراسة خاصة وأنها تفيدنا في طرح الإشكالية والتساؤلات بالإضافة إلى اختيار المنهج وأدوات جمع وتحليل المعلومات.

من خلال استعراضنا لأهم النقاط التي تطرقت إليها الدراسات التي اعتمدنا عليها والمتمحورة أساسا حول دور الأنترنت في تحسين العلاقات العامة يتبين أن السمة الأساسية التي تجمع الدراسات المعتمدة هي كون أنها جميعها حديثة، وتم إجرائها في المؤسسات الجزائرية كما أنها ركزت على الدور البارز للعلاقات العامة في بناء وتحسين التعاملات والخدمات المتاحة للوسائل الحديثة في المؤسسات مثل الانترنت، وهو ما أفادنا كثيرا لا سيما من حيث النتائج المتوصل إليها وكذلك المناهج المتبعة في هذه الدراسات وكذا أدوات التحليل، حيث أن هذه الأمور ساعدتنا في انتقاء الخطوات المنهجية التي مكنتنا من إنجاز هذه الدراسة.

الفصـــل الأول:

العلاقـــات العامـــة

فـــي المؤسســـة الخدماتيـــة

تمهيد :

إن التعريف بالعلاقات العامة و تناول نشأتها وبدايتها وتطورها والعلاقة بين مفهومها وغيره من المفاهيم المتعلقة بأوجه النشاطات الأخرى، يعتبر شيء هام وضروري من أجل إزالة اللبس والغموض والتداخل الذي قد يربك الدارسين والمهتمين، كما أن الكشف عن خصائصها وسماتها كي يتعرف عليها الأفراد وفهم طبيعتها، من الأمور الهامة التي تؤكد أهمية هذا النشاط العلمي ودوره في المؤسسات والهيئات.

كل هذه الموضوعات وغيرها مثل الأهداف والوظائف، تمثل مدخلا نظريا هاما ينبغي دائما البدء به قبل الخوض في غمار المتغيرات الأخرى المنبثقة من العلاقات العامة أوالمتفاعلة معها والمؤثرة فيها والمتأثرة.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

في الواقع أن كثير من الناس يعتقدون أن العلاقات العامة شيء جديد وان نشاطها حديث نشأ في أعقاب الحرب العالمية الثانية، وأنها وظيفة جديدة بدأت تأخذ مكامها في التنظيمات الحديثة فقط، لكن لوا نظرا إليها لوجدناها ليست بالأمر الحديث ولكنها قديمة قدم المجتمع البشري.

المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة:

العلاقات العامة هي مسؤولية الإدارة التي تهدف إلى تكييف المنظمة مع بيئتها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية تماما كما تهدف إلى تكييف البيئة لخدمة المنظمة وذلك لتحقيق مصلحة الطرفين.

عرفها **ابراهيم إمام** : "أنها نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة ومفسرة لجماهير المؤسسة وذلك بغية الوصول إلى الانسجام أو التكيف الإجتماعي بين المؤسسة والجماهير".[1]

وهذا التعريف يؤكد على أن العلاقات العامة تهدف إلى كسب ثقة وتأييد الجماهير مستخدمة في ذلك وسائل الإتصال والتفسيرات المختلفة.

ويرى **محمود محمد الجوهري** : "فن معاملة الجمهور، وكسب رضاه أو الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجماهير وتحقيق المصلحة العامة".

لقد أوضح هذا التعريف بأن العلاقات العامة "فن يحتاج إلى مهارة وحسن تصرف وتجديد مستمر في تعاملها مع الجمهور وتحقيق كسب ثقة وفقا لسياسة مرسومة ومخططة لتحقيق مصلحة الزبائن".

[1] ابراهيم إمام، **العلاقات العامة والمجتمع**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1961، ص21.

أ- المعاجم والقواميس:

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

قاموس علم الإجتماع: أنها "بناء ينظم نظريات وتكتيكات تفيد في دراسة وتحديد العلاقات ما بين المؤسسة وجماهيره".

أما **قاموس le petit larousse**: عرف العلاقات العامة بأنها: "نشاط محترف يهدف إلى إعلام الرأي العام بما حققته المؤسسة، وهذا من أجل تحسين صورتها الذهنية" .

و**قاموس أمريكي للعلاقات العامة** :"الأنشطة التي تقوم بها المنظمة لتحقيق علاقات طيبة مع الجمهور".[1]

ب- تعريفات الباحثين الأجانب والعرب:

عرفها **سيدل** على أنها: " عملية مستمرة من خلالها تسعى الإدارة إلى المحافظة وتعزيز الفهم وزرع الثقة بين الزبائن والمساهمين والمستخدمين وبين المؤسسة والحكومة والجمهور بشكل عام، ويتم ذلك داخليا من خلال التحليل الذاتي والتصويت خارجيا من خلال جميع أساليب التعبير"

من خلال هذا التعريف نجد أنه قد ركز أكثر من جانب حيث أشار إلى أن العلاقات العامة عملية مستمرة، كما ذكر الجمهور بنوعية وكذا الوسائل التي تستخدم في الإتصال به من جانب آخر.

[1] طارق شيرين يونس، **إدارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ وسياسات**، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص193.

أما **بلومفيلد**blue Mofild يعرف العلاقات العامة بأنها:" فن التأثير على الآخرين لسلوك نفس الطريقة الذي تتبعه".

يوضح هذا التعريف بأن "العلاقات العامة فن أي أنها تعتمد على مهارة القائم بعملية العلاقات العامة وحسن تصرفه وتجديد ابتكاره" .

تعريف **كريستيان**Kristian العلاقات العامة بأنها: "الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فطرة صحيحة عن المؤسسة، فيساندونها في أزماتها ويعضدونها في أهدافها ويشجعون في نشاطها".

وأهم ما يؤخذ على هذا التعريف أنه اختصر فقط على جانب واحد من جوانب العلاقات العامة، وهو الاتصال بالجمهور للتأثير فيه ولم يشير التعريف إلى دور العلاقات العامة في معرفة اتجاهات وآراء الجماهير فيما تقدمه هذه المؤسسات حتى تستعين بتلك الإتجاهات والآراء في تعديل سياستها وبرامجها وخططها.

العلاقات العامة هي مسؤولية الإدارة التي تهدف إلى تكييف المنظمة مع بيئتها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية تماما كما تهدف إلى تكييف البيئة لخدمة المنظمة وذلك لتحقيق مصلحة الطرفين.

لقد عرفت العلاقات العامة تغيرات حافلة على مر التاريخ وذلك منذ ظهورها في أولى أشكالها البدائية إلى أن وصلت وصارت على ما هي عليه اليوم، فقد تعددت الرؤى والمفاهيم للعلاقات العامة مع تعدد الديانات، والحضارات، فالعلاقات العامة نشاط مهم تحرص عليه المؤسسات الكبرى التي تعنى بتعزيز الصلات بزبائنها.

وقد مرت بعدة محطات ساهمت في نموها وتطورها وعملت على إعطائها الطابع الذي تسعى إلى تنمية وتطوير المؤسسة باستخدام مختلف الأساليب الخاصة بهدف كسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي ومن تلك التطورات التي مرت بها نجد:

1 العلاقات العامة في العصور القديمة:

ظهرت العلاقات العامة في المجتمعات البدائية من خلال العلاقات التي كانت سائدة بين أفراد الأسرة الواحدة، والتي سعت فيها لتصبح عشيرة تنتسب إلى أصل واحد، حيث كان شيوخ وزعماء القبائل يحاولون إقناع الآخرين بحقوقهم عن طريق محاولة إرساء التفاهم بينهم والتعاون عن طريق إقامة علاقات ودية متبادلة خاصة في الحروب والنزاعات.

فقد كان زعيم القبيلة يلعب دور القائم بالإتصال أو ما ينوب عنه من أطباء وشعراء، وكانوا يستخدمون وسائل بدائية في توصيل المعلومات تتمثل في الطبول والرقص وألوان الملابس ونوعيتها، وأيضا استخدام بعض الإيحاءات الملموسة متمثلة في الكلمات والحركات الجسمانية كأعمال السحر مثلا .[1]

2 العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

شهدت العلاقات العامة تطورا ملحوظا بفضل جهود الشعراء والخطباء والكتاب الذين يلتحقون بالدعوة الإسلامية وعلى الجهاد في سبيل الله .

واستطاعت الحضارة السالمية أن تظهر مفهوم العلاقات العامة من خلال اعتمادها على أساليب مختلفة والتي جاء بها الرسول صلى الله عليه وسلم من لقاءات ورسائل ومبعوثين حيث نجد أن الفاطميين والشيعة كانوا من أكثر المسلمين اتقانا للدعوة وفنونها ومتمرسين في أساليب التأثير في النفوس، واعتماد الصدق ومحاولة إقناع الناس بالعلاقات الطيبة، كما استخدموا الأعياد الدينية والمواسم، وهذا ما يدخل في صميم العلاقات العامة.

وأصبح القرآن الكريم وسيلة اتصال بين الناس، فهو لا يزال يمثل أكبر أثر إعلامي من حيث بالغة التعبير وقوة التأثير واتساعه، ما لم تبلغه أية وسيلة إعالمية، فقد جمع بين

[1] طارق شيرين يونس، مرجع سابق ص194.

الماليين من الناس باختالف ألسنتهم وألوانهم وأجناسهم ووحد بين مشاعرهم بشكل كبير تعجز عنه وسائل الإعلام في العصر الحديث لقوله تعالى: "ادعوا إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن " (سورة النحل آية 125).[1]

وقال الله تعالى في موضع آخر: "ألم ترى كيف ضرب الله مثال كلمة طيبة كشجرة أصلها ثابت وفرعها في السماء " (سورة إبراهيم الآية 42) وكل ذلك دلالة قاطعة على ضرورة الإهتمام بالعلاقات العامة.

3 العلاقات العامة في العصور الوسطى:

يطلق عليها بالعصور المظلمة، وهي أسوء العصور التي مرت بها البشرية في المجتمعات من ظلمات التعصب نتيجة الجهل والفساد والتعصب الديني في هذه الفترة، كما اتصفت هذه العصور بالإنحلال الإقتصادي والإجتماعي وانتشار النفوذ الإقطاعي، وتضاعف الإهتمام بدراسة آراء الناس ومعرفة رغباتهم، كما ظهرت الصحف والنشرات واستغلت هذه الأخيرة في شرح المذاهب المختلفة.

ومن هنا أخذ الإهتمام بالعلاقات العامة، حيث أمكن استخدامها في المجالات الدينية والإقتصادية والسياسية عن طريق المؤلفين والكتاب وغيرهم ممن ساهم في اإلعالم والنشر وخير مثال على ذلك الكنيسة الكاثوليكية التي اعترفت بأنه البد من استخدام فنون الدعاية المختلفة وتخريج متخصصين في الدعوة الدينية التبشيرية بإنشاء معهد خاص بذلك.

[1] جميل أحمد، **العلاقات العامة**، الدار المسيرة للنشر والتوزيع، د.ط، 1998، ص22.

4 العلاقات العامة في العصور الحديثة:

مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث، استخدم لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن 19م، وقد كان " دومان إيتون" من مدرسة بيل للقانون من الأوائل من استخدموا هذا المصطلح، وذلك في خطاب ألقاه عام 1882 بعنوان "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية "، ثم ظهر هذا المصطلح سنة 1906 وكذلك سنة 1916 في الأحاديث التي ألقاها مدير شركة السكة الحديدية في "بلتيمور" و"أومايو" حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة التي تتصل بها.[1]

ولم تظهر العلاقات العامة بشكل أكثر وضوحا حتى الثورة الأمريكية، حيث كان الوطنيون الأمريكان واعين بالدور الهام الذي يمكن أن يلعبه الرأي العام في الحرب مع الإنجليز، مع بناء خطوط نشاطاتهم، وعلى سبيل المثال فإنهم خططوا الأحداث بناءا على حفلة شاي في بوسطن لجلب انتباه الجمهور، واستخدموا مجموعة من الرموز كشجرة الحرية التي يمكن ملاحظتها بسهولة تساعدهم في تصوير قضيتهم بشكل ايجابي.

ففي العصر الحديث بدأت أول خطوات العلاقات العامة نحو التقنين العلمي، في محاولة البحث عن أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة، حيث نجد الكثير من الجدل المثار حوله، إذ هناك من يرى أن توماس جيفيرسن thomasjeffersson ثالث رئيس للولايات المتحدة الأمريكية هو من الأوائل مناستخدموا هذه العبارة.

ونجد أيضا الباحث ادوارد بيرنيز Edward bernays هو من أبرز الشخصيات الذي كان له دور كبير في بلورة أفكار العلاقات العامة كمادة في جامعة نيويورك، واهتم في مؤلفاته بمصالح الجماهير وضرورة تزويدها بالمعلومات الصادقة والصحيحة، كما ركز على المسؤولية الإجتماعية في العلاقات العامة.

---

[1] جميل أحمد، **نفس المرجع، ص ص**22-23.

وأصدر ادوارد بيرنيز كتاب سنة 1923 بعنوان بلورة الرأي العام، كما يعود إليه الفضل في إنشاء حلقة من المتخصصين في مجال العلاقات العامة(public relations)

والتي تعتبر مرجعا أساسيا للعلاقات العامة المعاصرة، وبعد أن نضجت ممارسة العلاقات العامة في أمريكا، بدأت بالإنتقال إلى أوروبا في الدول آالنجلوسكسونية أولا ثم بعد ذلك الدول الفرانكفونية أهمها فرنسا.

وأصبحت جامعة "بوسطن" في أمريكا تمنح درجات الماجيستر والدكتوراه في العلاقات العامة والاتصال، ويوجد هناك المئات من المعاهد الأخرى والتي تمنح دراسات عليا فيها.

وفي الختام يمكن القول أن تاريخ وتطور ونشأة العلاقات العامة كان مرافقا لتحسين الوسائل المستخدمة في خلقها، وبشكل يتلاءم مع احتياجات وظائف وخدمات المنظمات المختلفة، ومع ميزانيتها وحجمها وطبيعتها وتقاليدها وما إلى ذلك.[1]

المطلب الثاني: أنواع العلاقات العامة

لأن نجاح العلاقات العامة يبدأ من العاملين بالشركة، عليك أن تتعرف على أنواع العلاقات العامة في الشركة.

تنقسم أنواع العلاقات العامة في الشركات إلي نوعين وهما:

1 العلاقات العامة الداخلية.

لكل نوع منهما مهامه وأدواره الخاصة به التي تساهم بدورها في تحقيق خطط واستراتيجيات الشركة.

[1] جميل أحمد، **نفس المرجع، ص** 24.

2 -العلاقات العامة الداخلية:

هذا النوع من أنواع العلاقات العامة الداخلية لا تقل أهميته عن العلاقات العامة الخارجية نظراً لأن بداية النجاح تنشأ من داخل الشركة أو المؤسسة أولاً.

تقوم المؤسسة أو الشركة من الداخل بتطوير مفاهيم الموظفين وإدراكهم بمهام وأنشطة الشركة من خلال :

– توضيح أهداف الشركة للموظفين وتوضيح دور كل موظف منهم في تحقيق كل هدف ومساعدتهم في فهم كيفية الوصول للهدف.

– مشاركة الموظفين بالشركة في وضع الأهداف من خلال سماع اقتراحاتهم وأفكارهم والتي من الممكن أن تكون مفيدة للمؤسسة نتيجة لخبراتهم.

– بناء وتقوية علاقة الموظفين بالشركة ومشاركتهم في القرارات لزيادة ثقتهم في الشركة، وبالتالي زيادة فرصة إستمرارهم في العمل بها وزيادة إصرارهم على تحقيق أهداف الشركة.

– تقوية علاقة الموظفين بالشركة لتحسين أدائهم وأيضاً لتحفيز الموظفين بالشركة على تحسين صورة الشركة وإظهارها بصورة إيجابية لدى العملاء

– الإهتمام بالموظفين بالشركة ومعرفة إحتياجاتهم وتلبيتها.

– إبقاء العاملين بالشركة على علم بجميع أمور الشركة من أنشطة أو إيجابيات أو سلبيات تمر بها الشركة.

– تشجيع الموظفين بالشركة على نتائج أعمالهم وتحقيقهم لأهداف الشركة.

– تكليفهم بالمهام المناسبة لهم ولوظيفتهم والإبتعاد عن المهام الخارجه عن إطار عملهم وقدراتهم.

كل تلك الخطوات عند قيام المؤسسة بتنفيذها، تساهم بها في عكس صورة جيدة عن الشركة وبالتالي زيادة نجاحها.[1]

3 -العلاقات العامة الخارجية

العلاقات العامة الخارجية للشركات والمؤسسات هي كل ما تقوم به الشركة خارجياً من أنشطة لتقوم بتقوية علاقة الشركة بالجمهور .

4 – العلاقات الخارجية: للشركة بالجمهور مثل:

– الأنشطة الخارجية.

– علاقة الشركة بوسائل التواصل الخارجية مثل الإعلام والصحافة.

– إستقبال العملاء وضيوف الشركة.

– إقامة الندوات الخارجية.

– الحفاظ على البقاء على اتصال بالوسائل الإعلامية الخارجية بطريقة إيجابية.

– إستخدام تلك الوسائل لبناء علاقات عامة خارجية يساعد شركتك في البقاء بأذهان الجمهور وتقوية سمعة شركتك وزيادة أرباحها.[2]

[1] https://promediaz.com/ar/**أنواع العلاقات العامة وأهم أهدافها وكيفية تحقيقها وقياس نجاح إستراتيجياته**ا , maifethi, 21 fevrier 2020.

[2] https://promediaz.com/ar/**أنواع العلاقات العامة وأهم أهدافها وكيفية تحقيقها وقياس نجاح إستراتيجياته**ا , maifethi, 21 fevrier 2020.

المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

يعتبر الإتصال ضرورة إجتماعية وانسانية واقتصادية، ويعني الإشتراك في الاتجاهات والمشاعر والمعلومات، كما أنه عملية تفاعل تمكننا من التأثير والتكيف مع الأوضاع المختلفة، ونستخدمه كوسيلة رقابية يوفر البيانات والمعلومات اللازمة لتخطيط المستقبل، حيث يساهم في تقديم خدمات للجماهير الداخلية والخارجية وتوطيد العلاقات بين المنظمة الخدماتية وجمهورها الداخلي والخارجي[1].

لهذا تستخدم العلاقات العامة مع نشاطها الاتصالي العديد من وسائل الإعلام المختلفة منها القديمة والحديثة والالكترونية، ونذكر من أهم الوسائل التي يتعامل معها أخصائيو العالقات العامة في المؤسسات الخدماتية فيما يلي:

1 وسائل الإتصال الشخصي المباشر:

يوجد العديد من وسائل الإتصال الشخصي المباشر نوضحها كالآتي:

أ- الندوات والمؤتمرات: يتم فيها تبادل المعلومات والخبرات والتفاعل بين المرسل والجمهور، تستخدمها إدارات العالقات العامة للتعرف على آراء المتخصصين في بعض الموضوعات، ويشترط في الندوة الفعالة حسن الاختيار الأفراد المؤطرين وتنظيم مواضيعها بدقة.

ب-المحاضرات: تختلف عن الندوة في عدم مشاركة الجمهور بموافقة المحاضرين على ذلك،وهي وسيلة اتصال لفظية تستخدم لنقل الأفكار والمعلومات ألعداد كبيرة من الأفراد في نفس الوقت.

[1] محمد مرضي الشمري، **الأداء الإتصالي في المؤسسات الأمنية وعلاقته بتنمية الوعي بالأمن الداخلي**، دراسة تطبيقية على دولة الكويت، رسالة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2017، ص10.

ج –الخطابات: تعتبر الخطابات والرسائل أحد وسائل اتصال شخصي غير مباشرة تعمل على نقل الأفكار بالكلمات المكتوبة وتهدف إلى الإتصال السريع المباشر مع فئات معينة ومحددة من الجماهير وغير مكلفة.

د–الرحلات: هي من أهم الوسائل التي توظفها العلاقات العامة للترويج عن أفراد الجمهور الداخلي وتقوية أواصر الصداقة بينهم ونجاح الرحلة مرتبط بمجهودات جبارة.

هـ –الزيارات: تعد الزيارات نوعا ما من الأحداث الخاصة التي تقوم بها المنظمة قصد إظهار تجهيزاتها وامكانياتها وشرح الطريقة التي تعمل بها، ومثل هذه الزيارات عادة ما تتم في أوقات معينة.

وهي تتطلب جهود جبارة من أخصائي العلاقات العامة والإنقلاب التأثير الطيب المرغوب فيه إلى تأثير سيء يلحق الضرر بالمؤسسة.

و– المقابلات : المقصود بها ليس المقابلات العارضة بل المقابلات التي تتطلب التخطيط المسبق، والتي تهدف لتحقيق هدف معين مثل المقابلات الإقناعية التي يجريها أخصائي العالقات العامة إلقناع الجمهور بأمر معين.

ز– المعارض والأسواق التجارية : تعتبر أداة من أدوات العلاقات العامة وتجدر أهميتها بالتعريف بالمنتجات والخدمات والأنشطة التي تقدمها المؤسسة.

ويستخدم فيه إلى جانب عرض السلع أكثر من وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال كالأفلام السينمائية، الكتيبات، النشرات والمجلات.

ح –الكتيبات: وسيلة اتصالية خاصة مقروءة في مجال العلاقات العامة والتي تهدف إلى إحاطة المرسل إليهم من الجماهير بأفكار ومعلومات عن المنظمة وسياساتها وانجازاتها بهدف كسب ثقتهم وتأييدهم ويتضمن الكتيب بيانات تهم جمهور المنظمة.

ويوجد عدة أنواع من الكتيبات، فمنها خاصة بالعاملين وأخرى خاصة بزوار المنظمة توضح لهم أهداف المنظمة وسياساتها، ونوع آخر من الكتيبات يوزع على رجال الصناعة والتجارة وغيرهم.

ط –النشرات: تصدرها المؤسسة، وتعتبر من وسائل الاتصال بالكلمة المقروءة وهي من بين الوسائل الخاصة حيث تستهدف جماهير معينة من المنظمة.[1]

فالمؤسسة تقوم بوضع النشرة الخاصة وتوزعها على جمهور أو أكثر من جماهيرها الخاصة مثل الجماهير التالية:

جمهور العم لاء: مثل إصدار نشرة لخدمة طالب الجامعة أو لخدمة المسافرين على الخطوط الجوية أو لخدمة الاتصالات.

جمهور الموزعين: لإعالمهم بسياسات المؤسسة وتثقيفهم بشأن المنتجات أو الخدمات المقدمةواستخداماتها وفوائدها.

جمهور المستهلكين للسلعة أو المنتفعين بالخدمة: لإعلامهم عن مميزات معينة للسلعة أوالخدمة المقدمة واستخداماتها، وذلك عن سياسات المنظمة وخططها وبرامجها وانجازاتها.

جمهور المتخصصين: من رجال الصناعة والتجارة لإعالمهم بسياسات وخطط المنظمة وانجازاتهاودورها في ميدان العمل.

جمهور رجال المجتمع أو قادة الرأي: لإعلامهم بأنشطة المنظمة وانجازاتها وسياستها وتاريخها.

ك- المراسلات: هي تماثل الكتيبات، وهي وسيلة اتصالية خاصة ومقروءة، تهدف إلى إحاطة المرسلات ليهم من جماهير المنظمة بالمعلومات والبيانات فيها في شكل خطابات

[1] محمد مرضي الشمري، **نفس المرجع السابق**، ص 12-13.

أو رسائل موجهة إلى الأفراد على عناوين منازلهم، لما لها من أثر ايجابي على استمرارية العلاقات الطيبة.

ل –الإجتماعات الدورية: هي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي والمباشر كالإجتماعات بين رئيس الجامعة أو أعضاء الهيئة التدريسية أو المدير العام مع مدراء الأقسام في دائرته لغرض بحث موضوعات معينة، أو الإجتماعات بين رجال الإدارة والعاملين أو بين ممثلي المنظمة وممثلي المستهلكين أو الموردين أو المستثمرين أو غيرهم.

و –الدعوات العامة والزيارات الإعلامية: إن الدعوة العامة أو المفتوحة يمكن أن تستخدم في أغراض كثيرة باعتبارها أداة مهمة للعلاقات مع المجتمع.

وبصفة عامة فإن الدعوة العامة يجب أن تكون لها قيمة إخبارية تسهم في تحسين سمعة المنظمة وتحسين صورتها لدى الجماهير.

2 **وسائل الإتصال الجمعي:** من أهم وسائل الإتصال الجمعي نجد:

أ- مجلة المؤسسة: هي إحدى المطبوعات التي تصدرها المؤسسة في مناسبات معينة أو بصورة دورية الاتصال بالجمهور وتزويده بكل المعلومات التي يرغب في معرفتها بغرض التميز أو تحسين الصورة الذهنية، لدى المؤسسة.

ويوجد ثلاث أنواع من المجلات:

مجلة موجهة للجمهور الداخلي خاصة بالعاملين في المؤسسة.

مجلة المؤسسة الخارجية، ويكون توزيعها إلى الجماهير الخارجية التي لها عالقة بالمؤسسة أو الأفراد العاملين، فهدف القيام بمجلة المؤسسة هو بناء الولاء وتحسين خلق الإنتماء ومواجهة الشائعات وسوء الفهم وترويج نشاطات العاملين وتفسير السياسات والتعليمات.

ب-الصحف: تعتبر الصحف السلطة الرابعة بعد السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية وقد صدرت أول صحيفة في 100 قبل الميلاد في الصين إلا أن بعض المصادر تشير إلى أن البابليين كانت لهم جريدة تسجل فيها الحوادث يوميا كما تشير مصادر أخرى إلى أنه هناك جريدة رومانية صدرت في 21 قبل الميلاد وأن الإمبراطور الروماني يوليوس قيصر هو الذي أسس وأمر بتدوين جميع الأعمال اليومية على لوح يعلق في الميادين العامة، ثم صدرت العديد من الصحف خلال القرون الوسطى وكان غرضها نشر الأخبار والحوادث.

فالصحافة بمفهومها اليوم بدأت بعد اختراع الطباعة وأصبحت سريعة الإنتشار ورخيصة الثمن حيث أصبحت لها مهام عديدة من بينها : الإعلانات التجارية – التثقيف –التسلية – التوجيه – بالإضافة إلى نشر المعلومات والأخبار.

وهناك من الكتاب من يقسم الصحف على حسب مدى انتشارها وكيفية توزيعها حيث يقسمها إلى صحف عامة وخاصة، صحف مهنية – صحف إقليمية.

ج -التقرير السنوي: إن التقرير السنوي موجه بشكل عام إلى الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة مثل أعضاء النقابات، الجمعيات التعاونية، الهيئات، مجالس الإدارة أو الأجهزة الرقابية المختلفة.

ويتضمن التقرير السنوي أيضا الأمور المالية التي تبين النفقات وحسابات الربح والخسارة والجهود الإعلانية والجوانب القانونية والحالة الإقتصادية.

د-الملصقات: وهي عبارة عن لوحات صغيرة من الورق تلصق داخل إطارات خشبية تعلق على الجدران أو على جوانب الطرق ومداخل المدن والمواقع الجماهيرية أو المعارض والمتاحف، وتعتبر من أهم وسائل الاتصال البصرية في عمليات التوعية والإرشاد، غير أنها تستعمل وحدها بحيث يجب أن تكون جزء من برنامج أو خطوة إرشادية منظمة، وهي تؤدي إلى إثارة الناس وتدعوهم للعمل في الموضوعات التي تصمم من أجلها.

هـ-صحف الحائط: وهي عبارة عن صفحة واحدة قد تطبع على وجه واحد أو على الوجهين، في هذهالحالة تعلق بها نسختين يظهر الوجه الأول لإحداهما والوجه الآخر لثانيهما، ويمكن إنتاج الصحيفة بالكتابة بخط اليد على الورق الكبير.

و-لوحة الإعلانات: هذه من أكثر الوسائل استعمالا من طرف إدارة العلاقات العامة، ولها فوائد كبيرةخاصة إذا استخدمت بشكل صحيح[1].

3 وسائل الإتصال السمعية البصرية:

أ -الوسائل السمعية:

الإذاعة: تضم هذه الوسيلة جمهور واسع مع اخت لاف فئاته وتتخذ العلاقات العامة للوصول إلى جماهيرها عن طريق الإذاعة عدة أشكال منها الربورتاج الإذاعي – التمثيل.

وتحضى الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية بمميزات عديدة أهمها سعة الإنتشار وقوة التأثير، وتتميز الكلمة المذاعة بالسرعة وميزة النقل.

الهاتف: هو من بين الوسائل المهمة التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المؤسسة للاتصالبالجمهور الداخلي والخارجي، وتزداد فعاليته خاصة في التطورات الجديدة التي ألحقت به كربط جهاز الهاتف بجهاز الإستقبال.

ب -الوسائل السمعية البصرية:

التلفزيون: يتميز على الراديو بتوظيف الصوت والصورة والحركة معا، وهو من أكثر الوسائل انتشار وأكثرها جاذبية للجمهور، ويمكن لخبراء العلاقات العامة من استغلال برامجه لتمرير الرسائل الإعلامية.

[1] محمد مرضي الشمري، **المرجع السابق**، ص 14-15.

السينما: هي من بين الوسائل السمعية البصرية، وتعتبر وسيلة باهظة النفقات خاصة إذا جاءت في شكل أفلام سينمائية تلجا إليها المنظمات الكبرى للوصول إلى جماهيرها.

وهناك بعض من الوسائل الاتصالية الأخرى تتمثل في:

التلغراف: وسيلة فورية وسريعة لالتصال عن بعد، تعتمد على الأسلاك لإرسال الإشارات واستقبالها بواسطة جهاز واحد أو عدة أجهزة ويمكن أن يكون اللاسلكي، وهو يتطلب وجود مترجم لتحويل الإشارة إلى رموز لغوية.

التيلكس: جهاز يشبه آلة الكتابة، وما يؤخذ عليه هو عجزه على النصوص المحررة.

الفاكس: يتميز بقدرته على الإرسال من خلال الهاتف أو من خلال الموجات اللاسلكية[1].

3- وسائل الإتصال الإلكترونية الحديثة:

اتصالات الحاسب آللي أو البريد االلكتروني: تستخدمه العلاقات العامة لتحقيق الإتصال بأفرادالجمهور الداخلي والخارجي على السواء.

الأنترنت: أصبحت الأنترنت تحتل مكانة هامة وبارزة في عمل العلاقات العامة حيث أن جل المنظمات الآن لها مواقع على الشبكة وازدهر عمل وكالات العلاقات العامة المتخصصة في وسائل الإعلام والإتصالات الجديدة، وذلك يرجع إلى الخدمات التي توفرها هذه الوسيلة من قاعدة معلومات وبيانات والتفاعلية والتجار الإلكترونية وغيرها، وهو ما يشجع العلاقات العامة على اعتماد هذه الوسيلة التي هي في تطور مستمر.)

الأنترانت: لقد أدى التطور التكنولوجي للاتصال إلى ظهور وسائل اتصالية جديدة خاصة تلكالموصولة بالكمبيوتر وهدفها هو تشخيص المعارف، وتنظيم المؤسسات، ومن أهم هذه الوسائل الأنترانت التي تسمح بنقل وتبادل المعلومات بصورة أسهل وأسرع وأرخص بذلك،

[1] محمد مرضي الشمري، **المرجع السابق**، ص 16.

ومن أهم وظائفها البريد الالكتروني، وتسير مختلف الفهارس وانشاء صفحات أنترناتية خاصة بكل مصلحة.

الإكسترانت: هي عبارة عن أنترنت بشكل موسع أي أنها تضم الإتصال بأقرب المتعاملين معها مثل الموردين، الموزعين...الخ ولضمان حياتها توضع لها كلمة السر تسمح لها بالدخول إلى مواقع انترانات المؤسسة المعنية، ومن فوائدها أنها تقوي روح الإنتماء وتزيد من توثيق العلاقات بين الأعضاء وتنسيق الفروع مع المتعاملين معها.[1]

على أساس مما سبق ذكره نستنتج أن وسائل الإتصال في العلاقات العامة في المؤسسة نوعين، إحداهما داخلية وأخرى خارجية، ففي عصرنا الحديث يوجد وسائل اتصال الالكترونية، فكليهم هما فائدة للمؤسسة فهي تقويها وتضمن استمرارها.

وعليه فان خبراء العلاقات العامة يهتمون كثيرا بنوعية الوسيلة المستعملة في المؤسسة وهذا ضمانا لنجاح الرسالة والمعلومة وايصالها إلى الجمهور المستهدف والتأثير على آرائه .

المطلب الرابع: عوامل نجاح العلاقات العامة

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على نجاح وفعالية العلاقات العامة وهي تنقسم إلى قسمين:

1 **العوامل الداخلية:** وتتمثل فيما يلي:

سياسة الإدارة العليا: إن العلاقات العامة هي مسؤولية إدارة المنظمة بالدرجة الأولى قبل أنتكون مسؤولية الإدارة المتخصصة بها، وذلك لأن العلاقات العامة هي سياسات أعمال قبل أن تكون اتصالات واعلام، وتقوم إدارة المؤسسة باتخاذ القرارات بشأنها، ويتخذ تأثير الإدارة العليا للمؤسسة عدة أشكال منها:

[1] الدسوقي ابراهيم، **وسائل وأساليب اتصال الجماهيرية والاتجاهات الحديثة**، د.ط، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2004، ص50.

فلسفة الإدارة العليا اتجاه الجمهور: إن مدى إيمان الإدارة العليا بأهمية آراء جمهور المؤسسة ينعكس مباشرة على مدى إعطائها المكانة اللائقة بالعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي، والأخذ باستشاراتها وتخصيص الميزانية اللازمة لها.

2 **مدى تفهم الإدارة العليا لطبيعة ودور العلاقات العامة:**

كثير من الإداريين لهم فهم قاصر حول طبيعة عمل العلاقات العامة، فالبعض ينظر إلى أن مهمتها هي الإعلان عن المنتجات، والبعض الآخر يعتقد أن دورها هو الدعاية للمؤسسة بصورة مبالغ فيها، ويصفها البعض الآخر بأنها سلاح الدفاع عن المؤسسة في أوقات الأزمات، وكل ذلك يقلل من مكانة العلاقات العامة، لكن توفر الفهم الصحيح يساعد في تحقيق أهدافها وربح الجهد والتكاليف[1].

سياسات العاملين: من المعروف أن نجاح العلاقات العامة لا يقتصر على الجمهور الخارجي فقطبل يشمل الجمهور الداخلي أي العاملين.

لذلك فان رضى العاملين عن المؤسسة أو العكس يؤثر على فعالية برامج العلاقات العامة ونجاحها في كسب الجمهور وتحقيق الصورة الذهنية المثلى للمؤسسة.

السياسة العالمية للمؤسسة : وهي السياسة التي تنتهجها الإدارة العليا في نشر البيانات، ونوع علاقتها بوسائل الإعلام، فكلما كانت هذه الإدارة تعمل على التمسك بالسرية وتزويد الصحفيين بمعطيات المؤسسة ككل، فان هذه الإدارة لا تتناسب مع وجود العلاقات العامة فيها، ذلك أن أساس العلاقات العامة هو التزام الصراحة والصدق في نقل المعلومات.

الإمكانيات المادية والبشرية: إن توفير الإمكانيات المالية لتغطية النفقات الخاصة بالعلاقات العامة يزيد من فعاليتها ونجاحها في اتخاذ القرارات ووضع الخطط والبرامج.

1. [1]محمود محمد الجوهري، **الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة** ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 1995، ص 133.

3- العوامل الخارجية: إن توازن المؤسسة عموما والعلاقات العامة خصوصا مع العوامل الخارجية يساعد في تحقيق النجاح، ومن أهم العوامل الخارجية نجد:

البيئة الإجتماعية: إن عوامل البيئة الإجتماعية هي عوامل مؤثرة ومحددة لطبيعة عمل إدارةالعلاقات العامة ويمكن إجمالها فيما يأتي:

القيم الدينية: نشر إدارة العلاقات العامة للمبادئ والتوجيهات ذات البعد الديني، إذ البد لها أن تتم في إطار القيم الدينية التي يلتزم بها المجتمع[1].

4-العوامل السياسية والتشريعية:

إذ تتأثر الإدارة العامة بالقوانين واللوائح التي تصدرها الدولة والتي تمس كيان المؤسسة من ناحية التعيينات، نظام التعامل، وما هو مؤثر على المؤسسة بصفة عامة سيؤثر بالتأكيد على العلاقات العامة كإدارة فرعية.

عادات المجتمع وتقاليده: إن الدخول السلمي الهادئ إلى ذهنية الجماهير لا يتم إلا عن طريق تصعيد أهمية مشاعرهم ومعتقداتهم وأعرافهم وتقاليدهم الإجتماعية التي تحتل المواقع الرئيسية في ذهنيتهم، ولهذا فان كسب مشاعر الجمهور تأتي من خلال اللمسات الودية لهذه المواقع الرئيسية.

الإيدولوجيا العليا: تشمل مجموعة من المبادئ والأهداف والضوابط الإجتماعية، السياسية والإقتصادية، وعليه فان الجهاز الإداري للعلاقات العامة الفعال هو الذي يلتزم بطبيعة هذه الضوابط ويأخذها بعين الإعتبار عند وضع الخطط والبرامج.

[1] محمود محمد الجوهري، **المرجع السابق**، ص 134.

المبحث الثاني: ماهية المؤسسة الخدماتية

إن ظهور المؤسسات الخدماتية المختلفة التي نراها في الواقع لم تكن بأشكالها الحالية من أول مرة، بل كان ذلك لعدة تغيرات متواصلة ومتوازية مع التطورات التي شهدتها الحضارات البشرية، منذ أن أصبحت حاجات الإنسان إشباعا في تقديم خدمات قادرة على تحقيق منافع الأفراد.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الخدماتية

اصطلاحا:

المؤسسةالخدماتية :هي منظمة تقوم على أساس أشخاص قادرين ومتمكنين من العملية الاقتصادية بوسائل خاصة تهدف إلى تحقيق الأرباح وذلك عن طريق اتساع حاجات.[1]

إجرائيا:

هي عبارة عن مجموعة من الأفراد ذوي خبرات مع توفر الوسائل المادية، التقنية، المالية والبشرية مجسدة في شكل نظام تتفاعل فيه العديد من العوامل الداخلية والخارجية بهدف إنتاج خدمات موجهة إلى إرضاء المستهلك، هي المؤسسات التي ينحصر نشاطها في تقديم الخدمات التي يحتاجها المجتمع لتلبية رغبات المستهلكين.

للمؤسسة الخدماتية عدة خصائص نذكرها فيما يلي:

المؤسسة الخدماتية تقوم بتحويل المداخلات المادية إلى مخرجات غير ملموسة ماديا ولكنها محسوسة في صورة خبرات أو تجارب يمر بها عملاء المنظمة، وهذه المخرجات قد ترتبط بها كيانات مادية تتساوى من خلالها لخدمة المقدمة، مثال خدمة التعليم تستلزم وجود

1. [1] علي عجوة، **الأسس العلمية العلاقات العامة**، ط1، عالم الكتب، مصر،1993،ص 15.

مباني تعليمية كالكتب ، أقلام ،أوراق ومعلم، إلا أنها في خدماته ليست ملموسة لكونها معارف ذهنية عليا وخبرات تعلم لا يمكن تحديد أبعادها المادية ، كذلك الحال بالنسبة للخدمات الاتصالية والبنكية والبريدية فهي تتطلب أيضا وجود كيانات مادية تمارس من خلالها نشاطاتها إلا أنها في حد ذاتها نتائج لتجارب وخبرات غير ملموسة.

كما تتميز أيضا بشدة المنافسة ومعدل التقليد فيها حيث نجد أن عملائها يحصلون على ما يطلبونه من خدمات ودلك من أماكن إنتاجها بل ويشاركون في إنتاجها مباشرة، ولا يمكن امتلاك ما يحصلون عليه من خدمات وتخزينها واستهلاكها بالمعنى الاقتصادي، فهي دائما متغيرة ومتنوعة لارتباطها بما يطلب كل عميل أو مجموعة من العملاء.

ويوجد ميزة أساسية للمؤسسة الخدماتية وهي الجودة الشاملة وذلك لأن الجودة تعتبر من أكبر الاستراتيجيات التنافسية التي تقوم عليها المؤسسة من اجل ضمان مستوى عالي من الجودة في ميدان الخدمات.

تعتمد المؤسسة الخدماتية على التكنولوجيا المعلوماتية المرتبطة بإنتاج وتقديم الخدمة للعملاء واستخدامها، فهي المصدر الرئيسي للقوة التنافسية لها، لأن الإبداع التكنولوجي يعتبر تغيير ايجابي من شأنه تحسين السير والأداء في المؤسسة الخدماتية وضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها ويكون ذلك إما عن طريق اعتمادا تام عن طريق إرادات كلية.

إن المؤسسة الخدماتية هي مواتية للبيئة التي وجدت فيها وتستجيب لها، الن المؤسسة الخدماتية بحاجة أكثر إلى التنبؤ بالتغيرات التي تطرأ عليها في البيئة، ثم تقوم بتشخيص وتحليل نوع المشكلة أو الفرضية قصد تحيد نمط قرارها الملائم، سواء كان ذلك قرار

استراتيجي أو إداري أو قرار آخر، ومن خلال ما سبق نستنتج أن خصائص المؤسسة الخدماتية كالآتي[1]:

اللاملموسية: أن الخدمات في الأصل تكون غير ملموسة، أي أنه من الصعب الإحساس بها، ورؤيتها قبل شرائها، وهذا ما يميزها عن السلعة، فشراء الخدمة هو شراء غير ملموس.

اللالتزامنية: ونعني بها درجة االرتباط بين درجة الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، أي من الصعب أحيانا فصل الخدمات عن شخصية البائع مقدمها لذلك فإن أداء خدمة معينة قد يحدث جزئيا أو كليا في لحظة وقت استهلاكها، لأن السلع تنتج وتباع وتستهلك، أما الخدمات فهي تباع ومن ثم تنتج وتستهلك.

الهالمية أو الفناء: ونقصد بذلك أن الخدمات لا يمكن تخزينها، فالعديد من الخدمات ذات طبيعة هالمية غير قابلة للتخزين، فكلما زادت درجة اللاملموسية للخدمة انخفضت فرصة تخزينها، وأن درجة عدم الملموسية تزيد أو ترفع من درجة الفنائية كثيرا، فالخدمات ذات الطبيعة الفنائيةلا يمكن حفظها على شكل مخزون وهذا ما يجعل تكلفة التخزين والإبداع منخفضة نسبيا وخاصة في المنظمات الخدماتية.

الملكية: إن عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الإنتاج السلعي والخدمي، وذلك أن المستهلك له فقط الحق باستعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها مثال: غرفة فندق أو مقعد في الطائرة فالدفع يكون بهدف الإستعمال أو الاستئجار للشيء بينما في حالة شراء السلعة، فالمستهلك له الحق التصرف بها.

نعبر القيم النقدية بمصطلحات أخرى غير السعر في المؤسسة الخدماتية.

[1] محمد السعيد أوكيل، **وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان** المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص2.

المطلب الثاني: أسس المؤسسة الخدماتية

يوجد عدة أسس تبنى عليها المؤسسة الخدماتية تتمثل فيما يلي:

إتباع مدخل شمولي لكل ألنشطة الوظيفية التي تقوم على وجود مجموعة من الأهداف والقيم الواضحة.

النظر إلى تلك الأهداف على أنها أهداف استراتيجية يجب العمل دائما على تحقيقها من خلال الفترات الصعبة.

جودة الخدمة وتعتبر المحور الرئيسي بحيث يجب الإنتظام في تقديمها بأعلى المستوى من خلال العلاقات والتفاعل بين عملاء المؤسسة.

النظر إلى عملاء المؤسسة بيس على أنهم أهداف لإتمام عملهم وواجباتهم ولكن لكونهم أطراف وعلاقات مع المؤسسة ومن الضروري الحفاظ عليها وتنميتها دائما.

ضرورة أن تكون قيم الإدارة العليا وسلوكها متسقا دائما بالنسبة لكل العملاء والعاملين في المؤسسة الخدماتية.[1]

نجد من بين أهم العناصر التي تساعد على نجاح المؤسسة الخدماتية الآتي:

إدارة المؤسسة: ترتبط إدارة المؤسسة بتحديد من الذي يملك حق إصدار القرارات لأن هؤلاء في النهاية هم الذين يتدخلون في أداء العمل وتطوير المؤسسة وهم يضعون فلسفة المؤسسة التي تحقق الأهداف.

السياسة العامة للمؤسسة: تعتبر سياسة المؤسسة الخدماتية دليل عام ومرشد في أداء الأعمال التي تقوم به هذه المؤسسة. مثل ترتيب وتوزيع السلطة الرسمية والتي تحدد من

[1] محمد السعيد أوكيل، مرجع سابق، ص3.

الذي له الحق والسلطة في أداء العمل، وكذلك دراسة خطوط الاتصال وكيفية توزيعها في المؤسسة.

النظم الإدارية والمالية: والتي تحدد في ضوئها الأجور، المكافئات وتظم الجزاءات والميزانية والتسجيل.

حجم المؤسسة: ترتبط المؤسسة الخدماتية بحجمها وطبيعتها المقدمة، بحيث كلما كبر حجم المؤسسة كلما كانت السياسة قائمة وعلاقات غير شخصية، ومن هنا يزداد الطابع الرسمي لها.

دراسة نوع العمل وكيفية ممارسته داخل المؤسسة: وذلك من خلال ملاحظة العاملين أثناء القيام بمهامهم في الخدمات التي يؤدونها للتعرف على سلوكهم ولتحقيق أهدافهم، مع معرفة الطرق التي تؤثر على أعضاء المؤسسة ونشاطاتها.

العلاقة بين المشرفين والعمال : تكمن هذه العلاقة في توفير جو ملائم بين المشرفين والعمال، كما يتحتم على ذلك وجود بعض الخصائص كالشجاعة وحسن التصرف في مواجهة المشاكل التي يواجهها العمال إضافة إلى الكفاءة والفعالية في المؤسسة الخدماتية.[1]

هيكل المؤسسة: ونقصد به ذلك الإطار الذي ينظم الأنشطة والعمليات التي تؤديها المؤسسة الخدماتية لتحقيق أهدافها.

الأفراد: هم الأفراد الذين يشكلون المؤسسة الخدماتية، ويقومون بأداء المهام لتحقيق الأهداف، وهذا العنصر يعتبر من أهم عناصر المؤسسة.

[1] محمد السعيد أوكيل، **المرجع السابق**، ص10-11.

الأدوات: يقصد بها المعدات والأجهزة والمعرفة الفنية التي يستخدمها أفراد المؤسسة الخدماتية والتي تساعدهم في أداء الأنشطة والمهام وذلك من أجل تحقيق الأهداف المرسومة للمؤسسة.

المطلب الثالث: وظائف المؤسسة الخدماتية

يوجد عدة وظائف تخضع لها المؤسسة الخدماتية نذكرها كالآتي[1]:

1 **الوظيفة الموارد البشرية:**

تتعلق هذه الوظيفة بالأفراد العاملين في المؤسسة الخدماتية، من حيثاختيارهم وتعيينهم عن طريق وضع المعايير السليمة لعملية الاختيار، كما تتعلق بالخدمات التي تشبع حاجاتهم المادية والنفسية.

فهذه الوظيفة تتمثل في توفير اليد العاملة والمحفزة لتحقيق أهداف المؤسسة الخدماتية ويتحدد نجتحها بوجود استقرار العمالة وولائهم لها مع تبني علاقات قوية بالنقابات ومراكز التدريب فيها.

2 **الوظيفة المالية:**

هي مجموعة من المهام والعمليات التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال في مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة الخدماتية، حيث تضمن هذه الأخيرة إلى كل الأنشطة الهادفة إليها في تسيير الأموال الخاصة بها وذلك من خلال برامجها وخططها الاستثمارية، وحاجاتها اليومية بطريقة عقلانية تسمح بتوفير السيولة من جهة والوصول الى تحقيق الربح من جهة أخرى.

[1] محمد السعيد أوكيل، **المرجع السابق**، ص12.

3 وظيفة الإنتاج:

تتكفل هذه بتلك الأنشطة التي تسمح بتحويل المدخلات إلى مخرجات بمعنى خلق خدمات من خلال الموارد الأولية ذات فائدة للمستهلك النهائي.

ويتحدد نجاح هذه الوظيفة من خالل القدرة على صياغة الآلات وضمان تقديم خدمات في الوقت المناسب مع الاعتماد على مستوى التكنولوجيا.

4 الوظيفة التجارية للمؤسسة:

تقوم هذه الوظيفة من خلال أفراد أو مسؤولين يتم تعيينهم لضمانحركة الموارد والسلع أو مختلف احتياجاتها منها، كمدخلاتها ومخرجاتها من سلع والخدمات المقدمة إلى السوق.

تشمل هذه الوظيفة نشاطين أساسيين هما[1]:

التسويق: يتعلق هذا النشاط ببيع وتوزيع السلع أو الخدمات التي أنتجتها المؤسسة، ويشما هذه النشاط خدمة ما بعد البيع.

التموين: يقصد به مجموعة من المهام والعمليات التي تقوم من اجل توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليه، من خارج المؤسسة أساسا بكميات وتكاليف مناسبة طبقا لبرامج وخطط المؤسسة.

يندرج وفق هذا النشاط عمليتين أساسيتين تخضع لها المؤسسة:

الشراء: ويقصد به "تامين وحصول المؤسسة الخدماتية على ما تحتاج إليه من الموارد والآلاتاللازمة لعملياتها."

---

[1] عبد المعطي محمد عساف وآخرون، **أسس العلاقات العامة**، د.ط، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 2004، ص122.

التخزين: يقصد به دخول المواد إلى المخزن للتأكيد من مرافقة الدخل المادي مع ما هو مسجل في الفواتير ثم يحفظ في المخزون، وترتب وتتابع بانتظام بالتنسيق مع كل من قسمي الشراء والإنتاج وحتى قسم المبيعات.

5 **وظيفة البحث والتطوير:** تضمن هذه الوظيفة كل الانشطة التي تساعد على للاستعانة من الدراسات والبحوث في الارتقاء بجودة ما تقدمه المؤسسة من خدمات ويتحدد نجاحها كالآتي:

وجود وحدة تنظيمية قادرة على إجراء البحوث الخاصة بالخدمات وتطويرها.

توفير القدرة المالية إجراء البحث والتطوير.

القدرة على استيعاب نتائج البحوث والإستفادةمنها.

مرونة العمليات والإجراءات والهيكل التنظيمي بما يسمح بالإستفادة من البحوث.

وجود إدارة راغبة في تغييرها وتطورها[1].

المطلب الرابع: جمهور المؤسسة الخدماتية

ينقسم جمهور المؤسسة الخدماتية الى قسمين رئيسين هما:

الجمهور الداخلي : (العاملون، المؤسسون، المساهمون.....الخ.)

الجمهور الخارجي: (الحكومة، العمالء، الموردون، المجتمع العام او المحلين، مواطنون، مختلف المؤسسات، بنوك.....الخ.)

[1] محمد السعيد أوكيل، **وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان** المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص16.

1 الجمهور الداخلي:

والمقصود به هو كافة العاملين الذين تضمهم في أقسامها ومستوياتها المختلفة ، وتهدف العالقات العامة كقسم في المؤسسات الخدماتية إلى التعامل مع الجماهير الداخلية للمؤسسة من أجل تحقيق استقرارهم، وأيضا تحقيق استقرارها وتنمية الإحساس بالولاء والإنتماء لديهم، الأمر الذي يترتب عليه تبني هذه الجماهير لسياسات المؤسسة الخدماتية وأهدافها والدفاع عنها والتحسس لها، وتتكون هذه المشاعر والأحاسيس لدى الجماهير الداخلية للمؤسسة نتيجة المعاملة الإنسانية واتباع الحاجات النفسية والاجتماعية والمادية لتلك الجماهير والعمل على رفع معنوياتها وتحقيق تماسكها وكسب تأييدها ورضاها.

ومن بين هذه الجماهير نجد:

أ- المؤسسون: وهم أصحاب فكرة إنشاء المؤسسة وهم الذين يتحملون المخاطر التي قد تواجه عملية التأسيس، وتقع عليهم المسؤولية الأولى والأساسية في بناء عملية المؤسسة الخدماتية، ويقومون بوضع السياسات والخطط الأولية لضمان توفير كافة المستلزمات لتشغيلها وممارستها، كما أنهم يبذلون جهود كبيرة لتعريف الجمهور الخارجي بالمؤسسة والأهداف التي أنشأت من اجلها.

ب- العمال: إن حياة أية مؤسسة وازدهارها يرتبط إلى حد بعيد بمدى ارتباط عملاء المؤسسة بهاخاصة فيما يتعلق المؤسسة الخدماتية، لذلك فانه من المهم أن تحرص إدارات المؤسسات المختلفة على تقديم الخدمة التي تتحقق من خلالها إرضاء الزبون أو جمهور العمال، فالمؤسسات الخدماتية مثل تلك الخاصة بالكهرباء والمواصلات والبريد وغيرها ...، عليها أن تحرص على تقديم أفضل خدمة إلى عملائها سواء من حيث الجودة أو التكلفة، وحتى تتمكن هذه المؤسسات من نيل ثقة عملائها باستمرار عليها أن تتابع ميولاتهم، رغباتهم وأذواقهم.

ج- الموردون: ويقصد بجمهور الموردون تلك الفئة التي تقوم بتزويد المؤسسة الخدماتية بكل ما تحتاجه من مواد أولية وآلات ومعدات وتجهيزات، ويتناسب حجم هذا الجمهور إلى حد كبير مع حجم المؤسسة وطبيعة نشاطها ومركزها المالي.

د- المساهمون: في ظل تطور الثورة الصناعية والتكنولوجية الحديثة شهد القرن الحالي والدة مؤسسات ضخمة يملكها عدد كبير من المساهمين فيها وخاصة بالنسبة للشركات متعددة الجنسيات ، حيث أن المساهمين هم أصحاب المؤسسة والمالكون لها، وهم الذين يقومون بانتخاب أعضاء مجلس الإدارة الذي يتولى إدارة المؤسسة ومتابعة أعمالها، كما يجب على المؤسسة أن تزود حق المساهم بكل ما يتعلق بأنشطتها وبشتى الوسائل الإعلامية التي تستخدمها المؤسسة الخدماتية، ويتم ذلك بصفة دورية أو استثنائية، كما يقوم المساهمون بتدعيم إدارة المؤسسة مما يساعد على استقرارها[1].

د- العاملون: بعد الثورة الصناعية بدأت المؤسسات تزدهر وتتحدد بشكل سريع مما تطلب توظيف أعداد كبيرة من العمال، وخاصة مع تطور النظرة الإنسانية للعاملين وبروز الإنتاج، ويعتبر العاملون خير من يمثل المؤسسة في المجتمع الخارجي، ويعملون من اجل التعريف بأهداف المؤسسة وسياساتها وأنشطتها، وتضمن المؤسسة الخدماتية تعزيز انتمائهم لها والدفاع عنها والدعاية لها، لن وجود عالقات جيدة بين الإدارة والعاملين يعتبر أفضل وسيلة استمرارية وتطوير المؤسسة وارتقائها.

2 الجمهور الخارجي:

يتمثل الجمهور الخارجي في الفئات الأساسية التالية:

[1] محمد السعيد أوكيل، **المرجع السابق**، ص17.

الحكومة: إن تأسيس أي مؤسسة ال يتم إلابناءا على تصريح خاص يصدر عن الحكومة في الدولة المعنية التي سيتم التأسيس فيها، ويسمى ذلك بالوثيقة القانونية إلنشاء المؤسسة الخدماتية الن هذه السياسات.

هي العامل المنظم الرئيسي للحياة الاقتصادية والإدارية في المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الخدماتية، لذلك ينبغي على إدارة المؤسسة مراعاة السياسة الحكومية عند وضع السياسة الخاصة بها، وخاصة فيما يتعلق بسياسة الأفراد.

ذ- المجتمع العام: ويقصد به عامة الناس داخل الدولة التي توجد بها المؤسسة الخدماتية، ويتكوم هذا المجتمع من كافة الفئات التي أشرنا إليها سابقا مع بقية الفئات ألألخرى التي تدخل ضمن المجتمع العام، ويتشكل هذا المجتمع نتيجة تفاعل هؤلاء الناس على قاعدة المواطنة الواحدة وعلى أساس وحدة الإقليم والقانون والدين والذين ينتظمون في إطارهم، وللمجتمع العام أهمية كبيرة بالنسبة لحياة المؤسسة الخدماتية حيث أنه يمثل أساسا في فعالية المؤسسة وحيويتها وبقائها.[1]

المطلب الخامس: أهمية العلاقات العامة في المؤسسة

تبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة أنها تسعى إلى كسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي، مما يؤدي إلى زيادة شهرتها وتحسين صمعة المؤسسة، وهذا ما يساعد على زيادة المبيعات وتسهيل تقديم المؤسسة الخدماتية.[2]

تنجز العلاقات العامة التكييف الإنساني اللازم بين المؤسسة والجمهور و تحقق خدمات إنسانية وعدالة ونشر روح التعاون والتضامن.

تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية.

---

[1] بلقي فطوم، **العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الاجتماعية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد بوضياف الجزائر، 2004/2003، ص59.

[2] محمد تاجي جوهر، **وسائل الاتصال في العلاقات العامة**، ط1، مكتب الرائد، القاهرة، 2000، ص67.

تسعى العلاقات العامة دائما إلى تنمية الاتصال في المنشآت الخدماتية ذات الطابع الإقتصادي ومن مهمتها معالجة المشاكل والمواقف الصعبة خاصة في مجال المناقشة، وقد ظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة في المجتمعات الحديثة على إثر التغيرات الكبيرة والتطور الهائل في شكل وتطوير المجتمع من الناحية السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

أن العلاقات العامة تمثل وظيفة إدارية، حيث أن مهامها الاساسية تنسيق العلاقات بين أقسام التنظيم المختلفة، فهي تعتبر مرشدا للإدارة العليا بالمؤسسة.

كما تمثل العلاقات العامة نشاطا إتصاليا بين جمهورها الداخلي والخارجي للمؤسسة، فالنجاح الاجتماعي والاقتصادي للمؤسسة يمثل خطوة أولية تدعمها بعد ذلك جهود العلاقات العامة.

وتعمل العلاقات العامة على تطوير وسائل الاتصال والإعلام نتيجة التقدم الفكري الكبير. المساهمة في انتشار العلاقات عمل طيبة في المنظمة مما يسهل الجلب الأفضل للكفاءات العاملة وتحقيق استقرارها.[1]

[1] راسم الجمال وآخرون، **إدارة العلاقات العامة مدخل استراتيجي**، د.ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص44.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم عرضه في الفصل الثاني أن العلاقات العامة وجدت منذ القدم وتطورت مع تطور الفرد والمؤسسات في المجتمع، هذا ما انعكس على العلاقات العامة وأعطاها مفاهيم جديدة وخصائص بينت أهميتها البالغة وضرورة وجودها في المجتمعات بصفة عامة وفي المؤسسات بصفة خاصة، فالعلاقات العامة تمارس دورها داخل المؤسسة أو المنشأة وتقوم بدور كبير من خلال الدراسات والأبحاث التي من شأنها وترفع صمعة المؤسسة وتحسين صورتها اذى الجمهور الداخلي والخارجي وخاصتا المؤسسة الخدماتية فهي منظمة تقوم على أساس أشخاص قادرين وذوي الخبرات مع توفر الوسائل المادية في شكل نظام تتفاعل فيه العديد من العوامل الداخلية والخارجية بهدف أنتاج حتدمات موجهةإلى أرضاء المستهلك وهي مؤسسات التي تنحصر نشاطها في تقديم خدمات التي يحتاجها المجتمع.

الفصـــل الثانـــــي :

الأنترنت وإستخداماتها في مجال العلاقات العامة

تمهيد :

سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على نشأة الأنترنت و الإستناد الى تعريفها و أهم الخصائص التي جعلت منها وسيلة جماهرية ذات طابع متميز تحتل مكانة هامة وبارزة في عمل العلاقات العامة فهي وظيفة أساسية من وظائف الإدارة وبعدها سنقوم بالتعمق أكثر في ثناية الشبكة العالمية، فالأنترنت تقنية إتصالية فعالة في نجاح المؤسسة وتطورها بإستخدام مختلف الأساليب الخاصة بهدف كسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي المؤسسة.

المبحث الأول : الأنترنت وأهميتها

المطلب الأول: مفهوم الأنترنت

تعتبر الأنترنت أحدث مظهر من مظاهر تطور تكنولوجيات الاتصال ، نشأت في أواسط الستينات في ظل الحرب الباردة التي كانت قائمة بين المعسكرين الشرقي والغربي السوفياتي والأمريكي، على إثر خوف كبير شاع في الأوساط العسكرية بشأن احتمال اندلاع حرب نووية وشعورا بالخطر البالغ في أن يكون العصب الرئيسي لشبكة المعلومات متمركزا في موقع واحد من العالم ، وتعتبر شبكة الأنترنت وليدة مجموعة من الأبحاث التي أجريت في جامعات ومؤسسات ومراكز بحث حكومية بقيادة " وكالة مشروع الأبحاث المتطورة " (ARPA) وقد أنشأت هذه الشبكة بهدف تفعيل قدرات الباحثين والعلماء الذين ينتمون إلى مختلف الجامعات الأمريكية من خلال تبادل المعلومات والبيانات فيما بينهم وهذا من خلال تصميم نظام شبكي ديناميكي بين أربعة مراكز جامعية وعسكرية ، تطورت فيما بعد إلى شبكة أولى سميت "أربانت" (ARPANET) جمعت خمسين مركزا . [1]

تعتبر لفظة "أنترنت من المركبات الإسمية، وهي تتألف في اللغة الانجليزية من جزأي كلمتين هما : (interconnexion) وتعني ربط أكثر من شيئين بعضهما ببعض ، وكلمة (Net work) وتعني الشبكة وقد أخذ من الكلمة الأولى الجزء الأول منها وهو (inter) وأحد الجزء الأول من الكلمة الثانية وهو (net) بما ولد كلمة جديدة هي الأنترنت . internet

[1]. رضا مثناني، **مجتمع المعلومات والتنمية، أية علاقة؟** ، مركز النشر الجامعي، ط3، تونس، 2009، ص ص 81، 83 .

وتعرف الأنترنت اصطلاحا بأنهما : شبكة الشبكات ، والفضاء العلمي ، والشبكة العنكبوتية الإلكترونية ، والفضاء الافتراضي .

تعرف رنزيتي Françoise Renzetti الأنترنت بأنها شبكة الشبكات ، وهي بناء جماعي يتيح التعاون في مجال البحث وتجويد طريقة استخدام الفضاء والزمان، وتعمل الشبكة على تحقيق الرغبة في الحرية عن طريق ابتكار فضاء عام يصبح ماديا بواسطة العرض المجاني للعديد من المنتوجات للمستخدم النهائي ، وتعمل هذه الشبكات على نقل حجم هائل من البيانات والمعلومات بين الجهات المستفيدة في خدماتها، على شكل نصوص وصور مرئية ، وأصوات مسموعة ... يتألف الجزء الأساسي لأنشطة شبكة الأنترنت من حركة المرور المعلوماتي للبيانات والمعلومات المرسلة على صيغة خطاب إلكتروني يرسل من حاسوب إلى آخر، داخل نطاق الشبكة الواحدة أو خارجها عبر خدمات البريد الإلكتروني الذي يوظف العنوان الإلكتروني ، بوصفة دالة على على موقع المستخدم في الفضاء المعلوماتي للشبكة. [1]فمن وجهة نظر تقنية تعتبر الأنترنت وصل جهازي حاسوب أو أكثر بعضهما البعض عن طريق كوابل أو بطرق تقنية أخرى ، وذلك من أجل تبادل المعلومات، أما من وجهة نظر سوسيولوجية فالأنترنت تمثل مجتمعا جديدا تتوفر فيه العديد من الأنشطة التي تخص الحياة اليومية مثل العمل والتعلم والمعاملات التجارية والبيع والشراء وغير ذلك .[2]

[1]. حسن مظفر الرزو، **الفضاء المعلوماتي**، مركز دراسات الوحدة العربية، ط01، بيروت، لبنان، 2007، ص 154 .

[2]. رضا مثناني، مرجع نفسه، ص ص 85، 87 .

المطلب الثاني: أهم الخدمات التي تقدمها الأنترنت

من أهم الخدمات التي تقدمها شبكة الانترت مايلي :

1 **خدمة البريد الإلكتروني:**

وهي خدمة إرسال واستقبال الرسائل من جهاز كمبيوتر في مكان ما، بجهاز كمبيوتر في مكان أخر أو دولة أخرى.

2 - **خدمة " تلنت"talent** :

تسمح بالاتصال مع شخص آخر في مكان مختلف، قد يكون بعيدا جدا ومن ثم يمكن التعامل مع ملفات أو معلومات حاسب آخر بعيدا، وغالبا مايشترط أن تكون لدى المستخدم حساب أو رقم أو كلمة سر للدخول على الجهاز الآخر والتعامل مع محتوياته

3 **خدمة نقل الملفات** : " **file Transfer Protocol**

كما يتضح من اسمها أنها تسمح بنقل الملفات من حاسب بعيد لأي حاسب المستخدم، ويسمى ذلك ب downlonding أو يمكن عمل العكس بنقل الملفات من حاسب المستخدم إلى الحاسب البعيد ويسمى ذلك ب uploading .[1]

4 - **القوائم البريدية: Mailing List**

ويقصد بها نظام إدارة و تصميم الرسائل و الوثائق على مجموعة من الأشخاص المشتركين في القائمة عبر البريد الإلكتروني، وتعطي القوائم اعداد ومجالات مواضيع

[1]. صادق بن كيف، **تبحث في شبكةالإنترنت** (الخبرالأسبوعي،ع 17 ،جوان) 1999 ،ص 23.

شتى، وتتناول كل قائمة عادة موضوع واحد، فإذا كنت تريد متابعة آخر أخبار السباحة مثلا يمكنك الاشتراك بإحدى القوائم المتخصصة في هذه الرياضة. [1]

5 - **مجموعة الأخبار: news groups**

وهي أشبه مايكون بمنتدى يتقابل فيه مستخدمو المعلومات، ولنقاش حول موضوع ما، حيث هناك مجموعات إخبارية تدير الحوار عبر الانترنت عن أي موضوع تريد تقع هذه المجموعات في شبكة [2]تدعى" usent" التي تنظم آلاف المجموعات الإخبارية، و بإمكان مستخدمو الانترنت من خلال تقديم استفسار أو طلب أي معلومة ، وفي الوقت نفسه تقديم أي معلومة يرى أنها مفيدة لمجموعة المناقشة حتى تستفيد منها المجموعة، ومن أشهر هذه المجموعات الكمبيوتر Comp ،موضوعات متنوعة mis، الأخبار news، الإبداعRec ، العلمية والطبية SCI ،الاجتماعية Soc ،الحديث Talk ولكل موضوع من هذه الموضوعات موضوعات فرعية. [3]

6 - **خدمة Gopher:**

تعني كلمة غوفر ذلك البرنامج الذي يتبع أحد التقنيات البسيطة المستخدمة في التنقيب داخل الانترنت، وهذا الاستخدام من الاستخدامات الحديثة لهذه الكلمة، وقد أصبح يستخدم في مجال الانترنت للدلالة على ذلك النظام الذي يعتمد على القوائم النصية textemunis، التي تقوم بتصنيف المعلومات حسب الموضوع بدلا من تصنيفها تبعا

---

[1]. مجدي محمد أبو العطا،**الدليل العلمي لاستخدام الانترنت** (ط 01،كمبيوسانس للعلوم،القاهرة) 1997،ص 160.

[2]. د. عبدالفتاح بيومي حجازي : **الانترنت والأحداث** (ط1،دار الفكر الجامعي، مصر)2002،ص 20 .

[3]. محمد محمود مهدلي،**الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية** (دط،المكتب الجامعي، مصر) 2005 ص 98 .

لاسم الملف الموجود داخله ، أو تبعا لنوعه أو موقعه على الانترنت، فهو بمثابة فهرس موضوعي لمحتويات الانترنت .

7 – خدمة Wais :

وكلمة waisإختصار لـ Wilde Area Information Source وهي من أهم أدوات البحث خلال كميات ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة و دقيقة وتعمل هذه الخدمة على تنظيم المعلومات على هيئة قواعد بيانات ضخمة، تسمح للمستخدم بتحديد قاعدة البيانات المحتوية على المعلومات التي يريدها ثم إدخال مجموعة من الكلمات المفتاحية Key words التي تساعد على الوصول إلى المعلومة المطلوبة.[1]

8 الدردشة :Chat

هي عبارة عن نظام يسمح للمستخدمين تبادل الرسائل في الزمن الحقيقي، بالترتيب على لوحة المفاتيح من أهم الأنظمة التي تسمح بالتساوي في تبادل الملفات، أو أيضا بتصفح صفحات الويب معا، أما هذه التكنولوجيا فتتميز بالمحادثة،بالإضافة أيضا إلى وظائف مختلفة، ويمكن ببساطة أكبر القيام بشيء أخر في الوقت نفسه وأخذ وقت قصير قبل الرد ،ثم إن (chat) أداة تترك أثار مكتوبة يمكننا بسهولة تخزينها، كما يمكن تسيير نقاش من مجموعة من الأشخاص بسهولة في فترة وجيزة.

9 – اجتماعات الشبكة: Net Meeting يستخدم برنامج اجتماعات الشبكة، لإدارة لقاءات ومؤتمرات عبر الشبكة، و إرسال دعوات للمستخدمين عبر الشبكة المحلية، كما يمكن عقد مؤتمرات الفيديو مع هؤلاء الأشخاص برؤيتهم وللتحدث معهم باستخدام الرسائل السمعية البصرية المتاحة، و يمكن إستخدام هذا البرنامج للمشاركة في الأعمال

[1]. محمودعلم الدين :**تكنولوجياالمعلومات** (ط1 ،السحاب للنشروالتوزيع،القاهرة) 2005 ،ص 242 .

والمشروعات و التدريب وتبادل المستندات، واستقبال الملفات وشرح المفاهيم والخطط بالتشارك في الرسم .[1]

ويتميز نظام عقدالمؤتمرات عن بمزايا عديدة أهمها:

التقليل من الحاجة إلى السفر وتوفير الكثير من الوقت والجهد و المال.
تتيح للمشاركين فيها الأخذ والرد من خلال حواراتهم وتبادلهم للمعلومات .
أصبحت وسيلة هامة خاصة في وقت الحروب أو المشاكل السياسية.
إتاحة المجال للحوار والمشاركة الفعالة .[2]

المطلب الثالث: وظائف الأنترنت

إن الانترنت كغيرها من وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، و الحديثة تقدم مجموعة من الوظائف لمستخدميها، والتي تحقق بدورها مجموعة من التأثيرات المتنوعة، سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو المجتمع ويمكن أن نلخص هذه الوظائف فيما يلي :

1 -الوظيفة الاتصالية :

وفيما يتعلق بوظيفتها الاتصالية فإن الشركة تقدم خدماتها الشهير في هذا المجال، فهي تمكن مستخدميها من الاتصال ببعضهم البعض بفضل خدمات الدردشة وخدمات الفيديو، فتمكنهم من تبادل الآراء والتجارب و تمكينهمأيضا من خلق فرق النقاش وتبادل البريد الإلكتروني، وهي في هذا الشأن تعد من أفضل وسائل الإتصال، لأن الشبكة توفر لمستخدميها مستويات اتصالية فريدة، فهناك الإتصال اللحظي في المحادثة التفاعلية

[1]. محمود عبد الحميد بسيوني، **الشبكات والأنترنت في ويندوز إكس بس**، (مكتبة ابن سينا والرياض، السعودية)2002، ص 141 .

[2]. محمد عبد الحميد بسيوني، **دليل إستخدام شبكة الأنترنت**، (مكتبة ابن سينا ، الرياض، السعودية) 1996، ص 52.

والاتصال المتفاوت من فرد لآخر من خلال البريد الالكتروني بالإضافة إلى اتصال فرد بجماعة ، أو جماعة بجماعة بشكل غير متفاوت مثلما يحدث في جماعات الأخبار أو القوائم البريدية .

2 - الوظيفة الترفيهية :

إن الوظيفة الترفيهية أساسية لتحقيق بعض الإشباعات النفسية و الاجتماعية، ولإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد و الجماعات في أي مجتمع كان، وكغيره من وسائل الإعلام التقليدية فإن الانترنت قد خصصت حيزا أكيد من موقعها التي تشهد ازدياداامطرداللترفيه و التسلية، بطرق وأساليب متنوعة، من بين أشكال الترفيه التي توفرها الشبكة مايعرف بالواقع الخانلي أو التخيلي أو الافتراضي، وهذا يتحقق بميزة الوسائط المتعددة، ففي الشبكة توجد متاحف و معارض افتراضية [1]لمستخدم الانترنت أن يزورها بهدف التسلية و الترفيه أو الإطلاع على معروضاتها، واستعراض تاريخها، و هناك أيضا مجال كبير لتقدم كبير في المجال الافتراضي.

الذي يحاول إعادة خلق عوالم غير موجودة بما يساعد على التدريب عن طريق المحاكاة، بالإضافة إلى ذلك يوجد مايعرف بالسياحة الافتراضية التي تسمح بزيارة مناطق سياحية عن بعد التي تعرضها المؤسسات وأيضا الألعاب الإلكترونية التي تتوفر على الشبكة فيمكن لعب الشطرنج مع شخص آخر في مكان آخر من العالم عبر شبكة الانترنت .

3 - الوظيفة التثقيفية :

إن وسائل الإعلام تقوم ببث الأفكار والمعلومات التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تطبيع أفراده وتشتتهم على المبادئالقومية، التي تسود المجتمع، وتتجلي الوظيفة التثقيفية في الانترنت في تبادل المعلومات عن طريق الحواسب، أو من خلال

[1]. عوض منصور وجمال سليمان، **شبكة الأنترنت دليل سريع للإتصال بالعالم** ، دط، دار البشير للنشر، 1996، ص 116 .

الشبكة التي أدت إلى فتح باب الحوار و الإتصال الإنساني بين البشر من مختلف الثقافات، كما يمكن التثقيف أن يتجلى في العدد الهائل من الموسوعات و الكتب و المقالات القابلة للتحميل من قبل المستخدم، الذي يستفيد منها على المستوى العلمي والثقافي ، ولكن هناك من يرون عكس ذلك فبعض العلماء والباحثين يرون أن الانترنت تقوم بالغزو الثقافي" خاصة أن 80% من محتواها باللغة الإنجليزية والتي لا تتطابق في غالب الأحيان مع مبادئ وقيم المجتمعات الإخبارية السلامية" .[1]

4- الوظيفة الإعلانية:

كان من أبرز نتائج الثورة المعلوماتية الهائلة، دخول الانترنت إلى عالمنا من أوسع أبوابه، حيث تنامى دورها وتعاظمت أهميتها، كوسيلة اتصال تفاعلية مبتكرة ليست فقط بالنسبة للأفراد، ولكن أيضا للشركات والمؤسسات على اختلاف أنواعها والحكومات و غيرها.

فإعلان الانترنت يختلف عن الإعلان التقليدي ، وإن كان جوهر الإعلان واحدا وهو التأثير في المتلقيين ومحاولة إقناعهم في اتخاذ القرار أو إجراء معين، و الإعلان في الانترنت ذو طبيعة متميزة من حيث ظهوره وكيفية وصوله للمستخدم، فيمكن أن يقابل المستخدم إعلانات في مواقع يقوم بزيارتها على الويب web كما يمكن أن يجدها ضمن رسائله البريدية، والميزة الأهم التي توفرها الانترنت للمعلن هي إمكانية تعديل إعلانه يوميا بما يتلاءم مع منتجات جديدة أو مع تبدل في الأسعار. تتنوع الإعلانات وتتعدد بتعد الهويات والميول، وللرغبات المهنية وغيرها من الإصدارات الجديدة في الميادين الاقتصادية والثقافية والعلمية ، هذا كله يوجد في متناول من يستخدم شبكة

[1]. عوض منصور وجمال سليمان، نفس المرجع السابق، ص 124.

الانترنت، لكن الشيء المقلق هنا أن هذه الإعلانات مغايرة للثقافة العربية والقواعد السلوك والأخلاق السائدة في المجتمع.

5 – وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات :

من الوظائف الرئيسية والهامة التي توليها وسائل الاتصال الجماهيرية، وظيفة تكوين الأراء والاتجاهات لدى الأفرادأو الجماعات والشعوب، إذ لها دورها العام في تكوين الرأي العام، وإذ كانت هذه الوظيفة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى مثل وظيفة الأخبار والإعلام ، إلا أنها تمتاز بخصوصية تمكن في الهدف من هذه الوظيفة والتي تعني بتشكيل الآراء و الاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثمة تدخل الدعاية والعلاقات العامة ضمن هذه الوظيفة، فالدعاية و المغالطات أمور حاضرة بقوة في مجموعات النقاش و في صفحات الويب، ولكن عكس ذلك هناك من يرى أن الانترنت قد تساهم في تقوية الوعي بالقضايا الاجتماعية فقد ترفع من الإحساس بالانتماء، و الإحساس بقضايا الداخل و المشاركة السياسية الفعالة وهو ما يبرز مايسمى""بالديمقراطية الإلكترونية "".[1]

المطلب الرابع: أهمية الأنترنت

تعد شبكة الانترنت أحدث شبكات الاتصال وتبادل المعلومات في الوقت الراهن، وتتجلى أهميتها فيما تقدمه من فوائدوعلوم لمستخدميها ، حيث لايقتصر استخدامها على المتخصص في مجال الحاسب الآلي،ولما تعدى مستخدموها في مجالات مختلفة مثل الأكاديميين والباحثين، الأطباء ، الإدارين، رجال الأعمال السياسين، والإعلاميين... الخ

[1].السالمي عبد الرزاق علاء، **تكنولوجيا المعلومات**، (ط1 ،دار أسامة للنشر والتوزيع) 2011 ،ص 119 .

ومن خلال شبكة الانترنت يمكن الوصول إلى شيئين مهمين، هما المعلومات والأشخاص وكل منهما يمكن ، يساعد على التحصيل العلمي والخدماتى ،حيث عن طريق الانترنت، يمكن الإتصال بالآخرين الذين يمكن أن يكون لديهم خبرات ومعارف لا تتوفر لدى المستخدم ويتم الإتصال بهم إما عن طريق المجموعات الإخبارية news group أو البريد الإلكتروني.

وذكر إبراهيم البنداوي أن أهمية الأنترنت تتمثل فيما يلي :

سرعة نقل المعلومات لأن كل حاسب مرتبطة بشبكة الانترنت برقم خاص وسري. – سرعة انتشار المعلومات .

سرعة تبادل المستندات ولملفات، وذلك لأن كل مستند أو الملفات مرتبط بشبكة الانترنت يمكن تبادله مع حاسب آخر مرتبط بالشبكة .

الحديث وعقد الندوات كتابيا أوصوتيا أو بالصورة وكل هذا من خلال شبكة الانترنت.

إتاحة فرصة التعلم عن بعد .

إمكانية الحصول على العديد من البرامج المجانية وشبه المجانية وذلك من خلال تحميلها بحيث تصبح متاحة للإستخدام على جهاز الكمبيوتر، والتي يمكن الإستفادة منها في جميع نواحي الحياة .

تعلم الكثير من اللغات العالمية مثل الإنجليزية و الألمانية وغيره من اللغات مع إمكانية ممارسة مهارات هذه اللغة كتابيا أو سمعيا أو محادثة. [1]

[1]. إبراهيم البنداوي، **الانترنت المكونات والخدمات**، (ط1، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة) 1999 ،ص 19

وجود موسوعة المعلومات الإلكترونية وقاعدة البيانات مثل ERIC وما يحتويه من بيانات و ملحقات أبحاث عن عدة تخصصات.

الإستفادة منها كأداة تسويقية بين المصورين والأسواق المحلية، وتعد الأنترنت أيضا إحدى أهم التقنيات التي يمكن استخدامها في المؤسسات الخدماتية والعمومية ، وذلك بإحداث تطوير جذري وحل المشكلات بالطريقة الرقمية عبر ما تتيحه المعلومات من إمكانية في هذا المجال .

تحسين صورة المؤسسة الخدماتية عبر شبكة الانترنت .

تسهيل الخدمات والمعاملات مع الزبائن و المؤسسات الأخرى.

امكانية التخزين والاحتفاظ الرقمي للبيانات و الملفات البعيدة عن أخطار التلف والضياع[1]

إرسال واستقبال المعلومات المتعلقة بما تنشره المؤسسة الخدماتية، من جديد أعمالها وما تستقبله من زبائنها .

السرعة و الدقة في الخدمات المتنوعة في المؤسسة.

التخلص من عبئ العمل والجهد والوقت الكثير كما في السابق .

[1]. وليد بن محمد العوض،**دور استخدام الانترنت في التحصيل الدراسي**، رسالة ماجستير في العلوم، جامعة نايف العلوم الأمنية،السعودية، 2005،ص 19.

مايلاحظ على شبكة الانترنت أنها أصبحت الوسيلة الأساسية في ممارسة النشاط الاتصالي لمختلف الأفراد و المؤسسات نظرا لما تقدمه من خدمات تشمل العملية التواصلية .

المبحث الثاني: إستخدامات الأنترنت في العلاقات العامة

المطلب الأول: تطبيقات الأنترنت في المؤسسة

خصائص الانترنت:

يمثل اكتشاف الأنترنت ثروة هائلة في عالم الكومبيوتر و الاتصال، إذ تجمع فيها كل فدات و إمكانات الاختراعات السابقة، وقد تطلب تحقيق هذا الانجاز جهود أعداد كبيرة من العلماء و التكنولوجيين و الباحثين و رجال الصناعة، و الحكومات ، و قد ارتكز هذا الانجاز على أربع أبعاد تفاعلية تتمثل في:

البعد التكنولوجي المتمثل في ثروة المعلومات و الاتصال و التقدم الكبير الذي أحرزه البحث العلمي في هدا المجال .

البعد التنظيمي و الإداري المتعلق بأسلوب إدارة الانترنت .

البعد الاجتماعي الخاص بتقوية و توطيد العلاقات بين مختلف الأطراف، التي تستخدم الانترنت وخاصة في مجال التراسل.[1]

البعد التجاري الذي يستهدف توسيع نتائج البحث و المعلومات و البرمجيات و يمكن تلخيص أهم خصائص الانترنت في التقاط الآتية :

عدم وجود مالك مطلق للانترنت: بحيث وصفها البعض بأنها فرضى تعاونية فكل من يملك كمبيوتر متصل بالانترنت يملك قطعة من الانترنت كما يقول "فينتوون سيرف" أحد آباء الشبكة العالمية لكن هناك أب آخر و تمثله في أغلب البلدان النامية، و أخرى

[1]. أحمد جوهر أحمد :**الإعلام الالكتروني واقع وآفاق** (ط1،دار الفكر للنشر مصر) 2004 ص 43 .

الاتحاد الأوروبي، و يذهب إلى أن شبكة الأنترنت تحتاج إلى جهة مركزية ذات تمثيل دولي لإدارة شؤونها . [1]

ديمقراطية الوصول إلى المعلومات : حيث يرى البعض الأنترنت تمثل العالم الجديد، حيث تتحقق الديمقراطيةةالعالمية عبر بوابتها لتصبح برلمانا مفتوحا، يعبر فيه كل من يشاء عن رأيه ويشارك في اتخاذ القارات وصنعها، فحسب المتحمسين للانترنت أن هذه الأخير تمثل أقصى الصور لديمقراطية المعلومات تحت شعار "المعلومات في كل مكان وكل وقت ولكل الناس".[2]

غازة المعلومات : حيث تعطي الانترنت للمتصفح فرصة إطلاع اكبر من الناحية الكمية، ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر، يستطيع أن يطلع على عشرات المصادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم ، بتكلفة قليلة كما ان المتصفح له إمكانية الانتقاء و المقارنة من خلال الإطلاع السريع على المصادر المختلفة.

عالمية الانترنت : إذ ألغت الانترنت الحواجز الجافة و الحدود السياسية ، واستعصت على الضوابط الأمنية ، فيضغط على زر أو نقرة فأرة ينتقل المستخدم وهو جالس على مقعده من أقصى الأرض إلى أقصاها، ولكن هناك من يرى أنها تساهم في تنشيط العولمة حسب معالم الساحة العالمية الجديدة ذات الطابع الأمريكي والغرض منها ضبط سلوك الدول والشعوب وقولبتهم في ثقافة عالمية واحدة .

التفاعلية : ويترتب على هذة الخاصية أنه في أن تصف المشاهد بأنه نشط بناءا على اختياراتها، من بين وسائل الإعلام المتعددة ، أو عنيد بناءا على رفضه أو قبوله

---

[1].فضيل دليو وآخرون، **العولمة بإشكالية الاتصال الدولي** (ملتقى دولي حول الجزائر والعولمة وجامعة منتوري قسنطينة،الجزائر ،ونوفمبر 1999 ،ص 141 .

[2]. محمد عبدالحميد،**الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت** (ط1،عالم الكتب، القاهرة، مصر) 2007 ص 14 .

للمحتوى ، أو القائم بالاتصال بل أصبح مشارك وتفاعلا في العملية الاتصالية الكلية ، يؤثر فيها وفي عناصره ونتائجها، وبمعنى آخر تغير الإعلام ليصبح اتصالا... الذي لا يقتصر على إبلاغ الرسائل، بل يشمل أيضا الت اسل عبر البريد الإلكتروني و التجاوز من خلال حلقات النقاش وعقد المؤتمرات ، وثبتت الدراسات الجديدة بأن هناك تزايد في عمليات التفاعل وزيادة خدام الأنترنت مثل دراسة "تويكسري و لتوس" .

الفورية: فقد ألغت الانترنت الحواجز الزمنية كما ألغت الحواجز المكانية إذ أن الإتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل ، بحيث لا تلاحظ عند اتصالك بحاسب يقع في الصين انك استغرقت زمنا أطول، مما لو كان الإتصال يقع في نفس المدينة، كما يمكن الحصول على الأخبار وهي لا دال ساخنة ومن مصادره المباشرة ، فبمجرد نقرة على شاشة الكمبيوتر ، ينتقل المتصفح من موقع إلى موقع أينما أ او على وجه الأرض.

البحث الآلي عن المعلومات : قد أصبح في حكم المؤكد استحالة الاعتماد على الرسائل البشرية وحدها المسح الشيكة دوريا بحثا عن المعلومات المطلوبة وكان لابد من إتمام هذه العملية وذلك باللجوء إلى مايسمبالروت المعرفي(know bot)، أو البرمجي (soft bot) بصفته وكيلا آليا يحال إليه القيام بهذه المهام الروتينية الشاقة.

التفصيل الشخصي للمعلومات : حيث بإمكان زوار موقع ما على الانترنت يتيح هذه الخدمة اختيار المواضيع أو الحلقات الأخبارية، أو الخدمات التي ترغب في الوصول إليها بشكل مسبق دون غيرك كما هو الحال مثلا على موقع CNN، فالرسالة الاتصالية، إذ يمكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة معينة وليس إلى الجماهير الضخمة كما كان في الماضي، وهو مايعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل سالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

الإداؤية : وتعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للمستخدم، و لا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت .[1]

سرية أفضل في تبادل المعلومات : فكل جهاز كمبيوتر في شبكة الانترنت له رقم خاص به، وبالتالي يمكن أن ترسل أي فرد رسالة إلى هذا الرقم ويضمن أن تخزن داخل هذا الجهاز فقط و لا يستطيع أي فرد أخر معرفة محتواها، إلى جانب اعتماد الانترنت على خدمات هاتف افت ارضي أي فضائي فهي تقدم أمانا أفضل الله اسلات الفردية .

الانترنت وقع افتراضي : فداخل أحشاء هذه الظاهرة النصية الإلكترونية يجري يوميا بناء مجتمعات إنسائية كاملة أخرى افتراضية، ولكن حية تتعارض مع المجتمعات الواقعية الميتة، هذا الكائن الإلكتروني الذي ينتشر بلا هوة الشبكة مفكما نفسه العالم موليا إلى تعميق تناقضات بين تأكل المجتمعات التقليدية، وبين ولع التقنيات المعلوماتية الجديدة .[2]

وفي الأخير يمكن أن نلاحظ أن الانترنت عبارة عن وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، بحكم الجمهور الكبير والمنتشر وغير المعروف بالإضافة إلى تنوع المحتوى بتنوع وظائف المواقع الإلكترونية على الانترنت، وخصوصا أن وظائف الإعلام بذاتها أصبحت جزءا هاما من الوظائف المتعددة للانترنت مثل صحافة الشيكات والتي أصبحت تختلف كثيار على الصحافة المطبوعة والتلفزيون .[3]

---

[1]. محمود علم الدين، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال** (ط1، دار السحاب للنشر،القاهرة) 2005 ،ص 242 .

[2]. نبيل علي :**الثقافة العربية وعصر المعلومات** (سلسلة عالم المعرفة، 276،الكويت) 2001،ص 93

[3]. أومي شرع، **الإعلام الإلكتروني العربي** (ط1،دار الشروق للنشر والتوزيع،عمان) ، 2006 ص 25

1) مفهوم الأنترانت: ;(Intranet)

لقد أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور وسائل إتصالية جديدة خاصة تلك الموصولة بالكمبيوتر وهدفها هو تشخيص المعارف، وتنظيم وسائل اتصالية جديدة، خاصة تلك الموصولة بالكمبيوتر وهدفها تشخيص المعارف ، وتنظيم المؤسسات، ومن أهم هذه الوسائل الأنترانت التي تسمح بنقل وتبادل المعلومات بصورة أسهل وأسرع وأرخص بذلك، ومن أهم وظائفها البريد الإلكتروني، وتسيير مختلف الفهارس وإنشاء صفحات أنترناتية خاصة بكل مصلحة .

وتعتبر الأنترانت من أبرز هذه التقنيات التكنولوجية المتواجدة في المؤسسة هي وتتواجد هذه التقنية في شبكة الاتصال الداخلي للمؤسسة، ولقد ظهرت هذه التقنية في بداية سنوات 2000، تتميز بالمباشرة والسرعة، الدقة والاقتصاد، وبالتالي يمكن لتقنية الأنترانت أن تحل محل الكثير من التقنيات داخل المؤسسة، ولتوضيح أكثر لتقنية الأنترانت فهي تعتبر شبكة خاصة بالمؤسسة تستخدم تقنيات الأنترنت مثل: (البريد الإلكتروني، الروابط ما فوق نصية) لكن في حدود خاصة جدا و بالمؤسسة في متاحة فقط للأفراد داخل المؤسسة، بحيث تسمح للأفراد العاملين أو المنتمين للمؤسسة بنقل وتوزيع النصوص والصور بكل سرية و بأقل تكلفة في أي وقت وفي أي مكان من المؤسسة.

وتتألف الأنترانت من شبكة حاسوبية محلية تحاول أن تحاكي في أدائها شبكة الأنترنت عبرالمناخ السائد عند استخدامها، وتستخدم ضمن نطاق محدود قد يمتد خلال قسم واحد، أو عدة أقسام في مؤسسة من المؤسسات... وتعمد هذه الأخيرة إلى إنشاء شبكات إنترانت خاصة بها كي للعاملين فيها إمكانية التعامل مع أنشطة مشابهة لتلك التي نجدها في الأنترنت ، مع ضمان أمن المعلومات المتداولة داخل دائرة منتسبي المؤسسة بعيدا

عن أعين واختراقات قراصنة المعلومات، ونظرا الطبيعة الجدار الأمني الذي توفره هذه الشبكة والقدرة في السيطرة على حركة تناقل البيانات بين شتى المستخدمين ، وذلك عن طريق الإدارة المحكمة للأنشطة الخاصة بدخول قواعد البيانات، أو المواقع الإلكترونية، فقد نالت قبولا لدى المؤسسات، وشركات إدارة الأعمال. [1]

إذا تعد الأنترانت بمثابة شبكة معلوماتية داخلية شبيهة بالأنترنت وذلك لأنها مؤسسة على تقنيات اتصال الأنترنت وتسمى أيضا IP (Intranet Protocol) وهي ليست موصلة بشبكة الأنترنت بل تستعمل خصيصا من طرف العاملين أو الموظفين بالمؤسسة، تسمح بولوج المواطنين إلى المعلومات الخاصة بالمؤسسة مثل (النصوص،الصورة ال vidéo،الصوت...)كما تتعدد استعمالات الأنترانت ومن بينها:

الحصول على المعلومات الخاصة بالمؤسسة.

الوثائق التقنية .

الصحيفة الإلكترونية .

العمل بمحركات البحث عن الوثائق الخاصة بالمؤسسة .

تبادل المعلومات ما بين المشاركين في المؤسسة.

التقرير السنوي للموظفين personnel.

استخدام البريد الإلكتروني .

الدخول في دردشات بين العمال داخل المؤسسة أو المحادثات .

وبالتالي فإن الأنترانت تسمح بعملية الاتصال داخل المؤسسة، وتقوم بالحد من أخطاء سوء تسيير المعلومة بالإضافة إلى أنها تقوم بتعيين دائم للمعلومات، وبالتالي فإن

[1]. حسن مظفر الرزو، **الفضاء المعلوماتي**، مرجع سبق ذكره، ص 154 .

استخدام الأنترانت يسهم تحقيق عمليات الاتصال الصاعد والنازل والأفقي داخل المؤسسة. [1]

2) الإكسترانت (Extranet):

لقد أدى التطور التكنولوجي للاتصال إلى ظهور وسائل اتصالية جديدة خاصة بك الموصولة بالكمبيوتر وهدفها هو تشخيص المعارف، وتنظيم المؤسسات، ومن أهم هذه الوسائل النترانت التي تسمح بنقل وتبادل المعلومات بصورة أسهل وأسرع وأرخص بذلك، ومن أهم وظائفها البريد الالكترونية وتسير مختلف الفهارس وانشاء صفحات انترنائية خاصة بكل مصلحة .

هي عبارة عن انترنت بشكل موسع أي أنها تضم الاتصال بأقرب المتعاملين معها مثل الموردين، الموزعين...الخ ولضمان حياتها توضع لها كلمة السر تسمح لها بالدخول إلى مواقع الترائات المؤسسة المعنية، ومن فوائدها أنها تقوي روح الانتماء وتزيد من توثيق العلاقات بين الأعضاء وتنسيق الفروع مع المتعاملين معهاعلى أساس مما سبق ذكره نستنتج أن وسائل الاتصال في العلاقات العامة في المؤسسة نوعن إحداهما داخلية وأخرى خارجية، ففي عصرنا الحديث يوجد وسائل اتصال الكترونية، فكليهم ما فائدة للمؤسسة فهي تقويها وتضمن استمرارها.

وعليه فان خبراء العلاقات العامة يهتمون كثيرا بنوعية الوسيلة المستعملة في المؤسسة وهذا ضمانا النجاح الرسالة والمعلومة وإيصالها إلى الجمهور المستهدف والتأثير على آرائه.

وهي شبكة مكونة من مجموعة شبكات إنترانت ، ترتبط ببعضها البعض عن طريق الأنترنت، وتحافظ على خصوصية كل شبكة إنترانت مع منح أحقية الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها، أي أن شبكة الإكسترانت هي التي تربط شبكة الإنترانت

[1] .Liliane Demont- lugol et autres, Op, Cit, pp 276- 255

الخاصة بالمتعاملين والشركاء والمزودين، ومراكز الأبحاث التي تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد أو تجمعهم مركزية التخطيط أو الشراكة، وتؤمن لهم تبادل المعلومات والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الإنترانت المحلية لكل شركة، وبناءا على التعريف السابق يمكن أن تحد تطبيقات شبكة الإكسترانت في الحالات التالية:

نظم تدريب العملاء .

نظم التشارك على قواعد البيانات بين المؤسسات و مراكز الأبحاث الإدارة معينة . (كما هو الحال بالنسبة لمؤسسة "أوريدو" للاتصالات التي تتشارك مع بعض المؤسسات التي لها نفس النشاط بعض المهام الخاصة بالنشاط).

شبكات مؤسسات الخدمات المالية والمصرفية .

شبكات إدارة شؤون الموظفين والمدراء للشركات العالمية المتعددة المراكز. [1]

أنواع الإكسترانت : نشأت شبكات الإكسترانت استجابة إلى ما يتطلبه قطاع الأعمال من شركات وتحالفات وما يقتضيه من أمن على المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات، مع العناية الشديدة بالصلاحيات، ولهذا فإن تصنيف شبكات الإكسترانت يعتمد على قطاع الأعمال الذي يقسمها إلى الأنواع التالية :[2]

أ- **شبكات إكسترانت التزويد:** ترتبط هذه الشبكات والمستودعات الرئيسية للبضائع الفرعية، بغرض تسيير العمل فيها آليا للمحافظة على كمية ثانية من البضائع في المستودع، بالإضافة إلى التحكم في المخزون.

[1].فاروق حريزي، **دور التكنولوجيات الحديثة للاتصالات في تحقيق أهداف استراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كليةالعلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010-2011ن ص04.

[2]. فاروق حريزي،المرجع السابق،ص 44.

ب- **شبكات إكسترانت للتوزيع** : تمنح هذه الشبكات صلاحيات للمتعاملين، مستندة إلى تعاملاتهم وتقدم لهم خدمة الطلب الإلكتروني وتسوية الحاسبات آليا مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات أخرى.

جـ- **شبكات إكسترانت التنافسية:** تعزز هذه الشبكات التنافس في القطاعات الصناعية، إذ تمنح الشركات الكبيرة والصغيرة فرصة متكافئة في مجال البيع والشراء عن طريق ربطها فيما بينها بحيث تنقل الأسعار والمواصفات التقنية الدقيقة مما يرفع من مستوى الخدمة في ذلك القطاع ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الاحتكار .

مزايا استخدام الإكسترانت في المؤسسة أصبحت الإكسترانت من التقنيات الرائجة في هذه المرحلة من عصر المعلومات، ويتوقع الدارسون أن تحل محل الشبكات ذات الوظائف الخاصة القائمة حاليا، خاصة في قطاع الأعمال والتجارة الإلكترونية، لما تقدمه من تقليص في التكاليف والبنى التحتية اللزمة لإقامة شبكات ذات الوظائف الخاصة، إلى جانب التسهيلات الكبيرة في العمليات الإدارية والتفاعل مع العملاء ، ومن التطبيقات العملية لشبكة الإكسترانت التي يمكن تسخيرها في الواقع الحالي هي: - التعامل عن بعد.

ارتباطية الفروع .

الولوج إلى الأجهزة الخادمة المتوسطة.

استخدام واجهة الويب في تطبيقات الأعمال.

تبادل المعلومات إلكترونيا .

وقد بدأت تظهر تطبيقات هذه الشبكات على الويب، إذ أصبح من الممكن الولوج إلى مواد صفحات محددة من أحد المواقع عن طريق كلمة المرور واسم المستخدم ID الاتفاق عليه بشكل مسبق، كما تتوفر الآن كتيبات العرض الإلكترونية e – catalogues والتي تزود العملاء ساعة بساعة بالعروض والأسعار ... ويرتبط النفاذ إلى المواقع والخدمات

السابقة بامتلاك حساب account على الجهاز الخادم للموقع وكلمة مرور تسمح بالوصول إلى مجموعة معينة من الخدمات والمعلومات .[1]

3) المواقع الإلكترونية :

تتعدد تعريفات موقع الويب وفقا لخلفيات المعرفين، الخلفيات التقنية من مطوري الشبكات والمبرمجيين يركزون على الوصف التقني للموقع، مثل طبيعة اللغة البرمجية المستخدمة في كتابة الوثائق والبروتوكولات التي تنظم التواصل بينما يركز مستخدمو الويب عن تعريف موقع الويب بإستخدام محرك البحث google أبرزها ذلك الذي يعرف الموقع بأنه:" مجموعة من الملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف افتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية HOME PAGE التي يمكن الولوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة اسم الموقع على المتصفح وفي تعريف آخر أكثر تفصيلا يعرف الموقع بأنه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور والمقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت " . الموقع على الوب هو مجموعة الصفحات أو الوثائق الموحدة التي تتيحها منظمة أو شخص والتي ترتبط مع بعضها لتحقيق أهداف المنظمة أو الشخص أو المصدر الذي أنتجها. [2]

4) البريد الإلكتروني :

يعد البريد الالكتروني الخدمة الأكثر استخداما وشيوعا على شبكة الانترنت، إذ يوفر إمكانيات تبادل، إرسال استقبال الرسائل.

---

[1].فاروق حريزي،المرجع السابق،ص46.

[2]. محمد الأمين موسى أحمد، **توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي**، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع وتحدياته ايام 22/23/ 2005 بجامعةالشارقة ص02.

فهو يعتبر من بين أبرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت ويستمد البريد الالكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الالكترونية وهي " تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسيل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية أو الصوتية أو الصور المرئية".

ويرى محمد عبد الحميد بأن البريد الالكتروني يتصدر أدوات الاتصال والتفاعل في الوسائل الجديدة نظرا لما يتمتع به من مزايا تتمثل في سهولة استخدامه وتوفير إمكانيات تبادل المعلومات والآراء وطلب المساعدات وتقديم النصح والإرشاد إلى المتلقي بالإضافة إلى تبادل الرسائل مع المحرر والمجموعات، سواء كانت الرسائل في رموز نصية أو مصورة.

ومن بين استخدامات البريد الالكتروني وهو استخدامه كوسيلة اتصالية بين المتلقي والمحرر كذلك يمكن استخدامه في تبادل المعارف والخبرات مع مجموعات المتخصصين في مجال أو مجالات أخرى، بالإضافة إلى أنه وسيلة للاتصال مع المجتمعات الافتراضية نهيك عن إرسال الأخبار والموضوعات بصفة شخصية وتحديث المعلومات .

ولكل وسيلة أو خدمة مميزات تجعله تتميز عن غيرها وخاصة مع اشتداد التنافس في مجال تطوير الخدمات والوسائل فمن بين المميزات التي يتميز بها البريد الالكتروني عن غيره من الخدمات مايلي :

سهولة وسرعة عملية التعاون العلمي بين العلماء والباحثين على نحو شبه آني بغض النظر عن المسافة .

يمكن قراءة رسائل البريد الالكتروني في الوقت المناسب لأن الصندوق يحتفظ بها.

لا يمكن لغير صاحب الصندوق فتحه ومعرفة محتوياته.

اقتصادي يمكن استخدمه فترة أطول بدلا من الاتصالات الهاتفية .

يمكن إرسال رسالة إلى عدد كبير في وقت واحد وبكلفة أقل .

إمكانية إرسال الرسائل وإن كان المستقبل غير موجود أثناء إرسالها .

المطلب الثاني: فوائد الأنترنت في المؤسسة[1]

وتتحدد فائدة الانترنت للعلاقات العامة في المؤسسة في حاجة هذه الأخيرة لوسيلة اتصال سريعة متزامنة تتوافق مع تطور مهارات وقدرات العديد من فئات الجمهور العامة والنوعية ، وتستطيع أن تتوافق مع خصائصه وتوفر خصوصية الاتصال بالآخر، وبصورة تضمن التأكد من وصول الرسالة وتوفر إمكانية التفاعل معها والتعبير عن رد الفعل تجاه مضمونها.

فالانترنت توفر لممارسي العلاقات العامة العديد من المميزات كوسيلة اتصال، فهي تسمح بتداول كم كبير من المعلومات والبيانات بصورة إلكترونية وبصورة تتجاوز حدود وامكانات الزمان والمكان التقليديين كما أنها تسمح بتداول المعلومات بحرية وتحقق دولية الاتصال لنقل وتبادل مواد ومعلومات في صورة نصية أو مرئية. وقد توصل (boniledostal) (1998) في دراسة عن تقييم ممارسي العلاقات العامة الدور الانترنت في حياة المنظمات والتي أجراها من خلال مقابلات متعمقة مع 13 ممارسا إلى أن ممارسي العلاقات العامة يجدون في الانترنت وسيلة تدعم الموقف التنافسي للمنظمة وتساهم في دعم صورتها أمام الجمهور كما أنها توفر العديد من أساليب الاتصال وتدعم العلاقات مع وسائل الإعلام، وتصل بسرعة للجمهور دون التقيد بالوقت، كما أنهم يرون أن الانترنت تساهم في إقامة علاقات مع الجمهور وتسمح بالتعبير عن آرائهم، كما أنها تمتاز بإمكانية ضمان جولتها كوسيلة اتصال، واستهدف كل من التعرف على كيفية بناء المواقع الالكترونية للعلاقة مع الجمهور ودعم الاتصال الحواري معه وذلك بدراسة 100 موقع لمنظمة تعمل في المجال البيئة، وتوصلوا إلى ضرورة وجود معلومات هامة تقدم

[1]. محمد الأمين موسى أحمد ، نفس المرجع السابق، ص 03 .

لجميع فئات الجمهور عبر الموقع وأهمية الرد على استفسارات وأسئلة الجمهور المرسلة إلى الموقع كما أوصوا بمشاركة خبراء الاتصال والعلاقات العامة لمصممي المواقع الالكترونية عند تصميم مواقع المنظمات .

وللأنترنت في المؤسسة فوائد وتسهيلات أخرى تنعكس عنها وهي تتمثل في:

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

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

تلقي الشكاوي : تعد الشكاوي المقدمة من الجمهور إلى المؤسسة واحدة من أهم القنوات التي يتم من خلالها التعرف على ردود أفعال المتعاملين، ورضاهم عن مستوى أدائها فالعميل الذي يشعر بالرضا تجاه الخدمة المقدمة له سوف يقوم بإخبار واحد أو اثنين من العملاء الآخرين، أما العميل الذي لا يشعر بالرضا فسوف يخبر عشرة أو أكثر من العملاء وبعد أن أنشأت المنظمات مواقع لها على شبكة الإنترنت، نجد أن العميل الذي لا يشعر بالرضا بمقدوره إخبار آلاف من العملاء عن طريق خدمة الشكاوى وتوضيح أسباب عدم الرضا.

---

[1]. محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سابق، ص 81 .

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

المقابلات الشخصية على الانترنت : تعتبر المقابلات الشخصية عبر الإنترنت منهجية بحثية جديدة ومفيدة، بحيث يمكن إجراؤها عن طريق البريد الإلكتروني، أو بالمجموعات الإخبارية، وتستوجب المقابلة الشخصية على الإنترنت قيام الفرد بالإجابة عن مجموعة من الأسئلة.[1]

ومن أهم مزايا هذا النوع من المقابلات على الإنترنت عدم الحاجة للقيام بالاستئذان في الأخرى، ويشتمل مجتمع الإنترنت على الآف من الجماعات التي تستخدم خدمات الإنترنت الاتصالية مثل حجرات الدردشة Chat room، وقوائم البريد E – mail ، وجماعات الأخبار المناقشة موضوعات مشتركة، من هنا يستطيع هؤلاء المستخدمون إحداث تأثير في رأيهم على وصورة المنظمة، والتعبير عن آرائهم بحرية حول المنظمة وخدماتها .

ومن أهم مزايا هذا النوع من المقابلات على الإنترنت عدم الحاجة للقيام بالاستئذان في محمد زيد مخللاتي ، محمد علاء الكحلاوي ، مرجع سابق 108 الدخول على الموقع

[1]. محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص82 .

حيث يمكن أن يتم الاتصال مباشرة مع صناع لقرار، واتاحة القائم بالمقابلة الشخصية الوقت الكافي للمبحوث حتى يفكر بتأني وحذر عند تقديم الردود، هذا إلى جانب أنه في العديد من أشكال المقابلات على الإنترنت لا تكون هناك حاجة لجدولة مواعيد المقابلات حيث بإمكان القائم بالمقابلة استكمال العمل في الوقت الذي يختاره الخاضع للمقابلة التسويق عن بعد : وذلك عن طريق التجارة الالكترونية، وتشير هذه الأخيرة إلى استخدام الانترنت في إتمام عمليات البيع والشراء للمنتجات التي يتم تمويلها إما بشكل مادي ملموس أو من خلال استخدام الأرقام وذلك من خلال موقع آخر، كما تعد التجارة الالكترونية من الأعمال الالكترونية و التي يرتكز فيها على الأعمال و انتظام البيع والشراء من خلال الانترنت، كما تعد التجارة الالكترونية شكلا من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين المؤسسات ببعضها البعض وبعض المؤسسات وعملائها، وبين المؤسسات و الإدارات العامة .[1]

المطلب الثالث: توظيف الأنترنت في العلاقات العامة

بما أن العلاقات العامة وظيفة إدارية (داخل المنظمة) ، فهي ليست بمنأى عن استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة و الانترنت بشكل خاص، و التي صارت أكثر من ضرورية للمزايا الكثيرة التي تقدمها و يمكن إجمال أوجه الاستفادة من الانترنت في مجال العلاقات العامة كالآتي :

استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات وكتابةالتقارير.
استخدام البريد الالكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين أفراد المنظمة وخارجيا مع الجمهور ومع المؤسسات الأخرى .

[1]. الخنساء سعادي، **التسويق الإلكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي** ، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 30 .

التواجد الدائم في الشبكة العنكبوتية من خلال الموقع الخاص بالمنظمة .[1]

إجراء البحوث في شكل مقابلات في الشبكة عبر البريد الالكتروني و التصويت .

التعرف على صورة المنظمة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الإعلام، والمنافسين والمستخدمين، وغيرهم في الانترنت.

هناك من يرى بأن إستخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة الحاجز النفسي بين المنظمة وجمهورها فأصبحت تبدوا قريبة منهم .

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

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

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

التعليم والتعلم عن بعد : وذلك من خلال الاتصال بمراكز التعليم والتدريب ويعني ذلك أن يمكن لممارسي العلاقات العامة القيام بدورة تدريبية في المؤسسة المختصة ،

[1]. حسين عبد الحميد، أحمد رشوان، **العلاقات العامة والإعلام**، ط4، المكتب الجامعي الحديث، مصر 2004، ص 117 .

فالوظائف التي أتحتها الانترنت في مجال التعليم قلصت المسافات ما بين مركز التعليم والمتعلمين فالتعليم عن بعد هو أبسط مثال في ذلك .

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

المطلب الرابع: مزايا و معيقات الأنترنت في العلاقات العامة

أولا : مزايا الأنترنت : [1]

1 – تدعيم قدرة المؤسسة على تقديم المعلومات لجماهيرها المختلفة :

فقد مكنت الانترنت إدارات العلاقات العامة من تقديم معلومات عن المؤسسة ومنتجاتها وأنشطتها وقياداتها إلى جماهيرها من عملاء ومستهلكين ومستثمرين ورجال إعلام وعاملين وغيرهم من الجماهير الأساسية .

وقد أتاحت الانترنت لممارسي العلاقات العامة القدرة على الوصول لهذه الجماهير بسرعة ودون تدخل من القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام من تعديل المضامين، وبعد أن ان الإعلان هو الشكل الاتصالي الوحيد الذي يمكن للمؤسسات من خلاله الوصول إلى الجمهور عبر وسائل الاتصال الجماهيري دون التدخل في مضمونه قدمت

[1]. خيرت معوض محمد عياد، **اتجاهات العلاقات نحو استخدام الأنترنت**، البحرين، ص 3، www.arts.iugaza.edu.ps/LinkClick.aspx?filticket=ISs4maRjUs%3D&tabid ، 2014/1/5 ، 17:32 .

الانترنت لممارسي العلاقات العامة وسيلة اتصال كاملة يمكنهم السيطرة على مضمونها دون تدخل ممن يعرفون بحراس البوابة.

2 – تدعيم قدرة ممارسي العلاقات العامة على التأثير في تأطير مضامين وسائل الإعلام القضايا التي تهم المؤسسة، فللانترنت القدرة على تدعيم العلاقة الصحفيين ورجال الإعلام باعتبارها علاقة اعتماد متبادل، ولذلك تستهدف معظم مواقع المؤسسات على الانترنت وسائل الإعلام مثلما تستهدف الجماهير الأخرى وتشمل هذه المواقع على معلومات عن تاريخ المؤسسة ومنتجاتها وتصريحات قياداتها وعديد من الروابط المهمة التي يمكن أن يستفيد منها الصحفيون، وفي هذا الإطار فإن العلاقات العامة تسهم بنسبة تتجاوز 55 بالمئة من التغطية الإخبارية للأخبار المحلية لوسائل الاتصال العامة.

فقد أصبحت مواقع المؤسسات المختلفة على الانترنت أحد المصادر الأساسية للمعلومات و الأخبار للإعلاميين الذين قد لا تتاح لهم من خلال مصادر أخرى ومن ثم أصبح لأخصائي العلاقات العامة كمصادر للأخبار، القدرة على تأطير المضمون المقدم في وسائل الاتصال الجماهيري، وهو ما يساعدهم على إبراز القضايا التي تهم المؤسسة ومن ثم توجه رؤية وتفسير الجمهور لتلك القضايا.

3 – زيادة قدرة ممارسي العلاقات العامة على بناء علاقات مع جماهير المؤسسة فالتحول من إدارة الاتصال إلى إدارة العلاقات يعتبر من التحولات الجديدة في مجال ممارسة العلاقات العامة فالعلاقة بين المؤسسة وجماهيرها تخضع لثلاثة أبعاد هي : البعد المهني والبعد الشخصي والبعد المجتمعي، ويقصد بالبعد المهني العلاقات المهنية بين المؤسسة وجماهيرها في ضوء طبيعة عمل المؤسسة سواء كانت إنتاجية أو خدمية أو منظمة غير ربحية، فالجمهور يريد من المؤسسات أداء مهنيا يتمشى مع احتياجاته ومصالحه، ويقصد بالعلاقات الشخصية العلاقات التي تبنيها المؤسسة مع جمهورها على أساس شخصي، وليس باعتبارهم أفراد مجهولين، أي أنها عليها أن تسعى لكسب

احترامهم وثقتهم كأفراد، أما المجتمعي التزام المؤسسة في علاقاتها بجماهيرها باحتياجات واهتمامان وقيم وأخلاقيات المجتمع الذي تعيش فيه.

وقد أتاحت الانترنت كوسيلة اتصال للعلاقات العامة القدرة على بناء هذه العلاقات من خلال تسهيلها لبناء علاقات شخصية وعلاقات حوار بين الممارس وجمهوره ففي الوقت الذي وفرت هذه الوسيلة لكل فرد من الجمهور الفرصة للحصول [1]على المعلومات التي يريدها، خلقت في الوقت نفسه لديه الرغبة للتعامل مع هذه المعلومات من خلال ما توفره من مصادر معلومات منوعة لنفس المعلومات، وقد تطلب ذلك من ممارسي العلاقات العامة ضرورة التعرف على اهتمامات الجماهير المختلفة وتحديد خصائصهم و أسلوب تفكيرهم، والدوافع التي تفسر سلوكهم، وقد أتاحت الانترنت هذه المعلومات من خلال تحليل ردود أفعال الجماهير وتعليقاتهم وأرائهم التي تتعلق بأنشطة المؤسسة وسلوكياتها .

4 –زيادة قدرة المؤسسة على تحقيق الاتصال المتماثل في اتجاهين :

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

فمن خلال مواقع المؤسسات على الانترنت قامت هذه المؤسسات بتطوير قنوات اتصال شخصية مع الجماهير وعقد لقاءات ومؤتمرات عن طريق الفيديو وتحقيق التواصل بين المجموعات المختلفة من الجماهير من خلال المناقشات الحية، واعتبر الباحثون أن الحوار بين المؤسسة وجماهيرها عبر موقعها على الانترنت يعني السماح لهذه الجماهير بطرح الأسئلة وابداء الملاحظات والتعليقات حول مخرجاتها والإشادة بالمؤسسة أو توجيه

[1]. خيرت معوض محمد عياد، نفس المرجع السابق، ص 04.

النقد لسياساتها وبدون ذلك يصبح الموقع مجرد نمط اتصالي في اتجاه واحد أو تقنية تسويقية جديدة .[1]

ثانيا: معيقات الأنترنت : [2]

هناك عدد من المعيقات التي تواجه العلاقات العامة خاصة، والمنظمات عامة عند استخدام الانترنت والمواقع الالكترونية، فهناك معيقات تتعلق بقياس تأثير الموقع على الجمهور، ومعيقات تتعلق بالمنافسة مع المواقع الأخرى للمنظمات المنافسة، ومعيقات تتعلق بحماية الممتلكات الفكرية للمنظمة، إلى جانب معيقات أخرى تتعلق بجوانب التقنية، وهناك عدة أشكال من التهديد التي تواجه مواقع المنظمات ومنها مهاجمة المواقع من خلال أشخاص يرسلون رسائل سلبية انتقادية إلى بريد المنظمة الالكتروني، وهناك مهاجمون يستهدفون تدمير الموقع أوالسيطرة عليه وبث معلومات خاطئة من خلاله.

وهناك فئة أخرى تمتلك حق الدخول للموقع والحصول على بيانات منه لكنهم يوظفون حق الدخول للموقع والحصول على بيانات منه لكنهم يوظفون حق الدخول في تدمير الموقع أو بث معلومات خاطئة من خلاله.

وهناك من يقومون بتصميم مواقع مشابهة لموقع المنظمة الاصلي وبأسماء مشابهة لخداع الجمهور وتقديمه على انه موقع المنظمة، كما أن هناك من يشرون سلعا عبر الموقع دون نفع، أو يتم الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية عن طريق استخدام مضامين أو أشكال خاصة بالمنظمة بما يخدم مصالحهم وعلى أساس أنهم أصحاب هذه

---

[1]. نفس المرجع السابق، ص 05.

[2]. محمد زياد مخللاتي، محمد علاء النحلاوي، **العلاقات العامة الإلكترونية**، منشورات كلية التجارة والإقتصاد، قسم التسويق، 2010،
www.tahasoft.com/books/399.docx ، 18 أفريل 2014، 23:38:02 .

المضامين، وتتعلق قرصنة البرامج والشبكات بسرقة أو توزيع الممتلكات الفكرية دون تفويض أو ترخيص أو استخدام مادة تتمتع بحقوق النشر والتأليف أو ببراءة اختراع، ومنها قرصنة البرامج وهي نسخ البرامج دون وهي نسخ البرامج دون تفويض أو ترخيص لبرامج دون تفويض أو ترخيص لبرامج تتمتع بحق النشر والتأليف في صورة رقمية، وهناك أيضا الانتحال ويقصد به تجريد كاتب من مكاتبه أو نتائجه وتقديمها على أنها ملك شخص آخر.

ولذلك فان هناك أخلاقيات على المتعاملين مع الانترنت مراعاتها وأخذها في الاعتبار وتتلخص أهمها فيما يلي:

تجنب إيذاء الآخرين.

الأمانة في عرض المعلومات.

المساواة بين الجميع.

احترام خصوصية الأفراد.

الاستخدام السلمي لمصادر المعلومات.

الالتزام بالقوانين والتشريعات.[1]

[1]. . محمد زياد مخللاتي، محمد علاء النحلاوي، نفس المرجع السابق،ص 15.

خلاصة الفصل :

نستخلص من خلال ما تم عرضه في الفصل الثاني ان شبكة الانترنت اكثر قدرة على التاقلم مع مجال العلاقات العامة من مجالات الصحافة و الاعلان و التسويق، وتعتبر الانترنت أحدث مظهر من المظاهر التطور التكنولوجية وقد وفرت شبكات وقنوات اتصالية للممارسة العلاقات العامة واتاحة شبكة الانترنت الكثير من قنوات الإتصال ويعتبر هذا الأمر مهم بالنسبة للعلاقات العامة في أي مؤسسة، ومن أبرز الخدمات المتوفر على الشبكة للخدمة جمهور المؤسسة خدمة البريد الالكتروني، والانترانات التي لعبت الدور الرئيسي في تنظيم وتحسين العلاقات العامة بين الموظفين .

الفصـــل الثالـــث :
دور الانترنت في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية

تمهيد :

تعد مؤسسة اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية جزائرية ذات أسهم برأس مال تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقال وخدمات الأنترنت عبر الساتل كما تتمتع بموقع خاص زيادتا الى ذلك الخدمات الجيدة للهاتف الثابت.

المبحث الأول: مؤسسة إتصالات الجزائر

المطلب الأول: نبذة عن المؤسسة العملية لاتصالات الجزائر

إن الإصلاحات التي شرعت فيها الدولة الجزائرية وتطبيقا لسياسة العولمة وتماشيا مع اقتصاد السوق عرف قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بدوره تحولات تهدف إلى تطوير وتقديم خدمات ذات نوعية تتماشى وتكنولوجيات العصر في مجال البريد والمواصلات السلكية و اللاسلكية في جو خال من التفرقة والتمييز في محيط تنافسي مع ضمان المصلحة العامة فوق كل شيء.

فبموجب القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 الذي يحدد الأحكام العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات، تقرر إنشاء أربع مؤسسات و على رأسها مؤسسة اتصالات الجزائر التي أخذتها في دراستنا كحالة تطبيقية.

اتصالات الجزائر مؤسسة ذات أسهم ورأس مال عمومي عملي في سوق الشبكات وخدمات الاتصالات الالكترونية.

نشأت بموجب قرار وزاري تحت رقم 03/2000المؤرخ في 05 أوت 2000 المتعلق والمتضمن إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات، ومن خلال هذا القانون تم فصل قطاع البريد عن قطاع الاتصالات، إذ أعيد بعثها تحت تسمية اتصالات الجزائر.

أصبحت مهامها محصورة بموجب قانون 03/2000 الراجع للنظام الأساسي للمؤسسة العمومية الاقتصادية ذات طابع قانوني لشركة ذات أسهم.

دخلت رسميا في ممارستها ابتداء من 01 جانفي 2003 و ذلك باعتمادها على ثلاثة أهداف أساسية في إطار قطاع الخدمات التكنولوجية:

1. المردودية.

2. الفعالية.

3. جودة الخدمة.

رغبتها هي تحقيق مستوى عالي قياسي و تقني، اقتصادي و اجتماعي لتبقى دوما الرائدة في ميدانها نظرا لوجودها في محيط تنافسي.

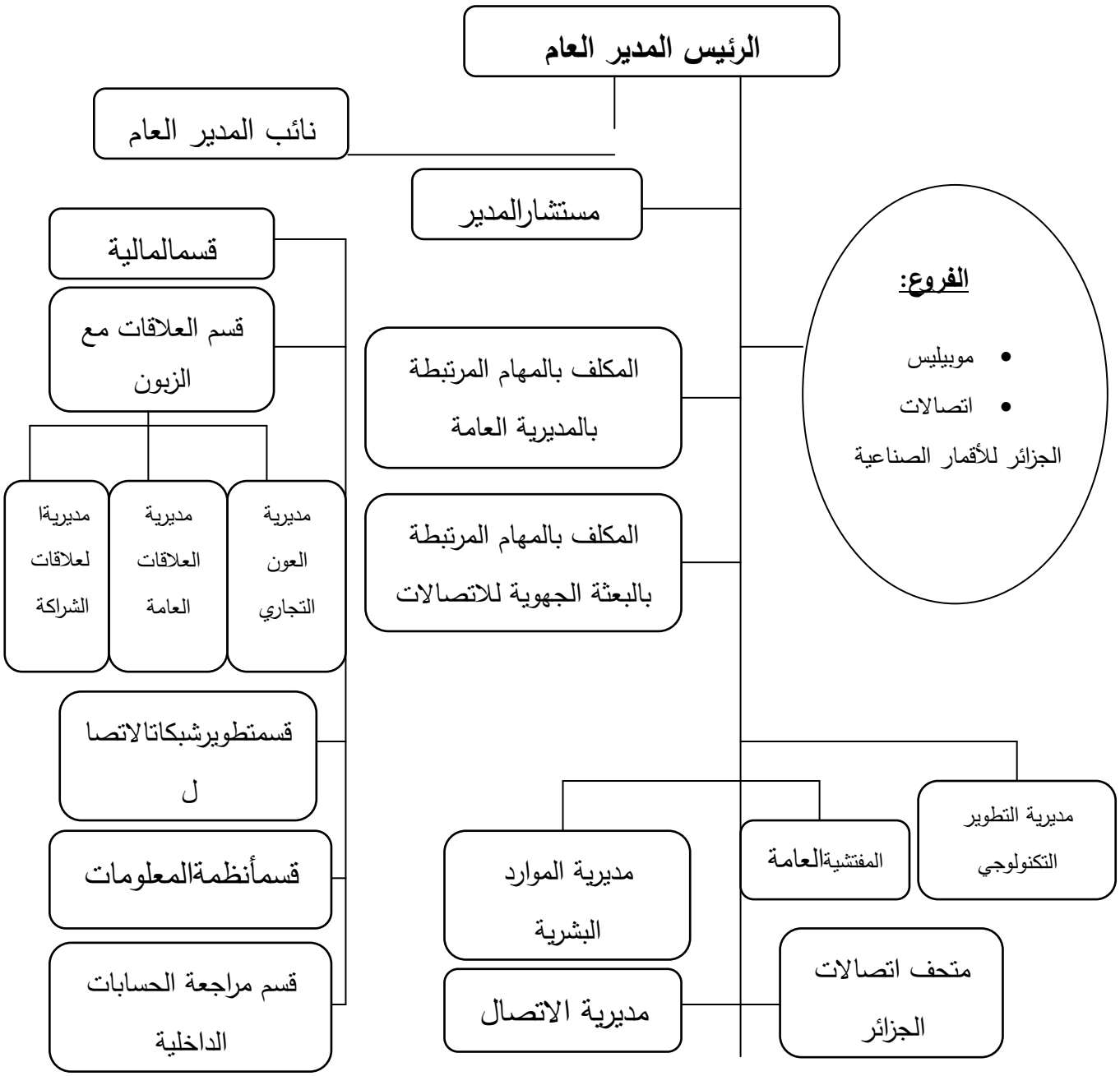
1- الهيكل التنظيمي لاتصالات الجزائر:

يهدف التسيير الحسن في المؤسسة لمختلف الإدارات والمصالح لجأت المؤسسة إلى التوزيع الأمثل للوظائف من أجل تنظيم أعمالها بتوظيف إدارات ذات كفاءة تساهم في ترقية خدماتها وتعددها من خلال وضع هيكل تنظيمي يترأسه مدير عام ويحتوي على:

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام و الاتصال، مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية، وثائق رسمية، سنة 2011.[1]

[1] مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الاتصال.

2.الهيكل التنظيمي للمؤسسة العملية لإتصالات الجزائر.



الهيكل التنظيمي للمؤسسة العملية لاتصالات الجزائر لولاية المدية

المدير العام: هو رئيس مجلس الإدارة و يعد المسؤول الأول عن الأعمال القائمة حيث يتولى مساعديه مهمة تحقيق الأهداف المرسومة للشركة من قبل المصالح المختصة ومن مهامه السهر على :

- الحفاظ على الحصص السوقية.
- تطوير ثقافة الشركة في سوق تنافسي .
- تطوير التسويق العملي.
- السهر على تطبيق البرامج الموافق عليها والتنسيق بين المصالح.
- مراقبة تسيير النشاطات المختلفة في المؤسسة من خلال التقارير التي تصل إليها من المصالح المختلفة.
- النظر في الاقتراحات المقدمة من طرف المصالح.
- المحافظة على السير الحسن و العادي للشركة.[1]

[1] مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية.

ثانيا: المديريات العامة

1. مديرية الموارد البشرية: ومن مهامها ما يلي:

- تطوير ووضع القواعد والإجراءات وأنظمة التسيير وكذا السهر على مراقبة تطبيقها .

- إعداد الدراسات وإنشاء الإحصائيات ومتابعة مؤشرات التسيير.

- المشاركة في إعداد المخططات التنموية.

- إنشاء مخططات و برامج التكوين وتنشيطها وفقا لوضعها العملي.

- تسيير أنظمة المكافآت والتحفيز .

- العلاقات المهنية والحماية من النزاعات الاجتماعية.

- التسيير الإداري للإطارات السامية والموجهين.

- تطوير الاتصالات الداخلية.

2. **مديرية التسيير التقني لشبه الاتصال:** وهي مكلفة بـ:

- ملاحظة وتحليل سير الخدمات و البحث عن توسيع الشبكات.

- المشاركة في إعداد المخططات السنوية ولعدة سنوات.

- تحمل مصاريف إنشاء العقود المرتبطة بمجموع المشتريات في إطار موازنة التشغيل.

- تسيير المراكز الوطنية وإعادة ربطها.[1]

- تنشيط ومتابعة المديريات الإقليمية للاتصالات من أجل وضعها في أعمال مخططات التصنيع و أهداف النوعية.

[1] مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية.

جـ. مديرية التخطيط و أنظمة الإعلام: وتتكفل بـ:

- تحديد فرضيات التطوير.

- إعداد سياسات وإستراتيجيات للتشغيل.

- متابعة مخططات الاستثمارات.

- إعداد دراسات قبل مشاريع البرامج العلمية.

- تصور وكذلك تحقيق ووضع الأعمال النظام الإعلام.

- متابعة وتحليل المؤشرات والنسب الاقتصادية و اقتراح للقياسات الصحيحة. د.

مديرية المالية والمحاسبية: وتتكفل بـ:

- تأخذ بعين الاعتبار تطوير وتنشيط السير المحاسبي و المالي وكذا تسيير الميزانية والجباية.

- إعداد ووضع القواعد والإجراءات وكذا الأنظمة في مكانها ومراقبة تطبيقها.

- تكوين وتحسين وكذا تقديم المساعدة على تسيير الموارد البشرية.

- إعداد مختلف التقديرات والتنبؤات بالإضافة إلى حسابات الاستغلال (جداول العمال مخططات التمويل والاستغلال ومخططات الاستثمارات).

د. مديرية الإدارة العامة والإمداد: وتتكفل بـ:

- المحافظة على هياكل الشركة في معالجة المسائل القضائية .

- تسيير وحماية الذمم المالية وإعادة تسجيل عقود الملكية وإعداد الملفات العقارية.

- تنشيط التسيير الإداري باستنتاج وفحص الصفقات.

– معالجة النصوص التنظيمية الأساسية لتنشيط أنظمة الشركة.

– المساهمة في تحرير العقود **(كل عقد على حدي)** و البنود التي تسمح بتسجيل فوائد الشركة وفك النزاعات القضائية.

– تهيئة المراكز وتيسير وسائل النقل.

– تسيير المراكز التابعة.

ثالثا: المديريات المركزية:

1. مديرية العلاقات مع الزبون: وتتكفل بـ :[1]

– تطوير قوة البيع ومطابقتها لإجابات و انتظارات الزبائن.

– تسيير الصفقات التجارية مع العملاء الجزائريين والأجانب.

92 . مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية، مرجع سابق .

93 . مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية، مرجع سابق .

– التسيير التجاري، التنشيط، التسويق وتقديم المساعدة في هيكلة العلاقات مع العملاء .

– إعداد السياسات والإستراتيجيات التجارية.

– متابعة الطلب والسهر على المنافسة وتحديد المنتجات والخدمات الجديدة.

2. مديرية تطوير شبكة الاتصال: وتتكفل بـ:

– تشارك مع المديرية المالية في البحث وتعبئة الموارد المالية للاستثمارات.

– إعداد واستخدام ميزانية الاستثمار، والأخذ بمحاسبة الاستثمارات.

[1] مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية.

– تسيير مشاريع التطوير المضبوطة، بالخصوص تحديد التقنيات التخطيط العلمي خلاصة العقود التحقيق استقبال المراجع تأدية الخدمات و إرسالها إلى التشغيل.

– تشارك في إعداد المخططات السنوية ولعدة سنوات.

وهناك أيضا ثمانية مديريات إقليمية للاتصالات، تشرف عليها مديرية التسيير التجاري والتوعية، وكل مديرية إقليمية تشرف على وحدة عملية للاتصالات (حيث توجد وحدة واحدة في كل ولاية).

وكل وحدة عملية للاتصالات تشرف على الوكالات التجارية للاتصالات « ACTEL» وتختلف عدد الوكالات حسب الكثافة السكانية .

إذ أن كل مديرية إقليمية تشرف على الولايات الأخرى القريبة منها والتي لا توجد فيها مديريات إقليمية .

o الإدارة الوطنية للمشروع IDT:

تهتم هذه الإدارة بكل ما يتعلق بمتابعة تحديث نظام الاتصالات من خلال استعمال الإعلام الآلي، وذلك عن طريق إنشاء قواعد المعلومات الخاصة بالزبائن وبرمجيات لتحديث عملية الفوترة.

o المفتشية العامة IG:

تهتم هذه الهيئة بمراقبة ومتابعة كل الطعون والشكاوى المقدمة من طرف المواطنين، وكذا مراقبة مدى استجابة المصالح الداخلية للمؤسسة للزبائن، وكذا السهر على حماية الموارد المالية للمؤسسة من الاختلاسات.

o إدارة البرامج و أنظمة المعلومات DPSI 94 :

تقوم هذه الإدارة بتخطيط وإحصاء التجهيزات اللازمة لتقديم خدمات اتصالات الجزائر، فهي تعمل بالتعاون مع إدارات تجهيزات التحويل، الإرسال، الطاقة .

o إدارة تجهيزات التحويل DEC:

تهتم هذه الإدارة بشراء كل التجهيزات المتعلقة بعملية التحويل، وذلك من خلال عقد الصفقات مع الموردين.

o إدارة تجهيزات الإرسال DET:

تهتم هذه الإدارة بشراء كل التجهيزات الخاصة بعملية الإرسال (الكوابل والخيوط الهاتفية على اختلاف أنواعها).[1]

o إدارة التجهيزات الطاقوية DEE:

تهتم هذه الإدارة بشراء الأجهزة الخاصة بالطاقة و التبريد، أي كل ما يمكن أن يكون مصدر الطاقة.

o إدارة التسيير التقني للشبكة DGTR:

تقوم هذه الإدارة بالتسيير التقني لشبكة الاتصالات والصيانة والتقنية، وذلك عن طريق مختلف الوحدات المنتشرة عبر التراب الوطني CECLI .

o إدارة الموارد البشرية DRH:

تهتم هذه الإدارة بشؤون العمال في المؤسسة من حيث الأجور، الخدمات الاجتماعية و غير ذلك، كما تهتم بجانب التوظيف وتحسين ظروف العمل.

[1] مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية.

o إدارة المالية والمحاسبية DFC:

يتم على مستوى هذه الإدارة الاهتمام بالجوانب المالية والمحاسبية للمؤسسة وكذا إعداد تقارير المالية الدورية والسنوية إذا استدعى الأمر لذلك.

المطلب الثالث: خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر

تميزت هذه الأخيرة بعدة خدمات نذكر منها:

أولا: الهاتف: يعد الهاتف أهم وسائل الاتصال السمعية انتشارا في العالم خاصة في ظل التطور الذي يعرفه العالم في كافة الميادين خاصة منها في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذا ما يجعل اقتصاد أي بلد كان يقوم على وجود وسائل الاتصال السريعة وفي أي وقت ليس فقط في الوطن بل في أية نقطة في الخارج.

و حاليا تقدم مؤسسة اتصالات الجزائر نوعين من خدمات الهاتف هما:

1. خدمة الهاتف الثابت:

هناك خدمات عديدة في الهاتف تساعد على ربح الوقت أكثر والتسيير الجيد للأعمال وتتمثل هذه الخدمات في:

1. خدمة الدفع المسبق:

مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية، وثائق رسمية .

هذه الخدمة تسمح بالقيام بالمكالمات في أي وقت كان باستخدام رصيد استهلاكي وهذا باستعمال خط هاتفي ثابت أم خط هاتفي عمومي.

2. إشارة المناداة المنتظرة:

حيث تقوم بإعلام المتحدث بأن هناك مكالمة ثانية في الانتظار.

3. الاتصال دون أرقام:

وهي موجهة نحو الأطفال والمعاقين بصريا والمسنين.

4. خدمة المنبه:

أي القيام ببرمجة كل المواعيد و المكالمات في التواريخ و أوقات المواعيد وهذه الخدمة تساعد على الاتصال أوتوماتيكيا في الوقت المبرمج أي تساعد على تفادي نسيان المواعيد.[1]

5. محاضرة ثلاثية:

تساعد على إجراء اتصال مع ثلاثة أطراف في نفس الوقت وهي فعالة خاصة في الاجتماعات عن بعد وذلك دون التنقل من إلى آخر.

6. تحويل المكالمة المؤقت:

تساعد في تحويل المكالمة من مكان إلى آخر وهي عملية في المؤسسات.

7. الأرقام المختصرة:

تسمح هذه الخدمة ببرمجة الرقم المراد الاتصال به من أرقام إلى رقم واحد وهذا لربح الوقت وتفادي الخطا أثناء تشكيل الرقم.

8. تعريف برقم طالب المكالمة:

وحتى يحصل المشترك على هذه الخدمة يجب أن جهازه الهاتفي مصحوب بكاشف رقمي .

9. إغلاق تشغيل المكالمات الدولية:

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

وهذا بوضع رمز سري من الوكالة القريبة من المشترك.

10. الفوترة المفصلة:

تسمح للمشترك بالحصول على فاتورة مفصلة في نهاية كل فترة فيها كل المكالمات التي قام بها سواء داخل الوطن أو خارجه أو إلى الهاتف النقال أو استعماله انترنت.

11. خدمة الدليل الهاتفي:

وجميع الخدمات المذكورة أعلاه فيما عدا الخدمة الأولى مجانية، وقد وضعت المؤسسة تحت تصرف زبائنها خط باتصال مجاني بالرقم '' 100 '' من أجل طرح أي استفسارات ومن أجل تحقيق التواصل الدائم والرضى بينها وبين زبائنها.

11. البطاقة الهاتفية '' أمال'':

وهي تحوي على أرصدة مختلفة وفقا لاحتياجات الزبون تساعده في التحكم في ميزانيته وبين رصيد الحساب عند بداية كل مكالمة، وهي ما تعرف ببطاقة أمال وهل على ثلاثة أنماط من الأرصدة 50دج، 100دج، 200دج.

وهي توفر خدمة الاتصال بأي متعامل ثابت، نقال، وطني أو دولي، من خط هاتفي لمؤسسة اتصالات الجزائر.

2. خدمات الهاتف اللاسلكي:

تتوفر لدى المؤسسة تقنيات لاسلكية التي تسمح بتحقيق حلول ما بين المشترك وخدمات الاتصالات و الموزع الخدمات الشركة، وهذه التقنيات هي سهلة التركيب وليس من الضروري وضع كوابل لتحقيق الربط المشترك كما هو الحال في الهاتف الثابت العادي .

بالإضافة إلى الخدمات الهاتفية العادية الأخرى السابقة الذكر يوفر الهاتف الثابت اللاسلكي خدمات أخرى تكمن في:

- خدمة المعطيات عبر الموجات الصوتية التي تصل إلى 14.4 كيلو بايت في الثانية.

- خدمة المعطيات بإلقاء يصل إلى 153.6 كيلو بايت في الثانية.

- صوت ورسائل الفاكس من نوع G3.[1]

ثانيا: الإنترنت

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر الرائدة في هذا المجال وقد سعت منذ نشأتها إلى تقديم أفضل خدمة خاصة في مجال الانترنت نظرا للأهمية البالغة لهذه التقنية وكونها العصب المحرك للأفراد عامة والمؤسسات على وجه الخصوص، وبهذا التطور من خلال خدمات الانترنت المتنوعة والمتقدمة التي تعرضها المؤسسة لكل الشرائح، وهذا ما ستراه من خلال خدمات الانترنت.

خدمات الانترنت:

1. ADSL جواب:

وهذه الخدمة تخص الاشتراك الشخصي والاشتراك الاحترافي وهي ذات تدفق عالي بحيث يحظ المشترك بالسرعة و الفعالية بالإضافة إلى التركيب.

[1] مؤسسة اتصالات الجزائر، مديرية الموارد البشرية.

المطلب الثاني: مهام وأهداف المؤسسة

أولا: مهام المؤسسة:

وتحرص المؤسسة على القيام بعدة مهام وهي: ، أهم نشاط لمؤسسة اتصالات الجزائر يتمثل في التزويد بخدمات الاتصال التي تسمح بنقل الصوت، الرسائل المكتوبة، المعطيات الرقمية المرئية والصوتية ، تقوم بتنمية استغلال وتسيير الشيكات العمومية والخاصة للاتصالات.

– تعمل على وضع استغلال وتسيير الاتصالات المحلية مع المتعاملين في الشبكة.

ثانيا: أهداف المؤسسة:

تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر إلى تحقيق الأهداف التالية:

– الزيادة في عرض الخدمات الهاتفية وتسهيل عمليات المشاركة في مختلف خدمات الاتصال، و على الخصوص لأكبر عدد من المستعملين في المناطق الريفية .

– الزيادة في جودة ونوعية الخدمات المعروضة والتشكيلة المقدمة وجعلها أكثر منافسة في خدمات الاتصال.

– تنمية وتطوير شبكة وطنية للاتصالات فعالة وتوصيلها بمختلف طرق الإعلام .

– المساهمة في تطوير حقل الاتصال السلكي واللاسلكي، وتغطية كل أقطار الوطن بخدماتها.

المبحث الثاني: تصورات نتائج الدراسة

المطلب الأول: تصور النتيجة الأولى

تكمن اهمية الموقع الالكتروني داخل مؤسسة اتصالات الجزائر في كونه الموقع الوحيد الذي يربط المؤسسة بجمهورها الخارجي والداخلي ، بحيث يساعدالموظفين علي التواصل فيمابينهم لحتوائه علي معلومات خاصة بالمؤسسة يمكن الاستفادة منها حيث يعطي كل المعلومات الجديدة عنها والخدمات التي توفرها للجمهور الداخلي والخارجي اضافتا الي كيفية حل مشاكلهم ،بذلك يلعب البريد الالكتروني دورا هاما في تبادل الرسائل وسهولة استخدامه هذا مايساهم في بناء علاقات عامة بين الموظفين وجمهورها الخارجي فهو يسهل العملية الاتصالية وعملية تحويل ونقل المعلومات بسرية وسرعة فائقة كما سهلت شبكة الانترانت الاتصال الداخلي بالقدرة علي نقل عدد كبير من البيانات والصور الرقمية زيادتا الي الحصول علي معلومات مقارنتا بالسابق.

وبهذا نستخلص أن تطبيقات الأنترنت في مؤسسة اتصالات الجزائر ساهمت كثيرا في وجود علاقات عامة جيدة مبنية علي التفهم بين الموظفين ومازادها نجاحا هو شبكة الانترنت التي ساعدت علي تحسين العملية الاتصالية بعتبارها حلقة وصل بين الموضفين داخل المؤسسة.

المطلب الثاني:تصور النتيجة الثانية

تأخذ خدمات الانترنت دور وحيزا كبيرا داخل مؤسسة اتصالات الجزائر كونها الوسيلة التكنولوجية الاساسية في تحقيق التفاعل مع الاخرين والوصول الي الاهداف المطلوبة لانها وضيفة اتصالية بالدرجة الاولي سهلت كثيرا من التعاملات الداخلية للمؤسسة كونها وظيفة وفرت تكوين الاراء والاتجاهات حول المؤسسة ومازادها تنظيما واجابيتا هو استخدام موضيفيها لشبكات انترنت وخدمة wais التي سهلت العمل الاداري بالمؤسسة وتعتبر عملية اتصالية حديثة تعمل علي التفاعل بين موظفي المؤسسة وتنظم عملهم الادارية، تحسين وتوطيد وخلق علاقات عامة جيدة مبنية علي الاتصال والتفاهم ونقل المعلومات والتواصل الجيد لانها شبكة داخلية للمؤسسة بين الموظفين . وبهذا نستخلص ان خدمات الانترنت قدمت عدة وظائف لانها وظيفة اتصالية داخلية عملت علي تسهيل هذه الاخيرة وقدمت خدمات ديدة للمؤسسة تتمثل في تسهيل الاتصال الفعال والتواصل المستمر برفع الروح المعنوية للعاملين بتحقيق اهدافهم ودون هذه الممارسات لا يتحقق الاداء الفعلي لهذه الوظائف.

المطلب الثالث: نتائج التصور الثالث.

تميزت استخدام الانترنت في مؤسسة اتصالات الجزائر بمختلف اشكالها وتطبيقاتها بوجود مزايا كثيرة تميزها مثل الدقة وسرعة التعامل وتسهيل العمل الاداري وزيادة قدرت ممارسي العلاقات العامة في بناء علاقات وطيدة مع جمهورها الداخلي والخارجي كما تميزت في اطار تحقيق التفاهم والانسجام بالمؤسسة وتعلها علي تقوية علاقاتها بجمهورها عن طريق التواصل معه والحرص علي استمرار العلاقات الطيبة عن طريق المقابلات الشخصية عبر الانترنت وتسهيل خدمات الاتصال لانها تملك حواسيب جديدة ذات امكانيات عالية ووتدفق كبير للانترنات ووجود تقنيين ومهندسيين خاصين بالمؤسسة في خدمة المواطنين لكن من جهة اخرى تم تسجيل بعض المعيقات الاخلاقية والمهنية في التعاملات مع الجمهور الداخلي والخارجي من بينها عدم الرد السريع علي الرسائل البريدية، وعدم تحليل المعلومات، باضافة لغياب الاستجابة لشكاوي المواطنين احيانا،كونها تقنية جديدة داخل المؤسسة ومن اجل تنفيذ العلاقات العامة داخل المؤسسة يجب تطور اسسها الداخلية والخارجية وتقديم صورة ذهنية جيدة للعاملين والزبائن لكونها مؤسسة تستخدم تكنولوجية المعلومات لسيرورة عملها.

ومنه نستخلص ان المؤسسة مهما كانت طبيعتها وتميزها فهى بحاجة الى تحيين المعلومات والبحث عن الافضل خاصتا في المجال التقني والوظيفة الاتصالية مع الاطراف المحيطة بها لتحقيق نجاح واهداف هذه الاخيرة .

الخـــاتمـــة

الخـــاتمـــــة

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن دور الانترنت في تحسين العلاقات العامة بالمؤسسة العملية لاتصالات الجزائر اذ تحتل الانترنت دورا هاما في اغلب المؤسسات سواء الخدماتية أو الاقتصادية منها،كما أسهمت هذه الاخيرة في تحسين سيرورة العمل داخل المؤسسة وخارجها بالنسبة للموظفين والزبائن، بحيث استفادت المؤسسة الخدماتية كثيرا من المزايا والاجابيات التي تنفرد بها شبكة الانترنت عن سائر الوسائل التكنولوجية الحديثة لكونها الاكثر استخداما داخل مؤسسة اتصالات الجزائر فهي تعتبر لب العمل في المؤسسة لما لها من دور لتسهيل الخدمات وسرعة نقل المعلومات وحفظها وتنظيمها للعمل الاداري للمؤسسة، كما لعبت دورا كبيرا في تطوير العملية الاتصالية وتحقيق التفاهم والانسجام بين الموظفين عن طريق بناء وتوطيد علاقات عامة والحرص علي العملية الاتصالية داخل المؤسسة الخدماتية لاتصالات الجزائر، لتعاملها مع جمهورين داخلي وخارجي بهدف ارضاء الطرفين ،وبهذا تكون شبكة الانترنات قد اسهمت في العملية الاتصالية داخل المؤسسة وخارجها وبناء علاقات عامة جيدة بين الموظفين ،هذاماعطي للانترنت أهمية كبيرة المتمثلة في تحسين العلاقات العامة للمؤسسة وكذا تحين المعلومات لبناء علاقات عامة بين للجمهورين الخارجي والداخلي.

قائمــة المراجــع

قائمة المراجع :

1-المراجع العربية :

1) الكتب :

1. أبو العطا مجدي محمد ، الدليل العلمي لاستخدام الانترنت (ط 01، كمبيوسانس للعلوم، القاهرة) 1997 .
2. أحمد جوهر أحمد : الإعلام الالكتروني واقع وآفاق (ط 1، دار الفكر للنشر مصر) 2004 .
3. إمام ابراهيم ، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة،1961 .
4. أنجرس موريس ، مناهج البحث العلمي، وطرق إعداد البحوث الجامعية، الجزائر، 2001 .
5. أوكيل محمد السعيد ، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
6. بسيوني محمد عبد الحميد ، دليل إستخدام شبكة الأنترنت، (مكتبة ابن سينا ، الرياض، السعودية) 1996 .
7. بسيوني محمود عبد الحميد ، الشبكات والأنترنت في ويندوز إكس بس، (مكتبة ابن سينا والرياض، السعودية)2002 .
8. بن صادق ، كيف تبحث في شبكة الإنترنت (الخبر الأسبوعي، ع 17 ، جوان) 1999 .
9. بن مرسلي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والإتصال (الجزائر)، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005 .
10. البنداوي إبراهيم ، الانترنت المكونات والخدمات، (ط 1، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة) 1999 .
11. بوحوش عمار ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010 .

قائمة المراجع :

12. الجمال راسم وآخرون، إدارة العلاقات العامة مدخل استراتيجي، د.ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005 .

13. جميل أحمد، العلاقات العامة، الدار المسيرة للنشر والتوزيع، د.ط، 1998 .

14. جوهر محمد تاجي ، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط 1، مكتب الرائد، القاهرة، 2000 .

15. الجوهري محمود محمد ، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، 1995 .

16. حجاب محمد منير ، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار مجداوي للنشر والتوزيع، الأردن، د.ط، 2000 .

17. حجازي عبد الفتاح بيومي : الانترنت والأحداث (ط 1 ، دار الفكر الجامعي ، مصر)2002.

18. حسن سمير ، العلاقات العامة، مجلة عالم الصناعة، العدد 11، 1973 .

19. حسين عادل وزهير مصطفى ، الإدارة العامة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1987 .

20. خضر عبد الفتاح ، أزمة البحث العلمي في العالم، سلسلة دراسات تصدر عن مكتب صلاح الحميلان للمحاماة ةالاستشارات القانونية، الرياض، م ع س، ط1992،3 .

21. الدسوقي ابراهيم، وسائل وأساليب اتصال الجماهيرية والاتجاهات الحديثة، د.ط، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2004 .

22. راضي عبد الكريم ، العلاقات العامة في تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة، ط 9، دار البحار للنشر والتوزيع، بيروت، د.س .

23. الرزو حسن مظفر ، الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 01، بيروت، لبنان، 2007 .

24. السالمي عبد الرزاق علاء، تكنولوجيا المعلومات ، (ط 1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع) 2011 .

قائمة المراجع :

25. شرع أومي ، الإعلام الإلكتروني العربي(ط 1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان) ، 2006 .

26. عبد الحميد حسين ، أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام، ط 4، المكتب الجامعي الحديث، مصر 2004 .

27. عبد الحميد محمد ، الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت (ط 1، عالم الكتب ، القاهرة، مصر) 2007 .

28. عبد المعطي محمد عساف وآخرون، أسس العلاقات العامة، د.ط، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 2004.

29. عبود طلال ، التسويق عبر الانترنت، خط دار الرضا للنشر، 2000 .

30. عجوة علي ، الأسس العلمية العلاقات العامة، ط1، عالم الكتب، مصر،1993 .

31. علم الدين محمود ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال (ط 1، دار السحاب للنشر ، القاهرة) 2005 .

32. علم الدين محمود: تكنولوجيا المعلومات (ط1 ، السحاب للنشر و التوزيع ، القاهرة) 2005 .

33. علي نبيل ، الثقافة العربية و عصر المعلومات (سلسلة عالم المعرفة، 276، الكويت) 2001.

34. عناية غازي ، البحث العلمي في البكالوريوس، ماجستير، دكتوراه، دار المناهج للنشر، 1999 .

35. عيينات محمد ، محمد أبو نصار وعقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، الجامعة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، 1999 .

36. قداش سمية، أثر التسيير التوقعي للوظائف والكفاءات على الخدمة المقدمة، رسالة ماجيساتر في علوم االقتصاد ، جامعة ورقلة ، 2011 .

37. الكنيسي عبد الله جمعة ، محمود مصطفى قمبر، دور المؤسسات التعليم العالي في التنمية الاقتصادية للمجتمع، الدوحة، دار الثقافة للطباعة والنشر والتوزيع، 2001 .

قائمة المراجع :

38. مثناني رضا ، مجتمع المعلومات والتنمية، أية علاقة؟ ، مركز النشر الجامعي، ط3، تونس، 2009 .

39. المصري أحمد محمد ، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، جامعة الأزهر، د.ط، 1996 .

40. منصور عوض و سليمان جمال ، شبكة الأنترنت دليل سريع للإتصال بالعالم ، دط، دار البشير للنشر، 1996 .

41. مهدلي محمد محمود ، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية (دط ، المكتب الجامعي، مصر) 2005 .

42. يونس طارق شيرين ، إدارة العلاقات العامة مفاهيم ومبادئ وسياسات، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008 .

2) الرسائل الجامعية :

1. الشمري محمد مرضي ، الأداء الإتصالي في المؤسسات الأمنية وعلاقته بتنمية الوعي بالأمن الداخلي، دراسة تطبيقية على دولة الكويت، رسالة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2017.

2. بن محمد العوض وليد ، دور استخدام الانترنت في التحصيل الدراسي، رسالة ماجستير في العلوم، جامعة نايف العلوم الأمنية، السعودية، 2005 .

3. حريزي فاروق ، دور التكنولوجيات الحديثة للاتصالات في تحقيق أهداف استراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010-2011ن .

4. سعادي الخنساء ، التسويق الإلكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي ، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006/2005 .

5. فطوم بلقي ، العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة محمد بوضياف الجزائر، 2004/2003.

قائمة المراجع :

3) المؤتمرات والملتقيات الدولية :

1. دليو فضيل وآخرون، العولمة بإشكالية الاتصال الدولي (ملتقى دولي حول الجزائر والعولمة وجامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر، ونوفمبر 1999 .
2. موسى أحمد محمد الأمين ، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع وتحدياته ايام 22/23/ 2005 بجامعة الشارقة .

4) المواقع الإلكترونية :

1. أنواع العلاقات العامة وأهم أهدافها وكيفية تحقيقها وقياس نجاح إستراتيجياتها , maifethi, 21 fevrier 2020.https://promediaz.com/ar/
2. محمد عياد معوض خيرت ، اتجاهات العلاقات نحو استخدام الأنترنت، البحرين ، www.arts.iugaza.edu.ps/LinkClick.aspx?filticket=ISs4maRjUs%3D&t abid ، 2014/1/5 ، 17:32 .
3. مخللاتي محمد زياد ، محمد علاء النحلاوي، العلاقات العامة الإلكترونية، منشورات كلية التجارة والإقتصاد، قسم التسويق، 2010، www.tahasoft.com/books/399.docx ، 18 أفريل 2014، 23:38:02 .

2-المراجع الأجنبية :

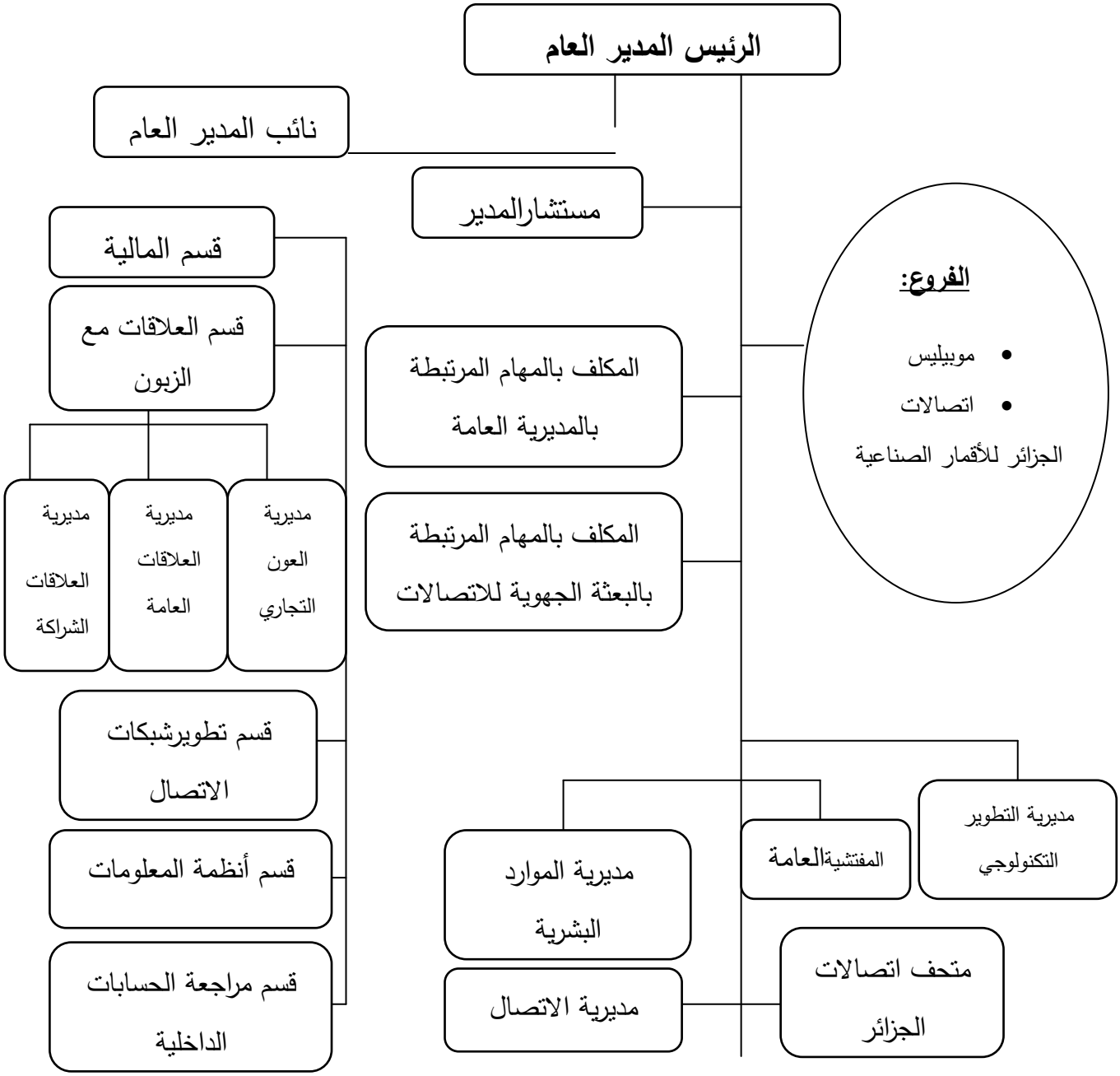
1.الكتب :

1. Frank comerais et acain melon, la communication ouvatedition liaison, paris, 1994 .

الملاحق

قائمة المراجع :

الملحق 1:



الهيكل التنظيمي للمؤسسة العملية لاتصالات الجزائر لولاية المدية

الملحق 2:

جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

علوم الإعلام والاتصال

دور الانترنت في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية

تخصص اتصال وعلاقات عامة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

من إعداد : **تحت اشراف الأستاذة:**

ولد بوخاري صفية **فندوشي ربيعة**

لقد تم إعداد هذا الإستبيان في إطار الدراسة حول دور الأنترنت في تحسين العلاقات العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر، وتم اختيار موظفي المؤسسة العملية لاتصالات الجزائر كمجتمع بحث لمعرفة مدى مساهمة هذه الأخيرة في تحسين العلاقات العامة .
لذا نرجو منكم قراءة أسئلة الإستبيان ومحاولة الإجابة عنها بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة وهذا لتزويدنا بالمعلومات تفيد الهدف الأساسي للدراسنا ونحيطكم علما أن هذه البيانات مخصصة لأغراض علمية بحتة .

نشكركم على تعاونكم

قائمة المراجع :

السنة الجامعية 2019-2020

أسئلة الاستبيان :

ضع علامة (x) على الإجابة المناسبة وأجب عن الأسئلة المفتوحة

المحور الأول : البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن: أقل من 35 ☐ أكثر من 40 ☐

المؤهل الدراسي: ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

الوضعية المهنية: إطار ☐ موظف عادي ☐ مكلف بالاتصال ☐ تقني ☐

الأقدمية في العمل: أقل من 5 سنوات ☐ أكثر من 6 سنوات ☐

المحور الثاني : تطبيقات الأنترنت داخل في مؤسسة اتصالات الجزائر.

الأسئلة :

س1: ما هي أهمية الموقع الإلكتروني بالنسبة لبناء علاقات عامة داخل المؤسسة ؟

.....
.....
.....

س2: كيف يساهم البريد الإلكتروني في تسهيل مجال عملكم؟

.....
.....
.....

س3: ما هي أهمية الانترنات بالنسبة للاتصال الداخلي للمؤسسة ؟

.....
.....
.....

المحور الثالث : خدمات الأنترنت بالمؤسسة العملية للاتصالات الجزائر

س1: ما هي وظائف الانترنت لتحيسن العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصلات الجزائر؟

قائمة المراجع :

الوظيفة الأتصالية ☐ **وظيفة تكوين الأراء والإتجاهات** ☐ **التحاور عن بعد** ☐

وأخرى اذكرها .....

س2: ما هي الشبكات الأكثر استخداما بين الموظفين والإدارة ؟

الأنترانات ☐ **خدمة WAIS** ☐

شبكات أخرى أذكرها .....

س3: ما هي الخدمات التي توفرها شبكة الأنترانات بالمؤسسة ؟

.....

.....

المحور الرابع : تحديات استخدام الأنترنت بمؤسسة اتصلات الجزائر .

س1: ما هي المزايا التي استخدمتها الانترنت في علاقاتها العامة بالمؤسسة؟

المقابلات الشخصية عبر الأنترنت ☐ **سرعة الدقة والتعامل** ☐

تسهيل العمل الإداري ☐

أخرى أذكرها .....

س2: ما هي المعيقات التي واجهت استخدام الأنترنت لتحسين العلاقات العامة بالمؤسسة الاتصلات الجزائر ؟

المعيقات أخلاقية ☐ **معيقات أتصالية** ☐ **معيقات تقنية** ☐

أخرى أذكرها .....

س3: ماذا تقترحون لتحسين استخدام الأنترنت بمؤسسة اتصالات الجزائر من أجل تعزيز علاقاتها العامة؟

.....

.....

.....

الفهـــــرس

الفهرس

شكر وعرفان:

إهداء:

مقدمة .....أ

الاشكالية ..... ج

أسباب اختيار الموضوع..... هـ

أهداف الدراسة..... و

تحديد المصطلحات..... ز

منهج الدراسة ..... ي

اداة الدراسة ..... ك

مجتمع البحث و العينة.....م

الدراسات السابقة ..... ن

تقييم الدراسات السابقة ..... ع

الفصل الأول: العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية

تمهيد.....18

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.....19

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة 19

المطلب الثاني: أنواع العلاقات العامة.....25

المطلب الثالث: وسائل الاتصال في العلاقات العام 28

المطلب الرابع: عوامل نجاح العلاقات العامة 35

المبحث الثاني: ماهية المؤسسة الخدماتية.....38

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الخدماتية.....38

المطلب الثاني: أسس المؤسسة الخدماتية.....41

المطلب الثالث: وظائف المؤسسة الخدماتية.....43

المطلب الرابع: جمهور المؤسسة الخدماتية.....45

المطلب الخامس: أهمية العلاقات العامة في المؤسسة 48

خلاصة الفصل.....50

الفصل الثاني : الأنترنت وإستخداماتها في مجال العلاقات العامة

تمهيد.....52

المبحث الأول : الأنترنت وأهميتها 53

المطلب الأول: مفهوم الأنترنت 53

المطلب الثاني: أهم الخدمات التي تقدمها الأنترنت.....55

المطلب الثالث: وظائف الأنترنت.....58

المطلب الرابع: أهمية الأنترنت.....61

المبحث الثاني: إستخدامات الأنترنت في العلاقات العامة 64

المطلب الأول: تطبيقات الأنترنت في المؤسسة.....64

المطلب الثاني: فوائد الأنترنت في المؤسسة 75

المطلب الثالث: توظيف الأنترنت في العلاقات العامة.....78

المطلب الرابع: مزايا و معيقات الأنترنت في العلاقات العامة.....80

خلاصة الفصل.....85

الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول : مؤسسة إتصالات الجزائر.....87

المطلب الأول :نبذة عن المؤسسة العملية لإتصالات الجزائر 87

المطلب الثاني :مهام وأهداف المؤسسة العملية لإتصالات الجزائر 100

المبحث الثاني : تصورات نتائج الدراسة :.....101

المطلب الأول : تصور النتيجة الأولى : 101

المطلب الثاني : تصور النتيجة الثانية :..... 102

المطلب الثالث :تصور النتيجة الثالثة.....103

خاتمة 105

قائمة المراجع:

الملاحق :

الفهرس

الفهرس