

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة



البوعدة حسينة  
Paul

مذكرة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

## دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية

دراسة ميدانية ببلدية سيدي لخضر

تحت إشراف الأساتذة:

د: بوعدة حسينة

من إعداد الطالبتين:

❖ عدة أسماء  
❖ قبلي شهرزاد

لجنة المناقشة

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسة	لمياء مرتاض نفوسي	أستاذة تعليم العالي	جامعة مستغانم
مشرفة	بوعدة حسينة	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة مستغانم
مناقشة	صحراوي أسماء	أستاذة محاضرة (ب)	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2020/2021

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس- مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة



مذكرة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

## دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية

دراسة ميدانية ببلدية سيدي لخضر

تحت إشراف الأستاذة:

د: بوعدة حسينة

من إعداد الطالبتين:

❖ عدة أسماء  
❖ قبلي شهرزاد

لجنة المناقشة

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسة	لمياء مرتاض نفوسي	أستاذة تعليم العالي	جامعة مستغانم
مشرفة	بوعدة حسينة	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة مستغانم
مناقشة	صحراوي أسماء	أستاذ محاضرة (ب)	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2020/2021

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى والدتي أطال الله في عمري وأمدها بالصحة والعافية .

إلى والدتي أمد الله بالصحة وحفظه ورعاها .

إلى إخوتي جعلهم الله لي سندا وحفظهم لي من كل شر .

وإلى كل عائلتي المتواضعة أمد يسم ثمرة جمدي المتواضعة .

قبلي شهر زاد

# إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلي والدي العزيزين حفظهما الله ورحمهما وإلي  
خطيبي الحاج.

إلي كل إخوتي وأخواتي إلي كل العائلة كبيرا وصغيرا.

إلي كل شخص أعانني في إنجاز هذه المذكرة.

أهدي هذا العمل المتواضع واجبة من الله عز وجل القبول.

عدة أسماء

# شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى: "وقل اعملوا فسيري الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

نحمد الله عز وجل حمدا كثيرا ونشكره على إتمام هذا العمل المتواضع وعملا بقوله

صلى الله عليه وسلم "من لو يذكر الناس لو يذكر الله".

لنتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتور الفاضلة بومعدة حسينة التي شرفتنا بالإشراف على

هذا العمل وأمانتنا بأهم توجيهاتها ونصائحها كما تتقدم بالشكر الجزيل في إنجاز هذا

المولود العلمي من قريب أو من بعيد.

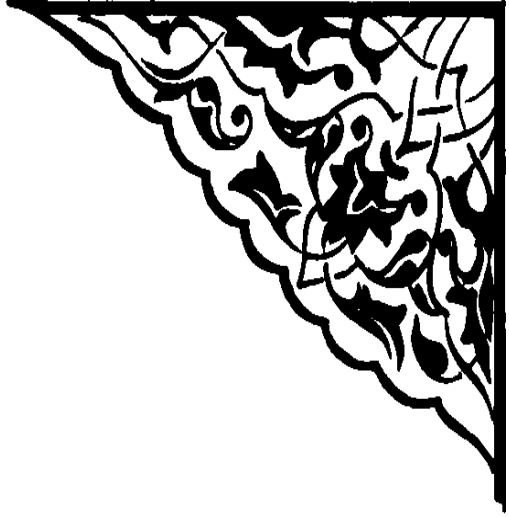
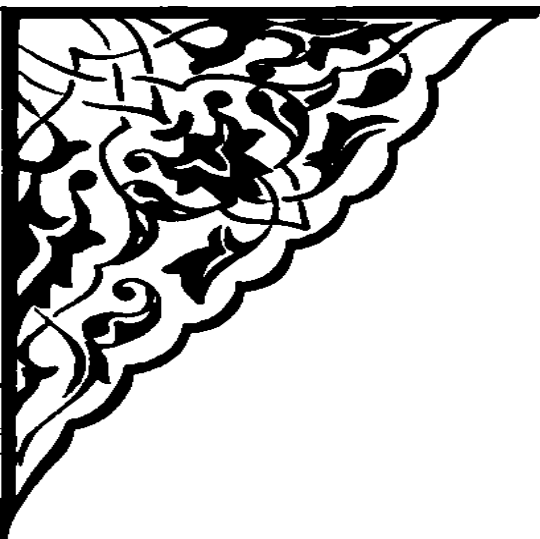
شكرا للذين وقفوا في طريقنا فكانوا بذلك حافظا للتحمدي والمثابرة لتحقيق النجاح.

يملي علينا الواجب الاعتراف والفضل إلى جميع الأساتذة الأفاضل الذين كانوا لنا هروفا

نهل العلم على أياديهم خلال سنوات الدراسة.

وأخيرا نشكر كل من ساهم معنا ولو بكلمة طيبة.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





الفهرس

## قائمة المحتويات

إهداء

شكر والتقدير

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

مقدمة الدراسة.....أب

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

تمهيد ..... 3

1. أسباب اختيار الموضوع ..... 4

2. تحديد الموضوع وأهدافه ..... 4

3. الدراسة الاستطلاعية ونتائجها ..... 12-4

4. الإشكالية وفرضيات الدراسة ..... 13-12

5. التحديد الإجرائي للمفاهيم ..... 20-14

6. نوعية الدراسة ..... 21-20

7. أدوات جمع البيانات ..... 22-21

8. مجتمع البحث العينة والمعاينة ..... 23-22

9. النظرية المستخدمة ..... 23-22

خلاصة

الباب الأول: الجانب النظري

تمهيد ..... 27

الفصل الأول: العلاقات العامة

تمهيد ..... 29



1. نشأة وتطور العلاقات العامة ..... 32-30
2. أهمية وأهداف العلاقات العامة ..... 34-32
3. مبادئ العلاقات العامة ..... 35-34
4. وظائف العلاقات العامة ووسائل الاتصال المستخدمة ..... 39-35
5. التخطيط في العلاقات العامة ..... 42-39

43.....**خلاصة**

### الفصل الثاني: المؤسسة الخدمائية

45.....**تمهيد**

1. ظهور المؤسسة الخدمائية ومراحل تطورها ..... 49-46
2. دور وأهداف المؤسسة الخدمائية وخصائصها ..... 54-49
3. تصنيفات ووظائف المؤسسة الخدمائية ..... 56-54
4. العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية الجزائرية ..... 57-56
5. مؤسسة البلدية وتطورها التاريخي وخصائصها وأهدافها ..... 63-58
6. علاقة البلدية مع المجتمع المحلي ..... 63

64.....**خلاصة**

65.....**خلاصة الباب الأول**

### الباب الثاني: الدراسة الميدانية

67.....**تمهيد**

### الفصل الأول: مونوغرافية مؤسسة بلدية سيدي لخضر

70.....**تمهيد**

- 1- تعريف البلدية والنشأة والموقع ..... 71
- 2- الإطار القانوني للبلدية ..... 72
- 3- وظائف ومصالح بلدية سيدي لخضر ..... 76-72

77.....**خلاصة الفصل**

### الفصل الثاني: دور خلية الاتصال في خدمة المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخضر.

تمهيد ..... 79

عرض وتحليل بيانات المحور الأول(دور خلية الاتصال في أداء أدوارها اتجاه المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخضر).....93-80

خلاصة ..... 94

الفصل الثالث: المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر.

تمهيد ..... 96

عرض وتحليل بيانات المحور الثاني(المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر).....105-97

خلاصة ..... 106

النتائج العامة والتحقق من الفرضيات ..... 111

خاتمة الدراسة ..... 113

المراجع ..... 120-115

الملاحق.

ملخص الدراسة

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
80	يوضح السمات العامة	01
82	يوضح الإجابة على السؤال: ما هي طبيعة علاقتك مع مسؤول خلية الاتصال؟	02
83	يوضح الإجابة على السؤال: هل هناك اتصال وتواصل بينك وبين خلية الاتصال؟	03
84	يوضح الإجابة على السؤال: هل تؤدي خلية الاتصال أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي.	04
86	يوضح الإجابة على السؤال: ما هي الوسائل التي تعتمد عليها خلية الاتصال للتواصل مع الجمهور الخارجي؟	05
88	يوضح الإجابة على السؤال: ما هي النشاطات التي تقوم بها خلية الاتصال اتجاه الجمهور الخارجي؟	06
89	يوضح الإجابة على السؤال: ما هي احتياجاتك اتجاه البلدية؟	07
90	يوضح الإجابة على السؤال: هل تحضى مؤسسة بلدية سيدي لخضر بتقدير جمهورها الخارجي؟	08
91	يوضح الإجابة على السؤال: ما هي المشاكل التي تواجهك مع خلية الاتصال؟	09
97	يوضح الإجابة على السؤال: هل تجد صعوبة في تقديم شكاويك واقتراحاتك لبلدية سيدي لخضر؟	10

98	يوضح الإجابة على السؤال: هل ترى الأيام المخصصة للاستقبال كافية، غير كافية، نوعا ما؟.	11
99	يوضح الإجابة على السؤال: هل تواجه صعوبات في تعاملك مع خلية الاتصال البلدية؟	12
101	يوضح الإجابة على السؤال: ما هي نظرتك اتجاه بلدية سيدي لخضر؟	13
102	يوضح الإجابة على السؤال: ما هي المقترحات والحلول التي تقدمها للعوائق التي تواجه خلية الاتصال لمؤسسة بلدية سيدي لخضر؟	14



مقدمة

تعتبر العلاقات العامة من الميادين المعاصرة التي ظهرت في صورها الجلية مع بداية القرن العشرين على الرغم من قدمها ورجوع تاريخها إلى العصور الغابرة إذ قام الإنسان البدائي بعدة أنشطة قصد التفاهم والتكيف مع الآخرين عن طريق وسائل الاتصال البدائية.

ومع تطور الزمن واتساع رقعة النشاطات وكثرة الممارسات الاجتماعية وتعقدتها بين الأفراد والجماعات لاسيما تلك الأنشطة المنجزة في أطر التنظيمية كالمؤسسات والهيئات والمنظمات على اختلاف أنواعها ومجالاتها، وقد أدى التوسع في استخدام مفهوم العلاقات العامة إلى تنوع معناه وتعدد الأغراض من وراء استخدامه ومن هنا ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة حسابية وجوهرية في مختلف المنظمات والمؤسسات التي تولي أهمية كبيرة لجماهيرها لأن هذه الأخيرة تعد المرأة العاكسة لصورتها وأنشطتها وفي ذلك وفي سعي جاء من المؤسسات زادت الحاجة إلى وجود جهاز إداري مختص تناط له مسؤولية تحقيق التفاهم مع الجمهور وهذا الجهاز يتمثل في جهاز العلاقات العامة.

وإدراكا لأهمية العلاقات العامة وحساسية دورها في المؤسسات المختلفة خصوصا المؤسسات الخدمائية التي تساهم بشكل كبير في تطور العديد من الخدمات منها خدمة احتياجات الأفراد والمجتمعات ونظرا لأهمية دورها ورسالتها وحاجاتها فهي الجهة التي تتولى خلق صورة حسنة وانقطاع جيد عن المؤسسة الخدمائية وأهدافها وأنشطتها.

وفي هذا الإطار سعت الدراسة إلى التركيز على مؤسسة هامة وحساسة ألا وهي مؤسسة بلدية سيدي لخضر باعتبارها مؤسسة خدمائية تستخدم العلاقات العامة كوسيلة لتحقيق أهدافها وبلوغ غايتها قصد الوصول إلى معرفة دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية.

وعلى أساس ما سبق يمكن القول أنه بات من الضروري معرفة دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية مؤسسة بلدية سيدي لخضر من خلال مختلف الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة في سبيل تحسين صورة البلدية وهو الهدف الأساسي

المرجو بلوغه من خلال هذه الدراسة إطار المنهجي والمفاهيمي ويعتبر مدخلا عاما للدراسة بحيث تناولنا فيه أسباب اختيار الموضوع والدراسة الاستطلاعية والدراسات السابقة والاشكالية وفرضيات الدراسة ثم تحديد الموضوع وأهدافه والتحديد الإجرائي للمفاهيم ونوعية الدراسة وأدوات جمع البيانات ثم مجتمع البحث العينة والمعاينة.

بحيث تناولنا بابين الباب الأول الجانب النظري والذي انقسم إلى فصلين والفصل الأول معنون بالعلاقات العامة بحيث تناولنا نشأة وتطور العلاقات العامة وأهميتها وأهدافها ومبادئها وكذلك وظائف العلاقات العامة ووسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة.

وضم الفصل الثاني المعنون بالمؤسسة الخدمتية البلدية نموذجاً تناولنا فيه ظهور المؤسسة الخدمتية ومراحل تطورها ودورها وأهدافها وخصائصها وتصنيفاتها والعلاقات العامة في المؤسسة الخدمتية الجزائرية ثم مؤسسة البلدية وتطورها التاريخي وخصائصها وأهدافها وعلاقتها بالمجتمع المحلي.

أما الباب الثاني تناولنا فيه ثلاث فصول والذي تطرقنا فيه إلى الجانب الميداني للدراسة وضم الفصل الأول مونوغرافية مؤسسة بلدية سيدي لخضر.

ضم الفصل الثاني دور خلية الاتصال في خدمة المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخضر.

وضم الفصل الثالث المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر ثم استخلاص النتائج العامة والتحقق من الفرضيات.

# الإطار المنهجي والمفاهيمي



## تمهيد

1- أسباب اختيار الموضوع

2- تحديد الموضوع وأهدافه.

3- الدراسة الاستطلاعية والدراسات السابقة.

4- الإشكالية وفرضيات الدراسة.

5- التحديد الإجرائي للمفاهيم .

6- نوعية الدراسة.

7- أدوات جمع البيانات

8- مجتمع البحث العينة والمعاينة

9- النظرية المستخدمة.

خلاصة

## تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي الركيزة الأساسية وأول خطوة في إنجاز أي بحث عملي لذلك سوف نتطرق في هذا الفصل إلى أساسيات البحث التي تسيّر وفقها الدراسة والتي تمكننا من تقصي جميع الحقائق المحيطة بالظاهرة والوصول إلى نتائج دقيقة وواضحة.

**1- أسباب اختيار الموضوع :**

الميل الشخصي للموضوعات التي تتناول العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية. أهمية مؤسسة البلدية باعتبارها مؤسسة مركزية في المجتمع المحلي بالنظر إلى الأدوار والوظائف التي تقوم بها.

**2- تحديد الموضوع وأهدافه:**

**أ- تحديد الموضوع:**

يدرس موضوع بحثنا العلاقة بين مؤسسة البلدية والجمهور الخارجي حيث سينصب مجهودنا في محاولة وصف وتفسير طبيعة هذه العلاقة من حيث الأدوار التي تقوم بها خلية الاتصال الجمهور الخارجي والمشاكل التي تعيق دون تحقيق هذه الأدوار وبالتالي طبيعة الصورة التي يحملها الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر.

**ب- أهداف الموضوع: تسعى دراستنا إلى:**

الكشف إذا ما كان للعلاقات العامة من خلال خلية الاتصال دورا في تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي من خلال تلبية مطالبهم وانشغالاتهم والتواصل الفعال مع هذا الأخير.

**3- الدراسة الاستطلاعية ونتائجها:**

تعرف على أنها " أحد أنواع البحوث التي يقوم الباحث باستخدامها لكي يعمل على تنفيذ الدراسة الميدانية وعادة ما يستعين بها الباحث إذا كان لا يملك معرفة كاملة على الموضوع لذا تساعده في تزويد معرفته وتجعله أكثر تعمقا في موضوع دراسته وبالتالي يصبح ملما بجميع جوانبها كما يمكن اعتبار الدراسة الاستطلاعية بمثابة نقطة الانطلاق للبحث العلمي

بجميع أجزاءه النظرية والتطبيقية فهي تعتبر البني الأولى للدراسة الميدانية والتي تعمل على تعزيز ثقة الباحث واستمراره في دراسته.<sup>1</sup>

بحيث يدرس موضوع بحثنا العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية تحديدا مؤسسة البلدية بسيدي لخضر بحيث قمنا بدراسة دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية، وقد اخترنا مؤسسة البلدية بسيدي لخضر مستغنا باعتبارها مؤسسة خدمائية تقدم خدمات للمجتمع حيث كنا قد قمنا بتربص ميداني في السنة الثالثة ليسانس في فترة التربص لما قدم لنا العديد من الخبرات والمكتسبات القبلية، التي ستساعدنا في موضوع مذكرتنا، وقد قسمنا بزيارة المؤسسة بتاريخ 2021/03/28 إلى غاية 2021/04/20.\*

وقد وقفنا الدراسة الاستطلاعية حتى نكتشف في تحديد الموضوع والدراسات السابقة، مجتمع البحث حتى تساعدنا في بناء الإشكالية وصياغة الفرضيات .

وشملت الدراسة الاستطلاعية مجموعة من الأسئلة حول العلاقات العامة المتعلقة بالجمهور الخارجي وأسئلة حول الجمهور الداخلي.\*\*

### قراءة الدراسات السابقة:

#### الدراسة 1:

**للباحثة لقصير رزيقة بعنوان:** دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل إعلام المجتمع، قدمتها الباحثة سنة 2008 بجامعة قسنطينة يتناول موضوع الدراسة دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، حيث ركزت الدراسة على إبراز قدرة جهاز العلاقات العامة على تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية لدى جماهيرها وذلك بطرح التساؤل الرئيسي:

<sup>1</sup>خضر احمد ابراهيم، إعداد البحوث والرسائل العلمية من كفترة حتى الخاتمة، كلية التربية ، جامعة الأزهر، القاهرة، 2013، ص14.

\*أجريت مقابلة مع مصالح البلدية ، الأمين العام، خلية الاتصال والموارد البشرية، 29 مارس حتى 20 أبريل 2021.  
\*\*أجريت مقابلة مع الجمهور الخارجي، مواطنين، 24 مارس حتى 20 أبريل 2021

كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسات الاقتصادية لدى جمهورها الخارجي.

**تساؤلات الدراسة:** طرحت الباحثة جملة من التساؤلات المتمثلة في:

- هل تحظى مؤسسة الأملاح بمعرفة واسعة في أوساط أغلب جماهيرها؟
- هل تحظى منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي؟
- هل تحظى مؤسسة الأملاح بثقة جمهورها؟

**فرضيات الدراسة:**

- يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الأملاح بقسنطينة لدى جمهورها.
- تحظى مؤسسة الأملاح بقسنطينة بمعرفة واسعة في أوساط جمهورها الخارجي.
- تحظى منتجات مؤسسة الأملاح بقسنطينة بتقدير جمهورها الخارجي.
- تفتقد مؤسسة الأملاح بقسنطينة إلى ثقة جمهورها الخارجي.

**منهج الدراسة:** استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب لوصف حامل ودقيق لموضوع البحث والوقوف على وصف دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة عند جماهيرها.

**أدوات جمع البيانات:** من ( الملاحظة، مقابلة والاستبيان)

**عينة الدراسة:** قامت الباحثة باختيار العينة الدائرية المنتظمة وامتدت لثلاث أسابيع.

**نتائج الدراسة وقد أخرجت الدراسة بنتائج أبرزها:**

- إن مؤسسة الأملاح بقسنطينة تحظى بمعرفة واسعة في أوساط الجمهور الخارجي .
- وان منتجات مؤسسة الأملاح بقسنطينة تحظى بتقدير جمهورها الخارجي

○ الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل.<sup>1</sup>

### النتائج التي استفدنا منها من الدراسة الأولى:

استفدنا كثيرا من هذه الدراسة وخاصة من حيث خطة البحث وإشكالية الدراسة تليها الفرضيات، إضافة إلى الجانب النظري لها وأدوات جمع البيانات كما كشفت النتائج المتوصل إليها بعض الحقائق المتعلقة بممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية.

### الدراسة الثانية:

للباحثة عيواج عذراء بعنوان " واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية" دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة رسالة لنيل شهادة الماجستير تمحورت الإشكالية حول معرفة واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية مع اتخاذ بلدية قسنطينة ميدان للدراسة والبحث والتحليل وذلك من خلال طرح التساؤل :

● ما هو واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية؟

وقد تبرعت عنه تساؤلات فرعية :

➤ هل تعمل الإدارة المحلية الجزائرية على تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي.

➤ هل تعاني العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية من مشاكل تصفق من مكانتها ودورها.

### فرضيات الدراسة:

تظهر وظيفة العلاقات العامة كجهاز مختص في الإدارة المحلية الجزائرية ووظيفة الاهتمام المستمر بالموظفين (الجمهور الداخلي) وتحقيق الاتصال الدائم (الجمهور الخارجي) .

<sup>1</sup> رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة " مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسنطينة، 2008.

تعمل الإدارة الجزائرية المحلية على تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي من خلال ممارسة أنشطة اتصالية معينة.

تواجه العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية مشاكل تضعف مكانتها ودورها.<sup>1</sup>

**منهج الدراسة :** استخدمت الباحثة المنهج الوصفي باعتباره المساعد على وصف العلاقات العامة والوقوف على عائقها داخل الإدارة المحلية الجزائرية.

**أدوات جمع البيانات:** وظفت في هذه الدراسة لجمع البيانات الاستمارة بصفة أساسية وهي نوعين استمارة بالجمهور الداخلي وأخرى خاصة بالجمهور الخارجي.

**عينة الدراسة:** اعتمدت على العينة العشوائية طبقية مع الجمهور الداخلي، أما عينة الجمهور الخارجي فاعتمدت على العينة الحصصية للوصول إلى أفراد الجمهور .

### نتائج الدراسة:

توصلت إلى عدم صحة هذه الفرضية والتي تدور حول وجود العلاقات العامة كجهاز إداري مختص في الإدارة المحلية الجزائرية وظيفته الاهتمام المستمر بالموظفين تحقيق الاتصال الدائم بالمواطنين، حيث إن ظهور العلاقات العامة كمديرية في البلدية قسنطينة هو ظهور شكلي فقط ، فهي غير مجسدة على أرض الواقع.

أن الإدارة المحلية الجزائرية لم تستوعب بعد أهمية إيجاد الصورة الذهنية الجيدة عن الجمهور الداخلي والخارجي حتى تضمن نجاحها واستقرارها مع البيئة المحيطة، فكيف لها إذا أن تعمل على تحسين تلك الصورة باستعمال مختلف الأنشطة الاتصالية المساعدة على تحقيق تلك الغرض.<sup>2</sup>

### النتائج التي استفدنا منها من الدراسة الثانية:

<sup>1</sup>عذراء عيواج ، واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية، دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة، رسالة لنيل شهادة الماجستير، قسنطينة، 2008.

<sup>2</sup>عذراء عيواج ، مذكرة ماجستير

استفدنا من هذه الدراسة على محاولة البحث في نفس النوع من المؤسسة وأدوات جمع البيانات، كما أخذنا فكرة من خلال هذه الدراسة حول كيفية ونوعية طرح الأسئلة الاستمارة.

### الدراسة الثالثة:

بعنوان وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية، بمؤسسة اتصالات الجزائر، عنابة، تخصص علاقات العامة، من إعداد الطالب بوخناف هشام، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، إشراف داسموك علي – السنة الجامعية 2010/2011.

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى تأثير وظيفة العلاقات العامة باعتبارها حيوية ومهمة في المؤسسة لضمان مكان في الوسط التنافسي على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر، وعليه جاء التساؤل المركزي كالآتي:

هل الوظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة تأثيرا على أدائها المؤسسي؟

وقد تفرع من هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية جاءت كالتالي:

ما هي الدرجة التي تحتلها وظيفة العلاقات العامة في التفكير الاستراتيجي لمؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟

كيف تمارس فعل العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟

ماهو تأثير فعل العلاقات العامة على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟

كما استخدمت الدراسة للتوظيف الإحصائي ويظهر لنا جليا عند تحويل الأرقام إلى جملة من الدلالات الإحصائية ما يسهل علينا التعليق عليها وتحليلها ومن ثم الفهم وبالتالي إعادة بناء الظاهرة أو جملة الوقائع التي تمحورت حولها مجموعة من التساؤلات التي طرحت في البدء.



ووظفت الدراسة أيضا أدوات جمع البيانات من بينها الملاحظة، المقابلة، الاستمارة.<sup>1</sup>

وقد خلصت هذه الدراسة ضمن تساؤلات الدراسة إلى النتائج التالية:

كان يراد من عملية هيكلية قطاع البريد والمواصلات في الجزائر عن طريق فصل النشاطات البريدية عن تلك المتعلقة بالاتصالات إنشاء مؤسسة اتصالات الجزائر من أجل التموقع داخل سوق الاتصالات من خلال العمل على تنمية حصتها السوقية التي ضاعت عقب فتح قطاع سنة 2000.

أصبحت مؤسسة اتصالات الجزائر من خلال هذه العوامل مؤسسة اقتصادية قوية تحتل مكانة، جد متميزة في الاقتصاد الوطني ويفترض أنها تضع في قمة هرمها أولويات تحقيق التفوق والتميز على منافسها، وذلك عن طريق تقديم خدمات تتميز بالجودة العالية، فضلا عن تحديث مخرجاتها وتحقيق الاستجابة السريعة لإشباع حاجات بيئتها الداخلية والخارجية المتزايدة.<sup>2</sup>

بحيث طرحنا مجموعة من الأسئلة على كل من مكتب خلية الاتصال القائم بالعلاقات العامة الأمين العام ومكتب تسيير الموارد البشرية:

أسئلة حول العلاقات العامة المتعلقة بالجمهور الخارجي:

- ❖ هل يوجد مكتب أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة؟
- ❖ كيف تجسد بلدية سيدي لخضر لمفهوم العلاقات العامة؟
- ❖ ما هي وسائل الاتصال التي يستخدمونها للتواصل مع الجمهور الخارجي؟
- ❖ هل يوجد يوم مخصص لتلقي شكاوي المواطنين؟
- ❖ ما هي المشاكل التي تواجهونها مع الجمهور الخارجي\*

<sup>1</sup> هشام بوخناف ، وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر، عنابة، تخص علاقات عامة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، 2010/2011.

<sup>2</sup> مذكرة ماجستير .

\*مقابلة أجريت مع مكتب خلية الاتصال، 8 أفريل 2021، على الساعة 2 زوالا.

أسئلة للجمهور الخارجي:

- ❖ هل يقوم المكلف بالاتصال بتلبية اهتمامات واحتياجات المواطنين؟
- ❖ هل هناك اتصال وتواصل إيجابي بين المصالح مع الجمهور الخارجي؟
- ❖ ما هي المشاكل التي تواجهك مع مؤسسة البلدية؟\*

النتائج المتوصل إليها والمتعلقة بالعلاقات العامة مع الجمهور الخارجي:

- يوجد مكتب خلية الاتصال هو الذي يمارس مهام ووظائف العلاقات العامة .
- تجسيد بلدية سيدي لخضر لمفهوم العلاقات العامة لجمهورها عن طريق الاستقبالات الأسبوعية والمراسلات باعتبارها نشاط إداري يخدم مصالحها.
- وسائل الاتصال التي يتم استخدامها للتواصل مع الجمهور الخارجي هي الوسائل الشفوية والوسائل التكنولوجية الهاتف، مواقع التواصل الاجتماعي.
- يوجد يوم مخصص لتلقي شكاوي المواطنين ويكون يوم الأربعاء يقوم فيه المواطنين بتسجيل شكاويكم في سجل الشكاوي لتلبية متطلباتهم الخاصة .
- المشاكل التي يواجهها مع الجمهور الخارجي هي عدم استخراج الوثائق في زمنها المحدد وذلك لظروف طارئة مثل انقطاع الكهرباء والإنترنت وكذلك صعوبة التعامل مع الجمهور الخارجي.

النتائج المتوصل إليها من الجمهور الخارجي:

- يقوم المكلف بالاتصال بتلبية بعض الاحتياجات والمتطلبات الا انه هناك نفائس وعراقيل تواجهنا في تقديمهم الخدمات المطلوبة.
- لا يوجد هناك اتصال وتواصل إيجابي بين المصالح مع الجمهور الخارجي نظرا لإلقاء المواعيد المحددة وتأصيلها إلى مواعيد أخرى وهذا ما يؤدي إلى بعض التجاوزات بين الموظفين والجمهور الخارجي.

\*مقابلة أجريت مع الجمهور الخارجي، 16 افريل 2021، على الساعة 9 صباحا.

المشاكل التي تواجهها مع مؤسسة البلدية هي صعوبة التعامل مع الموظفين وطريقة التواصل وصعوبة استخراج الوثائق في الزمن المحدد.

### النتائج العامة التي استفدنا منها من الدراسات السابقة:

إن هذه الدراسات ساعدونا في فهم موضوع دراستنا وذلك كون مواضيع هذه الدراسات تتماشى وطبيعة الموضوع ، حيث ركزت على دور وفعالية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية وذلك من خلال توضيح ممارسة علاقات العامة في المؤسسة ومع الجمهور الخارجي.

### 4- الإشكالية:

تعتبر العلاقات العامة بمثابة الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها اي مؤسسة سواء كانت هذه المؤسسة إنتاجية أو خدمائية تنتمي إلى القطاع الخاص أو العام فهي أصبحت مثل الوظائف الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها وهذا لامتلاكها مكانة كبيرة ومتميزة في إدارة المؤسسات المعاصرة والاعتراف بها من حيث كونها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلاله المؤسسات إلى كسب تفاهم وتأييد الجماهير وبناء سمعة طيبة وصورة حسنة مستخدمة في ذلك جميع الأساليب الاتصالية حيث نجد العلاقات العامة على اختلاف مجالاتها تولد اهتماما كبيرا<sup>1</sup>.

خاصة لكل مؤسسة خدمائية كمؤسسة بلدية سيدي لخضر باعتبارها الجماعية الإقليمية للدولة وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال بالإضافة إلى طابع نشاطها الخدمائي بحيث تخدم المجتمع المحلي وتلبية متطلباته ولها دور كبير في هيكلية الاتصال بنوعية الداخلي والخارجي، بحيث نجد خلية الاتصال هي من تمارس نشاطات ووظائف العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة وذلك من خلال الاتصال والتواصل والتفاعل مع الجمهور، لكن

<sup>1</sup> محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص6.

خلية الاتصال لا تنحصر في هذه الأخيرة وإنما تقوم ببعض النشاطات الأخرى مثل:  
الحملة التحسيسية والنشاطات التطوعية والمشاريع التنموية.\*

باعتبار القائم بخلية الاتصال هو المكلف والمسؤول عن الممارسات المختلفة العلاقات العامة في المؤسسة بلدية سيدي لخضر وذلك بإطلاعهم على جميع احتياجات ورغبات ومتطلبات الجمهور الخارجي.

وبما أن موضوع دراستنا يشغل حول دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي فقد اكتشفنا من خلال دراستنا الاستطلاعية\*\* التي أجريناها مع الجمهور الخارجي أكد على أنه يوجد مشاكل متعلقة بعدم تنفيذ الوعود التي تخص السكنات الطرقات والمساعدات أو غيرها بالإضافة إلى المواعيد المسطرة من طرف مصالح البلدية وتأجيلها إلى مواعيد أخرى وعدم دراسة شكاويهم وهذا ما أدى إلى زعزعة ثقة الجماهير في المؤسسة\*\*\* ولهذا ارتئينا إلى طرح الإشكال الآتي:

كيف يرى الجمهور الخارجي لمؤسسة البلدية الأدوار التي تمارسها خلية الاتصال لهذه الأخيرة معهم كنشاط في سياق العلاقات العامة؟ وما هي المشاكل والعراقيل التي تواجه الجمهور الخارجي في تواصلهم مع مؤسسة بلدية سيدي لخضر؟ وكيف يؤثر ذلك على صورة المؤسسة؟

### 5- فرضيات الدراسة :

يرى الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر أن خلية الاتصال لا تؤدي أدوار مهمة تتوافق ومطالبه.

يواجه الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر مشاكل كبيرة على مستوى خلية الاتصال مما يؤثر سلبا على صورة المؤسسة لديهم.

\*مقابلة تم إجرائها مع الأمين العام يوم 28 مارس 2021، على الساعة 10 صباحا.  
\*\* هذا ما تم اكتشافه من خلال دراستنا الاستطلاعية  
\*\*\*بناء على مقابلة مع الجمهور الخارجي

6- التحديد الإجرائي للمفاهيم:

أ/ الدور:

**التعريف الاصطلاحي:** يعرف الدور بأنه " وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو الموقف الاجتماعي ونفهم بأن الدور هو الوظيفة التي يؤديها الفرد في موقف اجتماعي معين".<sup>1</sup>

يعرف كارتن وكاهن " لدور بأنه إطار معياري للسلوك يطالب به الفرد نتيجة اشتراكه في علاقات وظيفية بصرف النظر عن رغبته الخاصة والالتزامات الداخلية الخاصة البعيدة عن هذه العلاقات الوظيفية ويتحدد محتوى الدور لمتطلبات الواجبات الوظيفية والنظام الهرمي وتتميز الأدوار بأنها يمكن تعلمها وتعليمها سواء من خلال الاعداد للوظيفة والدخول فيها والتدريب عليها أثناء ممارستها وكثير من الأدوار يمكن تعليمها عن طريق الملاحظة والتقليد والمحاكاة".<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي:**

الدور هو مجموعة من الوظائف والمهام التي تقوم بها خلية الاتصال ببلدية سيدي لخضر في سياق العلاقات العامة وذلك من خلال الوظائف التي تقدمها خلية الاتصال وهي التفاعل الاتصال مع الجمهور الخارجي ومعرفة شكاويهم واحتياجاتهم وكذلك يقوم بحملات تحسيسية وتطوعية ومشاريع تنموية .

ب/ العلاقات العامة:

**التعريف الاصطلاحي:** عرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة " هي وظيفة دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup>محي الدين مختار، دراسات في علم الإعلام والاتصال، ط1، دار المعرفة للطباعة والنشر، 1993، ص200

<sup>2</sup>نفس المرجع، ص201.

<sup>3</sup>عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، دب، 2011، ص35.

تعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال العلاقات العامة أنها "مجموع النشاطات الاتصالية الخاصة بمنظمة ما تهدف إلى تعريف بنشاطاتها ومنجزاتها لتحسين صورتها الذهنية اتجاه مختلف الجماهير الداخلية المتمثلة في جمهورها الداخلي كأول جمعة المؤسسة، باعتباره جمهور المؤسسة الأول والعامل الأساسي الذي يعكس صورة المؤسسة، والجمهور الخارجي المتمثل في ممثلي الإدارات والهيئات وممثلي النقابات العمالية والجماعات المتعلقة بالمؤسسة والمستهلكين الحاليين والمحتملين"<sup>1</sup>.

يعرف المعهد البريطاني العلاقات العامة على أنها "تلك الجهود المخططة والمرسومة والتي بقصد من ورائها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها"<sup>2</sup>.

**التعريف الإجرائي:** العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تقوم بها خلية الاتصال في مؤسسة بلدية سيدي لخضر دورها الاهتمام المستمر والاتصال الدائم والتفاعل مع الجمهور الخارجي وتلبية مطالبه بهدف تحسين صورة المؤسسة وخلق صورة إيجابية لدى جمهورها.

ت/المؤسسة:

**التعريف الاصطلاحي:**

تعرف على أنها "ممارسات اجتماعية متكررة بشكل دوري ومنتظم من قبل المعايير الاجتماعية ولها أهمية جوهرية في البناء الاجتماعي مثل الدور الاجتماعي ويشير المصطلح أيضا إلى تأسيس أنماط السلوك إنما لا تعتبر المؤسسة ممثلة لنظام فيها، بالمؤسسة إذن عبارة عن وحدة ذات أهمية متداخلة بشكل تعاوني مع مجموعة الأدوار"<sup>3</sup>.

**التعريف الإجرائي:**

<sup>1</sup>Sernardlamizet , thmadsilem :dictionnaire encyclopedique des sciences de l'information et de communication, ellpses, Paris, 1997,p473

<sup>2</sup>عبد الرزاق محمد الدليمي، نفس المرجع، ص37.

<sup>3</sup>معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص269.

تعرف المؤسسة بلدية سيدي لخضر على أنها مجموعة من العمليات الخدمية في الهيكل التنظيمي بحيث تضم الموارد المادية والبشرية، بالاعتماد على نظام لعمل الجماعي وتقسّم العمل من أجل تحقيق أهداف مؤسسة بلدية سيدي لخضر وتحسين صورتها.

ث/ الخدمة:

### التعريف الاصطلاحي:

عرفها علي الفلاح بأنها: " عبارة عن منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للمستهلك كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية فيه على أشخاص أو الأشياء معينة ومحددة والخدمة لا يمكن استعمالها مادياً" <sup>1</sup>.

يعرفها لوفلوك louflouk أخصائي في التسويق " الخدمة عبارة عن فعل أو أداء يمكن لأحد الأطراف أن يقدمها لطرف آخر، بالخدمة عبارة عن أنشطة اقتصادية تخلق قيمة تحقق منافع المستهلكين في الوقت والمكان المناسب بهدف تحقيق التغيير.

عرفها ketler نشاط أو منفعة غير ملموسة وقد يرتبط إنتاجها أو لا يرتبط بسبع مادية" <sup>2</sup>.

### التعريف الإجرائي:

الخدمة هي مجموعة من المعاملات أو النشاطات غير ملموسة نقدمها المؤسسة لجمهورها.

### ج/ المؤسسة الخدمية:

### التعريف الاصطلاحي:

المؤسسة الخدمية هي " كل مؤسسة يتحدد غرضها الأساسي في تقديم خدمة للعميل من أمثلة مؤسسات تقديم الخدمة الفنادق، المطاعم، المستشفيات، والمؤسسات المالية والتعليمية ومؤسسات الاتصالات بالإضافة إلى مؤسسات خدماتية أخرى متنوعة" <sup>1</sup>.

<sup>1</sup>علي الفلاح الزغبي، إدارة لتسويق منظور تطبيقي استراتيجي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص40.

<sup>2</sup>Philip ketler, Bernard daubois , daulphine once au afarketing.op.cit, p482

### التعريف الإجرائي:

هي المؤسسات التي ينحصر نشاطها في تقديم الخدمات التي يحتاجها المجتمع لتلبية رغبات المستهلكين فيه.

وكذلك المؤسسة الخدماتية هي مؤسسة غرضها تقديم خدمات لجماهيرها دون مقابل مادي وبالتالي بالمؤسسة الخدماتية بالنسبة لموضوع بحثنا هي بلدية سيدي لخضر.

### ح/ الجمهور الخارجي:

#### التعريف الاصطلاحي:

عرفه المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال " على أنه سكان المنطقة التي تتواجد فيها المؤسسة، وأيضا العملاء والزبائن المتعاملون مع المؤسسة أو المنظمة، وهو مصطلح عادة ما يطلق في العلاقات العامة في تحديد الجماهير المستهدفة بخطتها"<sup>2</sup>.

تعرف الجمهور الخارجي أيضا على " أنه مجموعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنظمة"<sup>3</sup>.

### التعريف الإجرائي:

الجمهور الخارجي هو مجموعة أفراد المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخضر تربطهم مصالح ومطالب مشتركة ولهم خصائص ديمغرافية اجتماعية وثقافية.....الخ.

خ/ الاتصال: التعريف الاصطلاحي: يعرف الاتصال " هو عملية ديناميكية يقوم بها الشخص بنقل رسالة ما تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لهدف ما، عن طريق الرموز في ظرف ما"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> احمد شاكر العسكري، التسويق ( المدخل الاستراتيجي ) ، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص15..

<sup>2</sup> عبد الله مي سين عبد الكريم، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2014، ص143.

<sup>3</sup> عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار الخريز للنشر، عمان، 2005، ص 114.



يعرفه بروكر "الاتصال عملية لنقل فكرة أو مهارة أو حكمة من شخص لآخر" <sup>2</sup>.

يعرفه الدكتور سمير حسن " أن الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الانتشار أو المؤلفوية لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام الرموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من طرفين" <sup>3</sup>.

### التعريف الإجرائي:

الاتصال هو عملية نقل وتبادل المعلومات والآراء بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي ونحن في هذا سنشتغل على المعوقات والمشاكل التي تحول دون تحقيق العملية الاتصالية كما يجب أن تكون مثل عدم الانضباط بالمواعيد التي يستقبل فيها المواطنين، نقص في تقديم المعلومة من طرف خلية الاتصال.....الخ.

### د/ خلية الاتصال:

### التعريف الإجرائي:

خلية الاتصال في بلدية سيدي لخضر هي هيئة تمارس مجموعة النشاطات في المؤسسة في سباق العلاقات العامة وتسهر على خدمة المجتمع وكذا تزويد البلدية بمعلومات التي يحتاج إليها المواطن من خدمات وبشأن وضعية المواطنين احتياجاتهم وشكاويهم وانشغالاتهم وسينحصر انشغالنا على خلية الاتصال من حين الخدمات وبالتالي الدور الذي تقدم في مجال العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي.

### ذ/ صورة المؤسسة:

### التعريف الاصطلاحي:

<sup>1</sup> كامل خور شيمراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011، ص63.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 64

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات ، ط1، القاهرة، 2007، ص21.

يعرفها معهد البحث والدراسات الاعلانية "IREP صورة المؤسسة هي جميع التمثيلات المادية وغير المادية التي تتكون عند الأفراد الذين ينتمون إلى المؤسسة"<sup>1</sup>.

ويعرفها كاترين باري Catherine Paris صورة المؤسسة هي "عبارة عن حاصلة لمجموعة من الصور المختلفة فيما بينها كل واحدة منها خاصة بجمهور معين وجانب من جوانب المؤسسة وهي تتفاعل فيها بينها لتعطي في النهاية صورة واحدة هي صورة المؤسسة"<sup>2</sup>.

### التعريف الإجرائي:

وهي عبارة عن مجموعة من التصورات والانطباعات الخاصة بمؤسسة بلدية سيدي لخضر.

### ر/ التفاعل:

### التعريف الاصطلاحي:

هو العلاقة "بين متغيرين أو أكثر مع الملاحظة أن هذه العلاقة تنطوي على تأثير متبادل بين الأطراف والمتغيرات بمعنى أن قيمة كل متغير تؤثر على قيمة سائر المتغيرات الأخرى"<sup>3</sup>.

### التعريف الإجرائي:

التفاعل هو عبارة عن تبادل الأفكار والمعارف على شكل نفائس بين طرفي العملية التي تقوم بها خلية الاتصال مع جماهير في ظل الخدمات والانشغالات يمكن أن يكون التفاعل بين الجمهور الخارجي وخاصة الاتصال أو التفاعل عبر وسائل الاتصال الاجتماعي من خلال صفحة فايسبوك بلدية سيدي لخضر.

### ز/ المطالب:

<sup>1</sup>Lendreviebaque et lundon Denis « darkator » 8eme, eddallozParis, France , 2003,p77

<sup>2</sup>Catherine Paris, 40 fiches en marketing, ( le génie des glacion) 2002 , p 99

<sup>3</sup>سمير سعيد حجازي، معجم المصطلحات الحديثة، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2005، ص174.

التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من الاحتياجات التي تقدم إلى خلية الاتصال من طرف المواطن بلدية سيدي لخضر مثل السكن، تعبيد الطرقات، مساعدات مادية للمحتاجين.... الخ والتي يسعى هذا الأخير للحصول عليها.

7- نوعية الدراسة:

المنهج : " هو الطريقة أو الأسلوب الذي يتبعه العالم في بحثه أو دراسته أيا كان نوعها للوصول إلى حلول لما يتعقبه يعاقبه هذا البحث أو هذه الدراسة من المشاكل أو الوصول إلى النتائج الدقيقة التي يمكن أن يثق بها من خلال منهجه المتبع في البحث أو الدراسة فيعتبر وجهة نظر التي يتضمنها الباحث للنظر أو المعطيات أو الحقائق أو المعلومات التي نوصل إليها أو الغرض المستعمل في البحث من ذلك وجهة زى الخاصة بوضع القوانين " <sup>1</sup>.

كما يقصد بالمنهج أيضا" الإجراءات والخطوات الخاصة ببحث معين أو الترتيب الخاصة بمهاجمة بحث معين كالبحث عن العلاقات التي قد تكون قائمة بين المتغيرات في المشكل المراد دراستها سواء كانت طريقة مباشرة أو غير مباشرة والمنهج في تنوعه وشموليته يستخدم في المجالات البحثية والتطبيقية المتعددة وفي العلاج النفسي وعملية الإرشاد وعملية التعليم، وفي طرق التدريس، وفي تشخيص الأمراض والاضطرابات، وفي أسلوب العرض والمعالجة لأي موضوع أي كان. " <sup>2</sup>

بناء على هذا تنتمي دراستنا إلى البحوث الكمية والتي يقصد بها" ذلك البحث الذي يعني بجمع البيانات من خلال استعمال أدوات قياس كمية يجرى تطبيقها على عينة من الأفراد المجتمع الاصيلي وتتم معالجة البيانات الكمية بأساليب إحصائية تقود في النهاية إلى نتائج يمكن تقييمها ضمن مدى معين من الثقة. <sup>3</sup>

<sup>1</sup> ناهد عرفة ، مناهج البحث العلمي ، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006، ص 7

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص8

<sup>3</sup> فهد خليل زايد، أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط1، دار النقائس، للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006 ، ص10.

يهدف المنهج الكمي إلى قياس ظاهرة موضوع الدراسة وقد تكون هذه القياسات من الطراز الترتيبي (ordincles) مثل "أكثر من أو أقل من" أو عددية وذلك باستعمال الحساب، أن أغلبية البحوث في العلوم الإنسانية يستعمل القياس وكذلك الأمر فيما يتم استعمال المؤشرات، النسب، المتوسطات أو الأدوات التي يوفرها الإحصاء بصفة عامة".<sup>1</sup>

وقد استخدمنا في دراستنا الوصف "أحد المناهج الأكثر شيوعا في ميدان البحوث الاجتماعية بسبب سهولته ووضوح خطواته وإمكانية استخدام الأساليب الإحصائية المختلفة في تحليل البيانات وهو بذلك مجموعة الأدوات الكمية البيانات وحسابها بالطرق الإحصائية".<sup>2</sup>

حيث سنقوم بوصف مختلف البيانات والمعطيات التي يتم تقديمها من طرف أفراد العينة بتبويبها وترتيبها وقياسها.

**التحليل:** سنقوم بتحليل نتائج الدراسة بناء على التفسير وكذلك انطلاقا من النظرية المستخدمة.

واختيار لهذا المنهج تفرضه طبيعة الدراسة ولما الهدف من هذا البحث هو وصف ظاهرة موجودة في المؤسسة هي دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية لتشكيل وتحسين صورة المؤسسة باعتبار المنهج الوصفي الأنسب نظرا لما يتميز به من الخصائص تتلاءم وطبيعة الموضوع.

### 8- أدوات جمع البيانات:

تعرف الأداة على أنها الوسيلة التي يجمع بها الباحث البيانات والمعلومات وكافة الحقائق التي تلزمه في البحث.

وبالتالي "تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث فهي تحتاج إلى عناية كبيرة من طرف الباحث لهذا نجد معظم الباحثين يستخدمون أكثر من أداة".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية) دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص100

<sup>2</sup> عامر مصباح، منهجية البحث العلوم السياسية والاعلامي، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص87.

وهذا الذي اعتمده في دراستنا :

استخدمنا الاستمارة كأداة لجمع المعطيات.

**الاستمارة:** يعد الاستبيان " أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يطلبها البحث الميداني في العلوم الاجتماعية، وهي تستخدم الجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة وهي تستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع ويمكن القول أن الاستبيان يستخدم عادة في البحوث التي تتطلب جمع بيانات كثيرة عن الظاهرة أو المشكلة لموضوع البحث".<sup>2</sup>

وفي هذا الصدد وظفنا الاستمارة الاستبائية: بحيث " تعتبر استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية في عملية جمع البيانات ولقد تمت صياغتها انطلاقا من مشكلة البحث والأسئلة التي أثارها لتحقيق أهداف الدراسة".<sup>3</sup>

**تعرف أيضا:** على أنها" نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على بيانات معينة".<sup>4</sup>

#### 9- مجتمع البحث المعاينة والعينة:

يعرف مجتمع البحث على أنه " جميع المفردات أو الوحدات التي تتوفر فيها الخصائص المطلوبة لدراستها، وعادة ما يعرف مجتمع البحث باسم إطار مجتمع البحث الذي يشتمل عليه جميع أسماء وعناوين مفردات البحث".<sup>5</sup>

وبالتالي مجتمع بحثنا تتمثل في سكان بلدية سيدي لخضر الذين يلجأون للبلدية .

<sup>1</sup> مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس المبحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2000، ص174

<sup>2</sup> عبد الله عبد الرحمان وآخرون، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص371.

<sup>3</sup> رشيد زرواني، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ط1، دار هوما، للجزائر، 2002، ص 194.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص195.

<sup>5</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط1، الجزائر، 2004، ص298

أ- المعاينة " هي الطريقة التي تضمن لها العينة من مجتمع البحث "1 وتمثلت معاينتين فيما يلي:

معاينة غير احتمالية ثم معاينة حصصية حيث قسمنا مجتمع البحث حسب معياري الوظيفة والنشاط الاجتماعي ومكان الإقامة، بعدها لجأنا إلى المعاينة العارضة.

ب- العينة " هي مجموعة الأفراد الذين تم اختيارهم من مجتمع البحث عن طريق المعاينة"2

وتتمثل العينة في 100 مفردة.

#### 10- النظرية المستخدمة:

استخدمنا النظرية البنائية الوظيفية :

أ- تعريف النظرية الوظيفية: هي من بين النظريات المهمة في علم الاجتماع، تتسم أصولها وأفكارها من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين أظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الرأسمالية والاجتماعية.<sup>3</sup>

يعرفها هوراس حالن على أنها: " لها معاني المحددة للوظيفة هي الانتقال والأنماط الديناميكية والعمليات والنمو والامتداد وهناك من يحدد معاني الوظيفة في أنها أثر تحدثه الظاهرة حتى لا يكون الأثر مقصود بالضرورة ممن لهم علاقة وعلى سبيل المثال قد يفسر امتلاك الزرافة رقبة طويلة تمكنها من التغذية على الأوراق الأشجار ومن ثمة بالرقية تؤدي وظيفة مهمة لبقاء الكائن الحي".<sup>4</sup>

#### ب- رواد النظرية الوظيفية:

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 299

<sup>2</sup> نفس المرجع نفسه 301

<sup>3</sup> منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص45.

<sup>4</sup> نيكولاتيماشيف، نظرية علم الاجتماع الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1997، ص، ص، ص، 320، 338

روبرت ميرتون.<sup>1</sup>

دون فان بارج.<sup>2</sup>

### ت- افتراضات النظرية الوظيفية:

1/ المجتمع يشكل بناء اجتماعية ويحدد هذا البناء على أنه عبارة عن أنماط ثابتة نسبيا من السلوك الاجتماعي وداخل البناء الكلي هناك بنية جزئية مهمة في التحليل الوظيفي مثل: الدين والأسرة والسياسة والاقتصاد.<sup>3</sup>

2/ أن كل عنصر من عناصر البناء الاجتماعي يفهم من خلال وظيفته الاجتماعية وتعني الوظيفة نتائج على المجتمع ككل ومن ثمة أن كل جزء من المجتمع وظيفة واحدة أو أكثر هامة وهي شرط في استمرار المجتمع واحد الخصائص الجوهرية النسق وهي التوازن من خلال العلاقات المتبادلة ويسمى هذا النوع بالتوازن الاستاتيكي .

تم اختيار هذه النظرية لأن دراستنا تدخل في إطار أبحاث الأدوار حيث سنحاول أن نفسر من خلال هذه النظرية مدى تأدية بلدية سيدي لخضر لوظائفها ودورها في سياق العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي وأسبابها وانعكاساتها كما سنحاول أن نفسر الاختلافات الوظيفية بين مؤسسة بلدية سيدي لخضر متمثلة في خلية الاتصال والجمهور الخارجي الذي هو المجتمع المحلي.

<sup>1</sup> علي شتا، نظرية علم الاجتماع، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 1993، ص288.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص289.

<sup>3</sup> معن خليل عمر، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دراسة تحليلية ونقدية، دار الآفاق الجديدة، 1991، ص135، 136

## خلاصة:

يمكن القول أن هذا الفصل بمثابة الانطلاقة التي يبدأ منها الباحث بهدف التعريف بموضوع الدراسة والأسباب التي دفعتنا لتناول ذلك من خلال الدراسة الاستطلاعية والدراسات السابقة وعرض الإشكالية والأرضيات وتحديد المفاهيم وكذلك تحديد الموضوع والأهداف المتوقعة ومنهجية الدراسة وأيضا المقاربة النظرية التي تناولت مشكلة البحث.





الباب الأول:  
الإطار النظري

## تمهيد :

بعد تحديد إشكالية الدراسة وتوضيح الإطار العام للدراسة تحاول في هذا الباب الاقتراب أكثر لمعرفة دور العلاقات في تحسين صورة المؤسسات الخدمائية بحيث خصصنا في هذا الباب فصلين وتناولنا في الفصل الأول العلاقات العامة باعتبارها نشاط إداري والتي تساهم بشكل كبير في تطوير العديد من المؤسسات نظرا لأهميتها ودورها في خلق صورة حسنة لدى جماهيرها وبذلك تطرقنا إلى نشأة وتطور العلاقات العامة وأهميتها وأهدافها ومبادئها ووظائفها ووسائل الاتصال المستخدمة ثم التخطيط في العلاقات العامة وتحدثنا في الفصل الثاني عن المؤسسة الخدمائية للبلدية نموذجا باعتبار المؤسسة الخدمائية تقدم خدمات ومجهودات جبارة للفرد والمجتمع ونقد مؤسسة البلدية مؤسسة خدمائية بدرجة أولى وبهذا تناولنا ظهور المؤسسة الخدمائية ودورها وأهدافها وخصائصها و تصنيفاتها ووظائفها والعلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية الجزائرية ثم انتقلنا إلى مؤسسة البلدية وتطورها التاريخي وخصائصها وأهدافها وعلاقتها مع المجتمع المحلي.

## الفصل الأول: العلاقات العامة

تمهيد

- 1- نشأة وتطور العلاقات العامة
- 2- أهمية وأهداف العلاقات العامة.
- 3- مبادئ العلاقات العامة.
- 4- وظائف العلاقات العامة ووسائل الاتصال المستخدمة.
- 5- التخطيط في العلاقات العامة.

خلاصة.

## تمهيد:

لا تستطيع المؤسسات والهيئات أن تحقق النجاح والاستمرار واكتساب وتأييد الجماهير إذ اكتفت بالعمل فقط على جودة الإنتاج ورفع مستوى الخدمات ولم تسع في الوقت نفسه إلى العمل على توفير نوع من العلاقات العامة بنقل الصورة الصادقة والحقيقية عن المنشأة إلى الجماهير المتصلة بها بحيث يتم من خلال تنظيم متخصص داخل الهيئة أو المؤسسة نفسها تكون مهتمة الأولى تخطيط العلاقات العامة مع الجمهور وبهذا تطرقنا إلى نشأة وتطور العلاقات العامة وأهمية وأهداف العلاقات العامة ومبادئ العامة ووظائف العلاقات العامة والوسائل المستعملة في ذلك وكذلك التخطيط في العلاقات العامة.

### 1/ نشأة العلاقات العامة وتطورها:

"منذ نشأة المجتمعات الإنسانية البدائية كان رب الأسرة هو الذي يسوس العلاقات بين أفرادها ثم انتقلت هذه المهمة إلى رئيس القبيلة أو العشيرة داخل نطاق تلك القبيلة أو العشيرة، وكانت تلك العلاقات التي يديرها زعيم القبيلة أو العشيرة تدول حول الإبلاغ عن الأخبار الحروب أو الزواج أو الوفاة أو العمل، وكان يستخدم في توصيل هذه المعلومات والأحداث وسائل بدائية أيضا تتمثل في الطبول أو الرقص أو الحركات جسمانية معينة أو غيرها من الوسائل في التعبير".<sup>1</sup>

### العلاقات العامة في العصر الحديث:

"ونقصد به الفترة منذ أواخر القرن التاسع عشر وحتى الآن فقد أسهمت بعض العوامل والأحداث (قيام الحربين العالميتين، الأزمة الاقتصادية الكبرى، الثورة الصناعية، زيادة الوعي والتعليم لدى الأفراد، التقدم الهائل في وسائل الإتصال كل هذه العوامل وغيرها ساهمت في بروز أهمية أنشطة العلاقات العامة".<sup>2</sup>

"وفي الحقيقة أن الفترة ما بين الحربين العالميتين قد شهدت بالفعل النشأة الحديثة للعلاقات العامة من حيث الفلسفة الفكرية، كما شهدت انشاء جمعيات للعلاقات العامة ذات فكر وتطبيق متطور وتذكر في هذا المجال أحد الرواد الأوائل أصحاب الفضل في ظهور فكر ناضج للعلاقات العامة هو (إيفيلي) الذي يمكن أن يعتبر بحق (أبو العلاقات العامة الحديثة) والذي نجح في وضع أسس وبرامج العلاقات العامة لأغلب الشركات الأمريكية منذ عام 1903 وما بعدها كما نجح في أن يصبح أول من استخدم الإعلان كوسيلة من وسائل ممارسة العلاقات العامة وتنفيذ برامجها وإخراجها من بعض الأزمات مع بعض فئات الجمهور .

<sup>1</sup>صالح ليرى ، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الحنين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005 ، ص11.

<sup>2</sup>محمد بهجة جاد الله كشك، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003، ص35.

وقد دعا (إيفيلي) 1903 إلى أن تقوم المنظمات والمؤسسات بإعلان سياستها للجمهور وأن تطلع على خفيات والدواعي التي تستند إليها في تحديد أهدافها باعتبار أن ذلك يعتبر أفضل من ترك المجال للشائعات والأقويل يتداولها الناس عن المنشأة".<sup>1</sup>

كما دعا (إيفيلي) "إلى ضرورة أن يكون النشاط العلاقات العامة في اتجاهين بحيث يحترم وجهات النظر الجمهور التي تشكل الرأي العام وأن العلاقات العامة أن همزة وصل بين إدارة المنشأة والجمهور بحيث تكون حريصة على إيجاد توازن بين مصالح الطرفين وفي هذا المجال اقترح (إيفيلي) مشروع (إعلان المبادئ) الذي يؤكد على ضرورة مراعاة وجهات النظر الجمهور واحترامها عند وضع خطط وسياسات المنشأة".<sup>2</sup>

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

ففي العصر الحديث بدأت أول خطوات العلاقات العامة نحو التقنين العلمي، في محاولة البحث عن أول من يستخدم مصطلح العلاقات العامة، حيث نجد من الجدل المثال حوله إذ هناك من يرى أن توماس جيفيرسن ثالث رئيس للولايات المتحدة الأمريكية هو من الأوائل من استخدموا هذه العبارة".<sup>3</sup>

ونجد أيضا الباحث "إدوارد بيرنيز هو من أبرز الشخصيات الذي كان له دور كبير في بلورة أفكار العلاقات العامة كمادة في جامعة نيويورك، واهتم في مؤلفاته بمصالح جماهير وضرورة تزويدها بالمعلومات الصادقة والصحيحة، كما ركز على المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة.

<sup>1</sup> محمود يوسف مصطفى عبده، مقدمة علاقات العامة، مركز الجامع لتعليم المفتوح، القاهرة، 2004، ص 41.

<sup>2</sup> جميل أحمد خيضر، علاقات العامة، دار المسيرة، عمان، 1998، ص ص 39، 40

<sup>3</sup> جمال مجاهد، العلاقات العامة رؤية نظرية، المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 13

وأصدر إدوارد بيرنيز كتابه سنة 1923 بعنوان بلورة الرأي العام كما يعود الفضل في إنشاء حلقة من المتخصصين في مجال العلاقات العامة والتي تعتبر مرجعا أساسيا للعلاقات العامة المعاصرة وبعد أن نضجت ممارسة العلاقات العامة في أمريكا بدأت بالانتقال إلى أوروبا في الدول الانجلوسكسونة أولا ثم بعد ذلك الدول الفرانكفونية أهمها فرنسا.

وأصبحت جامعة بوسطن في أمريكا تمنح درجات الماجستير و الدكتوراة في العلاقات العامة والاتصال ويوجد هناك الهيئات من المعاهد الأخرى والتي تمنح دراسات عليا فيها <sup>1</sup>.

وفي الختام يمكن القول أن تاريخ وتطور نشأة العلاقات العامة كان مرفقا لتحسين الوسائل المستخدمة في نقلها وتشكيل يلائم مع احتياجات وظائف وخدمات المنظمات المختلفة، ومع ميزانيتها وحجمها وطبيعتها وتقاليدها وما إلى ذلك.

## 2/ أهمية وأهداف العلاقات العامة:

### أ- أهمية العلاقات العامة:

تبرز أهمية العلاقات العامة أنها تسعى إلى كسب ثقة الجمهور مما يؤدي الى زيادة شهرتها وتحسين سمعة المؤسسة وهذا ما يساعد على زيادة المبيعات وتسهيل تقديم المؤسسة الخدماتية.

❖ تنجز العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين المؤسسة وجماهيرها.

❖ تحقق خدمات إنسانية وعدالة ونشر روح التعاون والتضامن.

❖ تحقق خدمات إنسانية ونشر روح التعاون والتضامن.

❖ تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية.

❖ "تسعى علاقات العامة دائما إلى تنمية الاتصال إلى منشآت الخدماتية ذات الطابع الاقتصادي ومن مهمتها معالجة المشاكل والمواقف السيئة والصعبة خاصة في مجال

<sup>1</sup> محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة، المفاهيم والممارسات، ط1، دار زاهر للنشر والتوزيع، عمان، 1996، ص24

المنافسة وقد ظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة في المجتمعات الحديثة على أثر التغيرات الكبيرة والتطور الهائل في شكل تكوين المجتمع من الناحية السياسية والاقتصادية والاجتماعية"<sup>1</sup>.

❖ ان العلاقات العامة تمثل "وظيفة إدارية، حيث أن مهامها الأساسية تنسيق العلاقات العامة بين أقسام التنظيم المختلفة، فهي تمثل ناصحا ومرشدا للإدارة العليا بالمؤسسة.

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

❖ تعمل العلاقات العامة على تطوير وسائل الاتصال والإعلام نتيجة التقدم الفكري والفني الكبير.

❖ المساهمة في انتشار علاقات عمل طيبة في المنظمة مما يسهل جلب أفضل الكفاءات العاملة وتحقيق استقرارها"<sup>2</sup>.

#### ب- أهداف العلاقات العامة:

تهدف العلاقات العامة" إلى نقل وتوصيل معلومات عن المنظمة إلى جمهور حتى تكون الجماهير على فكرة صحيحة عن هذه المنظمة ويؤدونها في خططها وأزماتها وتستخدم إدارة العلاقات العامة وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال في نقل هذه المعلومات إلى الجمهور وبذلك تصبح اتجاهاتهم مؤيدة للمنظمة فيقبلون على خدماتها أو ما تتجه من ساع.

معرفة آراء الجمهور واحتياجات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية والترويحية أو استحقاق المكافآت والعمل على مساعدتهم في حل مشكلاتهم وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> هناء حافظ بدوي، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية، مكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2000، ص42.

<sup>2</sup> نفس المرجع ص44.



"ان كل مؤسسة موجودة فعليا وجدت من أجل تحقيق غرض ما، قد يكون لتحقيق الربح أو المساهمة في خدمة المجتمع في مجال ما، أو تسهيل وصول الخدمات للجمهور.... الخ، وهذا الغرض يتحقق من خلال الأهداف الخاصة التي تصنفها المؤسسة لنفسها، أو النتائج التي ترغب في تحقيقها والعلاقات العامة دور أساسي في تحقيق عرض المؤسسة أو بصورة أخرى مساعدتها على تحقيق النجاح في الغرض الذي وهدت من أجله."

"وتأسيس على ذلك يمكن اعتبار غرض العلاقات العامة تتمثل في:

- المساهمة في نجاح المؤسسة في كل ما من شأنه أن يساهم في بناء سمعة طيبة لها.<sup>2</sup>
- معرفة اتجاهات الرأي العام الحقيقية اتجاه نشاط المؤسسة وعرضها على قيادة المؤسسة عن مدى أهميتها وقائدها بالنسبة لأهداف المؤسسة".<sup>3</sup>
- "إعلام الرأي العام بنشاط المؤسسة وبرامجها وأهدافها للوصول إلى إقناعه وكسب ثقته وتعاونه.
- التحديد الدقيق للأهداف يؤدي إلى تحديد الاتجاه العام بنشاط العلاقات العامة خلال فترة زمنية معينة مما يساهم في التركيز على طبيعة المهمة المراد تحقيقها وحصر الجهود اللازمة لتحقيق هذه الأهداف".<sup>4</sup>

### 3/ المبادئ الأساسية للعلاقات العامة :

إن العلاقات العامة هي " وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقسيم شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى. تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسه، فهي تتصف الديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية، فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ والعطاء والفهم المتبادلة والاستجابة المباشرة

<sup>1</sup> تامر البكري، اتصالات التسويق والتوزيع، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص40.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص43.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 44

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص 45.

والإيجابية من جانب كل من الطرفين وهي سياسات وأعمال تم اتصال وإعلام فهي تعكس وجهة نظر"<sup>1</sup>.

فئات الجمهور المؤسسة وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين .

إنما لا تقتصر على مؤسسات معينة بل أنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة سواء كانت تجارية ام صناعية أم اجتماعية.

أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة، وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسئولياتها الاجتماعية، والتزامها الصدق، فيها يصدر عنها من معلومات وكذلك قيامها بتنمية الثقة والاحترام المتبادل بين طرفين ( مؤسسة وجمهورها).

معرفة بالأساليب النظرية والعملية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها وهذا يستوجب تفهما لطبيعة السلوك.

"ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لا بد أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مصالح الجماهير المختلفة .

يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيس بالرأي العام حيث من دون وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط العلاقات العامة فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة والصدق لكسب تعاطفه وثقته، فعندما يكون للرأي العام قيمة وأهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال"<sup>2</sup>.

### 4/وظائف العلاقات العامة ووسائل الاتصال المستخدمة:

#### أ- وظائف العلاقات العامة:

<sup>1</sup>عبد الناصر احمد جراداتلبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية وتطبيق ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، اردن، 2009، ص25, 26.  
<sup>2</sup>نفس المرجع، ص28

1- **البحث:** "إن البحث هو استقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن توصيلها والتحقق من صحتها عن طريق الاختبار العلمي، فالبحث هو التفكير العلمي الموضوعي الذي يتناول ظاهرة معينة أو موضوعاً معيناً أو مشكلة لدراستها وتحليلها وفق أسس علمية للوصول إلى نتائج تخدم الظاهرة وقد مرت العلاقات العامة بمرحلة تغلب فيها الطابع الإرتجالي لمعرفة اتجاهات الجمهور ونتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي أصبحت هناك طرق وأساليب علمية في دراسة اتجاهات الجماهير وجميع المعلومات والبيانات، المختلفة لدراسة المشكلة، ولا بد من الإشارة إلى أن البحث يختلف عن عملية جمع المعلومات، فالبحث يتطلب منهجاً أساسياً للموضوع الذي تقوم على أساسه المعرفة التفصيلية الدقيقة التي هي ثمرة الدراسة العميقة لكتب المراجع المتخصصة.

2- **التخطيط:** وهي الوظيفة الأخرى من وظائف العلاقات العامة فهو النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لاختبار أمثل استخدام لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محددة، وأن أهم مراحل التخطيط في العلاقات العامة المرحلة المتمثلة في دراسة اتجاهات الجمهور وبالتالي يساعد هذا على التنبؤ بالرغبات والاحتياجات المختلفة بما يجعل الخطط الموضوعية مستندة إلى أسس علمية ومعرفة شاملة بما يدور وتوقع أفضل النتائج".<sup>1</sup>

3- **الاتصال:** "وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب ابتكار الإدارة وسائل نقل الخطة للواقع والاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفوية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة والاتصالات ليست في اتجاه واحد أي أن العملية لا تقتصر على إرسال الرسالة واستلامها بل إدراك مستلمها لفحواها وميكونها، حيث يتم الاتصال بين إدارة العلاقات العامة مع الإدارات المختلفة وكذلك مع المؤسسات المختلفة في المجتمع وكذلك الاتصال بالمسؤولين زيادة الرأي لربط المؤسسة بالمجتمع وإبراز صورتها الطيبة وموقعها وأهميتها في خدمة الجمهور".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 38  
<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 39.

4- **التقويم:** "التقويم يمثل المحطة النهائية في آلية عمل علاقات العامة كما أن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى وظهر التقويم نتيجة الحاجة المستمرة إلى معرفة مدى كفاية خطط العلاقات العامة وبرامجها ومدى حاجات جماهيرها المستمر، وكذلك فهي تمثل عملية التحري العلمي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المختلفة لتلاقيها في الخطط المستقبلية بما يساهم في نجاح المؤسسة وهذا يؤكد على أن عملية التقويم هي عملية مستمرة تتزامن مع العمليات التحضيرية والتخطيطية وهناك ثلاث أنواع من عمليات التقويم: التقويم ( السابق) على التنفيذ، التقويم ( المتزامن) مع التنفيذ التقويم ( اللاحق) للتنفيذ".<sup>1</sup>

#### ب- وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

1- **الوسائل المباشرة:** "لوسائل المباشرة الاتصال تكون أكثر فعالية وتأثير في الجماهير لأن الاتصال وجها لوجه يمكن المرسل من تبليغ رسالة على أحسن وجه وتأخذ هذه الوسائل المباشرة الإشكال التالية:

**تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة:** فتنظيم الحفلات يدخل في اختصاص العلاقات العامة ويمثل نوع الاتصال المباشر مع الجماهير سواء كانت هذه الحفلات مع العاملين داخل المؤسسة أو المتعامل معها أو عملاء المؤسسة.

**الزيارات:** تعتبر الزيارات من المجالات العامة التي تعمل فيها العلاقات العامة حيث أن تنظيم زيارات للجمهور لمواقع المؤسسة تؤدي إلى لفت انتباه الجمهور وتشجيعه على احترام المؤسسة والإقبال على التعامل معها.

**المشاركة في الحياة العامة:** وهذا بانتهاز المناسبات العامة والفرص المناسبة التي يشترك فيها عدد كبير من الجهود مثل الاحتفالات الرسمية بالأعياد الدينية أو الوطنية، حيث تساهم

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 40

بعمل معين كتقديم هدايا أو باقات ورد ، وحتى في حالة الوفيات تقوم العلاقات العامة بتقديم الفرد أي المشاركة في السراء والضراء".<sup>1</sup>

**مخاطبة الجمهور:** " إن مخاطبة الجمهور من وسائل الاتصال المباشرة والتي تقني إجراء حوار مفتوح مع الجمهور، أو دعوة مجموعة من الجمهور والتحدث إليهم ويتم توضيح الحقائق والوقائع الصحيحة في ذلك تدعيم لموقف المؤسسة وتقييمها لصلتها بجمهورها.

**الاجتماعات:** وهي عمل من أعمال العلاقات العامة يتم التحضير لها بشكل دقيق وتعتبر من بين أكثر الوسائل تبيغا الوسائل فهتم يتم لقاء أفراد المؤسسة وجها لوجه لحل مشاكل الأقسام أو المناقشة سياسة المؤسسة".

### 2- الوسائل المقروءة والمكتوبة:<sup>2</sup>

**الجرائد اليومية:** والتي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة في نقل الأخبار إلى جمهور المتعاملين معها في مختلف المستويات والأنواع ويجب مراعاة الدقة في الإعداد .

**المجلات:** وهي الوسائل التي توزع وتظهر في التوزيع الإعلامي كل فترة معينة، أسبوع أو أسبوعين أو أكثر، وتختلف عن الجرائد اليومية في أنها قد تكون ذات تخصص معين أولها جمهور القراء يختلف من مجلة إلى أخرى.

**مطبوعة المؤسسة:** حيث تعتمد المؤسسة على إصدار مطبوعات خاصة بها يقوم بإعدادها أخصائيو العلاقات العامة وتتخذ شكل دوريات، نشرات، كتيبات، مطبوعة، مجلة المؤسسة.

### 3-الوسائل المسموعة:

**الإذاعة:** تعتبر الإذاعة وسيلة اتصال مهمة لأنها تتميز بالحيوية لأنها تتطلب من المستمع الاستماع فقط وهي سريعة التأثير ويمكن الاستفادة منها بإذاعة المعلومات والأخبار والمعلومات المهمة.

<sup>1</sup>محمد الجوهري، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط1، مكتبة الرائد، عمان، 2000، ص67.

<sup>2</sup>نفس المرجع، ص 68.

**الهاتف:** لقد أصبح ضرورة هامة في إتمام الإيضاحات ولا يمكن لأي مؤسسة مهما كان نشاطها الاستغناء عنه لأنه سهل تبادل الآراء وإزالة سوء التفاهم في وقت قصير وتكاليف أقل.

#### 4-الوسائل المرئية:

**التلفزيون:** ويعتبر أوسع الوسائل انتشارا ويمكن استغلاله لتمرير الرسائل الإعلامية ويحتاج إلى تكلفة كبيرة أي ميزانية مؤسسات ضخمة".<sup>1</sup>

**السينما:** "تعتبر من الوسائل المرئية يمكن للعلاقات العامة الاستفادة منها لتمرير الرسالة الإعلامية في شكل أفلام سينمائية وهي تحتاج إلى تكلفة باهضة ونفقات طائلة".<sup>2</sup>

#### 5/ التخطيط في العلاقات العامة:

تقوم على ثلاث خطوات أساسية هي البحث والتخطيط والتقويم وهي معروضة كالتالي:

**1-التخطيط:** "تتضمن عملية البحوث في برامج العلاقات العامة عدة خطوات أساسية أهمها ما يلي:

أ- **تحديد المشكلة والهدف من البحث ووضع الفروض:** يتم تحديد المشكلة من خلال دراسة الظاهرة وتحليلها وتحديد أسباب عدم التوازن في المواقف الخاصة بها، ثم القياس بالتشخيص الدقيق للمشكلة وتأتي ذلك من خلال الدراسة الاستكشافية.

بعد ذلك يتم تحديد الهدف الرئيسي من إجراء البحث وكذلك مجموعة الأهداف التفصيلية وأخيرا يتم صياغة الفروض والتي تعبر عن تفسيرات محتملة للمشكلة استنادا إلى طبيعية برنامج العلاقات العامة.

ب- **إعداد البرنامج التفصيلي للبحث:** وتعتبر هذه الخطوة بمثابة العمود الفقري لبحث العلاقات العامة أو تعتمد بصفة أساسية على الخطوة السابقة الخاصة بتحديد

<sup>1</sup>محمد منير حجاب، وسحر وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص18

<sup>2</sup>محمد حجاب منير، الاتصال الفعال في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص501.

وتشخيص المشكلة وتحديد الهدف ووضع الفروض ويدخل ضمن هذه الخطوة تحديد نوعية البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء البحث وأساليب الحصول عليها وكذلك اختيار نوعية العينة وتحديد مفرداتها من مجتمع البحث.

ت- جمع وتنقيح البيانات والمعلومات: حيث يتم تدريب وإعداد وتهيئة الباحثين اللازمين لجمع البيانات من مصادرها الأولية بأسلوب علمي يتناسب مع متطلبات الواقع الميداني، مثل عدم وجود بعض مفردات العينة والتضارب في بعض البيانات".<sup>1</sup>

وبعد ذلك يتم مراجعة البيانات والمعلومات للتأكد من وقتها واستبعاد الناقص منها، ثم إجراء التصحيح والتعديل اللازم للبيانات والمعلومات وتفرغها في الجداول المصممة والمصنفة لخدمة أغراض البحث.

ث- "تحليل البيانات والمعلومات والتأكد من صحة الفروض: تهدف تهدف هذه الخطوة إلى الربط بين المتغيرات التي يتم جمع البيانات والمعلومات منها من ناحية، والأرقام الموضحة بالجدول من ناحية أخرى واستقرار الأرقام واستخدام أساليب التحليل الإحصائي والدراسة التحليلية ثم استخلاص النتائج التي تثبت صحة الفروض أو خطئها.

## 2-التخطيط: تمر عملية التخطيط بصفة عامة بعدة مراحل أهمها:

أ-دراسة وافية لكافة الظروف والمتغيرات المحيطة بالمؤسسة حالياً ومستقبل والتي تؤثر بشكل أو بآخر على تحقيق أهدافها.

ب- تحديد مجموعة من الافتراضات عما سيكون عليه الحال في المستقبل وذلك بناء على خبرات المتركمة في الماضي لدى القائمين على عملية التخطيط.

ج- تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها خلال المدى القصير والمدة المتوسط والمدى الطويل.

<sup>1</sup>رزيقة قصير ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2007، ص76.

- خ- تحديد الموارد والإمكانيات البشرية والمادية والفنية اللازمة لتحقيق هذه الأهداف.
- هـ- دراسة إمكانية الاستفادة القصوى من هذه الموارد والإمكانيات بما يحقق الأهداف في أسرع وقت وبأقل تكلفة"<sup>1</sup>.
- و- تحديد الوقت اللازم لانتهاج من تنفيذ الخطة ككل وكذلك الوقت اللازم للبرامج لانتهاج من تنفيذ كل خطة فرعية منبثقة منها.
- ز- وضع البرامج الزمنية وترتبط الخطوات التنفيذية للخطة، بما يؤدي إلى وضع جدول زمنية دقيقة لها.
- ي- إعداد الموازنة التقديرية وتحديد الإجراءات العلمية اللازمة لأحكام الرقابة.

**3-التقويم:** " إن عملية التقويم لأي برنامج لا يتم كأجزاء أو قطع منفصلة أو مستقلة عن بعضها البعض، بل يجب أن ينصب التقويم على البرنامج ككل والبرامج الأخرى السابقة اللاحقة لذات البرنامج، بل والأخذ في عين الاعتبار برامج العلاقات العامة للمؤسسات المنافسة في المجتمع، وكذلك مراعاة المتغيرات البيئية والمحلية والدولية التي تؤثر بشكل أو بآخر على المؤسسة وبالتالي على برامج العلاقات العامة وعلى ذلك يجب أن تكون هناك مراجعة دورية شاملة للنتائج الكلية في ضوء الأهداف المحددة وذلك على النحو التالي:

**أ-فيما يتعلق بالأهداف:** هل هي محددة بوضوح؟ وهل هي مفهومة لدى كافة العاملين في أقسام وإدارات المؤسسة؟ وهل هناك حاجة إلى الحصول على الموافقة جهة معينة على هذه الأهداف؟ وهل هذه الأهداف في حاجة إلى تطوير يتماشى مع المستجدات؟.

**ب-فيما يتعلق بتنظيم:** هل هناك ترابط بين وظائف العلاقات العامة، أم أنها موزعة بين أكثر من إدارة؟ وهل يتمتع مسؤول العلاقات العامة بالمساعدة والتأييد الكافي من جانب الإدارة؟ وهل عدد ومهارات المشتغلين بالعلاقات العامة يضمن تحقيق أهدافها"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>رزيقة قصير ، مرجع سابق، ص77.

<sup>2</sup>رزيقة قصير ، مرجع نفسه، ص78.



ج- فيما يتعلق بالمضمون: هل البرامج والأنشطة تعطى اعتبارا كافيا لكل فئات وشرائح الجمهور (مستهلكون، عاملون، مساهمون، موردون، مؤسسات مالية، وسائل إعلام، مؤسسات تعليمية).

د- فيما يتعلق بقياس النتائج: هل هناك العاملون والموارد الكافية والقيادات الإدارية الواعية لقياس نتائج العمل؟ والى أي مدى يمكن مقارنة هذه الأنشطة بمثيلتها في المنظمات الأخرى والمنافسة؟ هل تم التفكير في الاستعانة بمستشفى خارجي للعلاقات العامة بشكل شامل دوريا؟

هـ- فيما يتعلق بالرقابة: " ما هي الخطوات التي تم اتخاذها لأحداث لتحسين المستمر مستقبلا في برامج العلاقات العامة وذلك استنادا إلى نتائج المراجعة الشاملة الدورية؟ ما هي الخطوات اللازمة اتخاذها في السنوات المقبلة؟"<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص79.

## خلاصة :

نستنتج أن العلاقات العامة هي نشاط اتصال ووظيفة إدارية لا غنى عنها تضمن من خلالها المؤسسات استمراريتها وذلك لأهميتها في ترتيب الهياكل التنظيمية للمؤسسات كما تعمل على تحسين وتلميع صورة المؤسسات والحفاظ على رضا الجماهير عنها بالإضافة إلى التعرف بشكل تطبيقي على دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية.

## الفصل الثاني: المؤسسة الخدماتية

### تمهيد

1. ظهور المؤسسة الخدماتية ومراحل تطورها
2. دور وأهداف المؤسسة الخدماتية وخصائصها
3. تصنيفات ووظائف المؤسسة الخدماتية
4. العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية الجزائرية
5. مؤسسة البلدية وتطورها التاريخي وخصائصها وأهدافها.
6. علاقة البلدية مع المجتمع المحلي.

### خلاصة.

## تمهيد :

تعتبر المؤسسة الخدمائية من بين المؤسسات التي يعتمد نشاطها اعتمادا كليا على رضا الجمهور والصورة الإيجابية التي يحملها بحث تعدد مؤسسة البلدية مؤسسة خدمائية تخدم المجتمع المحلي ومن هذا تطرقنا في هذا الفصل إلى ظهور المؤسسة الخدمائية ودورها وأهدافها و أهم خصائصها والعلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية وكذلك تناولنا أهداف وخصائص مؤسسة البلدية وعلاقتها مع المجتمع المحلي.

## 1/ ظهور المؤسسة الخدمائية ومراحل تطورها

" إن ظهور المؤسسات الخدمائية المختلفة التي نراها في الواقع لم تكن بأشكالها الحالية من أول مرة بل كان ذلك لعدة تغيرات متواصلة ومتوازنة مع تطورات الحالية من أول مرة بل كان ذلك لعدة تغيرات متواصلة ومتوازنة مع التطورات التي شهدتها الحضارات البشرية منذ أصبحت حاجات الإنسان إشباعا في تقديم خدمات قادرة على تحقيق منافع الأفراد، غير أن وصول إشباع رغبات يتطلب بالضرورة موارد مختلفة من بينها (مادة الأولية تحمل رأس مال) وهي العملية التي يمكن تسميتها بالعملية الإنتاجية " <sup>1</sup>.

" ومع ظهور الثورة الصناعية في القرن 18 م ظهرت الآلة البخارية لجيمس واط " jimsewate وبرزت صناعة كبيرة تعتمد على وسائل الإنتاج من خلال الطاقة التي يمتلكها العمال وهذا ما أدى خلق فئة من العمال تسمى ب(الطبقة الكادحة) التي خاضت نضالا دافعا على حقوقها وبدأ يظهر شكل آخر من الإنتاج الجديد يدعى بالإنتاج الصناعي الذي سمح باتساع الأسواق " <sup>2</sup>.

" حيث يوجد ثلاث تيارات أساسية عالجت مفهوم المؤسسة من ثلاث نواحي، فالتيار الأول يرى المؤسسة من الزاوية الاقتصادية على أنها مؤسسة ذات طابع اقتصادي، أما الاتجاه الثاني يرى بأن المؤسسة هي معالجة خدمائية اجتماعية باعتبارها خلية تتشكل من مجموع الأفراد الذين يرتبطون بعضهم البعض بعلاقات متداخلة بينها الاتجاه الثالث ينظر إلى المؤسسة نظرة نظامية شمولية فهي تجمع بين ما هو اقتصادي وخدمي " <sup>3</sup>.

" واعيا بالتحديات التي يفرضها التطور الحاصل في ظل التكنولوجيات الحديثة للاتصال باشرت الدولة الجزائرية منذ 1999 إصلاحات جديدة، وتم إنشاء مؤسسة إدارية مستقلة ماليا مع تعاملها تتكفل بالخدمات لإرضاء الزبائن وتم الشروع في إنجاز برنامج واسع، النطاق يومي إلى تأهيل مستوى المنشآت الأساسية من بينها المنشأة الخدمائية، التي تعتبر ركن

<sup>1</sup> غسان قلعوي، القطاع العام: إلى أين؟ خواطر حول تخصص، القطاع العام، ط1، دار المكتبي للطباعة والنشر، سوريا، 1955، ص41.

<sup>2</sup> عبد الغفار حنفي، أساسيات الإدارة والبيئة الأعمال، مؤسسة نسياب الجامعة، الإسكندرية، مصر، ص151.

<sup>3</sup> المرسي سيد حجازي، اقتصاديات مشروعات عامة ( النظرية والتطبيق) جدوى المشروعات وتسعير منتجاتها وضخمها، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2004، ص25.

أساسي في تقديم خدمات اتصالية تسمح بنقل وتبادل الرسائل المكتوبة والمعلومات الرسمية، كما تقوم المؤسسة الخدمائية بممارسة النشاطات في جميع ميادين الحياة والتمثلة في تقديم خدمات معينة للأشخاص لإرضاء جمهورها الداخلي كالعمال الموظفين والمساهمون والموردون، إضافة إلى ذلك إرضاء جمهورها الخارجي كمختلف المؤسسات البنوك، المواطنين زبائن، مجتمع محلي.... الخ".<sup>1</sup>

مراحل تطور المؤسسة الخدمائية: فقد تطور المؤسسة الخدمائية بعدة مراحل هي:

### المرحلة الأولى: المؤسسة الأصل: l'entreprise d'origine

" تعرف هذه المرحلة بمرحلة البناء أو التأسيس وتتعلق بإيجاد وتحديد حاجات ورغبات جديدة لتلبيتها من خلال التنسيق بين مجموعة من الوسائل سواء كانت مادية أو معنوية لتقديم خدمة جديدة أو خدمة موجودة مسبقا ولكن بتركيبه وخصائص مختلفة وفي هذه المرحلة يجب على المؤسسة الخدمائية الالتزام بالخطوات التالية:

إقامة وتوطيد مفهوم الخدمة وتحديد مستوى عرض الخدمة المطلوبة أو اللازمة".<sup>2</sup>

### المرحلة الثانية: التطور الجغرافي والتنظيم العقلاني للفروع:

" Développement géographique et organisation rationnelle des agences "

" هدف المؤسسة الخدمائية في هذه المرحلة اختيار التشكيلة أو الصياغة التنظيمية التي تسمح لها بإعادة إنتاج الخدمة الأصلية في المؤسسة بطريقة تضمن نموا زيادة إنتاج الخدمة كسب عملاء جدد ويجب على المؤسسة الخدمائية في هذه المرحلة الالتزام بالنقاط الأساسية التالية: تنميط مختلف النشاطات الإنتاجية لتسهيل عملية إعادة إنتاج الخدمة، تحديد الاحتياجات المالية للمؤسسة واختيار مصادر التمويل".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد طرطار، تقنيات المحاسبية العامة في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002، ص36.

<sup>2</sup> هاني حامد الصنموري، تسويق الخدمات، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص58.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص59.

## المرحلة الثالثة: la crossance

" وفي هذه المرحلة قد يكون النمو سريعا جدا مما يساعد المؤسسة الخدمائية على توسيع حجم نشاطها وانتقال من سوق المحلي إلى تغطية كل تراب الوطني مع إمكانية استعمال وسائل إعلام واتصال أخرى تسمح لها باستثمار صورتها بشكل أفضل كما يسمح لها توسيع نشاطها وانتشارها الجغرافي السريع، والاستفادة من اقتصاديات السلع هذا والاستراتيجيات السرعة ميزة حماية لبعض المؤسسات الخدمائية من تقليد منتجاتها من طرف المؤسسات المنافسة لها وتتمثل العناصر الأساسية لهذه المرحلة في اختيار شكل التمويل لتغطية نفقات وتكاليف التوسع والنمو رؤوس أموال المؤسسة، مع دعم ضروري غالبا لهذه المرحلة أو دون ذلك".<sup>1</sup>

## المرحلة الرابعة: la naturirite النضج

" في هذه المرحلة يتسم نشاط المؤسسة الخدمائية بالاستقرار حيث يتوقف نمو رقم أعمالها، بسبب تتبع السوق المحلية واشتداد المنافسة ويصعب على المؤسسة الحصول على عملاء جدد وبالتالي توسع حصتها السوقية ويصبح من الصعب إنشاء مؤسسات جديدة ذات مردودية في أسواق ضيقة أو صغيرة جدا في هذه المرحلة تظهر مجموعة من المخاطر الفتنور وإهمال مراقبة التكاليف بدقة، تكاليف إضافية ناتجة عن غزو أسواق فرعية إمكانية ارتفاع معدل تاركي العمل الأكثر فعالية نتيجة تخوفهم من توقف نمو المؤسسة أن تحتفظ دائما بقدرتها على توسيع نشاطها وتنوعه، أما الشروط الأساسية لنمو المؤسسة بنجاح في هذه المرحلة هي تطوير سياستها التسويقية الاتصالية لتحافظ على عملائها والتميز في عرض خدماتها من أجل التحدي المنافسة، والقدرة على التجديد وتطوير خدماتها وتنويعها والاختيار الأمثل للاستثمارات".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 61.

<sup>2</sup> توفيق ماضي محمد، تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الخدمية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2002، ص 16

**المرحلة الخامسة : الانحدار أو الرجوع: le déclin ou reprise**

بعد مرور مؤسسة المؤسسة الخدمائية بالمراحل الأربعة السابقة هناك احتمال دخولها في مرحلة الانحدار والتي يمكن أن تتفادها إذا ما التزمت المؤسسة بالتعليمات الواردة في المراحل الأربعة السابقة ويمكن إعادة تجديد نشاط المؤسسة الخدمائية ومساعدتها على الاستمرار من خلال شكلين هما إعادة إدخال تعديلات جديدة على الخدمة تطوير خدمات جديدة من خلال إنشاء خدمات متكاملة موجهة لنفس العملاء فندق، مطعم، قاعة محاضرات، محاولة تكييف الخدمات الأساسية للمؤسسة مع أسواق جديدة".<sup>1</sup>

**2/ دور وأهداف وخصائص المؤسسة الخدمائية:****أ- دور المؤسسة الخدمائية:**

ينحصر دور المؤسسة الخدمائية في مستويين هما :

**المستوى الاقتصادي:** " تقوم المؤسسة باستخدام الموارد المتاحة لديها لتقديم أفضل الخدمات لعملائها ونتيجة لهذا تكون المؤسسة مسؤولة عن التوفيقية المثلى للموارد المستخدمة في عملية تقديم الخدمات للحصول على أفضل استخدام ممكن طبقا لهدف المؤسسة سواء كان من أجل تحقيق أكبر عائد من الربح أو رفع مستوى الاقتصادي من خلال الخدمات التي تقدمها مثال ذلك القيام بتقديم قرض التمويل مشروع معين فيكون قد ساهم في رفع المستوى الاقتصادي وحقق ربحا من وراء المشروع .

**المستوى الاجتماعي:** فهي تسمح بتحقيق التوازن بين المستوى الاجتماعي للمعيشة وبين المستوى المهني للعمال عن طريق العمل البشري يمكن من :

زيادة المهارات المهنية للعمال".<sup>2</sup>

"إخضاع العمال إلى دورات تكوين وتدريب من أجل رفع مستوى المهني لديهم كإرسالهم في بعثات تكوينية إلى الخارج لاكتساب الخبرة ومواكبة التطور الحاصل في الدول المتقدمة

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 17

<sup>2</sup> زيد منير عبودي، التنظيم الإداري مبادئه وأساسياته، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2006، ص101.



لتمكينهم من الصعود في سلم الوظيفي إذن المؤسسة هي أحد العوامل الأساسية المحددة للمستوى المعيشي باعتبارها تساهم في توفير الخدمات وتقوم بتوزيع الدخل النقدية التي تسمح لمختلف الفئات الاجتماعية باستهلاك هذه الخدمات وفقا للدعاية والإعلان لهذه المنتجات وبالتالي فهي تؤثر في المستوى المعيشي للمجتمع.<sup>1</sup>

#### ب- أهداف المؤسسة الخدمائية:

تهدف المؤسسة الخدمائية إلى تحقيق أهداف عدة في مختلف المجالات ويمكن تلخيصها فيما يلي:

#### المجال الاقتصادي:

تحقيق عائد مناسب لرأس المال المستمر.

تحقيق مكانة جيدة بين المؤسسات الخدمائية وخاصة الدولية منها حتى لا تقوم هذه الأخيرة بغزو السوق الوطنية واحتلال مكانة هامة في السوق الدولية.

استمرار نشاط المؤسسة الخدمية حتى يتم تحقيق الاكتفاء الذاتي و حتى لا يلجأ أفراد المجتمع إلى طلب الخدمات من الخارج كطلب قروض من البنوك أجنبية مثلا مما يؤثر على الاقتصاد الوطني.

#### المجال الاجتماعي:

امتصاص الفائض في العمالة بتأمين فرص العمل.

تلبية حاجة المستهلكين وتحقيق الإشباع والرضا في المجتمع.

إنتاج وتقديم خدمات معتدلة الثمن.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص102.

المجال الثقافي:

العمل على توعية العمال بصفة عامة لمواكبة سيرورة التقدم الحاصل في المجتمعات المتقدمة من ناحية الخدمات التي تقدم بأحدث الطرق.

المجال الإداري :

"أما في المجال الإداري فهي تهدف إلى ترقية العمل من خلال تنظيم الإدارة وتوفير جو مناسب للعمل ومنح الحوافز للعمال لتشجيعهم على تقديم خدمات بشكل جيد"<sup>1</sup> ومن ناحية أخرى نجد أن جميع الاستراتيجيات والتقنيات التي تقوم بها مؤسسة الخدمات لها غاية وأهداف ترمي إلى إشباع رغبة التجارة وسمعة المؤسسة.

ونجد من بين الأهداف ما يلي:

❖ "المصدقية في سوق الخدمات:

- وغير الضمان المنخفض من خلال النتائج
- الحضور قصد إظهار الثقة وإعطاء صورة حسنة للمؤسسة من خلال القدرات.
- توصية صادرة من مصدر موثق فيها.
- شهادة العملاء
- الانتماء إلى الجمعيات المهنية.
- صورة المؤسسة.
- العتاد التربوي.<sup>2</sup>

❖ صورة التوسع والتدويل.

<sup>1</sup>بن وران حكيمة وآخرون، أهمية الاتصال التسويقي في المؤسسة الخدمائية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، جامعة قالمة، تخصص علوم التسيير، 2011، ص48

<sup>2</sup>براش العربي وآخرون، تجارة الخدمات، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير، 2001، ص 60

- "منح إمتياز في المعاملات الوطنية في تجارة الخدمات.
- منافسين في كل مكان في العالم.
- عامل أساسي الكفاءة التجارية للسلع والخدمات.
- تساعد المؤسسة على تزويد خدماتها في سوق عالمي واسع.
- ترقية النمو الاقتصادي والتطوير.

**المنافذ:** وهي عبارة عن تكنولوجيا الإعلام لها عوائد محفزة من رؤوس الأموال والموارد البشرية وتتجلى أشكال المنافذ الجديدة في الأنماط الجديدة كخدمات المسافات البعيدة وتبادل المعلومات وخدمات البرمجة الإعلامية تعد إحدى نشاطات المقاوله الباطنية على المستوى الدولي".<sup>1</sup>

#### ت- خصائص المؤسسة الخدمائية:

تتميز المؤسسة الخدمائية بمجموعة من خصائص أهمها:

"إتباع مدخل شمولي لكل الأنشطة الوظيفية يقوم على وجود مجموعة من الأهداف والقيم الواضحة والنظر إلى تلك الأهداف على أنها أهداف إستراتيجية يجب العمل على تحقيقها من خلال الفترات الصعبة".<sup>2</sup>

"تؤخذ جودة الخدمة على أنها محور رئيسي يجب الثبات والانتظام في تقديمها بذات المستوى من خلال مدى واسع من العلاقات التفاعلات التي ترضى وتفوق توقعات عملاء المؤسسة.

أن يكون العميل هو المحور الرئيسي لحركته، وأن تعمل على بناء وتدعيم علاقات مستمرة في الأجل الطويل مع عملائها.

<sup>1</sup>برانس العربي وآخرون، مرجع سابق، ص69.

<sup>2</sup>سعيد المعري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمائية ( المفاهيم والاستراتيجية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص37.

تتميز المؤسسات الخدمائية بحاجتها المستمرة إلى المعلومات الصحيحة والمراقبة الدقيقة لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها بسبب الطبيعة غير الملموسة لمنتجاتها وطبيعة العمل الذي تمارسه هذه المؤسسات والتي تحتاج إلى عمليات الاقتناع أكثر من غيرها وسبب ما تتميز به منتجاتها وخدماتها من إنتاج وتقديم وانتفاع في وقت واحد متتابع".<sup>1</sup>

"تقوم المؤسسات الخدمائية بتحويل تشكيلة من المدخلات المادية وغير المادية إلى مخرجات غير ملموسة لكنها محسوسة في صورة خبرات أو تجارب يمر بها عملاء المؤسسة هذه المخرجات قد ترتبط بها كيانات مادية تتبلور من خلالها الخدمية المقدمة الا أن هذا يعني تحولها إلى مخرجات مادية لخدمة التعليم مثلا تستلزم تجهيزات مادية كالمباني التعليمية وكتب وأوراق. الا أنها في حد ذاتها ليست ملموسة لكونها معارف ذهنية عليا وخبرات تعليم لا يمكن تحديد أبعادها ماديا لذلك تستلزم الخدمات وجود بيانات مادية تمارس من خلال خدماتها الا أنها في حد ذاتها نتائج وتجارب وخبرات غير ملموسة.

كما تتميز المؤسسة الخدمائية بأن عملائها يحملون على ما يطلبونه من خدمات في أماكن إنتاجها يشاركون أحيانا في إنتاجها مشاركة مباشرة ولا يمكنهم امتلاك ما يحصلون عليه من خدمات وتخزينها واستهلاكها بالمعنى الاقتصادي بالإضافة إلى أن المخرجات الخدمية تلك المؤسسات يتعذر تمييزها، فهي دائما متغيرة ومتنوعة حسب ما يطلبه كل عميل أو كل مجموعة من العملاء.

وتتميز المنافسة التي تواجهها المؤسسات الخدمية بكونها منافسة حادة وشديدة ومعدل التقليد فيها مرتفع كما وأن الميزة التنافسية النسبية في تلك المؤسسات تعتمد بالدرجة الأولى على عوامل ثلاثة رئيسية:

- درجة تمييز الأفراد العاملين في المؤسسة.
- مستوى الجودة الشاملة للخدمات المقدمة كما يقدرها العميل وليس مقدم الخدمة.
- التكنولوجيا المعلوماتية المرتبطة بإنتاج وتقديم الخدمة للعملاء واستخدامهم لها .

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 39.

بعض المؤسسات الخدمائية تعارض فكرة التسويق لأنها تعتبر أن بعض التطبيقات التسويقية للسلع والخدمات لا تتوافق مع طبيعة مهنتها كالمهن الطبية والتعليمية والقانونية كما أن هؤلاء يعتبرون أنفسهم منتجين ومقدمين لخدمات وليسو مسوقين لها.

العديد من المؤسسات الخدمائية صغيرة الحجم وقد لا تحتاج لطرق التسويق نفسها كما هو مطلوب في المؤسسات المتوسطة والكبيرة الحجم، حيث أن العديد من الأساليب الإدارية والتسويقية قد لا تتناسب مثل هذه المؤسسات الخدمائية الصغيرة الحجم كالصالونات الحلاقة وبعض محلات تصليح الأحذية ومكاتب الدراسات وغيرها<sup>1</sup>.

### 3/ تصنيفات ووظائف المؤسسة الخدمائية:

#### أ- تصنيفات المؤسسة الخدمائية:

ومن بين تصنيفات المؤسسة الخدمائية ما يلي:

"قدم كل من haywod et famer سنة 1998 نموذج لتصنيف المؤسسات الخدمائية يقوم على أساس ثلاثة أبعاد هي:

➤ درجة الاتصال و التفاعل (عالي ومنخفض).

➤ درجة الاعتماد على العنصر البشري في تقديم الخدمة (عالي ومنخفض).

➤ درجة القدرة على تغيير مواصفات الخدمة حسب رغبات العميل (عالي ومنخفض).

وفي حالة متشابهة قام كل vindermeret gravili سنة 1989 بتصنيف المؤسسات الخدمائية بعدين أساسيين هما:

➤ درجة التفاعل والاتصال (منخفض، مرتفع).

➤ درجة وجود سلعة في عملية الخدمة (خدمة فقط، خدمة مع بعض السلع، خدمة في شكل مبلغ).

<sup>1</sup>زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص27.

أما kother فيصف المؤسسات الخدمائية حسب ما يلي:

### حسب نوعية الملكية:

فهناك مؤسسات القطاع الخاص كالمخازن الاحتياطية، مؤسسات التوزيع، البنوك وهناك مؤسسات القطاع الحكومي كالشرطة والمشافي الحكومية<sup>1</sup>.

### ب-وظائف المؤسسة الخدمائية:

**وظيفة العمليات والإنتاج:** "تشمل ما تقوم به المنظمة لإنتاجه لأغراض بيعه وتحقيق الربح فعندما يقيم مجموعة من الأفراد شركة لصناعة الهواتف مثلا حتى تبقى هذه الشركة لابد من أن تقوم بمجموعة من الأنشطة المتعلقة بتضييع الهواتف إذا لم تفعل ذلك لن تبقى.

وعندما يقيمون شركة النقل الجوي لابد من أن تمارس هذه الشركة فعاليات توفير خدمات النقل الجوي وآلات تبقى حية.

**وظيفة التوظيف:** وهذه تشمل كل ما له علاقة بتمديد والعاملين الذين تحتاجهم المؤسسة لتنفيذ الأنشطة ومؤهلاتهم وكذلك كيفية استخدامهم ومنحهم الأجور والمكافئات المناسبة والمحافظة عليهم وتدريبهم وتطويرهم.

**وظيفة التمويل:** وتشمل كل ما له علاقة بالحصول على الأموال الضرورية لعمل المنظمة، بما في ذلك الاهتمام بحساباتها فلا يمكن لأي منظمة تنجح وتبقى دون الاهتمام بعدد كبير من القضايا التي تتعلق بتحديد الأموال الضرورية للعمل"<sup>2</sup>.

**وظيفة إدارة المعارف والمعلومات:** "حتى تبقى المنظمة ناجحة لابد من أن تتوفر لها كمية كبيرة من المعارف لتنفيذ الوظائف كبيرة في العمل على تنفيذ وظائفها بالإضافة إلى هذه المعارف ونجاح المنظمة إلى أن تحصل على المعلومات بشكل منظم وأن توفرها لكل من يتخذ القرارات حتى يستخدمها.

<sup>1</sup>فؤاد بوجنانة، تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية، رسالة ماجستير في التسيير والاقتصاد، جامعة ورقلة، 2008، ص 04

<sup>2</sup>سعاد نايف البرنوطي، الأعمال والخصائص والوظائف الإدارية، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2004، ص50.

**وظيفة الإدارة:** وهي الوظيفة الأخرى المهمة لبقاء المؤسسة ويتطلب تنفيذها مجموعة كبيرة من الفعاليات والوظائف الفرعية تصنفها حالياً إلى:

أ/ **الإدارة الإستراتيجية:** وتتعلق بتجديد وتحقيق ما تسميه إستراتيجية المنظمة أي بعض خصائصها وتوجهها فمثلاً يتمثل يجب أن تحدد كل منظمة نوع نشاطها واتجاه وحجم نموها وعلاقتها بالمنافسين وموقعها في السوق الذي تعمل فيه إلى غير ذلك من قضايا مهمة.

ب/ **الإدارة العملياتية:** وتتعلق بالعمل اليومي للمنظمة وهذه تقتضي.

**التخطيط:** أي تقوم المؤسسة بتحقيق الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها وكل الإجراءات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف.

**التنظيم:** أي إقامة الدوائر وتحديد المسؤولين عنها وسلطاتهم وإجراءات العمل وغيرها.

**الرقابة:** أي الرقابة المنتظمة لكل ما تقرر والتأكد من تنفيذه.

**التوجيه:** أي حيث العاملين وتحفيزهم والاهتمام بحاجاتهم وغيرها من نشاطات تتعلق بربط العاملين بالعمل وكل ما يتعلق بالاهتمام بعلاقات العاملين بالعاملين والاتصالات وغيرها.

**وظيفة التسويق:** وهذه تشمل كل ما تعلق ببيع وتسويق ما ينتج فلا يكفي أن توفر شركة النقل الجوي خدمات النقل دون القيام بمجموعة فعاليات تضمن البيع الفعلي لهذه الخدمات".<sup>1</sup>

#### 4/العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية

نستطيع القول أن الاعتماد على العلاقات كوظيفة من وظائف تسيير وإدارة المؤسسات في الجزائر "بدأ فقط مع التسعينات من القرن الماضي، مع دخول الجزائر اقتصاد السوق وخصوصة المؤسسات والانتقال من النظام الاقتصاد القائم على الاعتماد على القطاع العام إلى الاقتصاد القائم على المؤسسات الخاصة، ومع ظهور متغيرات عالمية جديدة كذلك بروز ما يسمى بظاهرة العولمة والتطور المذهل في مجال التكنولوجيا علوم الإعلام والاتصال تم إدخال هذه التكنولوجيات في نشاطات المؤسسات فأصبحت مؤسسات تعتمد على معطيات

<sup>1</sup>سعاد نايف البرنوطي، مرجع سابق، ص52.

العلمية في التسيير والإدارة وكما أن الواقع العالمي الجديد أعاد النظر في طبيعة عمل المؤسسات الكلاسيكية التي كانت تعتمد على التسيير التقليدي فأصبحت مؤسسات حديثة تستند بشكل رئيس إلى ما أنتجه العلم الحديث سواء في مجال العلوم التقنية أو العلوم الاجتماعية والإنسانية.

ولكن ينبغي الاعتراف أن الجزائر متأخرة بشكل يدعو للأسف بركب الدول المتطورة في مجال الاستفادة من العلوم التقنية والإنسانية في تسيير وإدارة المؤسسات فلودرسنا مثلا طبيعة البنية المعلوماتية التقنية المعتمد عليها وشبكات الأربانات نجد أن عدد جد محدود من المؤسسات تتوفر على مثل هذه الشبكات ولو أجرينا دراسات لمدى استفادة المؤسسات من نتائج الدراسات الإنسانية والاجتماعية كعلوم التسويق وعلم النفس الاجتماعية وتوظيف هذه النتائج في التسيير نجد نسبة الاستفادة منخفضة إن لم تكن منعدمة مطلقا<sup>1</sup>.

وهذا ما يمكن قوله بخصوص مجال العلاقات العامة في الجزائر، فباعتبار هذا العلم حديث ظهور " فقد تأسس في الجزائر معهدين اثنين فقط مع بداية التسعينات من القرن الماضي لتكوين متخصص في هذا الميدان، وهما معهد علوم الإعلام والاتصال بالجزائر العاصمة ومعهد علوم الإعلام والاتصال بجامعة عنابة، إلى جانب عون هذين المعهدين لا يتخصصان فقط وبعمق في إعداد خبراء وقائمون بالعلاقات العامة، بل يدرسانها كقياس فقط ضمن مقاييس أخرى كالاتصال والصحافة.... لذلك يسجل غياب كبير للمتخصصين والخبراء في هذا المجال الذين بإمكانهم هذا العلم باحترافية ومهنية والابداع فيه.

كما أن المؤسسات الجزائرية لم توفي أهمية كبيرة للعلاقات العامة في تسيير المؤسسة إلى حد الآن اي غياب ثقافة استخدام هذا العلم لدى هذه المؤسسات وهي لم تملك الشجاعة أو الاقتناع إلى درجة كافية لتخصيص مصلحة للعلاقات العامة وتوظيف موظفون مكلفون بإدارتها أو تخصيص ميزانية تصرف على نشاطات العلاقات العامة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>ياسين بودهان، هل توجد استراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة؟، مجلة العلوم الإنسانية، w.w.wulumni السنة الرابعة، العدد 29، دت، ص ص11، 12.  
<sup>2</sup>ياسين بودهان، مرجع سابق، ص 13.



5/ مؤسسة البلدية وتطورها التاريخي وخصائصها وأهدافها:

أ- مفهوم البلدية:

عرفها: " قانون البلدية 67/24 المؤرخ في 18 جانفي 1967 بأن البلدية هي الجماعة الإقليمية السياسية والإدارية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأساسية.

وعرفت المادة الأولى من القانون رقم 90 -08 المؤرخ في 11/04/1990 بأنها البلدية هي الجماعة الإقليمية الأساسية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تحدث موجب القانون.

بمعنى أن البلدية وحدة لا مركزية الأساسية ومنحها الشخصية المعنوية باعتبارها مرفق عمومي لها حقوق كما عليها من التزامات عما يحيطها متميزة عن الأفراد المسيرين لها من جهة ولها ذمة مالية خاصة من جهة أخرى أي أنها تتمتع بالاستقلال المالي عن الأشخاص المسيرين لها وكذا باعتبارها أن الاستقلال المالي من خصائص الشخصية المعنوية.<sup>1</sup>

ب- التطور التاريخي للبلدية:

مرحلة الاحتلال الفرنسي:

"منذ احتلال الجزائر على يد المستعمر الفرنسي عرف التنظيم الإداري بصفة عامة والتنظيم البلدي بصفة خاصة عدة مراحل بحيث أن الاتجاه العام السائد آنذاك هو ربط النظام الإداري الجزائري ( المستعمرة) بنظام مركزي قوي ا يترك مجالا فيها للنظام اللامركزي بالظهور إلا على نطاق ضيق جدا حيث نجد أن المؤسسة العسكرية الفرنسية كان لها حضور قوي أمام الإدارة المدنية وذلك لوجود مناطق خاضعة للسلطة العسكرية وعليه استعملت البلدية آنذاك كأداة لتحقيق مآرب الاستعمار ووسيلة للوصول إلى أهدافه وهو توسيع الاستعمار وتنظيمه.

<sup>1</sup>القانون 67/24 المؤرخ في 18 جانفي 1967، المتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية، عدد 06.

كما اعتمد الاستعمار الفرنسي على تقسيم البلاد إلى أقاليم مدنية وأخرى عسكرية إلى قبر الجزائريين وتجريدهم من أملاكهم لفائدة المعمرين باستعمال القوة العسكرية.

كما أصبح التنظيم البلدي بالجزائر يتميز بوجود ثلاث أصناف من البلديات:

1. البلديات الأهلية.
2. البلديات المختلطة
3. البلديات كاملة الصلاحيات".<sup>1</sup>

### مرحلة الاستقلال(19962):

"عادت الجزائر بعد الاستقلال مباشرة من حالة الفراغ الإداري نتيجة لانعدام الإطارات الجزائرية القادرة على تسيير الشؤون الإدارية إضافة إلى العجز المالي الشيء الذي أدى إلى الإسراع في وضع حلول عاجلة للإصلاح الإداري الشامل ، حيث حاول مجلس الثورة إعطاء قيمة حقيقية للبلدية كمؤسسة وتحديد مبادئها الأساسية وذلك من خلال تقليص عدد البلديات وإعادة تنظيم أجهزتها لتسهيل عملية إدارتها وتسييرها".<sup>2</sup>

**أولاً: المرحلة الانتقالية ( 1962 إلى 1967):** لقد تعرضت البلدية بعد الاستقلال الى نفس الأزمة التي تعرضت لها كل المؤسسات الأخرى من أجل مد الفراغ الذي تركته الهجرة الجماعية للإطارات الأوروبية عقب الاستقلال تم تعيين لجان خاصة يرأسها رئيس يقوم بدور رئيس البلدية في انتظار إعداد قانون بلدي جديد كما عرفت هذه المرحلة أهم إجراء تمثل في الإصلاح الإقليمي للبلديات، حيث تم دمج البلديات بعد أن كان عددها 1500 بلدية سنة 1962 الى 676 بلدية فقط في 16 ماي 1963 وعرفت هذه المرحلة بمرحلة التجميع.

**ثانياً: البلدية في ظل قانون 1967:** يعتبر القانون 67 / 24 المؤرخ في 18 جانفي 1967 أول قانون لتنظيم سير البلدية بعد الاستعمار فقد عادت البلدية في هذه المرحلة فكرة من الاضطراب حيث تأثر هذا القانون بالنموذج الفرنسي خاصة بالنسبة لإطلاق البلديات في

<sup>1</sup> محمد الصغير بعللي، قانون الإدارة المحلية ، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص36.  
<sup>2</sup> أحمد محمد، محاضرات في المؤسسات الإدارية، ترجمة محمد عرب صاصهلا، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص163.

بعض المسائل التنظيمية وهذا بحكم العامل الاستعماري ويسير الاستعمار شؤون البلدية إذا كان يطبق القانون الفرنسي قبل صدور القانون الذي ينظم البلدية وكما أنه تأثر بالنظام الاشتراكي وكذا اعتماد نظاما لحزب الواحد وإعطاء الأولوية في مجال التسيير للعمال والفلاحين".<sup>1</sup>

**ثالثا: مرحلة قانون البلدية 08-90 سنة 1990:** "هذه المرحلة كرسها دستور 1989 والذي أقر بتجسيد مبادئ الديمقراطية والسماح بالتعددية الحزبية، وبالتالي فالقانون القديم لم يكن في المستوى التغيرات التي عرفتها الساحة السياسية، فقدم إلغاء احتكار الحزب الواحد للمجالس الشعبية البلدية، واعتبر قانون البلدية الجديد محاولة من السلطات العليا لإعادة بناء النظام الإداري المحلي على أسس ديمقراطية وتعددية ولا مركزية إدارية".<sup>2</sup>

**رابعا: مرحلة قانون البلدية 10-11 سنة 2011:**

عرف " هذا القانون أهمية بالغة من السلطات العليا في البلاد التي حاولت سد نقائص القانون السابق 08-90 من خلال الإصلاحات التي شملت الجماعات المحلية وإصلاح هيكل الدولة وزيادة مشاركة المواطنين في تسيير شؤون المحلية الإقليمية التي تتناسب واحتياجاتهم في كل القطاعات كما ساهم هذا القانون في زيادة تمثيل المرأة في المجالس الشعبية البلدية وترقية حقوقها".<sup>3</sup>

**ت- أهداف البلدية:**

1. التركيز على كفاءة الخدمات بالبلدية خاصة الصحة وتسهيل حصول المواطنين عليها وتحسينها.

<sup>1</sup> عبد الحليم نهلة، تنظيم الإدارة البلدية، مذكرة ماستر تخصص قانون إداري، جامعة محمد خيضر، 2014، ص16.

<sup>2</sup> عبد الحليم نهلة، مرجع سابق، ص18.

<sup>3</sup> مرجع سابق، ص19.

2. "الاهتمام بأسرى شهداء ثورة 17 فيبراير والجرحى وذوي الإعاقة والاحتياجات الخاصة والعمل على توفير الموارد اللازمة لخدماتهم بالتنسيق مع الجهات المختصة".<sup>1</sup>
3. التنسيق مع الجهات المختصة لتفعيل مشاريع البنية التحتية بالبلدية.
4. تحقيق أفضل الشروط البيئية للمدينة من خلال نظافة المدينة وشواطئها، تنظيم التهديدات الكهربائية ومتابعة تسعيرة الوزارة للكلفة الشهرية لمتابعة الحديثة لدى الجهات المختصة لجهة الإسراع لإنجاز محطة المعالجة لرفع التلوث عن الشواطئ.
5. الالتزام بتشجيع المبادرة والابداع والبحث العلمي وتكريم المتميزين والمبدعين على مستوى البلدية.
6. استخدام التحفيز لتحسين الأداء وحل المشاكل الفنية والإدارية والقانونية.
7. "تطوير الموارد البشرية والاهتمام برأس المال الفكري والمحافظة عليه وتنميته.
8. تجميع خبراء البلدية في مختلف المجالات لمشاركتهم في البناء والإصلاح".<sup>2</sup>
9. متابعة الالتزام بمعايير ومتطلبات واشتراطات البيئة و السلامة والصحة لجميع النشاطات العامة والخاصة.
10. "العمل على توطين التقنية المتقدمة والاهتمام بمصادر الطاقة المتجددة وإعادة التدوير للمنتجات الثانوية والمخلفات وتفادي تأثيرها على البيئة والمحيط.
11. إعداد أسس ومعايير ومؤشرات الأداء والرقابة والتقييم ومتابعة الالتزام وتفعيل وتطوير الدور الرقابي.
12. الالتزام بالشفافية وتوفير الثقة المتبادلة مع أصحاب المصلحة".<sup>3</sup>
13. المحافظة على وقت المواطنين بتقليص زمن المعاملات الإدارية والمالية والقانونية.

<sup>1</sup> علي زغدود، الإدارة المركزية في المؤسسات الإدارية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984، ص36.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 37.

<sup>3</sup> علي زغدود، مرجع سابق، ص39.

14. "تطوير النظم الإدارية والفنية لديوان البلدية وتطبيق الإدارة الرقمية لرفع مستوى أدائه وتحقيق أهدافه، وتسخر الموارد المادية والبشرية لتحسين العمل وزيادة كفاءته.

15. تحسين أداء الأجهزة التنفيذية بالبلدية.

16. تطوير الموارد البشرية للعاملين بالأجهزة والهيئات التابعة للمجلس البلدي بإعداد خطة تدريبية مبنية على الفجوات التدريبية والتعاون مع مؤسسات الدولة لتنفيذها.

17. المساهمة في تفعيل المحفظة الاستثمارية المحلية للبلدية والمجالس الإقليمية والاقتصادية وتوفير مصادر تمويل ذاتية للبلدية وزيادة الكفاءة والفعالية لاستخدام الموارد وتطوير الأداء المالي للبلدية.<sup>1</sup>

18. تنويع وتطوير الأداء الاقتصادي للبلدية بتنمية المشاريع في مختلف أحنائها والتركيز على الاقتصاد المحلي واستكمال الدورات الاقتصادية .

### ث- خصائص البلدية:

تمتاز البلدية في الجزائر في مجموعة من خصائص الذاتية أهمها ما يلي:

أن البلدية "هي وحدة أو جماعة أو هيئة إدارية لامركزية إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وهذه الخاصية ركزت عليها المادة الأولى من قانون 10/11 بقولها البلدية هي الجماعة الإقليمية القاعدية للدولة وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية المستقلة.

يعتبر نظام لبلدية في الجزائر صورة اللامركزية الإدارية المطلقة حيث أن جميع أعضائها وجميع أعضاء هيئات ولجان تسييرها وإدارتها يتم اختيارهم بواسطة الانتخاب العام والمباشر ولا يوجد من بينهم أي عضو تم تعيينه أو تكليفه كما أن البلدية في النظام الإداري الجزائري تعتمد أساسا على مواردها الذاتية في تلبية وتغطية نفقات وحاجات مكانها، فنظام البلدية تجسيد لمبدأ ديمقراطية الإدارة العامة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص40.

<sup>2</sup> عمار عوايدي، دروس في القانون الإداري، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص194.

"لقد حول المشروع الجزائري للبلدية اختصاصات ووظائف مختلفة وواسعة مقارنة بالنظام بلدي فرنسي.

يعد نظام الوصاية السياسية والإدارية على البلدية مركزا وهذا لأن كل الاختصاصات المقررة للبلدية وكافة الشروط والإجراءات يجب أن تعمل في نطاقها ووفقا لها ولا يجوز الخروج عنها وإلا اعتبرت أعمال وتصرفات البلديات باطلة وغير مشروعة لأن البلدية تعد وحدة سياسية وإدارية واجتماعية واقتصادية وتعد اللامركزية مطلقة في ظل مبدأ وحدة الدولة الدستورية والسياسية"<sup>1</sup>.

### 6/ علاقة البلدية بالمجتمع المحلي:

يعتبر المواطن طرفا فاعلا في آلية العمل البلدي وبالتالي فإن مشاركته وتفاعله وتجاوبه مع القرارات والسياسات العامة المحلية تعتبر ضرورية لإنجاح العمل البلدي بعملية التواصل بين المواطن والبلدية تساعد على توطيد الروابط الاجتماعية وتفعيل العمل الديمقراطي وتفهم المواطنين لإمكانيات البلدية وإعادة صياغة الأولويات.

ما يلاحظ "على البلديات الجزائرية هو عدم تفعيل آليات مشاركة المواطنين في العمل البلدي التي حددها القانون ومنها المشاركة والحضور لدورات المجلس الشعبي العادية الانضمام إلى اللجان الدائمة والمؤقتة والتي تضم أشخاص خارج المجلس وهذا التخوف من التواصل الجماهيري يمكن إرجاعه إلى طبيعة النخبة التي تتحكم فيها عوامل خزينة أو ثقافية، أو يمكن إرجاعه إلى التخوف من تزايد مطالب المواطنين التي قد تفوق إمكانيات البلدية"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 195

<sup>2</sup> ناجي عبد النور، دور البلديات في تقديم الخدمات العامة تجربة الجزائر ( مؤتمر استراتيجيات وآليات العربي، مركز الملكة رانا، جامعة اليرموك، 2008، ص 193.

## خلاصة:

تعتبر المؤسسة الخدماتية هيكلًا منظمًا للقرارات ووسائل خاصة حيث يستفيد الجمهور الخارجي من خدماتها بمختلف الأشكال والأنواع غير أنها تولي أهمية كبيرة لصورتها والانطباع الذي تحمله الجماهير عنها وخاصة الجماهير الخارجية بالإضافة إلى الجهود الجبارة التي تقوم بها بهدف تحسين وخلق الانطباع الجيد عنها لتصل في الأخير إلى الصورة التي ترغب في تحقيقها بحيث تجد مؤسسة البلدية مؤسسة خدماتية تخدم الفرد والمجتمع بدرجة أولى، لها اهتمام كبير بفضل استغلالها المالي بالإضافة إلى ذلك الجهود الكثيرة والمتعددة التي تقدمها لجماهيرها بهدف تحسين صورتها وكسب ثقة جماهيرها.

## خلاصة الباب الأول:

من خلال ما تقدم في الفصلين الأول والثاني أن العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية البلدية تعتبر الركيزة الأساسية لها في تنظيم سير عملها ومختلف سياساتها وكذلك التعريف بنشاطها وبرامجها لهذا يجب أن تكون العلاقات العامة لها مكانة طبيعية من أجل تحقيق أهدافها الداخلية والخارجية ويكون ذلك من عدة توصيات وهي خلق جهاز منظم للعلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية وتبني برنامجا للعلاقات العامة يكون واضح الأهداف مع ضرورة إعطاء للعلاقات العامة مكانتها الطبيعية تماشيا ما تتمليه متغيرات العصر في مجال المؤسسة الخدمائية وعدم حصر المهام في العلاقات الخارجية فقط إضافة إلى ذلك فهي تساهم بشكل كبير في تقديم صورة حسنة وانطباع جيد للمؤسسة في أعين جماهيرها وكسب ثقتهم الدائمة لها وهذا ما يجعلها في رقي دائم وفيما يلي سنحاول التعرف بشكل التطبيقي على أهمية ودور العلاقات العامة في نوت من أنواع المؤسسة الخدمائية ألا وهي بلدية سيدي لخضر مستغانم محور دراستنا الحالية.





الباب الثاني:  
الدراسة الميدانية

## تمهيد :

تدعيما لما تم عرضه في الفصلين الأول والثاني يأتي هذا الفصل كمحاولة لإسقاط الدراسة النظرية ميدانياً والجانب المنهجي بغية معرفة دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية من خلال عرض حالة مؤسسة بلدية سيدي لخضر نموذجاً لولاية مستغانم وعليه سنحاول من خلال هذا الباب تقديم موانع جغرافية مؤسسة بلدية سيدي لخضر ضف إلى ذلك فقد أدرجنا في هذا الباب فصل متعلق بدور خلية الاتصال لبلدية سيدي لخضر في خدمة المجتمع المحلي، تم فصل آخر متعلق بالمشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر والتي نجد من دون تأدية أدوارها من ناحية الجودة لنستخرج في الأخير النتائج العامة والتحقق من الفرضيات لتتسع مساهمة خلية الاتصال التي تقوم بدور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة بلدية سيدي لخضر من خلال استجواب الجمهور.

الفصل الأول: موانع جرافية مؤسسة بلدية سيدي لخصر

الفصل الثاني: دور خلية الاتصال في خدمة المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخصر

الفصل الثالث: المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخصر.

النتائج العامة والتحقق من الفرضيات

خاتمة الدراسة

المراجع

الملاحق

# الفصل الأول: مونوغرافية مؤسسة بلدية سيدي لخضر

## تمهيد

- 1- تعريف البلدية والنشأة والموقع.
- 2- الإطار القانوني للبلدية.
- 3- وظائف ومصالح بلدية سيدي لخضر.

## خلاصة الفصل

## تمهيد:

تعد البلدية من بين المؤسسات الخدماتية التي تساهم في خدمة الفرد والمجتمع بشكل كبير فالبلدية باعتبارها الخلية القاعدية في التنظيم الإداري وأقرب مستوى سلطة إلى المواطن تعمل على التكفل باحتياجات الأفراد المحليين ففي الوقت تتزايد فيه هذه المهام أهمية واتساع وتعقيد بفعل عدة عوامل تبقى وسائل تدخلها من أجل إشباع هذا الحاجة وتحقيق الرفاهية المالية والمادية والبشرية بحيث يتناول هذا الفصل مونوغرافية مؤسسة بلدية سيدي لخضر من حيث نشأة والموقع والإطار القانوني للبلدية ووظائف مصالح بلدية سيدي لخضر.

## 1- تعريف البلدية والنشأة والموقع:

## أ- تعريف البلدية:

تعتبر البلدية الجماعة الإقليمية للدولة، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتحدث بموجب القانون وللبلدية إقليم ومركز يديرها مجلس منتخب هو المجلس الشعبي والهيئة التنفيذية وهي أيضا ما نص عليه الدستور الجزائري في مادتين 15 و16 حيث تضمنت المادة 15 ما يلي: الجماعات الإقليمية للدولة هي البلدية والولاية وعرفها قانون البلدية لسنة 1967 بأن البلدية هي الجماعة الإقليمية السياسية.\*

## ب- نشأتها:

أنشئت بموجب مقرر الصادر 1873/07/06 والمصادق على إنشائها إبان الاحتلال الفرنسي وسميت نسبة للوالي الصالح سيدي لخضر بن خلوف.\*\*

## ت- موقعها:

وهذه الأخيرة تحتل موقعا هاما حيث تقع بالجهة الشرقية الشمالية لمقر ولاية مستغانم وتبعد عنه ب 50 كلم يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الجنوب بلديات سيدي علي وتزقايت ومن الغرب حجاج وين عبد المالك رمضان، ومن الشرق بلديتي نقمارية وخضرة.

تحتل موقع استراتيجي هام بالولاية، حيث تعد من أهم وأبرز بلدياتها أما من حيث ثروتها الطبيعية إذ تمتاز بأرضيتها الفلاحية الخصبة بالإضافة إلى ميناء الصيد وتبلغ مساحتها 1395 كيلومتر مربع ولها شريط ساحلي يمتد على طول 12 كلم ولها 36 منطقة ريفية.

وبما أن البلدية نشاطها إداري خدماتي فإن رأس غير مالها غير معين لأن الأموال التي تأتيها من الدولة تستثمرها في مشاريع تنموية.\*\*\*

\*حسب المقابلة التي أجريت مع الأمين العام يوم 28 مارس 2021 على ساعة 9 صباحا.  
\*\*نفس المقابلة مع الأمين العام  
\*\*\*نفس المقابلة مع الأمين العام في نفس التوقيت.

## 2- الإطار القانوني للبلدية:

تسير البلدية وفق مرسوم 10/11 المؤرخ في 20 رجب 1432 الموافق لـ 22 جوان 2011 ويحوي هذا القانون 220 مادة تدرس جميع ما يتعلق بالبلدية من تسيير داخلي للعمال بالإضافة إلي ضمان حق مشاركة المواطنين في تسيير شؤون بلديتهم\*.

### قانون الحالة المدنية:

قانون الحالة المدنية معدل ومتمم.

الأمر رقم 20/70 المؤرخ في 13 ذي الحجة عام 1389 الموافق 19 فبراير سنة 1970 معدل ومتمم.

بالقانون رقم 14 / 08 المؤرخ في 13 شوال عام 1435 الموافق ونشئت سنة 2014.

### قانون التوظيف العمومي:

أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006.

### قانون الصفقات العمومية:

مرسوم رئاسي رقم 15-247 مؤرخ في ذي الحجة عام 1436 الموافق 16 سبتمبر سنة 2015 يتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويض المرفق العام.\*\*

### 3/وظائف مصالح بلدية سيدي لخضر:

#### أ/ خلية الاتصال ووظائفها ومبادئها:

#### 🇩🇿 خلية الاتصال:

هي هيئة من الموظفين تسهر على خدمة وإسداء النصيحة والتخطيط ووضع البرامج لأوجه النشاط المختلفة للاتصال التي ترمي لإمداد المواطن بالمعلومات الضرورية عن خدمات

\* حسب المقابلة التي أجريت مع مكتب الموارد البشرية يوم 30 مارس 2021 على ساعة الثانية زوالا.  
\*\* حسب المقابلة التي أجريت مع مكتب خلية الاتصال يوم 30 مارس 2021 على ساعة 10 صباحا.

البلدية وكذا تزويد البلدية بمعلومات التي يحتاج إليها المواطن من خدمات وتقديم الاستشارة والاقتراحات للبلدية بشأن وضعية المواطن : احتياجات شكاوي، انشغالات.\*

### 🚦 وظائف خلية الاتصال:

- إعداد برامج وخطط إعلامية وشرح سياسة البلدية.
- تنظيم الزيارات الداخلية والخارجية التي يقوم بها كبار المسؤولين بالبلدية.
- تلقي كافة الشكاوي التي ترد إلى البلدية ودراستها وتوجيهها إلى مسؤولين بصفة رسمية وتبع الرد عليها.
- تنظيم الزيارات.
- القيام بالمحلات التحسيسية والنشاطات التطوعية.
- تقديم المساعدات والاحتياجات للمواطنين مثل: السكن، القفة الرمضانية، تشييد الطرقات، توفير النقل، المخرجات الميدانية.\*\*

### 🚦 مبادئ خلية الاتصال:

- نشر الوعي بين المواطنين .
- إعطاء لكل ذي حق حقه.
- كسب ثقة وتأييد المواطنين.
- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق\*\*\*.

ب/ رئيس المجلس الشعبي البلدي:

\*حسب المقابلة التي أجريت مع مكتب خلية الاتصال يوم 04 أبريل 2021 على ساعة 9:30 صباحا.\*  
\*\*نفس المقابلة.  
\*\*\*نفس المقابلة.



يعتبر الرئيس الهيئة التنفيذية للبلدية ويساعده نائب أو أكثر يختار أعضاء منتخبين المشكلين للمجلس من القائمة التي نالت الأغلبية لمدة لا تتجاوز ثمانية أيام هذا حسب المادة 82 من قانون البلدية رقم 10/11 المؤرخ في 22 يونيو 2011 وتمثل صلاحيته عقد اجتماعات كل مشاكل العمال، متابعة تطور المالية للبلدية السهر على المحافظة على الأرشيف وعلى صياغة وتقييد الطرقات.\*

**ج/ الأمين العام:** أن الأمانة العامة للبلدية يسيرها الأمين العام وهذا الأخير يعتبر بعض المختصين الركيزة الأساسية في البلدية ومساعد المباشر لرئيس البلدية ومن صلاحيته القيام بتنفيذ المداورات جميع مسائل الإدارة القيام بإعداد الاجتماعات المجلس الشعبي البلدي.\*<sup>2</sup>

**د/ مصلحة المالية والمحاسبة:** إن هذه الخلية تقوم بإعداد الحسابات الإدارية ومسك الحسابات ومخطط البلدية للتنمية وتشرف على توظيف وتنقسم هذه المصلحة إلى كما بين هما:

✚ مكتب الميزانية والحسابات وينقسم إلى فرع الأجور والمنح.

✚ مكتب التسيير والتجهيز العمومي.\*\*

**ذ/ مصلحة المستخدمين والتكوين:** هي مكلفة بالأعمال وكل ما يتعلق بالوظيفة العمومي 03/06 كما أنها تشرف على التوظيف والعلاقات والتكوين كما يحزر العطل والعقوبات ويجد بها:

**مكتب المستخدمين:** ويتولى ضبط قائمة المستخدمين الإداريين ومتابعة الحياة المهنية وينقسم هذا المكتب إلى:

- فرع المستخدمين.

- فرع مختلف برامج التشغيل.

\* حسب الهيكل التنظيمي.

\*\* حسب المقابلة التي أجريت مع مكتب الأمين العام يوم 11 أبريل 2021 على ساعة 10 صباحا.

ن/ مصلحة الحالة المدنية: فهي تعتبر من أهم المصالح البلدية فهي المصلحة تتكف بالتلقي والحفاظ وتسليم وإعداد وثائق الحالة المدنية ويوجد بها مكتبان:

مكتب الحالة المدنية: يهتم بإصدار الوثائق للمواطنين والمحافظة على تسجيلات الحالة المدنية مثل: شهادة الوفاة، وشهادة الإقامة، وشهادة الحالة المدنية رقم 12 وتكون ممضية من طرف المجلس الشعبي البلدي.

مكتب الشرطة العامة : ويتفرع إلى ثلاث فروع.

فرع الشرطة العامة: فرع الشرطة المدنية فرع رقمنة الحالة المدنية. \*

ل/ مصلحة التقنية: تقوم عامة كل ما يتعلق بالإجراءات التقنية الراهنة إلى التسيير الأمثل للمعاملات وانجاز الأشغال التحقيق الخدمة العمومية وتتكون مكاتبها:

مكتب الصحة والنظافة وحماية البيئة: يتكفل بحفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لاسيما في المجالات التالية لمكافحة ناقلات الأمراض المعدية أنشاء وتوسيع صيانة المساحات الخضراء.

مكتب ممتلكات البلدية: ويتفرع هذا المكتب في ثلاث فروع :

فرع التخطيط العام والإحصاء وفرع حضيرة البلدية وصيانة العتاد، فرع تسيير المخازن.

مكتب البناء والتعمير: وفيه نقدم رخص البناء، الهدم، التقسيم، التجزئة وشهادة المطابقة، وتتولى هذه المهام التي تتمثل في السهر على احترام قواعد التهيئة العمران إعداد وثائق خاصة بالبناء.\*\*

و/ مصلحة الأرشيف: هو مجموعة من الوثائق تحمل المعلومات التي تنتجها أو تلمسها المؤسسات أو الهيئات العمومية والخاصة في إطار مزاولة نشاطها اليومية مهما كان وعائها وشكلها وتاريخ نشأتها وتستعمل لأغراض إدارية وبحثية وانبائية ومن مهامه حفظ الوثائق

\* نفس المقابلة مع مكتب الموارد البشرية يوم 19 أبريل 2021، على ساعة 9 صباحا.  
\*\* حسب الهيكل التنظيمي.

التي تدخل إلى البلدية باعتبارها ذاكرة الأمة من مختلف الأخطار التي قد تتعرض لها أو قد تساعد في اختلافها. \*

ي/ مصلحة الصفقات ومتابعة البرامج: وينقسم إلى:

مكتب الصفقات العمومية والتجهيز: يعتبر الأرضية التي تنفذ فيها مختلف المعاملات المالية التي تخص المؤسسة حتى تتمكن هذه الأخيرة من القيام بجميع النشاطات لضمان استمرارها.

مكتب متابعة البرامج: يقوم بالتعاون مع الممولين والمقاولين من أجل والتنمية. \*\*

ي/ مصلحة التنظيم والشؤون العامة:

هي عبارة عن تنظيم يتم فيه القيام بعدة وظائف حسب إجراءات معينة بغرض تحقيق أهداف معينة يقوم بهذه الوظائف عدد من القطاعات الحيوية تتبادل أنواع مختلفة من المعلومات وهي تتكون من 3 مكاتب:

مكتب المنازعات: متابعة كل النزاعات التي تكون البلدية طرف فيها وهي أغلبها نزاعات داخلية بين الرئيس والموظفين وبين الموظفين فيما بينهم ومتابعة تنفيذ الأحكام النهائية سواء لصالح أو ضد البلدية وتخص ودراسة العقود وتصدرها البلدية من حين الشرعية والقرارات.

مكتب الجمعيات والانتخابات: إعطاء بطاقة الانتخاب وإحصاء الناخبين ومسك وضبط البطاقة الانتخابية وتسجيل وشطب الناخبين وتوزيع بطاقة الناخب.

مكتب الشؤون الثقافية والرياضية والاجتماعية: تقوم بتقديم مساعدات للمحتجين من منح مثل منح الضمان الاجتماعي لكبار السن والأرامل نقد 3000 دينار بالإضافة إلى منح الإدماج الاجتماعي. \*\*\*

\* نفس المقابلة مع مكتب خلية الاتصال يوم 25 أبريل 2021 على ساعة 9:30 صباحا.

\*\* نفس المقابلة مع مكتب خلية الاتصال.

\*\*\* حسب الهيكل التنظيمي.

## خلاصة :

أن البلدية كمؤسسة وسلطة عمومية مكلفة بتوفير خدمات عمومية محلية في نطاق إقليمها الجغرافي، حيث تهدف إلى تلبية الحاجات العامة للمواطنين المحليين وإشباع مختلف مطالبهم فالبلدية بحكم علاقتها المباشرة بالمواطن وتمثيلها للحكومة المركزية على المستوى المحلي فهي تقوم بأعباء كبيرة حيث تعمل على توفير خدمات عمومية محلية للمواطنين والإزامية تأمينها لهم وقد حدد القانون هذه الاختصاصات والصلاحيات والتي تتمثل خاصة في التنمية والتهيئة المحلية حفظ الصحة والنظافة، المحيط، السكن، التعليم الأساسي، وما قبل المدرسي، النشاط الاجتماعي، التعمير، التجهيز العمومي ومشاريع البيئة التحتية، الأنشطة الاقتصادية حيث حول لها القانون كل الأنشطة التي من خلالها يمكن تحقيق هذه الخدمات العمومية على مستوى إقليمها الجغرافي.

## الفصل الثاني:

دور خلية الاتصال في خدمة المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخضر

➤ تمهيد

➤ عرض وتحليل بيانات المحور الأول (دور خلية الاتصال في خدمة المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخضر)

➤ خلاصة

## تمهيد:

تعتبر العلاقات العامة في مؤسسة بلدية سيدي لخضر الهيئة القاعدية يقوم بها مسؤول خلية الاتصال في سياق العلاقات العامة في أداء أدوار مهمة اتجاه المجتمع المحلي باعتباره المكلف بالصلاحيات الموكلة له والقيام بالوظائف والنشاطات وتلبية الاحتياجات الضرورية للجمهور الخارجي ويتبنى جميع المهام والمسؤوليات المطروحة في مؤسسة البلدية وبذلك سنحاول معرفة مدى تأدية خلية الاتصال لأدوارها اتجاه المواطنين.

الجدول 01: السمات العامة:

النسبة المئوية	التكرارات	الاحتمالات	
62%	62	ذكر	الجنس
38%	38	أنثى	
100%	100	المجموع	
35%	35	18 إلى 30	السن
31%	31	31 إلى 40	
20%	20	41 إلى 50	
14%	14	أكثر من 51	
100%	100	المجموع	
6%	6	ابتدائي	المستوى التعليمي
20%	20	متوسط	
42%	42	ثانوي	
32%	32	جامعي	
100%	100	المجموع	
36%	36	أعزب	الحالة الاجتماعية
52%	52	متزوج	
7%	7	مطلق	

5%	5	أرمل	
100%	100	المجموع	
68%	68	ريفي	الأصل الاجتماعي
32%	32	شبه حضري	
100%	100	المجموع	
20%	20	مقاولين	الوظيفة
8%	8	فلاحين	
7%	7	جمعيات	
65%	65	وظائف أخرى	
100%	100	المجموع	

**التعليق:**

يمثل الجدول رقم(1) السمات العامة للمبحوثين بحيث نلاحظ أن نسبة الذكور (62%) أما نسبة الإناث (38%).

نلاحظ أن أعمار المبحوثين من (18 إلى 30) بلغت نسبتهم (35%) يليها الفئة من (31 إلى 40) و(31%) ثم فئة من (41 إلى 50)، (20%) أما أكثر من 51، (14%).

بالنسبة للمستوى التعليمي للمبحوثين بلغت نسبة الإبتدائي (6%) و المتوسط (20%) والثانوي (42%) والجامعي (32%).

بالنسبة الحالية الاجتماعية للمبحوثين الأعمال (36%) والمتزوج (52%) والمطلق (7%) أما الأرمل (5%).



بالنسبة للأصل الاجتماعي للمبحوثين الريفي (68%) أما الشبه الحضري (32%) .  
بالنسبة للوظيفة والنشاط الاجتماعي للمبحوثين المقاولين (20%) وفلاحين (8%) والجمعيات  
7% ووظائف أخرى (65%).

**المحور الأول: دور خلية الاتصال في أداء أدوارها اتجاه المجتمع المحلي لبلدية سيدي  
لخضر:**

سنحاول في هذا المحور التعرف على ما خلية الاتصال في أداء أدوارها اتجاه المجتمع  
المحلي لبلدية سيدي لخضر والحصول على الإجابة قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة  
أدرجناها في السؤال رقم (07) إلى غاية السؤال رقم (14):

**الجدول رقم 2: علاقة لوظيفة والنشاط الاجتماعي بطبيعة العلاقة مع مسؤول خلية  
الاتصال:**

الوظيفة والنشاط الاجتماعي	مقاول	%	فلاح	%	جمعيات	%	وظائف أخرى	%	المجموع	%
جيدة	0	00%	0	0%	2	100%	0	00%	2	2%
حسنة	11	47.83%	0	0%	5	21.7%	7	30.43%	23	23%
عادية	09	13.43%	3	4.48%	0	00%	55	82.09%	67	67%
سيئة	0	00%	5	62.5%	0	00%	3	37.5%	8	8%

المجموع	20	20%	8	8%	7	7%	65	65	100	100%
---------	----	-----	---	----	---	----	----	----	-----	------

**التعليق:**

مت خلال الجدول رقم (2) نلاحظ أن أعلى نسبة تركز عند فئة علاقة العادية (67) وتليها فئة علاقة حسنة بنسبة (23%) ثم المتعلقة الفئة سيئة بنسبة (8%) أما فئة علاقة جيدة بلغت (2%) وهذا راجع إلى أن فئة المقاولين حصرت إجابتها بين حسنة وعادية، وذلك بتطبيق على فئة الوظائف الأخرى أي أن علاقتهم لا تتعدى حدود المعرفة لمسؤول خلية الاتصال، بينما فئة الفلاحين كانت إجاباتهم عادية وسيئة، أي أن العلاقة بين هذه الفئة و خلية الاتصال نسبة منعدمة أما فئة الجمعيات كانت إجاباتهم تعتبر عن الرضا المحدود نوعا ما مع مسؤول خلية الاتصال باعتبارها فئة نشطة وكثيرة التعامل مع خلية الاتصال بظهر نشاطها مثلا في قفة رمضان وبعض الإعانات المواطنين.

**الجدول 03: علاقة الجنس بمدى الاتصال والتواصل بينهم وبين خلية الاتصال:**

الجنس	مدى اتصالك وتواصلك بينك وبين خلية الاتصال	ذكر		أنثى		المجموع	%
		%	عدد	%	عدد		
نعم		100%	30	0%	0	30	30%
لا		19.51%	8	80.49%	33	41	41%
نوعا ما		82.76%	24	17.24%	5	29	29%
المجموع		62%	62	38%	38	100	100%

**التعليق:**

من خلال الجدول رقم (3) نلاحظ أن أعلى نسبة تركز عند إجابة لا (41%) بينما بلغت النسبة عند الإجابة بنعم (30%) أما نسبة الإجابة عند نوعا ما (29%) ويظهر جليا أن الإناث أقل

تواصلنا مع الخلية، بينما تضاربت الآراء عند الذكور لكثرة انشغالهم مع الخلية أي أن هناك اتصال وتواصل من قبل فئة الذكور مع الخلية وهذا راجع إلى النظام الاجتماعي والثقافي الذي يحدد الوظائف والمكانات للأفراد حسب الجنس مثلاً.

الجدول رقم 4: علاقة مكان الإقامة بتأدية خلية الاتصال أدواراً مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي:

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%	تأدية خلية أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي
							نعم
نعم	6	23.08%	20	76.92%	26	26%	
لا	40	78.43%	11	21.57%	51	51%	
أحياناً	22	95.65%	1	4.35%	23	23%	
المجموع	68	68%	32	32%	100	100%	

#### التعليق:

من خلال الجدول رقم (4) نلاحظ أن أعلى نسبة تركزت عند إجابة لا (51%) بينما بلغت النسبة عند الإجابة بنعم (26%) أما الإجابة عند أحياناً بلغت (23%) ويرجع ذلك إلى أن سكان الأرياف يرون في الخلية أنها لا تقوم بأدوار مهمة تتوافق ومطالبهم عكس سكان شبه حضري الذين يرون أن خلية الاتصال تقوم بأدوار مهمة تتوافق ومطالبهم، أي أن هناك رضا من طرف سكان شبه حضري ونوع من السخط من طرف سكان الأرياف، لأن سكان الأرياف بحاجة ماسة إلى الخدمات والمرافق وتحسين الوضعية بالنظر إلى الظروف البنكية وهنا نرى بأنه هناك معوقات وظيفية تحاول أن تلبي حاجيات سكان الأرياف.

الجدول 4: أ/ علاقة مكان الإقامة أن خلية الاتصال تؤدي فعلا أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي:

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
خلية الاتصال تؤدي فعلا أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي						
تقديم المساعدات	1	14.29%	6	85.71%	7	26.92%
تلبية احتياجات المهور	5	26.32%	14	73.68%	19	73.08%
المجموع	6	6%	20	20%	26	100%

التعليق:

من خلال الجدول رقم 4- أ - نلاحظ أن النسبة الأعلى تركز حول تلبية الاحتياجات والتي بلغت ( 73.08%) بينما بلغت نسبة تقديم المساعدات (26.92%) ويرجع ذلك إلى الرضا على خلية الاتصال من حيث أنها تؤدي فعلا أدوار مهمة تتوافق ومطالبهم من طرف سكان الشبه الحضري الذين أقرروا بأنها تلبى احتياجات المجتمع المحلي وتقديم بعض المساعدات نوعا ما.

الجدول رقم 4: ب/علاقة مكان الإقامة وعدم تأدية خلية الاتصال أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي:

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
خلية الاتصال لا تؤدي أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي						

58.82%	30	10%	3	90%	27	نقص الخرجات الميدانية
41.18%	21	38.10%	8	61.90%	13	نقص الخدمات
100%	51	21.57%	11	78.43%	40	المجموع

التعليق:

الجدول رقم(4)-ب- يوضح أن النسبة الأعلى تركز على نقص الخرجات الميدانية والتي بلغت(58.82%)بينما بلغت نسبة نقص الخدمات (41.18%)ويرجع ذلك إلى أن هناك نوع من السخط من طرف سكان الأرياف على خلية الاتصال وقد أرجعوا الأسباب إلى نقص الخدمات من طرف الخلية وكذلك نقص الخرجات الميدانية التي يتم من خلالها عادة الاستماع إلى انشغالاتهم وبالتالي فهم يشعرون بأنهم مهمشون من خلية الاتصال ومؤسسة بلدية سيدي لخضر.

الجدول رقم5: علاقة السن بالوسائل التي تعتمد عليها خلية الاتصال للتواصل مع الجمهور الخارجي حسب أهميتها.

السن	18	30	41	أكثر من 51	المجموع
الوسائل التي تعتمد عليها خلية الاتصال للتواصل مع الجمهور الخارجي	18	30	41	51	المجموع
الإعلانات	4	3	5	0	12
الفيسبوك	31	28	12	2	73

5%	5	%60	3	%40	2	00%	0	00%	0	الهاتف
%	10	%90	9	%10	1	00%	0	00%	0	الاتصال الشخصي
%	100	%14	14	%20	20	31%	31	35%	35	المجموع
100										

**تعليق:**

من خلال الجدول رقم 5 نلاحظ أن نسبة تركز عند استعمال وسيلة الفايبروبوك (73%) تليها الإعلانات بنسبة (12%) ثم الاتصال الشخصي (10%) أما الهاتف فبلغت نسبته (5%) ويرجع ذلك أن خلية الاتصال تعتمد كثير على وسائل التواصل الاجتماعي (الفايبروبوك) للتواصل خاصة مع فئة الشباب الفئتين العمريتين (18 إلى 30) و(31 إلى 40) بينما تعتمد الإعلانات والاتصال الشخصي بنسبة قليلة وهذا راجع أن خلية الاتصال لا تستخدم الاتصال الشخصي في الاستماع الى انشغالات ومشاكل وقد يرجع ذلك إلا أن الاتصال الشخصي يتطلب تفاعل مباشر وممكن حاد إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي ممكن تكون فيها تعليقات وانتقادات ولكن ممكن خلية الاتصال لا تأخذها بعين الاعتبار.

الجدول رقم 5: أ/ علاقة السن بمدى مساعدة هذه الوسائل في تسهيل الاتصال مع خلية الاتصال:

السن	18	%	30	%	41	%	أكثر من 51	%	المجموع
مدى مساهمة هذه الوسائل في تسهيل الاتصال مع خلية الاتصال	إلى 30	%	إلى 40	%	إلى 50	%		%	

نعم	5	%	7	50%	2	%	0	%00	14	%
		35.71				14.29				14
نوعا ما	30	%	24	27.91	18	%	14	16.28	86	%
		34.88		%		20.91		%		86
المجموع	35	35%	31	31%	20	%20	14	%14	100	%
										100

**التعليق:**

يوضح الجدول رقم 5-أ- أن النسبة الأعلى تركز عند إجابة نوعا ما ب(86%) أما الإجابة عند نعم(14%) نظرا لأن هذه الوسائل تساعد في الاتصال مع خلية الاتصال وطرح انشغالاتهم لكن في نفس الوقت غير كافية إلا أن الأمر يتعلق خصوصا بالفايسبوك لأنهم يرون أن الاتصال الشخصي هو الأهم في حل المشاكل والتواصل مع البلدية.

الجدول رقم 6: علاقة مكان الإقامة بالوظائف التي تقوم بها خلية الاتصال اتجاه الجمهور

**الخارجي:**

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
الوظائف التي تقوم بها خلية الاتصال اتجاه الجمهور الخارجي						
الحملات التحسيسية	46	83.64%	9	16.36%	55	55%
النشاطات التطوعية	13	68.42%	6	31.58%	19	19%
تقديم المساعدات المادية	5	71.43%	2	28.57%	7	7%
مشاريع السكان والطرق	4	21.05%	15	78.95%	19	19%

00%	0	00%	0	%00	0	أخرى أذكرها
100%	100	32%	32	68%	68	المجموع

**التعليق:**

يوضح الجدول رقم 6 أن أغلبية نسبة تركز على الحملات التحسيسية التي بلغت (55%) ثم تليها النشاطات التطوعية بنسبة (19%) ثم مشاريع السكن والطرق التي بلغت كذلك نسبة (19%) أما تقديم المساعدات المادية فبلغت نسبتها (7%)، نلاحظ أن سكان المناطق الريفية يرون أن خلية الاتصال، تكتفي نوعا ما بالحملات التحسيسية والنشاطات التطوعية على تقديم المساعدات المادية ومشاريع السكن والطرق في نظرهم تهتم بالسكنات على حساب توفير المرافق وحل معوقات التنمية بينما سكان مناطق الشبه حضرية حسب آرائهم تتنوع وظائف خلية الاتصال بين الحملات التحسيسية والنشاطات التطوعية إضافة إلى تقديم المساعدات المادية ومشاريع السكن والطرق أي أن هناك وظائف متنوعة تقوم بها خلية الاتصال اتجاه سكان شبه حضري.

**الجدول رقم 7: علاقة الوظيفة والنشاط الاجتماعي بالنشاطات التي تقوم بها خلية الاتصال اتجاه الجمهور الخارجي:**

الوظيفة والنشاط الاجتماعي	مقاول	%	فلاح	%	جمعيات	%	وظائف أخرى	%	المجموع	%
تنظيم الزيارات	11	44%	2	8%	7	28%	5	20%	25	25%
الاستماع إلى	7	20.59%	2	5.88%	0	00%	25	73.53%	34	34%



انشغالات المواطنين	%		%		%		%		%
القيام بعملية صبر الآراء للمواطنين حول قضايا تهمهم	2	100	0	00	0	00	0	00	2
أخرى أذكرها	0	00	0	00	0	00	0	00	0
بدون إجابة	0	00	35	00	0	10.26	4	00	39
المجموع	20	20	65	7	7	8	8	20	100

**التعليق:**

يوضح الجدول رقم 7 أن أعلى نسبة تركزت على عدم إجابات المبحوثين على السؤال المطروح حيث بلغت (39%) أما إجابة المبحوثين بالنسبة إلى الاستماع إلى انشغالات المواطنين بلغت (34%) وتليها تنظيم الزيارات بنسبة (25%) أما القيام بعملية صبر الآراء حول قضايا تهمهم (2%) نلاحظ أن المبحوثين بمختلف وظائفهم يتفقون نوعا ما على أنها تقتصر على القيام بتنظيم الزيارات والاستماع إلى انشغالاتهم في بعض الأحيان وهذا ما يعني أن المبحوثين راضين نوعا عن أداء هذه الخلية.

**الجدول رقم 8: علاقة مكان الإقامة بالاحتياجات الجمهور اتجاه البلدية حسب أهميتها:**

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
احتياجات الجمهور اتجاه البلدية						
السكن	30	58.82%	21	41.18%	51	51%

الطرق	15	83.33%	3	16.67%	18	18%
القفة الرمضانية	7	63.64%	4	36.36%	11	11%
منحة المالية للمسنين والبطالين	5	55.56%	4	44.44%	9	9%
توفير النقل للمناطق النائية	11	100%	0	00%	11	11%
المجموع	68	68%	32	32%	100	100%

**تعليق:**

يوضح الجدول رقم 8 أن النسبة الأعلى تركز على السكن والتي بلغت (51%) ثم تليها الطرق بنسبة (18%) ثم القفة الرمضانية بنسبة (11%) وكذلك توفير النقل للمناطق النائية بنسبة (11%) أما المنحة المالية للمسنين والمحليين فبلغت نسبتها (9%) نلاحظ أن المطالب تختلف بين سكان الريف والنسبة الحضري إلا في السكن الذي هو انشغال ومطلب الفنتين (الريف والحضر) حيث إن مجمل مطالب سكان الأرياف تترتب كالاتي: سكن، طرق، توفير النقل القفة الرمضانية، منحة المسنين والبطالين، بينما تنحصر مطالب سكان شبه حضري في السكن وتقديم المساعدات وإعادة تهيئة بعض الطرق ومن هنا نلاحظ أن المطالب بين سكان الريف والشبه الحضري تتشابه في مطلب السكن من حيث أنه احتياج ضروري يضمن الاستقرار والعيش اللائق لكن قد يختلف في مطالب أخرى حسب أهميتها لدى كل فئة اجتماعية وهذا راجع بخصوصية البيئة الجغرافية والنسق الثقافي.

**الجدول رقم 9: علاقة مكان الإقامة بمدى تلبية البلدية لاحتياجات الجمهور:**

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
مدى تلبية البلدية لاحتياجات الجمهور	12	38.71%	19	61.29%	31	31%
نعم						

أحيانا	17	62.96%	10	37.04%	27	27%
لا	39	92.86%	3	7.14%	42	42%
المجموع	68	68%	32	32%	100	100%

**تعليق:**

يوضح الجدول رقم 9 أن أعلى نسبة تركز عند الإجابة لا وبلغت نسبتها (42%) ثم تليها الإجابة نعم بنسبة (31%) أما الإجابة بأحيانا بلغت نسبتها (27%) وهذا راجع أن البلدية لا تلبى احتياجات مواطنيها على أكمل وجه خصوصا المناطق الريفية وهذا من خلال نقص الخرجات الميدانية واللامبالاة من طرف خلية الاتصال أما الشبه الحضري فيرون أن البلدية تقوم نوعا ما بوظائفها حسب الظروف والحالات وطبيعة الوظائف ونلاحظ الفروقات بين الريف والحضر.

**الجدول رقم 9: أ/ علاقة مكان الإقامة بأن خلية الاتصال تلبى فعلا احتياجات الجمهور :**

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
خلية الاتصال تلبى فعلا احتياجات الجمهور						
توفير النقل والكهرباء	9	42.86%	12	57.14%	21	67.64%
توفير المرافق العامة	3	30%	7	70%	10	32.26%
المجموع	12	38.71%	19	61.29%	31	100%

**التعليق:**

يوضح الجدول رقم 9-أ أن أعلى نسبة تركز على توفير النقل والكهرباء بنسبة (21%) أما توفير المرافق فبلغت نسبتها (10%) ونلاحظ أن البلدية تلبى بعض احتياجات المواطنين مثل توفير النقل والكهرباء للمناطق النائية والمعزولة وتوفير المرافق العامة لتجنبه النقل إلى

الولاية أو بعض البلديات المجاورة لقضاء حاجياته هذا ما يوفر الرضا النسبي للمواطنين فيما يخص توفير الخدمات.

الجدول رقم 9: ب/ علاقة المكان الإقامة بأن خلية الاتصال لا تلبي احتياجات الجمهور:

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%	خلية الاتصال لا تلبي احتياجات الجمهور
							غياب التنظيم
غياب التنظيم	3	75%	1	25%	4	9.52%	
عدم دراسة شكاوي المواطنين	11	100%	0	00%	11	26.19%	
الإهمال واللامبالاة	25	92.59%	2	7.41%	27	64.29%	
المجموع	39	92.86%	3	7.14%	42	100%	

التعليق:

يوضح الجدول رقم 9-ب- أن أعلى نسبة تركز على الإهمال واللامبالاة (27%) بينما بلغت نسبة عدم دراسة شكاوي المواطنين (11%) أما غياب التنظيم بلغت نسبتها (4%).

نلاحظ أن هذا يعود إلى أن البلدية لا تقوم بواجباتها اتجاه مواطنيها وهذا راجع إلى الإهمال واللامبالاة من طرف الخلية إضافة إلى عدم الاستماع إلى انشغالاتهم وذلك من خلال عدم دراسة شكاويهم وغياب التنظيم والتنسيق من طرف مصالح البلدية.

## خلاصة:

باعتبار البلدية النواة الرئيسية للمجتمع في سياق العلاقات العامة بحيث الجهة المكلفة بها هو مسؤول خلية الاتصال فهو يقوم بعدة وظائف ومهام متعددة للجمهور الخارجي من أجل إبراز صورة حسنة وكسب ثقتهم لكن هناك نقائص على مستوى بلدية سيدي لخضر من طرف المصالح وخلية الاتصال والجهات المختصة للمؤسسة خاصة تهيش المناطق نظرا لعزلتها واحتياجاتها المتعددة والمتمثلة في السكن، الطرقات... الخ، والتوفير الا لبعض الفئات في بعض الأحيان.

## الفصل الثالث:

المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر

❖ تمهيد

❖ عرض وتحليل بيانات المحور الثاني (المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر)

❖ خلاصة

## تمهيد:

سنحاول في هذا الفصل معرفة المشاكل والعراقيل التي تواجه الجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر مع خلية الاتصال وهذا من خلال أقوال المبحوثين سكان بلدية سيدي لخضر من خلال توزيع الاستبيان على فئة من الجماهير.

**المحور الثاني: العراقيل التي تواجه الجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر مع خلية الاتصال.:**

سنحاول في هذا المحور التعرف على العراقيل والمشاكل التي تواجه الجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر مع خلية الاتصال والحصول على الإجابة قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة أدرجناها في السؤال رقم (15) إلى غاية السؤال رقم (21).

**الجدول 10: علاقة الجنس بمدى تقدير الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر**

الجنس	مدي تقدير الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر	ذكر	%	أنثى	%	المجموع	%
نعم	19	51.35%	18	48.65%	37	37%	
لا	11	73.33%	4	26.67%	15	15%	
نوعا ما	32	66.67%	16	33.33%	48	48%	
المجموع	62	62%	38	38%	100	100%	

**التعليق:**

يوضح الجدول رقم 10 أن أعلى نسبة تركزت على الإجابة عند نوعا ما (48%) ثم تليها الإجابة عند نعم نسبتها (37%) أما الإجابة عند لا بلغت نسبتها (15%) من هنا نلاحظ بأن مؤسسة بلدية سيدي لخضر تحظى بتقدير نسبي لجمهورها الخارجي لأنها في نظرهم تلبية لهم بعض الاحتياجات ونجدها خاصة عند فئة الإناث.



الجدول رقم11: علاقة الوظيفة والنشاط الاجتماعي بالمشاكل التي تواجهها مع خلية الاتصال:

الوظيفة والنشاط الاجتماعي	مقاول	%	فلاح	%	جمعيات	%	وظائف أخرى	%	المجموع	%
المشاكل التي تواجهك مع خلية الاتصال.	09	15%	3	5%	1	%	47	78.33%	60	60%
صعوبة في التعامل مع خلية الاتصال.	11	27.5%	5	12.5%	6	%	18	45%	40	40%
عدم الانضباط في المواعيد المحددة	20	20%	8	8%	7	%7	65	65%	100	100%
المجموع										

تعليق:

من خلال الجدول رقم 11 نلاحظ أن أعلى نسبة تتجه نحو الصعوبة في التعامل مع خلية الاتصال (60%) أما نسبة عدم الانضباط في المواعيد المحددة بلغت (40%) ونلاحظ أن مجمل المبحوثين أبدوا عن استيائه من أداء خلية الاتصال لبلدية سيدي لخضر سواء من جانب التعامل معها أو عدم انضباطها واحترامها للمواعيد إلا في بعض الحالات الطارئة التي تكون فيها الاستجابة فورية من طرف الخلية وهذا يفسر بأن بلدية سيدي لخضر كنسق داخل التنظيم الاجتماعي للمجتمع المحلي لا يؤدي وظائفه وهذا ما يؤدي إلا مشاكل ذات طابع تنظيمي مع المحيط الخارجي.

الفصل الثالث:المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر

المحيط رقم12: علاقة الوظيفة والنشاط الاجتماعي بصعوبة تقديم الجمهور لشكاويه واقتراحاته لبلدية سيدي لخضر:

الوظيفة الاجتماعية	مقاول	فلاح	جمعيات	وظائف أخرى	المجموع	النشاط وتقديم الجمهور لشكاوي واقتراحات	
						صعوبة	تقديم
نعم	1	6	0	50	60	1.75	10.53
لا	4	0	7	3	13	28.57	00%
أحيانا	15	2	0	12	27	51.27	6.90
المجموع	20	8	7	65	100	20%	8%

تعليق:

يوضح الجدول رقم 12 أعلى نسبة تركز على الإجابة عند نعم والتي بلغت (60%) بينما بلغت الإجابة عند أحيانا نسبة (27%) أما الإجابة عند لا بلغت (13%) نلاحظ أن معظم أصحاب الوظائف الذين تم استجوابهم تم وجود بعض المشاكل والصعوبات التي تمثلت في غياب المسؤول المتمثل في القائم بالاتصال لا يقوم بوظائفه كما هو متوقع أو قد يرجع إلى عدم التنسيق بين القائم بالاتصال مع المصالح الأخرى هذا ما يفسر لنا الخلل الوظيفي في مؤسسة بلدية سيدي لخضر.

الفصل الثالث:المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر

الجدول 12:أ/ علاقة الوظيفة والنشاط الاجتماعي بأنه يوجد صعوبة في تقديم شكاويهم واقتراحاته لبلدية سيدي لخضر:

الوظيفة والنشاط الاجتماعي	مقاوم	%	فلاح	%	جمعيات	%	وظائف أخرى	%	المجموع	%
أنواع الصعوبات التي يواجهها الجمهور الخارجي مع خلية الاتصال	1	% 3.33	5	% 16.67	0	% 0	24	80%	30	% 52.63
عدم تخصيص وقت محدد لتقديم الشكاوي	0	00%	1	% 13.70	0	0%	26	96.30%	27	% 47.37
عدم دراسة دفتر الشكاوي.	1	% 1.75	6	% 8	0	% 0	50	87.27%	100	% 100

تعليق:

يوضح الجدول رقم 12-أ- أن أعلى نسبة تركز على عدم تخصيص وقت محدد في تقديم الشكاوي وبلغت (52.63%) أما نسبة عدم دراسة دفتر الشكاوي بلغت (47.37%) نلاحظ أن معظم الجمهور الخارجي أبدى بعض الاستياء من عمال الخلية خاصة فيما يتعلق بالاستجابة الفورية وإيصال انشغالاتهم للمسؤولين وخاصة فيما يتعلق المدة الزمنية مما يعكس سلبا على تلبية انشغالات المجتمع المحلي .

الجدول 12:ب/علاقة الوظيفة والنشاط الاجتماعي بعدم وجود صعوبة في تقديم شكاويهم واقتراحاته لبلدية سيدي لخضر:

### الفصل الثالث: المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر

الوظيفة والنشاط الاجتماعي	مقاول	%	فلاح	%	جمعيات	%	وظائف أخرى	%	المجموع	%	عدم وجود صعوبة في تقديم اقتراحاته
											تنظيم الزيارات
تنظيم الزيارات	1	10%	0	00%	7	%	2	%	10	71.43%	
دراسة الشكاوي والاطلاع عليه	3	75%	0	00%	0	00%	1	25%	4	28.57%	
المجموع	4	28.57%	0	00%	7	%	3	%	14	100%	21.43%

#### تعليق:

يوضح الجدول رقم 12- أ- أن أعلى نسبة تركز على تنظيم الزيارات والتي بلغت (71.43%) أما نسبة دراسة سجل الشكاوي والإطلاع عليه بلغت 28.57% هذا ما يفسر أن بعض المواطنين أبدوا استحسانهم فيما يتعلق بالعمل والمجهودات المقدمة من طرف خلية الاتصال لبلدية سيدي لخضر خاصة من جانب الاستجابة ولو كانت غير فورية لكنها موجودة وتحقق بعض مطالبهم.

#### الجدول رقم 13: علاقة الوظيفة والنشاط الاجتماعي بالأيام المخصصة للاستقبال:

الوظيفة والنشاط الاجتماعي	مقاول	%	فلاح	%	جمعيات	%	وظائف أخرى	%	المجموع	%	الأيام المخصصة للاستقبال
											كافية
كافية	2	8.70%	1	4.35%	7	%	13	%	23	23%	56.52%

الفصل الثالث:المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر

غير كافية	7	16.28 %	7	16.28 %	0	00%	29	67.44 %	43	43 %
نوعا ما	11	32.35 %	0	00%	0	00%	23	67.65 %	34	34%
المجموع	20	20%	8	8 %	7	7 %	65	65%	100	100 %

التعليق:

يوضح الجدول رقم 13 أن أعلى نسبة تركزت عند إجابة غير كافية بلغت ( 43%) أما النسبة التي تليها نجدها عند نوعا ما بلغت (34%) ثم تليها إجابة عند كافية نسبة(23%) هذا ما يفسر أن المجتمع المحلي غير راضي على عدم الأيام المخصصة للاستقبال مقارنة مع حجم المشاكل والمطالب التي يريد توصيلها إلى المجتمع المحلي لخلية الاتصال من أجل إيجاد حلول لها وقد يفسر لنا هذا كذلك أن هناك مشكل في عملية التواصل والتفاعل مع الخلية.

الجدول رقم 14: علاقة مكان الإقامة والصعوبات التي تواجهك في تعاملك مع خلية الاتصال:

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
نعم	48	97.96%	1	2.04%	49	49%
أحيانا	4	15.38%	22	84.62%	26	26%
لا	16	64%	09	36%	25	25%
المجموع	68	68%	32	32%	100	100%

**تعليق:**

يوضح الجدول رقم 14 أن أعلى نسبة تركز على الإجابة عند نعم والتي بلغت (49%) بينما بلغت نسبة الإجابة عند لا (26%) أما الإجابة عند نوعا ما بلغت 25% نلاحظ أن سكان الريف هم الذين يجدون صعوبة في تعامل مع خلية الاتصال وقد أوغرو ذلك إلى عدم أخذها لانشغالاتهم بعين الاعتبار وتماطل في إيصالها للمسؤولين مما أثار حفيظتهم اتجاه خلية الاتصال بينما سكان المناطق شبه حضرية أبدوا استحسانهم من جانب التعامل مع الخلية وأنها تقوم بإيصال معظم أصواتهم للمسؤولين مع الخلية رغم وجود بعض التأخيرات من طرفها وهذا يفسر لنا اختلاف مطالب وانشغالات سكان الريف مع الشبه الحضري أو في طريقة التعامل خلية الاتصال مع سكان الريف مقارنة مع الشبه الحضري.

**الجدول رقم 14-أ- علاقة مكان الإقامة والوسيلة التي تعتمد عليها لتغطي هذه الصعوبات:**

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%	الوسيلة التي تعتمد عليها لتغطي هذه الصعوبات.
							الاتصال الشخصي
الاتصال الشخصي	31	96.88%	1	3.12%	32	65.31%	
الهاتف	17	100%	0	00%	17	34.69%	
المجموع	48	97.96%	1	2.04%	49	100%	
مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%	الوسيلة التي تعتمد عليها لتغطي هذه الصعوبات.
الاتصال الشخصي	31	96.88%	1	3.12%	32	65.31%	

### الفصل الثالث:المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر

الهاتف	17	100%	0	00%	17	34.69%
المجموع	48	97.96%	1	2.04%	49	100%

#### التعليق:

يوضح الجدول رقم 14 -أ- أن أعلى نسبة تركز على وسيلة الاتصال الشخصي التي بلغت (32%) أما وسيلة الهاتف بنسبة (17%) ونلاحظ أن أغلبية المبحوثين سواء كانوا ريفيين أو شبه حضرين بمختلف وظائفهم يودون الاتصال الشخصي في تخطي المشاكل التي تواجههم مع خلية الاتصال نظرا أن الاتصال الشخصي فيه خصائص قد لا نجدها عندما تتدخل الوسائط الاتصالية تمثل تفاعل المباشر وإمكانية الإقناع.

#### الجدول رقم 15: علاقة مكان الإقامة بنظرة المجتمع المحلي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر:

مكان الإقامة	ريفي	%	شبه حضري	%	المجموع	%
نظرة ايجابية	9	47.37%	10	52.63%	19	19%
نظرة عادية	12	35.29%	22	64.71%	34	34%
نظرة سلبية	47	100%	0	00%	47	47%
المجموع	68	68%	32	32%	100	100%

#### التعليق:

يوضح الجدول رقم 15 أن أعلى نسبة تركز على النظرة السلبية بلغت (47%) تم تليها النظرة العادية (34%) أما النظرة الإيجابية بلغت (19%) وهذا راجع إلى عدم رضا الجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر لعدم تأدية مسؤول خلية الاتصال لمهامه اتجاه المجتمع المحلي وتحدها بصفة مطلقة عند سكان الريف وقد يرجع ذلك التهميش الذي يعيشه سكان الريف حيث أن نادرا ما تقوم خلية الاتصال بالزيارات والخرجات الميدانية للمناطق الريفية وبالتالي

## الفصل الثالث: المشاكل والعراقيل بين خلية الاتصال والجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر

هذا ما يؤثر سلبا على التواصل مع سكان الريف ومعرفة مطالبهم واحتياجاتهم وتوصيلها للمصالح المختصة علما أن المناطق الريفية هي أكثر فقرا وعزلة ونقص في المرافق والخدمات.

**الجدول 16: علاقة الوظيفة بالمقترحات والحلول التي تقدمها للعوائق التي تواجه خلية الاتصال لمؤسسة بلدية سيدي لخضر:**

الوظيفة والنشاط الاجتماعي	مقاول	%	فلاح	%	جمعيات	%	وظائف أخرى	%	المجموع	%
الحلول والمقترحات التي تقدمها للعوائق التي تواجه خلية الاتصال لمؤسسة بلدية سيدي لخضر.										
تنظيم العمل	5	20%	6	24%	0	00%	14	56%	25	25%
تكيف المديانية	3	6%	0	00%	0	00%	47	94%	50	50%
الالتزام بالمواعيت	12	48%	2	8%	7	28%	4	1.16%	25	25%
المجموع	20	20%	8	8%	7	7%	65	65%	100	100%

تعليق:

يوضح الجدول رقم 16 أن أعلى نسبة تركز على تكيف المديانية بلغت نسبتها 50% ثم تليها تنظيم العمل بنسبة 25% وكذلك يليها الالتزام بالمواعيت 25% نلاحظ أن المبحوثين قدموا مجموعة من الاقتراحات تمثلت معظمها في تنظيم أوقات العمل وتكيف المديانية خاصة في المناطق الريفية والالتزام بالمواعيت والعمل وتجنب التكامل في إيصال انشغالاتهم لمسؤولي بلدية سيدي لخضر.



## خلاصة

استنتجنا من خلال المحور الثاني لمشاكل والعراقيل التي تواجه خلية الاتصال اتجاه الجمهور الخارجي وهذا من خلال عدم تأدية مسؤول خلية الاتصال لأدواره ومهامه على أكمل وجه نتيجة غياب التنظيم، ونقص الخرجات الميدانية وعدم التنسيق بين المصالح والخلية واللامبالاة إضافة إلى التغاضي عن شكاوي المواطنين والاهتمام بمعالجتهم وفق أهدافهم المسطرة والمرغوبة وعدم الإشراف على هذه الخلية من طرف مصالح وجهات مختصة في هذا المجال وهذا ما يؤدي إلى إثارة حفيظتهم اتجاه المؤسسة.

النتائج العامة والتحقق من الفرضيات

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

أ- نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الأولى: والتي مفادها يرى الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر أن خلية الاتصال لا تؤدي أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي.

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجمهور الخارجي في بلدية سيدي لخضر والدراسة الاستطلاعية استنتجنا صحة ثبات هذه الفرضية جزئيا حيث تبين لنا أن الجهة المكلفة بالعلاقات في بلدية سيدي لخضر هي خلية الاتصال كبديل لها بحيث توصلنا أن الخلية تقوم بعدة وظائف ومهام متعددة تخدم المجتمع المحلي بحيث تتمثل هذه المهام المنوطة الحملات التحسيسية والنشاطات التطوعية ومشاريع السكن والطرق وتقديم الخدمات والمساعدات والاحتياجات اللازمة والاتصال والتفاعل مع المواطنين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف الأنشطة من أجل كسب ثقة ورضا جماهيرها وإعطاء صورة حسنة عن المؤسسة.\*" وفي هذا الصدد تشير الباحثة قصير رزيقة بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية حيث ركزت الدراسة على إبراز قدرة جهاز العلاقات العامة على تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية لدى جماهيرها.<sup>2</sup>

لكن الواقع يظهر عكس ذلك من خلال ما صرح به المبحوثين أن خلية الاتصال لا يشرف عليها مؤهلون ومختصون في مجال الاتصال اي أن هناك تقصير وإهمال واللامبالاة وغياب التنظيم ونقص الخرجات الميدانية وهذا ما أدى إلى زعزعة صورة المؤسسة باستثناء فئة معينة التي أكدت أن خلية الاتصال تقوم بوظائف العلاقات العامة بنسبة معينة كما تؤدي بعض الصلاحيات الموكلة لها وتسعى بفضلها إلى تحقيق التفاهم والانسجام مع بعض الفئات من الجماهير الخارجية.\*\*

\* حسب الدراسة الاستطلاعية  
<sup>2</sup>رزيقة قصير ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح بقسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسنطينة، 2008، ص31.  
\*\* حسب الجمهور الخارجي.

وفي الأخير نستنتج انطلاقاً من النظرية المستخدمة البنائية الوظيفية أن خلية الاتصال لا تؤدي أدوارها المتوقعة منها والمتمثلة في الحملات التحسيسية والنشاطات التطوعية، مشاريع السكن والطرق والقفة الرمضانية والمنحة المالية للبطالين والمساعدات المادية وهذا ما يفسر لنا الاختلافات الوظيفية في علاقة خلية الاتصال ومن مؤسسة بلدية سيدي لخضر بالمجتمع المحلي، مما ينعكس سلباً على التنظيم الاجتماعي للمجتمع المحلي " بلدية سيدي لخضر " بحيث تظهر هناك قطائع بين السكان المحليين ومؤسسة البلدية وهذا قد يؤدي إلى زعزعة البيئة الاجتماعية للمجتمع المحلي. \*

**ب- نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثانية: والتي مفادها يواجه الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر مشاكل تضعف مكانتها على مستوى الاتصال والتفاعل مع خلية مما يؤثر سلباً على صورة المؤسسة لديهم.**

من خلال النتائج المتحصل عليها تبين لنا صحة ثبات هذه الفرضية من خلال ما صرح به مبحثين بلدية سيدي لخضر أن هناك مشاكل عن طريق الاتصال والتفاعل مع خلية وهذا عن طريق غياب الاتصال الشخصي مما خلق عدم التفاهم والرضا بين الجمهور والخلية فهي بذلك لا تعمل بصورة كافية على تحسين مستوى أدائها وصورتها مع الجمهور الخارجي ويتجلى هذا من خلال عدم الاهتمام بمشاكل المواطنين واللامبالاة وسوء أداء الخدمة العامة للمواطنين وتعطيلها بالإضافة إلى عدم تفرغ خلية الاتصال بالمواطن نظراً لانشغالهم لمصالحهم وتحيز خلية الاتصال لفئة خاصة من المواطنين تخدم مصالحهم وإخفاء بعض الحقائق والمعلومات عن المواطن المحلي وعدم حسن الاستقبال وغياب الانضباط في المواعيد المحددة والتماطل والتغافل في دراسة سجل الشكاوي بالإضافة إلى نقص الخبرة العملية فهي لا تعمل على التغلب على العوائق التي تساهم في تنسيق وتخطيط برامجها التي تصبوا إليها من أهداف باعتبارها مؤسسة خدماتية \*\* " وفي هذا الصدد استفدنا من الدراسة الثانية بعنوان واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة للباحثة عيواج عذراء " توصلت هذه الدراسة إلى وجود العلاقات

\* حسب النظرية البنائية الوظيفية.

\*\* حسب الجمهور الخارجي

العامة كجهاز إداري مختص في الإدارة المحلية الجزائرية وظيفته الاهتمام المستمر بالموظفين وتحقيق الاتصال الدائم بالمواطنين حيث أن ظهور العلاقات العامة كمديرية في بلدية قسنطينة هو ظهور شكلي فقط فهي غير مجمدة على أرض الواقع أن الإدارة المحلية الجزائرية لم تستوعب بعد أهمية إيجاد الصورة الذهنية الجيدة عن الجمهور الداخلي والخارجي حتى تضمن نجاحها واستقرارها مع البيئة المحيطة فيمكن لها إذن أن تعمل على تحسين تلك الصورة باستعمال مختلف الأنشطة الاتصالية.

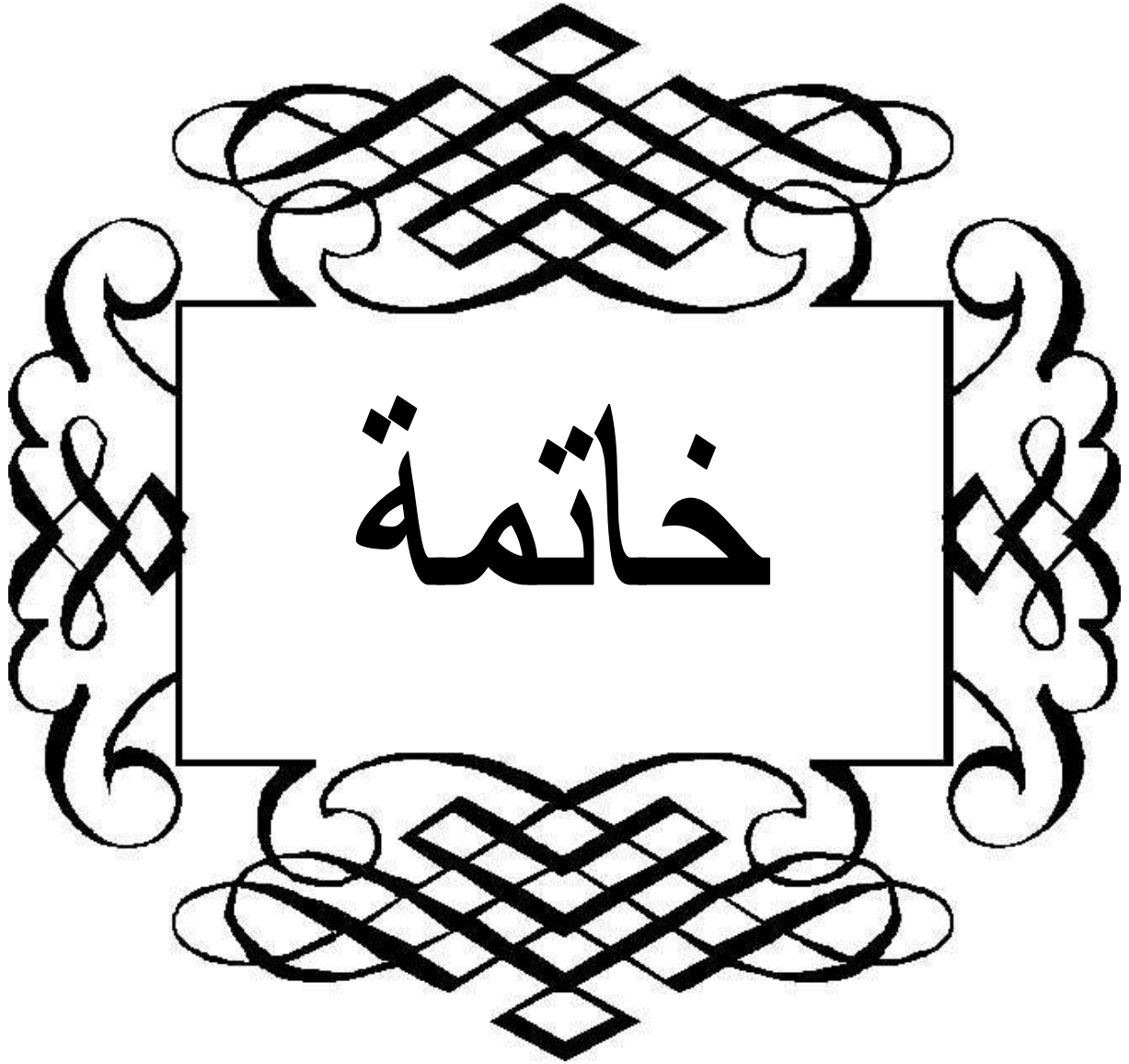
تواجه العلاقات العامة في الإدارة المحلية مشاكل تضعف مكانتها ودورها<sup>1</sup>

وفي الأخير نستنتج انطلاقا من النظرية المستخدمة البنائية الوظيفية أن نسق الاجتماعي المتمثل في مؤسسة بلدية سيدي لخضر لا تسودها علاقة تنسيقية وتنظيمية مع المجتمع المحلي وهذا نظرا للمشاكل والعراقيل ومنها: اللامبالاة، غياب التنظيم، مشكل في التواصل والتفاعل..... الخ، هذا ما يفسر لنا بأنه لا يوجد تكامل وظيفي بين مؤسسة بلدية سيدي لخضر والجمهور الخارجي يتجه للمشاكل التي تجد دون ذلك مما يؤثر سلبا على صورتها لدى جمهورها ويخل بالعلاقة مع المجتمع المحلي وقد يؤثر سلبا على البناء الاجتماعي، بالمشاكل إذ لم تحل بطريقة عقلانية قد تحدث اختلال التوازن الاجتماعي للمجتمع المحلي.\*<sup>2</sup>

<sup>1</sup>عزراء عيواج ، واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية، دراسة ميدانية ببلدية قسنطينة، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، قسنطينة، 2008، ص28  
\*حسب نظرية البنائية الوظيفية .

## خلاصة الباب الثاني :

استنتجنا من خلال الفصول أن بلدية سيدي لخضر مؤسسة خدماتية تقوم بخدمة الفرد والمجتمع وتقوم بوظائف ومهام ونشاطات لصالح الجمهور وذلك من أجل الاتصال والتواصل والتفاعل لتحقيق جو من التفاهم والانسجام بين الخلية والمجتمع المحلي بحيث يشرف عن الخلية مسؤول خلية الاتصال باعتباره الهيئة للمؤسسة والمكلف بالصلاحيات والمهام التي يحتاجها المواطنين إلا أن هناك بعض التحيز نظرا لانشغاله بمصالحه وهذا ما يؤدي إلى مشاكل وعراقيل تجعل المجتمع المحلي ينسب نظر غير ايجابية عن المؤسسة مما يؤثر سلبا على صورتها.



خاتمة

في ختام بحثنا وعلى ضوء ما جاء في دراستنا لدور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية مؤسسة بلدية سيدي لخضر مستغانم توصلنا أن العلاقات العامة لم ترقى إلى المستوى المطلوب كما ينبغي ذلك" كما أن العلاقات العامة تعتبر الركيزة الأساسية في تنظيم سير العمل ومختلف سياساتها ولا بد أن تكون العلاقات العامة لها مكانة هامة من أجل تحقيق أهدافها ورسم صورة حسنة لجماهيرها"<sup>1</sup> وكسب ثقتهم بحيث يري الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر أن خلية الاتصال لا تقوم بأدوارها معهم كنشاط في سياق العلاقات العامة، وهذا ما أدى المشاكل والعراقيل بين المجتمع المحلي ومؤسسة بلدية سيدي لخضر وهذا ما يؤثر سلبا على صورة المؤسسة وزعزعتها .

وفي الأخير نرجوا أن تكون هذه الدراسات قد استطاعت إعطاء صورة حقيقية عن دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية ببلدية سيدي لخضر باعتبارها مؤسسة خدمائية نأمل أن تحقق إثارة اهتمام المسؤولين من خلال خلق جهاز للعلاقات العامة بدل خلية الاتصال لمساهمتها الفعالة من خلال الأنشطة والبرامج التي تقوم بها.

<sup>1</sup>جودت أحمد، العلاقات العامة المفاهيم والممارسات، ط1، دار زاهر للنشر والتوزيع، عمان، 1996.





❖ المراجع باللغة العربية:

• الكتب:

1. أنجرس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية) دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
2. بدوي هناء حافظ ، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية، مكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2000.
3. البرنوطي سعاد نايف ، الأعمال والخصائص والوظائف الإدارية، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2004.
4. بعلي محمد الصغير ، قانون الإدارة المحلية ، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
5. البكري تامر ، اتصالات التسويق والتوزيع، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، مصر ، 2006.
6. تيماشيف نيكولا ، نظرية علم الاجتماع الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1997.
7. جرادات عبد الناصر احمد لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية وتطبيق ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، اردن، 2009.
8. جودة محفوظ أحمد ، العلاقات العامة، المفاهيم والممارسات، ط1، دار زاهر للنشر والتوزيع، عمان، 1996.
9. جودت أحمد، العلاقات العامة المفاهيم والممارسات، ط1، دار زاهر للنشر والتوزيع، عمان، 1996.
10. الجوهر محمد ، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، ط1، مكتبة الرائد، عمان، 2000.
11. حجاب محمد منير ، الاتصال الفعال للعلاقات ، ط1، القاهرة، 2007.
12. حجاب منير محمد ، الاتصال الفعال في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

13. حجازي المرسي سيد ، اقتصاديات مشروعات عامة ( النظرية والتطبيق) جدوى المشروعات وتسعير منتجاتها وضخماتها، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004.
14. حجازي سمير سعيد ، معجم المصطلحات الحديثة، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2005.
15. حنفي عبد الغفار ، أساسيات الإدارة والبيئة الأعمال، مؤسسة نساب الجامعة، الاسكندرية، مصر.
16. خضر احمد إبراهيم، إعداد البحوث والرسائل العلمية من كفكرة حتى الخاتمة، كلية التربية ، جامعة الأزهر، القاهرة، 2013.
17. خيضر جميل أحمد ، علاقات العامة، دار المسيرة، عمان، 1998.
18. الدليمي عبد الرزاق ، العلاقات العامة في التطبيق، دار الخريز للنشر، عمان ، 2005.
19. الدليمي عبد الرزاق محمد ، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، دب، 2011.
20. زايد فهد خليل ، أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط1، دار النقائس، للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006.
21. زرواني رشيد ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ط1، دار هوما، للجزائر، 2002.
22. الزغبي علي الفلاح ، إدارة لتسويق منظور تطبيقي استراتيجي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
23. زغود علي ، الإدارة المركزية في المؤسسات الإدارية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984.
24. شتا علي ، نظرية علم الاجتماع، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 1993.

25. شيمراد كامل خور ، الاتصال الجماهيري والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.
26. الصنموري هاني حامد ، تسويق الخدمات، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
27. طرطار أحمد ، تقنيات المحاسبية العامة في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002.
28. عبد الله عبد الرحمان وآخرون، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2002.
29. عبودي زيد منير ، التنظيم الإداري مبادئه وأساسياته، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2006.
30. عرفة ناهد ، مناهج البحث العلمي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006.
31. العسكري احمد شاكرا ، التسويق ( المدخل الاستراتيجي ) ، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
32. عوايدي عمار ، دروس في القانون الاداري، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990..
33. قلعاوي غسان ، القطاع العام: إلى أين؟ خواطر حول تخصص، القطاع العام، ط1، دار المكتبي للطباعة والنشر، سوريا، 1955.
34. كشك محمد بهجة جاد الله ، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003.
35. كشك محمد بهجت ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007.
36. ليرى صالح ، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الحنين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
37. ماضي محمد توفيق ، تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الخدمية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2002.

38. مجاهد جمال ، العلاقات العامة رؤية نظرية، المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005
39. محمد أحمد ، محاضرات في المؤسسات الإدارية، ترجمة محمد عرب صاصهلا، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.
40. محمود يوسف مصطفى عبده، مقدمة علاقات العامة، مركز الجامع لتعليم المفتوح، القاهرة، 2004.
41. مختار محي الدين ، دراسات في علم الإعلام والاتصال، ط1، دار المعرفة للطباعة والنشر، 1993.
42. مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس المبحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2000.
43. المساعد زكي خليل ، تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
44. مصباح عامر ، منهجية البحث العلوم السياسية والإعلامي، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
45. المعري سعيد ، إدارة وتسويق الأنشطة الخدماتية ( المفاهيم والاستراتيجيات)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
46. معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن ، 2000.
47. معن خليل عمر، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دراسة تحليلية ونقدية ، دار الآفاق الجديدة، 1991.
48. مي سين عبد الكريم عبد الله ، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال ، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2014.
49. ناجي عبد النور، دور البلديات في تقديم الخدمات العامة تجربة الجزائر ( مؤتمر استراتيجيات وآليات العربي، مركز الملكة رانا، جامعة البرموك ، 2008.

50. هلال المزاهرة منال ، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1،  
2011.

**المجلة:**

بودهان ياسين ،هل توجد استراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة ؟،  
مجلة العلوم الإنسانية , w.w.w.uluml السنة الرابعة، العدد 29، دت.

**الرسائل والأطروحات:**

1. براش العربي وآخرون، تجارة الخدمات، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد  
العلوم الإقتصادية، وعلوم التسيير، 2001.

2. بن وران حكيمة وآخرون، أهمية الاتصال التسويقي في المؤسسة الخدمائية، مذكرة  
تخرج لنيل شهادة ماستر، جامعة قلمة، تخصص علوم التسيير، 2011.

3. بوجنانة فواد ، تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية، رسالة  
ماجستير في التسيير والاقتصاد، جامعة ورقلة، 2008.

4. بوخناف هشام، وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية  
الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر، عنابة، تخص علاقات عامة،  
مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، 2011/2010.

5. عبد الحليم نهلة، تنظيم الإدارة البلدية، مذكرة ماستر تخصص قانون إداري، جامعة  
محمد خيضر، 2014.

6. عيواج عذراء، واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية، دراسة ميدانية  
ببلدية قسنطينة، رسالة لنيل شهادة الماجستير، قسنطينة، 2008.

7. لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، دراسة  
ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة " مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم

الإعلام والاتصال، قسنطينة، 2008.

**المواثيق والجرائد الرسمية:**

<sup>1</sup>القانون 67/24 المؤرخ في 18 جانفي 1967، المتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية، عدد 06.

مراجع باللغة الفرنسية:

1. Sernardlamizet, thmadsilem :dictionnaire encyclopedique des sciences de l'information et de communication, ellpses, Paris, 1997
2. Philip ketler, Bernard daubois , daulphine once au afarketing.op.cit
3. Lendreviebaque et lundon Denis « darkator « 8eme, eddalozParis, France , 2003
4. Catherine Paris, 40 fiches en marketing, ( le génie des glacion) 2002



ملاحق



### استمارة استبانة

نحن طالبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم تخصص اتصال وعلاقات عامة،  
بصدد إنجاز مذكرة ماستر والمعنونة بدور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة  
الخدمائية.

ببلدية سيدي لخضر " نموذجاً " .

من إعداد الطالبتين عدة أسماء، قبلي شهرزاد تحت إشراف الدكتورة بوعدة حسينة.

نود من حضرتكم الإجابة على الأسئلة المطروحة بكل صدق وأمانة، ونعدكم أننا لا نستعملها  
إلا لأغراض علمية.

## السمات العامة:

- 1-الجنس: ذكر  أنثى
- 2-السن: 18الى 30  31الى 40  41الى 50  أكثر من 51
- 3-المستوى التعليمي: ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي
- 4-الحالة الاجتماعية: أعزب  متزوج  مطلق  أرمل
- 5-الأصل الاجتماعي: ريفي  شبه حضري
- 6-الوظيفة: .....

## المحور الأول: دور الاتصال في أداء أدوارها اتجاه المجتمع المحلي لبلدية سيدي لخضر

7-ما هي طبيعة علاقتك مع مسؤول خلية الاتصال؟

- جيدة  حسنة  عادية  سيئة

8-هل هناك اتصال وتواصل بينك وبين خلية الاتصال؟

- نعم  لا  نوعا ما

9- هل تؤدي خلية الاتصال أدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي؟

- نعم  لا  أحيانا

إذا كان نعم كيف؟.....

إذا كان لا لماذا؟.....

10- ما هي الوسائل التي تعتمد عليها خلية الاتصال للتواصل مع الجمهور الخارجي؟

رتبها حسب أهميتها:

الإعلانات

المنشورات

الفايسبوك

الهاتف

الاتصال الشخصي

وهل ساعدتك هذه الوسائل في تسهيل الاتصال مع خلية الاتصال؟

نعم  نوعا ما  أحيانا

11- ما هي الوظائف التي تقوم بها خلية الاتصال اتجاه الجمهور الخارجي؟

الحملات التحسيسية

النشاطات التطوعية

تقديم المساعدات المادية

مشاريع السكن والطرق

أخرى أذكرها.....

12- ما هي النشاطات التي تقوم بها خلية الاتصال اتجاه الجمهور الخارجي؟

تنظيم الزيارات

الاستماع إلى انشغالات المواطنين

القيام بعملية صبر الآراء للمواطنين حول قضاياهم.

أخرى أذكرها.....

13- ما هي احتياجاتك اتجاه البلدية؟

رتبها حسب أهميتها:

السكن

الطرق

القفة الرمضانية

منحة المالية للمسنين البطالين

توفير النقل للمناطق النائية

14- هل تلبى البلدية احتياجاتك:

لا

أحيانا

نعم

إذا كان نعم ما هي؟ .....

إذا كان لا لماذا؟ .....

المحور الثاني: العراقي التي تواجه الجمهور الخارجي لبلدية سيدي لخضر مع خلية الاتصال:

15- هل تحضى مؤسسة بلدية سيدي لخضر بتقدير جمهورها الخارجي؟

نوعا ما

لا

نعم

16- ما هي المشاكل التي تواجهك مع خلية الاتصال؟

.....

17- هل تجد صعوبة في تقديم شكاويك باقتراحاتك لبلدية سيدي لخضر؟

أحيانا

لا

نعم

إذا كان نعم كيف؟.....

إذا كان لا لماذا؟.....

18- هل ترى أن الأيام المخصصة للاستقبال؟

كافية  غير كافية  نوعا ما

19- هل تواجه صعوبات في تعاملك مع خلية اتصال البلدية؟

نعم  لا  نوعا ما

-إذا كانت الإجابة نعم ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها لتخطي هذه

الصعوبات.....

.....

20- ما هي نظرتك تجاه مؤسسة بلدية سيدي لخضر؟

.....

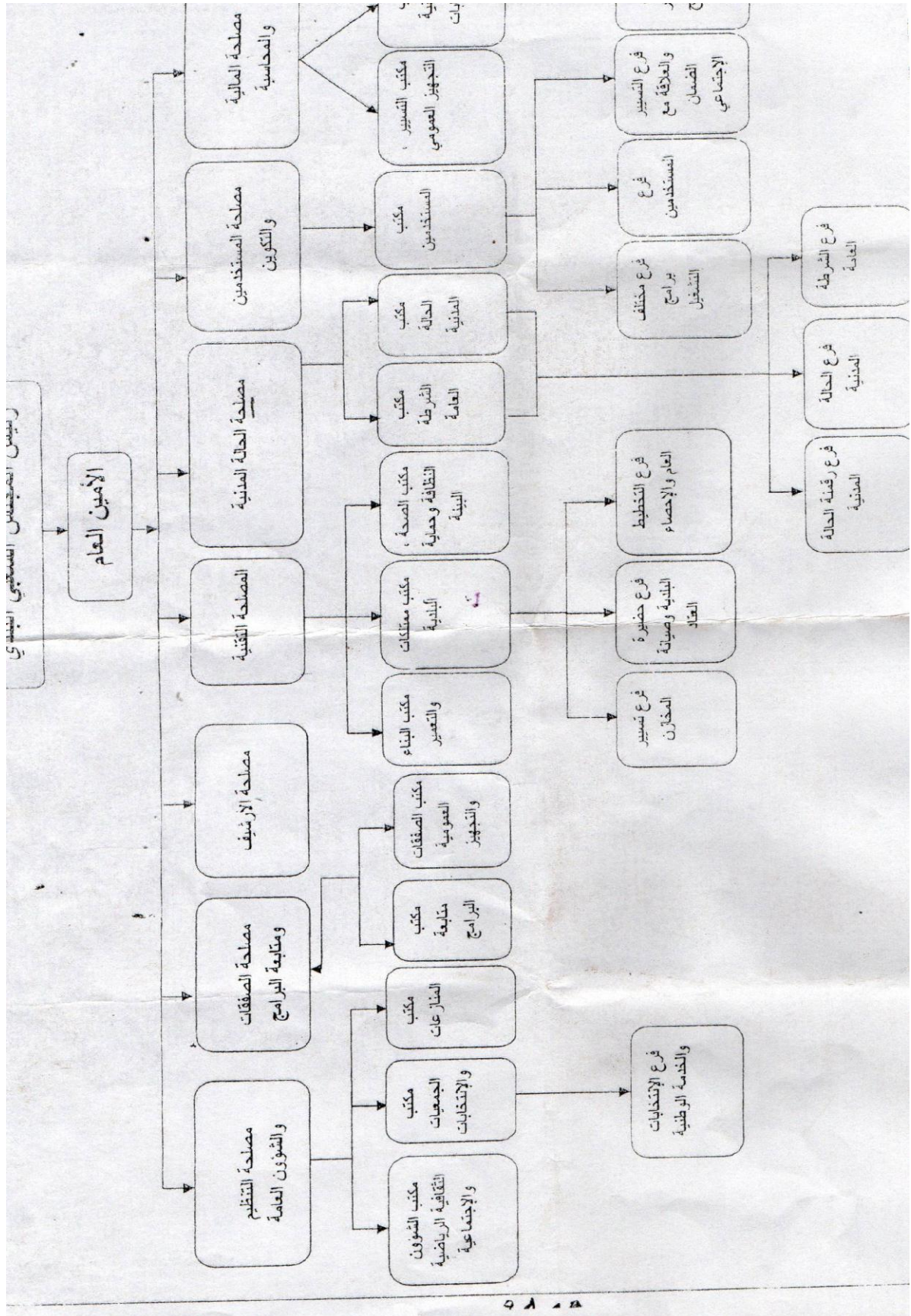
.....

21- ما هي المقترحات والحلول التي تقدمها للعوائق التي تواجه خلية الاتصال لمؤسسة

بلدية سيدي لخضر؟

.....

.....



## ملخص الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية مؤسسة بلدية سيدي لخضر مستغانم والأسباب التي دفعت بنا لاختيار هذا الموضوع هي الميل الشخصي للموضوعات التي تتناول العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية وأهمية مؤسسة البلدية باعتبار مؤسسة في المجتمع المحلي بالنظر إلى الأدوار والوظائف التي تقوم بها.

اعتمدنا في دراستنا لبلوغ الأهداف المرجوة وتتمثل هذه الأهداف في الكشف إذا ما كان للعلاقات العامة من خلال خلية الاتصال دورا في تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي من خلال تلبية مطالبهم وانشغالاتهم والتواصل الفعال مع هذا الأخير.

واعتمدنا على التساؤل الرئيسي وفرضيات.

## التساؤل الرئيسي:

كيف يرى الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية الأدوار التي تمارسها خلية الاتصال لهذه الأخيرة معهم كنشاط في سياق العلاقات العامة؟ وما هي المشاكل والعراقيل التي تواجه الجمهور الخارجي في تواصلهم مع مؤسسة بلدية سيدي لخضر؟ وكيف يؤثر ذلك على صورة المؤسسة؟

## الفرضيات كالاتي:

يرى الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر أن خلية الاتصال لا تؤدي أدوار مهمة تتوافق ومطالبه.

يواجه الجمهور الخارجي لمؤسسة بلدية سيدي لخضر مشاكل كبيرة على مستوى خلية الاتصال مما يؤثر سلبا على صورة المؤسسة لديهم.

وتقع هذه الدراسة ضمن المنهج الكمي وهذا لكونه الأكثر ملائمة لموضوع الدراسة وأخذنا عدد أفراد سكان بلدية سيدي لخضر (100 مفردة) المتمثلة في الجمهور الخارجي.

واعتمدنا على الاستمارة الاستبائية كأداة لجمع البيانات .

ثم توصلنا إلى أهم النتائج في ضوء الفرضيات.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

تحتل خلية الاتصال كبديل للعلاقات العامة في مؤسسة بلدية سيدي لخضر بالرغم من عدم وجود مؤهلون مختصون في الاتصال وذلك من أجل تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي.

خلية الاتصال في بلدية سيدي لخضر لا تقوم بأدوار مهمة تتوافق ومطالب الجمهور الخارجي إلا بنسبة ضئيلة لبعض الفئات المعينة.

تعاني خلية الاتصال من مشاكل تضعف من مكانتها وأدائها وهذا من خلال عدم تأديتها لواجباتها وخدماتها على أكمل وجه للمجتمع المحلي.



## **Summary**

The problem of the study was represented in the role of public relations in improving the image of the service institution, the municipal institution of Sidi Lakhdar Mostaganem, and the reasons that prompted us to choose this topic are the personal tendency to issues that deal with public relations in the service institution and the importance of the municipal institution as an institution in the local community, given the roles and functions it performs .

We adopted in our study to achieve the desired goals, and these goals are to reveal whether public relations through the communication cell has a role in improving the image of the institution with the external public by meeting their demands and concerns and effective communication with the latter.

We relied on the main question and hypotheses.

### **The main question:**

How does the external public of the municipal institution see the roles played by the latter's communication cell with them as an activity in the context of public relations? What are the problems and obstacles that the external public face in their communication with the municipal institution of Sidi Lakhdar? How does this affect the company's image?

### **The assumptions are as follows:**

The external audience of the Sidi Lakhdar Municipal Corporation sees that the liaison cell does not perform important roles that correspond to its demands.

The external public of the Sidi Lakhdar Municipal Corporation faces major problems at the level of the communication cell, which negatively affects their image.

This study falls within the quantitative approach, because it is the most appropriate to the subject of the study, and we have taken the number of the population of the municipality of Sidi Lakhdar (100 individuals), represented by the external audience.

We relied on the questionnaire as a tool for data collection.

Then we reached the most important results in light of the hypotheses.

**Among the most important results obtained:**

The communication cell occupies an alternative to public relations in the municipal institution of Sidi Lakhdar, despite the lack of qualified communication specialists, in order to improve its image with the internal public.

The communication cell in the municipality of Sidi Lakhdar does not play important roles that correspond to the demands of the external public, except for a small percentage of certain groups.

The communication cell suffers from problems that weaken its position and performance, and this is through the failure to perform its duties and services to the fullest extent for the local community.