



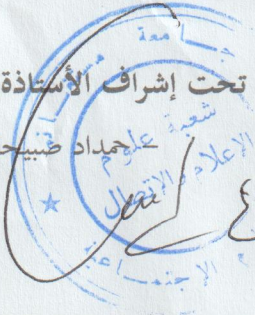
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة الموسومة بـ:

دور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي
"دراسة ميدانية بمؤسسة إتصالات الجزائر مستغانم"

تحت إشراف الأساتذة:
ع. حمداد صبيحة



المداخلة
عائشة للاسديع

من إعداد الطالبة:
- عماري صليحة

الأساتذ	الصفة
مجاهد حنان	رئيسة لجنة
رقاد حليلة	مناقشة
حمداد صبيحة	مشرفا

السنة الجامعية 2021/2022م

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله عز وجل أولاً وأخيراً على ما قدر من التيسر ويسر من التقدير لإنجاز هذا العمل المتواضع ونصلي ونسلم على نبينا محمد عليه ألف صلاة وأزكى تسليم وعلى آله وصحبه أجمعين إلى يوم الدين، عرفانا بالجميل أتقدم بالشكر وعظيم التقدير لأستاذتي الفاضلة حمدان صبيحة على قبولها بالإشراف على مذكرة تخرجي ولما بذلته من جهد وتوجيه رشيد ورأي سديد.

كما أتقدم بفائق الشكر والتقدير إلى من علمني حروفاً من ذهب خلال مشوارنا الدراسي وخاصة أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة عبد الحميد ابن باديس وأشكر بوجه الخصوص رئيس شعبة علوم الإعلام والاتصال الدكتور العربي بوعمامة والدكتور الفاضل "بعلي سعيد" بعظيم الشكر وخالص الامتنان والتقدير وأشكر كل من ساعدني من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة

إهداء

إلى أمي من غمرتني بحنانها وكرمها بارك الله في عمرها
إلى سبب طموحي في الحياة وبذرة حلمي والذي رحمه الله
إلى إخوتي وقلبي النابض حفظهم الله ورعاهم
إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي
أهديكم خلاصة جهدي العلمي

ملخص الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في دور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين بمديرية إتصالات الجزائر لولاية مستغانم ومن الأسباب التي دفعت بنا لاختيار هذا الموضوع كانت كالتالي:

الأهمية البالغة التي أصبحت تحظى بها العلاقات العامة كوظيفة داخل المؤسسات فتطور ميدان العلاقة العامة واهتمامه بمختلف شؤون المؤسسة والموظفين سمح لها أن تكون وظيفة إدارية حيوية مستمرة مخططة لا يمكن الإستغناء عنها.

إعتمدنا في دراستنا لبلوغ الأهداف المرجوة كل مجموعة من التساؤلات تتمثل في التساؤل الرئيسي ألا وهو: ما هو دور الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي داخل مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم؟ وتساؤلات فرعية كالآتي:

- هل توجد مكانة للعلاقات العامة داخل المؤسسة؟
 - ما هو واقع العلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم؟
 - ما هي وسائل العلاقات العامة المستخدمة لتحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة؟
 - ماهو رأي الموظفين في دور العلاقات العامة في تحسين أدائهم داخل المؤسسة؟
- كما إعتمدنا على مجموعة من الفرضيات تمثلت في فرضية رئيسية وهي: تلعب العلاقات العامة دورا مهما في تحسين الأداء الوظيفي داخل مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم.
- وتمثلت الفرضيات الفرعية:

- تحتل العلاقات العامة مرتة مهمة ومكانة مرموقة داخل المؤسسة.
- تسعى المؤسسة إلى خلق علاقات طيبة مع جمهورها الداخلي والمحافظة عليها مما يساعدها على تحقيق أهدافها.
- تتعدد وسائل العلاقات العامة داخل المؤسسة في تحسين الأداء الوظيفي لموظفيها.
- تلعب العلاقات العامة دورا مهما لدى العاملين بمؤسسة إتصالات الجزائر لمستغانم.

ومن أجل الإجابة على إشكالية بحثنا تم الإعتماد في هذا البحث على المنهج الكيفي وهذا لكونه الأكثر ملائمة لموضوع دراستنا واعتمدنا على المقابلة كأداة لجمع البيانات.

وقد قمنا بإختيار مجتمع بحثنا في هذه الدراسة بناء على إبراز طبيعة المجتمع في حد ذاته والمتمثل في خمس رؤساء مصالح مديرية إتصالات الجزائر لولاية مستغانم، وأوصينا في دراستنا بمجموعة من التوصيات والإقتراحات كانت أهمها:

الإعتراف بأهمية دور العلاقات العامة وضرورة الإلتزام بنظام علمي في إستخدام التحفيز من خلال تقديم المكافآت وترتيبات تحفز الموظفين على إنجاز مهامهم بفعالية وكفاءة، وتوفير الأغلفة المالية اللازمة حتى يتمكن المكلف بالعلاقات العامة.

وتصحيح مفهوم العلاقات العامة داخليا والعمل على إيضاح صورتها من الداخل قبل الخارج مما ينعكس بالإيجاب على المؤسسة.

الكلمات المفتاحية :

دور العلاقات العامة - تحسين الأداء الوظيفي - بمديرية إتصالات الجزائر - ولاية مستغانم

Study summary:

The problem of the study was represented in the role of public relations in improving the job performance of employees in the Directorate of Communications of Algeria in the state of Mostaganem, and the reasons that prompted us to choose this topic were as follows:

The great importance that public relations have become as a function within institutions. The development of the field of public relations and its interest in the various affairs of the institution and employees allowed it to be a vital, continuous, planned and indispensable administrative function

In our study, to achieve the desired goals, we relied on each set of questions represented in the main question: What is the role that public relations play in improving job performance within the Algeria Telecom Corporation for the state of Mostaganem?

And sub-questions are as follows:

- Is there a place for public relations within the institution?

- What is the reality of public relations in the El-Jazzar Communications Corporation for the state of Mostaganem?

What are the means of public relations used to improve the performance of employees within the organization?

What is the employee's opinion of the role of public relations in improving their performance within the organization?

We also relied on a set of hypotheses represented in the main one: Public relations play an important role in improving job performance within the Algeria Telecom Corporation for the state of Mostaganem.

The sub-hypotheses were:

Public relations occupies an important and prominent position within the institution.

The Foundation seeks to create and maintain good relationships with its internal audience, which helps it achieve its goals.

There are many means of public relations within the organization to improve the job performance of its employees.

Public relations plays an important role for the employees of the Algeria Telecom Corporation of Mostaganem.

In order to answer the problem of our research, we relied in this research on the qualitative approach, because it is the most appropriate to the subject of our study, and we relied on the interview as a tool for data collection.

We have chosen the community we studied in this study based on highlighting the nature of the community in itself, which is represented

by five heads of interests in the Directorate of Communications of Algeria for the state of Mostaganem, and we recommended in our study a set of recommendations and suggestions, the most important of which were:

Recognizing the importance of the role of public relations and the need to adhere to a scientific system in the use of motivation by providing rewards and arrangements that motivate employees to carry out their tasks effectively and efficiently, and providing the necessary financial envelopes so that the public relations officer can.

Correcting the concept of public relations internally and working to clarify its image from the inside before the outside, which will be positively reflected on the institution.

key words :

The role of public relations – improving job performance – at the Algeria Communications Directorate – Mostaganem state

الصفحات	المستويات
	شكر والتقدير
	إهداء
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
4	إشكالية الدراسة
5	الفرضيات
6	أهداف وأهمية الدراسة
6	أسباب إختبار الموضوع الدراسة
11	تحديد المفاهيم والمصطلحات
12	منهج الدراسة
13	أدوات جمع البيانات
13	الدراسة السابقة
20	المنظور الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
22	المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة
24	المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة
24	لمطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة
25	المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة
27	المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة
28	المطلب الرابع: خصائص العلاقات العامة
29	المطلب الخامس: وظائف العلاقات العامة
30	المطلب السادس: وسائل الإتصال في العلاقات العامة
35	المطلب السابع: إدارة العلاقات العام
40	المطلب الثامن: أهداف وأهمية العلاقات العامة
42	المطلب التاسع: رجل العلاقات العامة
46	المبحث الثاني: ماهية الأداء الوظيفي

46	المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي
46	المطلب الثاني: محددات الأداء الوظيفي
47	المطلب الثالث: أنواع الأداء الوظيفي
49	المطلب الرابع: أبعاد الأداء الوظيفي
49	المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي
51	المطلب السادس: عناصر الأداء الوظيفي
52	مطلب السابع: خطوات قياس الأداء الوظيفي
52	المطلب الثامن: طرق تحسين الأداء الوظيفي
54	مطلب التاسع: أهداف وأهمية الأداء الوظيفي
58	المبحث الثالث: أساليب العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي
58	المطلب الأول: التوجيه في ادارة العلاقات العامة
58	المطلب الثاني: تدريب العاملين في المنشأة
60	المطلب الثالث : الموظف والعلاقات العامة في منشآت الاعمال
61	المطلب الرابع: المؤهلات الادارية والوظيفية
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
67	المبحث الأول: جمع وتحليل البيانات الميدانية
67	مطلب الأول: مجالات الدراسة
67	المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة
67	المطلب الثالث: مهام مؤسسة إتصالات الجزائر فرع مستغانم
71	المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي العام لمجمع إتصالات الجزائر
73	المطلب الخامس: عرض وتحليل بيانات المقابلة
79	المطلب السادس: عرض نتائج الدراسة
91	المطلب السابع: التوصيات والمقترحات
97	خاتمة
98	الملاحق
102	قائمة المصادر والمراجع

مقدمة

مقدمة:

شهدت العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين تطورا كبيرا على مستوى العديد من المصطلحات الإتصالية التي شغلت بال كثير من الباحثين في المجال الإتصالي والإعلامي.

ونأخذ مصطلح العلاقات العامة كنموذج حي اختلفت وتضاربة حوله العديد من الآراء والمفاهيم فكون العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية قديمة قدم الإنسان والذي لا بد أن يتعايش ويحيك بالآخرين، سواء وافقهم أو تعارض معهم فمع تطور الإعلام واتساع الساحة الإعلامية وكثرة النشاطات الإجتماعية بين الأفراد والهيئات بمختلف أنواعها وأشكالها تطور مفهوم العلاقات العامة وحظي بعناية كبيرة من قبل الباحثين في علوم الإعلام والإتصال، وتحولت العلاقات العامة من مجرد علاقات عابرة إعتباطية إلى علاقات ذات أسس ومبادئ وقواعد مهنية، خاصة في ظل الإدارات الحديثة المعاصرة وتعدد نطاق إستخدامها من مؤسسات عامة وخاصة إلى مؤسسات صناعية خدمائية، تجارية وغيرها الحكم المسبق يكون مبني على أساس دراسات سابقة حول الموضوع.

فمن خلال إطلاعي كباحثة في هذا الموضوع على الدراسات الميدانية السابقة نبين لنا أن تجسيد وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية المختلفة النشاطات، شبه مغيب أن لم تقل أنه مغيب تماما هذا بالإضافة إلى أن حداثة مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية وصعوبة تطبيقه على الميدان هو ما دفع إلى الإهمال الدور الحقيقي لهذه الأخيرة داخل المؤسسات وإن كان هناك إهتمام فهو ينصب على دورها خارجيا حيث تركز على تحقيق الرضا والتفاهم بين المؤسسة والجمهور الخارجي، وتسعى إلى تحسين الخدمات المقدمة لهم وهذا الحساب الجمهور الداخلي في الرغم من الإطلاع على وظائفها إلا أنها لا تجسد على أرض الواقع، وفي هذا الإطار سعت هذه الدراسة إلى التركيز على المؤسسات هامة وحساسة الا وهي المؤسسات الخدمائية التي سنقف عند واحدة منها ألا وهي مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم، بإعتبارها مؤسسة خدمائية تستخدم العلاقات العامة كوسيلة لتحقيق الأهداف وبلوغ غايتها، ومن هذا نريد معرفة الواقع الفعلي للعلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية ومدى مساهمتها في تحسين أداء الموظفين وهو الهدف الأساسي المرجو بلوغه من خلال الدراسة التي تضم ثلاثة فصول.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. الفرضيات
3. أهداف وأهمية الدراسة
4. أسباب إختيار الموضوع للدراسة
5. تحديد المفاهيم والمصطلحات
6. منهج الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. الدراسات السابقة

إشكالية الدراسة:

1. تحديد مشكلة الدراسة:

تسعى مختلف المؤسسات اليوم بإختلاف أنواعها ومجالات نشاطها لتحقيق النمو والنجاح وكسب صورة حسنة وسمعة طيبة لدى جماهيرها المتعددة وهذا لا يكون إلا من خلال تكامل مجموعة من العوامل الضرورية لأي مؤسسة تهدف للنجاح إنطلاقاً من محيطها الداخلي، ومن العوامل الداخلية المساهمة في نجاح المؤسسات وجود شبكة من الإتصالات والعلاقات الفعالة التي تضمن لها التواصل المستمر بجمهورها الداخلي الذي يعتبر مورداً هاماً ورأس مال لها تنعكس جهوده على مستوى الجماهير والبيئة الخارجية فلا يمكن للمؤسسة أن تكون دون وجود أفراد ينتمون لها فتعمل على تكوين علاقات وقنوات إتصالية تضمن تدفق المعلومات لهم بواسطة أشكال إتصالية متنوعة.

ولأجل إستخدام هذه الأشكال الإتصالية بطريقة فعالة ظهرت العلاقات العامة كجهاز أو كمهنة في المؤسسات، حيث تعتبر وظيفة إدارية تسعى لضمان إتصال فعال بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية وبناء علاقات داخلية تعزز من قدرات المنظمة التنافسية في مجال نشاطها على مستوى بيئتها الخارجية فيمكن القول عن العلاقات العامة بأنها ذلك الجهاز الذي يربط المؤسسة بجمهورها الداخلي بناء على العلاقات الإنسانية وأيضاً تلك الوظيفة التي من أهدافها السعي الدائم للتعريف بالمؤسسة ونشاطاتها وكسب تأييد الجماهير المتنوعة وتوفير قنوات إتصالية ملائمة معها، ومن مهام أو وظائف العلاقات العامة أيضاً وظيفة البحث حيث تجري بحوث الرأي والإستطلاع وجمع المعلومات عن المؤسسة وجمهورها وحتى منافسيها، كما يقوم أيضاً بالتنسيق بين إدارات المؤسسة وبين الجماهير الداخلية ككل، فالعلاقات العامة الفعالة تبدأ من داخل المنظمة حيث تعمل على تطوير معارف ومعلومات الأفراد العاملين والعمل على تهيئة البيئة الملائمة للعمل وخلق الثقة بينهم مما يساهم في تحسين أدائهم الوظيفي وأداء مهامهم بشكل فعال.

وقد نال الأداء الوظيفي حطة من الإهتمام فالمؤسسات تركز جهودها على التطوير المستمر لأدائها وأداء عاملها فهي تخص كثيراً من ميزانيتها لرفع الأداء وتحسينه والإرتقاء بالمستوى الإنتاجي فالأداء الوظيفي هو الجهد الذي يقوم به الموظف لإنجاز مهمة ما حسب قدرته واستطعته وهو المخرج الذي يحققه الموظف عند قيامه بأي نشاط من الأنشطة فسعت المؤسسات في إستراتيجياتها للإهتمام بالأداء وطرق تحسينه وتبني مختلف الوسائل لتحقيق ذلك، فالإهتمام يرفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين أصبح ضرورياً لكل المؤسسة مهما طان ذلك نوعها لأنه

عنصر فعال في تحقيق الأهداف المسطرة من طرف قيادة المؤسسة لذلك وجب تحسين الفرد العامل بوزنه وأهميته وهذا ما يتطلب عدة أشكال واتجاهات من الإهتمام خاصة من الجانب الإتصالي المعنوي قد تم الإيمان بفكرة أن المؤسسة لا يمكن لها تحقيق أهدافها من خلال مواردها المادية فحسب بل وجب عليها التركيز وبنفس النسبة أو أكثر المورد البشري وهذا ما تشترك العلاقات العامة فيه، فالإهتمام بالموظف وتكوينه إضافة لتوفير ظروف ومحيط جيد للعمل والإهتمام بمختلف حاجات العامل تجعله يفجر من طاقته وإبراز مهارته وقدراته في العمل.

وفي ظل التطور الحاصل في مختلف المجتمعات أصبح لزاما على المؤسسات مواكبته والتعامل معه وتبني فكرة تكوين علاقات طيبة مبنية على الثقة المتبادلة مع الجماهير المتنوعة وهنا إرتأينا في دراستنا معرفة العلاقات العامة وأهميتها في تحسين الأداء الوظيفي من خلال الدور الذي تلعبه في الوصول بأي مؤسسة للنجاح وتحقيق الأهداف المرجوة والمبنية على العلاقة مع الجماهير المتنوعة خاصة العاملين بها، ومن هذه النقطة تبلورت إشكالية دراستنا في التساؤل الرئيسي: ما هو الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم؟

ويتفرع عن سؤال الإشكالية التساؤلات التالية:

- 1- هل توجد مكانة للعلاقات العامة داخل المؤسسة؟
- 2- ما هو واقع العلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر بمستغانم؟
- 3- ما هي وسائل العلاقات العامة المستخدمة لتحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم؟
- 4- ما هو رأي الموظفين في دور العلاقات العامة في تحسين آدائهم داخل المؤسسة؟

2. الفرضيات:

1.2 الفرضية العامة (الرئيسية):

تلعب العلاقات العامة دورا مهما في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم

2.2 الفرضيات الفرعية:

- تحتل العلاقات العامة مرتبة هامة ومكانة مرموقة داخل المؤسسة.
- تسعى المؤسسة إلى خلق علاقات طيبة مع جمهورها والمحافظة عليها مما يساعدها على تحقيق أهدافها.
- تتعدد وسائل العلاقات العامة داخل المؤسسة في تحسين الأداء الوظيفي لموظفيها.

- تلعب العلاقات العامة دورا مهما لدى العاملين بمؤسسة إتصالات الجزائر بمستغانم.

3. أهداف وأهمية الدراسة:

1.3 أهداف موضوع الدراسة:

- بعد مرحلة إختيار موضوع دراستنا والذي هو بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة حددنا مجموعة من الأهداف والتي تضمنت ما يلي:
- معرفة مدى قدرة العلاقات العامة وحقيقة مكانتها في مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم.
 - التعرف على مستوى العلاقات العامة وحقيقة مكانتها في مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم.
 - معرفة طبيعة نشاط العلاقات العامة بالمؤسسة الخدمائية.
 - الكشف عن مدى فعالية العلاقات العامة في التأثير على مردودية العاملين بمؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم.

- الرغبة في معرفة كيفية تحسين العلاقات العامة للأداء الوظيفي داخل المؤسسة الخدمائية.
- إبراز أدوات ووسائل العلاقات العامة ومعرفة مدى تأثيرها على الجمهور الداخلي للمؤسسة.
- التعرف على علاقة الموظفين ومحاوله تشخيص الواقع الفعلي لمحتوى الدراسة.
- محاولة معرفة مستوى الأداء الوظيفي في المؤسسة محل الدراسة.

2.3 أهمية موضوع الدراسة:

- لهذه الدراسة أهمية كبيرة فالعلاقات العامة كعنصر فعال قد برزت دورا هاما في تطور المؤسسات وتحسين الأداء الوظيفي ومنها:
- الأهمية البالغة التي أصبحت تحظى بها العلاقات العامة كوظيفة داخل المؤسسات بحيث تساهم في تحقيق الرضا الوظيفي للفرد العامل.
 - إرتباط العلاقات العامة وأنشطتها داخل المؤسسة لهيئة بيئة العمل وفق ما يحقق أهداف المؤسسة ويضمن حسن العلاقات وخلق جو من الثقة بين العاملين.
 - إكتساب هذه الدراسة أهمية لأن أغلب أبحاث العلاقات العامة لا تهتم غالبا بالرضا الوظيفي لذلك تضمنت دراستنا معلومات قيمة وأعطت أهمية العلاقات العامة من الناحية الإيجابية في مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم ومدى مساهمتها في صناعة القرار وتحفيز الموظفين لتحسين مستوى أدائهم.

4. أسباب إختيار الموضوع الدراسة:

يرجع إختيار موضوع دور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة الخدمائية للمديرية العملية لإتصالات الجزائر في أسباب ذاتية وأخرى موضوعية تشكل في مجملها حافزا أساسيا لتقصي أبعاد هذا الموضوع.

1.4 الأسباب الذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة الموضوع.
- مدى إقتناعنا أن العنصر البشري هو أساس نجاح وفعالية المؤسسة ويقائها.
- الرغبة في التعرف على أهمية العلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر ولاية مستغانم.
- محاولة إثراء البحث العلمي وتطبيقاته بما يفيد المجتمع عامة والمؤسسات الجزائرية لولاية مستغانم.
- حب المعرفة والإطلاع وتقديم دراسة تترجم فعليا مجهوداتنا العلمية التي تحصلنا عليها طيلة سنوات الدراسة.

2.4 الأسباب الموضوعية:

- صلة الموضوع بتخصص دراستنا.
- الكشف عن سبب عدم معرفة الموظفين لطبيعة العلاقات العامة.
- معرفة سبب إهمال دور العلاقات العامة داخليا في العديد من المؤسسات والتركيز على دورها مع الجمهور الخارجي.
- قابلية هذا الموضوع للدراسة سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية، وذلك لإمكانية النزول إلى الميدان لتحقيق أهداف الدراسة والتأكد من صحة فرضياتها.
- تجديد الموضوع بإستمرار نظرا للتغيرات التي تطرأ على عالم المؤسسة.

5. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1.5 الدور:

لغة: من الفعل دار يدور، أي تحرك في إتجاهات متعددة في مكانه وكلمة الدور مستعارة من حياة المسرح وأول من إستعملها بهذا المعنى نش (niche)، حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح وكأن التنظيم الإجتماعي مسرح حياة الجماعة وأفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب إختلاف مراكزه.¹

¹ محي الدين مختار، دراسات في علم الإعلام والإتصال، ط1، دار المعرفة، عمان، 1993، ص 201.

إصطلاحاً: 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.

يستخدم مصطلح الدور في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والأنثروبولوجيا بمعاني مختلفة فينطلق كمظهر للبناء الاجتماعي على وضع اجتماعي معين يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة تخضع لتقييم معياري إلى أحدهما من قبل أولئك الذين يكونون في الموقف ومن قبل الآخرين.

تعريف الدور:

يعرف كارثن وكاهن: الدور بأنه إطار معياري للسلوك يطالب به الفرد نتيجة إشتراكه في علاقات وظيفية بصرف النظر عن رغبته الخاصة والإلتزامات الداخلية الخاصة البعيدة عن هذه العلاقات الوظيفية ويتحدد محتوى الدور لمتطلبات الواجبات الوظيفية والنظام الهرمي وتتميز الأدوار بأنها يمكن تعلمها وتعليمها سواء من خلال الأعداد للوظيفة والدخول فيها والتدريب عليها أثناء ممارستها وكثير من الأدوار بأنها يمكن عن طريق الملاحظة والتقليد والمحاكاة ويكون أداء الدور بطريقة تلقائية ذاتية.¹

ركز الباحث في تعريفه على أن الدور يكون أداؤه بطريقة تلقائية ذاتية على إعتبار أن الدور يكتسب من خلال العلاقات الوظيفية، فالأدوار يمكن تعلمها وتعليمها.

- ويعرفه لينتون ويقول: أن الدور هو المظهر الديناميكي للمكانة فالسير على هذه الحقوق والواجبات معناه القيام بالدور.²

تم هنا ربط الدور بالحقوق والواجبات فقط على أساس يتم تحديد المكانة ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريقه مجموعة من التوقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الشخص نفسه ويشير مصطلح الدور إلى نموذج اللوك الذي يتطلبه المركز ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعات الآخرين منه وهذه الأخيرة تتأثر بهم.³

إجرائياً: الدور هو الدوافع والأهداف والمعتقدات والإتجاهات والسلوك التي يتوقع أعضاء الجماعة أن يراها في وظيفة ما أو دخيل وضعاً اجتماعياً معيناً وهو الذي يصف السلوك المتوقع من الشخص في موقف ما.

¹ محي الدين مختار، المرجع السابق، ص 201.

² محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط 1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ص 358.

³ أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات والعلوم الاجتماعية، المجلد 21، مكتب لبنان، بيروت، 1986، ص 395.

2.5 العلاقات العامة:

لغة: هي عبارة عن مفهوم لفظي مركب من كلمتين: الأولى العلاقات والثانية العامة، والعلاقات جمع علاقة والعلاقة بالفتح هي الربط بين موضوعين أو أكثر وبذلك فالعلاقات هي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ إستجابة لنشاط أو سلوك والإستجابة شرط أساسي لتكوين علاقات إجتماعية.¹

والعلاقة هي مجموع الصلات والإتصالات التي تكون بين هيئة أو شركة أو منظمة من جهة والجمهور الذي تتعامل معه من جهة أخرى، أما العامة فتشير إلى الجماهيرية ويقصد بها الجمهور المختلف الذي ترتبط مصالحه ونشاطاته بالهيئة أو المنظمة

عرفها قاموس ويبسير: بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو إتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الإجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة طيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم.²

وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه.

ومما ذلك أشار إليه هذا التعريف أنه لم يحصر العلاقات العامة على نوع معين من المؤسسات والأجهزة أو على نوع معين من المهن بل أشار إلى إمكانية ممارستها إلى كافة المؤسسات سواء حكومية أو غير حكومية واهتم هذا التعريف أيضا بذكر الهدف من العلاقات العامة ألا وهو تكوين علاقات سليمة وطيبة بين المؤسسات وجماهيرها المتعامل معها سواء الجمهور الداخلي أو الخارجي.³

أما قاموس (Hachette) فعرفها أنها مجموعة الوسائل المستخدمة من طرف تنظيمات عمومية أو خاصة لبناء جو ملائم ومناب داخليا وخارجيا من أجل إعلام الجمهور بمختلف نشاطاتها.⁴

هذا التعريف يشير إلى ضرورة إعتداد العلاقات العامة على وسائل داخلية وخارجية التي تساعد على توفير جو الثقة داخل المؤسسة وخارجها.

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص 364.

حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004، ص 12².

³ مرجع سبق ذكره، حسين عبد الحميد أحمد رشوان، ص 12.

⁴ Dictionnaire Hachette ; Encyclopédique, 1995, p 160.

إصطلاحاً: رغم الإمتداد التاريخي للعلاقات العامة كنشاط وكذا البحوث والمسائل الرامية إلى رسم جذوره لمفهوم العلاقات العامة إلا أنه لم يتوصل بعد لإيجاد تعريف جامع مانع لهذا المفهوم،¹ ولعل ما يفسر ذلك الاختلافات الكبيرة من التعريفات التي قدمت من طرف العلماء والباحثين والدارسين في مجال العلاقات العامة لذلك فقد جاءت هذه التعاريف مختلفة ويمكن ذكر عينة منها على أساس التصنيف التالي:

يعرف المعهد البريطاني للعلاقات العامة على أنها: تلك الجهود المخططة والمرسومة والتي قصد من ورائها إقامة تفاهم مستمر بين المنظمة وجمهورها.²

يلاحظ هذا التعريف تركيزه على أهمية مراعاة القواعد العلمية وخاصة التخطيط في أنشطة العلاقات العامة وهذا الإيجاد حالة من التفاهم والرضا بين المنظمة وجمهورها.

إجرائياً: هي الجهود الإدارية الخلاقة والمدروسة المستمرة والمهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقتناع والإتصال المتبادل بين المؤسسة ما وجمهورها، لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الإنسجام الإجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيقها كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

3.5 الأداء: يرتبط مفهوم الأداء بكثير من العلوم خاصة الإدارية واختلفت تعاريفه لإختلاف المعايير والأهداف والإتجاهات التي تعتمد عليها الدراسات، أي أنه لم يتم التوصل إلى تحديد مدلول نهائي لمفهوم الأداء من قبل الدارسين ونذكر منهم:

لغة: المعنى الدقيق في اللغة لكلمة أداء هو قضاء الشيء به وإن الأداء مصدر الفعل أدى يقال أدى تأدية الشيء قام به، أوصله وقضاه.³

إصطلاحاً: بدوي الأداء هو تنفيذ الموظف لأعماله ومسؤولياته المكلف بها أي النتائج التي يحققها الموظف في المنظمة.⁴

¹ Birnard lamizet ahmed Silena ; Dictionnaire Enyclopédique des sciences, de l'information et de communication ellipres, paris 1997, p 473.

² د.أسامة كمال محمد الصيرفي، إدارة العلاقات العامة، ط1، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، البحرين، 2006، ص 10.

³ ابن منظور "لسان العرب"، دار صادر، بيروت، المجلد 14، 2005، ص 26.

⁴ هلال محمد عبد الغاني حسين "مهارات إدارة الأداء"، ط1، مركز تطوير الأداء، القاهرة، 1996، ص 11.

نسان الموسوي: الأداء هو مدى مساهمة الفرد في إنجاز العمل والواجبات الموكلة إليه بشكل فعال وكفاء.¹
 إجرائياً: هو ذلك النشاط أو المهارة أو الجهد المبذول من طرف الفرد سواء كان هذا الجهد عضلياً أو فكرياً من أجل إتمام مهام الوظيفة الموكلة له، حيث يحدث هذا السلوك تغييراً بكفاءة وفعالية يحقق من خلاله الأهداف المسطرة من قبل المنظمة.

4.5 الأداء الوظيفي:

من الناحية اللغوية: يعرف الأداء بأنه إنجاز عمل وما هو يقابل الكلمة اللاتينية Performer تعني إعطاء الشكل الكلي لشيء ما، والتي اشتقت منها الكلمة الإنجليزية Peformance الذي تعني إنجاز العمل أو الكيفية التي تبلغ بها المؤسسة أهدافها.²

- كما يعرف الأداء الوظيفي: أنه الأساس الذي من خلاله يتم الحكم على فعالية الأفراد والجماعات والمؤسسات، ويقصد به من زاوية أخرى إنجاز هدف أو أهداف المؤسسة.³

- نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه يركز على الأهداف والغايات متجاهلاً بذلك الجهد المبذول الطريقة التي ينجز بها العمل.

الأداء الوظيفي: هو محصلة الجهد المبذول من فرد أو جماعة بمساعدة آلة خلال زمن محدود.⁴

- نلاحظ أن هذا التعريف يركز على الطاقة المبذولة لإنجاز العمل بسرعة بمساعدة آلة أو بدونها.

المفهوم الإجرائي: هو الأنشطة والمهم التي يزاولها الموظف في المنظمة، والنتائج الفعلية التي يحققها في عمله بنجاح لتحقيق أهداف المنظمة وفقاً للموارد المتاحة والأنظمة الإدارية والواعد والإجراءات والطرق المحددة للعمل.

المفاهيم المتعلقة بالأداء الوظيفي:

الدافعية: هي جملة القوى والمؤثرات الداخلية (داخل الإنسان) التي تحرك السلوك الإنساني نحو تحقيق أهداف محددة.⁵

الكفاءة: تعرف بأنها العلاقة بين كمية الموارد المستخدمة في عملية الإنتاج وبين الناتج من تلك العملية.¹

¹ نسان الموسوي "إدارة الموارد البشرية وتأثيرات العولمة عليها"، ط 1، دار محلاوي للنشر، عمان الأردن، 2004، ص 163.

² مفيدة مجاوي، إلهام مجاوي وآخرون، المفاهيم الحديثة لإدارة الإنتاج والعمليات، ط 1، دار أسامة، عمان، 2014، ص 45.

³ كمال بربر، إدارة الموارد البشرية إتجاهات وممارسات، ط 1، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2008، ص 172.

⁴ بلال خلف السكارنة، التخطيط الإستراتيجي، ط 1، دار جليس الزمان، عمان، 2014، ص 91.

⁵ مكال بربر، المرجع السابق، ص 156.

تقييم الأداء: نظام رسمي تصممه إدارة الموارد البشرية في المنظمة، ويشتمل على مجموعة من الأسس والقواعد العملية والإجراءات.²

5.5 تعريف المؤسسة:

لغة: هو إسم مكان للفعل أسس ومصدره تأسيس ومعناه جعل الشيء أساسا أي قاعدة معينة ويعني عملية جمع عوامل معينة أو معطيات وترتيبها من أجل تحقيق هدف معين أي أن المؤسسة هي المكان الذي نطبق فيه مختلف هذه العمليات وتعد المؤسسة مكان إجتماع أشخاص تتكامل قدراتهم من أجل خدمة وكل ما ينفع المجتمع.

إصطلاحا: هي مجموعة من الأنماط التنظيمية التي تحدد العلاقات الرسمية داخلها وتحدد هذه العلاقات في الواجبات، الحقوق، المسؤوليات، الوظائف، التسلسل الإداري.

إجرائيا: المؤسسة هي عبارة عن هيكل تنظيمي تضم الموارد المادية والبشرية وتقوم على أساس العمل الجماعي للعاملين فيها، من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.³

6. منهج الدراسة:

يعتبر المنهج خطوة رئيسية في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث للوصول إلى نتائج منطقية، فالمنهج هو "مجموعة منتظمة من المبادئ العامة والطرق الفعلية التي يستعين بها الباحث في حل مشكلات بحثه مستهدفا بذلك الكشف عن جوهر الحقيقة ويمكن تعريف المنهج بأنه الطريق العلمي المؤدي والموصل لهدف البحث، وهو الخيط الغير المرئي الذي يشد فقرات البحث إلى بعضها والمنهج يختلف عن الوسيلة والأداة المستخدمة في البحث".⁴

ويعد الإختيار السليم للمنهج من الأساليب الناجحة للوصول إلى الأهداف المحددة حول موضوع الدراسة وعليه فإن المنهج المناسب لدراستنا هذه هو المنهج الكيفي الذي يعتبر أحد أنواع البحوث التي يتم اللجوء إليها في سبيل الحصول على الفهم المتعمق ووصف شمولي لظاهرة الإجتماعية، وهو منهج قوامه دراسة الإنسان والواقع

¹ هاشم حمدي رضا، التريب والتأهيل الإداري، ط1، دار الرؤية للنشر، عمان، 2010، ص 132.

² عمر وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة، ط1، دار وائل، عمان، 2009، ص 323.

³ عبد الله محمود عبد الرحمان، سيوسولوجية التنظيم، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1987، ص 30.

⁴ محمد أزهري سعيد السماك، طرق البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2002، ص 89.

الإجتماعي بأبعاده المختلفة وينطوي على خيال مهجي كفي يستقرأ الواقع ويقراً المستقبل ويدرس الإنسان بمختلف أدواته المعرفية كملاحظة للمشاركة والمقابلة الحرة والمعمقة ومقابلة الخبراء ومحادثة الجماعة.¹

7. أدوات جمع البيانات:

لا يمكن لأي بحث علمي أن يكون مكتملاً ويصل لنتائج موثوقة وصحيحة بدون أدوات يعتمدها الباحث في جمع البيانات وفي دراستنا هذه إتمدنا على المقابلة كأداة لجمع البيانات.

المقابلة:

وتعرف المقابلة بأنها محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة، وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، بغرض الوصول إلى المعلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث الوصول إليها، بضوء أهداف بحثه.

كما تعرف بأها محادثة بين الباحث أو من بينه والأشخاص المستجوبون الذين رغب في الحصول على المعلومات منهم.²

وقد إتمدنا في دراستنا على المقابلة نصف موجهة بغية الحصول على أكبر قدر من المعلومات بدون ضوابط، حيث أجريت المقابلة مع رؤساء المصالح.

وقد قمنا بإعداد إستمارة مقابلة نصف موجهة وهي تتضمن عدد لا بأس به من الأسئلة التي لم تصاغ مسبقاً لقد إنطلق الباحث في مقابلاته من مجموعة مواضيع أو عناوين هي أشبه بدليل يمتلك فيه الباحث حيزاً كبيراً من الحرية والمرونة في طرح الأسئلة تبعاً للموقف أو مقابلة نفسها.³

المحور الأول: مكانة العلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر تضمن 9 أسئلة.

المحور الثاني: وسائل العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة و تضمن 10 أسئلة.

المحور الثالث: فكان بعنوان تقييم الموظفين لدور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي وتحسين أدائهم حيث تضمن 8 أسئلة.

¹ الهراس المختار، منهجية البحث في العلوم الإجتماعية منشورات كلية الأدب والعلوم الإنسانية، مطبعة النجاح الجديدة، ط 1، دار البيضاء المغرب، 2002، ص 09.

² د. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء، 2015، ص 141.

³ عبد الباسط عيد المعطي، البحث الإجتماعي محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، ط 1، دار المعرفة الجامعية، 1998، ص 281.

8. مجتمع البحث والعينة:

أ. **مجتمع البحث:** وهو مجموعة وحدات التي نريد الحصول على بيانات منها أو عنها ويتمثل مجتمع بحثنا في عمال مؤسسة إتصالات الجزائر ولاية مستغانم والذين يتميزون بمجموعة من الخصائص الديمغرافية والسوسيو مهنية.

عينة الدراسة:

مفهوم العينة: تعرف العينة على أنها طريقة من طرق البحث وجمع البيانات والمعلومات فهي تطبيق للنتائج الجزئية على مجموع مجتمع البحث".

وتعدد أنواع العينات إلا أننا قد اخترنا العينة (القصدية) لأنها تستخدم في هذا النوع من الدراسات وتعرف على أنها العينة التي يذهب إليها الباحث ويقصدها بالتحديد أي يقصد أشخاص بعينهم فينتقي الباحث الأفراد الذي يكونون هم أفراد العينة الخاصة بالدراسة ويبي حكمه على مدى مطابقة هؤلاء الأفراد لأعراض بحثه المحددة فإذا أراد الباحث أن يدرس موضوعا ما يقصد الأفراد الممثلين له،¹ وذلك لمعرفة فعالية العلاقات العامة في عمال مؤسسة إتصال الجزائر بولاية مستغانم ويقدر ب 238 عينة كاملة في مختلف الرتب والوظائف.

9. الدراسات السابقة:**عرض الدراسة الأولى:**

دراسة ليوسف عويد عتيق السعيدى بعنوان "دور العلاقات في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تايمز الكويتيين"، وقدمت هذه الرسالة إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط 2013.

إشكالية الدراسة:

تمحورت إشكالية الدراسة في إستكشاف دور العلاقات العامة في تحقيق مستوى الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي "الرأي" و"الكويت تايمز" وأهمية معرفة العوامل التي تؤثر في تحسين ذلك الرضا في المؤسسات الإعلامية الكويتية وجاء ذلك من خلال التساؤل الرئيسي التالي، مادور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي "الرأي" و"الكويت تايمز".

¹ عبد المجيد لطفى، علم الاجتماع، ط7، دار المعرفة، القاهرة، 1976، ص353.

فرضية الدراسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستويات الرضا بين العاملين في الصحيفتين المدروستين.

منظور الدراسة:

إستخدم الباحث في دراسته نظرية القيمة لجون لوك حيث يرى أن هذه النظرية ستكون مفيدة في تفسير وتوضيح العديد من الجوانب المتعلقة بالرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسات والمرؤوسين، وقد ركز هذا المدخل النظري على أن أي ناتج يكون ذا قيمة بالنسبة للفرد بغض النظر عن ماهية هذا الناتج فالرضا عن العمل هو نتيجة لحصول الفرد على ما يرغب فيه.

منهج الدراسة:

إستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي بكونه منهج يحقق أهداف الدراسة المتمثلة في وصف الظاهرة معين بغرض التعرف على سماتها وتحليلها، فهذه الدراسة تحاول وصف وتفسير وتحليل الحالة التي عليها مستويات رضا العاملين.¹

عينة الدراسة:

إختار الباحث الإعتقاد على عينة حصرية شاملة تضم كافة العاملين في صحيفتي "الرأي" و "الكويت تايمز"، وذلك لقلة عدد أفراد مجتمع الدراسة من موظفي الصحيفتين، وبعد حصر أعداد العاملين إستجاب في صحيفة الرأي 127 عاملا بنسبة 54% من العينة المستجيبة وفي الكويت تايمز 108 عاملا 46%.

أدوات الدراسة: إعتد الباحث في دراسة على الإستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات ذات صلة بأهداف الدراسة وأسئلتها.

نتائج الدراسة:

¹ يوسف عويد عتيق السعيد، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تايمز الكويتيين، على درجة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2013، 33.

إن أولويات المهمة للعلاقات العامة قد تتغير من مؤسسة لأخرى، فقد يكون الإتصال الداخلي هو الأهم بالنسبة لمؤسسات أخرى، وأهمية العدالة في الرواتب والأجور بالنسبة للعاملين، وكذلك العدالة في توزيع المهام والواجبات وأهمية الضمان الصحي.

أظهرت النتائج أهمية دراسة أولويات العاملين من قبل الغدارات ومن قبل العلاقات العامة على وجه الخصوص للعمل على هذه الأجندة حسب الأولويات في كل مؤسسة على حدة.

كشفت الدراسة عن أهمية السياسات الحكومية إتجاه حرية التعبير والرأي وتوفير المعلومات في التأثير على العاملين في المؤسسات الصحفية على وجه الخصوص، مما يترتب عليه رفع مستوى الرضا للعاملين وتحقيق أفضل مستوى جودة للمنتج الذي تختص به المؤسسة سواء كان سلعة أم مواد إعلامية وثقافية.

الإستفادة من الدراسة:

أفادتنا هذه الدراسة في التعمق بأحد متغيرات دراستنا ألا وهو العلاقات العامة بالإضافة لتزويدنا بأفكار حول الرضا الوظيفي والربط بينه وبين العلاقات ودورها في تحيين الأداء بالنسبة للعاملين، وكذا إعطائنا نظرة أولية عن الشق الميداني وكيفية بناء إستمارة إستبيان.¹

عرض الدراسة الثانية:

دراسة بحميتي محمد بعنوان "واقع ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإدارات العمومية بولاية مستغانم، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد بن احمد وهران 2، السنة الجامعية 2018/2019.

إشكالية الدراسة:

تمحور إشكالية الطالب حول واقع ممارسة وظيفة على العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية حيث تطرق لوجوب إعتناق المؤسسات فكرة إقامة علاقات طيبة مع المجتمع وكسب ثقة الجماهير والاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة، ثم عرض واقع العلاقات العامة في البلدان النامية وخاصة الجزائر، وقارن بين مكانتها في هذه الدول والدول المتقدمة فنظرة الإدارة في عديد من المؤسسات العمومية الجزائرية للعلاقات العامة لا تزال تشوبها نوع من القصور الذي يؤثر في إبراز أهميتها وقدميتها في تسيير هذا النوع من المؤسسات، كما نتحدث عن غياب ثقافة إستخدام هذا العلم بالنسبة لها، وأيضاً حاكة هذه المؤسسات للعلاقات العامة بسبب طبيعتها الخدمية وبالمنظر

¹ يوسف عويد، المرجع السابق، 2013.

للواقع الذي يعيشه الفرد الجزائري وسؤاله عن طبيعة العلاقات والتعاملات التي تربطه بهذه المؤسسات كما سلط الضوء على حقيقة وجود العلاقات العامة وكيانها بمختلف الإدارات العمومية الهادفة لتقديم الخدمات للمواطن، وبناء على ذلك كان سؤال الإشكالية المحوري كالتالي: ما مكانة العلاقات العامة في واقع الممارسة عند مستخدمي الغدارات العمومية على مستوى المؤسسات العمومية الجزائرية بولاية مستغانم؟

فرضية الدراسة:

للإجابة عن هذا التساؤل الرئيسي اعتمد الباحث على مجموعة من الفرضيات كانت كالتالي:

- 1- وجود قصور كبير في فهم وإدراك القيادات الإدارية في الإدارات العمومية الجزائرية لوظيفة العلاقات العامة.¹
- 2- تمارس مهام ووظائف العلاقات العامة في الإدارات العمومية الجزائرية تحت إشراف إدارات ومصالح وأقسام أخرى تقوم بأنشطة العلاقات العامة.
- 3- سعي القيادات الإدارية في رسم الصورة الإيجابية عن مؤسساتها بشكل آخر اهتماماتها.
- 4- غياب إستراتيجية واضحة من قبل القيادات الإدارية على مستوى الإدارات العمومية الجزائرية في مواجهة الأزمات.

منظور الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على المقاربة البنائية الوظيفية، حيث يرى أن الحديث عن استمرارية المؤسسات العمومية الجزائرية باعتبارها يشكل أساق عامة تحتوي على مجموعة من الأنساق الفرعية والتي تعرف بالإدارات والمصالح أو الأقسام الموجودة ضمن هيكلها التنظيمية، متوقف على العلاقات الوظيفية بين هذه الأجزاء في إطار تكامل الأدوار والتنسيق فيما بينها وخدمة النسق العام وتعيق أهدافه المسطرة سواء على المدى الزمني القريب أو المتوسط أو البعيد.

منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع واقع ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية وذلك من خلال تبيان أهمية وقيمة وظيفة العلاقات العامة في هذا النوع من المؤسسات، اعتمد الباحث منهجين أساسيين في دراسته وهما

¹ بلحميتي محمد، واقع ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإدارات العمومية لولاية مستغانم، رسالة دكتوراه جامعة محمد بن أحمد وهران 2، 2019/2018.

المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الكمي ووظيفتهما في الحصول على البيانات والمعلومات والتعبير عنها بلغة الأرقام.

عينة الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة العمدية، وبحكم العدد الكبير للمستخدمين المتواجدين على مستوى المؤسسات والفترة المقيدها الباحث وإمكانياته المتاحة، اقتصرت عينة دراسة على فئة المستخدمين الإداريين، وبلغ عدد المبحوثين 270 موظفا وموظفة وتم استرداد 252 استمارة موزعة بنيت عليها النتائج، أي نسبة استجابة تقدر بـ 92.59%¹.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في إجراء دراسته على مجموعة من أدوات البحث العلمي تمثلت في الوثائق والسجلات، وأداة الملاحظة دون المشاركة، وأيضا المقابلة والإستبيان حيث تم استخدام هذه الأدوات في الحصول على مختلف البيانات والمعلومات المهمة في هذه الدراسة.

نتائج الدراسة:

توصل الباحث في دراسته للنتائج التالية:

- العلاقات العامة كإدارة أو مصلحة أو قسم على مستوى إدارات المؤسسات العمومية الجزائرية لم تأخذ مكانتها ودورها داخلها مثلما هو موجود بمؤسسات القطاعات الأخرى، وخير دليل على ذلك غياب هذا الجهاز في العديد من الهياكل التنظيمية للمؤسسات العمومية الجزائرية التي أجريت عليها الدراسة.
- أن عدد كبير من المؤسسات العمومية الجزائرية الموجودة بولاية مستغانم تمارس وظائف العلاقات العامة من بحوث وتخطيط واتصال وتقويم بانتظام، لكن من خلال إدارات ومصالح وأقسام أخرى موجودة في هيكلها التنظيمي كمصالح الموارد البشرية ومكتب الشؤون العامة.

¹ بلحميتي محمد، المرجع السابق، ص

- هناك وعي وإدراك من طرف عينة الدراسة لمدى أهمية معرفة صورة على المؤسسة بالنسبة للجماهير الداخلية والخارجية.

- العديد من المؤسسات العمومية بولاية مستغانم تعرضت لأزمات سابقة، وهذا يدل على الواقع الذي أصبحت تعيش فيه من مستجدات وتحديات على مستوى العديد من المجالات وهذا ما يدفع المسؤولين عليها للتأهب والاستعداد لمواجهة هذه الأزمات.

الإستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تهتم بالعلاقات العامة، كما أنها كشفت لنا عدة أمور جوهرية ترتبط بواقع ودور العلاقات العامة وحدثتها في المؤسسات الجزائرية.¹

الدراسة الثالثة:

بعنوان "وظيفة العلاقات العامة باعتبارها وانعكاساتها على أداء المؤسسات العمومية الجزائرية" دراسة ميدانية بمؤسسات اتصالات الجزائر عنابة، تخصص علاقات عامة من إعداد الطالب: بوخنف هشام، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، إشراف د/ سموك علي سنة 2010-2011.

إشكالية الدراسة:

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى تأثير وظيفة العلاقات العامة بإعتبارها حيوية ومهمة في المؤسسة، لضمان مكان في الوسط التنافسي على أداء مؤسسة إتصالات الجزائر وعليه جاء التساؤل المركزي التالي: هل لوظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة إتصالات الجزائر بعناية تأثيرا على أدائها المؤسسي؟

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

- ماهي الدرجة التي تحتلها وظيفة العلاقات العامة في التفكير الإستراتيجي لمؤسسة إتصالات الجزائر بعناية؟

- كيف تمارس فعل العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر بعناية؟

- ماهو تأثير فعل العلاقات العامة على أداء مؤسسة إتصالات الجزائر بعناية؟

كما إستخدمت 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

¹ بحميتي محمد، مرجع سابق.

أدوات الدراسة: إعتد الباحث في دراسته على مجموعة من أدوات البحث العلمي تمثلت في الملاحظة والمقابلة والإستمارة للحصول على كافة معلومات وبنيات هذه الدراسة.

نتائج الدراسة:

توصل الباحث في دراسته للنتائج التالية:

- كان يراد من عملية هيكلية قطاع البريد والمواصلات في الجزائر عن طريق فصل النشاطات البريدية عن تلك المتعلقة بالإتصالات إنشا مؤسسة إتصالات الجزائر من أجل التموقع داخل سوق الإتصالات من خلال العمل على تنمية حصتها السوقية التي ضاعت عقب فتح القطاع سنة 2000.
- أصبحت مؤسسة إتصالات الجزائر من خلال هذه العوامل مؤسسة إقتصادية قوية تحتل مكانة جد متميزة في الإقتصاد الوطني، ويفترض من أنها تضع في قمة هرمها أولويات تحقيق التفوق والتميز على منافسيها، وذلك عن طريق تقديم خدمات تتميز بالجودة العالية، فضلا عن تحديث مخرجاتها وتحقيق الإستجابة السريعة لإشباع حاجات بيئتها الداخلية والخارجية المتزايدة.
- تبين أنواع ممارسة العلاقات العامة بهيكل البعد عن الواقع الحقيقي لها وأنها غير مؤسسة على أساس علمية صحيحة، كما لازالت تعاني الكثير من سوء الفهم والتهميش وهذا الوجود عدة عوائق تحد من وظيفتها ما أدى إلى فشلها في الوصول لتحقيق الأهداف التي أعدت من أجلها.
- وظيفة العلاقات العامة بعيدة إلى حد كبير عن القيام بعمليات البحث والتخطيط ورسم السياسات العامة في مجال العلاقات العامة هو ما يشير إلى مركزية سلطة القرار وعدم إتاحة الفرصة للمشاركة في هذه العمليات حتى وإن تمت.
- يوجد إنعدام التخصصات المالية اللازمة لوظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة إتصالات الجزائر.
- وكنوع من التعويض عن نوع التخصص المسجل في الوظيفة العلاقات العامة غالبا ما تلجأ مؤسسة إتصالات الجزائر إلى عملية التكوين، التي ليس لها علاقة بفرن ممارسة وظيفة العلاقات العامة ويكون خارج التخصص.

الإستفادة من الدراسة:

وعليه تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في إهتمامها دائما بمحور العلاقات العامة كوظيفة في المؤسسة العمومية الجزائرية ورغم إختلاف الدراسة في المجال الزماني والمكاني والتي أجريت الدراسة فيه سنة 2010 / 2011 وفي ولاية عنابة إلا أننا إستفدنا كثيرا من الدراسة من حيث خطة البحث وإشكالياتها من الجانب النظري، إلا أن هذه

الدراسة لم تعتمد على فرضيات وإتمام تساؤلات حاولت التحقق منها كما كشفت النتائج المتوصل إليها بعض الحقائق المتعلقة بممارسة وظيفة العلاقات العامة وإنعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية.¹

10. منظور الدراسة:

إعتمدنا في دراستنا على النظرية الوظيفية والتي تعتبر من النظريات المهمة في علم الاجتماع، حيث تستمد أصولها وأفكارها من آراءه مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين برزوا خاصة في المجتمعات العربية الرأسمالية.

ترتكز هذه النظرية بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي، وتوجيهها وذلك من أجل الحفاظ على النظام العام، وكذا إستمرارية تطوره وتعتمد في الوقت نفسه وهذا ما تمثل في أفكار رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال إيميل دوركايم أوجست كونت وهريت سبنسر وآراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين مثل: "روبرت ميرثون وتالكوت" بارسونز.

وتكمن أهمية هذه النظرية في دراسة العلاقات العامة في التعرف على الدور الوظيفي لها وخاصة بعد تزايد الإهتمام بها وذلك من قبل غالبية المؤسسات إذا أن التعقيدات الراهنة والتي تعرفها المجتمعات الحديثة جعلت منها أحد أهم الوظائف اي إدارة سياسية أو ثقافية أو حتى إقتصادية.

وعليه فإن تفسير العلاقات العامة يكمن بالوظيفة التي تؤديها في المجتمع أو المؤسسة ككل ونجد أن الباحثين في مجال العلاقات العامة في حاجة ماسة دراستها وكذا الدور الذي تؤديه في المؤسسة والذي يمثل فائدة وظيفية تساعد على تقدم المؤسسة وتطورها وكذا دور العلاقات العامة في التنظيم والتنسيق وكذا كشف العلاقة بين الممارسين أنفسهم ووظائفهم وكذا أدوارهم.²

ويمكن القول أن النظرية الوظيفية تساعدنا في تحديد دور العلاقات العامة في المؤسسة ككل ودورها في التخطيط والتنسيق وكذا تحسين مستوى الإتصال داخل المؤسسة والتعرف على دورها في تحقيق الرضا للعمال داخل المؤسسة والذين يعتبرون لبنة العلاقات العامة والمرآة العاكسة لدورها ووظائفها فتعتبر أحسن نظرية ملائمتها لموضوع دراستنا.

¹ بوخناف هشام، وظيفة العلاقات العامة وإنعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة إتصالات الجزائر - عنابة - تخصص علاقات عامة، مذكرة مكملة لشهادة الماجستير 2010 - 2011م

² سليمان بن قاسم الفالح، الضبط الإجتماعي، ط 1، العبيكان للنشر والتوزيع، السعودية، 2020 م، ص ص 91-92.

تمهيد:

تمثل العلاقات العامة من أبرز الوظائف التي تتخذها إدارة أي مؤسسة كوسيلة لمعرفة آراء الجماهير وتحليل مواقفهم واتجاهاتهم اتجاه المؤسسة ومحاولة تكييف ما يتطلعون إليه وفق ما تهدف له المؤسسة من خلال ... خدماتها من أجل رضا الطرفين وتعمل العلاقات العامة على التنسيق بينهما فهي تعتبر ركيزة أساسية للمؤسسة وعليه فقد تناولنا في هذا الفصل أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية حيث تضمن مفهوم العلاقات العامة وأبرز وظائفها وكذا مبادئها وخصائصها كما إحتوى على الحاجة إلى العلاقات العامة ضمن المؤسسة والإتصال كجوهر لها.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة

المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة

المطلب الرابع: وظائف العلاقات العامة

المطلب الخامس: خصائص العلاقات العامة

المطلب السادس: وسائل الإتصال في العلاقات العامة

المطلب السابع: إدارة العلاقات العامة

المطلب الثامن: أهداف وأهمية العلاقات العامة

المطلب التاسع: رجل العلاقات العامة

المبحث الثاني: ماهية الأداء الوظيفي

المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي

المطلب الثاني: محددات الأداء الوظيفي

المطلب الثالث: أنواع الأداء الوظيفي

المطلب الرابع: أبعاد الأداء الوظيفي

المطلب الخامس: عوامل المأثرة في الأداء الوظيفي

المطلب السادس: عناصر الأداء الوظيفي

المطلب السابع: خطوات قياس الأداء الوظيفي

المطلب الثامن: طرق تحسين الأداء الوظيفي

المطلب التاسع: أهداف وأهمية الأداء الوظيفي

المبحث الثالث: فعالية العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي

المطلب الأول: أساليب العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي

أ. التوجيه

ب. التدريس

ج. التحفيز

المطلب الثاني: العلاقة بين وظائف العلاقات العامة وتحسين الأداء الوظيفي

المطلب الثالث من المبحث الثالث: الثقافة التنظيمية وأثرها على أداء الموظفين

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة:

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة:

تعددت تعريفات العلاقات العامة واختلفت فيما بينها طبقاً لهدف من يقوم بالتعريف، ونوع الوسائل والأدوات والطرق التي تستخدم لتحقيق الهدف، واختلف المؤلفون والكتاب فيما بينهما حول تعريف هذا المفهوم في حين اهتم بعضهم بالبعد الإداري للمفهوم وركز البعض الآخر على الجوانب الإجتماعية والإقتصادية واتجه الآخرون إلى دراسة الجوانب القانونية، مكا ذهب بعض الكتاب إلى محاولتهم لتحديد مفهوم العلاقات العامة وتعريفها إلى تصور ما يمكن أن يكون عليه نشاط العلاقات العامة ورسوموا له صورة ناجحة ومثالية من إدراكهم ورؤيتهم، كما عرف كتاب آخرون للعلاقات العامة من منظار خبراتهم الشخصية.

تعريف العلاقات العامة (الجمعية الفرنسية): عرفتها على أنها "الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه وبين الفريق والجماهير المختلفة التي تندفع بصورة مباشرة او غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة".¹

كما عرفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة: على أنها نشاط أي صناعة أو مهنة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كالزبائن والموظفين والمساهمين والجمهور العام، ونلاحظ أن جمعية العلاقات العامة الأمريكية لم تقتصر على لعاقات المنظمة مع جماهيرها الخارجية كالزبائن والجمهور العام بل تشتمل علاقتها مع جماهيرها الداخلية أيضاً.²

وعرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة: أنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولائك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم، عن طريق الرأي العام المتعلق بها من اجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، ومن أجل تحقيق تعاون مشمر أكثر ومن أجل مقالة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها.³

¹ محمد مصطفى كمال، العلاقات العامة بين تكنولوجيا الإتصال والأزمات، دار المنهل اللبناني، بيروت، النويري، 2012، ص24.

² علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الابتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص203.

³ علي عبودي، المرجع نفسه.

كما قدم الباحثون تعريفات مختلفة للعلاقات العامة، فنجد مثلا Edward Robinon يرى أن العلاقات العامة كعلم سلوكي إجتماعي تطبيقي وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها علاقة بالمنشأة ومساعدة الإدارة في تحقيق الأهداف المتعلقة بزيادة تفهم الجماهير وتقبلها للمنتجات المنظمة وخططها وسياستها وموظفيها.¹

أما مفهوم العلاقات العامة في المؤسسة: فهي فلسفة إجتماعية للإدارة وهذه الفلسفة العامة مبادئ واضحة تحدد الإطار والإتجاهات وتتيح التوجه إلى ملايين الناس خارج المؤسسة، فضلا عن الجمهور داخل المؤسسة، في ذات الوقت يتم التعامل من خلال إطار مهني أخلاقي، ووفق خطوات مدروسة يمكن تجزئتها إلى خمسة أقسام هي: البحث، التنسيق، التخطيط، الإدارة والإنتاج.²

المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة:

لقد تجسدت دلائل العلاقات العامة في مختلف الأزمنة منذ بدأ الإنسان حياته الإجتماعية، فقد كان رب الأسرة منذ نشأة المجتمعات الإنسانية البدائية هو الذي ينظم العلاقات العامة بين أفرادها ثم انتقلت هذه المهمة إلى رئيس القبيلة الذي كان يجتمع بأفراد قبيلته للتداول في الشؤون التي تخص القبيلة، حتى يتمكن على ضوء ذلك من اتخاذ القرارات المناسبة في شؤون قبيلته، كما كان يقوم بالإبلاغ عن أخبار الحروب أو الزواج أو الوفاة أو العمل معتمدا في توصيل رسالته على الطبول أو الرقص أو لون الملابس ونوعيتها، إضافة إلى الكلمات والحركات الجسمانية.

أما الحضارة الفرعونية كان ملوك الفرعنة يحرصون على عرض إنتصاراتهم وتصوير الأسرى الأعداء على واجهات القصور وفي الساحات وفي الشوارع، لإثارة إعجاب الجماهير وضمان تأييدهم، كما كان للكهنة يمثلون الوساطة التي تتولى الإتصالات بين فرعون بإعتباره ملكا وبين الأفراد الشعب، وذلك من خلال الإجتماعات التي كانت تعقد في المعابد واختيار المناسبات الشعبية والدينية لتوصيل المعلومات لمجموع الشعب، إضافة إلى تسجيل الأعمال المهمة لكل فرعون على جدران المعابد وداخل المعابر.

وقد عرف العراف هذا النشاط أيضا، فلقد وجد علماء الآثار نشرة زراعية يعود تاريخها إلى حصاد محصولهم ولا يختلف هذا الجهد الإعلامي في جوهره عن النشرات التي تصدها الدوائر لمسؤولة عن الإرشاد الزراعي اليوم.³

¹ Edward Robinon, communication and public Relatio, charlesmerrille oline, 1966, p 115.

² سعاد راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة، دار البلدية، ناشرون وموزعون، عمان، 2009، ص 65.

³ حجاب محمد منير، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط 1، دار الفخر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 13-14.

وشهدت العلاقات العامة في الحضارة الرومانية قفزة نوعية جراء النظام الديمقراطي الذي ساهم في كثيرا في تطور العلاقات العامة، فكتب عم مجلس الشيوخ الروماني وحين سيطر الدين المسيحي على السلطة، كتب على واجهة المجلس (صوت الشعب من صوت الله) ولعب الشعر في الحضارات العربية دور المدافع لأمجاد لقبيلة والمهاجم للقبائل المعادية وقد سخ للترويج للسلطة وإظهار قوتها لهذا فقد كان يمثل وسيلة إرسال آراء واتجاهات السلطة إلى الجمهور لأجل تحريك مشاعره توجيهه ضد الخصوم.

وكانت المساجد في العصور بمثابة منتديات ثقافية وإذاعية لبث التوجهات السياسية المختلفة وقد استخدمت الخطب الإعلانية منها والسرية في كثير من المرات المؤيدين للحركات الفكرية المختلفة كما ساهمت المساجد في تطوير العلاقات بين المسلمين أنفسهم واستطاع قادة المسلمين بأخلاقهم وعلاقاتهم نشر الدعوة الإسلامية طوال الفترات الأولى للحكم الإسلامي، حيث كانوا يختلطون بجمهور المسلمين ويتعرفون على مطالبهم ومشاكلهم وشكاويهم، وقد كان القرآن الكريم ولا يزال يمثل أكبر أثر إعلامي من حيث بلاغة التعبير وقوة التأثير واتساعه ما لم تبلغه أي وسيلة إعلامية عرفها البشر، فقد جمع بين الملايين من الناس باختلاف أجناسهم وحضاراتهم ووجد بين مشاعرهم وأهدافهم بشكل تعجز عنه وسائل الإعلام في العصر الحديث.

ويعتبر الجامع الأزهر من أعظم الآثار التي تدل على عبقرية الفاطميين في إدارة العلاقات لعامة حيث تم استعمال هذا الجامع لإنشاء إتصالات وعلاقات طيبة مع سائر المسلمين من شتى التوجهات ثم حوله الفاطميون بعد ذلك إلى جامعة تدرس العلوم المختلفة وتروج في ثنايا ذلك للمذهب الشيعي¹، وكان يجري أرزاقا على طلاب العلم الذين وفدوا من جميع أنحاء العالم الإسلامي، وهذا قد استخدم مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن 19 إثر محاضرة ألقاها محامي في نيويورك يدعى دورمان إيتون في قاعة كلية الحقوق جامعة تيل في مستهل العام 1882م وكان موضوعها العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية وفي عام 1908م إستخدم نيودور فيل رئيس شركة تيليفون وتيليجراف الأهلية لأول مرة على رأس تقرير الشركة لهذا العام، وقد أصبح المصطلح شائعا ومألوفا وبعد ذلك في العشرينيات²، أما Natacha فيرى أن نشأة العلاقات العامة تعود إلى 1870م في اللوايات المتحدة الأمريكية خصوصا مع إفتتاح قطار السكك الحديدية العابرة للقارات المحيط الهادئ في عام 1889م وإنشاء أول علاقات عامة في مؤسسة خدماتية، أو شبح هاوس

¹ سعاد راغب الخطيب، مدخل العلاقات العامة، ط 2، دار المسير للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2000، ص 19.

² حجاب منير، المرجع السابق، ص 18-20.

وكان قبل أول إفتتاح شركة للعلاقات العامة والتي تتطابق مع المتخصصين وكنت ولادتها أثناء أزمات الحادة الإقتصادية في أوائل القرن العشرين، وتم إنشاء أول وكالات علاقات عامة في 1900م لم يكن بالمعنى الدقيق لكلمة العلاقات العامة أما ظهور العلاقات العامة في أوروبا كانت بعد الحرب وأثناء خطة مارشال الذي يعزز إعادة إعمار أوروبا في عام 1946م وفي هولندا وإنجلترا 1948م والنرويج عام 1949م أما في فرنسا فظهرت كأداة إدارية لأول مرة في شركة النفط أسوشيل عام 1949م، ثم من عام 1950م إيطاليا وبلجيكا والسويد وفلندا.¹

وفي احتام يكن القول أن تاريخ وتطور ونشأة العلاقات العامة كان مرافقا لتحسين الوسائل المستخدمة في خلقها، وبشكل يتلاءم مع إحتياجات وظائف وخدمات المنظمات المختلفة، ومع ميزانيتها وحجمها وطبيعتها وتقاليدها وما إلى ذلك.

المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة:

هناك عدة مبادئ يستند إليها المشتغلون في العلاقات العامة وتتلخص هذه المبادئ فيما يلي:

1- نشاط العلاقات العامة من داخل المؤسسة ذاتها:

بمعنى أن جميع العاملين بالمؤسسة لا يمكن لا يمكن أن يساهموا في تحسين علاقتهم بالجمهور الخارجي، دون تحقيق تلك العلاقة الجيدة فيما بينهم والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة، وبالتالي بعث الثقة في الوسط الخارجي للمؤسسة.

2- الديمومة والإستمرارية:

إن إكتساب ثقة الجماهير (الداخلية والخارجية) لن يتحقق إلا عن طريق العمل المستمر والدؤوب للعلاقات العامة وفي كافة الأوقات ودون إنقطاع من أجل الحفاظ على صلة التواصل لتبادل الآراء والمعلومات والسعي لتحقيق ما يطلبه الجمهور.

3- التعاون المتبادل بين المنظمات:

¹ Natacha Draskovic, Création d'un Programme de relations publiques pour un projet culturel dans un contexe international, études interdisciplinaires de troisième cycle Management culturel et politiques culturelles universitédes art de Belgrade, 2007,p30.

إن ممارسة أي منظمة لنشاطها وتوطيد علاقاتها مع جماهيرها الداخلية والخارجية لا يكفي في غالب الأحيان لنجاحها في تأدية رسالتها وخاصة إذا كانت قد أغفلت تعاونها وتضامنها مع المنظمات الأخرى لذلك أصبح هذا التعاون أحد مرتكزات وأسس العلاقات العامة نظرا لأهميته وضرورتها.

4- شمولية العلاقات العامة:

إن نشاط العلاقات العامة يجب أن يشمل جميع المجالات وألا يقتصر على مجالات معينة أو محددة لأن العلاقات العامة ضرورية ولا بد منها في كافة الميادين التجارية والصناعية والإدارية والتعليمية والصحية وحتى على المستويين العام والخاص وبكل الفروع التابعة لهما وعلى الصعيد الداخلي والخارجي.¹

المطلب الرابع: خصائص العلاقات العامة:

لقد أصبح للعلاقات العامة أهمية بارزة على كافة الأصعدة، حيث ظهرت مؤسساتها العلمية المتخصصة، وأصبح تدريسها في العديد من التخصصات أمرا ضروريا لإعداد الخريجين لميدان العمل وتزويدهم بما يساعدهم على النجاح فيه والقيام بمتطلبات مهامه ولهذا إرتأينا أن نوضح الخصائص الحقيقية لها والمتمثلة في النقاط التالية:

- العلاقات العامة فلسفة للإدارة وهذه الفلسفة تفرض أن المنشأة لا تنشأ الأهداف المالية فقط بل ينبغي أن تلعب دورا إجتماعيا، وذلك من خلال إحترام رأي الجمهور.

- أن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية الأهمية، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنشآت فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

- أن العلاقات العامة وظيفة إدارية فهي نشاط تمارسه كل إدارة ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله أو تفعله.

- أن العلاقات العامة عملية إتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها داخليا أو خارجيا وكلاهما مؤثر ومتأثر فهي تتسم بالديناميكية والحيوية والإستمرارية وقوة الفاعلية بين الطرفين.

- العلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد بأسلوب معين ومختار.²

¹ د.أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016م، ص39.

² د. إبراهيم وهي فهد وكنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي، ط 1، مؤسسة الوراق، عمان، 1999، ص73-74.

المطلب الخامس: وظائف العلاقات العامة

يشير عدد من الباحثين أن وظائف الإتصال لها صلة وثيقة بالعلاقات العامة وهذا ما يتم عن طريق توظيفها في عملية الإتصال بدرجات متقاربة وظروف مختلفة وهذه الوظائف هي:

1- الوظيفة الإخبارية:

وتعد أداة فعالة من أدوات العلاقات العامة للإتصال ب جماهيرها وتزويدهم بأخبار المنظمة الحقيقية لذا فإن خبير العلاقات العامة (إبني لي) وضع الشرط الأساسي لنجاح برامج عمل العلاقات العامة بالإخبار الصادق وبدون تحريف.

2- الوظيفة الترفيحية:

هي بالغة الأهمية في تحقيق أهداف العلاقات العامة وهذا ما يتم عن طريق إستمالتها لميول وإتجاهات الجمهور الذي هو جوهر عمل العلاقات العامة في تحقيق الرفاهية وتلبية حاجات جماهيرها ودوافعهم النفسية.

3- الوظيفة الثقافية:

وهي التي تهدف إلى نشر الثقافة العامة في جماهيرها عن طريق التوجيه والإرشاد لعادات وأنماط معينة وهو ما يرد تحقيقه في عمل العلاقات العامة، إذ أن النظام العالمي الجديد للإتصال يرمي أساسا إلى الإسهام في رفع مستوى الإنسان الذهني بتشجيع الخلق والإبداع الثقافي وتمكين الثقافات من التكافل.

4- الوظيفة الإعلانية:

تعد وسيلة فعالة من وسائل العلاقات العامة التي يمكن عن طريقها إيصال الرسالة إلى الجمهور لتحفيزهم على ممارسة السلوك الإنتاجي والإستهلاكي وتكوين صورة جيدة عن المؤسسة وهذا ما نسعى إلى تحقيقه.¹

5- الوظيفة الإدارية:

كثيرا من العلماء وجدوا أنه من الصعب رسم نظام معين للوظائف الإدارية للعلاقات العامة في مؤسسة ما وذلك للإختلاف النظام أو التنظيم حسب حجم المؤسسة وأنواع جمهورها وطبيعة عملها، فقد تمثل إدارة عامة، وفي مستوى قسم أو شعبة أو في مستوى إداري بسيط.²

وهناك مجموعة من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة وهي:

¹ د. عرسان الزوبعي، العلاقات العامة والتنمية، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2016م، ص 43-44.

² د. عرسان يوسف الزوبعي، مرجع سابق، ص 44.

- 1- البحث: الدراسة الخاصة بمقياس إتجاهات الرأي العام بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية.
- 2- التخطيط: رسم السياسة بالنسبة للمنظمة وذلك بتحديد الأهداف وتعميم برامج الدعاية والإعلام حيث التوقيت وتوزيع الإختصاصات وتحديد الميزانية.
- 3- التنسيق: الإتصال مع المسؤولين في الداخل والإتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج وتزويدهم بالمعلومات ولا أخبار والبيانات والإحصائيات المتعلقة بالعلاقات العامة وخاصة ما يؤثر على سمعة المنظمة وشهرتها.
- 4- الإدارة: وتعني تقديم الخدمات لبقية الإدارات الأخرى ومساعدتها على إدارة وظائفها المتصلة بالجماهير.
- 5- الإنتاج: إنتاج الأفلام السينمائية الموجهة إلى العاملين بغية توعيتهم وزيادة معلوماتهم.¹

المطلب السادس: وسائل الإتصال في العلاقات العامة:

وسائل الإتصال ضرورية في جهاز العلاقات العامة لأنها بوابة المؤسسة التعريف بمنتجاتها وخدماتها وعلاقتها مع جمهورها بحيث يلجأ مسؤول العلاقات العامة إلى إحدى وسائل الإتصال وذلك حسب الهدف الذي يرمي إليه والجمهور المستهدف وطبيعة الرسالة المراد إيصالها وحجم الميزانية المرصودة والسرعة المطلوبة لإنجاز الرسالة.²

وتحتل الوسائل مكانة هامة بين عناصر عملية الإتصال للعلاقات العامة باعتبارها القناة التي يبلغ الخبير بواسطتها رسالة معينة إلى الجمهور لتحقيق أهداف إتصالية.

ولقد شهد العصر الحديث تقدماً ملحوظاً في وسائل الإتصال سواء من حيث الوقت أم من حيث مدى فعاليتها أم قلة تكاليفها وسهولة إستخدامها فبالنسبة للعلاقات بالجمهور الداخلي أو الخارجي مثلاً نجد أن خبير العلاقات العامة يستخدم كثيراً من وسائل الإتصال بالفعل ومن أهم هذه الوسائل:

- القدوة أو النموذج الحي.
- تقديم الهدايا والمنح والتبرعات.
- المشاركة في المناسبات الإجتماعية والدينية والأحداث الخاصة.
- القيام بأعمال التسهيلات والخدمات المختلفة.

¹ د. رجي مصطفى عليان، د.عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005م، ص252-253.

² د غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، ط1، دار الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2017م، ص34.

وسائل الإتصال غير اللفظية:

وسائل الإتصال الغير اللفظية التي يستخدمها خبير العلاقات حديثة منها:

- تعبيرات الوجه.
- حركات الجسم.
- وسائل التعبير بالأشياء المادية كالملابس والمفروشات والحلي.
- المنشآت والمعدات والديكور.
- الصور والرسوم والمجسمات.¹

وسائل الإتصال اللفظي:

وهي الوسائل التي تعتمد على الرموز اللغوية في توصيل ما يود خبير العلاقات العامة نقله إلى جماهيره من أفكار ومشاعر

وتنقسم هذه الوسائل وفقا لحجم الجمهور المقصود إلى:

- وسائل الإتصال الشخصي.
- وسائل الإتصال الجماهيري.
- وسائل الإتصال الجمعي.

ويمكن تصنيف وسائل الإتصال في العلاقات العامة:

حسب الجماهير:

وسائل الإتصال الجماهيرية: الإذاعة، التلفزيون، السينما، الجرائد والمجلات.

حسب طبيعة الوسيلة:

- الوسائل السمعية: وهي الإذاعة، الأشرطة والأسطوانات.
- الوسائل السمعية البصرية: التلفزيون، السينما، الفيديو والحاسوب.
- الوسائل المقروءة: المجلات والكتب والنشرات والرسائل.
- الوسائل المرئية: الصور والملصقات وإعلانات الشوارع.

¹ د مرتضى البشير الأمين، الإتصال في العلاقات العامة، ط1، دار أمواج للنشر والتوزيع، الأردن، 2016م، ص128.

حسب طريقة الإتصال:

- الإتصال المباشر: الندوات والمؤتمرات والمحاضرات والخطابات، المعارض والأسواق التجارية.
- الإتصال الغير مباشر: التبرعات وصد الجوائز والمشاركة في الأنشطة الإجتماعية والبيئية وتمويل البرامج والبحوث والحفلات الفنية.¹

وفيما يلي نتناول الوسائل بالتفصيل التي تستخدمها المؤسسة وهي كالتالي:

1- الجرائد:

لقد كانت الصحيفة لفترة طويلة من الزمن هي الوسيلة الوحيدة واسعة الإنتشار والتي يمكن أن تستخدمها إدارة العلاقات العامة في نقل الأخبار والرسائل الإعلانية إلى جمهور المتعاملين معها من مختلف المستويات والأنواع مع ضرورة جذب انتباههم وتحريك اهتماماتهم من خلق الرغبة لديهم للتعاون وإقامة الثقة فيما تقدمه المؤسسة وأخيرا مراقبة أثر هذه الوسيلة في تحقيق النتائج المطلوبة.

2- المجلات:

مجلة المؤسسة دورية تصدرها الإدارة في مؤسسة الأعمال سواء كانت هذه حكومية أو خاصة، وهي أكثر أدوات العلاقات العامة شيوعا وانتشارا وستعرض لمجلة من حيث الآتي:

أ. أنواع مجلة المؤسسة: يمكن أن نميز ثلاثة أنواع من مجلات المؤسسات:

- مجلة المؤسسة الداخلية:

تقوم بعض مؤسسات الأعمال بإصدار مجلات تخص أساسا العاملين فيها، ويطلق عليها مجلات المؤسسة الداخلية، إلا أن توزيع هذه المجلات يمتد ليصل إلى الجماهير الخارجية ذات العلاقة بالمؤسسة والجامعات والأفراد المختلفين اللذين يرتبطون بعلاقات بالمؤسسة.

- مجلة المؤسسة الخارجية:

تقوم بعض المؤسسات الكبيرة بإصدار مجلات تخصص للجمهور الخارجي، تطبع باستخدام أفضل أنواع الورق، وبأفضل المطابع وتحتوي على موضوعات تثير اهتمام الجمهور وتلبي رغباتهم، وتستعين بأفضل الكتاب والمحرفين، كما تستخدم الصور والرسوم البيانية وغيرها وتوزع المجلات توزيعا واسعا لدعم سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية.

- مجلة موجهة للجمهورين معا:

¹ د غادة بطريق، مرجع سابق، ص 34-35.

هذا النوع من المجالات تصدر أساس للجمهور الداخلي إلا أنه تحول إلى مجلة موجهة لكل من الجمهورين الداخلي والخارجي، فاقتداً بذلك صفته الداخلية.¹

ج- مطبوعات المؤسسة:

هي مطبوعات خاصة يعدها متخصصون في العلاقات العامة لهم مستوى راق في الإخراج الفني ومثل هذه المطبوعات قد تأخذ عدة أشكال:

ج-1- النشرات:

عادة ما تكون هذه النشرات الإعلامية تحتوي على بعض البيانات عن المؤسسة ومواقع عملها، والخدمات والسلع التي تقدمها، وأهم العلاقات العامة بإخراج النشرات باعتبارها تتضمن إعلاناً عن نشاط المؤسسة.

ج-2- الموجز المصور المطبوع:

وهو الموجز المصور المطبوع، بعد إعداد جيد باعتباره يوضع في أماكن معينة كالمعارض مثلاً يحوي صوراً ملونة أو مختارة بدقة كبيرة والبعض يتضمن رسوماً توضيحية أو صوراً مأخوذة من عدة زوايا للسلعة.

د. الكتيبات:

ومن الوسائل المقروءة تلك الكتيبات التي تصدرها المؤسسة على فترات متباعدة وتحوي بيانات أكثر... وتوسعا عن المؤسسة وخدماتها ومنتجاتها وأسواقها وتعرض من هذه الكتيبات أو تقدم لزوار الموقع.

2- الوسائل المسموعة:

أ. الإذاعة: تعتبر الإذاعة من الوسائل الحديثة والهامة في الوقت الحاضر، يمكن لرجال العلاقات العامة الاستفادة منها للإتصال بجمهور المؤسسة عن طريق إذاعة الأخبار والمعلومات والبرامج الخاصة والندوات الإذاعية.

ب. الهاتف: يلعب أهمية خاصة في عقد الاجتماعات، وتحديد المواعيد وإبلاغ الرسائل والأخبار والبيانات اللازمة لأداء العمل.²

3/ الوسائل المرئية: يتمثل هذا النوع من الوسائل في:

أ) التلفزيون: له نفس خصائص الإذاعة، إضافة إلى قدرته على استخدام الصور المتحركة والألوان ويعتبر التلفزيون من أهم وسائل النشر، بحيث يستطيع الدخول إلى جميع البحوث ومخاطبة جميع الفئات، إلا أن التلفزيون يبقى

¹ محمد ناجي الجوهر، وسائل الإتصال في العلاقات العامة، دار مكتبة الرائد العلمية، عمان، الأردن، 2000، ص 68-69

² جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، ط1، المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1998، ص 144-152.

باهظ الثمن ولا يمكن استخدامه في العلاقات العامة إلا بالنسبة للمؤسسات الكبيرة التي بإمكانها انفاق المال الكثير على برامج العلاقات العامة.

ب- السينما: تعد هي الأخيرة باهظة التكاليف في مجال العلاقات العامة خاصة إذا كانت في شكل أفلام سينمائية كاملة، ويتوقف استخدامها على الإمكانيات المتوفرة لإدارة العلاقات العامة بالإضافة إلى أهداف الإتصال وخصائص الجمهور المستهدف وطبيعة الموضوع والفكرة.

ج- أجهزة الفيديو: لقد اتسع استخدام أجهزة الفيديو من ضمن وسائل الإتصال المرئية والمسموعة وبإمداد إدارة العلاقات العامة بأجهزة الفيديو، لتصوير الحفلات والمناسبات، واجتماعات مجالس الإدارة وكبار المديرين وإعادتها أو عرضها لإستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها.¹

وهناك وسائل أخرى نذكر منها بالترتيب كالتالي:

1. تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة:

أن تنظيم الحفلات يدخل ضمن اختصاص العلاقات العامة، ويمثل نوع من الاتصال المباشر مع الجماهير سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المؤسسة والجمهور المتعامل معها أو عملاء المؤسسة وفي الحفلات يتم التعارف بين كبار المسؤولين في المؤسسة وفي الحفلات يتم التعارف بين كبار المسؤولين في المؤسسة والمدعوين ويتبادلون مع بعضهم آرائهم وأتجاهاتهم.

2. الخطبة:

تعتبر الخطبة من وسائل الاتصال المباشر التي قد تعني بإجراء الحوار لديهم بشكل خطاب معين يلقيه أحد كبار المسؤولين ويوضح فيها وجهة النظر التي ترغب المؤسسة في تعريفها لهذا الجمهور.

3. المقابلات الشخصية:

المقابلات الشخصية مهمة جدا ولها أصول يجب أن يتقنها المقابل أي الذي يجري المقابلة ومن المبادئ الأساسية في المقابلة أن تكون شخصية المسؤول للإستقبال قويا، لأنه قد يتوقف عن هذه المقابلة لتكوين رأي الطرفين في إقامة علاقة طيبة أو الإنصراف تماما عن وجود علاقة.²

¹ احمد محمد المصري، العلاقات العامة، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، 1985، ص 58-59.

² فؤاد شهن، وسائل الاتصال المتعددة، ط1 ن عويدات لنشر، بيروت، لبنان، 2001، ص 07.

4. الزيارات:

الزيارات تعتبر من المجالات الهامة التي تعمل فيها إدارة العلاقات العامة، إذ تعمل على تنظيم زيارات الجمهور لمواقع المؤسسة كما تشجع على التعامل مع المؤسسة، كما لا ننسى وسائل الإتصال الحديثة التي تدعى وسائل الإتصال المتعددة التي تقوم بدمج عدة معطيات كانت حتى الماضي القريب تستثمر منفصلة مثل: نص، صوت، صورة، رسم. وفي مقدمة هذه الوسائل الأنترنت والذي يعد أهم الوسائل الحديثة التي أدخلت إلى المؤسسات، فهو يساعد خبراء العلاقات العامة على عامة المستجندات على مستوى السلع والخدمات إذ تزودهم بكل ما هو عصري وحديث الساعة.¹

ومن هنا نستنتج أن وسائل العلاقات العامة تنقسم إلى وسائل مقروءة ومكتوبة كالجرائد والمجلات ومطبوعات المؤسسة ووسائل مسموعة كالإذاعة والهاتف ووسائل مرتبة كالتلفزيون، السينما، أجهزة الفيديو، بالإضافة إلى تنظيم حفلات والدعوات الخاصة والخطبة والمقابلات الشخصية والزيارات كما لا ننسى وسائط الإعلام المتعددة فهو يساعد على تزويد المؤسسات بكل ما هو عصري وحديث الساعة، إلا أننا نلاحظ قصور المؤسسات على إستعمال الوسائل الحديثة، فنلاحظ أن أغلبها لا يستعمل الإذاعة والتلفزيون ونادرا ما يستخدم وسائط الإعلام المتعددة.

المطب السابع: إدارة العلاقات العامة:

يختلف أسلوب تنظيم العمل من منظمة لأخرى ليلتئم أهداف كل منظمة وأنشطتها وحجم الجماهير التي تتعامل معها والتي تسعى إلى كسب تأييدها.

والتنظيم الجيد لأعمال العلاقات العامة بما يجب أن يتصف بالمرونة، بحيث يسمح بتفعيل عمل العلاقات العامة بما ودمج بعض المسؤوليات وإلغاء ما يلزم الإستغناء عنه، إذا كان ذلك يخدم سير العمل بالإدارة ويزيد فعالية أقسامها.

والتنظيم الداخلي للمنشأة يجب أن يتضمن أقساما يعهد إليها بمسؤولية تنفيذ الأنشطة الإتصالية كافة وهي الأنشطة التي تتعاون وتتكامل وتعمل على الإتصال بالجمهور مثل: الإعلان والتسويق والترويج والإتصال والمبيعات وغيرها.

¹ فؤاد شهين، مرجع سابق، ص 7.

- ومن أهمية تنظيم إدارة العلاقات العامة:
- يوفر الإستغلال الجيد للإمكانيات.
- يوصل للهدف بأقصر طرق.
- تطوير مستوى الأفراد، بحيث يعمل كل منهم في تخصصه وفيما يناسبه.
- من هنا كانت عملية فهم مهارات الأفراد وتقييمها عملية مستمرة لاسيما بالنسبة للعلاقات العامة التي تعتمد على العمل المستمر وكذلك الحال بالنسبة للإتصال في عمل العلاقات العامة.¹
- الهيكل التنظيمية لإدارة العلاقات العامة:

هناك العديد من التوجهات النظرية التي توضح كيف يمكن بناء التنظيم فعلى سبيل المثال أشار "Weber إلى خمسة أسس يجب توافرها في التنظيم وهي:

- وضع حدود فاصلة في التقسيم.
- البناء على أساس الهيراركي المتدرج.
- وضع نظام متكامل ومتناسق بين أجزاء النظام.
- التحديد والفصل بين الوظائف.
- الإعتماد على الموظفين ذوي المؤهلات والمهارات.

وإذا إستغلنا إلى تنظيم إدارة العلاقات العامة نجد أن جروننج Gruning وضع نماذج لإدارة العلاقات العامة يتم تحتها تنفيذ برامج وأنشطة العلاقات العامة هي:

المستوى المصغر:

- إحدى وظائف المدير في الغدارة العليا.
- وظيفة فرعية من التسويق.
- وظيفة مجموعة مديرين في الإدارة العليا.

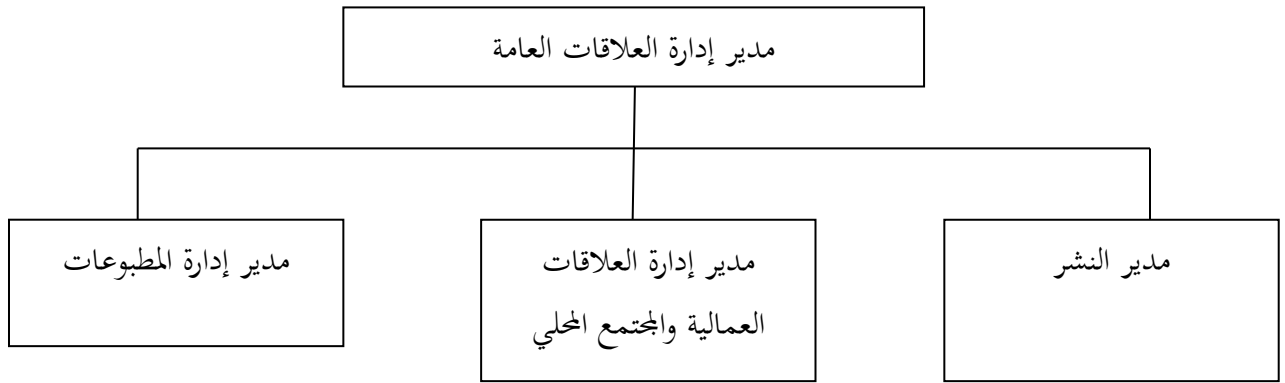
المستوى الإداري التنفيذي:

- إدارة علاقات عامة صغيرة قائمة بذاتها.
- إدارة علاقات عامة صغيرة لمديرها مكانة مرموقة على الهيكل الإداري للمنظمة.

¹ د. زهير عبد اللطيف وأحمد العابد أبو سعيد، إدارة العلاقات العامة وبرامجها، ط 1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014م، ص ص

المستوى المكبر:

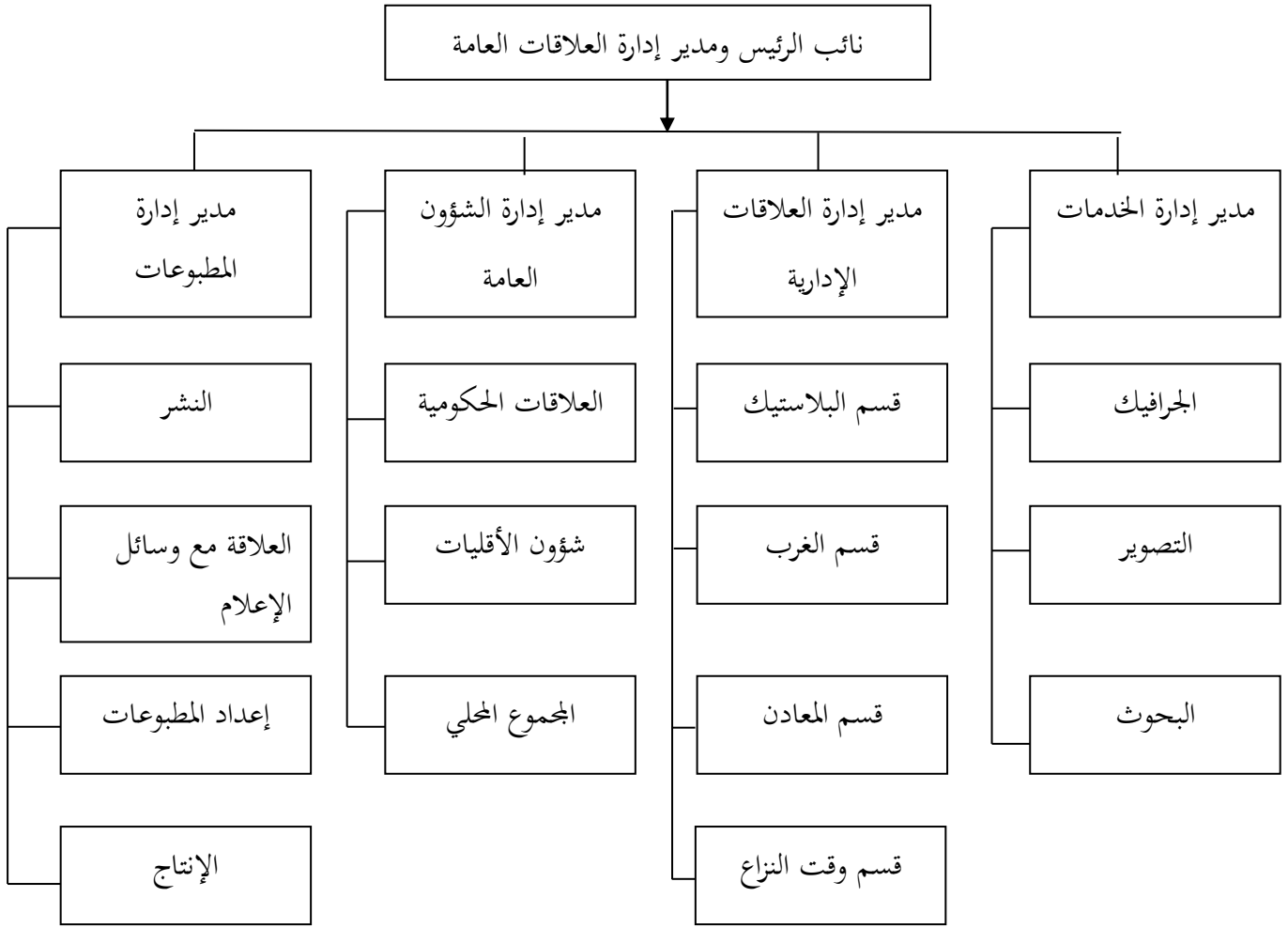
- مدير العلاقات العامة له القوة داخل مجلس الإدارة.
 - مدير العلاقات العامة له سلطة حقيقية وليست سلطة تفويضية في منظمة.
 - مدير العلاقات العامة ضمن الإدارات التي ترسم السياسة العليا للمنظمة.
- ويمكن نظريا أن نقسم غدارة العلاقات العامة من حيث الحجم إلى ثلاث مستويات:
- نموذج إدارة العلاقات العامة الصغيرة.
 - نموذج إدارة العلاقات العامة المتوسطة.
 - نموذج إدارة العلاقات العامة الكبيرة.¹
- وتوضح الأشكال الآتية التصور العام لما ينبغي أن تكون عليه هذه النماذج الإدارية:



الشكل رقم (21): نموذج إدارة العلاقات العامة الصغيرة

وهذا النموذج لا يكون على إتصال مباشر بالإدارة العليا وغالبا ما يلعب الدور التنفيذي وأقصى ما يمكن أن يلعبه هو الدور الإستشاري.

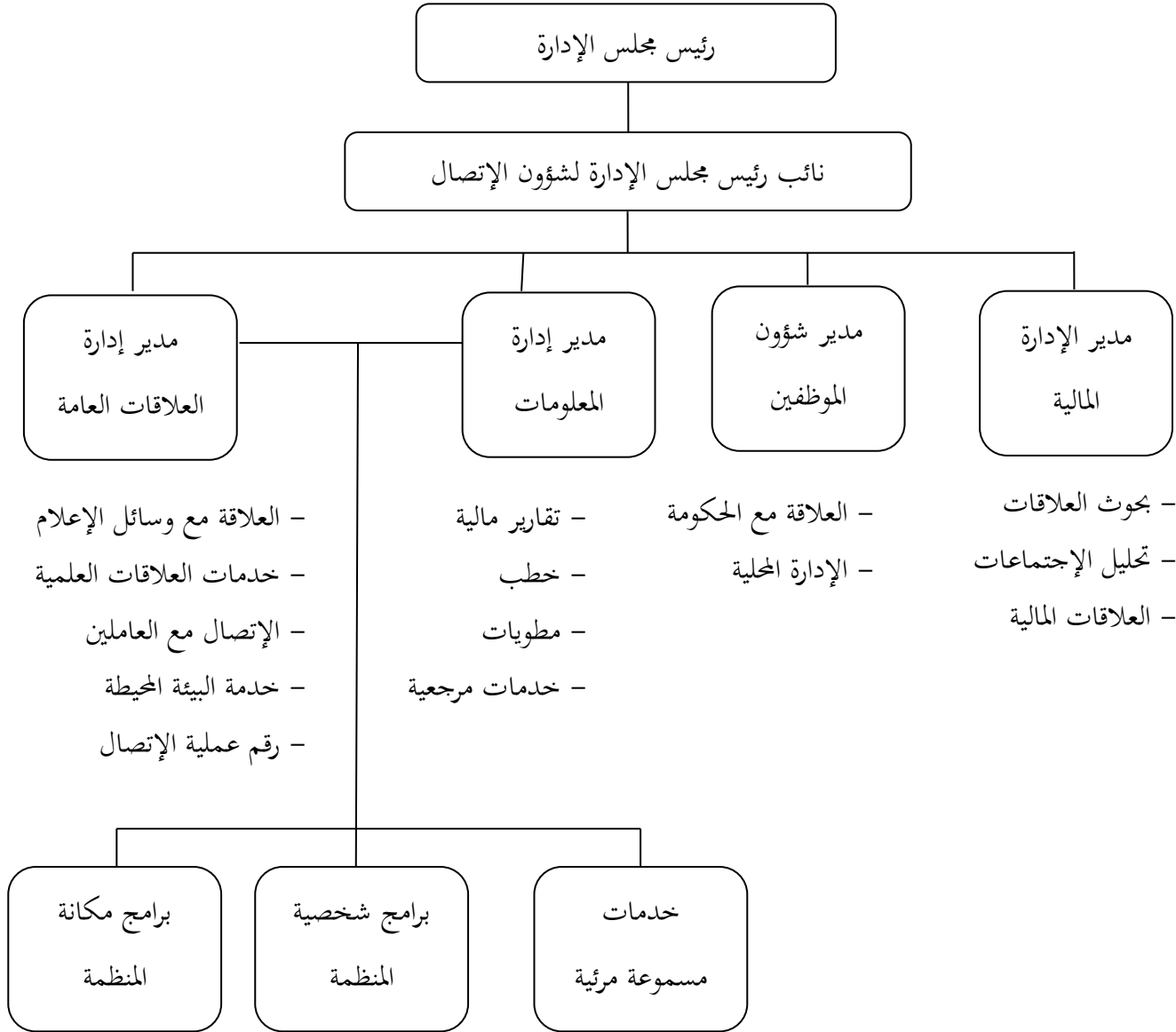
¹ علي عوجة ومحمد يوسف، تخطيط العلاقات العامة، ط 1، دون دار النشر، مصر، 2005، ص ص 21 - 25.



الشكل رقم (2.2): نموذج العلاقات العامة متوسطة الحجم

أهم ما يلاحظ في هذا النموذج هو أن مدير العلاقات العامة نائب رئيس المنظمة وهو ما يوضح ضرورة أن تحتل

إدارة العلاقات العامة موقعا على مستوى الإدارة العليا في اتخاذ القرارات العامة



الشكل رقم (3.2): نموذج العلاقات العامة كبيرة الحجم

وأهم ما يلاحظ على السابق بالإضافة إلى قرب من رئيس مجلس الإدارة هو ظهور الأخذ بالمركزية واللامركزية ووضوح أهمية مبدأ التنسيق بين الأقسام المختلفة لإدارة العلاقات العامة.

كما يظهر على الهيكل وظيفتان هامتان للعلاقات العامة، الأولى تبني مفهوم المسؤولية الإجتماعية والثانية الإهتمام بدراسة صورة المنظمة ومكانتها في المجتمع، كما تظهر أهمية إدارة التمويل حيث تلعب دورا بارزا في الكيان العام للعلاقات العامة.

المطلب الثامن: أهداف وأهمية العلاقات العامة:

أهداف العلاقات العامة:

إنطلاقاً من مفهوم العلاقات العامة حسب ما تراه وتمارسه الدولة وحسب ما تراه وتلتزم به المنظمات في القطاع الخاص يمكن تحديد أهداف العلاقات العامة على النحو التالي:

(أ) - أهداف العلاقات العامة على المستوى القومي:

- إيجاد نوع من التعاون بين الحكومة وأجهزتها المختلفة مع الصحافة بإعتبار أن الصحافة هي مرآة الرأي العام والمجتمع.

- الرد على الإشاعات والأكاذيب والحملات الدعائية التي قد تقوم بها بعض أجهزة الإعلام الخارجية أو بعض الجماعات المعارضة الداخلية.

- السعي الدؤوب نحو كسب رضا وتأييد المواطنين حتى يمكن تحقيق نوع من التعاون والتنسيق بين الحكومة ومواطنيها.

- القيام نيابة عن الحكومة بشرح وتفسير القوانين والأنظمة الجديدة للمواطنين لمعرفة أسبابها وتفهم أبعادها بالنسبة لهم.

(ب) أهداف العلاقات العامة على مستوى منظمات العمل:

- إحداث نوع من الإتصال ذو الإتجاهين بين المنظمة وعملائها بما يمكن الأولى من إعلام وإيصال رغباتهم وطلباتهم إلى الإدارة العليا.

- الإهتمام برغبات وحاجات العاملين في المنظمة من الزاوية الثقافية والترويحية.

- الإهتمام بالعلاقات بين المنظمة والمنظمات الأخرى وتنمية وسائل إتصال فعالة ومستمرة لصالح جميع الأطراف.

- تشجيع وتنمية التعاون بين مختلف الإدارات والأقسام بالمنظمة وبينهم وبين الغدارة العليا بما يؤدي إلى توفير المعلومات وعد التردد في تقديم النصح والمشورة.¹

وهناك عدة أهداف أخرى من بينها:

- التفاعل الإيجابي مع الأحداث ومسيرة إهتمامات الناس ورغباتهم بما لا يتعارض مع الأنظمة والقوانين السائدة التي تنظم الحياة العامة.

¹ محمد عبد الفتاح الصبري، وظائف منظمات الاعمال، ط 1، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2013م، ص ص 262-263.

- تحسير الفجوة بين الأفراد والجامعات وتحقيق الإدماج وخلق حالة من المعرفة والفهم لتوحيد الاتجاهات والقناعات.
 - زرع الثقة بين المؤسسات والأفراد من خلال مد جسور التواصل.
 - السعي لتعريف بجهود المؤسسات وخدماتها والطلب من أفراد المجتمع التعاون والتنسيق.
 - التأثير على الرأي العام والعمل على المحافظة على وجود رأي عام مرغوب فيه إتجاه المؤسسة والإستفادة من البيانات بعد تحليلها في ترشيد القرارات.
 - تقديم المهام الإدارية والخدمات الإستشارية التي تساعد على المؤسسة على تنفيذ برامجها والتخطيط لمشاريعها وفق تصور كاف ودراسة متأنية.¹
- (ج) - أهمية العلاقات العامة:**
- تمثل العلاقات العامة أحد المجالات الوظيفية التي ظهرت وحققت قولا إداريا داخل المؤسسات ويمكن توضيح أهمية العلاقات العامة فيما يلي:
- كسب رضا الجمهور وتأييده لتحقيق مصالح مشتركة وخاصة الحكومة التي تستمد قدرتها على الإستمرار في ممارسة سلطاتها على تأييد الشعب.
 - إتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج وتعاضم النفقات مع وجود منافسة حادة هدفها جذب أكبر عدد من المستهلكين.
 - الإهتمام المتزايد بالمجتمع ومصالح أفراد ذلك بالرقابة على أسعار الغذاء أو السلع والخدمات وصلاحياتها للإستعمال.
 - تعاضم قوة الرأي العام وإنتشار الديمقراطية وازدياد الثقافة لجمهور مما تطلب إتصال الدولة ومؤسسات الأعمال بجمهورها.
 - التواصل مع كافة شرائح المجتمع وهذا بإطلاعه بكل الأنشطة والسياسات الموجهة لخدمته والتي تهدف إلى تأمين السعادة والرفاهية له.²

¹ علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الإبتكار والتطبيق، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016م، ص ص 22-23.

² هشام حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، ط1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011م، ص 18 - 19.

المطلب التاسع: رجل العلاقات العامة:

على كل مؤسسة أن تحرص على توظيف رجل فني يدرس مشكلات المؤسسة، ويجعل على تحقيق أغراضها وينصح العامل فيها بأن يقوم بعمله ويخبر الآخرين عنه، ولا يبالي في إضفاء البناء والإحترام في أعماله على نفسه، إذ أن ما يحتاج إليه هو نقل الحقائق ببساطة عن المنظمة بالإضافة أن المهارات الأساسية التي يجب أن يتمتع بها العاملون في العلاقات العامة يمكن تلخيصها كالآتي: مهارات الإتصال ومهارات الإستماع والإنصات ومهارات التغذية العكسية ومهارات النوعية ومهارات الإقناع.¹

الخصائص الواجب توافرها في رجل العلاقات العامة:

- النشاط: العلاقات العامة عمل مستمر حيوي ومتعدد المجالات وجهد متواصل ما يتطلب من يعمل بها بالقدرة على التحريك السريع وبذل أقصى الجهود لنجاح مهمته.
- حسن المظهر والمنطق والجادبية: يعني سماحة الوجه ورقة الحديث و الكلام وتناسق القوام وحسن الهندام والقدرة على التعبير الكلامي بشكل مؤثر، وإن يتميز بالشخصية القوية والجدابة لينال إعجاب الآخرين ويرشدهم باللفظ والعبارة وقوة الشخصية.
- الشخصية المستقرة والملتزمة: لا بد على رجل العلاقات العامة أن يتصف بالشخصية المستقرة الهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم.
- الشجاعة: على رجل العلاقات العامة أن يكون قوي الشخصية متصفا بالشجاعة ليتمكن من عرض آرائها وإقتراحاتها بقوة والدفاع عن وجهة نظره فرجل العلاقات العامة مسؤول عن إسداء النصح للمؤسسة، وأيضا مواطن الخلل ومصادر الأزمات وأسبابها قبل وقوعها.²
- الإقناع: من مميزات رجل العلاقات العامة أن يكون قادر على التأثير في نفوس الناس وإقناعهم بلباقة بإعتباره خبير في النفس البشرية والجماعة الإنسانية.
- الذكاء: لا بد أن يكون رجل العلاقات العامة ذكيا، لأن الذكاء وعنصر مهم في تكوين شخصيته.

¹ د. رافع أحمد أبو الزيت دراغمة، دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مجتمع الطلبة، دراسة مسحية مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلاقات العامة، جامع لافاي، 2011م، ص ص 70 - 71.

² د.محمد عبد الرزاق الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، ط 1، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011م، ص ص 115 - 116.

- التكييف: يعتبر التكييف عامل أساسي في العلاقات العامة الطيبة لأن من واجبات العلاقات العامة تحقيق التفاهم عن طريق الإتصال بالآخرين فالمؤسسة التي لا تتكيف مع إتجاهات وأعمال الجمهور سيترتب عليها الفشل لأن هذا التكييف يرتكز على نقل المعلومات والإقناع.¹
- الإستقامة والصدق: ينبغي عل كل من يعمل في العلاقات العامة أن يكون قادرا على عرض الحقائق عرضا سليما على الجمهور لأن الأخلاق الفاضلة من الصفات الإجتماعية التي يؤكد عليها المجتمع والدين.
- الموضوعية: تعني التجرد من الآراء والأفكار والإتجاهات والمعتقدات فمن الضروري أن يكون رجل العلاقات العامة موضوعيا إتجاه الآخرين.
- الخيال الحصب: العلاقات العامة وظيفة خلاقة تعتمد على الإشكال في مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة في إضعافها لكسب فئات جديدة من الجماهير كم لا بد أن يتميز بالخلق والإبداع.
- بالإضافة إلى مواصفات أخرى يشترط أن تكون متوفرة فيمن يعمل في مجال العلاقات العامة حتى يكون ناجحا في أداء مهمته لذا وجب عليه الإلمام بما يلي:
- القدرة اللغوية فعلى رجل العلاقات العامة أن يكون ملما باللغات التي يستخدمها وكذلك ملما بأبعاد والكلمة والمعاني المختلفة لها وكذلك أساليب التعامل مع الآخرين.
- الإلمام بمبادئ علمي النفس والإجتماع: بما يمكنه من التأثير في الدوافع والسلوك في مصادر الإتجاهات وتفهم طبيعة الجماعات وأنماط الإتصال وقوة الروابط داخلها.
- الإلمام بعلم وفن الإدارة: فرجل العلاقات العامة يحتاج إلى المعرفة الإدارية التي تمكنه من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأعمال داخل وحدته الإدارية وكذا فهم المنظمة التي يعمل بها وكيفية تحقيق أهدافها ودوره في ذلك.²

¹ محمد عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص ص 118 - 119.

² د. محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009م، ص ص 120 - 121.

خلاصة:

يمكن القول أن جهاز العلاقات العامة لا يمكن الإستغناء عنه بالنسبة لأي مؤسسة فهي تعتبر وظيفة إدارية تعمل على تقريب الجماهير عن المؤسسة وبناء علاقات ودية حيث تسعى إلى تدعيم علاقاتها بالجماهير سواء كانت داخلية أو خارجية ومن ثم فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والإستمرارية وقوة الفعالية بين الطرفين.

تمهيد:

لقي موضوع الأداء إهتمام العديد من المفكرين والباحثين في عدة مجالات وقد اجتمعوا على أن الإهتمام بالأداء الفردي في المنظمة وإعطاءه العناية اللازمة، يصل بالمؤسسة إلى تحقيق أهم أهدافها ومن أجل تحقيق تلك الأهداف فإن المؤسسة تسعى جاهدة لتوسيع دائرتها من خلال أنشطتها ومنذ بين تلك المؤسسات المؤسسة الخدمائية، وسنتطرق في هذا المبحث إلى بعض الأبعاد التي تتعلق بمحور الأداء الوظيفي.

المبحث الثاني: ماهية الأداء الوظيفي

المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي

مفهوم الأداء الوظيفي:

لقد تعددت المواضيع التي تناولت مفهوم الأداء الوظيفي لذا ارتأينا عرض أهم وجهات النظر في النقاط التالية:

عرفه رواية محمد حسن: أنه الأثر الصافي لجهود الفرد الذي يبدأ بالقدرات وإدراك الدور والمهام.

- من هذا التعريف يمكن القول أن الأداء ما هو إلا نتيجة علاقات متداخلة أي تداخل ثلاث عناصر مكونة لجهود الفرد وهي (القدرات إدراك الدور المهام).

عرفه حسن: يشير الأداء الوظيفي إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد، وهو بين الأداء والجهود يشير إلى الطاقة المبذولة، أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد.¹

نلاحظ من خلال هذا التعريف أن الأداء الوظيفي هو الوسيلة التي يحقق بها الفرد إشباع متطلبات الوظيفة.

عرفه عبد المليك مزهود: هو قيام الفرد بالأنشطة والمهام التي يتكون منها عمله، والكيفية التي تؤدي بها العاملون مهامهم أثناء العمليات الإنتاجية والعمليات المرافقة لها باستخدام وسائل الإنتاج والإجراءات الكمية والكيفية التحويلية.²

- نلاحظ من خلال هذا التعريف أن الأداء هو ذلك النشاط المبذول من طرف العاملين سواء عضليا أو فكريا بالإتمام مهامهم.

مطلب الثاني: محددات الأداء الوظيفي:

يتطلب تحديد مستوى الأداء الفردي المرغوب فيه معرفة العوامل التي تحدد هذا المستوى وماهية التفاعل بينها، وهذا الأمر ليس بالسهل، وذلك لتعدد هذه العوامل من جهة، ودور العامل من هذه العوامل في علاقته بمستوى أداء غير معروف، وليس هذا كل ما بالأمر بل إن ظاهرة الأداء تزداد تعقيد نظرا لتضارب النتائج التي توصل إليها الباحثون في هذا المجال.

¹ رواية محمد حسن، إدارة الموارد البشرية، د.ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999م، ص 216.

² مزهود عبد المليك، الأداء بين الكفاءة والفاعلية، مفهوم وتقييم، العدد 1، مجلة العلوم الإنسانية، 2001، ص 86.

كما أن السلوك الإنساني هو المحدد للأداء الوظيفي للفرد، وهو محصلة لتفاعل عن طبيعة الفرد ونشأته والموقف الذي يوجد فيه، والأداء لا يظهر نتيجة القوى أو ضغوط نابغة من داخل الفرد نفسه فقط ولكنه نتيجة لعملية والمواقف بين القوى الداخلية للفرد والخارجية المحيطة له.¹

وكذلك الأداء لا يتحدد بناء على توافر أو عدم توفر بعض المحددات بل هو نتيجة العوامل المحصلة للتفاعل بين محددات رئيسية هي:

1. **الدافعية الفردية:** تعبر عن مدى الرغبة لدى الفرد للعمل والتي يمكن أن تظهر من خلال حماسه وإقباله على العمل الذي يعبر عن توفيق هذا العمل مع ميوله وإتجاهاته.

2. **مناخ العمل:** يعبر عن الإشباع الذي توفره بيئة العمل الداخلية وهو إحساسه بالرضا عن عمله بعد أن يكون قد حقق رغباته وأهدافه وأشبع جميعها.

3. **القدرة على أداء العمل:** هذه القدرة يستطيع الفرد تحصيلها بالتعليم والتدريب وإكتساب الخبرات والمهارات والمعارف المتخصصة المرتبطة بالعمل.²

4. **المقدرة وال رغبة في العمل:** يتفاعلان معا في مستوى الأداء أي أن تأثير المقدرة على العمل على مستوى الأداء يتوقف على درجة رغبة الشخص في العمل والعكس من خلال المعادلة التالية: مستوى الأداء = المقدرة على العمل X الرغبة في العمل.

وقد قدم أحمد صقر عاشور ثلاث محددات أخرى هي:

1. **الجهد المبذول:** وهو الذي يعكس درجة حماس الفرد لأداء عملية أي أن الفرد إذا ما بذل مجهود ما فهذا الآن هناك دوافع تدفعه للقيام به.

3. **الإدراك الفرد لدوره الوظيفي:** يقصد به تصوراته وانطباعاته عن السلوك والأنشطة التي يتكون بأها عمله وعن الكيفية التي ينبغي أن يمارس بها دوره في المنظمة.³

المطلب الثالث: أنواع الأداء الوظيفي:

بعد التعرف على الأداء الوظيفي والتطرق على محدداته يمكننا الإنتقال إلى عرض أنواع الأداء الوظيفي الذي يمكن تصنيفه وتقسيمه كغيره من الظواهر التنظيمية:

¹ علي السلمي، إدارة الأفراد والكفاءة الإنتاجية، ط3، دار الغريب للنشر والتوزيع، مصر، 1989، ص 79.

² أحمد سيد مصطفى، إدارة الموارد البشرية، القاهرة، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، 2002م، ص 116.

³ أحمد صقر عاشور، إدارة القوى العاملة الأسس السلوكية وأدوات البحث التطبيقي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 1983، ص 50.

1. **حسب معيار المصدر:** وفقا لهذا المعيار يمكن تقسيم الأداء الوظيفي إلى نوعين، الأداء الذاتي أو الأداء الداخلي والأداء الخارجي.

الأداء الداخلي: يطلق على هذا النوع من الأداء أداء الوحدة أي أنه ينتج ما تملكه المؤسسة من الموارد فهو ينتج أساس مما يلي:

الأداء البشري: هو أداء أفراد المؤسسة الذي يمكن إعتبارهم موردا إستراتيجي قادر على صنع القيمة وتحقيق الأفضلية التنافسية من خلال تسيير مهاراتهم.

الأداء التقني: يتمثل في قدرة المؤسسة على إستعمال إستثمارها بشكل فعال.

الأداء المالي: ويكمن في فعالية تهيئة وإستخدام الوسائل المالية المباحة.

الأداء الخارجي: هو الأداء الناتج عن المتغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي والذي يولده فهذا النوع بصفة عامة يظهر في النتائج الجيدة التي تتحصل عليها المؤسسة كإرتفاع سعر البيع وكل هذه التغيرات تعكس على الأداة سواء بالإيجاب أو بالسلب، هذا النوع من الأداء يفرض على المؤسسة بتحليل نتائجها وهذا مهم إذا تعلق الأمر بمتغيرات كمية أن يمكن قياسها وتحديد أثرها.

حسب معيار الشمولية: حسب هذا المعيار يمكن تقسيم الأداء إلى نوعين هما الأداء الكلي والأداء الجزئي.

الأداء الكلي: هو الذي يتجسد في الإنجازات التي ساهمت فيها جميع العناصر والوظائف والأنظمة الفرعية المؤسسة لتحقيقها ولا يمكن كسب إنجازها إلى أي عنصر من دون مساهمة باقي العناصر.

في هذا النوع من الأداء يمكن الحديث عن مدى وكيفية بلوغ المؤسسة أهدافها السلطة كالإستمرارية والشمولية والربح والنمو، كما أن أداء المؤسسة في الحقيقية هو نتيجة تفاعل أداء أنظمتها الفرعية.

الأداء الجزئي: هو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة وينقسم بدوره إلى عدة أنواع تختلف باختلاف المعيار المعتمد لتقييم عناصر المؤسسة حيث يمكن أن ينقسم حسب المعيار الوظيفي إلى أداء وظيفة علمية، أداء وظيفة الأفراد، أداء وظيفة التموين أداء وظيفة الإنتاج، أداء وظيفة التسويق.¹

¹ عمر محمد تومي الشباني، علم النفس الإداري، د 1، دار العربية للكتاب، طرابلس، ليبيا، 1998، ص 56

المطلب الرابع: أبعاد الأداء الوظيفي:

هناك عدة أبعاد للأداء الوظيفي تشمل ما يلي:

1. مستوى أو وحدة التحليل: وتشمل مستوى الفرد، مستوى الوحدة في التنظيم أو الجماعة الصغير ومستوى التنظيم (المؤسسة).
2. مقياس الأداء: وهي تلك العناصر القابلة للقياس في أي مجال من مجالات الأداء وهذه المعايير قد تشمل واحد أو أكثر وهي كالتالي:
 - الإنتاجية أو الفاعلية أو الكفاءة أو النوعية أو تحقيق الربح، أو رضا الموظفين والتجديد والإبتكار.
3. قياس الأداء: المقاييس قد تكون موضوعية وكمية أو ذاتية.
4. الإطار الزمني للأداء: إن المدى أو المتوسط أو قصره قد يكون إطار الإهتمام أو القياس.
5. مجال الإهتمام أو التركيز في الأداء: وهذا ما يكون مجال الإهتمام الإبتعاد على الأداء كما هو أو تحسينه أو تطويره والتحسين والذي تركز عليه جهود الإصلاح والتطوير ولكي يكون الأداء متقدما وفعالاً يجب أن يتمتع بالخصائص التالية:

- النجاح المستمر في السوق لمؤسسة القطاع الخاص وتحقيق أهداف في المؤسسة القطاع العام.
- الإبتكار والتميز في نوعية السلع والخدمات وتحقيق رضا الزبائن.
- إستخدام فرق عمل تدير نفسها بتقسيمها ذاتياً.
- الإهتمام بالإتصال وإشتراك العاملين في إتخاذ القرارات.¹

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي:

كما أن هناك مجموع من العوامل التي تؤثر في الأداء الوظيفي وتحديد مستوى الأداء الفردي للموظف، وإن أهم هذه العوامل هي:

* **المناخ التنظيمي:** يعرف المناخ التنظيمي بأنه تعبير يدل على مجموعة من العوامل التي تؤثر في سلوك العاملين داخل التنظيمي كمنط القيادة وطبيعة الهيكل التنظيمي والتشريعات المعمول بها والحوافز والمفاهيم الإدراكية وخصائص البيئة الداخلية والخارجية للتنظيم وغيرها من العوامل والأبعاد.

¹ البلوي محمد سليمان، التمكين الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي، رسالة ماجستير، (د-ب)، جامعة مؤتة عمادة الدراسات العليا، 2008.

وتبرز أهمية المناخ التنظيمي للمنظمات في العديد من الجوانب، إذ يؤثر المناخ التنظيمي السليم على العديد من الجوانب، بشكل إيجابي مثل التحفيز والرضا الوظيفي لدى العاملين وكذلك يرفع من سوية الأداء في المنظمة. كما يؤثر المناخ التنظيمي للمنظمات في العديد من الجوانب النفسية والاجتماعية للعاملين داخل المنظمة بشكل إيجابي إذ كان المناخ التنظيمي سليم صحي بالإضافة إلى تأثيره على سلوك وكفاءة العاملين في المنظمة لأن العاملين يقضون معظم وقتهم في العمل حيث يحتك مع الرؤساء والمرؤوسين على كافة المستويات ويخضع في سلوكه لتأثيرات المناخ بأبعاده المختلفة.

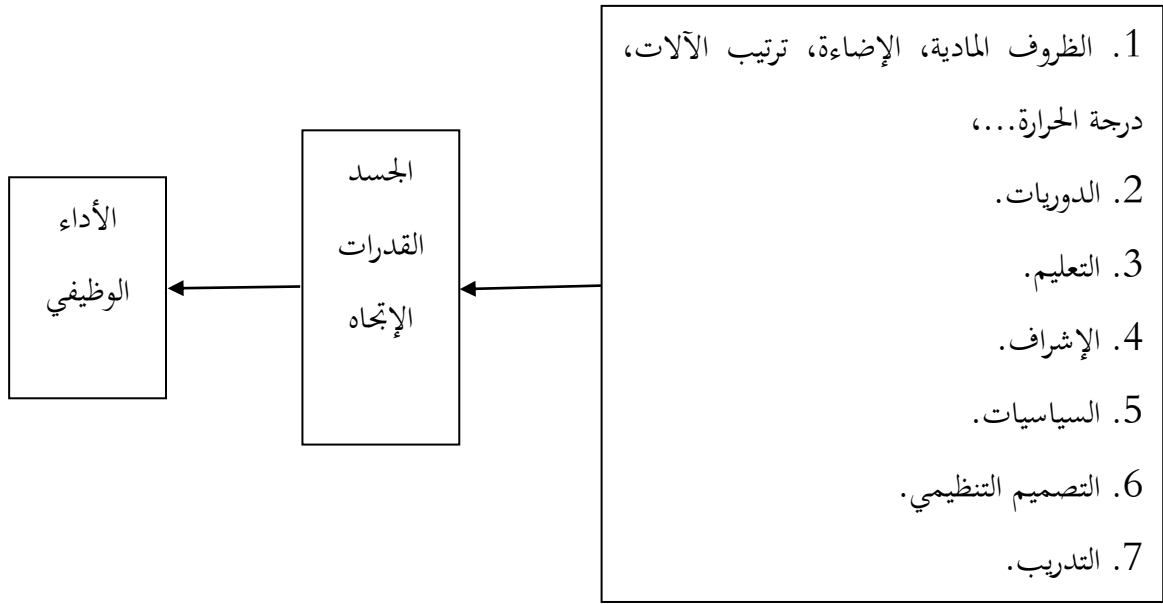
* **الروح المعنوية لدى الموظف:** إن موقف الموظفين وإتجاهاتهم وميولهم نحو مؤسساتهم التي يعملون بها حظيت بقدر كبير من إهتمام الباحثين بل وزاد الإهتمام في مواقف الموظفين بعد أن إتضح أن الروح المعنوية للموظفين تؤثر بشكل كبير في الأداء الوظيفي.

وقد خلصت الكثير من الدراسات إلى أن القيادات الإدارية لها تأثير وبشكل كبير على معنويات الموظفين سلبا أو إيجابا وهذا ينعكس سلبا أو إيجابا على الأداء الوظيفي وهي علاقة طردية وإذا نجحت المؤسسة في إختيار العاملين وعملت على خلق روح المعنوية قوية لديهم (روح الفريق) فإن ذلك يكفل الرضا الوظيفي وحفظ النظام وطاعة الأوامر والقوانين واللوائح والضغط على أي فرد يحاول الخروج عليها، كما يكفل الإحتفاظ بمستوى مناسب عن السلوك والأداء الوظيفي، وتعتمد الروح المعنوية على عدة عناصر ترتبط بعملية العلاقات الإنسانية مثل: مقابلة الكفايات بالوظائف والتدريب والأجور والترقية والخدمات.

العوامل البيئية: وهي مجموعة من الظروف الطبيعية وغيرها ويمكن¹ تبينها في الشكل الآتي:²

¹ حسن محمد الحراشة، إدارة الجودة الشاملة والأداء الوظيفي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010، ص ص 96 – 95.

² زاوية محمد حسن، المرجع السابق، ص 212.



المطلب السادس: عناصر الأداء الوظيفي:

هناك ثلاثة عناصر رئيسية للأداء الوظيفي:

1. العامل: لما لديه من معرفة ومهارة وقيم وإتجاهات ودوافع خاصة للعمل.
 2. الوظيفة: من ناحية متطلباتها وتحدياتها.
 3. الموقف: وهو ما تتصف به البيئة التنظيمية التي تتضمن مناخ العمل والإشراف ووفرة المورد والأنظمة والهيكل التنظيمي ويشكل أكثر تهديد، وتوجد عدة عناصر هامة تكون في مجموعها ما يعرف بالأداء بها.
- أ. المعرفة بمتطلبات الوظيفة: وتشمل المهارة المهنية والمعرفة الفنية والخلفية العامة عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها.
- ب. نوعية العمل: وتشمل الدقة والنظام والإتقان والقدرة على التنظيم وتنفيذ العمل والتحرر من الأخطاء.
- ج. كمية العمل المنجز: وتشمل حجم العمل المنجز في الظروف العادية للعمل وسرعة الإنجاز.
- د. المشاورة والثوق: ويدخل فيها التفاني والجدية في العمل والقدرة على تحمل مسؤولية العمل وإنجاز الأعمال في مواعيدها، ومدى الحاجة للإشراف والتوجيه.¹

¹ حسن محمد حراشة، المرجع السابق، ص 97.

مطلب السابع: خطوات قياس الأداء الوظيفي:

ويمكن تحديد خطوات قياس أداء العاملين كالاتي:

- الخطوة الأولى:** التعرف على طبيعة العمل المراد قياس العاملين فيه وهو ما يعني تحليل ووصف وتقييم الوظائف.
- الخطوة الثانية:** تحديد أسس أو معايير التقييم وإعلام المقيمين بها لا بد أن تكون هذه المعايير واضحة كما ونوعا في أذهان الطرفين من عاملين ومسرفين لا تخرج عن هذه الأسس عن ثلاثة أسس وهي:
1. الصفات الشخصية التي يتحلى بها العاملون التي قد تؤثر على مستويات أدائهم، ومن تلك الصفات مستوى الدافعية والقدرة على المبادرة والحماس للعمل.
 2. السلوك والتصرفات الفعلية التي يقوم بها عامل، تعدد الطلبات أو الخدمات التي يدققها أو يقدمها أو عدد المكالمات الهاتفية التي يستقبلها، أو عدد المقابلات التي يقوم بها و إلى ذلك من وحدات العمل.
 3. النتائج التي يصل إليها أو يحققها العمل كنسبة الربح أو التكلفة، أو مستوى رضا العاملين معه ذلك حسب القطاع أو الوظيفة التي يعمل بها العامل أو الموظف ومن البديهي أن التقويم يكون دائما من الرئيس للمرؤوسين إلا أن هناك أكثر من رأي حول من تقييم من ، فهناك من يقيم زملاء وتقييم المرؤوسين.
 4. قياس الأداء بالطرق المناسبة سواء الملاحظة المباشرة أو التقارير الإحصائية الشفوية أو الكتابية.
- الخطوة الثالثة:** إطلاع المرؤوسين ومناقشته بالتقارير عن أدائه.
- الخطوة الرابعة:** إتخاذ الإجراءات المناسبة لتصحيح المسار وتلاقي أي خروج عن المعايير المحددة.¹

المطلب الثامن: طرق تحسين الأداء الوظيفي:

- بشكل عام هناك ثلاثة طرق لتحسين الأداء وهي تحسين الموظف، تحسين الوظيفة، تحسين الموقف (البيئة).
1. **تحسين أداء الموظف:** وهي من أكثر الطرق صعوبة بين الطرق الثلاثة ويتم تحسين أداء الموظف من خلال عدة وسائل يمكن شرحها على النحو التالي:²
- الوسيلة الأولى:** تتمثل في التركيز على نواحي القوة وما يجب عمله أولا بحيث يتم إتخاذ إتجاه إيجابي نحو الموظف بما في ذلك مشاكل الأداء التي يعاني منها وإدراك أنه لا يمكن القضاء على جميع نواحي القصور والضعف لدى

¹ نوري منير، الوجيز في تسيير الموارد البشرية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2011، ص 166.

² زويلق مهدي حسن، إدارة الأفراد منظور كمي مقارنة، ط1، مكتبة الأقصى، عمان، 1983، ص 163.

الموظف بحيث يتم التركيز على تحسين أداء الموظف من خلال الاستفادة مما لدى الموظف من مواهب جديدة أو ضعيفة وتنميتها.

الوسيلة الثانية: التركيز على المرغوب أي بين ما يرغب الفرد في أدائه وبين ما يؤديه الفرد أو الموظف على أرض الواقع بحيث أن إرتباط الرغبة بالأداء تؤدي إلى زيادة تحسين الأداء الوصول إلى الأداء الوظيفي الممتاز من خلال السماح للأفراد بأداء الأعمال التي يرغبون بالقيام بها وتوفير الإنسجام بين الأفراد وإهتماماتهم.

الوسيلة الثالثة: الترابط بين الأهداف الشخصية للفرد وأداء عمله بحيث يكون تحسين الأداء مرتبط ومنسجم مع إهتمامات وأهداف الموظف من خلال إظهار وتأكيد أن التحسين المرغوب فيه يساهم في تحقيق التحسينات المرغوبة للموظف.

2. تحسين طبيعة العمل (الوظيفية):

يرى بعض الباحثين أن عملية التغيير في طبيعة المهام الوظيفية توفر فرصا جيدة لتحسين الأداء، بحيث يساهم محتويات الوظيفة إذا كانت مملة أو تحتاج إلى مهارات يفوق مهارات الفرد العائم بها أو حتى إحتوائها على مهام غير ضرورية أو مناسبة فإنها يؤدي إلى تدني مستوى الأداء ويعتبر hainze أن نقطة البداية في دراسة وسائل تحسين الأداء في وظيفة معينة تكون في معرفة ضرورة كل مهمة من مهام الوظيفة ويضيف أن تحسين الوظيفة يتم خلال توسيع نطاقها من خلال تجميع من المهام التي تتطلب نفس المستوى من المهارات إضافة إلى العمل على زيادة مستوى المسؤولية والحرية المعطاة للموظف من أجل إثراء الوظيفة.

3. تحسين البيئة:

يرى الباحثون أن البيئة التي تؤدي فيها الوظيفة عامل أساسي ومهم يمكن إستغلاله في تحسين الأداء وذلك من خلال:¹

- معرفة مدى الملائمة بين عدد المستويات التنظيمية والطريقة أو الأسلوب التي يتم بها تنظيم وتكوين الجماعات داخل المؤسسة.

- تحضير جداول للعمل مع قابليتها للتغيير بما يتلائم مع الظروف المحيطة بالوظيفة نفسها بحيث تخدم مصلحة العمل نفسه.

¹ جواد شوقي ناجي، إدارة الأعمال، منظور علمي، ط1، دار الحامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 104.

- تحسين نوعية الإتصالات بين الموظفين ومشرفيهم أو مدراءهم أو بين الموظفين أنفسهم ويرى الكثير من الباحثين أنه يوجد العديد من الوسائل والأساليب التي تساعد في تحسين الأداء كما يلي:
- التدريب: هو إكتساب المعرفة من خلال الآخرين أو المشاهدة في تنفيذ الأعمال.
- الحوافز: تتمثل في التشجيع الذي يتم منحها للعامل من أجل إنجاز الأعمال.
- المكفآت والإعتراف بالفضل: هي المنح والشهادات التي تمنح للعامل.
- تصميم عمل الوظيفة: تحديد إحتياجات الوظيفة من يد عاملة والوقت المناسب لها والمستوى المطلوب لشغلها.

- الإدارة بالأهداف: معناها رسم الأهداف المراد والوصول إليها في وقت قياسي.
- التدوير الوظيفي: هو الترقية أو النقل من وظيفة إلى أخرى.
- المشاركة والعمل الجماعي: مدى تحقيق العامل للأهداف والتواصل مع الجماعة داخل الورشة (داخل العمل)

- إزالة العناصر غير المنتجة: أي فصل الأشخاص الغير أكفاء في الوظائف.¹

مطلب التاسع: أهداف وأهمية الأداء الوظيفي:

أ. أهداف الأداء الوظيفي: هناك جملة من الأهداف لتقييم أداء العاملين نريدها في ما يلي:

1. الأهداف الإستراتيجية:

يتمثل الهدف الرئيسي لإستخدام أنظمة إدارة الأداء في تحقيق الربط بين أنشطة العاملين والأهداف أو الغايات التنظيمية، ويستند التنفيذ الفعال الإستراتيجيات إلى تحديد النتائج المرغوبة وأنماط السلوك ونوعية السمات الفردية الضرورية أو المطلوبة للتنفيذ، وقد تم تطوير أنظمة القياس وإسترجاع المعلومات التي تدعم إستخدام العاملين لقدراتهم وتطوير أنماطها السلوكية للوصول إلى نتائج محددة.

2. أهداف إدارية:

تعتمد المنظمات على معلومات إدارة الأداء في إتخاذ العديد من القرارات الإدارية أبرزها إدارة المرتبات والأجور، الترقيات، تقدير الأداء الفردي، الإستهناء عن العاملين.²

¹ جواد شوقي ناجي، المرجع السابق، ص 104.

² عبد المطلب عامر سامح، إستراتيجية إدارة الموارد البشرية، ط1، عمان، دار الفكر، 2011، ص 223 - 222.

3. أهداف تنمية:

يتمثل الجانب الأخير من أهداف الأداء الوظيفي في تنمية العاملين وتطوير أساليب أدائهم للعمل على اعتبار أن الموظف عند عدم أدائه لعمله على النحو المتوقع فإن إدارة الأداء تسعى إلى تنمية أدائه.

أهمية الأداء الوظيفي:

تتلور أهمية الأداء الوظيفي في ما يلي:

- إن الأداء الوظيفي يعد مقياس لقدرة الفرد على أداء عمله في الوقت الحاضر والأعمال الأخرى في المستقبل، وبالتالي يساعد في اتخاذ قرارات الترقية.
- ارتباط نظام الحوافز بأداء الفرد وهذا ما يزيد اهتمام الفرد بأدائه.
- ارتباط الأداء بالإستقرار الوظيفي لدى العاملين، حيث أن العاملين ذوي الأداء المتدني يكونوا دائما مهددين بالإستغناء عن خدماتهم.¹
- يعتبر الأداء عنصرا حيويا في كل عملية لأنه مرتبط بالعنصر البشري الذي يريد العملية ويحول المواد الخام إلى موارد مصنعة ذات قيمة مادية.²
- يعتبر من المرتكزات الأساسية لوجود المنظمة ويتضح ذلك من خلال مناقشة الأداء في إطار ثلاثة أبعاد نظريا وتجريبيا وإداريا.³

¹ راوية محمد حسن، المرجع السابق، ص 216.

² فيصل عبد الرؤوف الدحلة، تكنولوجيا الأداء البشري، ط1، المكتبة الوطنية، عمان، 2001، ص 96.

³ وائل محمد صبحي، إدريس طاهر محسن الغالي، أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2009، ص 40.

خلاصة:

يمكن القول أن الإهتمام بأداء الموظف وطبيعة الأداء هي التي تحدد مكانة المؤسسة وفعاليتها وهذا لا يتحقق إلا إذا توفرت هذه الأخيرة الظروف الملائمة والبيئة الجيدة للمهياة للعمل داخلها، فالأداء الوظيفي يتأثر بطريقة عمل الأفراد وكيفية التعامل معهم من خلال الأهمية البالغة لهم، ويجب أن نشير أن الأداء ليس هدفا في حد ذاته وإنما هو وسيلة لتحقيق غاية وهي النتائج إذن لا نستطيع ضمان حسن الأداء إلا من خلال الإهتمام بالجوانب المؤثرة فيه والتركيز على جميع عناصره.

تمهيد:

تعتبر العلاقات العامة من الميادين الإدارية التي تهتم بالعاملين وتعمل على تهيئة الظروف والبيئة الملائمة للعمل والبحث عن السبل المختلفة التي تطبق في عملية تحسين الأداء الوظيفي بالنسبة للعاملين وهذا ما يعكس بالإيجاب على أداء المؤسسة ككل.

وبفعل الأهمية المتزايدة والبحث في مجال الرضا وطرق تحسين الأداء وأصبحت العلاقات العامة من الميادين التي تهتم بالبحث في هذه السبل وتطبيقها على أرض الواقع وستتعرف على أهم الطرق التي تثبت العلاقات العامة في عملية تحسين الأداء.

المبحث الثالث: أساليب العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي

المطلب الأول: التوجيه في ادارة العلاقات العامة

1. التوجيه:

إن الوظيفة الأولى للمدير أن يوجه جهود الآخرين، ولا يمكن الهروب منها، في حين أنه لا يمكن له الهروب من بعض مسؤولياته في التخطيط. أو التنظيم ولكن لا يستطيع أن يتخلى عن مسؤولياته في توجيه جهود الناس تحت إشرافه، وإن كفاءته الإدارية تتوقف الى حد كبير على مدى مهاراته في التوجيه فالتوجيه يعني توفير الإرشادات الذي يحتاج إليها الفرد لكي يمارس مسؤولياته في العمل، ويمثل الإتصال بالمرؤوسين وإرشادهم عن كيفية أداء الأعمال بإصدار التعليمات والشرح والوصف وضرب الأمثلة، ورفع الحالة المعنوية للمرؤوسين والإلتزام بمفاهيم القيادة بقصد الحصول على تعاونها الإختباري في تنفيذ الأعمال، ويمثل التوجيه النشاط الرئيسي للعائد الإداري وعمله اليومي والتوجيه الإداري بصفة عامة هو العمل الدؤوب أثناء التنفيذ لمواجهة أية مشكلات، ولتحقيق الكفاءة المستمرة، ومن ثم فإن جوهر النجاح هو صنع القرار الرشيد وليس الإهتمام بالسلطات التي لها حق اتخاذ القرار.

-وظيفة التوجيه الإداري:

- التعريف بالفلسفة العامة والسياسات والقواعد التي تسير عليها المنشأة والإدارة التي يعمل بها الفرد.
- تدريب الفرد للفرد الى اقصى كفاءة في أداء عمله الحالي كذلك إعدادة للتزقي الى وظائف أعلى
- إصدار تعليمات محددة لإرشاد الفرد في أداء عمله اليومي، ومن المعتقد انه يزيد إصدار التعليمات للمستوى الأدنى في التنظيم.

المطلب الثاني: تدريب العاملين في المنشأة

يجب الإهتمام ببرامج التدريب من منطلق السعي لتغيير سلوك الموظف ورفع مستواه خاصة في مجال العلاقات العامة عن طريق تعريفه بطرق تحسين معاملته مع الجمهور وسبل الإقتناع وغيرها من الأساليب، وهكذا فيجب أن ينصب التدريب على مجال السلوكيات وتحسين الإجراءات لإرضاء العاملين والسرعة في إجراء المعاملات والسعي لتخفيض مدة بقاء المتعامل في المنشأة بإنتظار إنجاز ما يطلبه من عمل، ويكون نظام التدريب أثناء الخدمة صغيرة جدا وكبيرة جدا حسب احتياجات المنظمة وتبعاً لما تسمح به مواردها وهكذا فإن خلق الإنطباع الجيد عن منشأة الأعمال أمر ليس سهلاً ولكنه ليس مستحيلاً ويمكن الوصول إليه عن طريق تدريب العاملين بالمنشأة على الأساليب والوسائل التي تخلق الإنطباع الجيد، وتختلف هذه الأساليب باختلاف طبيعة عمل المنشأة ولكنها بشكل عام تنصب على ممارسة أخلاقيات المهنة وعلى حسن المعاملة والصدق والأمانة وفهم طبيعة

النفس البشرية، أي أن برنامج التدريب بالنسبة للموظف الجديد يمكن تقسيمه إلى قسمين يكمل أحدهما الآخر وهما:

- سلوكيات وأخلاقيات المهنة.

- المظهر العام للموظف.¹

2.2 التدريب الداخلي والتدريب الخارجي:

- **التدريب الداخلي:** هو التدريب الذي يقوم به العاملون في المؤسسة لزملائهم أو مرؤوسيههم هذا النوع من التدريب قد لا تهتم به بينما له فوائد كثيرة، التدريب الداخلي ينمي مهارات المدرب والمتدرب ويقوي العلاقة بينهما إذا تم بطريقة سليمة في التدريب الداخلي ينمي مهارات المدرب والمتدرب ويقوي العلاقة بينهما إذا تم بطريقة سليمة في التدريب الداخلي يكون التركيز على تطبيقات الموضوع في المؤسسة ومشاكلها، المدرب في التدريب الداخلي يكون أكثر حرصاً على تنمية مهارات المتدربين، يتميز التدريب الخارجي بأن المدربين قد يكون لديهم خبرة أوسع في مجال التدريب ولديهم خلفية نظرية أو عملية أعمق.

التدريب الخارجي يضيف أفكاراً من خارج المؤسسة ويسمح للعاملين برؤية وجهة نظر أخرى والإطلاع على الجديد، وقد يتوفر به وسائل تدريبية غير متوفرة بالمؤسسة نفسها، الدورات التدريبية التي تشارك فيها أكثر من مؤسسة تتيح للمتدربين للتنافس والتحاوور وتبادل الخبرات والإطلاع على تجارب مؤسسات أخرى بالإضافة إلى بناء علاقات عمل جيدة.²

3. التحفيز:

يمكن القول عن التحفيز بأنه عملية نظامية تتكون من مجموعة أجزاء تتفاعل فيما بينها تفاعلات إيجابية أو سلبية يتحدد في ضوء المبادئ التي تحكم الأجزاء ويقود التفاعل بدوره إلى نتائج إيجابية أو سلبية على صعيد السلوك والأداء، فمنظمة التحفيز تتكون من خمسة مكونات أساسية في الفرد (الوظيفة، موقف العمل، المنظمة البيئة) ولا يمكن أن تنجح عملية التحفيز إلا إذا توافرت الملائمات الآتية:

¹ زهير عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد، المرجع السابق، ص 139.

² وليد ناجي الحياي ومقدس كامل العودة، دور وآثار التدريب في زيادة إنتاجية القوى العاملة، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2015م، ص 77-79.

- **الفرد والوظيفة:** أي تناسب قدرات ومعارف وقابليات الفرد مع المتطلبات الوظيفية وهذا من صلب دور تصميم الوظيفة لأن تصميم الوظيفة لأن تصميم الوظيفة يحتاج إلى خبير في معاني الأهداف، خبير في المسؤولية ودراية ومعرفة بالتأثير.
- **الوظيفة والمنظمة:** أي أن تكون الوظيفة جزء حيوي في الهيكل الوظيفي وليس وظيفة هامشية فمهما حاولت المنظمة استخدام وسائل التحفيز فإنها لن تنجح إذا كانت الوظيفة غير مهمة لدى الفرد.
- **المنظمة والبيئة:** أي أن تتكيف المنظمة لمتطلبات بيئة علمها ومنها متطلبات مواردها البشرية.
- **الفرد والمنظمة:** أي أن يتكامل أهداف الفرد والمنظمة.
- **الفرد والموقف:** أي أن يمتلك الفرد القدرة على إدراك طبيعة موقف العمل ويستوعب متطلباته لكي يسلك ما يتناسب مع الموقف.

كما من المهام للمديرين معرفة ما يحفز كل موظف فالحافز هو القوة النفسية التي تحدد ما يلي:

- **اتجاه سلوك الشخص:** يشير هذا إلى العديد من السلوكيات الممكنة التي يمكن أن يشارك فيها الموظف على سبيل المثال لا يجب على الموظف الذي يعرف ما يجب القيام به لتلبية احتياجات العميل أن يطلب إذنًا من مديره للعمل.
- **مستوى جهد الشخص:** يشير الجهد إلى كيفية عمل الناس بجد، فيبدل بعض الموظفين مستوى عال من الجهد لتقييم خدمة عملاء فائقة.¹

المطلب الثالث: العلاقات العامة في منشآت الأعمال.

كما أن هناك أمرا بالغ الأهمية في مجال خلق الإنطباع الجيد لدى الجمهور عن منشأة الأعمال، وهو أن العلاقات الداخلية الجيدة بين المنشأة والعاملين فيها تشكل المورد الحقيقي الذي تنبع منه الإنطباعات الجيدة عن المنشأة، فالموظف الراضي عن عمله يخلق وحتى بدون قصد منه انطباعا جيدا لدى جمهور المتعاملين معه والمحتكين به من غير المتعاملين وذلك لأنه راض عن المنشأة كمكان للعمل وكمصدر للرزق وكضمانة للمستقبل على العكس تماما من الموظف الساخط على عمله أو على المنشأة التي يعمل بها، وهكذا فإن موظفي المنشأة هم المرآة التي تعكس صورة المنشأة لتقيه فئات الجمهور وخاصة المتعاملين معها ومن هنا أتت أهمية العناية باختيار والإنتقاء للموظفين وأهمية التأكيد على راحة الموظف²

¹ بريشان معروف جميل، تحفيز الأفراد باستخدام نظرية العدالة، ط1، دار الكتاب الثقافي، مصر، 2018، ص ص 28-29.

² زهير عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد، المرجع السابق، ص159

المطلب الرابع: المؤهلات الإدارية والوظيفية

أ:المطاولة (القدرة على مواجهة الصعاب):

تحتاج مهمات العلاقات العامة إلى الصبر ورباطة الجأش في مواجهة الآخرين وكذلك قبول التعارض في المواقف والإستجابة المناسبة والمرونة لمواقفهم ومحاولة إيجاد المنافذ الإيجابية لبناء جسور الثقة وخلق قناعة وتحديد لها.

ب:التنظيم(القدرة على هيكلة العمل):

لوصف الوظائف واختيار المهارات المناسبة للعمل، ويحتاج رجل العلاقات العامة إلى سرعة البديهة وصيغ التنظيمية المرنة لمعالجة الخلل في أداء الأدوار الوظيفية، إذ يفترض على رجل العلاقات العامة يحمل مهارات رجل التنظيم في تصميم تشكيلات إدارية وتوزيع المهمات الوظيفية بصيغ عضوية مرنة قادرة على تحريك العاملين وتقترن بصفة التنظيم عادة القدرة على توثيق وتحديد المعلومات.

ج:صنع القرارات واتخاذها(القدرة على تحديد البدائل والإختيار المناسب منها):

إذ تتطلب وظيفة العلاقات العامة مهارات إدارية مناسبة وخاصة في وضع القرارات واتخاذها وذلك لسبب يسير هو الحاجة المستمرة والمتناهية لاختيار البدائل في وظيفة العلاقات العامة وعلى الرغم من كون هذا المؤهل عاما غير أنه يعد من المؤهلات الضرورية والحاسمة في إدارة العلاقات العامة .

د:القدرة على التعامل مع المفاهيم الإدارية يقرض إدراكا جيدا لكل المفاهيم الإدارية بما يضمن لرجل العلاقات العامة مرونة عالية في التعامل الإيجابي والفعال مع جماهير الإدارة المختلفة¹

¹ زهير عبد اللطيف عابد وأحمد العابد أبو السعيد، المرجع السابق، ص 160

خلاصة:

من خلال تعرضنا في هذا المبحث لموضوع فعالية العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي وذلك من خلال ممارسة أنشطتها فوظائف العلاقات العامة لها علاقة وطيدة وتحفيز أداء العاملين في المؤسسات الإجتماعية لتكون العلاقات العامة تقوم على خلق التفاهم والقبول والتعاون بين المؤسسة وجمهورها بالإضافة إلى تعزيز تقدمهم بالمؤسسات التي يعملون بها، كما أن الثقافة التنظيمية القوية متواجدة في المؤسسات الأكثر نجاحا إذن العلاقات العامة لها نتائج إيجابية على الأداء الموظفين وأهمية كبيرة داخل المؤسسة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
المبحث الأول: جمع وتحليل البيانات الميدانية

المطلب الأول: مجالات الدراسة

المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة

المطلب الثالث: مهام المؤسسة

المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي للمؤسسة

المطلب الخامس: عرض وتحليل البيانات

المطلب السادس: عرض نتائج الدراسة

المطلب السابع: التوصيات والمقترحات

قائمة المصادر والمراجع

خاتمة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: جمع وتحليل البيانات الميدانية:

تمهيد:

يعد الجانب التطبيقي أساسا في كل بحث علمي بغية الحصول على نتائج تحقق الهدف منه وتكملة للإطار النظري حول دور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي خلال الفصول السابقة والتعرف على ماهية متغيرات دراستنا وتحديدنا لأهمية الموضوع إلى جانب استعراضنا لأدوات جمع البيانات وذلك بعد اختيارنا المجتمع البحث والذي تمثل في موظفي مديرية اتصالات الجزائر لولاية مستغانم، سنتطرق في هذا الفصل إلى عرض المعطيات التي تم جمعها عن طريق الإستمارة ومناقشتها وتفريغها وتحليل النتائج لنصل في الأخير إلى بعض الإقتراحات والتوصيات التي نرى أنها مفيدة في هذا المجال.

مطلب الأول: مجالات الدراسة:

من النتائج في مجال البحث العلمي أنه لكل دراسة أو بحث ثلاث مجالات أساسية وهي:

أ. **المجال المكاني:** ويقصد بالمجال المكاني المقر الذي أجريت فيه الدراسة، وبما أن دراستنا تهدف لمعرفة دور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي فقد كانت دراستنا في مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم كونها المكان الذي يضم مجتمع الدراسة.

ب. **المجال الزمني:** ويشمل الفترة الزمنية التي استغرقتها لإجراء هذه الدراسة فإنطلقت دراستنا في الجانب النظري منذ قبول موضوع الدراسة شهر فيفري 2022 إلى غاية أشهر ماي حيث قمنا بجمع كافة البيانات والمعلومات التي تخص موضوع دراستنا، أما الجانب التطبيقي فقد باشرناه من فترة إنتهاء الإمتحانات السداسي الأول وبداية السداسي الثاني يوم 09 و 10 مارس إلى غاية 19 أفريل 2022 في هذه الفترة قمنا بالنزول إلى الميدان ومقابلة المبحوثين وطرح الأسئلة وشرعنا في تفريغ بيانات الإستمارة وتحليلها لغاية 26 ماي 2022.

ج. **المجال البشري:** والمقصود به أفراد مجتمع الدراسة وهم العاملون بمديرية إتصالات الجزائر لولاية مستغانم والمجال البشري يتكون في دراستنا من خمس موظفين داخل المؤسسة.

المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة:

1.2 **الإنطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر:** انطلقت اتصالات الجزائر في الفاتح من جانفي وهي مؤسسة عمومية جزائرية تأسست سنة 2003 تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقل موبيليس وخدمات الأنترنت "جواب" والاتصالات الفضائية نشأت بموجب قانون فبراير 2000 المرتبط بإعادة هيكلة قطاع البريد عن قطاع

الإتصالات ودخلت رسميا في سوق العمل في 01 جانفي 2003 وسطرت مجموعة من الأهداف متمثلة في: المروددية، الفعالية، الجودة في الخدمات.

لقد بلغ عدد مشتركها في الهاتف حتى سنة (2008) 5.128.262 مشترك منها 922.731 مشترك في الهاتف الثابت، أما عدد مشتركها في الهاتف النقال فبلغ أكثر من 11 مليون مشترك موبيليس نهاية 2010م. تعتبر اتصالات الجزائر من الشركات التي لها دور استراتيجي في تكوين وتخصيص الخطوط خدمة المواطنين والمؤسسات، إذ تهدف إلى تطوير وإنعاش الإقتصاد باعتباره السبيل الوحيد للإزدهار.

2.1 الإطار القانوني: اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية وذات أسهم (SPA) رأس مال عمومي تنشط في سوق الشبكة وخدمات الإتصال السلكية واللاسلكية بالجزائر.

تأسست وفق قانون 2000/3 المؤرخ في 05 أوت 2000، المحدد للقواعد العامة والمواصفات فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (SNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية إقتصادية أطلق عليها إسم اتصالات الجزائر.

وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام المؤسسة تحت صيغة قانونية لمؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي قدره 50.000.000.000 دينار جزائري والمسجلة في مركز السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 تحت رقم 0018083B02.

خصائص وفروع اتصالات الجزائر:

أ. خصائص اتصالات الجزائر:

إن مؤسسة اتصالات الجزائر متميز عن باقي المؤسسات كونها تتميز بما يلي:

- شعار الشركة: الإختيار الأمثل.

- النوع: شركة عمومية.

- تاريخ التأسيس: 2003.

- المقر الرئيسي: الجزائر العاصمة.

- الشركة الأم: هيئة البريد والمواصلات الجزائرية.

- الشركة التابعة: موبيليس، جواب، اتصالات الجزائر الفضائية.

- المنتجات: خدمة الهاتف الثابت النقال والأترنت.

- المالك: الدولة الجزائرية.

- الموقع الإلكتروني: www.algeriatelecom.dr

فروع مجمع اتصالات الجزائر:

يهدف مساهمة التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية وفي إطار تعزيز وتنويع نشاطاتها، قامت اتصالات الجزائر بوضع حكمة من أجل خلق فروع لها مختصة أين تم خلق فرع مختص في الهاتف النقال وفرع آخر مختص في الإتصالات الفضائية مما أدى إلى تحولها إلى مجمع أهم فروعها ما يلي:

- فرع اتصالات الجزائر موبيليس: مؤسسة ذات أسهم برأس مال اجتماعي جزائري يقدر بـ 100.000.000 دينار جزائري تختص في الهاتف الخليوي، حيث تعتبر موبيليس أهم متعاملي النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تقدر بـ 98% وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 10 ملايين مشترياها. اتصالات الجزائر للإنترنت: مختص في تكنولوجيا الإنترنت حيث أوكلت له مهمة تطوير وتوفير الإنترنت ذو السرعة الفائقة.

وللإشارة فكل قطاعات النشاط الكبرى التعليم التربية الوطنية، التكوين المهني ... إلخ، مربوطة حاليا بشبكات الإنترنت عن طريق شبكة جواب.

اتصالات الجزائر الفضائية: مؤسسة ذات أسهم رأس مال اجتماعي جزائري يقدر بـ 100.000.000 دينار جزائري، مختصة في شبكة الساتل والأقمار الصناعية.

خدمات وإستراتيجيات إتصالات الجزائر:

خدمات مجمع إتصالات الجزائر: من بين أهم خدمات إتصالات الجزائر في الهاتف حيث يعتبر وسيلة إتصال سريعة في أي وقت وأي مكان.

الشبكة الهاتفية المجمع (RTC): تقنية تسمح بالتحدث بين أكثر م متحدثين وذلك بزيادة قدرات التركيبات المكلفة بالأسلاك والكوابل النحاسية وفي وقت واحد.

إن شبكة (RTC) هي نوعا ما تدريجية وتسلك ثلاث أنواع كبيرة من الشبكات، شبكات المناطق، شبكات المناطق الريفية، شبكات وطنية ودولية.

خدمات الهاتف الثابت: نذكر منها:

خدمة الدفع المسبق: تسمح بالقيام بالمكالمات في أي وقت كان وهذا بإستعمال رصيد إستهلاكي عن طريق إستعمال خط هاتف عمومي أو ثابت.

إشارة المناداة المنتظرة: تقوم بإعلام المتحدث أن هناك مكالمة ثانية في الإنتظار.

الإتصال دون أرقام: وفرت هذه الخدمة إلى الأطفال والمعاقين بصريا والأشخاص المسنين. خدمة المنبه: وهي برمجة كل المواعيد والمكالمات في التواريخ وأوقات المواعيد أوتوماتيكيا. تحويل المكالمات المؤقت: تساعد على تحويل المكالمات من مكان لأخر. الأرقام المختصرة: تسمح ببرمجة الرقم أو الإتصال به من 0.8 إلى 1 وهذا الريح الوقت وتفادي الخطأ أثناء تشكيل الأرقام. إظهار رقم المتصل: يكشف عن رقم المتصل وهو جهاز هاتفي مصحوب بمتعهد إعلانات. إغلاق تشكيل المكالمات الدولية: بوضع رقم سري يقدم من طرف وكالة actel القريبة من المشترك. الفاتورة المفصلة: تسمح للمشارك بإقتناء فاتورة مفصلة في نهاية كل فترة فيها كل المكالمات التي قام بها سواء داخل الوطن أو خارجه أو غيرها من الإستعمالات. الهاتف اللاسلكي: هي تقنية لاسلكية تسمح بتحقيق خدمات الإتصال بين المستهلك والموزع بخدمات الشركة تقنية سهلة التركيب لا تحتوي على أسلاك وكوابل الربط مع المشترك. الدوافع الأساسية لنظام (CDMA): الحماية ضد الإستمتاع إلى المكالمات المستمر الغير الشرعي والغير القانوني. إستراتيجيات مجمع إتصالات الجزائر: إن مجمع إتصالات الجزائر يعمل وفق ثلاث إستراتيجيات كلها تهدف إلى تقديم الأحسن وهي: على المستوى التقني: الإنتشار بشبكة إتصالات متسلسلة حديثة مرتكزة على أحدث التكنولوجيا (MPLS - DWDM/PI) آمنة كثيرا جد فعالة وهي مبنية بشكل خاص لربط جيد ومضمون. على المستوى التجاري: إطلاق منتجات جديدة وخدمات بقيمة مضافة، إقامة شركات إستراتيجية (محلية ودولية) في عدة قطاعات وخاصة شبكات الإنترنت (XDSL , uaip) وضع سياسة خاصة بإعادة توزن الأشعار من خلال شبكاتهما التجارية الموزعة عبر كل نقطة من ربوع الوطن. على المستوى التنظيمي: تحسين وضعة الأجهزة المكلفة بخدمة الزبون، الحسابات الكبرى والمناطق (الأحياء السكنية) ثم وضع سياسة إتصال وإعلام داخلية وخارجية عبر مختلف قنوات الإتصال، والقيام بإعداد أدوات التسيير التجاري والتقني الفعالة والعمل على تحسين لتنظيم لداخلي.

المطلب الثالث: مهام مؤسسة إتصالات الجزائر فرع مستغانم:

مهمها محصورة بموجب القانون 2000/3 الراجع للنظام الأساسي للمؤسسة حيث تسهر على غدارة المراكز والمصالح التي هي تابعة لها بالولاية طموحها هو تحقيق مستوى عالي قياسي، إنجاز نقى إقتصادي وإجتماعي لتبقى دائما الرائدة في ميدانها، نظرا لوجود في محيط تنافسي هدفها تنمية سعتها والحفاظ على مكانتها العالمية كشركة إعلام وإتصال في الجزائر.

1. مهام وأهداف الشركة: طبقا لمرسوم 03/2000 فإن الوحدة العملية لإتصالات الجزائر مستغانم متعددة المهام أهمها مايلي:

- القيام بتنمية إستغلال وتسيير الشبكات العمومية والخاصة بالإتصالات.
- دراسة وتحقيق وصيانة شبكة إتصالات الجزائر.
- رسم برنامج الإستغلال والصيانة والسهر على تطبيقها.
- إحترام أهداف الإنتاج وجودة الخدمة.
- إعداد الميزانية الزمنية الشهرية والسنوية.
- تسيير المستخدمين والوسائل العامة.
- توسيع الشبكة وتلبية حاجيات المواطنين.
- منح الإشتراكات للزبائن وبيع الخطوط الهاتفية.
- تسيير ومراقبة الخطوط الهاتفية ومراقبة الفاتورة الهاتفية ومتابعة تحصيلات القطاع.
- وبحكم أن إتصالات الجزائر دخلت عالم تكنولوجيا الإعلام والإتصال فإن من بين أهدافها:
- الزيادة في عرض الخدمات الهاتفية وتسهيل عمليات المشاركة في مختلف خدمات الإتصال الأكبر عدد ممكن من المستعملين في المناطق الريفية على وجه الخصوص حيث بلغ عدد المشتركين بولاية مستغانم 51.000 مشترك.
- تنمية وتطوير شبكة وطنية للإتصالات وفعالية توصيلها بمختلف طرق الإعلام.
- تموين خدمات الإتصال التي تسمح بتبادل الأصوات والرسائل المكتوبة معطيات عديدة والإعلام السمعي البصري.
- تسيير المشتركين وربط بعضهم البعض بشبكة إتصالات الجزائر.
- الزيادة في وجود الخدمات الموفرة والزيادة في التنافس في خدمات الإتصال في الميدان.

تنظيم إتصالات الجزائر:

إتصالات الجزائر مصنفة لمديرية مركزية جهوية وإدارات ومديريات عملية في كل ولاية ومديريتين للمشاريع الأولى المكلفة بالانترنت والثانية بالإتصالات الخاصة، كما تعمل على تسخير الوسائل العامة لربط الأماكن المنعزلة والمؤسسات المدرسية.

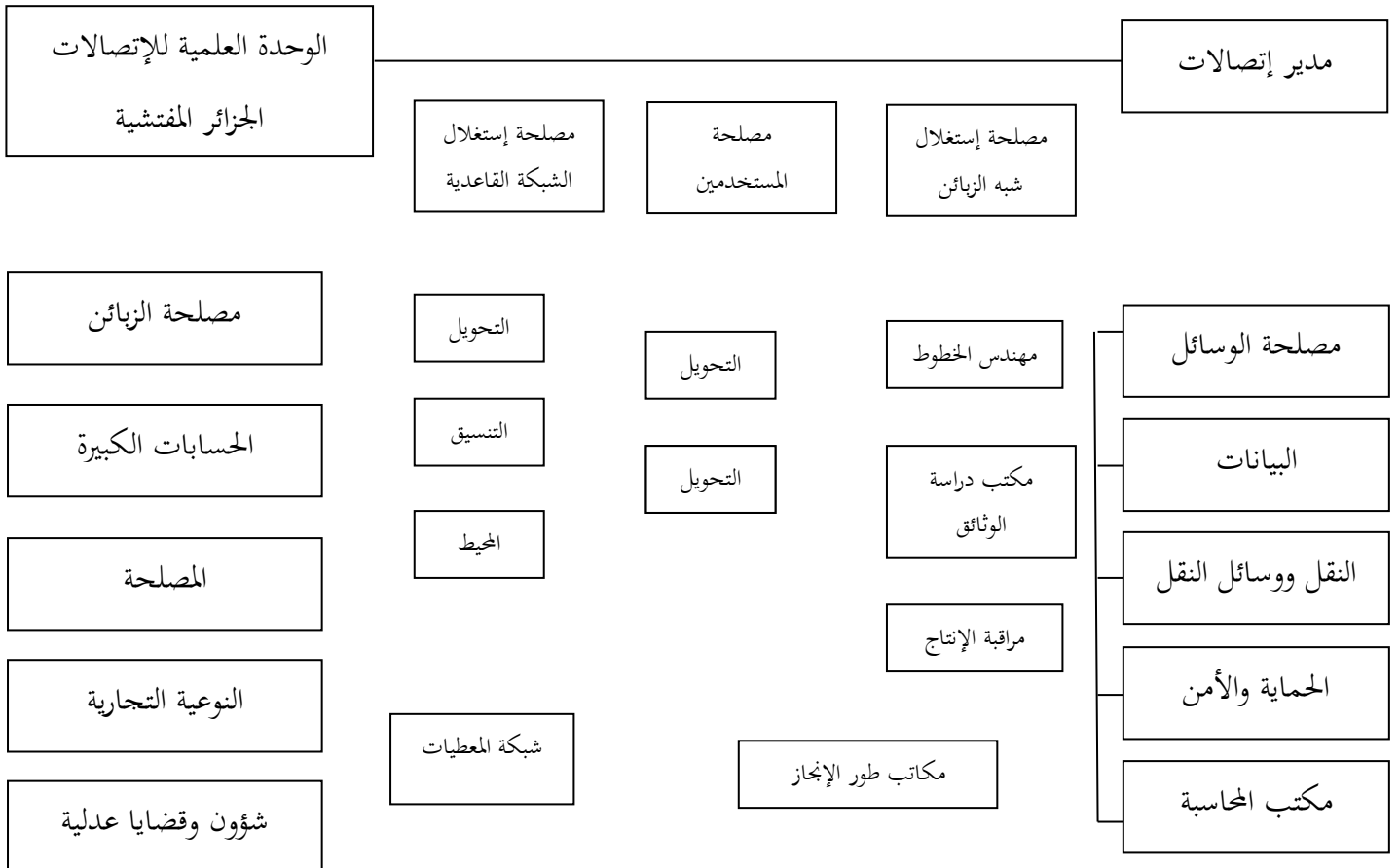
كما تقوم بدراسة السوق من اجل إبراز صورة الشركة وجلب الزبائن إلى نظام الإعلام الآلي GATA System والذي يسمح للزبون ب:

- الحصول على شباك خاص به على مستوى الوكالة التجارية حيث يستلم الطلبات والمعلومات الخاصة به.
- إلغاء الوثائق المكتوبة بين المصلحة التقنية المركز الصيانة وتركيب الخطوط الهاتفية تسمح للزبون بتصفح الفاتورة عبر الانترنت.

مقياس المسيرة: التوظيف والتكوين مع شروط متعلقة بكل صنف (كفاءات، إستعدادات)

الهيكل التنظيمي لإتصالات الجزائر فرع مستغاثم:

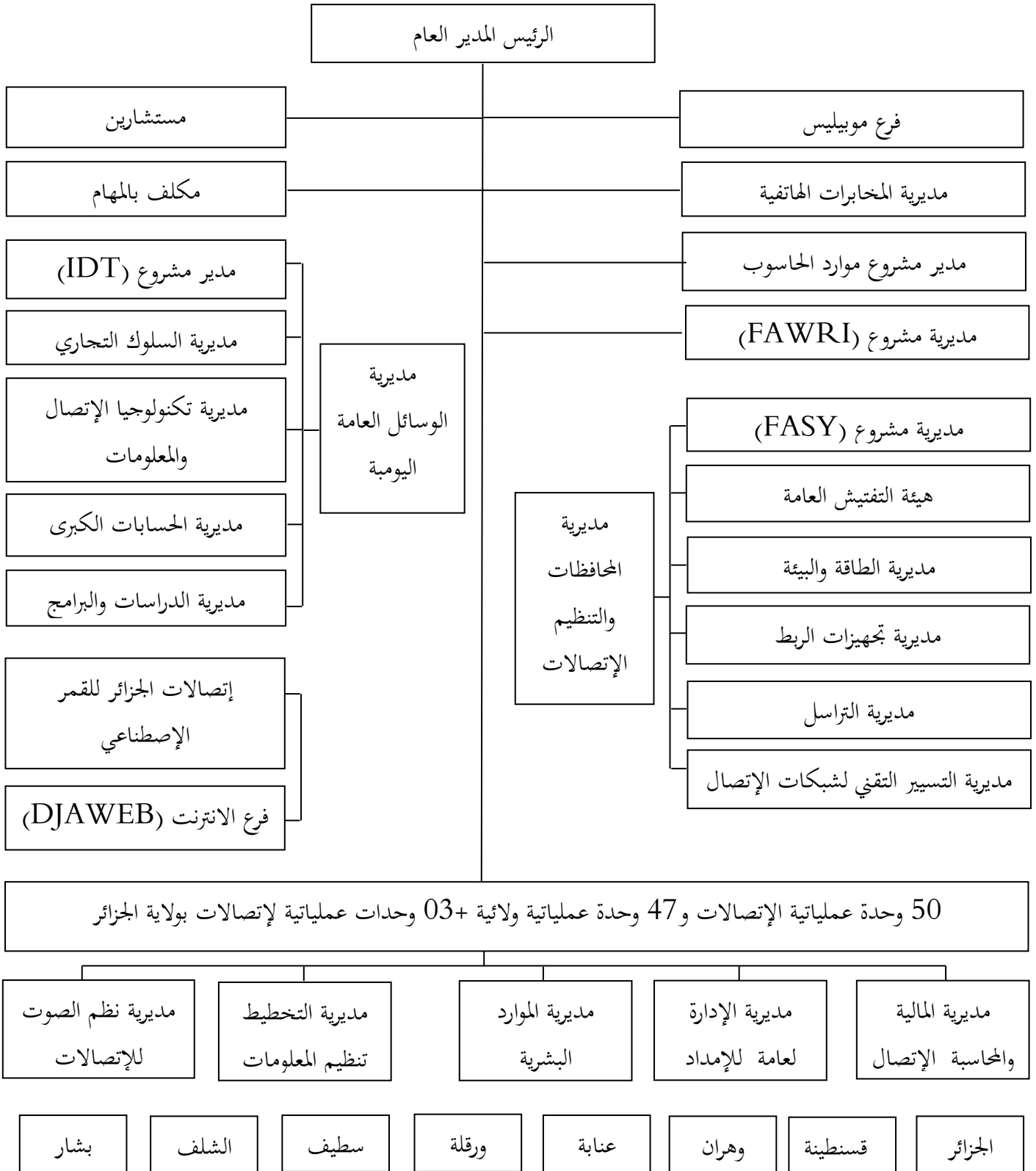
نعلم أن لكل مؤسسة هيكلها التنظيمي الخاص كما وطبقا للقانون 2000/3 فإنه يحدد مصالح ومكاتب المؤسسة حسب الشكل رقم (2-3) الموالي:



المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي العام لمجمع إتصالات الجزائر:

إن دراسة الحالة التي قمنا بها تجسدت في مؤسسة إتصالات الجزائر مستغانم لكن قبل أن نتطرق إلى الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة، سوف نورد الهيكل التنظيمي الهام لمجمع إتصالات الجزائر حسب الشكل رقم (3-1) الموالي:

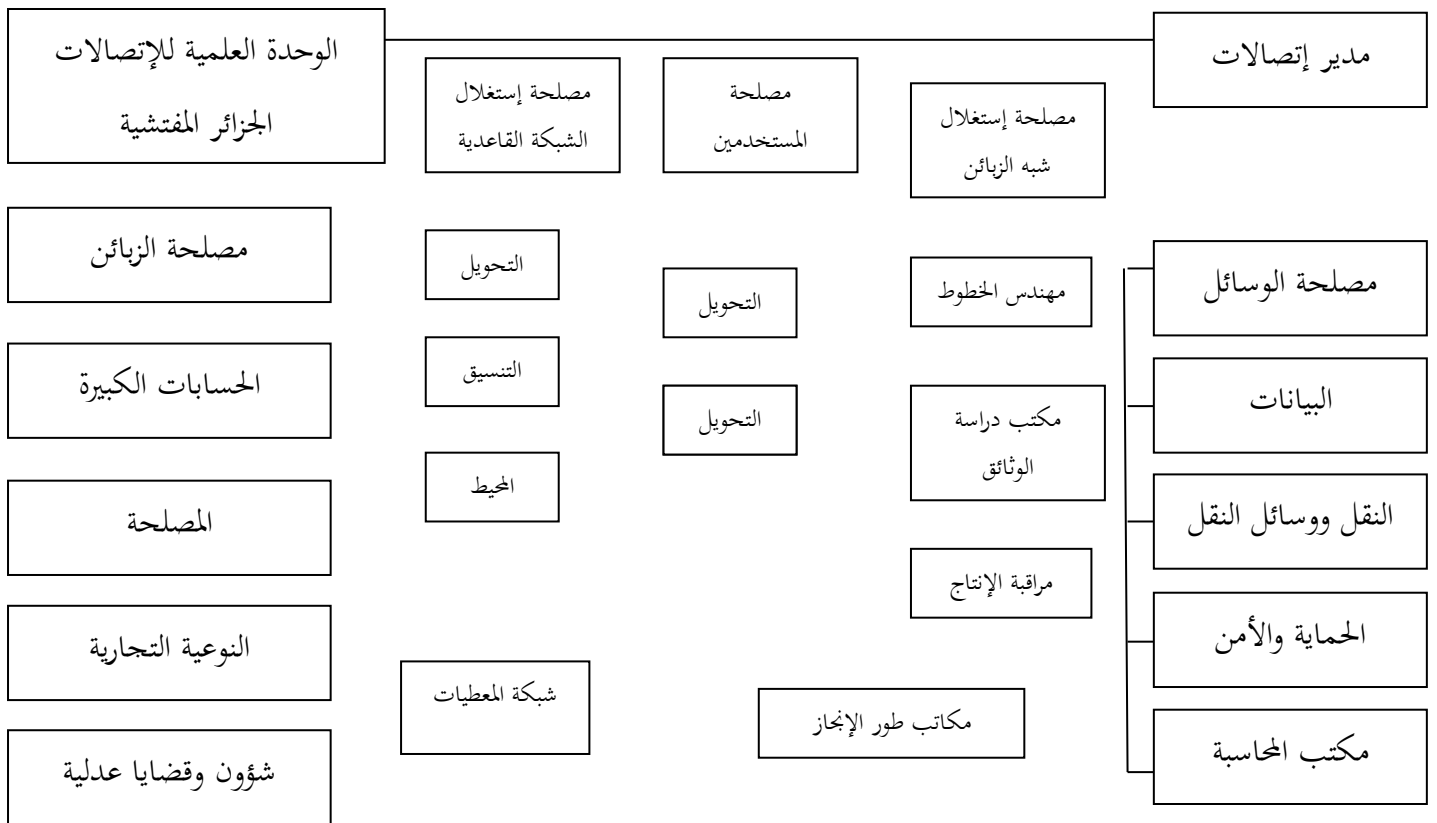
الشكل رقم (1-3) الهيكل العام لمجمع إتصالات الجزائر



Source : Algérien telecom, 17-01-2006, entreprise organigramme direction générale : www.algérietelecom.dz

مؤسسة إتصالات الجزائر مستغانم وحدة تابعة للمديرية الإقليمية بوهران تعمل على توفير أفضل الخدمات لزبائننا من خلال جملة من الإستراتيجيات والبرامج التي تنطلق من محيط المؤسسة الداخلي ويتطابق مع رغبات وحاجات زبائننا من خلال الهيكل التنظيمي الذي يؤطر مهامها وصلاحيات كل فرد داخلها ويقع قطرها الرئيسي في وسط مدينة مستغانم وهو موقع مميز يسمح لأي زبون بالتعرف عليها بسهولة تامة وهي واحدة من بين الشركات الإدارية والتجارية والخدمية النشطة في سوق الشبكة وخدمات الإتصالات السلكية واللاسلكية.

الهيكل لتنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر فرع مستغانم:



المصدر: وثيقة داخلية للمؤسسة

وفيما يلي عرض لمختلف المكاتب والمصالح المعروضة في الهيكل التنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر مستغانم مصلحة المستخدمين: كونه القسم الرئيسي ويعد ركيزة المؤسسة بحكم أنه يحدد الوظائف يقيم الأداء ، يقوم بالرقابة، تسيير الأجور، التنظيم والتخطيط.

تسيير المستخدمين: حيث يقوم ب:

- تطبيق القوانين والموارد المتعلقة بالمستخدمين.

- توقعات وإستيعاب المؤسسة لعدد من الموظفين والتكاليف المالية المناسبة.
- تقديم الملفات المفتشية العمل.
- تحضير جدول التقديم في السلم الوظيفي.
- دراسة الطلبات وتحضير قوائم المرشحين لجدول القدم في الرتبة.
- إنشاء ملفات المناصب العليا.
- التحضير والتحقق في حالة الأجور.
- تحضير ملفات التكوين

الأجور:

- تحضير ملفات الموظفين.
- تعديل الأجور بعد كل عملية.

مصلحة الوسائل:

البيانات: هذا المكتب المكلف ب:

توفير جميع مستلزمات المؤسسة من أبسط الأدوات حتى التجهيزات الكبرى لمختلف المصالح.

النقل ووسائل النقل: هذا المكتب مكلف ب:

- القيام بتجهيز المؤسسة بالسيارات الخاصة تحت خدمتها.
- شراء البنزين وقطع الغيار والصيانة بصفة عامة.
- الحماية والأمن: هذا المكتب مسؤول عن توفير الحماية والأمن وذلك من خلال:
- توفير الحرس الخاص بالمؤسسة.
- توفير حراس للتناوب عن العمل.

مصلحة إستغلال شبكة الزبائن: يتكون المكتب من رئيس المصلحة إضافة إلى ثلاث رؤساء:

- مكتب هندسة.

مكتب مراقبة الإنتاج.

- مكتب الدراسات.

مهندس الخطوط: هذا المكتب مختص ب:

تثبيت الشبكة الهاتفية الحضرية بالأحياء الجديدة.

يقوم كذلك بدراسة شاملة عن كيفية توفير ربط الخطوط الهاتفية في الأحياء السكنية الجديدة.

يقوم بربط خطط ADSL من أجل ربط الأنترنت.

مكتب دراسات الوثائق: يقوم ب:

دراسة الطلبات المسجلة

مكلف بالملفات التي تقوم بدفع ثمن المستحقات وكل العمليات التي تتم في إطار شبكة المعلومات GAIA.

مراقبة الإنتاج:

تصليح جل الشبكات الحضارية.

تنفيذ مشاريع الحفر عبر مختلف أرجاء الولاية من أجل إيصال الهاتف إلى الأحياء الجديدة.

السهر على المتابعة الجيدة لخدمة الزبائن الجدد.

مصلحة إستغلال الشبكة القاعدية: يتكون المكتب من:

- رئيس المصلحة بالإضافة إلى رئيس مكتب (2) و (3) رؤساء مراكز.

- تشرف على 52 مركز هاتفي (مراكز الإرسال).

- تتكفل بصيانة المنشآت التقنية.

التنسيق:

أعمال تقنية (الجانب التقني): توفير الخطوط الهاتفية للزبائن

دراسة تقنية للشبكة القاعدية (الشبكة المحلية مع مختلف الشبكات الجهوية الوطنية العالمية).

من المهام نذكر: تسيير المراكز الهاتفية والصيانة

التحويل: ربط مختلف المراكز (المحلية الجهوية الدولية) حيث يتم دراسة تقنية لتوفير مركز يتضمن شبكة خطوط

جاهزة، وتكون العملية كالأتي: من مكتب التنسيق commutation إل مكتب التحويل transmission

ثم إلى الوكالة التجارية ACTEL التي تقوم بتقديم الخدمة (بيع المنتج).

مصلحة الزبائن:

الحسابات الكبيرة: يقوم هذا المكتب بالتعامل المباشر مع الزبون (الشركات، المؤسسات) وتسوية الحسابات الكبيرة

(الفواتير) التي تكون على عاتقها.

النوعية التجارية: مكتب النوعية التجارية بحر بنظام محلي يسمى GAYA يتكفل المكتب ب:

- تحسين خدمات المصلحة.

- التعامل المباشر مع الزبون (المستهلك) في حالة احتجاجاته المقدمة والإجابة عن كل مراسلاته حسب طلباته.
- حساب إيرادات المؤسسة من خلال فواتير الهاتف وبذلك يستطيع تحديد وضعية المؤسسة بالنسبة إلى الولايات الأخرى.
- تحديد وضعية الإدارات في كل شهرين نسبيا.
- إحصاء وضعية الإدارات نقديا كل شهر.
- مسؤول عن تقديم تسهيلات للزبون بالنسبة للدفع بالتقسيط.
- إعادة دراسة الفاتورات التي تعود إلى المكتب في الخطأ حيث يقوم بالإتصال بالزبون مباشرة إلى الوكالة التجارية.
- تقوم إتصالات الجزائر بالدفع عن طريق المحطة الجهوية التابعة لولاية وهران مقابل الخدمة التي تحصل عليها من طرف بريد الجزائر الذي يسدي لها خدمة بإستعمال الزبائن.
- في حالة تغير الزبون لمحله السكني يقوم المكتب بدوره الوسيط لتحويل فاتوراته.
- القيام بعملية قطع أو إرجاع خطوط الهاتفية والأنترنيت بإستعمال نظام Gaya الذي أصبح أسهل وسيلة في إطار العمل ومن خلاله يتم التعرف على كل الزبائن والعمليات في أقصر وقت ممكن.
- يقوم المكتب بتحديد وضعية متابعة الإحتياجات (عدد الإحتياجات، عدد الزبائن الذين لديهم رضا عن الخدمات).
- مسؤول عن المراسلات التي تابعها بريد الجزائر.

قضايا وشؤون عدلية:

متابعة القضايا المتعلقة بالجانب العدلي للمؤسسة، حيث يعرض الشركة لي إهتمامات من بعض الزبائن وإحتياجات باظلة فيحاولون المتابعة والأغلبية هنا في مستغانم أحيلاوا إلى القضاء جراء الإستهلاك المفرط وتداعي بعدمه وكذا تعرضهم لمعاناة في القيام بإنجاز المهام في حالة القيام بعملية الإيصال بخطوط الجديدة... إلخ.¹

¹ www.algeriatelecome .dz تاريخ الإطلاع 9 مارس 2022 على ساعة 10:00، بتصرف.

المطلب الخامس: عرض وتحليل بيانات المقابلة:

تقديم المقابلة:

كون المقابلة إحدى وسائل جمع البيانات وهي مجموعة من الأسئلة، وعليه فاستطعنا بتوجيه مجموعة أسئلة على رؤساء المصالح بمؤسسة إتصالات الجزائر فرع مستغانم حيث أجابوا بكل شفافية ومصداقية وقمنا بتدوين كل الإجابات لكل الأسئلة مع طلب الإستفسار لكل ما هو غامض فيما يخص العلاقات العامة ودورها في تحسين الأداء الوظيفي في مؤسسة إتصالات الجزائر بولاية مستغانم أقيمت المقابلة يوم الأول 19 ماي 2022 مع رئيسة مصلحة إتصال وعلاقات العامة فقير رشيدة ويوم الثاني 22 ماي 2022 مع رئيسة مصلحة المستخدمين بشيخ فريدة ويوم 23 ماي 2022 مع رئيس إستغلال الشبكة القاعدية بن حراث عقبة ويوم 24 ماي 2022 مع رئيس مصلحة الوسائل واضح فيصل، وشملت 27 سؤال في ملحق رقم (1).

محاوِر المقابلة:

محور الأول: مكانة العلاقات العامة في المؤسسة إتصالات الجزائر فرع مستغانم

- س1- هل توجد مصلحة أو قسم خاص للعلاقات العامة في مؤسستكم؟ كم عدد موظفين في هذا القسم؟
 س2- ماهي المكانة التي تحتلها مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي العام للمؤسسة؟
 س3- هل تعتقد أن هناك ضرورة لوجود قسم خاص بوجود العلاقات العامة في مؤسستكم؟ أذكر السبب في كلتا الإجابتين؟

س4- ماهي الجهات التي تتولى الإشراف على إدارة العلاقات العامة في مؤسستكم؟

س5- ما هو دورك في مصلحة العلاقات العامة داخل المؤسسة؟ ومن المسؤول عنها؟

س6- هل تعتقد أن العلاقات العامة وظيفية أساسية ضمن وظائف المؤسسة؟

س7- أذكر وظائف العلاقات العامة؟

س8- هل ترى أن نجاح المؤسسة متعلق بوجود نشاط العلاقات العامة داخل مؤسستكم؟

س9- إذا كنت من أفراد قسم العلاقات العامة، هل سبق أن أجريت دورات تدريبية في هذا المجال؟

محور الثاني: وسائل العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة

س1- هل توجد خلية إعلام واتصال في مؤسستكم؟

س2- ما هي المكانة التي تحتلها خلية الاتصال في الهيكل العام للمؤسسة؟

س3- ما هو الدور الذي تلعبه خلية الاتصال في الاتصال الداخلي؟

- س4- كيف تساهم خلية الاتصال موظفون مختصون في الإتصال داخل مؤسستكم؟
- س5- هل تستخدم مؤسستكم وسائل حديثة؟ أذكرها؟
- س7- هل تعتقد أن وسائل الإتصال تتناسب مع وظائف العمال؟ علل الإجابتك؟
- س8- هل تعتقد أن وسائل الإتصال مستخدمة في مؤسستكم كافية لتحسين الأداء الموظفين؟ كيف ذلك؟
- س9- ما هو انطباعكم عن الوسائل الاتصالية الموجودة في مؤسستكم؟
- س10- هل ترى أن نظام الاتصال الذي تتبناه مؤسستكم يساعد على تدفق المعلومات للعاملين؟

محور الثالث: تقييم الموظفين لدور العلاقات العامة

- س1- هل أنت على علم بأهداف المؤسسة التي تعمل بها؟
- س2- هل أنت راض على نشاطات الاتصال والعلاقات العامة بمؤسستكم؟
- س3- من وجهة نظرك ما مدى مساهمة العلاقات العامة في تحقيق التقارب بين الإدارة والموظفين داخل مؤسستكم؟
- س4- من وجهة نظركم ما مدى تأثير غياب نشاط العلاقات العامة على أداء العاملين بالمؤسسة؟
- س5- كيف يعمل التعاون بين الموظفين على خلق روح الانسجام بينهم؟
- س6- هل تقوم مؤسستكم بتحفيز الموظفين لأداء فعال؟ ما نوع هذا التحفيز؟
- س7- هل تظن أن التحفيز وحده لا ينفعك للقيام بأداء فعال داخل المؤسسة؟
- س8- هل ترى تباين في مهارات العاملين داخل مؤسستكم؟ كيف ذلك؟

تحليل المقابلة:

رصدت التحقيقات الميدانية الأقوال التالية:

المحور الأول: مكانة العلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر فرع مستغانم

ج1- يجمع معظم المستجوبون في الرد على السؤال رقم 1 ألا وهو هل توجد مصلحة أو قسم خاص للعلاقات العامة في مؤسستكم؟ كم عدد الموظفين في هذا القسم؟

فإن إجابتهم تبين لنا انه يوجد مصلحة علاقات عامة في مؤسسة إتصالات الجزائر فرع مستغانم وتصم هذه المصلحة موظفة واحدة ومسؤولة عنها وهذه الإجابة أكدتها شخصيا وتصرح بإسمها "فقيه رشيدة" وهذا ما توصلت إليه أيضا دراسة الطالبتين صبيحة قلاطي و سهيلة تونسي حول دور العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة الخدمائية، دراسات وصفية مسحية لمؤسسة إتصالات الجزائر ام البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر سنة 2014-2015م، حيث توصلت إلى أن تولى مؤسسة إتصالات الجزائر العلاقات العامة مكانة هامة وذلك أن إدارة المؤسسة إستحدثت مكتبا جديدا خاص بالعلاقات العامة وحاولت توفير كل الإمكانيات اللازمة لهذا المكتب.

ج2- يتفق أغلب المبحوثين حول الإجابة على سؤال رقم 2 ألا وهو ماهي المكانة التي تحتلها مصلحة العلاقات العامة في الهيكل العام لمؤسسة؟

فإن العلاقات العامة تحتل مكانة جد هامة من خلال إجابة المبحوثين على الرغم من عدم معرفتهم التامة لمعنى العلاقات العامة حيث يجب معظمهم أنها تقع تحت مكتب مدير مباشرة و هذا ما تأكده أيضا نتائج دراسة عبد المالك مرياحي حول واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية رسالة ماجستير سنة 2007-2008م حيث توصلت نتائجها على أن مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة يعتبر على أساس المنصب وليس على أساس التخصص.

ج3- صرح معظم المبحوثين في الرد على سؤال رقم 3 ألا وهو هل تعتقد أن هناك ضرورة لوجود قسم خاص بالعلاقات العامة في مؤسستكم؟ أذكر السبب في كلتا الإجابتين؟

فإنه من الضروري وجود قسم خاص بالعلاقات العامة إلا أن التعليل لإجابة المبحوثين اختلف من مبحوث لآخر فهناك من قال أنه يلزم وجود هذا القسم لتحسي العلاقات بين العمال والمدير وأيضا مع المؤسسة، في حين هناك من قال أنه يلزم هذا القسم لأنه يستقبل معظم الشكاوي أما رئيس مصلحة الزبائن يقول نضرا لأهمية الدور الفعال الذي تلعبه العلاقات العامة في ربط العلاقة بين المؤسسة وموظفيها ومع جل زبائنها فهي أيضا تحسن ثورة

المؤسسة إذن فهي ضرورية لا يمكن الإستغناء عنها وتأكيدا لذلك نذكر دراسة الدكتورة حاج أحمد كريمة بعنوان العلاقات العامة وتطبيقاتها لتكنولوجيات الحديثة في المؤسسات الإتصالية أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال سنة 2017-2018م حيث توصلت إلى نتيجة تؤكد هذا الجواب وهي أهمية حضور قسم علاقات عامة لمؤسسة أوريدو لإتصالات نظرا لأنها تضيي جوا من العمل مفعم بالثقة والمسؤولية والأخلاق وتعتبر وسيطا بين المؤسسة ومختلف جماهيرها.

ج4- بعد إجماع إجابات المستجوبون حول السؤال رقم 4 ألا وهو ماهي الجهات التي تتولى الإشراف على إدارة العلاقات العامة في مؤسستكم؟

فإن الجواب كان لمعظمهم أن الإدارة العليا هي التي تتحكم في مصلحة العلاقات العامة أما رئيس مصلحة الزبائن يقول أن الإشراف يكون من طرف المدير والمديرية العملائية وهذا الجواب تؤكد نتيجة دراسة أحمد أمين محمد حول أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة رسالة ماجستر 2010 من خلال النتيجة التي توصلت إليها ومفادها إرتباط إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيكل التنظيمي لوزارة بالإدارة العليا ويعمل ذلك على وصولهم إلى متخضي القرارات ومحاورتهم حول تلك القرارات التي يتخذونها عند مشاركتهم في إجتماعاتهم الأمر الذي بدوره يعمل على زيادة تحسين أداء العمل.

ج5- يقر اغلب المبحوثين في الإجابة على سؤال رقم 5 ألا وهو ماهو دورك في مصلحة العلاقات العامة داخل المؤسسة؟ ومن المسؤول عنها؟

فإن معظم إجابات المستجوبون كانت أن أدوارهم هي المساهمة في العمل والمشاركة في الاراء حول المؤسسة وأساسي لكل موظف فهو عضو من أعضائها والتواصل بينهم ومع المتربصين أما رئيس مصلحة الزبائن يقول أنه مكلف بمصلحة الزبائن وكذا إنشغلاتهم لدى مؤسستنا وكذلك مكلف بالعلاقات التجارية والوسائل اللازمة لتهيئة وسط مريح للموظفين ومسؤولة هي فقير رشيدة المكلفة بالعلاقات العامة رفي هذا الصدد يقول "بول جاريت" الذي كان مديرا للعلاقات العامة ونائبا لرئيس في شركة جنرال متورز الأمريكية منذ أكثر من ربع قرن " أن علاقات العامة ليست نشاطا متخصصا مثل الإنتاج أو التمويل أو المبيعات إنها شيء يتخلل جميع هذه الأعمال ويصلح أن يكون فكرة رئيسية لكل منها:" وإذ أخذنا بوجهة التضطر هذه أصبحت العلاقات العامة مسؤولة جميع العاملين في المنشأة على مختلف مستوياتهم مثلها في ذلك مثل التخطيط التنظيم رقابة وتوجيه. كتاب د. زهير عبد الطيف عابد و د. احمد العبد أبو سعيد، ط1، دار يازوري، عمان، الأردن، 2014، ص 176.

ج6- يجمع أغلب المبحوثين في الرد على سؤال رقم 6 ألا وهو هل تعتقد أن العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف المؤسسة؟

فإن معظم إجاباتهم كانت بنعم وأن العلاقات العامة وظيفة أساسية بين وظائف الأساسية، وهذا ما إتفق عليه كل من "هارلو وفرادز" أن العلاقات العامة تمثل وظيفة إدارية مميزة تساعد في تدعيم الخطوط المتبادلة لإتصال وفهم والقبول والتعاون مابين المؤسسة والجمهور. د. شدوان علي شبية العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط1، دار المعرفة الجمعية، الإسكندرية، 2016، ص 25.

ج7- يجمع معظم المبحوثين في الرد على سؤال رقم 7 ألا وهو أذكر وظائف العلاقات العامة؟

فإن إجاباتهم كانت بإختصار وأن علاقات العامة تعددت وظائفها وتمثلت في التنسيق بين الإدارات المحلية وإعطاء صورة حسنة للمؤسسة والتخطيط وتقريب العاملين فيما بينهم وتنظيم الحفلات والاجتماعات والإشراف على التوعية وهذا ما أكدته مسؤولية مصلحة المستخدمين في قولها أن المكلفة لعلاقات العامة هي من قامه بتوعية الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة لتنظيمها لحمالات وإرشادات في اليوم العالمي لمرضى السرطان وعيد الشجرة والتبرع بالدم وعيد المرأة كما صرح رئيس مصلحة وسائل بتقديم مثال عن وظيفة تنسيق في قوله ان علاقات العامة تقوم بتنسيق بين الحكومة وبرلمان ومؤسستنا بطريقة غير مباشرة وتقوم برسم خطة لبلوغ أهداف المؤسسة وجمع المعلومات وتعرف على رجع الصدى لأنشطة العلاقات العامة ودليل على مختلف الإجابات هناك دراسة سبق وان ذكرتها في جانب النظري أطروحة دكتوراه بن حميتي محمد بعنوان واقع ممارسة وظيفة العلاقات العامة في مؤسسات العمومية الجزائرية 2018-2019م حيث توصلت بان عدد كبير من المؤسسات العمومية الجزائرية موجودة بولاية مستغانم تمارس وظائف العلاقات العامة من بحوث وتخطيط وإتصال وتقوم بانتظام.

ج8- يقر المبحوثين في الإجابة على سؤال رقم 8 ألا وهو هل ترى أن نجاح المؤسسة متعلق بوجود نشاط العلاقات العامة داخل مؤسستكم؟

فإن الإجابة كانت معظمها بنعم أن نجاح المؤسسة يتعلق بوجود نشاط العلاقات العامة داخلها لأنها جزء من المؤسسة. ولتأكيد على هذا الجواب نذكر دراسة محمد عثمان علي بابكر حول التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة لنيل درجة ماجستير في علوم الإتصال دراسة تحليلية على الشركة السودانية للإتصالات سنة 2014 حيث توصلت إلى أن التقنيات الحديثة وتطبيقها بإدارة العلاقات العامة للشركة أدى إلى تغير النظرة العامة وتحسين الصورة الذهنية لدي الجمهور وكما توصلت أيضا إلى أن إدخال التقنيات في أنشطة العلاقات

العامّة للشركة قد حسن من أداء الشركة وهذا ما يؤكد أن البنية الإتصالية الرقمية (تقنيات) والإستفادة منها في نشاط إدارة العلاقات العامّة منح الشركة فضاء واسع وإبداع وإبتكار في أنشطتها بشكل منحها التفوق ونجاح.

ج9- يجمع المبحوثين في إجابة على سؤال رقم 9 ألا وهو إذا كنت من أفراد قسم العلاقات العامّة، هل سبق أن أجريت دورات تدريبية في هذا المجال؟

فإن معظمهم يجب بأنهم لا ينتمون لهذا القسم ولم يسبق لهم قيام بإجراء دورات تدريبية في هذا المجال إلا مسؤولة علاقات العامّة تقول: " نعم أنتمي لهذا القسم لكن لم أقم بدورات تدريبية في هذا المجال " ورئيس مصلحة الوسائل يقول: " لا ولم نقم بدورات تدريبية ولكن قمنا في مجال الاتصال فقط " ونظرا لعدم الإهتمام بقيام بدورات تدريبية في مجال العلاقات العامّة فهناك دراسة الطالب هشام بوخناف حول وظيفة العلاقات العامّة وإنعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية بمؤسسة إتصالات الجزائر تخصص علاقات عامّة مذكرة لنيل شهادة ماجستير سنة 2010-2011م حيث توصلت إلى نتيجة مفادها كنوع من التعويض في وظيفة العلاقات العامّة غالبا ماتلجأ مؤسسة إتصالات الجزائر إلى عملية التكوين التي ليس لها علاقة بفن ممارسة وظيفة العلاقات العامّة وخارج التخصص.

المحور الثاني: العلاقات العامّة في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة.

ج1- يصرح المستجوبون بإجابة على سؤال رقم 10 ألا وهو هل توجد خلية إعلام وإتصال في مؤسستكم؟ إن الإجابة لمعظمهم كانت بنعم ولكن خلية الإتصال فقط والإعلام خاص بقسم التجاري وهذا ما أكدته دراسة الطالب كامل نجيب حول دور خلية الإتصال في تحقيق الإستقرار داخل المؤسسة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال سنة 2015-2016م حيث توصلت إلى نتيجة أن النسبة الكاملة من العمال داخل المؤسسة يعتبرون الإتصال مهم وأساسي كما يعتبرون وجود خلية الإتصال شرطا في مؤسسة وتطوير عملها واجب.

ج2- إجماع إجابة المبحوثين في الرد على سؤال رقم 11 ألا وهو ماهي المكانة التي تحتلها خلية الإتصال في الهيكل التنظيمي العام للمؤسسة؟

فإن إجابة معظم مستجوبين كانت بان خلية الإتصال بهيكل التنظيمي العام للمؤسسة تحتل مكانة هامة ورئيسية وهي اساسية تابع لمدير وكدليل لهذه الإجابة توصلت دراسة سالم عطية الحاج حول القائم في الاتصال في مؤسسات الإقتصادية الجزائرية دراسة مقارنة بين سونلغاز وسونطراك وقرض الشعبي الجزائري سنة 2000-

2001 حيث توصلت أن التنظيم القديم للمؤسسة يبين أن الإتصال كان موكلا إلى شبه خلية مكلفة بالإتصال تتكون من شخصين تابعة مباشرة إلى المدير العام.

ج3- يتفق معظم المبحوثين بالإجابة على سؤال رقم 12 ألا وهو ماهو الدور الذي تلعبه خلية الاتصال في الإتصال الداخلي؟

إن اغلب الإجابات كانت أن الدور الذي تلعبه خلية الإتصال في الإتصال الداخلي يترتب في العمل على تنظيم دورات تحسيسية وكذا الإتصال المباشر بالموظفين في مجال الإتصال الداخلي في حين مبحوث آخر يقول أن دور خلية الإتصال يكمن في توصل مع العمال والصحافة وتنشيط الموظفين وهذا ماتوصلت إليه دراسة الطالبة حاج أحمد كريمة حول العلاقات العامة داخل المؤسسة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال 2009-2010م حيث أكدت بتوصلها إلى أن الإتصال الداخلي لأي مؤسسة هو ركيزة الاساسية في تطورها وتقدمها نحو الأحسن فإنه يقوم بدورا هاما في ترابط العلاقات بين الأفراد من جهة وبين إدارة المؤسسة ونشاطها من جهة أخرى.

ج 4- يقر اغلب المبحوثين في رد على سؤال رقم 13 ألا وهو كيف تساهم خلية الاتصال في حل المشاكل اثناء حدوث أزمات معينة لمؤسستكم؟

فإن معظم الإجابات كانت لمبحوثين أن خلية الإتصال تساهم بشكل كبير وفعال في حل الأزمات والمشاكل للمؤسسة وذلك من خلال طريقة الفعلية والمباشرة في دراسة وحل كل ازمة في حين هناك من يقول أنها مصدر موثوق لتوصيل المعلومات بدقة كبيرة ومعرفة المشاكل ببيانات توضيحية وهذا ماتوصلت إليه أيضا دراسة علي الشهري حول الاتصالات الإدارية ودورها في الاداء الوظيفي رسالة ماجستير سنة 2005-2006 حيث توصلت أن الاتصالات الإدارية دورا مهما في حل مشكلات الإيجابية الآتية: الدقة في الإنجاز، تزويد المرؤوسين بالتعليمات المناسبة لمواجهة المشكلات الامنية ولها دور مهم في رفع مستوى الأداء من خلال سرعة ودقة إبلاغ القيادات بتطور المشكلات الامنية وسرعة في إيصال التعليمات وحصول على معلومات.

ج5- يتفق معظم المستجوبون للعجاجة على سؤال رقم 14 ألا وهو هل يشرف على خلية الإتصال موظفون مختصون في الإتصال داخل المؤسسة فإن اغلب الإجابات كانت بنعم بالطبع يجب ان يكون لهم تخصص أو دراسات وتجارب في هذا المجال لاتصال وعلاقات العامة لها الخبرة فقط وليست مختصة في الإتصال فهي مختصة في اللغات الأجنبية ويشير إلى أن تخصص شرط أساسي وهذا ما تؤكدته طالبة سعاد صياد حول فعالية الإتصال

المؤسساتي في التعريف بهوية المؤسسة حابيلي سنة 2018-2019م لنيل شهادة ماستر حيث توصلت غلى ا وجود متخصصين في الاتصال ضروري للتعريف بهوية المؤسسة.

ج6- صرح معظم المبحوثين في الرد على سؤال رقم 15 ألا وهو هل تستخدم مؤسستكم وسائل حديثة؟ اذكرها؟

فإن معظم الاجوبة لمبحوثين كانت بنعم تستخدم المؤسسة وسائل حديثة بإضافة إلى وسائل إلكترونية وتقليدية فتمثلت هذه الوسائل هاتف، الانترنت، مواقع تواصل الإجتماعي، إيميل خاص بمؤسسة في حين هناك من يجيب بالوسائل الكتابية (تقارير، ملصقات، شكاوي) أما مبحوث اخر يصرح بأن الوسائل الإتصالية أيضا كانت شفوية تمثلت في الإتصال الشخصي والإجتماعات واللقاءات والمقابلات وذلك من أجل الإتصال وتواصل بين الموظفين وكذا المصالح وهذا ماتوصلت إليه ايضا دراسة بوعلي فريدة وفضيل حكيمة حول دور تكنولوجيا الإتصال ومعلومات في تحسين الإتصال الداخلي بالمؤسسة دراسة حالة اتصالات الجزائر بلبويرا لنيل شهادة ماستر 2013-2014م حيث توصلت لنتيجة مفادها أدى إستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة إلى تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة وأيضا من متطلبات فعالية الإتصال الداخلي إستخدام وسائل تكنولوجيا معلومات والإتصال المتطورة بالإضافة إلى توفير تدريب متخصص للموظفين لتعامل مع هذه الوسائل المتطورة.

ج 7- يجمع معظم المستجوبون في الإجابة على سؤال رقم 16 ألا وهو هل تعتقد أن وسائل الإتصال تناسب معا وظائف العمال؟ علل إجابتك؟

فإننا الإجابة لمعظم المبحوثين كانت بنعم إن وسائل الإتصال تناسب مع وظائف العمال لأنها تخصص كل عامل داخل المؤسسة وتواكب تطورات، وسهلة الإستخدام في حين هناك تعلييل آخر من المبحوثين يقول بأن طبيعة العمال ومهامهم تقتضي أن تكون وسائل الاتصال حسب التخصص أي شرط أساسي وحسب التجارب ليكون المردود بصفة عامة في أحسن المستويات وهذا ماتوصلت إليه ايضا دراسة لبنى عبد الله علاوين حول تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها باداء المؤسسة الإعلامية لنيل شهادة الماجستير 2009-2010 التي توصلت إلى ان جميع فقرات مجال إستخدام تكنولوجيا الإتصال في المؤسسة تعد واضحة لأفراد عينة الدراسة ويعزي ذلك إلى إرتفاع مستوى إدراك أفراد العينة.

ج8- يقر معظم المستجوبون في رد على سؤال رقم 17 ألا وهو هل تعتقد أن وسائل الاتصال المستخدمة في مؤسستكم كافية لتحسين اداء العاملين؟ كيف ذلك؟

فإن الإجابة كانت لمعظم الباحثين بنعم وسائل الاتصال المستخدمة في المؤسسة كافية في تحسين أداء العاملين وذلك كونها نظرة شاملة للعمل والمردود لكل عمل ولمعرفة كل ما يخص المؤسسة بتوصيل المعومات للموظفين إلا مبحوث واحد هي غير كافية وذلك يكمل في طبيعة إنشغلات وكذا حل الأزمات بطريقة جيدة فيجب توفير وسائل عصرية مادية وكذا فكرية اي الغبداع الفكري ومسايرة التطور التكنولوجي في مجال الإتصال وهذا ماتوصلت إليه دراسة لقصير رزيقة حول دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإقتصادية لنيل شهادة الماجستير 2006-2007 حيث توصلت بأن نشاط العلاقات لعامة يرتكز على إستعمال الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها في حين ما يؤكد بأنها كفيلة دراسة علي الشهري التي ذكرتها سابقا في جواب رقم 9.

ج9- يتفق اغلب الباحثين في الإجابة على سؤال رقم 18 ألا وهو ماهو إنطباعك حول الوسائل الاتصالية الموجودة في مؤسستكم؟

فإن الإجابة كانت بأن الإنطباع جيد لأغلب الباحثين لوسائل الاتصالية المتوفرة داخل المؤسسة ومقبولة بشكل كبير حاليا وهذا ما تؤكد دراسة علاوة محمد من خلال ما توصلت إليه حول " تكنولوجيا الإتصال الحديثة وأثرها على الأداء المهني للموظفين الجزائريين: لنيل شهادة الماجستير سنة 2012 / 2013م حيث توصلت بأن هناك رضا وارتياح في الأداء المهني للموظفين في ظل تكنولوجيا والإتصال.

ج10- يقر الباحثين في الرد على السؤال رقم 19 ألا وهو هل ترى أن نظام الإتصال الذي تتبناه مؤسستكم يساعد على تدفق المعلومات؟

فإن معظم إجابات الباحثين كانت بنعم وان النظام الإتصال الذي تتبناه المؤسسة نظام فعال يساعد على تدفق المعلومات بشكل كبير لمختلف العاملين وكل جديد لنا علم به، وبما أن النظام الفعال على تدفق المعلومات بشكل كبير لمختلف العاملين وكل جديد لنا علم به، وبما أن النظام الفعال هو الموجود في المؤسسة ومن خلال إجابة المستجوب آخر فهو أيضا صاعد ونازل وهذا ما تؤكد دراسة بوعطيط جلال الدين من خلال النتيجة المتوصل إليها حول "الإتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي" مذكرة لنيل شهادة الماجستير سنة 2009-2010م حيث توصلت إلى الكشف عن تواجد الإتصال النازل والصاعد بإنسياب المعلومات من الإدارة إلى العمال عن طريق المشرف المباشر أو عن طريق الاجتماعات والإعلان لإيصال كل انشغلاتهم رغم تفضيلهم الإتصال وقابلة المدير مباشرة، كما تؤكد أيضا دراسة "زرتال لطيفة" حول "الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء

الوظيفي للعاملين" لنيل شهادة الماجستير سنة 2016م بحيث كلما كان الاتصال فعال انعكس ذلك إيجاباً على أداء الموظفين والعكس صحيح.

المحور الثالث: تقييم الموظفين لدور العلاقات العامة.

ج1- يتفق أغلب المستجوبون في الإجابة على السؤال رقم 20 ألا وهو هل أنت على علم بأهداف المؤسسة التي تعمل بها؟

فإن معظم إجابات المبحوثين كانت "بنعم": هم على دراية كاملة لأهداف المؤسسة التي يعملون بها ويجب أحد المبحوثين أنه يوجد مخطط سنوي لأهداف المؤسسة المراد تحقيقها، وهذا ما أكدته من دراسة سالمي فاطمة من خلال ما توصلت إليه حول "دور العلاقات العامة في تحقيق أهدافها من وجهة نظر العاملين" رسالة ماجستير سنة 2004/2003م حيث توصلت إلى أن شعور العاملين نشاط العلاقات العامة بالجوازات لتحقيق أهدافها بدرجة متوسطة وهذا ما يدل على إدراك العمال بأهداف أي مؤسسة كان عضواً فيها.

ج2- يجمع المبحوثين في الرد على السؤال رقم 21 ألا وهو هل أنت راضي عن نشاطات الإتصال والعلاقات العامة في مؤسستكم؟

فإن ما أتفق عليه أغلب المبحوثين في الإجابة كانت "بنعم" فهم راضون عن نشاطات الإتصال والعلاقات العامة في المؤسسة، وهذا ما توصلت إليه أيضاً دراسة أهل ياسين محمود من خلال نتائجها حول "دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في شركة الخطوط الجوية الملكية الأردنية دراسة حالة رسالة ماجستير لسنة 2015م، حيث توصلت إلى نتيجة مفادها يتضح من خلال أفراد العينة أن شعورهم بالفخر في العمل والانتساب للشركة حيث حصلت على المستوى المرتفع وتمتع العاملين في العلاقات العامة بأداء جيد عند تواصلهم مع الموظفين كما توصلت أيضاً أن لوجود العلاقات العامة أثر على الرضا الوظيفي للعاملين في الشركة.

ج3- يتفق أغلب المبحوثين في الرد على السؤال رقم 22 ألا وهو من وجهة نظركم ما مدى مساهمة العلاقات العامة في تحقيق التقارب بين الإدارة والموظفين داخل مؤسستكم؟

فإن معظمهم يجب أن العلاقات العامة تساهم بشكل كبير وفعال من خلال الاجتماعات إلا أن هناك من يقول أنها ليست وحدها من تساهم في تحقيق التقارب بين الموظفين والإدارة بل كل مصلحة تسعى بدورها في

تحقيق التقارب والانسجام ولديها نشاطان ومهام تساهم وتسعى في السير إلى الأمام، وهذا ما توصل إليه دراسة يوسف عويد عتيق السعيدي الذي ذكرتها في الإطار النظري حول دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تايمز والكويتين "رسالة استكمالا لدرجة الماجستير في الإعلام سنة 2013م حيث توصلت إلى أن العلاقات العامة لها دور في رفع مستوى الألفة بين الموظفين.

ج4- إجماع أغلب المبحوثين في الرد على السؤال رقم 23 ألا وهو من وجهة نظرك ما مدى تأثير غياب نشاط العلاقات العامة على أداء العاملين في مؤسستكم؟

فإن الجواب لمعظم المستجوبين أن غياب نشاط للعلاقات العامة يؤثر سلبا على أداء العاملين في المؤسسة في حين من يبرر ذلك بأن غياب نشاط العلاقات العامة يضعف وينقص من تواصل العمال فيما بينهم فينقص آداؤهم ويكون هناك خلل في وصول المعلومات وصعوبة في الأداء ومنه تنقص المردودية وتهمت صورة المؤسسة كونها تساعد المؤسسة كثيرا في تنفيذ مهامها وهذا ما توصلت إليه دراسة الطالبة "شادلي عوض عيد الفضيل أحمد" حول "فعالية العلاقات العامة وتطوير أداء المؤسسات الحكومية" بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال سنة 2014/2013م حيث توصلت أن موقع العلاقات العامة مناسب في الهيكل الإداري مناسب لأداء وظائفها كما وجد الباحث أن برامج إدارة العلاقات العامة تساهم بفعالية لكسب ثقة الجمهور وذلك ماتوضحه نسبة الموافقة العالية لدى أفراد العينة البحث:

ج5- يتفق أعضاء العينة في الرد على السؤال رقم 24 كيف يعمل التعاون بين الموظفين على خلق روح الانسجام بينهم؟

فإن معظم إجابات المبحوثين كانت أن التعاون يعمل على خلق روح الانسجام بين الموظفين من خلال التفاهم المتواجد على مصلحة معينة ولتحقيق أهداف المؤسسة ويؤدي بالضرورة إلى خلق روح انسجام مميز تكون نتائجه مبهرة في تحسين مردود الموظف وأدائه بصفة خاصة والمؤسسة بصفة عامة وهذا ما توصلت إليه أيضا دراسة "نادر حامد عبد الرزاق أبوشرخ" حول "تقييم أثر الحوافز على مستوى الأداء الوظيفي في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين" فتوصلت إلى أنه يسود علاقات التقدير والإحترام المتبادل بين الزملاء في العمل والعاملين مما يساهم في تحسين مستويات الأداء الوظيفي بشكل عام وأن السياسات والتوجهات تعمل على تعزيز مبادئ الإخاء والتعاون بين موظفيها وتشجع على تنمية وتهيئة بيئة عمل يسودها روح الفريق الواحد.

ج6- يجمع معظم المستجوبون في الإجابة على السؤال رقم 25 ألا وهو هل تقوم مؤسستكم بتحفيز الموظفين لأداء فعال؟ ما نوع هذا التحفيز؟

فإن الإجابة كانت جملها "بنعم" وتقوم المؤسسة بتحفيز الموظفين لأداء فعال لكن إختلفت أنواع التحفيز في إجابات المبحوثين فهناك من يقول أن التحفيز مادي وهو الزيادة في الأجور ومردود سنوي وهناك من يقول "تحفيز معنوي ألا وهو إجراء تحديات في إطار العمل والشكر والمدح جراء القيام بعمل جيد" وهناك من يصرح بأن التحفيز مادي ومعنوي وأغلبية تقلّم هدايا وعطل وشكل نوعيه ولا يمكن لأي مؤسسة الاستغناء عنه، وهذا ما جاءت به دراسة "مرمات نبيلة" حول فعالية نظام التحفيز في المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري " مذكرة ماجستير سنة 2008/2007م حيث توصلت أنه لا توجد مؤسسة يمكنها أن تستغني عن تحفيز أفرادها حيث تستعمل عدة أنواع من التحفيز سواء مادية أو معنوية وهذا حسب ما أورده المشرع الجزائري، وأيضا دراسة "الطاهر الوافي" في مذكرة ماجستير حول "التحفيز وأداء الممرضين" سنة 2012 بالمؤسسة الاستشفائية حيث توصلت إلى أن الحوافز المادية (الأجر، المكافآت، الخدمات .. إلخ) تؤدي إلى زيادة مستوى الأداء.

ج7- يتفق أغلب المبحوثين في الإجابة على السؤال رقم 26 هل تظن أن التحفيز وحده يدفعك للقيام بأداء فعال داخل المؤسسة؟

فإن الإجابة لمعظم المستجوبون "بلا" ليس التحفيز وحده دافع للقيام بأداء فعال وهناك من يقول محيط العمل جيد ويساعد في تقديم أفكار جيدة وعمل مقبول وهناك من يجيب بأن الضمير حي يزرق وحب العمل وحده دافع ألا أن هناك ما توصلت إليه دراسة "شعيب منصور" حول "أثر ضغوط العمل على أداء ضباط الشرطة" لنيل شهادة الماجستير سنة 1999م حيث توصلت بأن ضغوط العمل الناجمة عن التنافس بين الزملاء وتعاونهم في العمل تؤثر إيجابا في الأداء الوظيفي ويترتب عليها انجاز الأعمال بفعالية إذن التحفيز أساسي للقيام بأداء فعال.

ج8- يجمع المستجوبون في الرد على السؤال رقم 27 هل ترى تباين في مهارات العاملين داخل مؤسستكم؟ كيف ذلك؟

فإن الإجابة لمعظم المبحوثين كانت "بنعم" هناك تباين في مهارات العاملين داخل المؤسسة وذلك واضح من خلال كل مردود لكل عامل إلا أن هناك من يجيب لذلك الوضوح لحسب التخصص وإتقان لكل ذي عمل

عمله والكشف عن مهاراته، إلا أن هناك مباحث يقول هناك انعدام التخصص لبعض العمال وهذا ما يظهر الاختلاف في العمل والأداء إذن من خلال إجابة المبحوثين تبين أن كل عامل، يختلف عن الآخر خاصة ما يوضحه عامل التحفيز وهذا ما تؤكدته دراسة "لبنى زياد خالد الساكت" حول " أثر ضغوط العمل على الأداء الوظيفي" دراسة تطبيقية على مجموعة الاتصالات الأردنية سنة 2014م، حيث توصلت على التباين الحاصل في درجات الولاء الوظيفي وأنه كلما تم تحديد دور الموظف وتحديد الأجر العامل له سوف ينعكس ذلك على التزامه الوظيفي.

المطلب السادس: عرض نتائج الدراسة

النتائج في ظل الفرضيات:

في ظل النتائج المتحصل عليها أحاول التحقق من الفرضيات الدراسة أولا والفرضيات كانت كالآتي:

النتائج في ضوء الفرضية الأولى: والتي مفادها أن العلاقات العامة تلعب دورا مهما في تحسن الأداء الوظيفي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع مستغانم-

من خلال المقابلة التي قمت بها وبإجابة المبحوثين وخاصة مسؤولة مصلحة الاتصال والعلاقات العامة فبالرغم من عدم وجود التخصص في هذا القسم إلا أنها تسعى لأداء مميز ولها خبرة كفيلة منه استنتجت من صحة ثبات الفرضية حيث يتبين أن العلاقات العامة تساهم كثيرا في تحسين أداء العاملين داخل مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية مستغانم لاحظت أنه يوجد رابط قوي بين الموظفين مما يجعلهم أكثر توافقا وتفاهما في وسط الميدان وتبادل الأفكار والآراء فيما بينهم حول مختلف أوضاع وأمور المؤسسة، كما لاحظت أنه يوجد وأن عنصر مفهوم العلاقات العامة تغير من دراسات إلى أخرى داخل المؤسسات ولكن في الدراسة التي بها تغير للأفضل حيث اتضح أن مؤسسة اتصالات الجزائر ولت اهتماما للعلاقات العامة حتى توسع مجالها ولعبت دورها كاملا في ربط وتقوية العلاقة بين الموظفين وبين المؤسسة وجمهورها والملاحظة التي لفتت انتباهي أن أداء كل عامل عمله بإتقان وعن ظهر قلب ويتعاون كثير ومستمر وهذا راجع لوظيفة العلاقات العامة طبعا ومنه تكون دافع لتحسين آدائهم لتقديم أفضل لتحقيق أهداف المؤسسة.

النتائج في ضوء الفرضية الثانية: والتي مفادها أن العلاقات العامة تحتل مرتبة هامة ومكانة مرموقة داخل المؤسسة.

تحققت هذه الفرضية من خلال إجابة الباحثين ومن خلال ملاحظتين لوجود مكتب اتصال وعلاقات عامة أثناء مقابلي فهذا دليل على أن المؤسسة تعطي أهمية للعلاقات العامة وهذا المكتب ليس مستقل بذاته وإنما ينتمي إلى الاتصال إلا أن دوره أساسي وله مكانة هامة ومرتبة عالية في الهيكل التنظيمي لمؤسسة أي تحت إشراف المدير مباشرة وله مسؤوليات واسعة وصلاحيات في اتخاذ القرارات وخاصة أن مجتمع البحث أجابوا بأن العلاقات العامة تحتل مكانة مرموقة ولاتقة داخل المؤسسة وهي لا يمكن الاستغناء عنها ولاحظت أيضا أن المكلفة العلاقات العامة في المؤسسة محبوبة لدى كافة الموظفين ولها شخصية قوية وفعالة في القيام بنشاطات العلاقات العامة والنتيجة واضحة في تفاهم وتقارب الموظفين ونجاح المؤسسة إذن هذا ما يثبت العلاقات العامة تحتل المرتبة هامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر الولاية مستغانم.

النتائج في ظل الفرضية الثالثة :

والتي مفادها تسعى المؤسسة إلى خلق علاقات طيبة مع جمهورها الداخلي والمحافظة عليها مما يساعدها على تحقيق أهدافها تحققت هذه الفرضية من خلال تصريحات الباحثين بأن المؤسسة اتصالات الجزائر لولاية مستغانم تقدم أحسن المعاملات مع موظفيها وتخلق محيط ملائم للعمل داخلها وتسعى للمحافظة على علاقاتها وهذا ما لاحظته داخل المؤسسة في معاملة الموظفين فيما بينهم والإحترام المتبادل والتعاون في حل المشاكل أو القيام بالنشاطات المختلفة وذلك لتحقيق نجاح مبهز للمؤسسة، كما لاحظت أن علاقاتهم جد سميكة و أجوبتهم متجانسة ويقدمون مساعدات لبعضهم حتى وإن كانت خارج العمل والدليل على ذلك محاولة رئيسة مصلحة المستخدمين "بشيخ رشيدة" مساعدة صديقتها من مصلحة أخرى فعند مقابلي لها تحدثت "بشيخ رشيدة" عبر الهاتف مع زميلتها في العمل تقوم بتهديتها وطلبت مني الاعتذار لانتظاري لها أثناء المقابلة وقالت "أنني ذاهبة للمدير زميلتي في مشكلة" وهذا ما تؤكد أنها تساعدها للحفاظ على عملها كما قالت لزميلتها عبر الهاتف أنها لا تقلق وستعالج المشكلة بالتحدث مع المدير نيابة عنها وهذا مثال واقعي حدث أمامي وترك بصمة دلالتها الجهود المبذولة من طرف المؤسسة لتقوية الروابط بين الموظفين والمحافظة على استمراريتها ولتحقيق أهدافها تقوم سنويا بوضع مخطط يوصلها إلى ما تريد أن تكون عليه.

النتائج في ظل الفرضية الرابعة: والتي مفادها تتعدد وسائل العلاقات العامة داخل المؤسسة في تحسين الأداء الوظيفي لموظفيها.

تحققت هذه الفرضية من خلال النتائج المتحصل عليها من إجابة المبحوثين بأن مختلف وسائل الإتصال موجودة ومتوفرة في مؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم، وهذا ما لاحظته في مقابلي لمجتمع البحث حيث وجدت الوسائل الإتصالية المتنوعة من حواسيب والهاتف والمطبوعات والنشرات والإلكترونية منها التطبيقات "تطبيق موقع المؤسسة" والإيميل الخاص بهم والإتصال الشفهي والفعال والكتابي مثلا كتابة التقارير والشكاوي واحتواء كل مكتب لهذه الوسائل واستنتجت أن شبكة الأنترنت هي الأكثر استخداما داخل المؤسسة ولاحظت أن كل الموظفين يستخدمون هذه الوسائل بسهولة تامة لأنه طبعا التخصص والخبرة موجودة مما يجعل الموظفين لتحسين أدائهم قائم والقيام بدورات تدريبية في مجال الإتصال يساعد في تحسين أداء المتربصين أيضا خبرتهم في استخدام هذه الوسائل وهذا ما يؤكد أن تعدد الوسائل العلاقات العامة يقوم بتحسين الأداء الوظيفي لموظفيها.

النتائج العامة للدراسة:

[إنطلاقا من الإيمان العميق بأهمية جهاز العلاقات العامة قمت بدراسة هذا الموضوع والمتمثل في دور العلاقات العام في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة حيث اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الكيفي الذي يهدف إلى توفير البيانات والحقائق وتفسيرات والوقوف على دلائلها.

أما العينة المختارة هي العينة المتاحة تتكون من 05 موظفين وهم رؤساء مصالح وفي ما يلي عرض الأمم النتائج المتوصل إليها، ومنه نستنتج أنه:

- توجد مصلحة علاقات عامة في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع مستغانم مستقلة تتكفل بها مسؤول بالاتصال والعلاقات العامة، فقير رشيدة ولكن] بينت:

- نتائج الدراسة عدم فهم الموظفين لمصطلح العلاقات العامة حيث أن أغلب المستجوبون يعتقد أن العلاقات العامة هي الإتصال.

بناء على تصريحات المكلفة بالإتصال والعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع مستغانم أنه مؤخرا وحديثا تم الإهتمام الشديد بالعلاقات العامة:

- أفصحت نتائج الدراسة أن مكانة العلاقات العامة هامة جدا.

- ظهرت نتائج الدراسة أن الموظفون يدركون كيف يقومون بتحسين أدائهم ويسعون إليها.

- أظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسة تستعمل وسائل لا بأس بها وكان استخدامها سهلا من طرف الموظفين مهما اختلفت خبرتهم المهنية.
- تعتبر عملية التحفيز من القواعد الهامة التي أكد عليها العاملين باعتبارها محرك أساسي لتقديم أداء جيد وتحريك الدافعية لديهم.
- ومن خلال استنتاجاتي من العمل الميداني ألاحظ أن غياب الدور الحقيقي لجهاز العلاقات العامة داخل المؤسسة يسبب في غياب التنظيم المهني الذي يصعب ويخلق عراقيل في أعمال العلاقات العامة ومنه لا تستطيع تحقيق المرغوب فيه.

المطلب السابع: التوصيات والمقترحات:

وقد ارتأيت أن أختتم موضوعي هذا بعض الاقتراحات والتوصيات التي أتمنى أن تجد أذانا صاغية لتطبيقها، ومن أهم التوصيات التي أراها ضرورية هي:

- إعادة النظر لأهمية العلاقات العامة كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر فرع مستغانم.
- ضرورة تعاون الإدارات المختلفة في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع مستغانم مع إدارات العلاقات العامة حتى يتسنى لها القيام بواجباتها على أكمل وجه.
- تصحيح مفاهيم العلاقات العامة ودورها المعاصر.
- العمل على إقامة دورات تدريبية لنوعية الموظفين لأهمية العلاقات العامة ودورها في تفعيل الأداء ونجاح المؤسسة.
- توفير العنصر المادي حتى يتمكن المكلف بالعلاقات العامة من أداء عمله وتطبيق برنامجه وذلك بتخصيص مساعدين مختصين في هذا المجال.
- عند تصميم نظام الحوافز على المؤسسة معرفة احتياجات ومتطلبات الموظفين ومن يؤثر على رضاهم
- دمج وسائل اتصالية جديدة ومعاصرة تعمل على تسهيل عمليات الاتصال وسهل للعاملين في ابتكار أفكار وإبداعات للمؤسسة في عملهم.
- وجوب التحديد الحقيقي لمهام ووظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة.
- الإهتمام بالموارد البشري كعامل أساسي لنجاح المؤسسة وأعطاء كل ذي حق حقه عند تقديم المكافآت والهدايا.

خلاصة:

تضمن هذا الفصل الجانب التطبيقي للدراسة، والتي من خلالها تم جمع المادة المتحصل عليها ومعالجتها وتحليل البيانات والمعلومات والربط بينها والتي كان الهدف منه تطبيق ما تم التوصل له في الجانب النظري واختبار مدى تطبيقه في الواقع العملي واختبار صحة الفرضيات الدراسة التي تم وضعها ومن جهة أخرى معرفة الإختلاف والتغيرات الطارئة لموضوع ودور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسات الخدمانية الجزائرية وخاصة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع مستغانم وذلك من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة.

خاتمة:

ختاماً لدراسة موضوع دور العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي، فقد توصلنا إلى التعرف على العلاقات العامة بإعتبارها وظيفة إدارية مستمرة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة والخاصة عن طريقها أن تحقق أهدافها، فعرفت العلاقات العامة عدة تقسيمات وذلك حسب طبيعة الإتصال أو النشاط الممارس أو حسب مجالات التطبيق وفقاً لنوع الجمهور.

فبالرغم من وظائف العلاقات العامة التي تنحصر في التخطيط، التنفيذ، التنسيق، التقويم وإعتبارها نشاطاً رسمياً تقوم به المنظمات وتهدف لهدف المنظمة وتتوقف وجود العلاقات العامة ونجاحها في أي مؤسسة على مدى اقتناء الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة ومنه نستنتج أن العلاقات العامة في الأونة الأخيرة حظيت بإهتمام كبير من قبل المؤسسات الخدمانية الجزائرية وذلك لفعالية نشاطاتها حتى أصبحت ضرورية في أي تنظيم من خلال مساهمتها في تقوية الصلابة والروابط بين الموظفين وبين المؤسسة وجمهورها، إلا أنه لا يمكن أن ننفي أن المؤسسة إتصالات الجزائر لولاية مستغانم أنها تمارس وظيفة العلاقات العامة وبشكل يومي ودائم ولكن بإشتراكها لمسمى آخر ألا وهو الإتصال الذي يعتبر عصب المؤسسة ولب العلاقات العامة كما لا يمكن أوضاع أصحاب الخبرة والكفاءات المشرفين على هذا المجال من خلال الاستخدام الأمثل لمختلف وسائل الإتصال الحديثة مما سهل في جعل العلاقات العامة قوة دافعة لتحسين أداء الموظفين غيابها مستحيل فهي رافعة نافعة لمعنويات كل موظف داخل المؤسسة.

قمنا بدراسته في مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية مستغانم وإنها هو إجتهد منا محاولة التعرف على الدور الحقيقي للعلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة الخدمانية الجزائرية.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
فرع علوم الإعلام والاتصال
تخصص إتصال وعلاقات عامة



استمارة مقابلة بعنوان:

دورة العلاقات العامة في تحسين الأداء الوظيفي

دراسة ميدانية في مؤسسة إتصالات الجزائر لفرع مستغانم

الأستاذة المشرفة:

حمداد صبيحة

من إعداد الطالبة:

عماري صليحة

ملاحظة هامة:

نرجو الإجابة على أسئلة هذه الإستمارة بكل مصداقية، مع العلم بأن هذه المعلومات سرية ولن نستخدم إلى لأغراض علمية وشكرا جزيلا على مساهمتكم في إنجاز هذا العمل .

السنة الجامعية 2021-2022م

- س1- هل توجد مصلحة أو قسم خاص للعلاقات العامة في مؤسستكم؟ كم عدد الموظفين في هذا القسم؟
- س2- ماهي المكانة التي تحتلها مصلحة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة؟
- س3- هل تعتقد أن هناك ضرورة لوجود قسم خاص بعلاقات العامة في مؤسستكم؟ أذكر السبب في كلتا الحالتين؟
- س4- ماهي الجهات التي تتولى الإشراف على إدارة العلاقات العامة في مؤسستكم؟
- س5- ماهو دورك في مصلحة العلاقات العامة داخل المؤسسة؟ ومن المسؤول عنها؟
- س6- هل تعتقد أن العلاقات العامة وظيفة أساسية ضمن وظائف المؤسسة؟
- س7- أذكر وظائف العلاقات العامة؟
- س8- أن هل ترى أن نجاح المؤسسة متعلقة بوجود نشاط العلاقات العامة داخ مؤسستكم؟
- س9- إذا كنت من أفراد قسم العلاقات العامة، هل سبق أن أجريت دورات تدريبية في هذا المجال؟
- س10- هل توجد خلية إعلام واتصال في مؤسستكم؟
- س11- ماهي المكانة التي تحتلها خلية الإتصال في الهيكل العام للمؤسسة؟
- س12- ماهو الدور الذي تلعبه خلية الإتصال في الإتصال الداخلي؟
- س13- كيف تساهم خلية الإتصال في حل المشاكل أثناء حدوث أزمات معينة لي مؤسستكم؟
- س14- هل يشرف على خلية الاتصال موظفون مختصون في الاتصال داخل المؤسسة؟
- س15- هل تستخدم مؤسستكم وسائل اتصال حديثة؟ أذكرها؟
- س16- هل تعتقد أن وسائل الإتصال تتناسب مع وظائف العمال؟ علل إجابتك؟
- س17- هل تعتقد أن وسائل الإتصال المستخدمة في مؤسستكم كافية لتحسين أداء الموظفين؟
- س18- ماهو أنطباعك عن الوسائل الإتصالية الموجودة في مؤسستكم؟
- س19- هل ترى أن النظام الإتصال الذي تتبناه مؤسستكم يساعد على تدفق المعلومات للعاملين؟
- س20- هل أنت على علم بأهداف المؤسسة التي تعمل بها؟
- س21- هل أنت راض عن نشاطات الاتصال والعلاقات العامة في مؤسستكم؟

س22- من وجهة نظرك مامدى مساهمة العلاقات العامة في تحقيق التقارب بين الإدارة والموظفين داخل مؤسستكم؟

س23- من وجهة نظركم مامدى تأثير غياب نشاط العلاقات العامة على أداء العاملين في مؤسستكم؟

س24- كيف يعمل التعاون بين الموظفين على خلق روح الإنسجام بينهم؟

س25- هل تقوم مؤسستكم بتحفيز الموظفين لأداء فعال؟ مانوع هذا التحفيز؟

س26- هل تظن أن تحفيز وحده يدفعك للقيام بأداء فعال داخل المؤسسة؟

س27- هل ترى تباين في مهارات أداء العاملين داخل مؤسستكم؟ كيف ذلك؟

قائمة المصادر والمراجع

مراجع باللغة العربية:

- إبن منظور "لسان العرب"، دار صادر، بيروت، المجلد 14، 2005
- أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات والعلوم الاجتماعية، المجلد 21، مكتب لبنان، بيروت، 1986.
- أحمد سيد مصطفى، إدارة الموارد البشرية، القاهرة، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 2002م، ص 116.
- أحمد صقر عاشور، إدارة القوى العاملة الأسس السلوكية وأدوات البحث التطبيقي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 1983،
- احمد محمد المصري، العلاقات العامة، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، 1985،
- بالكبير بومدين، فؤاد شاهين، ثقافة المنظمة كمدخل استراتيجي لتحقيق الأداء المتميز مداخل في المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 08-90 مارس، جامعة ورقلة الجزائر، 2005،
- بلال خلف السكارنة، التخطيط الاستراتيجي، ط1، دار جليس الزمان، عمان، 2014،
- جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، ط1، المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1998،
- جواد شوقي ناجي، إدارة الأعمال، منظور علمي، ط1، دار الحامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000،
- حجاب محمد منير، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، ط1، دار الفخر للنشر والتوزيع، مصر، 2007،
- حسن محمد الحراشة، إدارة الجودة الشاملة والأداء الوظيفي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010.
- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004،
- د غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، ط1، دار الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2017م،
- د مرتضى البشير الأمين، الإتصال في العلاقات العامة، ط1، دار أمواج للنشر والتوزيع، الأردن، 2016م
- د. إبراهيم وهي فهد و كنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 1999،
- د. رنجي مصطفى عليان، د.عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005م،
- د. عرسان الزوبعي، العلاقات العامة والتنمية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2016م،
- د. محمد سرحان علي الحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، صنعاء، 2015،
- د. محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009م،
- د.أسامة كمال محمد الصيرفي، إدارة العلاقات العامة، ط1، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، البحرين، 2006
- د.أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016م،
- د.محمد عبد الرزاق الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011م،
- درة عبد الباري وجرادات ناصر، الإدارة الاستراتيجية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2014،
- راوية محمد حسن، إدارة الموارد البشرية، د.ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999 م .

- زهير عبد اللطيف وأحمد العابد أبو سعيد، إدارة العلاقات العامة وبرامجها، ط 1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014م،
- زويلق مهدي حسن، إدارة الأفراد منظور كمي مقارنة، ط 1، مكتبة الأقصى، عمان، 1983،
- سعاد راغب الخطيب، مبدئ العلاقات العامة، ط 1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2009،
- سعاد راغب الخطيب، مدخل العلاقات العامة، ط 2، دار المسير للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2000،
- سليمان بن قاسم الفالح، الضبط الإجتماعي، ط 1، العبيكان للنشر والتوزيع، السعودية، 2020 م،
- سنان الموسي "إدارة الموارد البشرية وتأثيرات العولمة عليها"، ط 1، دار محلاوي للنشر، عمان الأردن، 2004،
- عاطف عبد الله المكاوي، القيادة الإدارية، ط 1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012،
- عبد الباسط عيد المعطي، البحث الإجتماعي محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، ط 1، دار المعرفة الجامعية، 1998،
- عبد الله محمود عبد الرحمان، سيوسولوجية التنظيم، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1987،
- عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، ط 7، دار المعرفة، القاهرة، 1976،
- عبد المطلب عامر سامح، إستراتيجية إدارة الموارد البشرية، ط 1، عمان، دار الفكر، 2011،
- علي السلمي، إدارة الأفراد والكفاءة الإنتاجية، ط 3، دار الغريب للنشر والتوزيع، مصر، 1989،
- علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الإبتكار والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016،
- علي عبودي نعمة الجبوري، إدارة العلاقات العامة بين الإبتكار والتطبيق، ط 1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016م،
- علي عجوة ومحمد يوسف، تخطيط العلاقات العامة، ط 1، دون دار النشر، مصر، 2005،
- عمر محمد تومي الشباني، علم النفس الإداري، د 1، دار العربية للكتاب، طرابلس، ليبيا، 1998،
- عمر وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة، ط 1، دار وائل، عمان، 2009،
- فؤاد البكري، العلاقات العامة وتغيير ثقافة المنظمات، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2014،
- فؤاد شهين، وسائل الاتصال المتعددة، ط 1، عويدات لنشر، بيروت، لبنان، 2001،
- فيصل عبد الرؤوف الدحلة، تكنولوجيا الأداء البشري، ط 1، المكتبة الوطنية، عمان، 2001،
- كمال بريد، إدارة الموارد البشرية إتجاهات وممارسات، ط 1، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2008،
- محمد أزهر سعيد السماك، طرق البحث العلمي، ط 1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2002،
- محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، ط 1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006،
- محمد عبد الفتاح الصبري، وظائف منظمات الاعمال، ط 1، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2013م.
- محمد مصطفى كمال، العلاقات العامة بين تكنولوجيا الإتصال والأزمات، دار المنهل اللبناني، بيروت، النويري، 2012،
- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط 1، دار الفجر، القاهرة، 2004،
- محمد ناجي الجوهر، وسائل الإتصال في العلاقات العامة، دار مكتبة الرائد العلمية، عمان، الأردن، 2000، 2006،

- محي الدين مختار، دراسات في علم الإعلام والاتصال، ط1، دار المعرفة، عمان، 1993،
- مزهوب عبد المليك، الأداء بين الكفاءة والفاعلية، مفهوم وتقييم، العدد1، مجلة العلوم الإنسانية، 2001،
- مفيدة يحيوي، إلهام يحيوي وآخرون، المفاهيم الحديثة لإدارة الإنتاج والعمليات، ط1، دار أسامة، عمان، 2014،
- نزار عوني اللبدي، إدارة العلاقات العامة وتصنيفها، ط1، دار دجلة، الأردن، 2015،
- نوري منير، الوجيز في تسيير الموارد البشرية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2011،
- هاشم حمدي رضا، التريب والتأهيل الإداري، ط1، دار الراية للنشر، عمان، 2010،
- هشام حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، ط1، دار الراية لنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011م،
- هلال محمد عبد الغاني حسين "مهارات إدارة الأداء"، ط1، مركز تطوير الأداء، القاهرة، 1996
- وائل محمد صبحي، إدريس طاهر محسن الغالي، أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2009،
- وليد ناجي الحيايي ومقدس كامل العودة، دور وآثار التدريب في زيادة إنتاجية القوى العاملة، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2015م،
- يوسف عويد عتيق السعيد، دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في صحيفتي الرأي والكويت تميز الكويتيين، على درجة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2013.

رسائل دكتورا ومجاستر:

- بلحميتي محمد، واقع ممارسة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإدارات العمومية لولاية مستغانم، رسالة دكتوراه جامعة محمد بن أحمد وهران 2، 2019/2018.
- البلوي محمد سليمان، التمكين الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي، رسالة ماجستير، (د- ب)، جامعة مؤتة عمادة الدراسات العليا، 2008.
- بوخناف هشام، وظيفة العلاقات العامة وإنعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة إتصالات الجزائر- عنابة - تخصص علاقات عامة، مذكرة مكملة لشهادة الماجستير 2010 - 2011م
- د. رافع أحمد أبو الزيت دراغمة، دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مجتمع الطلبة، دراسة مسحية مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلاقات العامة، جامع لافاي، 2011م،
- مریم أرفيس، الروح المعنوية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى عمال المنظمة، دراسة ميدانية بالوكالة الولائية للتسيير والتنظيم العقاري الحضري بسكرة، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم إجتماع الغدارة والعمل، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017/2016،

مراجع باللغة الأجنبية:

Birnard lamizet ahmed Silena ; Dictionnaire Encyclopédique des sciences, de l'information et de communication ellipres, paris 1997,

Dictionnaire Hachette ; Encyclopédique, 1995,

Edward Robinson, communication and public Relatio, charlesmerrille oline, 1966

Natacha Draskovic, Création d'un Programme de relations publiques pour un projet culturel dans un contexe international, études interdisciplinaires de troisième cycle Management cultuel et politiques culturelles universitédes art de Belgrade, 2007

موقع الإلكتروني:

[http:// www.algeritelecom.dz](http://www.algeritelecom.dz)

الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-
كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

مستغانم في: 2021/01/25.

الرقم:.....2021/36.....

رخصة إجراء بحث ميداني

إلى السيد :

مدير مؤسسة اتصالات
الجزائر

مستغانم

في إطار متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، وضمن إعداد الطالب
لمذكرة التخرج، نلتمس من سيادتكم قبول الطالبة : . عماري صليحة

المولودة بتاريخ: 05/02/1997 بتيارت

تخصص: السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة لإجراء عمليات البحث الميداني بمؤسسة
اتصالات الجزائر بغية انجاز مذكرة ماستر .

نلتمس منكم تسهيل العملية ومختلف الأنشطة المتعلقة بانجاز الموضوع .

سلمت هذه الرخصة بطلب من المعني لاستعمالها في حدود ما يسمح به القانون.

إمضاء رئيس الشعبة:



شعبة علوم الاتصال والإعلام
العربي بوعمامة



Avir Javaher
Chef. Dep. Ressources Humaines.
DO. Mostaganem.
Signe: A. Bendahmane.