



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



تخصص اتصال وعلاقات عامة

دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية
"بمديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم"

تحت إشراف:
أ. حمداد صحبية

من إعداد:
- عباسة حياة
- بوزيد غزلان

السنة الجامعية: 2023/2022



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



تخصص اتصال وعلاقات عامة

دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الالكترونية
"بمديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم"

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل.م.د) الطور الثاني
في علوم الإعلام والاتصال



تحت إشراف:
أ- حمداد صحبية

من إعداد:

- عباسة حياة
- بوزيد غزلان

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا: عوماري بوجمعة
مؤطرا: حمداد صحبية
مناقشا: محر از سعاد

السنة الجامعية: 2023/2022



شكر و عرفان	
إهداء.	
ملخص.	
أ- ب	مقدمة.
الإطار المنهجي للدراسة	
5	تمهيد.
7	1- الإشكالية.
7	2- تساؤلات الدراسة.
8	3- فرضيات الدراسة.
9	4- أسباب اختيار الموضوع.
9	5- أهداف الدراسة.
10	6- أهمية الدراسة.
10	7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
12	8- منهج و أدوات الدراسة.
15	9- مجالات الدراسة.
16	10- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
20	11- الدراسات السابقة.
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة	
25	تمهيد
25	1- مفهوم العلاقات العامة.
29	2- وظائف وأهداف العلاقات العامة.
29	3- مبادئ العلاقات العامة.
35	4- وسائل الاتصال في العلاقات العامة.
35	5- التكنولوجيا الحديثة و دورها في ممارسة العلاقات العامة.
	خلاصة الفصل.
الفصل الثاني: ماهية الإدارة الإلكترونية.	
51	تمهيد
52	1- نشأة الإدارة الإلكترونية.
55	2- مفهوم الإدارة الإلكترونية.
59	3- عناصر الإدارة الإلكترونية.
62	4- وظائف الإدارة الإلكترونية.
65	5- متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية.
69	خلاصة الفصل
الإطار التطبيقي للدراسة	

70	تمهيد
71	1- مدخل إلى مديرية التقنين والشؤون العامة.
71	2- بطاقة فنية عن مديرية التقنين والشؤون العامة.
73	3- الهيكل التنظيمي لمديرية التقنين والشؤون العامة.
89	4- عرض و تحليل الاستبيان.
115	5- اختبار الفرضيات.
116	6- نتائج الدراسة.
117	7- الاقتراحات و التوصيات.
118	خلاصة الفصل
121	الخاتمة
قائمة المصادر و المراجع	
قائمة الملاحق	

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس	91
02	توزيع أفراد الدراسة حسب العمر	92
03	توزيع أفراد الدراسة حسب المؤهل العلمي.	93
04	توزيع أفراد الدراسة حسب الوظيفة	94
05	توزيع أفراد الدراسة حسب الخبرة المهنية	94
06	الهيكل التنظيمي لولاية مستغانم	

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع العبارات حسب المحاور	89
02	مقياس ليكارت الخماسي.	90
03	معامل الفا كرونباخ	91
04	توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس	91
05	توزيع أفراد الدراسة حسب العمر.	92
06	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.	93
07	تصنيف أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.	94
08	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	95
09	تهتم وظيفة العلاقات العامة بالعمل على تحليل وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور وربط سياسات	96

97	العلاقات العامة هي أسلوب معاملة هدفها رضا الناس بحسن المعاملة	10
97	تستخدم العلاقات العامة في الممارسة لدى المؤسسات و الأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية ، صناعية أو غيرها.	11
98	هناك جمعية العلاقات العامة الدولية والتي تهتم بممارسة وظيفة العلاقات العامة وتنظيمها في معايير	12
99	تهدف العلاقات العامة فيما يخص العاملين في المؤسسة إلى الاهتمام بشؤونهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية	13
99	يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية في جميع تصرفاتهم	14
100	تقدم العلاقات العامة على نشر الوعي بين الجماهير وتوجيه الرأي العام من أجل التعاون لتحقيق المصالح العامة للمجتمع	15
101	يهتم المكلفين بالعلاقات العامة بصفة خاصة بالقيام بكل واجباتهم وتحسين أدائهم لخلق جو من الثقة واحترام الجمهور الواسع	16
101	وجب على أخصائيي العلاقات العامة أن يكونوا على دراية تامة وشاملة تستوجب فهم كبير لخصائصها وأساليبها	17
102	تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد التقرير النهائي عن الاجتماع والذي يضم النتائج التي توصل إليها المجتمعون	18
103	تقوم إدارة العلاقات العامة بنشر وإعلان تلك النتائج ليتمكن جمهور المؤسسة من الإطلاع عليها	19
103	الدعوى هي نوع آخر من الأحداث الخاصة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة وتقدمها بأشكال مختلفة حسب التوقيت والظروف	20
104	تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تطوير عمليات المؤسسات	21
105	الإدارة الالكترونية هي قدرة المنظمة على تبادل المعلومات وتقديم الخدمات فيما بينها وبين قطاعات الأعمال بسرعة ودقة عالية، وبأقل تكلفة عبر شبكة الانترنت	22
105	يركز عند استخدام الإدارة الالكترونية توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة	23
106	جوهر عمل الإدارة الالكترونية يركز على فكرة تحقيق التعاضد البنوي بين عناصر عتاد الحاسوب، والبرامج، وشبكات الاتصال	24
107	يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط نظم وإجراءات العمل التي تنسم في ظل الإدارة التقليدية بالتعقيد الشديد	25
107	التنظيم الإلكتروني هو الإطار المرن لتوزيع واسع السلطة والمهام والعلاقات الشبكية الأفقية التي تحقق التنسيق الأنى	26
108	الإدارة الالكترونية تجعل من القائد دائما يقظ وحذر ومتقطن لكل ما يحيط به، وما يحدث من تغيرات وتطورات سريعة ومتلاحقة	27

109	الرقابة القائمة على المدخلات أو العمليات أو الأنشطة الإلكترونية تمنح التأكيد المتزايد على النتائج فهي إذن أقرب إلى الرقابة بالنتائج	28
109	توافر الوسائل الإلكترونية اللازمة للإستفادة من الخدمات التي تقدمها الإدارة الإلكترونية والتي نستطيع بواسطتها التواصل معها	29
110	قامت المؤسسة بتدريس القائمين على العلاقات العامة في مجال الإدارة الإلكترونية	30
111	تتوفر إدارتكم على أجهزة الحاسوب	31
111	تستخدم إدارتكم الأجهزة المعلوماتية	32
112	يستعين قسم العلاقات العامة بالأجهزة المعلوماتية في وظيفتها الإدارية	33
112	توفر إدارة مؤسستكم المعلومات لقسم العالقات العامة	34
113	البرامج المستخدمة تلائم العمل الإداري في مؤسستكم	35
113	هل البرمجيات والأجهزة المعلوماتية تساهم في خدمة العلاقات العامة	36
114	تساهم نظم المعلومات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في فعالية وظائفه	37

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى من غمرتني بحنانها وسقتني من رحيق دعواتها إلى منبع الحب إلى أروع أم في العالم إلى "أمي" الحبيبة أطال الله في عمرها.

إلى الذي أسعدني بطيبة قلبه وأرشدني بنصائحه إلى من ساندني بكل ما أتيت من قوة طيلة مشواري الدراسي إلى "أبي" العزيز حفظه الله وأطال في عمره.

إلى عمتي أطال الله في عمرها: "فاطمة".

إلى أختي اللواتي ساعدوني من قريب أو من بعيد بالدعم والتشجيع: الحاجة، نصيرة، حنان وأزواجهم.

وإلى الكتاكيت الصغار: فاطمة الزهراء، معاد حمزة، سيرين، روضة هبة الرحمن، أحمد هيثم، غفران.

إلى من تكبدت معي عناء المذكرة وقاسمتني الأفراح فكانت لي الأخت صديقتي: بوزيد غزلان .

وإلى صديقتي الذي كان سنداً لي: بن حامة ضياء الدين .

وإلى كل طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال.

وفي الأخير أسأل الله العلي القدير أن يعلمنا ما ينفعنا ويوفقنا لما يحب ويرضى.

"عباسة حياة"

الحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلال وجهه الكريم على أن أمدني
بالقوة لأنجز هذا العمل المتواضع الذي أهديه إلى من قال
فيهما تعالى "وبالوالدين إحسانا".

إلى من كانت سببا في وجودي وإلى قلبه برحمته رحاني، إلى من أكن
لها خالص حبي وتقديري إلى قرة عيني "أمي" الغالية وفخري أطال الله
عمرها وإلى "أبي" أطال الله في عمره.

إلى جدتي الغالية شفاها الله و أطال الله في عمرها: "قانية".

إلى إخوتي رمز الحب والوفاء: حنان محمد النذير، شارفه وفقهم الله.

إلى رفيقة دربي: "عباسة حياة"

إلى كل أساتذتي الكرام وإلى كل طلبة شعبة الإعلام
والإتصال.

وفي الأخير أسأل الله العلي القدير أن يعلمنا ما ينفعنا ويوفقنا
لما يحب ويرضى.

"بوزيد غزلان"

الشكر والعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

أشكر الله سبحانه وتعالى وأحمده على عظيم فضله وجزيل نعمته
علينا بتوفيقنا على إتمام هذا العمل.

ثم نتقدم بشكرنا الخاص إلى:

الأستاذة المشرفة "حمدا صديقة" على إرشاداتها
وتوجيهاتها لنا من أجل إتمام هذا العمل جزيل الشكر والعرفان .

لكل أساتذة قسم العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال

والشكر موصول إلى:

موظفي ولاية مستغانم على حسن استقبالهم وتعاونهم الذي مكّننا
من إجراء الدراسة الميدانية.

وبالأخص موظفي مديرية التقنيين والشؤون العامة على رأسهم
السيد: بناني عبد القادر والسيدة بن محدة يوسف نبيلة جزيل
الشكر.

وإلى كل من ساعدنا وشجعنا على إتمام هذا العمل

سواء من قريب أو بعيد.

الملخص:

جاءت دراستنا الموسومة بعنوان " دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية"، دراسة حالة مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم حيث تمحورت إشكالية دراستنا على النحو التالي: "مادور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية لمديرية التقنين و الشؤون العامة"

بهدف التعرف على الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية بالولاية و بالأخص مديرية التقنين و الشؤون العامة .

لتحقيق هذا الهدف، اعتمدنا في إجراء هذه الدراسة على منهج الوصفي التحليلي، حيث تم حصر عينة الدراسة في 32 موظف، واستعنا في جمع المعلومات بأداتين هما: أداة الإستبيان و الملاحظة البسيطة.

وبعد جمع و تحليل البيانات ميدانيا توصلنا إلى جملة من النتائج أهمها:

- ✓ للعلاقات العامة دور كبير في تفعيل ادارة الإدارة الإلكترونية.
- ✓ التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية من أجل مواكبة التطور التكنولوجي.
- ✓ نجحت الرقمنة الإدارية في تطوير العلاقات العامة من خلال إدخال تقنيات حديثة في ممارسة وظائفها.

✓ الكلمات المفتاحية:

العلاقات العامة، الإدارة الإلكترونية، مديرية التقنين والشؤون العامة.

Summary :

Our study, titled "The Role of Public Relations in Activating Electronic Administration", was a case study of the Directorate of Legalization and Public Affairs of the wilaya of Mostaganem.

The problem of our study is as follows: "The role of public relations in activating the electronic administration of the Directorate of Legalization and Public Affairs."

With the aim of identifying the role played by public relations in activating the electronic administration in the state, especially the Directorate of Legalization and Public Affairs.

With the aim of identifying the role played by public relations in activating the electronic administration in the state, especially the Directorate of Legalization and Public Affairs.

To achieve this goal, we relied in conducting this study on the analytical descriptive approach, where the study sample was limited to 32 employees, and we used two tools to collect information: the questionnaire tool and the simple observation.

After collecting and analyzing the data in the field, we reached a number of results, the most important of which are:

- ✓ Public relations have a major role in activating the management of electronic management.

- ✓ Transformation from traditional management to electronic management in order to keep pace with technological development.

- ✓ Administrative digitization has succeeded in developing public relations by introducing modern technologies in the exercise of its functions.

✓ **Function key word :**

Public Relations, Electronic Administration, Legalization and Public Affairs Directorate.

مقدمة

مقدمة:

- في ظل التحديات التي فرضتها ظروف العولمة، تزايدت أهمية المعلومة، وأصبحت جوهر الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسات ؛ التي أدركت ضرورة التواصل مع جمهورها، معتمدة في ذلك على وظيفة من أهم وظائف الإدارة في المؤسسة، ألا وهي "العلاقات العامة"، التي تعتبر حلقة وصل حيوية تربط بين المنظمة و جماهيرها فهي في جوهرها جهود اتصالية مستمرة تسعى لكسب ثقة الجمهور وتأييده لأهداف المؤسسة و دراسة متطلبات الجمهور من خلال العمل على تغيير الاستراتيجيات المتبعة لدى المنظمة من أجل النمو والتوسع و كذا التعرف على العراقيل التي تواجهها ، حيث تأثرت هذه الأخيرة بالتطورات التكنولوجية و ظهور الوسائل الحديثة مما أدى إلى عصرنة إدارتها من التقليدي إلى الإلكتروني وهذا ما يعرف بالإدارة الإلكترونية ، فقد أصبح العالم يعيش ثورة معلوماتية ساهمت بشكل كبير في إنجاز الأعمال، وتقديم الخدمات للمواطن بطريقة إلكترونية باستخدام الحاسوب وشبكات الاتصال وهو ماساهم في كسر حاجز الزمن و المسافة و رفع درجة الشفافية و التقليل من الورقية في تعاملات الإدارة مع المواطن ، على عكس الأسلوب الإداري التقليدي الذي يتميز بكثرة الأوراق و التعقيدات البيروقراطية. وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية في الولاية مستغنام نموذج "مديرية التقنين و الشؤون العامة" حيث قسمت هذه الدراسة إلى ثلاث فصول إضافة إلى المقدمة و الخاتمة: الإطار المنهجي الذي تضمن مبحثان:

- المبحث الأول بعنوان: بناء موضوع الدراسة: تطرقنا فيه إلى (الإشكالية.تساؤلات الدراسة. أسباب اختيار الموضوع.أهميته. وأهدافه، كذلك تحديد المفاهيم و الدراسات السابقة).

- المبحث الثاني: الذي يتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة:قمنا فيه بتوضيح نوع الدراسة ومنهجها، إضافة إلى مجتمع البحث و العينة كما تم الاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات، لنختم بالمدخل النظري للدراسة.

الفصل الثاني:الإطار النظري: الذي قسم إلى فصلين وكل فصل إلى خمس مباحث
الفصل الأول بعنوان: ماهية العلاقات العامة الذي يتضمن خمس مباحث وهي: مفهوم العلاقات العامة، وظائف وأهداف العلاقات العامة، مبادئ العلاقات العامة ،وسائل الاتصال في العلاقات العامة وأخيرا التكنولوجيا الحديثة و دورها في ممارسة العلاقات العامة.

- الفصل الثاني بعنوان: مدخل إلى الإدارة الالكترونية حيث تطرقنا فيه الى: نشأة الإدارة الالكترونية ، مفهوم الإدارة الالكترونية ، عناصرها ووظائفها و متطلبات تطبيقها وسبل نجاحها.
- الفصل الثالث: الإطار التطبيقي أدرج تحته مبحثان هما:
- المبحث الأول: جاء كمدخل عام لمديرية التقنين و الشؤون العامة لولاية مستغانم قدمنا فيه تعريف المديرية و وظائفها و مهامها وهيكلها التنظيمي.
- المبحث الثاني: المعنون بدراسة نموذجية بمديرية التقنين و الشؤون العامة تضمن دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الالكترونية بالمديرية وعرض نتائج الاستبيان ثم نتائج الدراسة وفي الأخير نأمل ان نكون قد وفقنا وبشكل يسير في إزاحة بعض الغموض عن إشكالية الدراسة، والتطرق لجميع عناصر الموضوع في إبراز "دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الالكترونية".

تمهيد:

- إن الإطار المنهجي للدراسة يعد نوع من أنواع إطارات البحث العلمي و هو مجموعة من الخطوات المنظمة ، و يعد من أهم الفصول النظرية بالنظر لما يجمله من تحديد منهجي للاتجاه الذي ستكون عليه باقي الفصول النظرية حيث ستعرض فيه جملة من الدوافع و المبررات وراء دراسة الموضوع و كذلك أهم الأهداف التي تسعى إليها و نحو تحديد معالم الدراسة الميدانية بناء على الإشكالية و تساؤلات الدراسة و كذلك تحديد منهج وأبعاد الدراسة ختاماً بالدراسات السابقة التي تناولت الموضوع.

الإشكالية:

إن الحديث عن العلاقات العامة اليوم هو الحديث عن سمعة المنظمة و تطورها ، من خلال جل الأنشطة الاتصالية ممارسة من قبل الإدارة تجاه جمهورها الداخلي و الخارجي و هذا سعيها منها لتطور العملية الإدارية و إستمراريتها، فالعلاقات العامة الصادرة اليوم من المؤسسات الحديثة و المعاصرة و المواكبة لتطورات العصر هي أهم وظيفة في الإدارات الحديثة ، و على اعتبار المؤسسات جزءا أساسيا من النسيج الاجتماعي ، الاقتصادي و السياسي فإنها تتعرض لجميع التطورات و التغييرات ، و بالتالي يصبح إلزاما عليها عصرنة إدارتها بما يتماشى مع هذا التطور لإعادة صياغة الخدمة العمومية بالجزائر، و بالتالي التحول من الاتصال المباشر للمواطنين إلى التواصل الافتراضي عبر المواقع الإلكترونية وهو ما يطلق عليها بالإدارة الإلكترونية كمفهوم يعبر السرعة و التفاعل ، حيث أدى هذا التحول لجملة من التغييرات على مفهوم الخدمة العمومية مع نهاية الإدارة التقليدية ، حيث ما توصل إليه التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعتبر ثروة حقيقية في كل المجالات و هذا ما أحدث تغييرا جوهريا في شكل و دور الإدارات العامة من خلال اعتمادها على تقنيات رقمنة قطاعاتها العمومية في مختلف المجالات وكان من نتائج هذا التغيير في طبيعة هياكل المؤسسات كما سهلت من العلاقات العامة داخلها و في ضوء هذا شكلت الإدارة الإلكترونية حلقة جديدة في بناء تصور حديث للخدمة العمومية هذا ما استدعى بنا الاهتمام نحو هذه الدراسة من خلال طرح الإشكالية التالية :

ما هو دور العلاقات العامة في تفعيل خدمة الإدارة الإلكترونية في الولاية" مديرية التقنين والشؤون العامة "لمستغانم نموذجا ؟

ومن هذه الإشكالية ينبثق مجموعة من التساؤلات التالية:

- ما مدى تطبيق العلاقات العامة في مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم؟
 - ما هو واقع الإدارة الإلكترونية داخل مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم؟
 - كيف ساهمت العلاقات العامة في الانتقال من الإدارة الإلكترونية داخل مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم؟
 - هل للعلاقات العامة دور في دعم عمليات الإدارة الإلكترونية في مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم؟
- فرضيات الدراسة:**

1. العلاقات العامة هي أحد مهام خلية الاتصال لدى مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم.
2. تتوفر الولاية على ادارة الكترونية ساعدتها في تأدية مهامها بأحسن جودة .
3. سبب زيادة العملاء و احتياجاتهم دفع بالعلاقات العامة داخل الولاية إلى تبني الإدارة الإلكترونية بدل الإدارة التقليدية و هذا لما لها من امتيازات مقارنة بهذه الأخيرة خاصة وأن العلاقات العامة تساعد في تعزيز التفاعل بين الجمهور و الإدارة الإلكترونية.
4. نعم العلاقات العامة لها دور مهم في تفعيل الإدارة الإلكترونية ب مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم.

أسباب اختيار موضوع الدراسة

إن موضوع دور العلاقات العامة في تفعيل خدمة الإدارة الإلكترونية في المؤسسة العمومية يعد من أهم المواضيع الحديثة التي تستوجب البحث العلمي فيها و بذلك فإن إختيار الموضوع جاء نتيجة مجموعة من المبررات منها:

1 الأسباب الذاتية:

- الرغبة في الاهتمام الشخصي نحو هذا الموضوع .
- استكمال تعليمي من خلال هذا البحث الذي هو مرتبط ب مجال التخصص.
- حداثة الموضوع و قلة تداوله.
- إثراء المعارف حول موضوع الدراسة.

2 - الأسباب الموضوعية:

- محاولة التعرف على الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تفعيل خدمة الإدارة الإلكترونية في المؤسسة.
- محاولة إبراز أهمية العلاقات العامة ومساهمتها في التسهيلات التي تقدمها الإدارة الإلكترونية في عمل المنظمات.
- إبراز أهمية الإدارة الإلكترونية و مساهمتها في المؤسسات .
- إثراء المكتبة الجامعية بدراسة حول موضوع الإدارة الإلكترونية .

أهداف الدراسة:

- يعتبر البحث العلمي نشاطا لأنه يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تحدد مسار الدراسة و من بين الأهداف المحددة للقيام بهذه الدراسة ما يلي:
- السعي لتقديم إسهام علمي في ما يخص مثل هذه الدراسات و البحوث.

- معرفة واقع العلاقات العامة في المؤسسة.
- معرفة مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تسهيل خدمات المؤسسات.
- تقديم إطار نظري علمي منظم من خلال تسليط الضوء على مفهوم العلاقات العامة و مدى مساهمتها في تفعيل الإدارة الإلكترونية في المؤسسات .
- التعرف على مختلف التكنولوجيات المستخدمة في المؤسسة من أجل الارتقاء بخدماتها.

3 - أهمية الدراسة

- إن التطورات الحديثة في تقنيات المعلومات أحدثت تغييرات مستمرة و مضطردة في كافة الميادين إذ أصبحت عمليات انتقال المعلومات و الخدمات عبر الشبكات و المواقع و هذا ما عرف بالإدارة الإلكترونية كمفهوم يعبر عن السرعة و الدقة حيث أحدثت تغييرات على مستوى الإدارات في تقديم خدماتها و من هذا الطرح تكمن أهمية هذه الدراسة في:
- قلة البحوث و الدراسات التي تربط بين العلاقات العامة و الإدارة الإلكترونية.
 - إظهار مختلف التأثيرات التي أحدثتها العلاقات العامة على أداء مختلف الوظائف في المؤسسة.
 - إبراز مدى حاجة المؤسسات إلى الإدارة الإلكترونية.
 - محاولة التأكيد على دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية ، و ضرورة وجودها في المؤسسة نظرا لما تقدمه من إمكانيات و قدرات تساهم في تسهيل عمل وحداتها.

4- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع البحث :

إن القصد بمجتمع البحث في هذه النقطة هو جمع المفردات ذات علاقة بالمشكلة المدروسة ومن ذلك يمكن القول جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة.¹

ثانياً: عينة الدراسة :

تعرف العينة على أنها جزء معين أو نسبة معينة من افراد المجتمع الأصلي ثم تقدم النتائج الدراسة على المجتمع كله.²

ويقصد بحجم العينة مجموع عدد الحالات المختارة للدراسة والبحث باعتبارها ممثلة للمجتمع الأصلي.³

وبلغ حجم العينة المختارة 32 من مديرية التقنين الشؤون العامة لولاية مستغانم من حجم العينة الكلي البالغ أكثر من 50 موظف.

ومما سبق لقد تم توزيع استمارة استبائية لهذه الدراسة على العينة المختارة المتمثلة في موظفي الولاية على مستوى إدارة مديرية التقنين والشؤون العامة .

¹ أحمد بن مرسل ، الاسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال ، ط 1 ، دار الورسم للنشر والتوزيع ، 2013 ، ص 141.

² رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، جامعة محمد بوضياف ، ميله ، الجزائر ، 2002 ، ص 191.

³ العقبي الازهر ، القيم الاجتماعية والثقافية المحلية واثرها على سلوك التنظيمي للعاملين ، اطروحة دكتوراة ، غير منشورة ، قسم العلوم الاجتماعية ، جامعة قسنطينة ، 2008 ، ص 164.

وتوفر هذه الطريقة على الباحث الكثير من الوقت والجهد الذي يبذله في اختيار العينة الا انها تستلزم معرفة المعالم الاحصائية بالنسبة للمجتمع الأصلي خاصة بالنسبة للوحدات التي يرغب الباحث في اختيارها وهو أمر لا يتيسر في كل الأحوال .

وقد قمنا باختيار العينة القصدية بناءا على نوع الدراسة واهدافها وبالتالي هي الانسب لهذه الدراسة .

منهج وأدوات الدراسة :

ان اختيار المنهج يسجل في إطار الاستراتيجية البحثية ويتم وفق طبيعة موضوع الدراسة ، فالمنهج هو الكمية التي يمكن بواسطتها الإجابة على السؤال المطروح وهو كيف يمكن حل مشكلة البحث¹ .

1- مفهوم المنهج :

لغة : هو ذلك الطريق الواضح البين المستقيم المتبسط الذي يتميز بخصائص تميزه عن المناهج الأخرى² .

اما في اللغة الفرنسية فان كلمة منهج Methode تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة الى بلوغ نتيجة ما³ .

¹ مصطفى صلاح الفوال ، علم الاجتماع ، المفهوم ، الموضوع ، المنهج ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1980 ، ص ، 60 .

² الفيروز ابادي ، قاموس المحيط ، ج 1 ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، 1987 ، ص . 210 .

³ احمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، د ط ، الجزائر ، احمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، د ط ، الجزائر ، 2003 ، ص ، 282 .

اصطلاحاً : هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة ، تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته ، حتى يصل الى نتيجة معلومة، كما يعرف بانه تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها الباحث مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول¹.

وقبل التطرق الى المنهج المستخدم لابد من الاشارة ان لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة في البحث والتقصي تفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة من عملية اختيار الباحث لمنهج بحثه حيث لانتم بطريقة اعتباطية وانما طبيعة الموضوع الذي يعالجه ونوعيته هي التي تفرض على الباحث تفضيل منهج على اخر .

والمنهج المتبع في بحث دراستنا الحالية هو المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق إلى الأسس النظرية للإدارة الإلكترونية والعلاقات العامة، بالإضافة إلى تحليل إستمارة إستبيان.

ادوات جمع البيانات :

تعتبر عملية جمع البيانات من اهم المراحل لأي دراسة علمية ، اذ عليها تتوافق صحة البيانات المجموعة والمستخدم وصحة النتائج وكفاءة الاستنتاجات العلمية في التحليل ، كما طبيعة الدراسة تفرض على الباحث اختيار الادوات العلمية المناسبة التي من شأنها الاجابة عن تساؤلات الدراسة ، وقد تم اختيار الادوات التالية :

1- الملاحظة:

¹ عبد الرحمن بدوي ، مناهج البحث ، ط 3 ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، 1977 ، ص 5.

تعرف بأنها أسلوب بحث أو أداة لجمع المعلومات من خلال المراقبة العلمية للظواهر وتحت شروط معينة¹.

وهي كذلك من الوسائل التي يتم من خلالها جمع البيانات التي تتطلبها الدراسة العلمية في مختلف العلوم الإنسانية، لا سيما في مجال إدارة الأعمال... فهي تعتمد أساسيا على سبل استخدام الحواس الإنسانية لعملية الرصد أو المشاهدة للظواهر²

1-أداة الاستمارة الاستبائية :

" تعد اداة الاستمارة من ادوات جمع البيانات يتطلبها البحث الميداني في العلوم الاجتماعية والاعلامية،¹ وهي وثيقة تتضمن كل الاسئلة المفتوحة والمغلقة تستخدم في اجراء البحوث مع ترك مساحة كافية لكتابة الاجابة"³، حيث ان هذه الاستمارة تمثل احد وسائل البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع من اجل الحصول على بيانات تتعلق باحوال الناس ، ميولاتهم واتجاهاتهم .. الخ .

وباعتبار استمارة الاستبيان من افضل الطرق المستخدمة في جمع البيانات قمنا باستعمال الاستمارة كوسيلة بحث عن تاثير البنية الشكلية لموظفي الولاية وهذا من خلال الاسئلة المطروحة في الاستمارة وهي نوعين : أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة حيث قمنا بتقسيم الاستمارة الى عدة محاور تتمثل في :

1- عبد الله محمد عبد الرحمن ، محمد علي البدوي ، مناهج وطرق البحث الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2002 ، ص 371.

2 - خيضر كاظم محمود، موسى سالمة اللوزي: منهجية البحث العلمي، إثناء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2008، ص92.

3- محمد الجوهري ، علم الاجتماع الاعلامي ، ط 1 ، دار القاهرة ، مصر ، ، دار القاهرة ، مصر ، 2001 ، ص 323.

المحور الأول: العلاقات العامة في المؤسسة.

المحور الثاني: الإدارة الإلكترونية.

المحور الثالث: مدى تفعيل العلاقات العامة للإدارة الإلكترونية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

وتشمل (مجتمع الدراسة ، عينة الدراسة ، اطار الدراسة ، بالنسبة لاستمارة الاستبيان) وايضا نفس الدراسات تنطبق على المقابلة .

-مجالات الدراسة : إن أي دراسة في البحث العلمي تقتضي ضرورة الوقوف على مجالات معينة متمثلة في (المجال المكاني، المجال الزمني، البشري) ودراستنا التي بعنوان دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية لمديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم تمثلت مجالاتها في:

المجال البشري: يتمثل المجتمع الأصلي لدراستنا في موظفي مديريةية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم.

المجال المكاني: نجد أنه من الضروري في أي دراسة علمية اختيار مجال مكاني كونه محور إختبار المعارف النظرية، حيث وقع اختيارنا على مصلحة من مصالح الولاية وهي مصلحة التقنين والشؤون العامة.

المجال الزمني: هو الوقت اللازم لإجراء الدراسة والوقت المحدد من بداية الدراسة الاستكشافية إلى غاية نهايتها، وموضوع دراستنا مدته الزمنية إنحصرت من أواخر فيفري 2023 إلى أواخر شهر مارس 2023

تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

ونظرا لاهمية تحديد المفاهيم التي تعد من اهم الخطوات التي يقوم بها الباحث لاي دراسة فقد قمنا بضبط المفاهيم المتعلقة لموضوع بحثنا وهو: دور الإدارة الإلكترونية في العلاقات العامة.

دور:

تعريف الدور :

لغة: "عود الشيء الى مكان عليه جمع أدوار".¹

والدور من الفعل دار يدور أي تحرك في مكانه في عدة اتجاهات وإذا ما أسقطناه على التنظيم الاجتماعي نجد ان حياة الفرد هي المسرح وأفراده يقومون بأدوار مختلفة²

اصطلاحا:

الدور: " نماذج محددة ثقافيا للسلوك وملزمة للفرد الذي يحتل مكانة محددة فهو معيار اجتماعي مرتبط بوضع اجتماعي معين يملئ علاقة تبادلية معينة فعلى سبيل المثال الشخص الذي يحتل مكانة " اخصائي اجتماعي " فان التوقعات من الاخرين العملاء والمشرفين على المهنة وجمهور

¹ عبد الله البستاني ، البستان معجم مطول (بيروت مكتبة لبنان ، 1992) ، ص 367 .

² محيدين مختارن دراسات في الإعلام والاتصال، ط1 دار المعرفة للطباعة، 1993، ص 202

العامّة الخ هو ان يتصرف ويسلك أساليب والطرق الملزمة لكل الأخصائيين الاجتماعيين".¹

كما يعتبر مفهوم الدور من المفاهيم الأساسية في النظرية الاجتماعية فهو يحدد طبيعة التوقعات الاجتماعية المرتبطة بإمكانات او اوضاع اجتماعية معينة ويحلل تفاصيل تلك التوقعات".²

كما يعرف ايضا : "بانه مجموعة التوقعات التي يتوقعها مجموعة من الناس من الشخص المعني".³

ويعرف ايضا " الدور في مفهومه الرسمي اداء سلوكي او مجموعة من الانشطة المرتبطة يتطلب من الفرد انجازها في اطار تفاعله مع الجماعة في مواقف معينة وما يتوقعه المجتمع من شاغل الوظيفة منحيا فيه اهوؤه ورغباته".⁴

اجرائيا

هو الأثر و السلوك الناتج عن فعل ما، و نقصد به أيضا وظيفة ما و مدى إسهامها في نشر الوعي و الثقافة.

العلاقات العامة:

لغة: إنّ مصطلح العلاقات العامة (public relation) له إشكالية عند ترجمته الدقيقة التي تعني العلاقات العامة مع الجماهير، فكلمة (public) لا تعني عامة (General) ولكن

¹ احمد شقيق السكري : قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية ، (القاهرة ، دار المعرفة الجامعية ، 2000)، ص 451:

² ابراهيم مجدي عزيز : موسوعة المعارف التربوية ،(القاهرة : عالم الكتب ، 2006)، ص 44:

³ محمد علي السلمي : السلوك التنظيمي ، (القاهرة ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، 2007)، ص :35

⁴ محمد علي شمس الدين، اسماعيل محمد الفقي : السلوك الاداري مدخل نفسي اجتماعي للادارة التربوية ، (عمان : دار الفكر للنشر والتوزيع 2007)، ص 35:

جمهور، مما يجعل المصطلح باللغة العربية مجالا للفهم الخاطئ لهذه المهنة، فالمفهوم الذي يرمز له مصطلح العلاقات العامة لا يتضح، إلا إذا عرفنا بدقة معناه اللغوي، والذي هو مكون من كلمتين: "العلاقات" وكلمة " العامة"¹.

اصطلاحا:

عرف المعهد البريطاني فقد أوضح بأن العلاقات العامة هي " الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة و تدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسات و جمهورها " أما M. Scott Cultip et H.Alen فيعرفان العلاقات العامة بأنها جهد مخطط للتأثير في الرأي العام من خلال الأداء الناجح و الاتصالات ذات الاتجاهين"²,

في حين عرفت جمعية العلاقات الفرنسية نشاط العلاقات العامة بأنه " صورة من السلوك و أسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء و تدعيم العلاقات المليئة بالثقة و التي تقوم على أساس المعرفة و الفهم المتبادلين بين المؤسسات و جمهورها المتأثر بوظائف و أنشطة تلك المؤسسة ."³

إجرائي:

مما سبق فإن العلاقات العامة هي أساليب للإعلام والاتصال كما أنها وظيفة إدارية مثل الإدارات والوظائف الأخرى التي لها مجموعة من المهام والتي تهدف للتأثير على الرأي العام لتحقيق أهداف للكيان الذي تنتمي إليه.

¹<https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/book/tool/print/index.php?id=65598>(10/02/2023/12 :30)-3

² - Scott Cultip et H.Alen, Center effective public relations Prentice Hall ; 1961 p5 .

³ - محمود محمد الجهرية العلاقات العامة بين الإدارة و الإعلام مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، 1968 ، ص 19.

الإدارة الإلكترونية:

لغويا:

معنى الإدارة :لف الشيء حول نفسه كالدائرة التي يرجع آخرها من حيث بدأ أولها، يقال: أدار العمامة حول رأسه أي لّفها حوله¹ .

اصطلاحا:

إن الإدارة الإلكترونية (الإدارة الرقمية) (Digital or E-Management) هي امتداد للمدارس الإدارية. فمن المدرسة الكلاسيكية المتضمنة لكل من (المدرسة البيروقراطية لماكس فيبر، ومبادئ الإدارة العلمية لفرديريك تايلور، ووظائف الإدارة لهنري فايول) إلى مدرسة العلاقات الإنسانية والتي تطورت إلى المدرسة السلوكية، وإلى المدخل الكمي ثم مدرسة النظم في بداية الخمسينيات، ثم المدرسة الموقفية في الستينيات، ومدخل منظمة التعلم في الثمانينات حتى تستمر مسيرة التطور في منتصف التسعينات بصعود الإدارة الإلكترونية.²

كما يقصد بالإدارة الإلكترونية تبادل الأعمال والمعلومات بين الأطراف من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية بدلا من الاعتماد على استخدام الوسائل المادية الأخرى كوسائل الاتصال المباشر.³

¹<https://ar.wikifeqh.ir>(10/02/2023/16 :23)

²مصطفى يوسف كفي الإثارة الإلكترونية، دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، دمشق، 2012، ص47.

³مها وليد على الفاضل، الإدارة الإلكترونية في المكتبات ومراكز مصادر المعلومات سهلة رسالة المكتبة المجلد السابع والأربعون العدد الثاني الأردن، 2012، ص 20

الإجرائي:

هو مدخل إداري معاصر يحمل في فلسفته مفهوم الإدارة بلا أوراق ذلك أنه يعتمد على تكنولوجيا الإتصال والمعلومات من حاسب آلي وشبكات إنترنت وفاكس وهاتف في العمليات الإدارية المختلفة من رقابة وتخطيط وتنظيم ومتابعة لمجريات العمل الإداري وتحسين الخدمات الإدارية للمواطن.

الدراسات السابقة:

تقتضي الدراسات العلمية السليمة في مجال البحث العلمي ضرورة وقوف الباحث على التراث العلمي او مايسمى بالدراسات السابقة في مجال البحث العلمي او المشابهة وتتطوي الدراسات السابقة على اهمية بالغة في حقول المعرفة والدراسات العلمية وذلك ان المعرفة العلمية مبنية على التراكم فالمعرفة الراهنة ماهي الا امتداد للمعارف السابقة وفيما يلي اشارة الى اهم البحوث والدراسات التي نراها أكثر ارتباطا بموضوع دراستنا هذه.

- 1- فرحة ليندة ، دور تطبيق الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في تنافسية المؤسسات ، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة بسكرة، الجزائر(2017)

هدفت الدراسة الحالية إلى اختبار دور تطبيق الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في تنافسية المؤسسات، حيث تم تحديد أبعاد للإدارة الإلكترونية للموارد البشرية والمتمثلة في التوظيف الإلكتروني، التسجيل الإلكتروني للحضور والانصراف إدارة الأداء إلكترونيا، نظام المرتبات الإلكتروني والتدريب الإلكتروني، بينما قسمت تنافسية المؤسسة إلى خمسة أبعاد هي: الإبداع، الجودة، التكلفة الحصة السوقية والربحية. استهدفت هذه الدراسة الشركة الإفريقية للزجاج

بجيجل، حيث تم استخدام الاستبيان كإداة لجمع بيانات عن متغيراتها، إذ تم توزيعه على عينة هدفية شملت 189 موظفا بالشركة خلال فترة زمنية ممتدة من أكتوبر 2015 إلى ماي 2016 ، وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS لتحليل البيانات واختبار مدى صحة فرضيات الدراسة. توصلت نتائج الدراسة إلى أن الشركة الإفريقية للزجاج تملك إدارة إلكترونية للموارد البشرية لكنها لا تطبق أبعادها بنفس الأهمية كما أن للإدارة الإلكترونية للموارد البشرية دور إيجابي في تنافية الشركة، وهذا يرجع إلى دور كل من التوظيف الإلكتروني، إدارة الأداء إلكترونيا، نظام المرتبات الإلكتروني والتدريب الإلكتروني في التنافسية، أما التسجيل الإلكتروني للحضور والانصراف فقد تبين أنه ليس له دور في تنافسية الشركة. كما توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل من الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية وتنافسية الشركة تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية.

2- بوزكري جيلالي، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وأفاق، أطروحة

دكتوراه في إدارة الأعمال والتسويق، جامعة الجزائر 03، 2015-2016

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم إطار نظري حول الإدارة الإلكترونية، وكذا الوقوف على التحديات التي تواجه تطبيقها في الحاضر والمستقبل، ودراسة عملية التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية، وتم إسقاط الدراسة النظرية على واقع وتطلعات التطبيق في المؤسسات الجزائرية كدراسة حالة للوصول إلى صورة لما ستحدثه عملية تطبيق الإدارة الإلكترونية من تغييرات على الإدارة في مختلف المؤسسات، بهدف الوصول لفهم واقع الإدارة الإلكترونية في بلادنا . ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتصميم استبيان خصيصاً لذلك ووزعناه على العينة المكونة من أفراد بالمؤسسات الجزائرية على اختلاف أهدافها نشاطاتها وأحجامها، الأمر الذي يعطي أكثر مصداقية للبحث. وللإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية واختبار مدى

صحة الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي فجمعنا المعلومات اللازمة من مختلف الهيئات الوطنية والدولية إضافة إلى الاستبيان واستخدمنا الأدوات الإحصائية في التحليل والمناقشة وذلك بالاعتماد على برنامج الـSPSS

بعد الدراسة النظرية والتطبيقية لموضوع البحث تأكدت صحة الفرضيات وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج مفادها أن واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تمثل البنية التحتية للإدارة الإلكترونية تعتبر ضعيفة لا تحفز تطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية وهذا ما دلت عليه التقارير الإحصائية الوطنية والدولية، رغم الجهود المبذولة لتطويرها (أهمها مشروع الجزائر الإلكترونية 2013) ، وأن المؤسسات الجزائرية مازالت متأخرة في تطبيق الإدارة الإلكترونية رغم وعي موظفيها بفوائد تطبيقها، ويعود ذلك إلى مجموعة من المعوقات (المعوقات التنظيمية والإدارية المعوقات البشرية، المعوقات الفنية المعوقات المالية والمعوقات الأمنية والتشريعية)، كما أن المؤسسات الجزائرية تسعى لإحلال تطبيقات الإدارة الإلكترونية محل التطبيقات القديمة المعتمدة وهذا ما يبشر بمستقبل أحسن من هذا الواقع.

3- حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة داخل المؤسسة، رسالة ماجستير في العلوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران السانبا، مدرسة الدكتوراه للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 2019-2020

الهدف هذه الدراسة إلى معرفة حدود تطبيق قسم العلاقات العامة بمؤسسة أوريدو للاتصالات للتكنولوجيات الحديثة وخدمتها في إيصال رسالتها للجمهور المستهدف بسرعة في أقل زمن وأقل جهد، من ناحية ومدى مواكبة هذا القسم للتطور التكنولوجي في مجال المعلوماتية وغير وسائل الاتصال الحديثة التي جعلت من العالم قرية كونية صغيرة، من ناحية أخرى، ولتحقيق هذا

الهدف قمنا بتقسيم الدراسة أو البحث إلى جانب نظري والآخر تطبيقي، حيث تضمن البحث في جانبه النظري عرض للمفاهيم الفكرية والنظرية المتعلقة بمفهوم العلاقات العامة ووظائفها، وأيضا البحث في التكنولوجيات المطبقة من طرف قسم العلاقات العامة بمؤسسة أوريدو للاتصالات، أما الجانب التطبيقي فتمحور حول دراسة ميدانية بمؤسسة أوريدو للاتصالات بالجزائر، أين وجهت استمارة بحث إلى موظفي قسم العلاقات العامة بها الهدف التعرف على طبيعة التكنولوجيات المستخدمة من طرف هذا القسم في التواصل مع جماهير المؤسسة، وأظهرت نتائج الدراسة أن قسم العلاقات العامة بمؤسسة أوريدو للاتصالات يستخدم التكنولوجيات الحديثة في صورتها المتطورة لأن ضمان كسب ود وثقة الجمهور يكمن في التواصل المستمر والفوري والتكنولوجي المتطور الذي يضمن تقديم منتجات ذات جودة عالية ومنظورة تفتح للجمهور مساحات شاسعة للتعامل مع المؤسسة بأساليب تواصلية سهلة ومتطورة وبدون تعقيدات، المؤسسة وبالتحديد وهنا يكمن الدور الأساسي للعلاقات العامة، ولقد كشفت نتائج الدراسة أيضا أن التطبيق المستمر للتكنولوجيا ليس بالأمر الهين وإنما يتطلب من قسم العلاقات العامة بالتحديد المواكبة المستمرة الآخر مستجدات التكنولوجيا وتطبيقها على المستوى الإداري والاتصالي وهذا الهدف التميز في مجال الاتصالات في السوق الوطنية والعالمية.

الفصل الأول

. ماهية العلاقات العامة

تمهيد :

-تقوم العلاقات العامة بدور رئيسي في توطيد و تحسين علاقة المنظمة ب جماهيرها، فبرامج العلاقات العامة يجب أن تبدأ من داخل المنظمة بحيث تحقق درجة كبيرة من التفاعل بين العاملين فيها، و ذلك باتخاذ السياسات التي تبرز أهمية الجانب الإنساني في التنظيم، و قد أصبحت العلاقات العامة عنصرا ضروريا في أي منظمة لتحقيق الإتصال و التنسيق و التفاهم والتعاون المشترك بينها وبين الجماهير .

لذلك سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى مفهوم العلاقات العامة وكذا وظائفها و أهم أهدافها ومبادئها ووسائل الاتصال في العلاقات العامة و أخيرا التكنولوجيا الحديثة و دورها في ممارسة العلاقات العامة.

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة

من خلال تناول العديد من الكتاب والمتخصصين لموضوع العلاقات العامة ، فقد أكد جميعهم على أنها نشاط يهدف إلى تحقيق التعاون و التفاهم بين المؤسسة و جمهورها ، ولقد بين Graze Wild في نشرته الدورية " أنباء العلاقات العامة " بأنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الاتجاهات و تحديد خطط و سياسات المؤسسات بما يتفق و مصلحة الجمهور ، وتنفيذ البرامج الهادفة بهدف توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة و كسب رضاه.¹

أما مجلة العلاقات الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة من خلال بحث ميداني قامت به بأنها: " وظيفة الإدارة التي تعمل على تحليل وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور وربط سياسات وإجراءات المؤسسة مع الصالح العام و بتنفيذ برنامج للعمل و الإعلام بهدف إلى كسب تفهم الجمهور للمؤسسة و تأييده لها .

وفي نظر الدكتور محمود محمد الجوهري رئيس جمعية العلاقات العامة العربية " بأنها مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة ، سياسية و اقتصادية و اجتماعية و عسكرية للحصول على ثقة و تأثير جمهورها الداخلي و الخارجي ، وذلك بالأخبار الصادقة و الأداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل وفقا للتخطيط العلمي السليم حتى عملها مرشدا و مميزا في بناء الوطن ورسم سياسة في إطار ميثاقها الوطني.²

ويعرفها الدكتور إبراهيم بأنها " فن معاملة و الفوز ومحبتهم و تأييدهم و معنى ذلك هو كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع.³

¹-علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص : 17

²محمود محمد الجوهري: دراسات في العلاقات العامة، دط، المكتبة الأنجلو المصرية ص : 58

³إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة و الإعلام ، مكتبة الأنجلو المصرية ، الطبعة الثانية، مصر، 1968، ص 08

ويعرف محمد فريد الصحن العلاقات العامة بأنها : النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المؤسسة أو المنظمة و جماهيرها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات و برامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية.¹

و عرفها قاموس " و ويبستر Webster's new Collegiate Dictionary، بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات طيبة وجيدة و سليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين و المستخدمين و الجمهور بوجه عام ، و ذلك لتفسير نفسها للجمهور حتى تكتسب رضاه،² و أهم ما أشار إليه هذا التعريف هو أنه لم يقصد العلاقات العامة على نوع معين من المؤسسات أو الأجهزة ، بل أوضح بأن العلاقات العامة تمارس في كافة المؤسسات و الأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية ، صناعية أو غيرها ، و اهتم أيضا بتوضيح الهدف من العلاقات العامة ، وهو تكوين علاقات طيبة بين تلك المؤسسات و بين الجماهير التي تتعامل معها ، كما أنه لم يحدد نوعية الجماهير التي تتصل بالمؤسسة بل اعتبرها على حد سواء ، سواء كانت جماهير خارجية من ممولين أو مساهمين أو جماهير داخلية من عمال وإداريين .³

و يؤخذ على التعريف أيضا أنه اعتبر العلاقات العامة نشاط من جانب المؤسسة ، واستخدام كلمة نشاط فيه خلط بين مفهوم العلاقات العامة أو باستخدامها كمرادف لبعض وظائفها مثل الدعاية و الإعلام والإشهار عن المؤسسة .

¹ محمد فريد الصحن، العلاقات العامة ، المبادئ و التطبيق ، الدار الجامعية ، بيروت ، 1988 ، ص 22

² حسين عبد الحميد أحمد رشوان : العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع ، المكتبة الجامعي الحديث ، مصر ، 1993 ، ص 110

³ - حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة داخل المؤسسة، رسالة ماجستير في العلوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران السانیا، مدرسة الدكتوراه للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 2019-2020، ص 25.

فمفهوم العلاقات العامة أوسع و أشمل من مفهوم هذه المصطلحات. بالإضافة إلى ذلك فإن هذا التعريف اعتبر العلاقات العامة نوعا من النشاط الإنساني دون أن يضيف عليها طابع الفن أو العلم ، فهو لم يحدد الأسس العلمية التي تقوم عليها العلاقات العامة باعتبارها لا تمارس على الارتجال ، بل إنها تقيس و تخطط و تنفذ و تقيم ، و يتطلب القائم بها أخصائيين على دراية تامة بعملياتها و مسؤولياتها . كما تعرف جمعية العلاقات العامة الدولية العلاقات العامة بأنها " وظيفة الإدارة المستمرة ، والمخططة والتي تسعى بها المنظمات لكسب تفاهم و تعاطف و تأييد الجماهير التي تهمها و الحفاظ على استمرار هذا التفاهم و التعاطف ، و ذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها و تحقيق المزيد من التعاون الأخلاقي والأداء الفعال للمصالح المشتركة ، باستخدام الإعلام الشامل والمخطط .

و قد عرف الدكتور جابر إبراهيم إمام العلاقات العامة أيضا بأنها " فن الحصول على رضا الجمهور وثقته و تأييده والوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال و التفسير الكافيين".

و يقول جين شوملي Jean Chaumeley في العلاقات العامة : " إن العلاقات العامة ليست بالعبارة الصعبة أو ليس لها معنى ، بل أنها تحمل عدة معاني و دلالات مختلفة وتعبر هذه المهنة ، مهنة الثقة كما يسميها Stephen Fitzgerald بأنها ليست إقرار أو تصريح بالمعنى ، و إنما هي السعي لتحقيق مجمل الرغبات بنفس الطريقة ، أما بالنسبة لروبير أبديراف Robert . R. Updegraff فهو يعتبر العلاقات العامة بأنها فن حث الجمهور على القيام بأعمال سوية.

و بالنسبة ل : دوفو L. Devaux رئيس شركة ول Shell Berre و الذي افتتح محاضرات خص بها أخلاقيات العلاقات العامة ، يقول بأن العلاقات العامة تدخل ضمن إطار أخلاقيات الأعمال التي كانت تعتبر مكبوتة في عصر البرجوازيين المتنافسين ، الذي تميز بالصراع وقساوة التجارة آنذاك ، إذ الفائدة الكبيرة هي أن الثروة لا يمكن استبدالها بالمعلومة الحقيقية التي

تنتشر بشكل واسع وكبير ، معناه أن الذي يقوم ببناء الجوهر الحقيقي للعلاقات العامة هي أن العلاقات العامة تقوم بحث المسيرين و المدراء بتصليح ما يمكن إصلاحه ، وبأن المعلومات الصادقة تساهم بشكل كبير في صنع الثقة والتفاهم داخل المؤسسة.¹

و يضيف لويس سليرون Louis Salleron مؤلف كتاب (Hommes et Mondes) قم علاقات إنسانية دون الأخذ بعين الاعتبار الإدارة المثالية للإنسان ، أيا كان جنس هذا الإنسان فقد تترجم هذه الكلمات إلى أفعال ثم تتبع هذه الأفعال بالكلام".

يتضح من خلال كافة هذه التعريفات أن العلاقات العامة تؤدي بصفة مستمرة وبطريقة مخططة ، هدفها إنشاء تفاهم مشترك بين المؤسسة و جمهورها ، فتحسين صورة المؤسسة أمام الجمهور هي غاية العلاقات العامة الأساسية ، وتبنى هذه الصورة الجيدة على أساس تنفيذ برامج جيدة للعلاقات العامة ، تقوم على الأمانة والصدق من خلال التفاهم المتبادل بين المؤسسة و جمهورها.

فمسؤولية العلاقات العامة ليست مسؤولية مدير أو موظفي العلاقات العامة وحده بل هي مسؤولية جميع أفراد المؤسسة.²

المبحث الثاني: وظائف وأهداف العلاقات العامة

أولاً: وظائف العلاقات العامة

هنالك الكثير من المهام التي لا يمكننا حصرها هنا ولكننا سنوضح بعضها:³

¹ حاج أحمد كريمة: المرجع نفسه، ص 26

² محفوظ احمد جودة، إدارة العلاقات العامة ، مفاهيم وممارسات ، مؤسسة وهران للنشر و التوزيع ، الأردن ، 1997 ، ص 16

³ مروان بدر السمعيات، علي الزعبي، إدارة العلاقات العامة، مدخل صناعة العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية، ط 01، 2020، ص

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة

- خلق علاقة ودية بالجماعة سواء من العاملين داخل المركز او خارجه أو الجماهير .
- اعتبار موظف العلاقات العامة ناطق رسمي باسم المركز
- وضع إستراتيجية معينة للاتصالات .
- مسؤولية العلاقات العامة عن المطبوعات المختلفة التي يصدرها المركز من حيث إعدادها والإشراف عليها ،
- تزويد الصحافة بأخبار المنظمة والجهاز لنجاح عملية التخطيط " الخطة المتوسطة وطويلة المدى " تقوم إدارة العلاقات العامة بتوظيف مجموعة من الوسائل الاتصالية بحسب المدة الزمنية التي تستغرقها الخطة ومن هذه الوسائل الاجتماعات والمؤتمرات واللقاءات .
- وهناك شروط أساسية لا بد من توفرها في المشتغلين بمهنة العلاقات العامة أيا كان نوع المنظمة التي يعملون بها يضاف إلى ذلك بعض الصفات الخاصة التي تتفق مع طبيعة عمل كل مؤسسة والتي تتطلب من رجال العلاقات العامة المقدررة على فهم طبيعة هذا العمل وتكييف وسائل التنفيذ وأساليب التطبيق لتتنفق مع حاجات كل مؤسسة . يمكن تصنيف صفات ومؤهلات المشتغلين بالعلاقات العامة في أربع مجموعات ، وهي :
- الصفات الشخصية: مثل (الجاذبية والإحساس العام وحب الاستطلاع وان يعرف عناصر الأحداث والكياسة والاتزان والاهتمام بالآخرين والحماس والاستمالة والاستقامة والشجاعة في مواجهة الرئيس بأخطائه والموضوعية والخيال الخصب لان وظيفة العلاقات العامة وظيفية خلاقة تعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة أو كسب فئات المترددين) .
- المهارات الاتصالية.
- الإعداد العلمي.
- النواحي الأخلاقية.

ثانياً: أهداف العلاقات العامة

تسعى أي مؤسسة ضخمة كانت أو متوسطة أو صغيرة ، حكومية أو خاصة إلى بناء جسور من التواصل والتفاهم مع جماهيرها فاستمرار أي مؤسسة في نجاح عملها مرهون بمدى قبول الجمهور لهذه المؤسسة وبما تقدمه من خدمات أو منتجات . وان احترام القيم الإنسانية والمتمثلة بالحرية والنفع العام ، واحترام الذات البشرية والعدالة والتضامن ، يكرس الطريقة التي يقتضي إتباعها في معاملة الناس والتعاطي معهم ، وتتميز السبل أمام العاملين في مجال العلاقات العامة لإدراك الأهمية التي تقتضي إعطائها لشبكة الجمهور والخطورة الكاملة وراء كسب تلك الثقة أو عدم كسبها والعلاقات العامة لا تمارس فقط لتحقيق ذلك الهدف المتمثل بعلاقات الثقة بين المؤسسة والجمهور ولكن ممارستها تتم لتحقيق واقع يؤدي بصورة حتمية إلى قيام تلك العلاقات عن طريق إعلام الأفراد والجماعات وتويرها بالحقيقة تأميناً لاقتناعهم وتفهمهم وتأييدهم ، فقيام تلك العلاقات يتوقف بالضرورة على المواقف التي تتخذ إزاء الجمهور ، وعلى الطريقة التي يتعامل بها مع الناس ويفهمون أحترام القيم والمثل الإنسانية في معاملة ذلك الجمهور ، لكسب ثقته وتأييده . وتختلف أهداف العلاقات العامة من مؤسسة إلى أخرى تبعاً لطبيعة المؤسسة واتساعها ونوعية جمهورها والمجال الذي تعمل فيه فأهداف العلاقات العامة في المؤسسة التجارية يختلف في المؤسسة الخدمية أو الصناعية والهدف الرئيسي في العلاقات العامة هو تحقيق أهداف المؤسسات التي تعمل بها ، وينبغي عند تحديد الأهداف الأخذ بعين الاعتبار الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية السائدة بين الرأي العام ، كما ينبغي أن تكون تلك الأهداف معقولة من حيث الجهد والمال والعاملين الذين يسعون إلى تحقيقها وكذلك لعامل الوقت تأثير كبير في تحديد أهداف العلاقات العامة فكلما قصر الوقت تعين تبسيط الأهداف واختصارها .

فالأهداف () هي النتائج المراد تحقيقها بالجهد الجماعي خلال فترة زمنية معينة ، ويجب أن تكون واضحة وواقعية وقابلة للقياس () .

ويمكن تحديد أهداف العلاقات العامة كالآتي :¹

1. العمل على كسب تأييد وثقة الرأي العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق والنشاطات والخدمات التي تؤديها في المؤسسة وتنمية أسباب التفاهم المتبادل مع جمهور المؤسسة.
2. تهدف العلاقات العامة فيما يخص العاملين في المؤسسة إلى الاهتمام بشؤونهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية وذلك لأنه كلما زاد الاهتمام بهم زاد عطاؤهم وتفانيهم في خدمة المواطنين .
3. الاهتمام والتأكيد على الاتصال بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى سواء تلك التي تتشابه معها في الخدمات أو التي تختلف عنها ، وذلك بواسطة المطبوعات والنشرات والكراسات وغيرها من وسائل الاتصال الأخرى لان توثيق هذه الاتصالات يؤدي إلى تقوية العلاقة بين هذه المؤسسة والمؤسسات الأخرى سواء كانت في البلد الواحد أو البلدان الأخرى .
4. مواجهة الشائعات والدعايات المغرضة التي تستهدف المؤسسة وذلك في ضوء عرض الحقائق والمعلومات المتعلقة بها لجعل الجمهور على إطلاع بالأمر لأنه أفضل سبيل لمواجهة الشائعات هي الحقيقة .
5. تعميق الشعور الوطني لدى المواطنين لضمان مساهمة الجماهير ومشاركتها في بناء وتحقيق التقدم للمجتمع.

¹ احمد راضي السوداني، دور العلاقات العامة في وزارة النفط العراقية في معالجة أزمة الخدمات، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2014، 56.

6. تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها والعمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة على اتخاذ القرارات.

7. إبراز صورة مشرقة للمؤسسة وإيجاد سمعة طيبة ودعم الانطباعات الايجابية عن المؤسسة وعن الخدمات التي تقدمها .

وهناك شروط واعتبارات يجب مراعاتها عند تحديد أهداف العلاقات العامة وهي أن تكون تلك الأهداف معقولة من حيث المال والجهد والموظفين الذين يسعون إلى تحقيقها ، وأن يستند الهدف إلى مراعاة الموروث الثقافي السائد بين الجماهير المختلفة التي لاغنى عن كسب ودها وتعاونها.

المبحث الثالث: مبادئ العلاقات العامة

نظرا للتأثير الذي تمارسه وسائل الاتصال على الرأي العام، فقد أصبح من الضروري وضع بعض المبادئ التي تنظم أنشطة العلاقات العامة أهمها ما يلي :

1. المسؤولية الاجتماعية: فالعلاقات العامة كنشاط فهي توازن بين مصالح المؤسسة

ومصالح جماهيرها سواء الداخلية أو الخارجية ومصالح البيئة المحيطة بصفة عامة.

2. كسب ثقة الجمهور : تهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة إلى العمل على كسب

ثقة الجماهير من أجل تحقيق أهدافها باعتبار أن نجاح المنظمة مرهون برضا جماهيرها

وثقتهم بها، ومدى تأييدهم لها وعليه يجب على الموظفين أو العاملين بالمنظمة أن

يتدربوا من أجل التمكن من القيام بواجباتهم وكسب ثقة الجماهير من خلال حسن الأداء

واحترام هذه الجماهير.¹

¹وليد خلف الله دياب، أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص44-45

- 3. مراعاة الصدق والأمانة وإتباع الأسلوب العلمي :** حيث يجب أن تتسم أعمال المؤسسة بالأمانة والصدق والموضوعية والنزاهة باستخدام وسائل الإعلام المناسبة والتي بإمكانها تصوير الواقع كما هو دون تحريف.¹
- 4. إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق :** حيث لا يمكن للعلاقات العامة أن تمارس عملها في ظل مستوى أداء سيء وإلا أصبحت العهود المبذولة في ممارسة أنشطة العلاقات العامة عديمة الجدوى ، فلا يجب أن تتعارض أهداف المؤسسات مع أهداف المجتمع.²
- 5. نشر الوعي بين الجماهير :** يقع على عاتق جهاز العلاقات العامة شرح سياسة الدولة للتنمية ودور المؤسسة في ذلك، إضافة إلى دور الجهاز في توجيه الرأي العام ودفع الجماهير إلى تأييد السياسة العامة لمؤسسات الدولة وكسب ثقافتها.³
- 6. احترام الرأي العام :** حيث يجب أن تركز العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة الفرد واحترام حقوقه وامتيازاته وإعطائه الحرية في التعبير عن آرائه وأفكاره.⁴
- 7. الالتزام بمبادئ الأخلاق الحميدة :** حيث تلتزم المنظمة بمبادئ الأخلاق الكريمة كالعدالة والنزاهة وبهذا تتفادى خداع الجمهور ولا تغشه فتسعى لكسب ثقته بالفقدوة الحسنة.⁵

¹ محفوظ أحمد جودت، العلاقات العامة (مفاهيم وممارسات)، دط، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص26

² أحمد محمد المصري : الإدارة الحديثة ، (اتصالات - المعلومات - القرارات) ، دون ط ، مؤسسة شباب الجامعة ، مصر ، سنة 2000 ، ص 47.

³ إبراهيم إمام، العلاقات العامة ، دط، دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1998، ص96

⁴ شذوان علي شيبية، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دط، دار المعرفة الجامعية، لبنان، 2005، ص59

⁵ محمود محمد الجوهري، دراسات في العلاقات العامة، دط، المكتبة الإنجلومصرية، 1968، ص52

8. استخدام المناهج العلمية وأساليب البحوث العلمية: فمن أهم وظائف العلاقات العامة

كما ذكرنا سابقا إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة، وفي هذا المجال فإنه لا بد لوظفي العلاقات العامة أن يتبعوا المنهج العلمي في البحث كونه هو الوسيلة الوحيدة والسبيل الوحيد الذي يجب اعتماده في دراسة الإتجاهات و القيم والسلوك، لدقة وموضوعية تلك المعلومات التي يتم التوصل إليها من خلال هذا المنهج.¹

9. الاهتمام بالبيئة الداخلية للمؤسسة: حيث يركز نجاح العلاقات العامة على كفاءة

وفاعلية العنصر البشري بالمؤسسة ومدى إلمام الموظفين بأهدافها ودورها الذي تقوم به وإلمامهم بكل ما يحدث من مشاكل وإنجازات لذلك فالعلاقات العامة يتجه مسارها من الداخل إلى الخارج وهذا يستلزم الإهتمام بالموظفين وتوثيق الصلات معهم والحصول على تأييدهم لإدارة المنظمة وسياستها.²

المبحث الرابع: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

إن وسائل الاتصال في العلاقات العامة من بين أهم المرتكزات الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات في عملية التواصل مع الجماهير الداخلية و الخارجية ، ومنه وجب على أخصائيي العلاقات العامة أن يكونوا على دراية تامة وشاملة تستوجب فهم كبير لخصائصها و أساليبها ، حتى يمكن لها أن تصل إلى أهدافها بطريقة سليمة .

فوسائل الاتصال في العلاقات العامة إذا ما استخدمت بطريقة وأسلوب سليم أساسه المعرفة الجيدة لكل وسيلة من هذه الوسائل و الخصائص التي تتميز بها عن الأخرى ، من ثم يمكن أن ترسخ سمعة و صورة حسنة عن المؤسسة .

¹موسى اللوزي، أسس العلاقات العامة(مفاهيم وأسس)، ط1، زمزم ناشرون وموزعون،الأردن(عمان)، 2001، ص55

²موسى اللوزي، مرجع نفسه، ص56

هذا وقد تستخدم المؤسسات بعض وسائل الإعلام الخاصة التي تصدرها بنفسها ، كمجلة المؤسسة والنشرات الإخبارية والمعارض والمهرجانات والحفلات ، وهناك وسائل الاتصال الشخصي كالخطاب والمحاضرات العامة ويتوقف استخدام هذه الوسائل على الوضع المالي للمنظمة وعلى مدى الاهتمام الذي توليه للعلاقات العامة، وهناك تقسيمات كثيرة لوسائل الاتصال في العلاقات العامة ولكننا سنأخذ بالتقسيم الشائع الذي يصنف هذه الوسائل حسب حواس الإنسان فنجد : وسائل مكتوبة ، وسائل منطوقة ، وسائل مرئية .

أولا الوسائل المكتوبة :

1 - **الصحف** : تعد الصحف من الدوريات ، أو تلك المطبوعات التي تصدر بشكل منتظم ولها عنوان متميز ويشترك في الكتابة فيها عدد من الصحفيين ، وتغطي صفحاتها الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فالصحف وسيلة مهمة يمكن أن يعتمد عليها رجل العلاقات العامة بحيث تمكنه من إيصال رسالته إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير ، فعادة لا تواجه إدارة العلاقات العامة أي صعوبات في توصيل رسالتها الإعلامية التي خطط لها جيدا حسب الأهداف المرجوة من هذه الوسيلة ومادامت لها المخصصات المالية الكافية لمواجهة مصاريف النشر أو الإعلان أو حتى القيام بحملة إعلامية لهذا الغرض ، فالصحف وسيلة مهمة يمكن أن يعتمد عليها رجل العلاقات العامة بحيث تمكنه من إيصال رسالته إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير ، فعادة لا تواجه إدارة العلاقات العامة أي صعوبات في توصيل رسالتها الإعلامية التي خطط لها جيدا حسب الأهداف المرجوة من هذه الوسيلة ومادامت لها المخصصات المالية الكافية لمواجهة مصاريف النشر أو الإعلان أو حتى القيام بحملة إعلامية لهذا الغرض . فالصحيفة أصبحت لا غنى عنها في معظم الشركات و

المؤسسات كوسيلة للإعلام و الإقناع وكذا الإعلان ، فكلما كبر حجم المؤسسات كلما تزايد احتياجها لسعة جمهورها و انتشاره¹ .

2 - **مجلة المؤسسة** : ويستعمل هذا النوع من الوسائل للاتصال بالجمهور وتزويده بشكل المعلومات التي يرغب في معرفتها بغرض تفسير وشرح المعلومات والأحداث من ثم تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أو للإعلان وتكون هذه المجلات على شكل مجلات داخلية ، مجلات خارجية ، مجلة موجهة للجمهورين معا أما بخصوص مضمون المجلات في المؤسسات الاقتصادية فيجب أن يكون واضحا ، مفهوما ، مثيرا للاهتمام بحيث تفهمه الجماهير وتتجذب إليه وترغب في قراءته . و للتفصيل أكثر في مضمون المجلات بمختلف أنواعها فأنها تعتمد على معالجة أو دراسة العديد من القضايا و الأحداث أهمها :

أ - **أخبار العاملين**: ويشمل هذا :

- الأخبار الخاصة بالعاملين : كأعياد ميلادهم وميلاد أبنائهم والذكرى السنوية لمناسباتهم الخاصة وما إلى ذلك . - الهوايات التي يمارسها العاملون .
- الأنشطة الرياضية المختلفة التي يزاولونها وما يحققونه من نجاحات فيها .
- الترقيات في العمل وفي الحياة الاجتماعية .
- أسماء العاملين الجدد الملتحقين بالمؤسسة مع التعريف بهم . صور من جوانب العمل المختلفة .
- جوانب مرحلة من حياة المؤسسة .

ب - **أخبار جماهير المؤسسة** : وتشمل :

- إلقاء الأضواء على دور هؤلاء في المؤسسة واهتمام المؤسسة بهم .
- جوانب من تعامل هؤلاء مع المؤسسة ووجهة نظرهم فيها .

¹ بضياف عاطف، فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010، ص 55

الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة

- الأخبار الاجتماعية الهامة لهؤلاء.
 - ت - أخبار المؤسسة : وتشمل .
 - إلقاء الأضواء على خطة المؤسسة .
 - أخبار المنشآت الجديدة وتوسعاتها .
 - أخبار التغيرات التنظيمية فيها .
 - أخبار منتجاتها الجديدة .
 - أخبار حركة مبيعاتها أو خدماتها .
 - أخبار عن فرص التدريب المتاحة فيها .
 - إلقاء الأضواء على السياسات والقواعد المتبعة فيها .
 - أخبار المديرين وتشمل جوانب مختلفة عن أنشطتهم وكفاءاتهم وما إلى ذلك.
- 3 - **النشرات و الكتيبات :**

تحتوي النشرة على موضوع واحد وتسلم باليد أو ترسل بواسطة البريد ، بينما تتنوع موضوعات الكتيب ، وتتعدد صفحاته و معالجات الموضوعات فيه ، وقد يكون الهدف من الكتيب شرح برنامج إنتاجي جديد ، أو تقديم خدمة جديدة ، وتهتم المؤسسات بنوع الورق و الغلاف و الإخراج الفني ، و الأحرف و العناوين ، لكي يعبر الكتيب عن الصورة المشرفة ، التي تريد المنظمة إظهار نفسها بها¹ .

4 - البريد:

تقوم إدارة العلاقات العامة باستخدام البريد للاتصال بالجمهور وإيصال المعلومات إليه ، وذلك عن طريق إرسال الرسائل الخاصة ، والكتيبات والنشرات ، والبطاقات ، والاستبيانات وغيره من المنشورات الدعائية والإعلامية ، ويتم ذلك عادة أما بطريقة دورية أو عند الحاجة ، وعادة ما يتم إرسال هذه المطبوعات بصفة شخصية حاملة اسم أو لقب الشخص المرسل إليه حتى يكون لها أثر طيب في نفوس المشتركين ، ولإنجاح هذه الوسيلة فإن على إدارة العلاقات العامة أن تنظم قوائم بأسماء عناوين الأشخاص الذين عندها نية الاتصال بهم ، مراعية في ذلك توعية

- هؤلاء الأشخاص ، ومدى اقتراب اهتماماتهم وحاجاتهم مع نشاطات المنظمة المعنية ، وإنتاجها ومن مزايا استخدام هذه الطريقة :
- سهولة تحديد يد نوع الجمهور الذي تود الاتصال به ، ونقل المعلومات إليه ، وتوفير الحرية في اختيار هذا النوع وعدد الأفراد الذين سيتم الاتصال بهم ... الخ .
 - قلة التكاليف وخاصة على مستوى الرسائل المحلية وذلك مقارنة مع تكاليف الوسائل الأخرى .
 - يساعد إدارة العلاقات العامة على تحديد الوقت المناسب للاتصال بالجمهور ، ولكي تحقق هذه الطريقة الهدف الذي تستخدم من أجله لابد أن تصدر تلك المطبوعات بلغة واضحة وسهلة ومصممة بطريقة جذابة ، كما يجب أن تعبر تعبيراً صادقا عن سياسات ونشاطات وأعمال المؤسسة .

5 - التقرير السنوي:

هو تقرير الإدارة لمن تعمل لديه ، وهو تقرير موجه بشكل عام إلى المساهمين ، إلا أنه قد يوجه إلى جماهير أخرى من الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة أيضا مثل أعضاء النقابات أو الجمعيات التعاونية أو بالمشرعين أو الهيئات أو مجالس الأمناء أو الإدارة أو الأجهزة الرقابية المختلفة . وقد تغيرت النظرة إلى هذه التقارير مع تغير النظرة إلى الجمهور وزيادة الاهتمام به ، حيث اتجهت الإدارات في فترات سابقة إلى إعلان عدم اهتمامها بالجماهير ذات العلاقة بها ، ومنهم المساهمون على سبيل المثال ، كانت لا تهتم بتقديم أية تقارير لهم توضح فيها كيفية استغلالها لأموالهم ، وتخفي عنهم أسلوب عملهم .

أما في الوقت الحاضر فقد اختلف هذا التوجه تماما ، كما اختلفت النظرة كليا ، بالتوجه إلى إعلام المساهمين بشكل مفصل عن كل حالة ، وكذا تقديم شرح واف عن المؤسسة ومحاولة بكافة الطرق الحصول على تأييد المساهمين ودعمهم.

وقد أدى الاهتمام بالجماهير المختلفة إلى تغير في محتوى التقارير وأغراضها وأشكالها وتوزيعها . كما تعتمد العديد من المؤسسات الاقتصادية على وسيلة التقرير السنوي في إعطاء حوصلة المدخلات و المخرجات وكذا الأحداث و الحقائق و الأرقام المختلفة طوال السنة ، ومن تم يمكن لكل من له علاقة بالمنظمة أن يصدر قرارات أو أحكام ذات تقييم مسبق مما يسمح لها بأن تكون فعالة في المستقبل . ويتخذ التقرير أشكالا مختلفة ، ولكن في الغالب يتخذ شكل المجلة أو الكتيب كما يمكن أن يأخذ شكل الإعلان أو الفيلم ، ويتحدد شكل التقرير وفقا للمعلومات التي يتضمنها أو الجمهور الموجه له،

6 - فاكس :

إن وسيلة الفاكس تعد من الوسائل الأكثر شيوعا واستعمالا في مؤسساتنا الجزائرية ، لما لها من أهمية في تخطي الصعوبات وإرسال الرسائل بأقصى سرعة ، وبالتالي وصولها إلى المرسل في زمنها الحي ، إلا أنه لا يعمل إلا بتوفر خط هاتفي ، ولكنه يتميز عن الهاتف بمميزات منها :

- يستطيع المرسل اختصار الرسالة ، لا يحتاج إلى الكلام المنمق والمجاملات
- مضمون الوصول ولا يحتاج إلى طرف ثالث السرية الكاملة دون وجود مجال لتسرب المعلومات

-الاقتصاد بالنفقات نقل عن الهاتف .

-سرعة الاتصال .

-مكتوب ومسجل ويمكن إثباته وحفظه .

ثانيا وسائل المنطوقة :

1 - **الإذاعة** : لقد شهد القرن العشرين منافسة جديدة للصحف تتمثل في الإذاعة ، وأصبح

الكثيرون يطلقون عليها الصحافة المسموعة ، كون لها دورا خطيرا في التأثير على الرأي العام ، ويمكن أن يكون لها تأثير أقوى من الصحف ولذلك سميت بالصحف الناطقة .

2 **الندوات والاجتماعات الرسمية** : تعتبر هذه الوسيلة من أهم وسائل العلاقات العامة

للاتصالات ، وبخاصة على مستوى الجمهور الداخلي للمؤسسة أو على مستوى الجمهور

الداخلي للمؤسسة ، أو على مستوى جمهور المساهمين ، وتتبع أهميتها باعتبارها تضمن

الحوار والمناقشة بين الحاضر وجمهور المستمعين من جهة وبين المستمعين وبعضهم من

جهة أخرى ، ورغم أن تأثيرها لا يمس إلا شريحة محدودة من الناس إلا أنها تعتبر اجتماعات

هامة وحيوية لأنها تتناول موضوعات رئيسية وضرورية لحياة المؤسسة ومسيرتها وتطورها ،

وأهم ما يتم عرضه عادة في هذه الاجتماعات أعمال المؤسسة السنوية ، والنتائج التي حققتها

إدارة تلك المؤسسة ، والعوائق الأساسية التي واجهتها ، والتي أثرت على سير عملها موضحة

الطرق التي اعتمدت لحلها ، كما يتم بحث سياسات المؤسسة بهدف الوصول إلى تفاهم متبادل حولها وكذلك الاتفاق حول الخطط المستقبلية للمؤسسة ، هذا وقد يتم عقد بعض الاجتماعات مع عينة مختارة من العملاء بهدف عرض بعض الأفكار المتعلقة بسياسة المؤسسة أو الإعلان عن سلعة جديدة ، أو غير ذلك مما يؤدي إلى تمتين العلاقة بين إدارة المؤسسة وجماهيرها ، كما يمكنها من توصيل أية إعلانات أو معلومات بصورة مباشرة .

وتقوم إدارة العلاقات العامة في هذا المجال بمسؤولية رئيسية تتمثل فيما يلي :

- التحضير لهذه الاجتماعات وذلك بتوفير المكان الملائم سواء من حيث المساحة ، الإنارة أو بعض التجهيزات الأساسية ، كالهواتف والمايكروفونات والسماعات والخدمات الأخرى.

- الاتصال بالأشخاص المعنيين ، وتوجيه الدعوة لهم قبل موعد الاجتماع بوقت كاف ، على أن تشمل الدعوة بيانا عن مكان الاجتماع ومواعيده ، وجدول أعماله ، وغير ذلك مما تراه إدارة العلاقات العامة مناسبا لإنجاح الاجتماع وإعطاء صورة جميلة عن المؤسسة المعنية .

- توفير كافة المستلزمات الفنية اللازمة للاجتماع مثل الآلات السمعية والبصرية ، وآلات الترجمة الفورية إذا لزم الأمر ، وآلات الطباعة والتصوير ، والتأكد من صلاحيتها جميعا.

- توفير وسائل الأمن والسلامة للاجتماع بإجراء التفتيش المستمر على مكان الاجتماع قبل بدايته بفترة زمنية كافية وحتى انتهائه كليا ، مع توفير الأدوات اللازمة للأمن والسلامة ، وتوفير المرشدين اللازمين لإرشاد المدعوين لمكان الاجتماع .

- توفير الكتيبات الخاصة بموضوع الاجتماع وتوزيعها على الجمهور حالة وصوله لمكان الاجتماع .

- تسجيل كل ما يدور في الاجتماع من نقاش حيث يتم كتابة تقرير أولي لكل جلسة من جلسات الاجتماع على أن يتم إعداد تقرير نهائي عن الاجتماع بالكامل حالة انتهائه ، كما

تلتزم إدارة العلاقات العامة بتقديم كافة المساعدات للمندوبين الإعلاميين الذين يحضرون جلسات الاجتماع ويقومون بتغطيتها مثل مندوبي الصحافة والإذاعة والتلفزيون.

- تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد التقرير النهائي عن الاجتماع والذي يضم النتائج التي توصل إليها المجتمعون ، كما تقوم إدارة العلاقات العامة بنشر وإعلان تلك النتائج ليتمكن جمهور المؤسسة من الإطلاع عليها .

ويتم اختيار وسيلة النشر والإعلان حسب الضرورة وحسب ملاءمتها للموضوعات التي تستملها تلك النتائج مع مراعاة عنصر التكلفة

3 - الزيارات : تعتبر هذه الوسيلة كنوع من الأحداث الخاصة تعدها إدارة العلاقات العامة في

المؤسسات ، فهي تعمل على إبراز مهام المؤسسة ووظائفها وإمكانياتها للجماهير المختلفة التي تتعامل معها وحتى للجمهور العام . المحيط . بهدف زيادة التفاعل و الاحتكاك الذي يسمح بترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة.

وتعتبر الزيارات من المجالات الهامة التي تعمل فيها العلاقات العامة على لفت نظر الجمهور ، وتشجعه على احترام المنشأة ، والإقبال على التعامل معها . فالزيارات يمكن أن تتمثل في دعوة عدد من جماهير المؤسسة الخارجيين لزيارة المؤسسة ، والإطلاع على نشاطاتها ، وما تقدمه من منتجات وخدمات وهنا يتوجب على إدارة العلاقات العامة تعيين أشخاص من ذوي الكفاءة والخلق السليم ، والفصاحة واللياقة في الحديث ، لاستقبال الجمهور والتعامل معهم ، والعمل على تعريفهم بكل ما يهم بالمؤسسة وأهدافها . كما يمكن أن تظهر في قيام موظفي العلاقات العامة بإجراء زيارات ، اتصالات مع المنظمات الشعبية المختلفة ، بحيث يمكنهم اللقاء مع أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور الخارجي ، وتقديم الكتيبات والنشرات التي توضح أهداف ونشاطات وسياسات المؤسسة .

4 - الاحتفالات : إن الحفلات تعد من وسائل العلاقات العامة التي تهدف من خلالها العلاقات

العامة زيادة العلاقات الاجتماعية وخلق روابط حميمة سواء مع الجماهير الداخلية أو الخارجية منها ، فالحضور يكون فيه موظفوا المؤسسة بكافة مستوياتهم الوظيفية ، وقد تدعو المؤسسة أفراد مختارين من جمهورها الخارجي لحضور مثل هذه الحفلات وبخاصة تلك التي تعقد بمناسبة تأسيس المؤسسة أو بمناسبة انضمام مدير جديد لها أو بمناسبة إنتاج منتج جديد ، أو غير ذلك من المناسبات الوطنية ، وعلى إدارة العلاقات العامة استغلال مثل هذه الحفلات لعرض توجهات الشركة ، وطموحاتها وأهدافها .. على الجماهير المشاركة في الاحتفالات المعنية، ويمكن تلخيص بعض الميزات للحفلات التي تقوم بها المؤسسة لجماهيرها فيما يلي :

-زيادة الثقة بين الإدارة والجمهور الداخلي والخارجي في نتيجة للعلاقات غير الرسمية التي تنشأ بينها .

-النقاء الإدارة مع جمهورها بعيدا عن الرسميات ، مما يمكنها من الوقوف على رأيه في الأمور التي تتعلق بالمؤسسة وسياستها ، حيث أن مثل هذه الأمور تشجع الموظفين على إبراز آرائهم بشجاعة ودون تردد .

-تساعد مثل هذه اللقاءات على إذابة ما يمكن أن يسمى بجدران الجليد بين الموظفين وبعضهم أو بينهم وبين رؤسائهم ، مما يساعد على خلق أجواء من التفاهم والشعور المتبادل الواضح ، مما يؤدي إلى تقليل المشاحنات بينهم وتزداد الألفة والمحبة .

-إن الاتصال بعينة مختارة من جمهور المؤسسة الخارجي يعطي المؤسسة الفرصة لتفسير بعض السياسات أو المواقف والأهداف الغامضة ، ويعمل على بناء جسور الثقة مع هذا الجمهور ، وأن نجاح المؤسسة في التحاور وتبادل الآراء مع هذه الفئة المدعوة للاحتفال قد

يجعل من أفراد هذه الفئة رسلا للمنظمة على مستوى المجتمع ككل ، مما يوطد العلاقة بها ، ويدعم مسيرتها ويساعد على تطورها وازدهارها .

5- الدعوات : الدعوى هي نوع آخر من الأحداث الخاصة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة وتقدمها بأشكال مختلفة حسب التوقيت والظروف ، ويرتبط هذا الحدث الخاص بنشاط آخر كالاجتماع أو اللقاء أو الحلقة الدراسية أو يكون مستقلا ويتم تنفيذه في فندق أو دار استراحة أو مطعم أو دار خاصة ، وفي جميع الأحوال لابد من إجراء الترتيبات المسبقة ، والإعداد المسبق كالجوازات اللازمة والاتفاق على أنواع الطعام ، والشراب المطلوب تقديمه والدعوات أنواع نذكر منها : دعوات الفطور ، دعوات الغذاء ، دعوات العشاء ، الولاتم الكبرى الخ

6- المؤتمرات الإخبارية : " المؤتمر عبارة عن مناقشة وتبادل فكري من أعضائه حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة يهتمون بها ومرتبطة بظروفهم بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة والعمل على الالتزام بها " كما لو وسيلة المؤتمرات أهداف نلخصها فيما يلي :

- خلق اهتمام الرأي العام بمسألة أو موضوع معين .
- إقناع المسؤولين بفكرة أو بقضية أو بنتائج معينة .
- تشجيع المتخصصين في مهنة معينة للوصول إلى الاتفاق على عناصر مشتركة يلتزمون بها خلال مزاولتهم لمهنتهم.
- تشجيع المتخصصين في مهنة ما أو المهتمين بمسألة معينة على البحث والدراسة وتبادل الأفكار والآراء في موضوعات اهتمامهم .
- توفير الجو الملائم للتبادل الفكري بين القيادات المهنية والقيادات الشعبية والمواطنين بالنسبة لمهنة معينة .

- العمل على تنسيق الجهود وخلق روح التعاون بين المتخصصين في مهنة وأخر سواء كان لهما علاقة أو لا.

رابعاً الوسائل المرئية:

1 - البرامج التلفزيونية : يعتبر التلفزيون واحداً من الوسائل السمعية البصرية التي تعتمد بدرجة

كبيرة على الصورة المختلفة عن الصورة الفوتوغرافية ، وقد تعدى دور التلفزيون من نقل الأخبار المصورة المسجلة ليصبح له قدرة فائقة على الإقناع والتأثير إلى درجة السيطرة . وقد أصبح التلفزيون في السنوات الأخيرة من أوسع الوسائل انتشاراً أو أكثرها جاذبية لدى الجمهور وذلك لقدرته على مخاطبة الطبقات المختلفة من الجمهور في جميع مستويات العمر ، وعلى مدى زمني كبير نسبياً ، فيمكن من خلال شاشة التلفزيون إرسال العديد من الرسائل التي يمكن أن تصل إلى فئات عديدة من الجمهور ومن الممكن أيضاً استغلال البرامج والمسابقات في تقديم العديد من الرسائل الإعلامية . لذا أصبح التلفزيون من الوسائل الهامة التي تستخدمها العلاقات العامة للتأثير على الجماهير وكذا لتتوسع برامجه المقدمة و إلى الخاصية التي يتميز بها عن باقي الوسائل الاتصالية .

2 - الأفلام السينمائية : لقد أصبح الفيلم السينمائي يمثل مكان الصدارة كوسيلة التسلية والتعليم

والإعلام في العصر الحديث والعرض السينمائي الحي الذي تجتمع فيه الصورة الفنية والصوت المعبر والموسيقى التصويرية ، لا بد أن يؤثر تأثيراً بالغاً على الجمهور . والفيلم كطاقة إعلامية هائلة ينبغي أن يوجه للخير ، والتعليم الفاشل يعد كارثة إعلامية ، لذلك ينبغي على خبير العلاقات العامة التأكد من أن هناك حاجة حقيقية لاستعمال الفيلم ، وأنه دون غيره من الوسائل هو الذي يحقق هدف البرنامج . وتنقسم الأفلام السينمائية إلى أفلام روائية وهي لب صناعة السينما وجوهرها ، وإلى أفلام تسجيلية وجرائد سينمائية وهي الأفلام

- التي تعتمد على الأخبار أو الأحداث الهامة بمعنى أدق ، وإلى أفلام الرسوم المتحركة وإلى أفلام الإعلانات والدعاية كالإعلان عن سلع أو خدمات والدعاية السياحية وما شابه ذلك .
- 3 - **لوحة الإعلانات** : يمكن أن تلتصق لوحة الإعلانات في أماكن رئيسية وهامة داخل الشركة بحيث يستطيع كافة الموظفين رؤيتها و الحصول على المعلومات ذاتها في الوقت ذاته . هذه المعلومات يمكن أن تتضمن مواعيد مسابقات ، أخبارا هامة عن العمل ، الدعوة لاجتماعات وساعات العمل ، افتتاح أقسام جديدة والي ما هناك من أخبار يستطيع الموظف قراءتها كل يوم ، و الشخص المسؤول عن هذه اللوحة هو مدير العلاقات العامة أو موظف من قسم العلاقات ، و يكون مسؤولا بشكل تام عن هذه الأخبار .
- 4 - **المعارض** : قد توضع هذه المعارض أمام مكاتب المنظمة و منشأتها أو في الأماكن العامة وغالبا ما يحدد نوع المعرض أو الواجهة وفقا للمكان الذي سيقام فيه . كما تسعى المعارض لتحسين صورة المنظمة لدى الرأي العام ، وكسبه لجانبها وذلك بتزويده بالمعلومات المختلفة على شكل رسومات وتخطيطات ، فمن خلال المعارض يمكن الإعلام عن تاريخ المؤسسة ، نشاطها الحالي ، خطط المنظمة ، منتجات المنظمة ، التكريمات والجوائز الخ
- 5 - **الفيديو** : لقد اتسع استخدام أجهزة الفيديو ضمن وسائل الاتصال المرئية والسمعية معا وتقوم المنشآت الكبيرة بإمداد إدارات العلاقات العامة وأجهزة الفيديو لتسجيل وتصوير الحفلات والمناسبات واجتماعات مجالس الإدارة ، وكبار المديرين والجمعيات العمومية وإعادة إذاعتها أو عرضها لاستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها . إن الفيديو الداخلي يمكن أن يكون مؤثرا جدا ، فشريط فيديو مدته عشر دقائق يعلن عن سياسات جديدة للمؤسسة من شأنه أن يؤثر مئات المرات أكثر في زرع معلومات أكثر مما يتقدم به الشريط السمعي لنفس الرسالة الذي يحوي بدوره على معلومات أكثر بمئات المرات من النص المطبوع لنفس الرسالة .

6 - الصور الفوتوغرافية : تعد من أكثر الوسائل دلالة ووضوح للكثير من الأشياء التي يصعب التعبير عنها بالكلام أو الكتابة ، أو قد يكون الطرف الآخر غير قادر على فهم أو قراءة الشيء المكتوب ولأسباب كثيرة فتكون الصورة أفضل وسيلة للتعبير عن الفكرة ، فضلا عن بقاءها في الذاكرة لفترة أطول قياسا بما هو عليه في الأشياء المكتوبة.¹

¹ بضياف عاطف، المرجع نفسه، ص 59-60-61

المبحث الخامس: التكنولوجيا الحديثة ودورها في ممارسة العلاقات العامة

إن العلاقات مع وسائل الإعلام تقوم على التوازن بين الوصول إلى الجمهور المستهدف من جانب ، ومراعاة الاعتبارات و القيود الخاصة بوسائل الاتصال من جهة أخرى ، وعلى ذلك تحرص المنظمات على بناء علاقات إستراتيجية مع وسائل الاتصال ، وفي هذا الإطار توجد ثلاثة مداخل أساسية توضح أنشطة المنظمات في علاقاتها مع وسائل الاتصال وهي : رد الفعل / الاستعداد للتفاعل / ومدخل التفاعل المتكامل ، لذلك لا يختلف أحد من الباحثين على أهمية وسائل الاتصال الحديثة لبرامج العلاقات العامة ، فهي تشكل إدراكات الأفراد و معتقداتهم حول الأحداث و الأشخاص و المؤسسات ، و خاصة تلك التي لا يكون هناك اتصال مباشر معها ، ومن ثم فإن وسائل الاتصال الحديثة تمثل أهمية خاصة للمنظمات المختلفة باعتبارها الوسائل التي تساعد على بناء سمعتها ، و هويتها ، و تشكيل الرأي العام حولها ، أو تعدها كنظام يراقب سير هذه المؤسسات و يضبط تصرفاتها.¹

¹ كموش مراد، العلاقات العامة وإدارة الأزمة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007-2008، ص ص 47-48.

خلاصة الفصل :

- استنادا إلى ما تم تقديمه من معلومات في هذا الفصل المتعلق بالعلاقات العامة فإنه في مجمل القول يمكننا أن نستخلص أن العلاقات العامة هي نشاط إداري اتصالي يقوم على الدراسات و البحوث و المناهج العلمية لتخطيط و تنظيم نشاط العلاقات العامة و توجيهه نحو بلوغ الأهداف المسطرة من طرف إدارة المؤسسة، بما يعمل على تحقيق الاستقرار و الانسجام و غرس روح المسؤولية و تعزيز الثقة و الولاء بينهم، ارتكازا على آراء الرأي العام كونه من المسائل الحساسة اليوم في بيئة المؤسسة مقابل خلق علاقات جيدة و متينة و تكوين صورة حسنة عن المؤسسة و خدماتها.

الفصل الثاني

- ماهية الإدارة الالكترونية

تمهيد:

في ظل التقدم العلمي و التطور التكنولوجي وانتشار الثقافة الإلكترونية و تطور الحاسوب وتطبيقاته و تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و ظهور شبكات الإنترنت سارعت دول العالم إلى إدخال هذه التقنيات و التكنولوجيات الجديدة على الإدارة العامة التي تعتبر العصب الأساسي الذي تقوم عليه الحكومات هادفة بذلك إلى التخلص من الإدارة التقليدية و استبدالها بالإدارة الإلكترونية ،و يدرس هذا الفصل الإطار النظري للإدارة الإلكترونية من خلال تحديد المفهوم و نشأة و تطور الإدارة الإلكترونية و كذا تباين عناصرها و متطلبات تطبيقها.

المبحث الأول: نشأة الإدارة الإلكترونية

إن فكرة الإدارة الإلكترونية لا تختلف كثيراً عن فكرة الحكومة الإلكترونية، إذ أن فكرة الحكومة الإلكترونية كانت موضوعاً لإحدى روايات الخيال العلمي التي كتبها الروائي "جون برتر" سنة 1975 حول حكومة شمولية تتحكم في شعبها وترکز كل السلطات في يدها من خلال شبكة حاسوب عملاقة تحتوي على بيانات كل أفراد الشعب مما أدى بأنصار الحريات إلى مكافحة هذه الشبكة، وقد تحدث هذا المؤلف عن دودة تقوم بعمل تخريبي تخترق من خلاله الكمبيوتر وتقرص ما به من بيانات عن الشعب، وقد سمي هذا العمل ببرنامج "الدودة" على أنه شكل من أشكال المقاومة الإلكترونية لمثل هذه النوعية من المكونات التي تحظى برضا الشعب. وفي نوفمبر 1988 قام أحد الدارسين لعلوم الحاسوب في أمريكا بنقل الفكرة من الخيال العلمي إلى الواقع العملي، ما تسبب في إدانته جنائياً بتهمة الاحتيال وسوء استخدام الكمبيوتر، وبعد مضي بضع سنوات على ذلك أخذت فكرة الحكومة الإلكترونية تطرح نفسها في المجال الإداري وكانت إرهاباتها الأولى في عام 1992 أثناء الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي "بيل كلينتون" حيث أعلن أنه يعد أن يجعل من طريق المعلومات السريع حجر زاوية جديد في البنية الأساسية القومية يشابه في أهميته نظام الطرق السريعة بين أرجاء الولايات المتحدة الأمريكية، أي أنه يعد أحد المرافق الأساسية العامة وبذلك انتقلت الفكرة إلى المجال الإداري ليمنح الآلة الحكومية الضخمة فرصاً للتغيير من خلال أساليب عملها وخدمة عملائها من الجماهير العريضة، ثم أخذت دول أوروبية عديدة في تطبيق نظام الحكومة الإلكترونية مثل هولندا، كندا السويد النرويج، الدانمرك وإيطاليا.... الخ.¹

¹ بن جراد عبد الرحمان، مهداوي عبد القادر، تاريخ الإدارة الإلكترونية، السورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد 08، ديسمبر، جامعة أحمد دراية، أدرار، ص 191

الفصل الثاني: ماهية الإدارة الإلكترونية

ومن المعلوم أن الدول الإسكندنافية كانت من أوائل الدول الرائدة في مجال الإدارة الإلكترونية، وذلك في محاولاتها ربط القرى البعيدة بالمركز، أو العاصمة وأطلق على هذه العملية بالقرى الإلكترونية ويعد لارس" من جامعة أدونيس Adoneiss في الدانمارك رائد هذه التجربة التي سماها "مراكز الخدمة عن بعد" ومن رواد المشروع مايكل دال M.Dell صاحب شركة دال المعروفة التي كان لها الدور الريادي في ميدان الحلول الإلكترونية.

وفي المملكة المتحدة بدأت التجربة عام 1989 في مشروع قرية مانشستر وذلك بالاستفادة من التجربة الدانماركية، التي تستند إليها عدة مشاريع فرعية وقد أنشئ مضيف مانشستر بوصفه مرحلة أولى تهدف إلى ترقية ومتابعة التطورات الاجتماعية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والمعمارية، وقد بدأ المشروع فعلياً عام 1991.

وفي عام 1992 عقد مؤتمر "الأكواخ" البعيدة في المملكة المتحدة لمتابعة هذه المشاريع، وقد تبنى مجلس لندن مشروع "بونتيل" للاتصالات البعيدة التقنية الذي احد ونشر وتنمية المعلومات بوسائل إلكترونية كالبريد الإلكتروني والوصل عن بعد لقواعد على جمع المعلومات. وقد ظهرت محاولات أخرى في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1995 في ولاية فلوريدا، ثم تبع ذلك محاولات في مختلف دول العالم.¹

إذا كان تطبيق الإدارة الإلكترونية دفعة واحدة يؤدي إلى خلل في استراتيجية التطبيق كون الانتقال نحو واقع معين يرتبط دائماً بتهيئة الظروف والمناخ الملائم، فإن أفضل سيناريو للوصول إلى تطبيق سليم لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية، هو العمل على تقسيم خطة الوصول إلى المرحلة النهائية للإدارة الإلكترونية، بما يتماشى والظروف المحيطة بالمنظمات والهيئات الإدارية التي تشهد عملية التحول الإلكتروني.

¹ بن جراد عبد الرحمان، مهداوي عبد القادر، نفس المرجع السابق، ص 192

لقد مر تحول الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية بثلاث مراحل أساسية بداية من مرحلة الإدارة التقليدية الفاعلة (أ)، مروراً بمرحلة الفاكس والتلفون الفاعل (ب)، وانتهاء بمرحلة الإدارة الإلكترونية الفاعلة (ج):¹

أ. **مرحلة الإدارة التقليدية الفاعلة:** وفي هذه المرحلة يتم تفعيل الإدارة التقليدية والعمل على تنميتها وتطويرها، في الوقت الذي يتم البدء فيه أيضاً وبشكل متوازي، بتنفيذ مشروع الإدارة الإلكترونية بحيث يستطيع المواطن العادي في هذه المرحلة، تخليص معاملاته وإجراءاته بشكل سهل وبدون أي روتين أو مباطلة في الوقت الذي يستطيع فيه من يملك حاسب شخصي أو عبر الأكشاك الاضطلاع على نشرات المؤسسات، والإدارات والوزارات وأحدث البيانات والإعلانات عبر الشبكة الإلكترونية مع إمكانية طبع أو استخراج الاستثمارات اللازمة وتعبئتها لإنجاز أي معاملة.

ب. **مرحلة الفاكس والتلفون الفاعل:** وتعتبر هذه المرحلة هي الوسيط بين المرحلة الأولى والمرحلة التي ستأتي فيما بعد، وفي هذه المرحلة يتم تفعيل تكنولوجيا الفاكس والتلفون، بحيث يستطيع المواطن العادي في هذه المرحلة الاعتماد على التلفون المتوفر في كافة الأماكن والمنازل، وخدمته معقولة التكلفة يستفيد منه في الاستفسار عن الإجراءات والأوراق والشروط اللازمة لإنجاز أي معاملة بشكل سلس وسهل ودون أي مشاكل وبحيث أنه يستطيع استعمال الفاكس لإرسال واستقبال الأوراق أو الاستثمارات وغير ذلك، وفي هذه المرحلة يكون قسم أكبر من الناس قد سمع أو جرب الخط الإدارة الإلكترونية بحيث يستطيع نمط كبار التجار، والإداريين والمتعاملين والقادرين في هذه المرحلة من إنجاز معاملاتهم عبر طريق الشبكة الإلكترونية، لأن هذه المرحلة يكون عدد المستخدمين للإنترنت متوسط كما من الطبيعي أن

¹ بن جراد عبد الرحمان، مهراوي عبد القادر، نفس المرجع السابق، ص 193

تكون التعرفة في هذه المرحلة أكثر كلفة من الهاتف والفاكس لذلك فإن الميسورين وما فوق هم الأقدر على استعمال هذه التكنولوجيا.

ت. **مرحلة الإدارة الإلكترونية الفاعلة** : وفي هذه المرحلة يتم التخلي عن الشكل التقليدي للإدارة بعد أن يكون عدد المستخدمين للشبكة الإلكترونية قد وصل إلى مستوى (حوالي 30-25% من عدد الشعب)، وتوفرت الحواسيب سواء بشكل شخصي، أو بواسطة الأكشاك أو في مناطق عمومية بحيث تكون تكلفتها أيضاً معقولة ورخيصة، مما يسمح لجميع فئات الشعب باستعمال الشبكة الإلكترونية لإنجاز أي معاملة إدارية، وبالشكل المطلوب بأسرع وقت وأقل جهد وأقل كلفة ممكنة وبأكثر فعالية كمية ونوعية (جودة)، ويكون الرأي العام قد تفهم الإدارة الإلكترونية وتقبلها وتفاعل معها وتعلم طرق استخدامها والملاحظ للمراحل الخاصة بالتحول للإدارة الإلكترونية التي يقدمها أصحاب هذا التوجه، يجد أنها ركزت على خطة انتقال تساعد على اندماج المجتمع بشكل تدريجي، لكي يكون هناك تقبل طوعي لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية، بما يؤدي إلى تخفيض شدة مقاومة التغيير والتنظيم، التي تنتج غالباً عندما يكون هناك مشروع يتعلق بتحول جذري، ومفاجئ في الأساليب الإدارية".

المبحث الثاني: مفهوم الإدارة الإلكترونية

لعبت تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً مهماً في تطوير عمليات المؤسسات، وذلك من خلال توسيع مجال التكامل للمعلومات كمؤشر الحوسبة لمعلومات المؤسسة وتعاملاتها، الذي يعمل على وصف عدد المهام التي يتم تنفيذها من خلال نظام المعلومات المتكامل وأن تسارع نطاقه يكون مؤشراً لمستوى تطور تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة¹.

¹ محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف تجارة الكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009، ص 264

نستطيع أن نقول إن بدايات الإدارة الإلكترونية (أتمتة المكاتب) بدأت منذ 1960 عندما ابتكرت IBM مصطلح معالج الكلمات على فعاليات طابعها الكهربائية وكان سبب إطلاق هذا المصطلح هو لفت الإدارة في المكاتب إلى إنتاج هذه الطابعات عند ربطها مع الحاسوب واستخدام معالج الكلمات (Word Processing) وأن أول برهان على أهمية ما طرحته هذه الشركة ظهر سنة 1964 عندما أنتجت جهازا طرحته في الأسواق أطلق عليه اسم (MT/ST) الشريط الممغنط وجهاز الطابعة المختار). حيث كانت هذه الطابعة مع شريط ممخاط فعند كتابة أي رسالة باستخدام هذه الطابعة يتم تخزين الكلمات على شريط الممغنط حيث بالإمكان طباعة هذه الرسالة بعد استرجاعها من الشريط على الطابعة بعد أن تطبع اسم وعنوان الشخص المرسل إليه وعند النظر لهذه الرسالة بشكل جيد وواضح وبالتأكيد هذه العملية وفرت جهد كبير وخاصة عندما يتطلب إرسال نفس الرسالة إلى عدد كبير من المرسل إليهم.¹

ولقد تعددت تعاريف مصطلح الإدارة الإلكترونية لعدت أسباب أهمها أن المصطلح من المفاهيم الحديثة المرتبطة ارتباطا وثيقا بعالم التكنولوجيا الذي يتميز بالتغير والتطور السريع:²

تعرف الإدارة الإلكترونية على أنها تبادل غير ورقي المعلومات العمليات وذلك باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات EDI والبريد الإلكتروني E-Mail. وشاشات الكتالوجات EFT.³

كما يمكن تعريف الإدارة الإلكترونية على أنها منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد أو المؤسسات باستخدام كل الوسائل الإلكترونية، مثل: البريد الإلكتروني e-mail والتحويلات الإلكترونية.

¹ علاء عبد الرزاق السالمي الإدارة الإلكترونية، دار وقل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 32

² بوزكري جيلالي، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وأفاق، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال والتسويق، جامعة الجزائر 03، 2015-2016، ص 30

³ محمد عليم، الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق الناشر: المكانية العصرية النشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط1، 2009، ص 26

لأموال Electronic Fundstransfer، والتبادل الإلكتروني للمستندات Data
Interchange Electronic الفاكس والنشرات الإلكترونية وأية وسائل الكترونية أخرى.¹
كما تعرف بأنها " عملية مكننة جميع مهام وأنشطة المؤسسة الإدارية بالاعتماد على المعلومات
الضرورية، للوصول إلى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل استخدام الأوراق وتبسيط
الإجراءات والقضاء على الروتين والإنجاز السريع والدقيق للمهام والمعاملات لتكون كل إدارة
جاهزة للربط مع الحكومة الإلكترونية لاحقاً.²

يركز التعريفان على مفهوم مكننة إدارة العمل داخل المؤسسة وإنجاز الأعمال عبر شبكة
الإنترنت أو شبكة الأعمال الأخرى، إلا أن فكرة الإدارة الإلكترونية تتعداها إلى مفهوم تكامل
البيانات والمعلومات بين الإدارات المختلفة والمتعددة واستخدام تلك البيانات والمعلومات في
توجيه سياسة إجراءات عمل المؤسسة نحو تحقيق أهدافها وتوفير المرونة اللازمة للاستجابة
للمتغيرات المتلاحقة سواء داخل المؤسسة أو خارجها.³

وتعرف الإدارة الإلكترونية على أنها منهجية إدارية جديدة تقوم على الاستيعاب والاستخدام
الواعي لتقنيات المعلومات والاتصالات في ممارسة الوظائف الأساسية للإدارة في مؤسسات
عصر العولمة والتغير المستمر كما تعرف العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة
للإنترنت وشبكات الأعمال في : تخطيط وتوجيه والمراقبة على الموارد والقدرات الجوهرية
للمؤسسة والآخرين بدون حدود من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.⁴

¹ حسين محمد الحسن الإدارة الإلكترونية المفاهيم الخصائص المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان الأردن، ط 1، 2011، ص

41

² علاء عبد الرزاق السلمي سبق ذكره، ص 34

³ محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي المعرفة والإثارة الإلكترونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 16 2011، ص 290

⁴ على السلمي خواطر في إدارة المعاصرة، دار غريب الطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001، ص 323

ويعني مصطلح الإدارة الإلكترونية تحويل كافة الأعمال والخدمات الإدارية التقليدية إلى أعمال وخدمات إلكترونية تنفذ بسرعة عالية ودقة متناهية، باستخدام تقنية الإدارة وهو ما يطلق عليه إدارة بلا أوراق وهي الإدارة التي تقوم على استخدام تقنيات الانترنت وشبكات الأعمال في إنجاز وظائف الإدارة من (تخطيط إلكتروني، تنظيم إلكتروني، قيادة إلكترونية، رقابة إلكترونية).¹ تؤكد التعاريف الأخيرة على تنفيذ وظائف الإدارة إلكترونيا التي تسمح بخلق المعرفة بصورة مستمرة وتوظيفها من أجل تحقيق الأهداف.²

كما عرفت الإدارة الإلكترونية انطلاقاً من شكل العلاقة التي أصبحت تحدد طبيعة التواصل بين الفواعل داخل الدولة، وكيف أثر التحول لتوظيف التكنولوجيا الحديثة على صياغة تلك الروابط باختلاف أنواعها، حيث عرفت الإدارة الإلكترونية من طرف البنك الدولي بأنها : مفهوم ينطوي على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بتغيير الطريقة التي يتفاعل من خلالها المواطنين والمؤسسات التجارية مع الحكومة للسماح بمشاركة المواطنين في عملية صنع القرار، وربط طرق أفضل في الوصول إلى المعلومات، وزيادة الشفافية، وتعزيز المجتمع المدني. كما ركز بعض أهل الاختصاص على البعد الاستراتيجي فعرفوا الإدارة الإلكترونية على أنها " إستراتيجية إدارية لعصر المعلومات، تعمل على تحقيق خدمات أفضل للمواطنين والمؤسسات ولزبائنها (الإدارة الخاصة منهم مع استغلال أمثل لمصادر المعلومات المتاحة من خلال توظيف الموارد المادية والبشرية والمعنوية المتاحة في إطار إلكتروني حديث من أجل استغلال

¹ نجم عبود نجم الإدارة الإلكترونية، دار المربع النشرة الرياض، المملكة العربية السعودية 2004، ص 127

² ربيعي مصطفى عليان البيئة الإلكترونية، كلية التخطيط والإدارة الجامعية البلقاء التطبيقية، الأردن الأردن، ط 1، 2012، ص ص 26-

أمثل للوقت والمال والجيد وتحقيقا للمطالب المستهدفة وبالجودة المطلوبة مع دعم لمفهوم (أدخل على الخط ولا تدخل في الخط).¹

ومنهم من ركز على بعض المسائل الإجرائية التي تعتمد عليها الإدارات الإلكترونية، فعرفوا الإدارة الإلكترونية على أنها قدرة المنظمة على تبادل المعلومات وتقديم الخدمات فيما بينها وبين المواطن، وبين قطاعات الأعمال بسرعة ودقة عالية، وبأقل تكلفة عبر شبكة الإنترنت، مع ضمان سرية وأمن المعلومات المتناقلة (في أي وقت وأي مكان).²

المبحث الثالث: عناصر الإدارة الإلكترونية

تتمثل عناصر الإدارة الإلكترونية فيما يلي:³

أ. **إدارة بلا أوراق** : فهي تشمل مجموعة من الأساسيات حيث يوجد الورق ولكن لا نستخدمه بكثافة وتستخدم مكانه البريد الإلكتروني والأرشيف الإلكتروني والرسائل الصوتية ونظم تطبيقات المتابعة الآلية؛

ب. **إدارة بلا مكان** : تعتمد بالأساس على الهاتف المحمول والشبكات والعمل عن بعد من خلال المؤسسات التخيلية.

ت. **إدارة بلا زمان** : تستمر 24 ساعة متواصلة ففكرة الليل والنهار والصيف والشتاء لم يعد لها مكان في العالم الجديد فنحن ننام وشعوب أخرى تستيقظ لذلك لا بد من العمل المتواصل لمدة 24 ساعة حتى نتمكن من الاتصال بهم وقضاء مصالحنا.

¹ ربحي مصطفى عليان الإدارة الإلكترونية : متطلباتها ومشكلاتها من وجهة نظر المتخصصين في الإدارة العامة وإدارة الأعمال ونظم المعلومات الإدارية في جامعة البلقاء التطبيقية (الأردن)، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية نصف سنوية محكمة المجلد السابع عشر العدد الثاني يوليو -نوفمبر 2011، ص 207

² أحمد المعني، وآخرون، قضايا إدارية معاصرة، دار وائل النشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2011 من 182

³ علاء عبد الرزاق السلمي، مرجع سبق ذكره، ص 40

ث. إدارة بلا تنظيمات جامدة: فهي تعمل من خلال المؤسسات الشبكية والمؤسسات الذكية التي تعتمد على صناعة المعرفة.

وهناك من يعتبر أن عناصر الإدارة الإلكترونية تنحصر في أربعة عناصر - التي يعتبرها السالمي متطلبات وأدوات تنفيذ السابق، الثلاثة الأولى تقنية، أما العنصر الرابع فيتمثل في العنصر البشري:¹

1. **عتاد الحاسوب:** يقصد به أجهزة الحاسوب وملحقاتها، ونظرا لتطور برامج الحاسوب والزيادة المستمرة في عدد مستخدمي الأجهزة في المؤسسات فإنه من الأفضل للمؤسسة السعي وراء امتلاك أحدث ما توصل إليه صانعو العتاد في العالم حتى تحقق ميزتين أساسيتين هما:²
 - توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة.
 - ملائمة عتاد الحاسوب للتطورات البرمجية وبرمجيات نظم المعلومات.
2. **البرامج:** تعني الشق الذهني من نظم وشبكات الحاسوب، وهي تتوزع على فئتين رئيسيتين هما برامج النظام وبرامج تطوير النظام برامج إدارة النظام وتضم نظم التشغيل ونظم إدارة الشبكة..... برامج التطبيقات العامة وتضم e-mail قواعد البيانات الجداول الإلكترونية.... الخاصة وتضم البرامج المحاسبية، المالية.....).
3. **الشبكات:** وهي الوصلات الإلكترونية بكل أنواعها الممتدة عبر نسيج اتصالي للشبكات، وتشمل الأنترانت، والإكسترانت، والأنترنت التي تمثل شبكة القيمة للمؤسسة وإدارتها الإلكترونية.

¹ بوزكري جيلالي، مرجع سبق ذكره، ص 56

² موسى عبد الناصر، محمد قرشي، مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي (دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا، جامعة بسكرة)، مجلة الباحث، العدد 09، جامعة ورقلة، الجزائر، 2011، ص 89

4. **صناع المعرفة**: وهم العنصر البشري وهو المغذي للمعلومات والمستقبل لها، ورأس المال الحقيقي لأي مشروع، حيث يقع صناع المعرفة من الخبراء والمختصين، والقيادات الإلكترونية من مديريين ومحللين للموارد المعرفية والكوادر الإدارية الذين يمثلون البنية الإنسانية والوظيفية لمنظومة الإدارة الإلكترونية في قلب العناصر التقنية الثلاثة السابقة، ويتولى صناع المعرفة إدارة التعاضد الاستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية من جهة وتغيير طرق التفكير السائدة للوصول إلى ثقافة المعرفة.
- وفضلا على ذلك، فإن جوهر عمل الإدارة الإلكترونية يركز على فكرة تحقيق التعاضد البنوي بين عناصر عتاد الحاسوب، والبرامج، وشبكات الاتصال.
5. **المجتمع**: يجب مراعاة ضوابط المجتمع وثوابته من دين وقانون وثقافة، وقيم، وعادات وتقاليد.... هذا من جهة وتصنيفات المجتمع وحجمه من جهة أخرى.
6. **الأنظمة والتشريعات**: تعتبر الأساس الذي يوم عليه عمل الإدارة ويتوقف عليه نجاحها والوفاء بمستحققاتها وضبط ممارساتها الإدارية، وكذلك تضمن لاحتراز من الوقوع في التجاوزات غير المرغوبة والسيطرة عليها .
7. **الأنظمة الداعمة**: يقصد بها العوامل والأسس التي يقوم عليها مشروع الادارة الإلكترونية نفسه، والضوابط التي تحكم هذا المشروع، ويستمد منها صلاحيته واستمراريته. ويشمل الأنظمة القاعدية والأنظمة السياسية، والأنظمة الاجتماعية والأنظمة الاقتصادية، وتعد محددات لنمط الادارة وطبيعتها وأساليب عملها وحجمها .

المبحث الرابع: وظائف الإدارة الإلكترونية

- تؤدي الإدارة الإلكترونية عددا من الوظائف الأساسية مثلت مرتكزات هامة في الإصلاح الإداري ، وتغيرا جذريا في أساليب الإدارة التقليدية منها:

1. التخطيط الإلكتروني: يمثل عملية ديناميكية في اتجاه الأهداف الواسعة، المرنة،

الآنية، قصيرة الأمد، وقابلة للتجديد والتطوير المستمر خلافا للتخطيط التقليدي، كما أنه يعتبر عملية مستمرة بفضل المعلومات الرقمية دائمة التدفق، كما أنه يتجاوز فكرة تقسيم العمل التقليدي بين الإدارة و الأعمال التنفيذية، فجميع العاملين يمكنهم المساهمة في التخطيط الإلكتروني في كل مكان وزمان.

كما يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط نظم وإجراءات العمل والتي تتسم في ظل الإدارة التقليدية بالتعقيد الشديد، حيث تم استبدالها بنظم وإجراءات سريعة وحاسمة تعتمد بالدرجة الأولى على استخدام شبكات الإتصال الإلكترونية والتي تجعل أداء الأعمال يتم لحظيا.¹

2. التنظيم الإلكتروني: هو الإطار الفضفاض لتوزيع السلطة والمهام والعلاقات

الشبكية الأفقية التي تحقق التنسيق الفني في كل مكان لإنجاز الهدف، وبذلك تتحول المنظمة من التركيز على الهياكل إلى التركيز على الهدف الواحد المتقاسم.² إذ يمكن لمكونات التنظيم أن يحدث فيها انتقال من النموذج التقليدي إلى التنظيم الإلكتروني، من خلال بروز مجموعة من التغيرات بشكل الآتي:

■ الهيكل التنظيمي: من خلال الإنتقال من التنظيم العمودي إلى التنظيم

المصفوفي أو المشروع، ومن الهيكل القائم على الوحدات الثابتة إلى الهيكل القائم على فرق

¹محمد صادق إسماعيل، الحكومة الإلكترونية وتطبيقاتها في الدول العربية، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2010، ص30-31

²ليلي محمد حسني، مفاهيم ورؤى في الإدارة والقيادة التربوية بين الأصالة و الحداثة، ط1، دار الجنادرية، 2013، ص177

العمل الجماعية، أيضا الإنتقال من الوحدة التنظيمية الواحدة إلى وحدات تنظيمية مصغرة، ومن هيكل محدد إلى هيكل غير محدد.

▪ **التقسيم الإداري:** الإنتقال من التقسيم الإداري التقليدي إلى التنظيم الخلوي المتوسع القائم على تحالفات داخلية وخارجية.

▪ **سلطة الأوامر:** يمكن من خلال الإنتقال من سلطة الخطية إلى الوحدات الإستشارية ومن رئيس مباشر واحد إلى تعدد الرؤساء المباشرين.¹

▪ **الرسمية:** الإنتقال من التعليمات الحرفية إلى السياسات المرنة، كذلك الإنتقال من قواعد الإجراءات المحددة إلى إدارة الذات والفرق المدارة ذاتيا، ومن جداول العمل القياسية و المجدولة مسبقا إلى جداول العمل المرنة والمتغيرة.

▪ **المركزية واللامركزية:** في التنظيم الإلكتروني فإن الوحدات مستقلة وفرق مدارة ذاتيا إضافة إلى تعدد مراكز السلطة.²

3. القيادة الإلكترونية: وهي تعني توجيه أفراد التنظيم نحو تنفيذ أعمالهم بدقة

للوصول إلى الأهداف المنشودة، من خلال الإتصال بهم وإرشادهم إلى الطريق الصحيح وترغيبهم بوسائل مختلفة لتحقيق ما تصبو إليه القيادة وتطلع إليه.

وينبغي على القائد الناجح أن يكون على معرفة واسعة بالخصائص الفردية

لمرؤوسيه، من أجل كسب ولائهم و الحصول على احترامهم وصولا إلى أكبر انجاز ممكن من خلالهم.³

¹مصطفى يوسف كافي، الحكومة الإلكترونية في ضوء الثورة العلمية التكنولوجية المعاصرة ، دط، دار أرسلان، سوريا، 2009، ص95

²مصطفى يوسف كافي، الإدارة الإلكترونية إدارة بلا أوراق-إدارة بلا مكان- إدارة بلا زمان-إدارة بلا تنظيمات جامدة، دط، دار رسلان، سوريا، 2011، ص96

³حسين محمد الحسن، الإدارة الإلكترونية (المفاهيم-الخصائص-المتطلبات)، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2011، ص92-93

ولابد من التأكيد أن القيادة الإلكترونية بحاجة إلى أن تحقق قدرا عاليا من الموازنة بين حس التكنولوجيا الذي يتمثل في عقل الإدارة وقواعد البيانات والبرمجة القياسية والمعرفة الصريحة، وبين الحس الإنساني في قلب الإدارة وما يرتبط بها من عواطف وتفاعل إنساني، ومجموعة التجارب والخبرات الحية، المعرفة الضمنية والذكاء البشري.

4. الرقابة الإلكترونية: تعرف "الرقابة" بأنها مجموعة العمليات التي يقوم بها الإداري لمتابعة تنفيذ القرارات، وإن ما تم انجازه هو المستهدف، ثم السعي لمعالجة نواحي القصور، كما أنها التأكد من سير العمل في الإتجاه المرسوم للأهداف.¹

كما لم يعد مفهوم الرقابة الرسمية بالصيغة التي تقدمها أدبيات الإدارة الكلاسيكية، لأن تكنولوجيا المعلومات وسعت كثيرا من نطاق الرقابة عبر الوسائل الإلكترونية المتنوعة للاتصالات، وعلى مستوى التنظيم لم تعد القوة مرتبطة بالموقع الوظيفي أو السلطة التي تتيحها الوظيفة، وإنما أصبحت تعتمد على المعرفة والكفاءة الجوهرية، فخلقت الإدارة الإلكترونية فئة جديدة من العاملين المحترفين ومن صناع المعرفة المميزين بميلهم القوي نحو الإدارة الذاتية.²

كما حققت الإدارة الإلكترونية انجازات غير مسبقة على المستوى الرقابي، حيث أصبحت بمثابة العين المفتوحة على مدار الساعة على كل دقائق العمل في دوائرها الإدارية، مما يضمن للإدارات التي تدخل تطبيقات التقنية الوقوف على مواطن ضعفها وقوتها واحتياجاتها، كما يمنحها القدرة على تقديم أفرادها بحياد وموضوعية وبأدوات قياس دقيقة، تجعل وجهة نظر الإدارة غير قابلة للشك في مصداقيتها.³

¹ ليلي محمد الحسني أبو العلا، مرجع سبق ذكره، ص177

² حسن محمد حسن، مرجع سبق ذكره، ص99

³ سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، دط، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2005، ص11

تفيد الرقابة الإلكترونية في الوقوف على مدى نجاح الخطط الإدارية المعتمدة لإنجاز الأهداف، إنتاج السلع، تقديم الخدمات، وبناءً على تلك الرقابة تقرر الإدارة مدى صلاحية الخطة المعتمدة للاستمرار فيه أو حاجة لخطة بديلة للتعديل أو حتى للتغيير التام.¹

المبحث الخامس: متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية وسبل نجاحها.

1. متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية:

- تعتمد تقنية الإدارة الإلكترونية من حيث تقديم الخدمة والوسائل، ونقل المعلومات، وطلب الخدمات من قبل المستخدمين على مبدئين أساسيين، هما:

أ. **تقني:** و يتضمن تمثيل المعاملات الإلكترونية وتناقلها عبر شبكة الأنترنت مع ضمان سريتها.

ب. **إجرائي:** ويتضمن تمثيل المعاملات والخدمات عن بعد عبر شبكة الأنترنت، مع ضمان صحتها ومصداقيتها دون الحاجة لحضور طالب الخدمة شخصياً أو استخدام النماذج و الوثائق الورقية، ومن أهم المتطلبات لتطبيق الإدارة الإلكترونية مايلي:²

أ **وضع استراتيجيات وخطط التأسيس:** يجب تشكيل إدارة أو هيئة أو نظام وطني للمعلومات لوضع استراتيجيات وخطط التأسيس لتخطيط ومتابعة وتنفيذ ووضع

الخطط لمشروع الإدارة الإلكترونية، والتكامل والتوافق بين المعلومات المرتبطة **وضع**

البنية التحتية للإدارة الإلكترونية: لكون الإدارة الإلكترونية مشروع يهدف إلى

تحقيق نتائج تطمح لها المؤسسة، فهو يتطلب توفير البيئة التحتية الملائمة كتوفير

¹حسن محمد حسن، المرجع نفسه، ص100

²دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، ط1، دار وائل، الأردن، عمان، 2013، ص105-104

الأجهزة والمعدات و البرمجيات الذي يجب ربطها بجميع الأنظمة الإلكترونية الحديثة و شبكات الإتصالات والمعلومات لأنها تعد من العناصر المهمة والضرورية لنجاح تطبيقات الإدارة الإلكترونية.¹

ب - تطوير التنظيم الإداري والخدمات و المعاملات وفق التحول التدريجي:

يتمثل في إعادة تنظيم الجوانب والمحددات الهيكلية، ومختلف الوظائف الحكومية، بما يجعلها تتسجم مع مبادئ الإدارة الإلكترونية مثل استحداث إدارات جديدة تساهم في التطور التكنولوجي.

ت - ضمان أمن وحماية المعلومات في الإدارة الإلكترونية: يتم من خلال:

بأكثر من جهة حكومية وتحديد منافذ الإدارة الإلكترونية، والإستعانة بالقطاع الخاص لتنفيذ بعض مراحل المشروع.²

ث -

- ✓ وضع السياسات الأمنية لتقنيات المعلومات بما فيها خدمة الأنترنت.
- ✓ وضع القوانين واللوائح التنظيمية والعقوبات الأمنية التي تحد من السطو الإلكتروني وانتهاكات خصوصية المعلومات في الإدارة الإلكترونية.
- ✓ يجب أن توكل مسؤولية أمن نظم المعلومات في المؤسسة لأشخاص محددين، مع تحديد آليات المراقبة والتفتيش لنظم المعلومات والشبكات الحاسوبية.
- ✓ تأمين استمرارية عمل وجاهزية نظم المعلومات خاصة في حالة الأزمات ومواجهة المخاطر المتعلقة بنظم المعلومات.¹

¹فريجة محمد هشام، ضرورة التعامل بأسلوب الإدارة بالأهداف كأداة للإدارة الإلكترونية، مجلة الإقتصادي الخليجي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، العدد28، 2016، ص90-89

عبد الرحمن القرني، تطبيقات الإدارة الإلكترونية في الأجهزة الأمنية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007، ص20

ج - تعليم وتدريب العاملين وتوعية وتثقيف المتعاملين: باعتبار الإدارة

الإلكترونية أسلوب إداري يعتمد على العامل البشري كونه الوسيلة والغاية التي تحقق

من خلالها المنظمة رغبة متعاملها وحاجياتهم، ولتتم ذلك يجب التركيز على:

❖ تحديد المهارات و القدرات الواجب توفرها في الموظفين للتحويل إلى الإدارة الإلكترونية.

❖ إعادة وصف الوظائف حسب الإحتياجات الجديدة.

❖ وضع خطة للتدريب وتطوير مهارات وقدرات الموظفين وتكريس مفهوم الخدمة المتميزة

وروح عمل الفريق، وتطوير الجودة ، واستخدام الكمبيوتر، وإعادة هندسة العمليات

الإدارية. وضع نظام لتقييم الأداء، ولتشجيع الإبتكار والتجديد.

وإلى جانب ذلك يسعى كادر المؤسسة إلى توعية وتثقيف متعامليه من خلال الحرص

على مجموعة من التدابير من بينها:

• وجوب التعرف على المتعاملين ومعرفة احتياجاتهم من الخدمات بشكل دقيق ومفصل.

• وضع نظام لقياس رضا المتعاملين كجزء أساسي يتيح للمتعاملين مع الجهاز الحصول

على المعلومات دون مستعدة أي موظف.

• وجود قنوات متعددة للدخول إلى النظام في كل وقت، كذلك وجود إجراءات لنقل

الشكاوى ومعالجتها.²

ح - إصدار التشريعات الضرورية أو تعديل التشريعات الحالية وتحديثها: يعتبر

المطلب التشريعي أساس عمل نظامي لتحديد العلاقات بين الجهات المتعاملة مع أجهزة

¹عبان عبد القادر، تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة دكتوراه، علم الاجتماع، إدارة أعمال، 2016، ص77-73

²حماد مختار، تأثير الإدارة الإلكترونية على إدارة المرفق العام وتطبيقاتها في الدول العربية، مذكرة ماجستير، علوم سياسية والعلاقات

الدولية، فرع التنظيم السياسي والإداري، 2007، ص20-21

الإدارة الإلكترونية، ولضمان حقوق جميع الأطراف يتطلب سن تشريعات جديدة لضبط أسلوب التعامل الجديد¹

2. سبيل نجاح الإدارة الإلكترونية:

- لإنجاح مشروع تطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسة لابد من المسؤولين الأخذ بعين الاعتبار جملة العوامل و الإجراءات التي تدعم قدرتها على بلوغ أهدافها والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:
- وضوح الرؤية الإستراتيجية للمسؤولين في المنشأة، والاستيعاب الشامل للإدارة الإلكترونية من تخطيط وتنفيذ وإنتاج وتشغيل وتطوير.
- الرعاية المباشرة والشاملة للإدارة العليا بالمنشأة، والبعد عن الإتكالية والارتجالية في معالجة الأمور، مع ضرورة التعاون بين العاملين في الإدارة وترك الاعتبارات الشخصية.
- التطوير المستمر لإجراءات العمل وتوضيحها للموظفين، مع التحديث المستمر لتقنية المعلومات ووسائل الاتصال وتدريب الموظفين عليها.
- الاستفادة من التجارب السابقة وعدم تكرار الأخطاء.
- تحقيق مبدأ الشفافية والتطبيق الأمثل للواقعية.²

¹رمادلية عبد الله سفيان، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير الخدمة العمومية والمرفق العام في الجزائر- رقمنة الإدارة الضريبية نموذجاً- المؤتمر العالمي الدولي حول النظام القانوني للمرفق العام الإلكتروني واقع-تحديات-أفاق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 27/26 نوفمبر 2018، ص6

²محمد سمير أحمد، المرجع سبق ذكره، ص70-71

خلاصة الفصل :

-إن تبني الإدارة الإلكترونية في ظل التطور الهائل الذي يشهده العصر، يشكل تحولا جذريا للمؤسسة و تعاملاتها الإدارية لاعتمادها على الأساليب المعاصرة و التقنية، في معالجة البيانات و المعلومات ، و تقديم الخدمات و الصورة الإلكترونية الخالية من النمطية ، تهدف إلى تحسين التعاملات و تطوير أساليب العمل مع ضمان و رفع الإنتاج باعتبارها القوة البارزة على مستوى العالم.

-كما فرضت أزمة كورونا على المؤسسات و الدول اللجوء إلى التعامل عن بعد في المجال الإداري الذي هو أساس و محور الإدارة الإلكترونية و مدى قدرته على تغطية غياب الإدارة التقليدية.

تمهيد:

مديرية التقنين والشؤون العامة مؤسسة عمومية ذات طابع خدماتي تسعى إلى تلبية حاجيات المواطنين من خلال تقديم أحسن و أجود الخدمات على أكمل وجه باستخدام وسائل تكنولوجية وتقنيات متطورة تتوافق مع التغيرات الراهنة و هذا ما سنحاول استكشافه من خلال الفصل الثالث الذي يعد فصل تطبيقي للدراسة.

المبحث الأول: مدخل إلى مديرية التقنين و الشؤون العامة

الجماعات المحلية إدارة لامركزية تعتبر امتدادا للسلطات المركزية ولها اختصاص إقليمي لا يتعدى حدودها الجغرافية، والولاية كجماعة محلية لامركزية تلعب دورا هاما في الإدارة الجزائرية و ذلك بتمثيل الدولة على المستوى المحلي حسب ما جاء في المادة 15 و 16 من دستور 1996 التي تنص على أنه: " يمثل المجلس المنتخب قاعدة اللامركزية، ومكان مشاركة المواطنين في تسيير الشؤون العمومية "

المبحث الثاني: بطاقة فنية عن مديرية التقنين و الشؤون العامة:

الولاية كهيئة إدارية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وذلك مكرس في القانون رقم (09/90) المؤرخ في 12 رمضان 1410 الموافق 7 أبريل 1990 المتعلق بالولاية، والتنظيم المعمول به في ولاية مستغانم لا يختلف عن غيره من الولايات وذلك مطابقة للقوانين والتنظيمات التي تحكمها،

وهذا التنظيم يتمثل في: الديوان (يسهر على الاهتمام بالأمور السياسية للوالي أي فيما يتعلق بالتشريعات والبروتوكولات) .الأمانة العامة (وتبرز على مستوى التسيير والمراقبة) . المفتشية العامة . مندوبية الأمن . مندوبية الحرس البلدي . مديرية الإدارة المحلية وكذلك **مديرية التقنين والشؤون العامة** وهذه الأخيرة موضوع بحثنا، فهي تعتبر من أهم المديريات العامة الاختصاص ينظمها المرسوم التنفيذي (265/95) المحدد لصلاحيات مصالح التقنين والشؤون العامة والإدارة المحلية المؤرخ في 06 سبتمبر 1995.

مديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم غير متخصصة في مجال معين بل تسهر على القيام بنشاطات ومهام متعددة تقدم للباحث نظرة عامة عن واقع الإدارة المحلية في الجزائر

وتسمح له بتطبيق معارفه النظرية على أرض الواقع خاصة عن طريق الاحتكاك بالمواطنين، وبالتالي تمكنه في المستقبل من تسيير مختلف المصالح الإدارية

مديرية التقنين و الشؤون العامة على مستوى ولاية مستغانم باعتبارها هيكل تنظيمي يجسد مهام عدة في إطار تسيير الشؤون العامة للإدارة المحلية ورد ذكرها في المادة 2 من المرسوم التنفيذي (265/95) المؤرخ في 06 سبتمبر 1995 المحدد لصلاحيات مصالح التقنين والشؤون العامة و الإدارة المحلية وقواعد تنظيمها و عملها.

تقع مديريةية التقنين و الشؤون العامة بولاية مستغانم طريق وهران حيث تضم 70 موظف من مختلف الرتب و الأسلاك التقنية و المشتركة و يسهر هؤلاء على السير الحسن للمديرية و تقديم أجود الخدمات لإرضاء المواطنين.

المبحث الثالث: دور مديريةية التقنين والشؤون العامة:

نصت المادتان 02، 04 من المرسوم التنفيذي رقم 95-265 على المهام الأساسية لهذه المديرية:

" تتمثل مهمة مصالح التقنين والشؤون العامة و الإدارة المحلية في تنفيذ كل التدابير التي تضمن تطبيق التنظيم العام و احترامه، كما تقوم بكل عمل من شأنه أن يقدم دعما اسناديا يمكن المصالح المشتركة في الولاية من السير سيرا منتظما"

. تسهر على تطبيق التنظيم العام و احترامه.

تضمن مراقبة شرعية التدابير التنظيمية المقررة على المستوى المحلي. -

تنظم العمليات الانتخابية و تتولى التسيير الإداري للمنتخبين المحليين البلديين و الولائيين.

. تسهر على تبليغ القرارات الإدارية الولائية.

• تسهر على قيام البلديات بنشر القرارات التي يجب إشهارها.
تطبق التنظيم المتعلق بتتقل الأشخاص.
تدرس منازعات الدولة والولاية و تتابعها، تتخذ إجراءات التسخير ونزع الملكية أو الوضع تحت
حماية الدولة و تتابع ذلك.

المبحث الرابع: الهيكل التنظيمي مديرية التقنين و الشؤون العامة:

تعد هذه المديرية من المديريات الرئيسية في تنظيم الولاية، و يرأسها مدير يعين بموجب
مرسوم رئاسي باعتباره من الوظائف العليا للدولة، حيث تخضع من الناحية القانونية للمرسوم
التنفيذي رقم 217-94 المؤرخ في 14 صفر 1415 الموافق ل 23 يوليو 1994 المحدد
لقواعد تنظيم مصالح التقنين و الشؤون العامة و الإدارة المحلية وعملها، ثم جاء المرسوم
التنفيذي رقم 265-95 المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1416 الموافق ل 06 سبتمبر 1995
المحدد لصلاحيات مصالح التقنين و الشؤون العامة و الإدارة المحلية و قواعد تنظيمها وعملها،
الذي ألغى الأحكام المخالفة له لا سيما أحكام المرسوم التنفيذي رقم 217-94 و ذلك حسب
نص المادة السادسة من المرسوم التنفيذي رقم 265-95.

ولقد نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 265-95 على التنظيم الداخلي لمديرية
التنظيم والشؤون العامة في شكل مصالح و مكاتب حسب حجم النشاطات بحيث تتكون من
مصلحتين إلى أربعة مصالح تضم كل مصلحة ثلاث مكاتب على الأكثر، لكن على مستوى
ولاية مستغانم تضم هذه المديرية أربع مصالح في كل مصلحة ثلاث مكاتب حسب هيكلها
التنظيمي .

5. مصالح مديرية التقنين والشؤون العامة

- مصلحة تنقل الأشخاص
- مصلحة التنظيم العام
- مصلحة الشؤون القانونية والمنازعات
- مصلحة الشؤون العامة

(أ) - مصلحة تنقل الأشخاص:

يرأس هذه المصلحة رئيس يساعده رؤساء مكاتب، أعوان مساعدين و أعوان حجزتكون هذه المصلحة من المكاتب التالية:

- مكتب الحالة المدنية و الخدمة الوطنية.
- مكتب تنقل المواطنين
- مكتب تنقل الأجانب.

❖ مكتب الحالة المدنية و الخدمة الوطنية:

نجد في هذا المكتب جانبين: الحالة المدنية (الميلاد، الزواج، الوفاة) و الخدمة الوطنية كما يلي:

أولاً: بخصوص تسيير الحالة المدنية:

وأهم المهام التي يقوم بها هذا المكتب هي كالتالي:

. توفير مطبوعات الحالة المدنية الصادرة من المطبعة الرسمية و عددها 28 استمارة طبقا
للمرسوم رقم 76-189 المؤرخ في 06 ديسمبر 1976 المتضمن تعديل المرسوم رقم 72-143
المؤرخ في 27 يوليو 1972 المتضمن تحديد نماذج مطبوعات الحالة المدنية.

ثم تقوم بتقسيمها على بلديات ولاية مستغانم وعددها 32 بلدية مذكورة سابقا من اجل
العمل بها، وهذا التقسيم يكون حسب الاحتياج المبني على معايير منها الضغط الكبير على
بعض البلديات من حيث المواليد نظرا لكثرة العيادات و المستشفيات فيها و كمثال على ذلك
نذكر: دائرة سيدي علي، عشعاشة، عين تادلس، ماسرة، بوقيرات، مستغانم....فتحتاج لعدد أكبر
من المطبوعات. وطبقا للأمر رقم 73-51 المؤرخ في 10 اكتوبر 1973 حددت صلاحية
وثائق الحالة المدنية المذكورة في المرسوم أعلاه بسنة واحدة.
. توفير سجلات الحالة المدنية وتوزيعها على البلديات لأن هذه الأخيرة ملزمة باستعمالها وذلك
من اجل تسجيل العقود التالية:

✓ **عقود الميلاد:** يصرح بالمواليد لدى ضابط الحالة المدنية خلال 05 أيام من الولادة
وعند تجاوز هذه المدة يقيد بحكم قضائي، سواء كانوا مولودين في المستشفيات أو
البيوت.

✓ **عقود الزواج:** يتم وفقا للأمر 84-11 المؤرخ في 09 جوان 1984 المتعلق بالأسرة مع
الأخذ بعين الاعتبار التعديل المؤرخ في 2005.

✓ **عقود الوفاة:** يسجل بناء على التصريحات مرفقة بشهادة طبية تثبت الوفاة وذلك أمام
ضابط الحالة المدنية خلال 24 سا و إلا بحكم قضائي.

إعادة تجديد السجلات المتلفة و المتدهورة من كثرة الاستعمال، و تخص هذه العملية تلك السجلات الموجودة بمقر البلدية، حيث تقوم المصلحة المعنية على مستوى البلدية بحصر السجلات المطلوب تجديدها مع تحديد نوعيتها ثم توجيه ذلك الطلب لهذا المكتب من اجل توفيرها لهم ثم ترسل تلك الطلبات للوزارة الوصية من أجل دراستها، بعدها تقدم مبلغا ماليا للولاية يخصص لتجديد تلك السجلات

إعادة إنشاء السجلات المتلفة بنسختها من جراء الأعمال التخريبية الصادر بموجبها قرار وزاري عن وزير العدل حافظ الأختام في 2005/12/14. و لقد نص على ذلك في المواد من 39-45 من القانون 70-20 ونظمها المرسوم 71-155 المؤرخ في 03 جوان 1971 المتعلق بإنشاء العقود المتلفة من جراء الكوارث أو الحوادث أو الحروب، وهذه الإعادة ملزمة للعقود التي يرجع تاريخها إلى ما يقل عن 80 سنة عن العام الذي وقعت فيه الكارثة. و الإجراءات المتبعة هي إحداث لجنة على مستوى الدائرة التي يجب إن يعاد فيها إنشاء هذه العقود المتلفة وذلك من اجل تحديد قائمة السجلات المراد إعادة إنشاؤها والعقود التي تحتويها مع جمع كل الوثائق و المستندات التي يمكن الاستعانة بها في هذه العملية حسب المادة 43 من الأمر 70-20 منها: تصريحات الأشخاص المعنيين أو الوثائق المقدمة دعما كدفاتر العائلة....

وعلى مستوى ولاية مستغانم تم إحداث أعمال تخريبية للبلديات التالية: أولاد بوغالم، أولاد مع الله، عشعاشة، نقمارية، وذلك في سنة 2006 حيث تم تجديد سجلات الحالة المدنية بقيمة 20000 د.ج. فمكتب الحالة المدنية يسهر على متابعة تطبيق النصوص القانونية في الواقع ولكن رجوعا للأمر 70-20 نستنتج إن القضاء هو الجهاز المسئول عن الرقابة الفعلية والميدانية للحالة المدنية والإدارة غير معنية إلا بالمعاينة الظاهرية من حيث استقبال

الإحصائيات الثلاثية من طرف 32 بلدية حول المواليد والوفيات و الزواج، لكي ترسلها لوزارة الداخلية و بالضبط مديرية حالة الأشخاص و الأموال و تنقلاتهم. كما يمكن إن تطلب هذه الأخيرة إحصائيات معينة بصفة استثنائية.

تتكفل بعملية نقل الجثث عن طريق تسليم رخص بناء على قرار، كما تسهر على تطبيق التنظيمات المتعلقة بإجراءات الدفن. وهنا نلمس 03 حالات:

✓ **الجثث الناتجة عن وفاة طبيعية:** لا تحتاج في تكوين ملفها سوى لطلب خطي من احد الأقارب لنقلها.

✓ **الجثث الناتجة عن وفاة مشكوك فيها :** لابد من رخصة دفن من طرف وكيل الجمهورية لدى المحكمة المختصة إقليميا.

✓ **المتوفون في الخارج:** مصالح القنصلية بالخارج تبعث ببرقية للولاية لإعلام أهل المتوفى بضرورة أخذه، أما الأجانب المتوفون في الجزائر فالولاية هي التي تبعث برقية بطريقة غير مباشرة للسفارة المعنية تعلمهم بوفاة الأجنبي من اجل دفنه في بلده الأصلي.

ممارسة الوصاية على الحالة المدنية لبلديات ولاية مستغانم عن طريق القيام بدورات ميدانية لمراقبة عمل الأعوان ومدى كفاءتهم و السهر على احترام القوانين البلدية، مع تنظيم دورات تكوينية لضباط الحالة المدنية و استقبال الملفات الخاصة ببرنامج التكوين ودراسته.

الحصول على نماذج إمضاء ضباط الحالة المدنية و الأعوان البلدية المفوض لهم إمضاء الوثائق والاحتفاظ بها على مستوى هذا المكتب، وهذا كله يدخل في مجال الرقابة.

ثانيا: بخصوص تسيير الخدمة الوطنية:

ينظمها الأمر رقم 74-103 المؤرخ في 15/11/1974 المتعلق بالخدمة الوطنية ويمكن

حصر مهام هذا المكتب فيما يلي:

. القيام بإحصاء الشباب البالغين من العمر 18 سنة كاملة الذين يتم تسجيلهم على مستوى

البلديات المعنية وإحصائهم من طرف رئيس البلدية في قائمة، كما يتكفل هذا المكتب بسحب مطبوعات الخدمة الوطنية من المراكز وتوزيعها على البلديات للعمل بها، وبعد ملء الاستمارات تقدم الملفات إلى مديرية التقنين والشؤون العامة.

. عند استلام جداول الإحصاء و الملفات، يقوم المكتب بدراستها و مراقبتها من حيث:
. التأكد من مطابقة الاستمارات مع الجداول الإحصائية وأن شهادات الميلاد مرفقة بالاستمارات.
معالجة الحالات المشكوك فيها، دراسة ملفات الإعفاء.

.التحقق من أن العمل قد أنجز طبقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها، كالتأكد من عدم تسجيل البنات و توفر الشروط المطلوبة الأخرى، لأن العمل الأساسي لهذا المكتب هو مراقبة البلديات التابعة لولاية مستغانم من حيث مهامها المتعلقة بهذا المجال.
وبعد هذه الدراسة يرسل الملفات إلى مركز الخدمة الوطنية الجهوي بوهران الذي يقوم باستدعاء الأفواج للتجنيد الإجباري .

. إرسال إحصائيات شباب الخدمة الوطنية وكذا الإعفاءات إلى وزارة الداخلية والجماعات المحلية وبالضبط مديرية حالة الأموال والأشخاص وتنقلاتهم، وذلك خلا لكل ثلاثي من السنة حيث بلغ المجموع العامل لمسجلين 11210 مسجلا.

❖ مكتب تنقل المواطنين:

يتكفل هذا المكتب بتسيير حركة المواطنين من خلال المهام التالية:

تزويد الدوائر العشر المتواجدة على مستوى ولاية مستغانم بجوازات السفر و بطاقات التعريف الوطنية حيث تصدر الأولى من البنك النقدي بالجزائر العاصمة أما الثانية فتصدر من المطبعة الرسمية ويتم إحضارها بناء على وصل من وزارة الداخلية و الجماعات المحلية، ثم يتم توزيعها على الدوائر حسب الاحتياجات و الطلبات.

تزويد الدوائر باستمارات جوازات السفر و بطاقات التعريف الوطنية.

خلال كل ثلاثي من السنة يقوم هذا المكتب بإرسال الإحصائيات المتعلقة بجوازات السفر و بطاقات التعريف لوزارة الداخلية و الجماعات المحلية وذلك بناء على المعلومات التي تصلهم من الدوائر العشر،

• تنظيم عملية الحج

❖ مكتب تنقل الأجانب:

يتكفل هذا المكتب بحوصلة تنقل و حركة الأجانب في إقليم ولاية مستغانم، ومن مهامه:

- إصدار بطاقة المقيم الأجنبي
- إصدار بطاقة التاجر الأجنبي
- إصدار رخصة الزواج المختلط:

(ب) - مصلحة الشؤون القانونية و المنازعات:

يشرف على هذه المصلحة رئيس يساعده رؤساء مكاتب و أعوان مساعدين و أعوان حجز، بحيث تعتبر هذه المصلحة القلب النابض في المديرية بل وفي الولاية ككل، و ذلك لأنها تهتم بالشؤون القانونية خاصة المنازعات و بالتالي تتكون هذه المصلحة من المكاتب التالية:

مكتب المنازعات و نزع الملكية من أجل المنفعة العمومية.

مكتب القرارات الإدارية و مداولات الولاية.

مكتب القرارات الإدارية و مداولات البلدية.

وستنطبق لكل مكتب على حدا من حيث المهام و الاختصاصات التي يقوم بها و كذا

القوانين و التنظيمات المعمول بها في هذا المجال

أ- المنازعات و نزع الملكية من أجل المنفعة العمومية: في الواقع هذا المكتب هو قسمان منفصلان: المنازعات، نزع الملكية من أجل المنفعة العمومية.

أولاً: نزع الملكية من أجل المنفعة العمومية: ينظمها القانون رقم 91-11 المؤرخ في 27 أبريل 1991 الموافق ل 12 شوال 1411 المتعلق بقواعد نزع الملكية من أجل المنفعة العمومية، و المرسوم التنفيذي رقم 93-186 المؤرخ في 07 صفر 1414 الموافق ل 27 يوليو 1993 المحدد لكيفيات تطبيق القانون رقم 91-11.

رغم أن القانون يعترف بالملكية الخاصة التي لا يمكن المساس بها إلا أن هناك حالات استثنائية يتم اللجوء فيها لنزع الملكية من أجل المنفعة العمومية، فهي إجراء جبري و استثنائي، رغم هذا لا يمكن للدولة أن تتعسف في استعمال هذا الامتياز بل هي مقيدة بالإجراءات المحددة في القوانين والتنظيمات وحسب نص المادة 20 من الدستور الجزائري 1996: " لا يتم نزع الملكية إلا في إطار القانون، و يترتب عليه تعويض قبلي عادل و منصف ". والمادة 02 من القانون 91-11:

لا يكون نزع الملكية ممكناً إلا إذا جاء تنفيذاً لعمليات ناتجة عن تطبيق إجراءات نظامية مثل التعمير و التهيئة العمرانية و التخطيط المتعلق بإنشاء تجهيزات جماعية ومنشآت وأعمال كبرى ذات منفعة عمومية".

ويتم اللجوء لهذا الإجراء في حالة عدم نجاح عملية التراضي باعتبارها الإجراء الأصلي الذي يتم عن طريق تحرير محضر يتضمن قبول الشخص التنازل عن الأرض لفائدة صاحبة المشروع بعدها يؤخذ قرار نزع الملكية مباشرة.

ثانياً: المنازعات: يهتم هذا المكتب بالمنازعات التي تكون الولاية أو إحدى المديرية

التابعة لها طرفاً فيها سواء كمدعي أو مدعى عليه، فإذا كانت مدعي تبلغ الولاية للطرف المعني بالنزاع العريضة الافتتاحية عن طريق محاميها أما إذا كانت الولاية مدعى عليها تبلغ بالعريضة الافتتاحية من طرف المحضر القضائي التي تصل إلى مديرية التنظيم و الشؤون العامة، بعدها تحرر رسالة تنصيب للمحامية المعتمدة لدى الولاية لتولي هذه القضية مع تكليف لحضور الجلسة، وبعد صدور الحكم ترسل المحامية لهذا المكتب منطوق الحكم ليتكفل بإرساله للمعنيين بالقضية.

ومن أجل تنظيم العمل في المكتب يتم تجميع كل الوثائق المتعلقة بالقضية في ملف قضائي خاص بها.

ب- القرارات الإدارية و مداوات الولاية : مهمته الرقابة القبلية والبعديّة لمشروع القرار الصادر عن الوالي أو المصالح الولائية.

تتجلى الرقابة القبلية في وضع بطاقة تقديم مشروع قرار للإمضاء تتضمن موضوع القرار و الجهة المصدرة له، و ذلك بعد دراسته و مراقبة مشروعيته من الناحية الشكلية و الموضوعية كما يمكن استكمال النقائص التي وجدها المكتب في القرار من طرف المصلحة مصدرة القرار، ثم يذهب القرار للوالي مرفقاً بهذه البطاقة للمصادقة عليه و له السلطة التقديرية في قبوله أو رفضه، و ذلك المشروع لا يصبح قراراً حتى يوقع عليه الوالي لكي يعاد لهذا المكتب من أجل

ترقيمه و إرساله للمصلحة المعنية به وتعد هذه بمثابة رقابة بعدية، مع إبقاء نسخة لدى هذا المكتب لأنه يقوم بتسجيل كل القرارات الولائية في سجل شهري .

كما يتكفل المكتب بنشر هذه القرارات في نشرة القرارات الإدارية الولائية وإرسال إحصائيات ثلاثية منه إلى وزارة الداخلية و الجماعات المحلية.

- أما فيما يخص مداوات المجلس الشعبي الولائي فيتمثل دور هذا المكتب في الرقابة الشكلية من خلال استيفاء المداولة كافة الشكليات القانونية و الرقابة الموضوعية من خلال مطابقة المداولة للأهداف المسطرة و النصوص القانونية و التنظيمية المعمول بها، لكن في الواقع هذا المكتب يقتصر دوره على الإطلاع على تلك المداولات و العلم بها فقط من أجل تسجيلها في سجل سنوي خاص يتضمن تاريخها و موضوعها، ثم إرسال تلك الإحصائيات إلى الوزارة الوصية.

القرارات الإدارية و مداوات البلدية:

- فيما يتعلق بالقرارات والعقود الإدارية للبلديات، يتكفل هذا المكتب بمراقبة مدى شرعيتها و مطابقتها شكلا و مضمونا للقوانين و التنظيمات سارية المفعول، و تسجل هذه القرارات في سجل سنوي فبلغ عددها في شهر جوان من سنة 2008 حوالي 50 قرار.
- أما مداوات المجلس الشعبي البلدي للبلديات التابعة للولاية، فهذا المكتب لا يصادق عليها بل يجمعها و يراقبها من حيث الشكل و المضمون، ثم يسجل في سجل سنوي كل المداولات سواء المصادق عليها أو غير المصادق عليها نظرا لمخالفة القانون في أغلب الحالات مثلا:

- إنشاء ملحقة إدارية مخالفة للمواد: 41،42،43 من قانون البلدية رقم 90-08.

- تعيين مندوب بلدي على مستوى ملحقة إدارية لكن عدم توفر الإمكانيات المالية.

في كل سداسي يتم إرسال إحصائيات مداولات البلديات لوزارة الداخلية و الجماعات المحلية

(ج) - مصلحة التنظيم العام:

يشرف على هذه المصلحة رئيس يساعده رؤساء مكاتب، أعوان حجز وأعوان مساعدين، و تتكفل هذه المصلحة بشؤون متعددة كلها تصب في تنظيم المجتمع من نواحي عدة: مدنية، سياسية... و لهذا تنقسم إلى ثلاث مكاتب هم كالاتي:

- مكتب المؤسسات المصنفة و المهن المنظمة.
- مكتب الأسلحة
- مكتب تنقل السيارات.

❖ مكتب المؤسسات المصنفة و المهن المنظمة:

المؤسسات المصنفة هي تلك المؤسسات التي لها نشاط خطير المحددة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 198-06 المؤرخ في 31-05-2006 الذي يضبط التنظيم المتعلق بالمؤسسات المصنفة لحماية البيئة و يضم المهن المقننة و مؤسسات من مختلف الأصناف والدرجات مثل: المقاهي، قاعة الحفلات، قاعة الالعاب ، الحمامات.... إلخ

❖ مكتب الأسلحة والمتفجرات:

ينظمها القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 06/01/2001 المحدد لنماذج رخص اقتناء و استيراد و حيازة و حمل السلاح وعناصرها و رخص تجديد الذخيرة و نماذج استمارات الطلب الخاصة بها. بحيث يتعين على طالب الرخصة تكوين ملف لدى هذا المكتب يجب أن يتوفر على شهادة السوابق العدلية، ثم يعرض على لجنة مختصة من أجل الدراسة التي يعتمد على رأيها في تحرير رخصة حمل السلاح التي ليس لها مدة صلاحية محددة لكن تطلب مرة واحدة فقط.

كامل يمكن للوالي بقرار منه أن يزيد كمية الذخيرة المخصصة لعمليات الصيد الخاصة بالبلديات و ذلك عند الضرورة كعملية قتل الكلاب و القطط المتشردة.

❖ مكتب حركة السيارات:

وفقا للمادة 50 من القانون 01-14 المؤرخ في 19-08-2001 المتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلامتها وأمنها، فإنه ينبغي أن يكون لكل مركبة رقم تسجيل وأن تتوفر على الرخص و الوثائق الإدارية اللازمة لسيرها وفقا للشروط المحددة عن طريق التنظيم. فالمركبة هي كل وسيلة تستعمل لنقل الأشخاص أو البضائع و تكون مزودة بمحرك الدفع و تسير على الطريق. فهي مختلفة من حيث طبيعتها و وظيفتها لذلك جاء القرار الوزاري المؤرخ في 05-05-1988 الصادر عن وزير النقل ليحدد أصناف المركبات ويمكن حصر الشبايك المتواجدة على مستوى هذا المكتب إلى ثلاث كما يلي:

➤ شباك البطاقات الرمادية: يتكفل باستخراج البطاقات الرمادية حسب الحالات التالية:

- المركبات المعاد ترقيمها داخل الولاية
- المركبات المحولة من ولاية لأخرى
- المركبات المستوردة والمبيعة من طرف الوكلاء المعتمدين أو أصحاب الامتياز
- المركبات المستوردة و المجرمة من طرف الأشخاص (طبيعي أو معنوي)

➤ شباك بطاقات المراقبة:

يقوم بتسليم بطاقات المراقبة للمواطنين المقيمين على إقليم ولاية مست غانم المشترين لمركبات ملاكها مقيمون خارج الولاية أو الأشخاص الذين يواجهون خطأ في بطاقتهم الرمادية، و يتكون الملف من: عقد البيع الأصلي، البطاقة الرمادية الأصلية، نسخة طبق الأصل من بطاقة الهوية.

➤ شباك شهادة الكفاءة:

يقوم بتسليم شهادات الكفاءة للمواطنين الحاملين لرخص سياقة التي مازالت تستخرج من الدوائر التابعة للولاياتهم الذين غيروا مقر إقامتهم لولاية أخرى عن طريق تقديم ملف يتكون من: طلب خطي، بطاقة الإقامة. نسخة عن رخصة السياقة.

4- مصلحة الشؤون العامة: وتضم هذه المصلحة 03 مكاتب

❖ مكتب الجمعيات :

يتكفل المكتب في هذا الجانب بالحركة الجمعوية المحلية من حيث النشاطات وطرق التسيير و متابعة التطور، فتميز على هذا المستوى تزايد في الجمعيات المحلية ذات الأبعاد المتعددة التي جاءت للتكفل بانشغالات المواطن بصفة خاصة و المجتمع بصفة عامة، فتنامي الحركة الجمعوية يفسر كمحاولة جديرة بالاهتمام للتكفل بمختلف ميادين الحياة اليومية للمواطن و التحكم في المحيط المتواجد به، هذا كون أن الحركة الجمعوية تستمد شرعيتها و وجودها من التقاليد الاجتماعية و الثقافية المتجذرة في المجتمع الجزائري، فهذه الحركة نتجت عن تتابع مختلف المراحل النوعية من خلال المطابقة التدريجية للقانون وفق ما ينسجم مع تطور طموحات المجتمع و بالخصوص أحكام القانون رقم 90-31 المؤرخ في 04-12-1990 الموافق ل 17 جمادى الأولى 1411 المتعلق بالجمعيات. و نظرا لأهمية هذه الحركة على المستوى الوطني عامة و المحلي خاصة نجد تخصيص مكتب لها على مستوى مديرية التنظيم و الشؤون العامة بالولاية للاهتمام بها وتطوير حركتها داخل الولاية و من مهامه: استقبال ملفات الراغبين في تأسيس جمعية محلية و دراستها من حيث احترام الشروط المنصوص عليها في القانون 90-31 خاصة المادة 07 بحيث يجب إيداع التصريح بالتأسيس لدى هذا المكتب ويسلم وصل التسجيل بالتصريح في ظرف 60 يوم من الإيداع.

والجمعية لها اسم ومقر وأهداف تتعهد بألا تسعى إلى تحقيق أهداف غير التي صرحت بها مع احترام النصاب المحدد قانونا للأعضاء المؤسسين للجمعية المحلية بألا يقل عن 15 عضوا واستثناء جمعية الأحياء يشترط فيها 20 عضو على الأقل، كما لها قانون أساسي تصادق عليه و يديرها مكتب منتخب مكون من: الرئيس، نائب الرئيس، الأمين، الأمين المساعد، أمين الخزينة، مساعداً اثنان.

كما يجب تحديد مواردها المالية من اشتراكات الأعضاء، إعانات الدولة و الجماعات المحلية، الهبات والوصايا ومدا خيل النشاطات.

لكن تجدر الإشارة إلى أن التأسيس القانوني للجمعية للتمكن من تحضير الاجتماعات والملتقيات لا يتم إلا بعد القيام الإجباري بشكليات الإشهار على نفقة الجمعية في جريدة يومية وطنية طبقاً لأحكام المادة 03/07 من القانون 90-31.

. تجديد الهيئات القيادية للجمعيات و قد نص القانون على مدة 03 سنوات لتجديد مكتب الجمعية.

- . تعديل القانون الأساسي للجمعيات في حالات تغيير المقر، الأهداف...
 - . التكفل بعملية جمع التبرعات للجمعيات الدينية المجددة لهياكلها.
 - . مراقبة و متابعة عمل الجمعيات من خلال تقديم الوضعية المالية و الأدبية في شكل تقرير.
- ففي حالة عدم احترام النصوص القانونية و تعدي الأهداف المسطرة تحل الجمعية من طرف الوالي.

❖ **مكتب الانتخابات:** يتكفل هذا المكتب بما يلي:

- . تسيير ملفات المنتخبين سواء تعلق الأمر بأعضاء المجالس الشعبية البلدية أو المجلس الشعبي الولائي فيما يخص نظام العطل، التوقيفات القضائية و الوفاة...
- . المراجعة العادية السنوية للقوائم الانتخابية خلال شهر ابتداء من 01 أكتوبر إلى غاية 30 أكتوبر بحيث يتم إعداد القوائم الانتخابية و مراجعتها على مستوى بلديات تحت مراقبة لجنة إدارية مكونة بموجب قرار ولائي بناء على اقتراح رؤساء الدوائر و مدير التنظيم و الشؤون العامة بحيث تتكون من قاضي يعينه رئيس مجلس القضاء المختص إقليميا، رئيسا و ممثل عن الوالي عضوا و رئيس المجلس الشعبي البلدي عضوا.
- ثم تفتح مرحلة الطعون الإدارية المتعلقة بنسيان تسجيل شخص أو شطبه بسبب تبديل الإقامة أو الوفاة... و ذلك خلال 15 يوما الموالية لتعليق إعلان اختتام عملية المراجعة.
- . المراجعة الاستثنائية للقوائم الانتخابية و ذلك بمقتضى المرسوم الرئاسي المتضمن استدعاء الهيئة الانتخابية المتعلقة باقتراح ما الذي يحدد تاريخ إفتتاح فترة المراجعة واختتامها، مع تخفيض اجل تقديم الطعون إلى 08 أيام فقط، و بعد المراجعة يتم ضبط العدد النهائي للهيئة الانتخابية.
- . التكفل بعملية التحضير للانتخابات من خلال مشاركته مع البلديات و مصالح الولاية في ذلك. بحيث يتم استدعاء الهيئة الانتخابية و يتم في نفس الوقت تنصيب الخلية الولائية لتحضير الانتخابات
- و يتم مراسلة الدوائر من أجل تنصيب خلايا لذلك على مستوى الدوائر و البلديات، و تقدر فترة التحضير للانتخابات الرئاسية و التشريعية و المحلية ب 90 يوم إلى غاية يوم الاقتراع، إما في حالة الاستفتاء فتخفف المدة إلى 45 يوم فقط، و اللجنة المكلفة بالتحضير تتنوع فيها المقاييس

أهمها: النقل بإشراف مدير النقل، البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، الأمن، الدرك الوطني... و نلمس في مجال التحضير ما يلي:

الجانب المادي: يتم تحديد مراكز التصويت و مكاتب التصويت و مصاريف الإطعام والعتاد الانتخابي، وهذا عن طريق إعطاء ميزانية خاصة بالبلديات.

الجانب التأطيري: تحديد الأشخاص الذين يسرون العملية الانتخابية. و يتم التحقق منهم بألا تكون لهم قرابة بالمرشحين من أجل نزاهة عملية الاقتراع.

و بعد التأكد من التحضير الجيد للانتخابات يتم تحديد أجال سحب استمارات الترشيح من طرف وزارة الداخلية و يتم إيداع الملفات على مستوى هذا المكتبمن أجل دراستها ليتم الإعلان الرسمي عن القوائم المرشحة من طرف مدير التقنين والشؤون العامة مع تبليغ الوزارة الوصية، ثم تبدأ الحملة الانتخابية و مدتها 21 يوم قبل يومين من تاريخ الاقتراع.

❖ مكتب التظاهرات العمومية:

يتم الترخيص للمنظمات و الأحزاب السياسية و أعضاء المجتمع المدني للقيام بالإجتماعات العمومية حسب ماينص عليه القانون رقم 89-89 المؤرخ في 31/12/1989 و القانون رقم 91-91 المؤرخ في 02/12/1991 المعدل والمتمم.

المبحث الثاني: عرض وتحليل الاستبيان

سيتم من خلال هذا المبحث تحليل البيانات التي تم جمعها من المؤسسة عن طريق الاستبيان.

المطلب الأول: الخصائص العامة لعينة الدراسة

أولاً: عينة الدراسة

قمنا بتصميم الإستبيان بناءً على الدراسات النظرية والدراسات السابقة ثم عرضه على الأستاذة المشرفة، وقد تم تسليم هذا الإستبيان وشرحه لمجموعة من العاملين والإطارات ومسؤولين في المؤسسة والذين لهم علاقة بموضوع الدراسة، وقد تم توزيع 32 استمارة استبيان و استرجاع منها 30.

ثانياً: أدوات الدراسة.

تتكون أدوات الدراسة من إعداد استبيان، حيث تم استخدام طريقة الاستبيان كأحد أدوات البحث، بحيث تم اعداد الاستبيان بمراجع تتعلق بالموضوع، وقد تم تقسيم هذا الاستبيان (الملحق رقم 01) الى ثلاثة محاور:

الجدول رقم(01): توزيع العبارات حسب المحاور

المحاور	عدد العبارات
01 العلاقات العامة في المؤسسة	12
02 الإدارة الالكترونية	09
03 مدى تفعيل العلاقات العامة في الإدارة الإلكترونية	08
المجموع	29

المصدر: من إعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

وقد كانت اغلب الأسئلة لها أجوبة محددة من اجل تسهيل المعالجة الإحصائية لها، وتم استخدام مقياس "ليكارت الخماسي" للإجابات، وذلك حسب ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (02): مقياس ليكارت الخماسي.

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	غير متأكد	موافق	موافق بشدة
النقاط	1	2	3	4	5

ويتم تحديد اتجاه المتوسط الحسابي وتحليل إجابات عينة الدراسة واستنتاج اتجاه العينة لكل سؤال من أسئلة استمارة الاستبيان وهذا بالاعتماد على اوزان مقاييس ليكارت الخماسي.

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة.

❖ الإحصاءات الوصفية.

❖ تم استخدامها لتسهيل المقارنة بين اراء عينة الدراسة، وتضمنت التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، حيث يعتبر المتوسط الحسابي من أكثر مقاييس النزعة المركزية استخداما واهمية، كما يحدد الدرجة الوسطى للتوزيع. يقصد بصدق أداة الدراسة أن تقيس فقرات الإستبيان ما وضعت لقياسه، وقمنا بالتأكد من صدق الإستبيان من خلال الصدق الظاهري واختبار ثبات الاستبيان من خلال معامل الفا كرونباخ ومعامل بيرسون.

أ - الصدق الظاهري

تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في ذات المجال وطلب منهم إبداء الرأي حول فقرات الإستبيان وذلك بحذف وتعديل واقتراح فقرات جديدة ومناسبة لموضوع الدراسة، وبناء على الملاحظات والتوصيات التي تمت صياغتها بشكل نهائي.

ب - اختبار ثبات الإستبيان

سيتم التطرق إلى معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل الارتباط.

❖ معامل الثبات الفا كرونباخ

تم حساب معامل الفا كرونباخ من أجل تحديد الإتساق الداخلي لفقرات الاستبيان والجدول التالي يبين ثبات عبارات محاور الاستبيان

الجدول رقم (03): يمثل معامل الفا كرونباخ

معامل كرومباخ	عدد العبارات	محتوى المحور
0.546	12	العلاقات العامة في المؤسسة
0.717	09	الإدارة الإلكترونية
0.616	08	مدى تفعيل العلاقات العامة في الإدارة الإلكترونية
0.852	29	جميع العبارات

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss

نلاحظ من الجدول أن معامل الثبات لمحاور الاستبيان أكبر من 0,6 وهذا يدل على أن الاستبيان مقبول لإجراء الدراسة الميدانية لموضوع البحث.

المطلب الثاني: تحليل الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة:

أولاً: توزيع افراد العينة حسب الجنس

يوضح الجدول التالي توزيع افراد عينة الدراسة حسب الجنس وهي موزعة كمايلي:

جدول رقم(04): توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية %	التكرارات	الجنس
43.3	13	ذكر
56.7	17	انثى
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور في العينة المستجوبة، إذ بلغ عدد الإناث 17 أي ما يعادل نسبة 56.7%، بينما بلغ عدد الذكور 13 وهو ما يعادل نسبة 43.3%، كما يمكن توضيح ذلك من خلال الرسم التالي

الشكل رقم (01): تمثيل أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

ثانياً: توزيع أفراد العينة حسب العمر

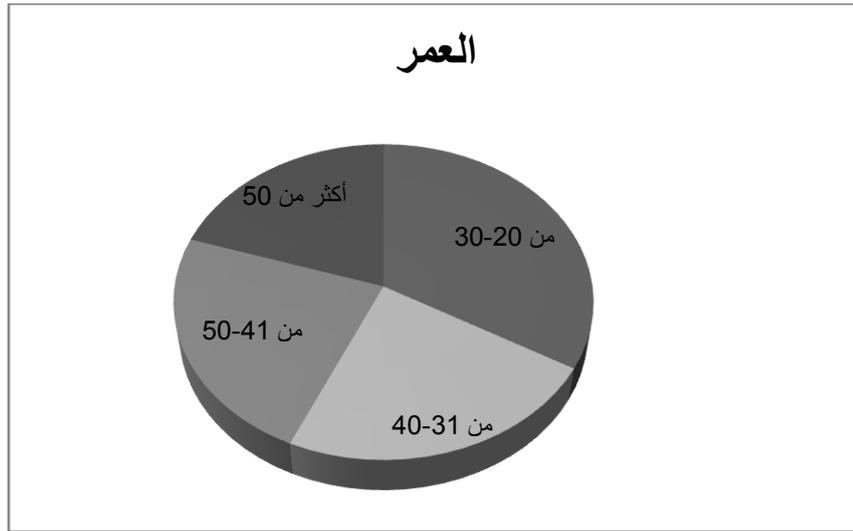
جدول رقم (05): توزيع أفراد الدراسة حسب العمر

العمر	التكرارات	النسبة المئوية %
من 20-30	10	33.3
من 31-40	07	23.3
من 41-50	07	23.3
أكثر من 50	06	20
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة من 20-30 سنة الأكبر حيث بلغ عددهم 10 أفراد بنسبة 33.3%، وبلغ الأقل من 31-40 سنة و من 41-50 سنة 07 أفراد بنسبة 23.3 % لكل فئة ، كما بلغ الأكثر من 50 سنة 06 أفراد بمعدل 20 % ، كما يمكن توضيح ذلك من خلال الرسم التالي

الشكل رقم (02): تمثيل أفراد عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

ثالثاً: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

الجدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرارات	النسبة المئوية
ثانوي	02	6.6
جامعي	20	66.6
مهني	08	26.7
المجموع	30	100

المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

من نتائج هذا الجدول يبرز لنا المستوى العلمي للعينة المدروسة، حيث بلغ عدد الأفراد المتحصّلين على شهادة جامعية 20 فرداً أي ما يعادل 66.6%، كما نجد 08 فرداً من الفئة

المهنية أي ما يعادل نسبة 26.7%، و 02 أشخاص بمستوى ثانوي أي ما يعادل 6.6%، ويمكن تلخيص الجدول في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): تمثيل أفراد العينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

بعد تقسيم العينة إلى فئات بغية معرفة نسبة الخبرة المهنية لديهم تم الحصول على الجدول التالي:

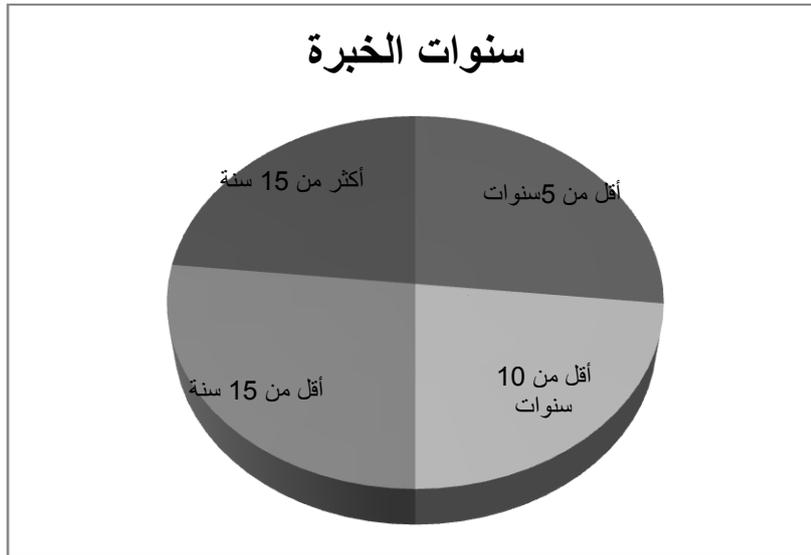
جدول رقم (07): تصنيف أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية %
أقل من 5 سنوات	08	26.7
أقل من 10 سنوات	07	23.3
أقل من 15 سنة	08	26.7
أكثر من 15 سنة	07	23.3
المجموع	30	100

المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

من خلال الجدول السابق بلغت نسبة أفراد العينة الذين لا تتعدى 5 سنوات 26.7%، و أقل من 10 سنوات بلغت 23.3% وهي أعلى نسبة، والأقل من 15 سنة بلغت 26.7% و أكثر من 15 سنة بلغت نسبتها 23.3%.

الشكل رقم (04): تمثيل أفراد العينة الدراسة حسب الخبرة



المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الجدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

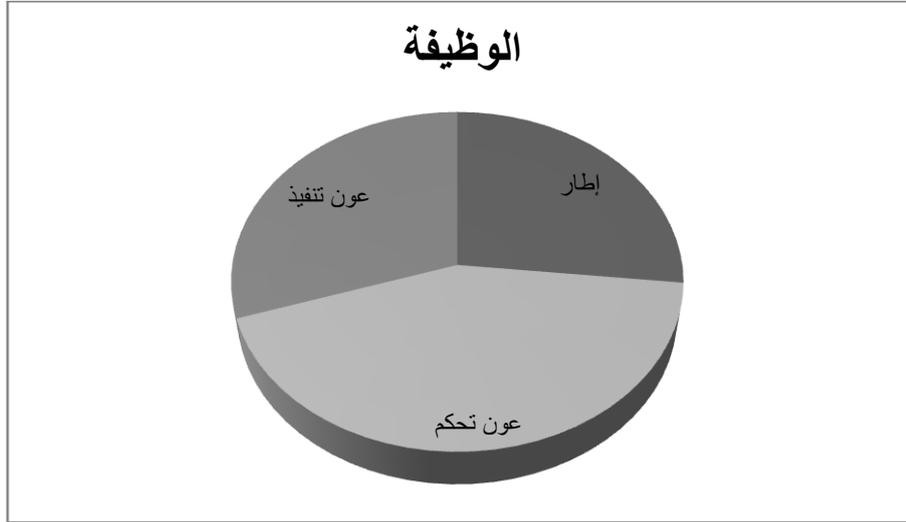
النسبة المئوية	التكرارات	المؤهل العلمي
26.7	08	إطار
43.3	13	عون تحكم
30	09	عون تنفيذ
100	30	المجموع

المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

من نتائج هذا الجدول يبرز لنا المستوى العلمي للعينة المدروسة، حيث بلغ عدد الأفراد المتحصلين على عون تحكم 13 فردا أي ما يعادل 43.3%، كما نجد 09 فرد من الفئة

عون تنفيذ أي ما يعادل نسبة 30%، و 08 أشخاص إطارات في المؤسسة أي ما يعادل 26.7%، ويمكن تلخيص الجدول في الشكل التالي:

الشكل رقم (05): تمثيل أفراد العينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من أعداد الطالب بناء على معطيات spss

المبحث الثالث: تحليل واختبار النتائج.

سيتم من خلال هذا المبحث معالجة تحليل نتائج الدراسة الميداني

المطلب الأول: تحليل عبارات المحور الثاني محور العلاقات العامة في المؤسسة

جدول رقم (09): التكرار والنسبة لعبارات تهتم وظيفة العلاقات العامة بالعمل على تحليل وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور وربط سياسات

النسبة المئوية %	التكرارات	البيان
10	03	موافق بشدة
80	24	موافق
3.3	01	محايد
6.6	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 80 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 3.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%، والشكل البياني التالي يوضح ذلك جدول رقم (10): التكرار والنسبة لعبارة العلاقات العامة هي أسلوب معاملة هدفها رضا الناس بحسن المعاملة

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
10	03	موافق بشدة
63.3	19	موافق
16.6	05	محايد
10	03	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 63.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 16.6%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 11: التكرار والنسبة لعبارة تستخدم العلاقات العامة في الممارسة لدى المؤسسات و الأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية ، صناعية أو غيرها.

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
30	09	موافق بشدة
43.3	13	موافق
20	06	محايد
6.6	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 30%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 43.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 20%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 12: التكرار والنسبة لعبارتها تلك جمعية العلاقات العامة الدولية والتي تهتم بممارسات وظيفية العلاقات العامة وتنظيمها في معايير

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
36.6	11	موافق بشدة
50	15	موافق
3.3	01	محايد
6.6	02	غير موافق
3.3	01	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 36.6%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 50 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 3.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 3.3%.

جدول رقم 13: التكرار والنسبة لعبارات تهدف العلاقات العامة فيما يخص العاملين في المؤسسة إلى الاهتمام بشؤونهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
23.3	07	موافق بشدة
63.3	19	موافق
6.6	02	محايد
6.6	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 23.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 63.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 6.6%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 14: التكرار والنسبة لعبارات يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية في جميع تصرفاتهم

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
10	03	موافق بشدة
80	24	موافق
3.3	01	محايد
6.6	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 80 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 3.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 15: التكرار والنسبة لعبارات تقدم العلاقات العامة على نشر الوعي بين الجماهير وتوجيه الرأي العام من أجل التعاون لتحقيق المصالح العامة للمجتمع

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
20	06	موافق بشدة
60	18	موافق
13.3	04	محايد
6.6	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 20%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 60 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 13.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 16: التكرار والنسبة لعبارت يهتم المكلفين بالعلاقات العامة بصفة خاصة بالقيام بكل واجباتهم وتحسين أدائهم لخلق جو من الثقة واحترام الجمهور الواسع .

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
36.6	11	موافق بشدة
50	15	موافق
10	03	محايد
3.3	01	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 36.6%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 50 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 3.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 17: التكرار والنسبة لعبارت وجب على أخصائي العلاقات العامة أن يكونوا على دراية تامة وشاملة تستوجب فهم كبير لخصائصها و أساليبها

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
30	09	موافق بشدة
63.3	19	موافق
3.3	01	محايد
3.3	01	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 30%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 63.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 3.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 18: التكرار والنسبة لعبارات تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد التقرير النهائي عن الاجتماع والذي يضم النتائج التي توصل إليها المجتمعون

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
20	06	موافق بشدة
66.7	20	موافق
6.7	02	محايد
3.3	01	غير موافق
3.3	01	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 20%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 66.7 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 6.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 3.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 3.3%.

جدول رقم 19: التكرار والنسبة لعبارة تقوم إدارة العلاقات العامة بنشر وإعلان تلك النتائج ليتمكن جمهور المؤسسة من الإطلاع عليها

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
16.7	05	موافق بشدة
66.7	20	موافق
13.3	04	محايد
3.3	01	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 16.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 66.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 13.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 3.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 20: التكرار والنسبة لعبارة الدعوى هي نوع آخر من الأحداث الخاصة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة وتقدمها بأشكال مختلفة حسب التوقيت والظروف

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
26.7	08	موافق بشدة
63.3	19	موافق
10	03	محايد
00	00	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 26.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 63.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 00%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

المطلب الثاني: تحليل عبارات المحور الإدارة الالكترونية

جدول رقم 21: التكرار والنسبة لعبارت تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا مهما في تطوير عمليات المؤسسات

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
56.7	17	موافق بشدة
43.3	13	موافق
00	00	محايد
00	00	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 56.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 43.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 00%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 00%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 22: التكرار والنسبة لعبارة الإدارة الإلكترونية هي قدرة المنظمة على تبادل المعلومات وتقديم الخدمات فيما بينها وبين قطاعات الأعمال بسرعة ودقة عالية، وبأقل تكلفة عبر شبكة الإنترنت

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
40	12	موافق بشدة
50	15	موافق
3.3	01	محايد
6.6	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 40%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 50 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 3.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 23: التكرار والنسبة لعبارة يركز عند استخدام الإدارة الإلكترونية توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة.

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
46.7	14	موافق بشدة
36.7	11	موافق
16.7	05	محايد
00	00	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 46.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 36.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 16.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 00%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 24: التكرار والنسبة لعبارة جوهر عمل الإدارة الإلكترونية يركز على فكرة تحقيق التعاضد البنيوي بين عناصر عتاد الحاسوب، والبرامج، وشبكات الاتصال

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
36.7	11	موافق بشدة
40	12	موافق
10	03	محايد
13.3	04	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 36.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 40%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 13.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%،

جدول رقم 25: التكرار والنسبة لعبارة يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط نظم وإجراءات العمل التي تتسم في ظل الإدارة التقليدية بالتعقيد الشديد

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
56.7	17	موافق بشدة
40	12	موافق
00	00	محايد
3.3	01	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 56.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 40 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 00%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 3.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 26: التكرار والنسبة لعبارة التنظيم الإلكتروني هو الإطار المرن لتوزيع واسع السلطة والمهام والعلاقات الشبكية الأفقية التي تحقق التنسيق الآني

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
36.7	11	موافق بشدة
50	15	موافق
10	03	محايد
3.3	01	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق

بشدة 36.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 50 %، بلغت نسبة الافراد العينة

الذين أجابوا محايداً 10%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 3.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 27: التكرار والنسبة لعبارات الإدارة الالكترونية تجعل من القائد دائماً يقظ وحذر ومتفطن لكل ما يحيط به، وما يحدث من تغيرات وتطورات سريعة ومتلاحقة

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
43.3	13	موافق بشدة
30	09	موافق
23.3	07	محايد
3.3	01	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 43.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 30 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايداً 23.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 3.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 28: التكرار والنسبة لعبارة الرقابة القائمة على المدخلات أو العمليات أو الأنشطة الإلكترونية تمنح التأكيد المتزايد على النتائج فهي إذن أقرب إلى الرقابة بالنتائج

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
60	18	موافق بشدة
26.7	08	موافق
6.7	02	محايد
3.3	01	غير موافق
3.3	01	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 60%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 26.7 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 6.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 3.3 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 3.3%.

جدول رقم 29: التكرار والنسبة لعبارة توافر الوسائل الإلكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات التي تقدمها الإدارة الإلكترونية والتي نستطيع بواسطتها التواصل معها

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
20	06	موافق بشدة
46.7	14	موافق
33.3	10	محايد
00	00	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 20%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 46.7 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 33.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 00 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

المطلب الثالث: تحليل عبارات محور مدى تفعيل العلاقات العامة في الإدارة الإلكترونية

جدول رقم 30: التكرار والنسبة لعبارات هل قامت المؤسسة بتدريس القائمين على العلاقات العامة في مجال الإدارة الإلكترونية؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
50	15	موافق بشدة
43.3	13	موافق
6.7	02	محايد
00	00	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 50%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 43.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 6.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 00%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 31: التكرار والنسبة لعبارة هل تتوفر إدارتكم على أجهزة الحاسوب؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
33.3	10	موافق بشدة
40	12	موافق
20	06	محايد
6.7	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 33.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 40 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 20%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.7 %، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 32: التكرار والنسبة لعبارة هل تستخدم إدارتكم الأجهزة المعلوماتية؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
13.3	04	موافق بشدة
60	18	موافق
13.3	04	محايد
6.7	02	غير موافق
6.7	02	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 13.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 60 %، بلغت نسبة الافراد

العينة الذين أجابوا محايداً 13.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.7 موافق 6.7 موافق بشدة 6.7%.

جدول رقم 33: التكرار والنسبة لعبارات هل يستعين قسم العلاقات العامة بالأجهزة المعلوماتية في وظيفتها الإدارية؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
43.3	09	موافق بشدة
16.7	13	موافق
6.7	05	محايد
6.7	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 43.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 16.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايداً 6.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 34: التكرار والنسبة لعبارات هل توفر إدارة مؤسستكم المعلومات لقسم العلاقات العامة؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
46.7	14	موافق بشدة
26.7	08	موافق
20	06	محايد
6.6	02	غير موافق
00	00	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 46.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 26.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 20%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.6%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 00%.

جدول رقم 35: التكرار والنسبة لعبارة هل البرامج المستخدمة تلائم العمل الإداري في مؤسستكم؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
20	06	موافق بشدة
40	12	موافق
30	09	محايد
6.7	02	غير موافق
3.3	01	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 20%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 40%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 30%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 3.3%.

جدول رقم 36: التكرار والنسبة لعبارة هل البرمجيات والأجهزة المعلوماتية تساهم في خدمة العلاقات العامة؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
13.3	04	موافق بشدة
43.3	13	موافق
26.7	08	محايد
13.3	04	غير موافق
3.3	01	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 13.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 43.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 26.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 13.3%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 3.3%.

جدول رقم 37: التكرار والنسبة لعبارت هل تساهم نظم المعلومات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في فعالية وظائفه؟

النسبة المئوية%	التكرارات	البيان
16.7	05	موافق بشدة
46.7	14	موافق
26.7	08	محايد
6.7	02	غير موافق
3.3	01	غير موافق بشدة
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاستعانة بالاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق بشدة 16.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا موافق 46.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا محايد 26.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق 6.7%، بلغت نسبة الافراد العينة الذين أجابوا غير موافق بشدة 3.3%.

المطلب الرابع: اختبار الفرضيات

لاختبار الفرضية الرئيسية والتي تنص على انه: دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية، نستخدم الأسلوب الإحصائي معامل الارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين المتغيرين كما هي مبينة في الجدول:

جدول رقم 13: يمثل مساهمات العلاقات العامة في الإدارة الإلكترونية

المتغيرات	حجم العينة	معامل الارتباط المحسوبة R	SIG
العلاقات العامة	29	**582	0.002
الإدارة الإلكترونية			

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بيرسون المحسوبة في دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية، قدرت قيمته بـ 0.582**، وهي قيمة دالة عند مستوى الدلالة المعنوية 0.002، وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة 0.05 مما يمكن القول انه: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين العلاقات العامة والإدارة الإلكترونية.

نتائج الدراسة: بعد الانتهاء من كل المراحل السابقة من جمع وتحليل البيانات باستعمال الإستبيان ها نحن في آخر خطوة لدراستنا المعنونة " بدور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية" لمديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم، توصلنا إلى عدة نتائج من بينها:

1. تعتبر العلاقات العامة جزءا أساسيا من تفعيل الإدارة الإلكترونية بمديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم.

2. نجحت الرقمنة الإدارية في تطوير العلاقات العامة من خلال إدخال تقنيات حديثة في ممارسة وظائفها.

3. هناك مستوى جيد في تطبيق الإدارة الإلكترونية بمديرية التقنين والشؤون العامة كونها تعتمد على وسائل متطورة في تعاملاتها وخدماتها الإدارية (الحاسوب، الهاتف، شبكة الانترنت).

4. تخضع المديرية للقوانين في مجال استخدام الإدارة الإلكترونية لممارسة أنشطة العلاقات العامة.

5. تحظى مديريةية التقنين والشؤون العامة بنظام أمني معلوماتي على حسب ما لاحظناه في التريص الميداني.

6. من خلال الإستبيان الذي أجريناه توصلنا إلى أن المديرية طبقت نموذج الإدارة الإلكترونية وسعت إلى توفير الوسائل الحديثة لنجاحها لكن وبالرغم من ذلك واجهتها عدة صعوبات وعراقيل التي لابد من إيجاد حلول لها من أجل كسب رضا المواطنين وتقديم أجود الخدمات وبناء الصورة الحسنة لها.

الاقتراحات والتوصيات: من خلال دراستنا الميدانية التي قمنا بها في مديرية التقنين والشؤون العامة حاولنا تقديم جملة من التوصيات والاقتراحات التي تساعد المديرية في تطبيق برنامج العلاقات العامة والإدارة الإلكترونية من أجل محاربة الصعوبات وصد العراقيل التي تحول دون نجاعة تطبيق النمط الإداري الجديد بمديرية التقنين و الشؤون العامة وهي مسطرة على النحو التالي:

✓ ضرورة إدراج قسم أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة في مديرية التقنين و الشؤون العامة.

✓ التحديث المستمر لأنظمة وبرامج الإدارة الإلكترونية وذلك لمواكبة جل التغيرات التي تحدث في المجال التكنولوجي.

✓ تخصيص دورات تكوينية خاصة بإدارة العلاقات العامة بالمديرية .

✓ تسهيل إجراءات الولوج إلى البوابة الإلكترونية.

✓ تعميم الإدارة الإلكترونية على جميع مكاتب مديرية التقنين والشؤون العامة للولاية.

✓ زيادة الاهتمام بالإدارة الإلكترونية والعلاقات العامة داخل المديرية كونهما من التطورات الحديثة.

✓ تدريب الموظفين على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أثناء قيامهم بأنشطة العلاقات العامة.

وفي الأخير نأمل أن تكون دراستنا قد ساهمت ولو بالقليل في إثراء هذا الموضوع، وأن يكون هذا العمل بداية لفتح آفاق جديدة.

الخلاصة:

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها توصلنا إلى أن مديرية التقنين والشؤون العامة بولاية مستغانم تعد هيئة عمومية تابعة لوزارة الداخلية تتميز بطابع خدماتي، تتكون من أربع مصالح وكل مصلحة لها مكاتب.

ومن خلال الإستبيان الذي أجريناه توصلنا إلى أن للعلاقات العامة دور في تفعيل الإدارة الإلكترونية بالمديرية، كما تبين لنا بأن هناك تطور متدرج لتوظيف التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال في حين تسعى المديرية لمواكبة جل التطورات الحاصلة في المجال الرقمي من أجل تحسين خدماتها لكسب ثقة الجماهير وتقديم أحسن وأجود الخدمات لهم.

الخاتمة

الخاتمة

-بناء على الجانب النظري والميداني للدراسة الموسومة بعنوان " دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية" وتحليل متغيرات الدراسة، تم التعرف على كل من العلاقات العامة والإدارة الإلكترونية بمديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم، وأهم التطورات التي شهدتها العلاقات العامة من خلال توظيفها للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، فمن هذه الدراسة اتضح لنا بأن للعلاقات العامة دورا كبيرا في تفعيل الإدارة الإلكترونية بالمديرية من خلال إستخدام هذه التكنولوجيات وكذلك الموظفين بالمصلحة لديهم وعي ونظام في استخدام أنشطة العلاقات العامة والأنشطة الأخرى الموظفة بالمديرية كما بينت أفراد العينة أن المديرية تعتمد على العلاقات العامة في تدعيم أعمال الإدارة الإلكترونية حيث تسعى المديرية على تحسين خدماتها حيث أن الإدارة الإلكترونية أسلوب اداري متطور في تقديم الخدمات للمواطن من أجل اختصار الإجراءات الروتينية التي يعاني منها المواطنين كونها تأخذ الكثير من الوقت والجهد فالإدارة الإلكترونية توفر المعلومات بطريقة بسيطة للاستفادة من التقدم التكنولوجي والرقمي الراهن في العالم اليوم، فتم تغيير نمط العمل الإداري من التقليدي إلى الإلكتروني الحديث المعاصر، فقد ساهمت بشكل كبير في تحسين وتفعيل وتسهيل العمل بمديرية التقنين والشؤون العامة لولاية مستغانم.

الملاحق

الملاحق:

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية
استمارة الاستبيان

إلى موظفي المؤسسة تحية احترام وتقدير

نضع بين أيديكم استمارة استبانة تتعلق بموضوع الدراسة " دور العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية"، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة أهمية اثر العلاقات العامة في تفعيل الإدارة الإلكترونية، وذلك

استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة، ولأهمية أريكم حول موضوع

أمام الإجابة (X) الدراسة، يرجى التكرم بالإجابة على الأسئلة المرفقة وذلك عن طريق وضع العلامة

المناسبة وفي الخانة المخصصة لذلك، مع تأكيد على أن البيانات والمعلومات الواردة في استمارة الاستبانة

سوف تحاط بالسرية التامة وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام.

الطالبتين: تحت إشراف الدكتورة:

-عباسة حياة - حمداد صحبية

-بوزيد غزلان

المحور الأول: بيانات عن الموظف الذي قام بملء الاستبانة

الجنس: ذكر أنثى

العمر: من 20 إلى 30 من 30 إلى 40 من 40 إلى 50 أكثر من 50

مدة العمل بالمؤسسة:

العمر: من 02 إلى 06 سنوات من 07 إلى 11 من 40 إلى 50
من 12 إلى 16 من 17 إلى 21 أكثر من 22

المؤهل العلمي: ثانوي جامعي مهني
الوظيفة: إطار عون تحكم عون تنفيذ

المحور الثاني: العلاقات العامة في المؤسسة

رقم العبارة	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تهتم وظيفة العلاقات العامة بالعمل على تحليل وتقييم اتجاهات الرأي للجمهور وربط سياسات					
02	العلاقات العامة هي أسلوب معاملة هدفها رضا الناس بحسن المعاملة					
03	تستخدم العلاقات العامة في الممارسة لدى المؤسسات و الأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية ، صناعية أو غيرها					
04	هناك جمعية العلاقات العامة الدولية والتي تهتم بممارسات وظيفة العلاقات العامة وتنظمها في معايير					
05	تهدف العلاقات العامة فيما يخص العاملين في المؤسسة إلى الاهتمام بشؤونهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية					
06	يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية في جميع تصرفاتهم					
07	تقدم العلاقات العامة على نشر الوعي بين الجماهير					

					وتوجيه ال أري العام من أجل التعاون لتحقيق المصالح العامة للمجتمع
					08 يهتم المكلفين بالعلاقات العامة بصفة خاصة بالقيام بكل واجباتهم وتحسين أدائهم لخلق جو من الثقة واحترام الجمهور الواسع
					09 وجب على أخصائيي العلاقات العامة أن يكونوا على د راية تامة وشاملة تستوجب فهم كبير لخصائصها و أساليبها
					10 تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد التقرير النهائي عن الاجتماع والذي يضم النتائج التي توصل إليها المجتمعون
					11 تقوم إدارة العلاقات العامة بنشر وإعلان تلك النتائج ليتمكن جمهور المؤسسة من الإطلاع عليها
					12 الدعوى هي نوع آخر من الأحداث الخاصة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة وتقدمها بأشكال مختلفة حسب التوقيت والظروف

المحور الثالث: الإدارة الالكترونية

رقم العبارة	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دور مهما في تطوير عمليات المؤسسات					
02	الإدارة الإلكترونية هي قدرة المنظمة على تبادل المعلومات وتقديم الخدمات فيما بينها وبين قطاعات الأعمال بسرعة ودقة عالية، وبأقل تكلفة عبر شبكة الإنترنت					
03	يركز عند استخدام الإدارة الالكترونية توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة					

					04	جوهر عمل الإدارة الإلكترونية يرتكز على فكرة تحقيق التعاضد البيوي بين عناصر عتاد الحاسوب، والبرامج، وشبكات الاتصال
					05	يعتمد التخطيط الإلكتروني على تبسيط نظم وإجراءات العمل التي تتسم في ظل الإدارة التقليدية بالتعقيد الشديد
					06	التنظيم الإلكتروني هو الإطار المرن لتوزيع واسع السلطة والمهام والعلاقات الشبكية الأفقية التي تحقق التنسيق الأنّي
					07	الإدارة الإلكترونية تجعل من القائد دائما يقظ وحذر ومتفطن لكل ما يحيط به، وما يحدث من تغيرات وتطورات سريعة ومتلاحقة
					08	الرقابة القائمة على المدخلات أو العمليات أو الأنشطة الإلكترونية تمنح التأكيد المتزايد على النتائج فهي إذن أقرب إلى الرقابة بالنتائج
					09	توافر الوسائل الإلكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات التي تقدمها الإدارة الإلكترونية والتي نستطيع بواسطتها التواصل معها

المحور الرابع: مدى تفعيل العلاقات العامة في الإدارة الإلكترونية

رقم العبارة	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	هل قامت المؤسسة بتدريس القائمين على العلاقات العامة في مجال الإدارة الإلكترونية؟					
02	هل قامت المؤسسة بتدريس القائمين على العلاقات العامة في مجال الإدارة الإلكترونية؟					
03	هل تستخدم إدارتك الأجهزة المعلوماتية؟					
04	هل يستعين قسم العلاقات العامة بالأجهزة المعلوماتية في وظيفتها الإدارية؟					

					هل توفر إدارة مؤسستكم المعلومات لقسم العلاقات العامة؟	05
					هل البرامج المستخدمة تلائم العمل الإداري في مؤسستكم؟	06
					هل البرمجيات والأجهزة المعلوماتية تساهم في خدمة العلاقات العامة	07
					هل تساهم نظم المعلومات المستخدمة من قبل العلاقات العامة في فعالية وظائفه؟	08

وشكرا







مقر الولاية



قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

- ابراهيم امام؛ العلاقات العامة؛ دط؛ دار الكتب للطباعة والنشر العراق 1998.
- ابراهيم امام؛ فن العلاقات العامة؛ المبادئ و التطبيق الدار الحامعية؛ بيروت؛ 1988
- احمد بن مرسلي؛ مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال؛ ديوان المطبوعات الجامعية؛ دط؛ الجزائر؛ 2003
- احمد بن مرسلي، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال ط1، دار الورسم للنشر و التوزيع، 2013.
- أحمد شفيق السكري؛ قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية؛ دار المعرفة الجامعية؛ القاهرة. 2000
- احمد محمد المصري؛ الإدارة الحديثة؛ الاتصالات-المعلومات-القرارات)؛ دط؛ مؤسسة شباب الجامعه؛ مصر؛ 2000.
- بن جراد عبد الرحمان؛ مهداوي عبد القادر؛ تاريخ الإدارة الإلكترونية؛ الساوره للدراسات الإنسانية و الاجتماعية؛ العدد 08؛ ديسمبر؛ جامعة احمد دراية ادرار.
- حسن عبد الحميد؛ أحمد رشوان: العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع؛ المكتبة الجامعي الحديث؛ مصر؛ 1993
- حمد المعني والآخرين؛ قضايا إدارية معاصرة؛ دار النشر والتوزيع؛ عمان الاردن؛ ط1؛ 2011.
- رشيد زرواتي؛ تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية؛ جامعة محمد بوضياف؛ ميلة؛ الجزائر؛ 2002.
- سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، دط، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2005
- شدران علي شيبية؛ العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق؛ دط؛ دار المعرفة الجامعية؛ لبنان؛ 2005.
- عبد الرحمن بدوي؛ مناهج البحث؛ ط3؛ وكالة المطبوعات؛ الكويت 1977
- عبد الله البستاتي؛ معجم مطول (بيروت مكتبة لبنان) 1992.
- عبد الله محمد عبد الرحمن؛ محمد علي البدوي؛ مناهج وطرق البحث الاجتماعي؛ دار المعرفة الجامعية؛ القاهرة؛ 2002.
- علاء محمد السالمي، الإدارة الإلكترونية؛ دار وقل للنشر والتوزيع؛ عمان؛ الاردن؛ 2008.
- علي عوجة: الأسس العلمية للعلاقات العامة؛ عالم الكتب القاهرة: 1988
- ليلي محمد حسني مفاهيم و رؤى في الإدارة و القيادة التربوية بين الأصالة و الحداثة ط1؛ دار الجندرية؛ 2013.
- محفوظ احمد جوية؛ إدارة العلاقات العامة؛ مفاهيم و ممارسات؛ مؤسسة وهران للنشر والتوزيع؛ الاردن
- محمد الجوهرى؛ علم الاجتماع الإعلامي؛ ط1؛ دار القاهرة؛ مصر؛ 2001
- محمد علي السطي؛ السلوك التنظيمي؛ دار غريب للطباعة والنشر و التوزيع؛ القاهرة؛ 2007

محمد علي شمس الدين؛ اسماعيل محمد الفقي؛ السلوك الإداري؛ مدخل نفس اجتماعي الإدارة التربوية؛ دار الفكر للنشر و التوزيع؛ عمان 2007
محمد نور صالح الجداية؛ سناء جودت؛ خلف التجارة الإلكترونية؛ دار الحامد للنشر والتوزيع؛ عمان؛ الاردن؛ ط 1؛ 2009.
محمود حسين الوادي؛ بلال محمود الوادي المعرفة والآثار الإلكترونية؛ دار صفاء للنشر و التوزيع عمان الاردن -2011-16
محمود محمد الجوهري؛ العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام مكتبة الانجلو المصرية 1968
محمود محمد الجوهري؛ العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام؛ مكتبة الانجلو المصرية؛ القاهرة؛ 1968.
محي الدين مختار، دراسات الإعلام والاتصال، ط 1، دار المعرفة للطباعة، 1993.
مروان بدر السمعيات؛ علي الزعبي؛ إدارة العلاقات العامة مدخل صناعة العلاقات العامة؛ دار اليازوري العلمية؛ ط 1؛ 2020.
مصطفى يوسف كافي؛ الإدارة الإلكترونية في ضوء الثورة العلمية التكنولوجية المعاصرة؛ ط 1؛ دار رسلان؛ سوريا؛ 2009.
مصطفى يوسف كافي؛ الإثارة الإلكترونية؛ دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع؛ سوريا؛ دمشق؛ 2012

المعاجم:

إبراهيم مجدي عزيز؛ موسوعة المعارف التربوية؛ القاهرة؛ 2006
موسى اللوزي؛ اسس العلاقات العامة (مفاهيم وأسس) ط 1؛ زمزم ناشرون وموزعون؛ الاردن؛ عمان) 2001.
موسى عبد الناصر؛ محمد قريشي؛ مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات؛ التعليم العلي (دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا؛ جامعة بسكرة)؛ مجلت الباحث؛ العدد 09؛ جامعة ورقلة؛ الجزائر؛ 2011.
ميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، ط 1، دار وائل، الأردن-عمان 2013.
وليد خلف الله دياب؛ اخلاقيات ممارسة العلاقات العامة؛ ط 1؛ دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع؛ عمان؛ 2014.
وليد خلف الله دياب؛ اخلاقيات ممارسة العلاقات العامة؛ ط 1؛ دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع؛ عمان؛ 2014؛

المجلات:

فريجة محمد هشام ضرورة التعامل بأسلوب للإدارة بالأهداف كأداة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الخارجي، جامعة محمد بضياف، مسيلة - الجزائر، العدد 28-2016.
مها وليد علي الفاضل: الإدارة الإلكترونية و المكتبات ومراكز مصادر المعلومات سهلة؛ رسالة للمكتبة؛ المجلة السابع والاربعون؛ العدد الثاني؛ الاردن؛ 2012
الأطروحات:

- احمد راضي السوداني: دور العلاقات العامة في وزارة النفط العراقية في معالجة أزمة

- الخدمات ؛رسالة ماجستير في الاعلام و الاتصال ؛الاكاديمية العربية في الدنمارك 2014
- العقي الأزهر: القيم الاجتماعية والثقافية المحلية وأثرها على سلوك التنظيمي للعاملين _اطروحة دكتوراه غير منشورة؛قسم العلوم الاجتماعية ؛جامعة قسنطينة ؛2008.
 - بضيف عاطف فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية ؛رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة؛جامعة منثوري قسنطينة 2010_2019.
 - بوزكري الجيلالي؛الإدارة الإلكترونية ؛في المؤسسات الجزائرية ؛واقع وآفاق أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال الجزائر؛03-2016-2015.
 - حاج احمد كريمة؛ العلاقات العامة داخل المؤسسة ؛رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ؛تخصص علوم الإعلام والاتصال جامعة وهران السانية؛ مدرسة الدكتوراه للعلوم الاجتماعية و الإنسانية ؛2020؛2019.
 - كموش مراد ؛العلاقات العامة وإدارة أزمة رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ؛جامعة يوسف بن خدة؛الجزائر؛2007-2008.
 - عبد الرحمن القرني، تطبيقات الإدارة الإلكترونية في الأجهزة الأمنية، رسالة ماجستير،كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم.
 - عبان عبد القادر، تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة دكتوراه، علم الاجتماع، إدارة أعمال،2016

مواقع إلكترونية:

[HTTPS://cteuniv-Setif2.dz/modle/mod/Book/tool/Print/index.Pliod_65598.](https://cteuniv-Setif2.dz/modle/mod/Book/tool/Print/index.Pliod_65598)

Scott cultip et H.MIn.center effectué Public

Https ;//ar/wiki [feghi.in](https://ar/wiki/feghi.in).