

قابلة للإيداع في المكتبة  
يوم 22 جوان 2023  
أبو علي



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم إنسانية



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

تخصص ماستر 2 اتصال وعلاقات العامة

شعبة علوم الإعلام والاتصال

بعنوان:

دور الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عمومية

دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية مستغانم.

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل م د)الطور الثاني في علوم اعلام واتصال



اعداد: الطالبتين:

قادة دنون سعدية

كروب أية

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا: صفاح أمال

مقررا ومشرفا: بن علي مليكة

مناقشا: لحياني فاطمة

السنة الجامعية 2023/2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم إنسانية



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

تخصص ماستر 2 اتصال وعلاقات العامة

شعبة علوم الإعلام والاتصال

بعنوان:

دور الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عمومية

دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية مستغانم.

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل م د)الطور الثاني في علوم اعلام واتصال

المشرفة:

د. بن علي مليكة

اعداد: الطالبين:

قادة دنون سعدية

كروب أية

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا: صفاح أمال

مقررا ومشرفا: بن علي مليكة

مناقشا: لحياني فاطمة

السنة الجامعية 2023/2022

# الشكر والعرفان

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في اتمام هذا البحث العلمي والذي اعاننا بالصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا، اما بعد

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى الاستاذة المشرفة بن علي مليكة علي كل ما قدمته لنا من توجيهات ومعلومات قيمة وساهمت في اثراء موضع دراستنا في جوانبها المختلفة، دون نسيان الأستاذ المؤطر في مؤسسة الحماية المدنية المكلف بالإعلام محمدي منصور.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأساتذة شعبة علوم الاعلام والاتصال على كل المجهودات والمعلومات الجوهرية التي قدموها لنا.

شكرا لكم جميعا.

قادة دنون سعدية

كروب أية.

## اهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وقفنا لثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة  
الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة الى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا  
لدربي

لكل العائلة الكريمة عائلة قادة دنون من كبيرها الى صغيرها وعائلة كروب من كبيره الى  
صغيرها الذين ساندونا ولا يزالوا والى رفيقات المشوار اللاتي قاسمنا لحظاتهم رعاهم  
الله ووفقهم :حواش نور كريمان، وحرثي عائشة، والى قسم اتصال وعلاقات العامة  
وجميع دفعة 2023م.والى استاذاتنا الفاضلة التي رافقتنا في مشوارنا الدراسي والتي  
أشرفت على تأطيرنا لمذكرتنا أستاذة بن علي مليكة.

جامعة عبد الحميد ابن باديس، ولاية مستغانم.

الى كل من كان لهم أثر على حياتنا، والى كل من أحبهم قلبنا ونسيهم قلمنا.

## الفهرس:

.....	فهرس الجداول
.....	فهرس الصور:
.....	ملخص الدراسة
أ.ب.....	مقدمة عامة

## الإطار المنهجي

1.....	1/الدراسة الاستطلاعية:
2.....	2/ الدراسات السابقة:
5.....	3/ التعقيب على الدراسات:
5.....	4/أسباب اختيار الموضوع:
6.....	5/أهداف الدراسة:
7.....	6/أهمية الدراسة:
8.....	7/الإشكالية:
9.....	8/ تساؤلات وفرضيات الدراسة:
9.....	9/ المنهج المستخدم في الدراسة:
10.....	10/ حدود الدراسة:
11.....	11/مجتمع البحث:
11.....	12/أدوات جمع البيانات:
12.....	13/ تحديد المفاهيم والمصطلحات:
15.....	14/ الخلفية النظرية:

## الفصل الأول: الإعلام الإلكتروني

19.....	تمهيد
20.....	أولاً:التعريف بوسائل الإعلام
22.....	ثانياً:خصائص الإعلام الإلكتروني:
23.....	ثالثاً: إيجابيات وسلبيات الإعلام الإلكتروني:

25 ..... رابعا: وظائف الإعلام الإلكتروني : .....

27 ..... خلاصة: .....

## الفصل الثاني : الصورة الذهنية

29 ..... تمهيد: .....

30 ..... أولا: تاريخ ظهور دراسات الصورة الذهنية: .....

31 ..... ثانيا: خصائص الصورة الذهنية: .....

32 ..... ثالثا: أنواع الصورة الذهنية .....

33 ..... رابعا: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية: .....

36 ..... الخلاصة: .....

## الفصل الثالث : الإعلام الإلكتروني والصورة الذهنية

38 ..... تمهيد: .....

39 ..... أولا: تكوين الصورة الذهنية ووسائل الإعلام الإلكتروني .....

41 ..... ثانيا: صناعة الصورة الذهنية في الوسائل الإعلام .....

43 ..... ثالثا: الإعلام وتشكل الوعي والصورة الذهنية: .....

45 ..... رابعا: تأثير الإعلام الإلكتروني في الصورة الذهنية: .....

47 ..... الخلاصة: .....

## الفصل الرابع: مؤسسة الحماية المدنية

49 ..... أولا: نشأة الحماية المدنية: .....

49 ..... ثانيا: نشأة مديرية الحماية المدنية على مستوى الولاية: .....

50 ..... ثالثا: مديرية الحماية المدنية لولاية مستغانم: .....

51 ..... رابعا: مهام مصالح الحماية المدنية: .....

## الإطار التطبيقي

55 ..... تمهيد: .....

56 ..... عرض وتحليل البيانات: .....

62 ..... المحور الأول: وسائل الاعلام الإلكتروني التي تعتمد عليها المؤسسة للتعريف بنشاطها .....

68	المحور الثاني: كيفية تحسين الصورة الذهني للمؤسسة لدى جمهورها:
72	المحور الثالث: معوقات نشاط وسائل الاعلام الالكترونية في المؤسسة
76	عرض النتائج في ضوء الفرضيات:
76	عرض نتائج الفرضية الأولى
77	عرض نتائج الفرضية الثانية
77	النتائج العامة للدراسة:
68	خاتمة عامة:
75	المراجع

## فهرس الجداول

صفحة	اسم الجدول
47	جدول 01: يوضح نوع الجنس .....
48	جدول 02: يوضح المستوى التعليمي .....
49	جدول 03: يوضح الحالة .....
50	جدول 04: يوضح رتب رجال الحماية المدنية.....
51	جدول 05: يوضح الخبرة المهنية .....
53	جدول 06: يوضح اعتماد المؤسسة على وسائل الاعلام الالكتروني .....
53	جدول 07: أشكال وسائل الاعلام المعتمدة .....
54	جدول 08: أهم وسائل الكترونية مستعملة في مؤسسة الحماية المدنية .....
55	جدول 09: يوضح ضرورة وجود الوسائل الإعلامية .....
56	جدول 10: يوضح فيما تتمثل هذه الوسائل .....
56	جدول 11: يوضح مساهمة وسائل الاعلام في خلق مبادرة في العمل وتفعيل الخدمات .....
57	جدول 12: إضافات التي قدمتها وسائل الاعلام الجديد في المؤسسة .....
58	جدول 13: يوضح الأساليب المستخدمة في بناء صورة حسنة للمؤسسة .....
59	جدول 14: عوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة .....
60	جدول 15: وظائف التي تقوم بها المؤسسة في تحسين صورتها.....
61	جدول 16: يوضح وجود مختصين في مجال الاعلام.....
61	جدول 17: مساهمة الاعلام الالكتروني في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة.....
62	جدول 18: يوضح معوقات التي تواجهها المؤسسة أثناء استعمالها لمواقع التواصل الاجتماعي.....
63	جدول 19: يوضح تأثير وسائل الاعلام سلبا على الصورة الذهنية المشكلة عن الحماية المدنية.....
63	جدول 20: يوضح طبيعة المشاكل التي تواجهها مؤسسة الحماية المدنية.....
64	جدول 21: العلاقة بين الاعلام الالكتروني والصورة الذهنية.....
65	جدول 22: أهمية الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.....



## فهرس الصور:

صفحة	اسم الصورة
48	صورة01: دائرة نسبية تمثل الجنس.....
49	صورة02: مخطط أعمدة يمثل المستوى التعليمي.....
50	صورة03: دائرة نسبية تمثل الحالة الإجتماعية.....
51	صورة04: مخطط أعمدة يمثل الوظيفة.....

## ملخص الدراسة

تطرت دراستنا إلى موضوع دور الإعلام الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية أو ما يطلق عليه بالإعلام الجديد، فهدفت دراستنا إلى معرفة مدى استخدام أعوان مؤسسة الحماية المدنية لولاية مستغانم لهذه وسائل وعن الإشاعات التي تحققها من خلالها من اجل إعطاء صورة حسنة لمؤسستهم، بحيث استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي وكذلك استخدمنا أدوات جمع البيانات من بينها استمارة الاستبيان وتطرت دراستنا على العينة العشوائية والتي تمثلت في عينة البالغ عددها 80عون.

فحاولنا من خلال الفصل الأول التعرف على الإعلام الإلكتروني واهم الخصائص التي يتميز بها واهم وسائله، والذي ينال أهمية كبيرة وأصبح بديلا للإعلام التقليدي، بحيث تطرقنا في الفصل الثاني الى الصورة الذهنية في المؤسسة والتي تعتبر عامل مهم في تحسين أو تقديم صورة ايجابية لجذب أكبر عدد من الجمهور.

أما في الأخير ربطنا العلاقة ما بين وسائل الإعلام الإلكتروني والصورة الذهنية بهدف ترويج نشاطات المؤسسة عبر وسائل الإعلام الإلكتروني ومن خلاله القدرة على بناء صورة جيدة لمؤسسة الحماية المدنية.

### الكلمات المفتاحية:

الإعلام الإلكتروني-الصورة الذهنية-الحماية المدنية.

## **Study summary:**

Our study went to the topic of the role of electronic media in improving the mental image or what is called the new media, and it was demolished. Our study aimed to find out the extent to which the employees of the Civil Protection Corporation of the state of Mostaganem used these means and the rumors they achieved from.

They left it in order to give a good picture of their diamonds, as we used in this study the descriptive method, as well as we used collection tools.

The data, including the questionnaire, and our study was carried out on the random sample, which consisted of a sample of 80 dependents.

We tried, through the first chapter, to identify the electronic media and the most important characteristics that distinguish it and its most important means.

It is of great importance and has become an alternative to traditional media.

In the second chapter, we touched on the mental image in the institution, which obscures the

Tasks in improving or presenting the public image to attract the largest number of audience.

In the end, we linked the relationship between the electronic media and the mental image in order to promote the activities of the institution through the means.

Electronic media, and through it, the ability to build a good image of the civil protection institution.

## **key words:**

Electronic media – mental image – civil protect.

### مقدمة عامة

شكل عصر انفتاح الفضاء الالكتروني على النقل الحر للمعلومة في العالم، بروز شكل جديد من أشكال الإعلام، وهو الإعلام الالكتروني الذي استفادة من ثورة عالم الانترنت لتكون وسيلة مناسبة لنقل الرسالة إلى الجمهور الواسع، وشكل التطور المتواصل في عالم البرمجيات المستخدمة من إكساب هذا النوع الجديد من الإعلام بعدا تفاعليا مع الجمهور، ربما غاب في وسائل الإعلام التقليدية. وذلك إن هذا النوع من الإعلام يستخدم الصور والصور المتحركة والأشكال بطريقة تجعل القارئ يتفاعل بشكل أكبر مع الموضوع. فمع تطور وسائل الإعلام الالكترونية أصبحنا اليوم نعيش ثورة من التغيرات العلمية بشكل متسارع ومذهل لان عصرنا اليوم يتصف بأنه عصر تقني متسارع ومتطور.

ويعد الإعلام الالكتروني بأنه نوع جديد من الإعلام ينشط في فضاء افتراضي ويستخدم الوسائط الالكترونية كأدوات له تديرها مؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة.

فأصبحت كل المؤسسات في وقتنا الحالي تسعى إلى استخدام وسائل الإعلام الالكترونية وذلك من اجل ترويج نشاطاتها وبناء صورة حسنة عنها لجذب أكبر عدد من الجمهور، وكسب ثقتهم ووفائهم. ومن هنا بدأ تزايد الاهتمام بالصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للمؤسسات، وذلك نظرا لدورها الفعال التي تؤديه من اجل بقائها واستمرارها عن طريق الإعلام الجديد ووسائلها.

أ  
وبصدد هذا تطرقنا في مذكرتنا هذه إلى المقدمة شرح ما تتضمنه دراستنا، بدءا بالجانب المنهجي، حيث تضمن إشكالية البحث أو مشكلة الدراسة وكذلك التساؤلات الفرعية، وأيضا أهمية الدراسة وتحديد المفاهيم المشكلة لعنوان الدراسة وكذا المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي والدراسات السابقة التي عاجلت الموضوع. فتطرقنا

## مقدمة عامة

في الإطار النظري إلى أربعة فصول وكل فصل يحتوي على أربع مباحث. ففي الفصل الأول خصصناه للإعلام

الالكتروني، حيث شمل

التعريف بوسائل الإعلام وخصائصه وكذا ايجابيات وسلبيات الإعلام الالكتروني وفي الخير وظائفه.

أما الفصل الثاني فيتعلق بالصورة الذهنية، حيث اشتمل على تاريخ ظهور دراستها وخصائصها أيضا وكذلك تطرقنا

إلى أنواعها وعوامل المؤثرة في تشكيلها.

أما الفصل الثالث ربطنا العلاقة بين الإعلام الالكتروني والصورة الذهنية من خلال كيفية تكوين والتأثير بينهما.

وفي الفصل الأخير تعرفنا على مؤسسة الحماية المدنية بصفة عامة وحماية المدنية لولاية مستغانم بصفة خاصة بحيث

تطرقنا إلى نشأتها والى الهيكل التنظيم لها واهم مهام مصالحها.

أما في الإطار الميداني التطبيقي يتعلق بتفريغ البيانات وتحليلها وتسجيل النتائج المتوصل إليها.

وأخيرا خاتمة البحث التي هي عبارة عن إجابة للأسئلة المطروحة، وكذلك الملاحق التي تدعم الدراسة والمراجع.

## 1/ الدراسة الاستطلاعية:

أجريت الدراسة بتاريخ 23/02/15 بمؤسسة عمومية الحماية المدنية لولاية مستغانم بوسط المدينة بشارع بن يحيى بلقاسم والتي كانت مدة تريض فيها 15 يوما بحيث قمنا بطرح أسئلة أولية على موظفين الحماية المدنية عن موضوع دراستنا، بحيث توصلنا إلى النتائج التالية:

إن أهم الوسائل الإعلام الإلكتروني استخداما هي الفاسبوك

Fecbook، الوات ساب Whatsapp، والبريد الإلكتروني Gmail.

إن الفايسبوك fecbook يساهم كثيرا في ترويج وتحسين صورة الذهنية للحماية المدنية لدى جمهورها خاصة، وبصفة عامة إن الإعلام الإلكتروني يساهم في تحسين صورة الحماية المدنية.

تستخدم الحماية المدنية الإعلانات الإلكترونية لترويج نشاطها. رغم من إيجابيات الإعلام الإلكتروني في تحسين صورة الذهنية لحماية المدنية إلا أنها تواجه صعوبات كثيرة أثناء استعمال المواقع التواصل الاجتماعي في مجالها الإداري من حيث انقطاع المتكرر للإنترنت وصعوبة التصفح الموقع.

### 2/ الدراسات السابقة:

تحتل الدراسات السابقة اليوم دورا هاما في إنجاز الدراسات العملية وهذا بسبب أن البحث العلمي تراكمي، وهذا يعني أن الباحث مطالب بان يبدأ دراسته من حيث انتهى الباحثون الآخرون أي لابد من اطلاع على دراسات التي أنجزها غيره، لان الدراسات السابقة تعتبر أرضية صلبة في إنجاز الدراسات الجارية، من حيث تدعيم الدراسات الحالية بالمقارنة تارة وبتأكيد النتائج أو فحصها تارة أخرى، وكذلك التعرف على الفروق الموجودة بين الدراسات السابقة وبين الدراسة الحالية.

وقد اعتمدنا في دراستنا على الدراسات السابقة التالية:

#### أ-الدراسات الوطنية:

-دراسة شويب اليمين 2016، بعنوان الاعلام الالكتروني ودوره في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، في اطار نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص علاقات العامة. انطلقت هذه الدراسة من اشكالية هل اعتماد المؤسسة على وسائل الاعلام الالكتروني يساهم في تحسين صورتها الذهنية ؟

حيث اندرجت مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- كيف تساهم الانترنت للمؤسسة في تحسين الصورة الذهنية ؟
- كيف تساهم خدمات الهاتف النقال للمؤسسة في تحسين صورتها الذهنية ؟
- كيف تساهم لوحات الاعلان الالكتروني في تحسين صورة المؤسسة؟

تم استخدام الدراسة الوصفية التحليلية التي تعتمد على المنهج الوصفي، وقد اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من الأدوات منها: الملاحظة، المقابلة والاستمارة وتوصلت هذه الدراسة الى اهم النتائج منها:

تتسم المعلومات الالكترونية بجودة عالية في ظل توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

يوفر الاعلام الالكتروني معلومات في الوقت المناسب مما يؤدي الى زيادة هذه المعلومات اهميتها لمستخدمي وسائل الاعلام والاتصال.

-دراسة لقصير رزيقة، 2006 بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية بمؤسسة الاملاح بقسنطينة، في اطار نيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع. وانطلقت هذه الدراسة من اشكالية كيف تحاو ل المؤسسة التعريف بنفسها ومحأولة كسب ثقة وتقدير جمهورها الخارجي؟

بحيث اندرجت عن هذا الاشكال تساؤلات فرعية منها:

- هل تحظى مؤسسة الاملاح بمعرفة واسعة في أو ساط اغلب جماهيرها؟
- هل تحظى مؤسسة بثقة الجمهور الخارجي؟
- هل تركز المؤسسة في علاقتها العامة على الوسائل المطبوعة؟

وفي هذه الدراسة تم استخدام الدراسة الوصفية والتحليلية، واستخدمت المنهج المسح

لاجتماعي، وتم اختيار طريقة استقصاء كاداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بهذه الدراسة، وتوصلت الى نتائج

التالية:



-يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الاملاح بقشنتينية لدى جمهورها.

-تفتقد مؤسسة الاملاح بقشنتينية الى ثقة جمهورها الخارجي.

### ب-الدراسات العربية:

دراسة يزن اكرم النوافل 2020، بعنوان دور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة،

دراسة ميدنية شركة الحكمة الاردنية للادوية نموذجاً، في اطار نيل شهادة الماجيستر في الاعلام والعلاقات العامة،

بجامعة الشرق الأوسط. وانطلقت هذه الدراسة من اشكالية استكشاف مدى فاعلية دور العلاقات العامة في

تشكيل الصورة الذهنية للشركات الدوائية لدى الجمهور لـ الخارجي الصيادلة؟

وقد تفرعت عدة تساؤلات منها:

- ما الية التعامل مع شركة الحكمة الاردنية للادوية؟
- ما العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للشركات لدى جمهورها الخارجي وشركة الحكمة الاردنية للادوية نموذجاً؟

- ما ابرز المعوقات التي يواجهها الجمهور الخارجي من خلال الوسائل الاتصالية المستخدمة من قبل الشركة؟

وفي هذه الدراسة تم استخدام المنهج البحثي الوصفي، لاستعراض اهم الادبيات ذات علاقة بموضوع الدراسة،

واعتمدت الدراسة على العينة العشوائية البسيطة. وتوصلت الى النتائج التالية:

-ان اكثر الوسائل التي تستخدمها شركة الحكمة الاردنية في تواصلها مع الصيادلة، كانت مواقع التواصل

الاجتماعي، محاضرات، ندوات. . . الخ.

-ان العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية عن الشركة من وجهة نظر الصيادلة، قد حصلت على درجات متوسطة.

### 3/ التعقيب على الدراسات:

-أوجه التشابه: اتفقت دراسة الحالية مع الدراسات السابقة في هدف واحد وهو بناء وتحسين صورة المؤسسة، مثل دراسة شويب اليمين 2016، التي تنأوت موضوع الاعلام الالكتروني ودورها في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة، حيث اجريت هذه الدراسة في مؤسسة أوريدوبجيجل، ودراسة لقصير رزيقة 2006، التي تنأوت دراستها حول تحسين صورة المؤسسات الاقتصادية بقسنطينة، ودراسة يزن اكرم النوافل 2020 باردن، تنأوت مؤسسة خاصة للادوية الصيادلة بحيث تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسة الاخيرة في العينة، بحيث اعتمدت الدراستين على العينة العشوائية البسيطة.

### -أوجه الاختلاف:

اختلفت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث العينة، بحيث استخدمت الدراسة الأولى العينة العرضية عكس عينة الدراسة الحالية، وكذلك الدراسة الثانية استخدمت العينة المنتظمة، اختلفت الدراسة السابقة من حيث ادوات جمع البيانات، بحيث اغلبة الدراسة استعملت تقريبا جميع ادوات جمع البيانات، عكس الدراسة الحالية التي استعملت اداة جمع البيانات وهي الاستمارة والملاحظة.

### 4/أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر مسألة اختيار الموضوع بالنسبة للباحث أمر صعب تقف وراء اختياره لموضوع الدراسة عدة أسباب تدفعه للاهتمام بالموضوع، من حيث قيمته العلمية، وكذا حداثة الموضوع وصلاحيته للبحث فيه، ومن أهم هذه الأسباب نذكر ما يلي:

- الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع وصلته بالتخصصي الجامعي الاتصال والعلاقات العامة.

- التعرف على مكانة استخدام الإعلام الإلكتروني في الحماية المدنية لولاية مستغانم.

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث نظريا وتطبيقيا.

- موضوع جديد ذو أهمية كبيرة.

- لجأ إليه الكثير من الناس لأنه يوفر الوقت والجهد.

- ذو قيمة علمية وعملية.

- أصبحت أغلب المؤسسات تستخدمه لي جذب أكبر عدد من الجمهور.

### 5/أهداف الدراسة:

تسعى كل دراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال دراستنا إلى:

- معرفة مدى اهتمام الحماية المدنية بالإعلام الإلكتروني.

- الكشف عن نوعية الإعلام الإلكتروني المستخدم وإلى أي مدى يساهم في تحسين صورتها.

- اكتساب خبرة عن كيفية إجراء البحوث الميدانية.

- تقديم خلفية وحالة عملية حول مفهوم الإعلام الإلكتروني ومفهوميك للصورة الذهنية للمؤسسات.

### 6/أهمية الدراسة:

في ظل التزايد المستمر لمستخدمي الانترنت أصبح الإعلام الالكتروني جزءا جوهريا في البيئة التسويقية التنافسية بين المؤسسات وهذا ما دفع بالعديد منها إلى إعادة النظر في دوره، فكان لابد من الاعتماد على الإعلام الالكتروني في معرفة صورتها الذهنية لدى جماهيرها والاهتمام بهم والاتصال الدائم معهم من اجل معرفة حاجياتهم ومتطلباتهم اللامحدودة والمتغيرة باستمرار ما يحقق للمؤسسة صورة ذهنية لها وتنميتها بين أفراد المجتمع ومن هنا تأتي أهمية الدراسة من خلال:

- فهم طبيعة العلاقة بين الإعلام الالكتروني والصورة الذهنية.

-اعتماد المؤسسات العمومية على الإعلام الالكتروني لدورها المهم في تكوين الصورة الذهنية والجيدة لها وتحسينها وبذلك تحقق الأهداف.

-تحسين الصورة الذهنية في نجاح واستمرارية هذه المؤسسات.

### 7/الإشكالية:

اهتمت المجتمعات والشركات بالصورة الذهنية واهتمامهم بها نظرا للتنمية الفعالة التي تؤديها في تشكيل انطباعات الذاتية، وكسب الآراء، وخلق السلوك الايجابي للجمهور اتجاه مؤسسات أو الشركات، وأصبح تكوين الصورة الذهنية الحسنة أو الطيبة أساسا تسعى إليه معظم المؤسسات، التي تريد تطور ونجاح خدماتها ومؤسساتها. وقد وعت المؤسسات إلى أهمية قياس الصورة الذهنية المتكونة في أذهان جماهيرها، لكي تستطيع أن تبني الخطط والاستراتيجيات التي تعني بتحسين الانطباعات والمعارف الذهنية، وبالتالي خلق بيئة ملائمة لتحقيق نشاطات وأهداف المؤسسة المختلفة بكافة مجالاتها الإدارية والتسويقية والمالية وكذلك الإعلامية.

وفي هذا العصر يتزايد دور أو أهمية الإعلام الالكتروني في صياغة الحاضر وتشكيل المستقبل في تحسين صورة المؤسسة، كما أنها تتطلب أساسي في شتى مجالات الحياة، إذ لا بد أن تشهد الأوساط المؤسسات محليا وعربيا وعالميا، اهتماما متزايد في الإعلام الالكتروني نحو تطوير واقع المؤسسات العمومية، وينبغي التعامل معها كمصدر للإنتاج وأداة تساهم بفاعلية في تحقيق أهداف المؤسسة، وتحسين صورتها لدى جمهورها.

وهذه التحولات أدت إلى اشتداد المنافسة، حيث كان لها تأثير مباشر على أنماط التسيير من طرف المؤسسات ونوعية الخدمات، إضافة إلى طريقة التواصل المؤسسة مع مختلف الجماهير، وبروز دراسات وتوجهات جديدة حول كيفية توظيف متغيرات المحيط في صالحها، ومؤسسات ملزمة بالتكيف مع متطلبات العصر التي تنتج ديناميكيتها للتغير بشكل سريع والحفاظ على نجاحها وتطورها ومن الضرورة تخصيص لها استراتيجية ضمن استراتيجيات العامة للمؤسسة، بحيث يجب على مديري المؤسسات اليوم الاهتمام بعصر الإعلام والتكنولوجيا، وكذلك باهتمام كيفية تحسين صورة المؤسسة العمومية، وبرسم صورة جيدة في أذهان الجمهور الخارجي ومعاملته معها من خلال الإعلام

الالكتروني، فمن خلال دراستنا لهذه المؤسسات العمومية ومدى استخدامها للإعلام الالكتروني في تحسين صورتها. ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

- ما هو دور الإعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لحماية المدنية؟
- ومن خلال هذا التساؤل الجوهرى تعرضنا إلى التساؤلات فرعية:
- ما العلاقة بين الإعلام الالكتروني ومؤسسة الحماية المدنية؟
- هل اعتماد المؤسسة العمومية على الإعلام الالكتروني يساهم في تحسين صورتها الذهنية؟
- هل الإعلانات الالكترونية تساعد في ترويج نشاطات مؤسسة الحماية المدنية؟
- كيف يساهم الفاسبوك في تحسين صورة مؤسسة الحماية المدنية؟
- ما هي الصعوبات التي تواجه المؤسسة أثناء استعمالها للإعلام الالكتروني في مجالها الإداري؟

### 8/فرضيات الدراسة:

اعتماد المؤسسة العمومية على الإعلام الالكتروني يساهم في تحسين صورتها الذهنية.  
الفاسبوك والإعلانات الالكترونية تساهم في ترويج نشاطات الحماية المدنية وتحسن صورتها.

### / المنهج المستخدم في الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على:

-المنهج الوصفي، والذي يعرف على انه:

هو المنهج العلمي الذي يقوم أساسا على وصف الظاهرة أو موضوع محل البحث والدراسة، على أن تكون عملية الوصف تعني بالضرورة تتبع هذا الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفصيله والتعبير عنها تعبيرا كيميا. وذلك عن طريق الإعداد والتقدير والدرجات التي تعبر عن وضع الظاهرة وخلافاتها بغيرها من الظواهر<sup>1</sup>. ويعرف أيضا بأنه: هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع اطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث.

### 10/ حدود الدراسة:

**الحدود الزمنية:** بدأت هذه الدراسة من أواخر شهر جانفي إلى أواخر شهر مارس، وهذه المدة تم جمع المعلومات التي لها علاقة مع موضوع الدراسة وزيارات الاستطلاعية التي دامت حوالي أسبوع. كما تم توزيع الاستمارات على عينة من أعوان الحماية المدنية التي دامت أربعة أيام.

**الحدود المكانية:** أجريت دراستنا في المؤسسة العمومية الحماية المدنية لولاية مستغانم، والتي تقع في حي 5 جويلية بجانب الإذاعة الجزائرية لولاية مستغانم.

**الحدود البشرية:** تم اختيار مجتمع البحث في الحماية المدنية على عينة عشوائية بسيطة من أعوان الحماية المدنية، هذه الدراسة تطلبت جهدا طويلا ومتعبا التي تواجهه الباحث. لهذا اتخذنا عدد متوسط يمثلون المجتمع المدروس وهذا العدد يمثل عين الدراسة.

## 11/مجتمع البحث:

لكل دراسة مجتمع بحث خاص بها ويمثل مجتمع دراستنا في الجمهور الداخلي لمؤسسة الحماية المدنية لولاية مستغانم، والبالغ عدده 120 عوناً، إلى انه تم توزيع 80 استمارة عليهم.

**العينة:** تشمل العينة جمع مفردات تتوفر فيها خصائص لدراستنا كما أن العينة هي جزء من المجتمع الذي سنقوم بدراسته، فالعينة التي تناسب دراستنا هي **العينة القصدية** فهي العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة.

وقد شملت عينة الدراسة على 80 فرد من الجمهور الداخلي لموظفين بمديرية الحماية المدنية وهذا للإجابة على إشكالية دراستنا المتمثل في دور الإعلام الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الحماية المدنية.

## 12/أدوات جمع البيانات:

إن اعتمادنا بالأساس في دراستنا هذه تقوم على:

### استمارة الاستبيان:

تعتبر من أهم وأكثر أدوات جمع البيانات استخداماً في البحث العلمي، وتعرف الاستمارة على أنها وسيلة للاتصال بالمبحوثين واستفسارهم واحداً واحداً، وبشكل مماثل. تحتوي استمارة دراستنا على 27 سؤالاً بما فيها البيانات الشخصية للمبحوثين الموزعة على ثلاث محاور مع محور الذي يضم أسئلة البيانات الشخصية تحتوي على 5 أسئلة السن، الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى الدراسي، الوظيفة والاقدمية.



- المحور الأول يضم الأسئلة حول وسائل الإعلام الإلكتروني التي تعتمد عليها المؤسسة لتعرف بنشاطها.

- المحور الثاني ويضم أسئلة حول كيفية تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي.

- المحور الثالث يضم أسئلة حول معوقات وسائل الإعلام الإلكتروني، بالإضافة إلى سؤالين حول علاقة وأهمية الإعلام

الإلكتروني في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة.

### /تحديد المفاهيم والمصطلحات:

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الضرورية لنجاح أي بحث علمي، كون تصميم أي دراسة دقيقة وبعيدة عن

الغموض يفرض على الباحث تحديد المصطلحات الأساسية التي يدور حولها موضوع دراسة، وقد وردت في دراستنا

هذه مجموعة من المفاهيم يتوجب علينا توضيحها والخروج بتعريف إجرائي لها. ومن أهم هذه المفاهيم نذكر ما يلي:

#### أ-الدور:

**لغة:** يعرف الدور لغة من دار يدور دورا، أي ترك باتجاهات متعددة في مكانة<sup>1</sup>، ويعني التحرك باتجاهات عديدة

بشكل دائري، ويعرف أيضا انه كلمة مستعارة من المسرح، وأول من استعملها بهذا المعنى هو العالم نتشه، حيث

أن الفرد يمثل مجموعة من الأدوار على خشبة المسرح<sup>2</sup>، ومعناه أن المسرح يشبه التنظيم الاجتماعي وأفراده يمثلون

تلك الأدوار حسب اختلاف مراكزهم. يعرفه معجم الوسيط على أنه دار، يدور، دورانا أي طاف حول الشيء،

ويقال ذلك مداره<sup>3</sup>، وتعني توترات الحركة بغير ثبوت ولا استقرار.

<sup>1</sup> . عصمت عدلي، علم اجتماع الأمني والأمن والمجتمع، د ط دار معرفة الجامعية، مصر، 200ص 41

<sup>2</sup> .مرجع نفسه ص 15

<sup>3</sup> .معجم الوسيط، مكتبة الإسكندرية للنشر والتوزيع تركيا 2000ص31

اصطلاحاً: الدور سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين، وللدور معنى استتائكي وأخر معياري، والمعنى الاستتائكي يقصد به المعنى الذي يرتبط له مثال ارتباط دور معين يحسن معين، أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل، ويتم تحديد هذا المعنى طبقاً كما يعتقد انه الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع<sup>1</sup>. ويعني إن للدور معنيين، معنى مرتبط بالدور ومعنى مرتبط بتوقع الدور الذي يعتقد انه الوضع الصحيح.

كما يعرف الدور على انه مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة وتحتوي على مواقف وقيم وسلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل أفراد يشغل هذه المكانة.<sup>2</sup>

إجرائياً: الدور حسب دراستنا فهو دور الإعلام الإلكتروني في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة العمومية لمديرية الحماية المدنية لولاية مستغانم، أي كيفية إيصال المعلومة الكترونياً.

ب-الإعلام الإلكتروني: هو يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسه الانترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليها وسرعة إنتاجها وتطورها.

وتعرفه اللجنة العربية للإعلام بأنه الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي ألبا أو شبه إلى في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا والاتصالات كنواتل إعلامية بإمكانات في الشكل المضمون ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية.

<sup>1</sup>. عصمت عدلي، مرجع نفسه ص 15

<sup>2</sup> عصمت عدلي، مرجع السابق، ص 16

الإجرائي: الإعلام الإلكتروني هو إعلام جديد، يتم عبر طرق تكنولوجيا حديثة على رأسها الانترنت في بيئة رقمية، بحيث تستخدم مديرية الحماية المدنية وسائل الاعلام الإلكتروني لتوفير الوقت والجهد ولسهولة استعماله

### ج- الصورة الذهنية:

لغة: ينقسم مفهوم الصورة الذهنية إلى مفردين الصورة/الذهنية. فالصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء وهي تعني أيضا الصور بكسر الصاد في الصور جمع الصورة، وصوره تصويرا فتصور، وتصوير الشيء توهمته صورته فتصور لي<sup>1</sup>.

أما مفرد الذهنية فإنها تشير إلى الذهن، والذهن هو العقل<sup>2</sup>، كذلك هي الفطنة والحفظ<sup>3</sup>. وفي إطار ما تقدم فإن الجمع بين مردي الصورة الذهنية يقود إلى إنشاء المصطلح الصورة الذهنية الذي هو لغة عرفها القاموس ويستتر في طبعته الثانية على أنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، هي أيضا استرجاع لما احتزنته الذاكرة أو التخيل لما أدركته الحواس الرؤية أو السمع أو الشم أو الذوق<sup>4</sup>.

اصطلاحا: تعني أنها انطباع الصحيح والحقيقي، أي أنها الانطباع التي تكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحا أو غير صحيح لأنه يكون صحيح إذا كونه معلومات صحيحة، ويمكن أن يكون خاطئا إذا كونه معلومات خاطئة، كما أن تأثير العواطف في تحديد معالم الصورة الذهنية يضيف إليها بعد آخر في رؤية الواقع وعدم تكوين

<sup>1</sup> محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة 1982، باب الصاد 373

<sup>2</sup> لويس شيخوا، المنجد، ط 20 بيروت، دار المشرق 1957 ص 440

<sup>3</sup> محمد بن أبي بكر الرازي، مصدر السابق، باب الذال، ص 224

<sup>4</sup> مرجع نفسه، ص 11

الصورة بناء على معطيات ومعلومات يتلقها الأفراد على نحو لا يتفق مع الحقيقة بتأثير الاستعدادات السابقة للأفراد

ذات الصلة بما يتم ادراكه<sup>1</sup> وفي تعريف آخر للصورة الذهنية هي نتاج عمليات تفاعلية نتيجة

تأثير معارف الإنسان بعوامل عدة منها مكان الذي يحيا فيه موقعه من العالم الخارجي، العلاقات الشخصية،

الروابط الأسرية، والزمان والمعلومات التاريخية والاجتماعية التي تحصل عليها<sup>2</sup>.

الإجرائي: هي تحسين صورة المؤسسة لدى أذهان جماهيرها عن طريق الإعلام الجديد، لكسب الثقة، وذلك

بتحسين صورة مؤسسة الحماية المدنية لولاية مستغانم عن طريق الاعلام الالكتروني.

### 14/ الخلفية النظرية:

استخدمنا في دراستنا الحالية نظرية الاستخدامات والاشباع، بحيث عرفت على انها هي عبارة عن محاولة للنظر الى

العلاقات بين وسائل الاعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى ان الجمهور يستخدم المواد الاعلامية لاشباع

رغبات معينة لديه، بحيث ان وسائل الاعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الاعلامية التي يتلقاها، بل ان

استخدام الجمهور لتلك الوسائل لاشباع رغبته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الاعلامية التي يتعرضها

وسائل الاعلام<sup>3</sup>.

### فروض نظرية الاستخدامات والاشباع:

وضع الباحثون الاسس العلمية والفروض الاساسية التي انطلقت من النظرية نفسها، وذلك بعد ان اتضحت المداخل

الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الاسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ولان هذه الاخيرة

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعلامة، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن ط2005 ص 66

<sup>2</sup> الصورة الذهنية للمؤسسة 20/03/2013/20.59 [www.Almalikaonet](http://www.Almalikaonet)

<sup>3</sup> محمد بن عبد الرحمان الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض 1998، ص26

قامت على افتراض الجمهور الناشط على عكس النظريات التاثير السابقة، التي قامت بقوة تاثير وسائل الاعلام في الجمهور ر مثل: نظرية الرصاص، فقد أضافت هذه النظرية بذلك صفة الايجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيًا، بل أصبح ينظر إليه على انه ينتقي بوعي مايرغب في تعرض له من الوسائل، والمضامين التي تلي حاجاته النفسية والاجتماعية، لذا وضع: اليهوكاتز ELIHUKATAZ وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الافراد وسائل الاتصال، والاشباعات التي يسعون الى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام<sup>1</sup>.

ان اعضاء الجمهور ر فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم اهداف مقصودة تلي توقعاتهم. التاكيد على الجمهور ر هو الذي يختار الوسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الافراد.

تعني نظرية الاستخدامات والاشباعات بجمهور ر الوسيلة الإعلامية منها الانترنت، التي تشبع رغبات وتلي حاجاته الكاملة في داخله، ومعنى ذلك ان الجمهور ر ليس سلبيًا يقبل كل مايتعرض اليه، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى الى تحقيقها.

ويساعد هذا المدخل على دراسة موضوع البحث، حيث انه يساهم في التعرف على استخدامات اعوان الحماية المدنية لولاية مستغانم لوسائل الاعلام الالكتروني، ومعرفة مدى تباين استخدام هذه الوسائل، اضافة الى اشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال استخدام هذه الوسائل لتحسين الصورة الذهنية لمؤسستهم.

ويتم هذا من خلال من المفروض هي كالآتي:

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان 2012ص181

- يكون اعوان الحماية المدنية على علم بالفائدة التي ستعود عليهم من خلال استخدامهم لوسائل الاعلام الالكترونية الخاصة بالمؤسسة.
- تحدد الفروق الفردية لاعوان الحماية المدنية: السن، التخصص، المستوى الدراسي أو الجامعي . . . ، وتكون العلاقة بين استخدام الوسائل الالكترونية والرغبة في اشباع حاجات معينة.

الإطار النظري

الفصل الأول

الإعلام الإلكتروني

### تمهيد

فرض الإعلام الإلكتروني واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي. لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة، على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق.



## أولاً: التعريف بوسائل الإعلام

يمكن تعريف وسائل الإعلام الالكتروني على انها : عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف.

أو هي الوسيلة الرئيسة التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال الأهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد.

ومن أهم الوسائل التي يمكن ذكرها هي:

أ- اللوحات الإعلانية الالكترونية:

هي كافة الجهود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة الأجر والتي تنشر أو تعرض أو تباع من خلال احد وسائل الاتصال أو مجموعة منها، وتظهر من خلال شخصية المعلن بهدف تعريف الجمهور المعين بمعلومات معينة وحثه على قيام بسلوك محدد<sup>1</sup>.

## ب - وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الشبكات الاجتماعية:

يمكن تعريفها بأنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية. وتعرف أيضا بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات

1. حسنين شفيق الاعلام التفاعلي، دط، دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 229

والهوايات نفسها والتي تتيح لمستخدميها التواصل الاجتماعي المواقع الموجودة على الانترنت من الإمكانيات التي توطد العلاقات الاجتماعي بينهم ونذكر منها:

**1/ الفاسبوك:** يعد من أشهر المواقع الالكترونية على الانترنت أسسه طالب في الجامعة هارفارد 2004، فهذا الموقع فتح المطورين إمكانيات الدخول إليه وتطويره، وهو الموقع الوحيد لشبكة اجتماعية متاح من خلالها تطبيقات باللغة العربية<sup>2</sup>

**2/ الوات ساب:** هو برنامج أمريكي مجاني، يسمح للمستخدمين بإرسال رسائل نصية وصوتية، وكذلك إجراء مكالمات صوتية ومرئية ومشاركة الصور والمستندات ومواقع المستخدمة والوسائط الأخر.

### ج/الكتب الالكترونية

تعرفه هناء محمد بأنه أسلوب جديد لعرض المعلومات بما يتضمنه من النصوص والرسومات والأشكال والحركة والمؤثرات الصوتية واللقطات الفلمية على هيئة كتاب كامل، يتم نسخه عبر الأقراص المدججة<sup>1</sup>.

### د/ البريد الالكتروني EMAIL

ويقصد به نقل الرسائل أو الملفات في نظام أو بين الحواسيب، وفي الغالب ما يتم هذا باستخدام مخزن وطريقة نقل معينة أو طريقة إرسال النصوص الكترونية من حاسوب مركزي<sup>2</sup>.

وعرفته اللجنة العامة للمصطلحات في فرنسا بأنه وثيقة معلوماتية يحررها أو يرسلها أو يطلع عليها المستخدم عن

2. أماني، جمال مجاهد: استخدام الشبكات الا. ج في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، 2010ص21  
1 هناء محمد علي سعيد: اثر استخدام الكتاب الالكتروني على التحصيل الدراسي وتنمية بعض المهارات عمليات العلم، رسالة ماجستير

20151ص34

2. الحافظ ابن كثير الدمشقي تفسير القران الكريم، المجلد الثالث، دار الكتب العلمية، بيروت 2004

طريق الاتصال بشبكة المعلومات<sup>3</sup>.

### ثانياً: خصائص الإعلام الإلكتروني:

يتمتع الإعلام الإلكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن بقية أنواع الإعلام الأخرى وهي كالتالي:

أ- **خاصية التوفر:** فالإعلام الإلكتروني متوفر دائماً، وإذ يمكن للإعلامي أو المواطن أن يحصل على أية معلومة ثم نشرها على موقع الإلكتروني.

ب- **خاصية الشمولية:** إي التنوع والشمول في المحتوى، إذ كان الإعلامي أو الإعلام التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود منحة كافية مخصصة لطرح موضوع أو إنجاز عمل إعلامي في الوسائل الإعلامية.

ج- **خاصية المرونة:** وهي تخص مستخدم الانترنت، لأنه كلما ازدادت قدرات الكمبيوتر، تزداد مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية أما على المستوى الإعلامي فتبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات<sup>1</sup>.

د- **خاصية الافتتاحية:** تتسم بالاستقلالية عن المؤسسات الحكومية، وهو نوعاً ما مجاني وساهم إلى محدودية معنية في إضعاف الهيمنة الكبيرة لرأس مال والشركات الكبرى في العالم.

هـ- **خاصية الانسيابية من الرقابة:** يتميز بتغطية الأحداث ونقل الخبر بشفافية بدون قيود، وسهولة التصفح والحصول على المعلومة والبحث عنها.

<sup>3</sup>سامي بدعي منصور القانون الدولي الخاص، الدار الجامعية، بيروت 2009

<sup>1</sup>علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، دراسة أسامة للنشر، الأردن، عمان، ط1، 2014، ص57

ن- خاصية التعددية الثقافية: فالإعلام الإلكتروني يسير موضوع التعبير عن الذات والحوار الحضاري.

و- خاصية التحديث: يتم من خلالها تحديث وتجديد الأخبار، والمواد الإعلامية باستمرار دون مواعيد ثابتة.

ي- خاصية التواصل: ساهم الإعلام الإلكتروني بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القوائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، مما كان له بالغ الأثر في تفاعل كل الجانبين مع الآخر<sup>1</sup>.

### ثالثاً: إيجابيات وسلبيات الإعلام الإلكتروني:

#### أ- الإيجابيات:

تتمتع وسائل الإعلام الإلكترونية التي تتضمن وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة بالعديد من المزايا والفوائد، التي ترجع على الفئة المستهدفة، ومن بين هذه الفوائد نجد:

- زيادة سرعة الحصول على المعلومات.
- نشر الأخبار والمعلومات بسرعة.
- تحسين فرص الحصول على الوظائف، بالإضافة إلى سهولة إيجاد أيدي عاملة بالنسبة لأرباب العمل.
- تشجيع الأعمال التطوعية والخيرية بشكل يؤدي إلى إحداث تغيير إيجابي في المجتمعات.
- تسويق وترويج بعض الشركات والأشخاص لمنتجاتهم وبضائعهم.
- تحسين التواصل مع الأشخاص أو التعرف عليهم وجها لوجه وعلى أرض الواقع عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديجلي، مرجع سابق، ص76

- مساعدة الأشخاص على إنشاء علاقات اجتماعية جديدة وتوطيدها والتعرف على الأصدقاء.
- التدوين الثقافي والكتابي والصوتي والمرئي.
- يساعد الصحفيين في معرفة اتجاهات الرأي العام.
- إنجاز الأعمال أو ل بأول عبر صفحاته.

### ب - السلبيات:

الرغم من العديد من الايجابيات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك العديد من السلبيات والتي منها كالاتي:

- نشر معلومات غير صحيحة ومضللة في بعض الأحيان.
- إضاعة الوقت وهدره، حيث أنها تعتبر مكان مغريا لقضاء أوقات طويلة خلاله.
- جعل وسائل التواصل الاجتماعي بيئته خصبة للترويج للجرائم وارتكابها، أو حتى تجنيد أعضاء جدد في بعض العصابات.
- نقل الفيروسات والتعرض إلى الهجمات الالكترونية، وسرقة الهوية عن طريق اختراق الحسابات وقرصنتها.
- نشر الثقافة والمعتقدات الدخيلة على مجتمعاتنا، وضمن ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية للمجتمعات.
- سهولة إخفاء الجريمة الالكترونية وصعوبة تتبع مرتكبيها.

وأما أشكال المخاطر المتنامية عن الإعلام هي: ضعف ضوابط السيطرة على نشر الذكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف، ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة، ومخاطر متعلقة بالجريمة الجذائية الرقمية<sup>1</sup>.

#### رابعاً: وظائف الإعلام الإلكتروني :

من المعروف أن وسائل الإعلام لديها أهمية كبيرة بالنسبة للفرد خصوصاً، وبالنسبة للمجتمع عموماً، حيث تعمل على رفع مستوى الثقافة لديهم، كما تعمل على تحسين أداء الأفراد في وظائفهم المختلفة، وتكسب الفرد. لذلك يجب أن نتعرف على الوظائف الخاصة بوسائل الإعلام والتي تخص المجتمع والفرد وهي:

**التوجيه:** يمكن أن تعتمد على وسائل الإعلام المختلفة، حتى يستطيع الشخص أن يكسب العديد من الاتجاهات الجديدة، وبالتالي يستطيع أن يعدل حياته القديمة وان يحسن اختيار المادة الإعلامية التي تناسب مع ظروفه.

**التثقيف:** هو عبارة عن الحصيلة التي يعتمد عليها الشخص بمجرد تفاعله مع وسائل الإعلام التي يختارها.

**التعارف الاجتماعي:** من بين الأدوار التي تقدمها وسائل الإعلام للشخص هي أنها تقوي العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وذلك من خلال إظهار حالة من التعاطف بين الأشخاص حتى يعبروا عن مشاعرهم بكل صدق وامانة<sup>1</sup>.

**الترفيه:** وهو استخدام وسائل الإعلام المختلفة في تسليّة الناس ولكن ينبغي أن يكون هذا الترفيه يعد يتجاوز التسلية إلى التأثير في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع.

<sup>1</sup> نسرين حسونة: الإعلام الجديد والمهام والوسائل، وخصائص والوظائف، دار الالوكة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص13، 14  
<sup>2</sup> د. فيصل ابو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2010، ص267

الدعاية: تعددت مفاهيم الدعاية بين عالم وباحث وكل يعطي مفهوماً وفقاً لمجال عمله عرفت في قاموس أكسفورد بانها خطة منظمة لنشر معتقد أو ممارسة<sup>1</sup>.

عرفها الباحث ليونارد دوبي في كتابه الرأي العام والدعاية بانها محاولة التأثير على الشخصيات والسيطرة على سلوك الأفراد لأغراض غير علمية أو مشكوك في قيمتها في مجتمع ما إبان زمن معين<sup>22</sup>.

---

1 طارق سيد احمد الخليلي، معجم مصطلحات الإعلام ، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر 2008، ص356  
2 اشرف فهمي حوجة، استراتيجيات الدعاية والحملات الإعلانية، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر 2011، ص 14

### خلاصة:

وفي الأخير نستخلص أن الإعلام الإلكتروني ينال أهمية كبرى، وأصبح البديل للإعلام التقليدي الذي كان يعتمد على الطرق البدائية في النشر على عكس ما هو عليه الإعلام الجديد الذي يستند إلى أسلوب رائع في نشر المواد الإعلامية.



# الفصل الثاني الصور الذهنية

## تمهيد:

إن الصورة الذهنية كبيرة في الحياة، وذلك كما تستطيع تقديمه سواء للفرد أو المؤسسات، وكذا للمجال المحيط بها، ومن خلالها يستطيع الفرد التكيف مع الظروف المحيطة به، حيث تختصر جهدا كبيرا وتقدم له صورة جاهزة، كما تعتبر الصورة الذهنية أمرا مهما بالنسبة للمؤسسات، فهي تعمل على تكوين صورة حسنة لدى جمهورها للوصول إلى أهداف وتساعد أيضا على جعل البيئة المحيطة أكثر سهولة وتنظيما عن طريق استخدام الجوانب السيكلوجية التي تنطوي عليها عمليات التعلم داخل الإنسان. لذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى دراسة الصورة الذهنية تاريخها وخصائصها، أنواعها وكذلك العوامل المؤثرة في تكوينها.

## أولاً: تاريخ ظهور دراسات الصورة الذهنية:

ظهر مصطلح الصورة الذهنية مع بداية النصف الثاني من القرن الماضي، بعدما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثيراً كبيراً على حياة الأمريكية، وقد كان لظهور كتاب تطوير صورة المنشأة للكاتب الأمريكي تريستول **trestol** أثراً كبيراً في نشر مفهوم الصورة عام 1960.

ومنذ ذلك الوقت اهتمت إدارة العلاقات العامة بالدراسات والبحوث وإجراء الاستطلاعات الخاصة بالصورة الذهنية، وذلك نتيجة الاهتمام المتزايد لتقديم صورة أفضل عن المؤسسات أو الأشياء أو الأشخاص إلى الجمهور، حيث تعمل تلك الإدارة على هندسة الرأي لدى عامة الناس وذلك من خلال العلاقات العامة والإعلام، حيث تلعب دور أفعالاً في توجيه الرأي العام بقبول أو رفض فكرة بعينها من خلال الصورة التي تنقلها الإدارة<sup>1</sup>.

قد تبلور مفهوم الصورة الذهنية في مجال العلاقات الدولية بشكل واضح

عام 1965، حيث ظهر كتاب السلوك الدولي الذي اشترك في تأليفه هريت كليمان **Herbât Kleima**، مع مجموعة من زملائه المتخصصين في علم النفس، والباحثين في مجال العلاقات العامة<sup>1</sup>.

وستتطرق إلى البدايات الفعلية للمصطلح من خلال ما جاء به محمد منير حجاب في كتابه الفعال في العلاقات العامة، حيث أو رد أن مصطلح الصورة الذهنية ظهر للوجود عام 1908، على يد العالم جراهم دالاس الذي أشار في كتابه الطبيعة البشرية والسياسية، إن الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم، أما

1. ناهض فاضل زيدان الجواري العلاقات العامة والصورة الذهنية دار امجد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2016 ص 15  
 1 جمال بن عمار الأحمر الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2016 ص 16/15

كمصطلح متعلق بالمنشآت والعلامات التجارية لم تستخدم إلا في النصف الثاني من القرن العشرين وما لبث إن استخدم في جميع المجالات السياسية، الاجتماعية والإعلامية والمعنية المختلفة.<sup>1</sup>

### ثانياً: خصائص الصورة الذهنية:

هناك العديد من السمات والخصائص التي تتسم بها الصورة الذهنية وهي كالآتي:

عدم الدقة: ذهب العديد من العلماء إلى أن الصورة الذهنية لتتسم بالدقة ولعل مرجع ذلك أساساً هو أن الصورة لا تعبر بالضرورة عن واقع الكلي ولكن تعتبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي لاسيما أن الأفراد عادة ما يلجئون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكافية.<sup>2</sup>

التعميم وتجاهل الفروق الفردية: تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، فالأفراد يفترضون بطريقة آلية إن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات فردية.

التنبؤ بالمستقبل: تساهم الصور الذهنية بالتنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور اتجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن بشيء بالسلوكيات التي قد تصدر على الجماهير مستقبلاً.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حامد مجيد أشطري، دور الإعلام التلفزيوني في تكوين الصورة الذهنية دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013 ص144

<sup>2</sup> علي عوجة العلاقات العامة والصورة الذهنية عالم الكتب والطباعة والنشر، القاهرة مصر، ط 2، 2003 ص10-11

<sup>3</sup> احمد الدسوقي، ورقة عمل حول موضوع الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الرأي العام المصري مقدمة إلى دورات وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي 11

مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان ص11. 12

المقاومة للتغير: فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات والمقاومة للتغير، وتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيفية التغير المتحمل في الصورة الذهنية، وبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصورة ذاتها، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.

تؤدي إلى الإدراك المتحيز: تؤدي الصورة الذهنية إلى تكوين ادراكات متحيزة لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة، فمن خلال الصورة الذهنية يرى الأفراد جوانب من حقيقة، ويهملون جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم ولا تنسق مع اتجاهاتهم<sup>2</sup>.

تخطي حدود الزمان والمكان: تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه الصورة الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون صورا عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه بل وتفند الصور التي يكونها إلى ما وراء المنطقة التي يسكنها وعلى مستوى الزمان، فالإنسان يكون صولا ذهنية عن الماضي ويكون صور ذهنية

### ثالثا: أنواع الصورة الذهنية

يعد جيف كنز Jefkins أنواع الصورة الذهنية فيما يلي:

أ- الصور المرأة: وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.

ب- الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.

1 - جمال بن عمار الأحمر، مرجع سابق، ص 132

ج- الصورة المرغوبة: وهي التي المنشآت أن تكون لنفسها في أذهان الجماهير.

د- الصورة المثلى: وهي امثل صورة يمكن أن تحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجودها في

التأثير على الجماهير.

هـ- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد كممثلين مختلفين للمنشآت يعني كل منهم انطبعا مختلفا

عنها، ومن طبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا فأما أن يتحول إلى صورة ايجابية أو إلى صورة سلبية أو أن تجمع

بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر الايجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الافراد<sup>1</sup>.

#### رابعاً: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية:

ونذكر أهم العوامل فيما يلي:

##### أ-العوامل الشخصية:

- السمات الذاتية لمستقبل المعلومات كالتعليم، الثقافة، القيم.
- الاتصالات الذاتية للفرد وقدرته على امتصاص وتفسير المعلومات الخاصة بالمنظمة وتكوين ملامح الصورة الذهنية.

1 علي عجرة، مرجع السابق ص 90. ذ

### ب-العوامل الاجتماعية:

- تأثير الجماعات الأولية الأسرة والأصدقاء على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في اتصالاتهم الشخصية حول المنظمة.
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير الإقناع على مرحلتين.
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه.

### ج-العوامل التنظيمية:

- إستراتيجية إدارة المنظمة التي تعكس فلسفة وثقافة المنظمة.
- الأعمال الحقيقية للمنظمة نفسها وسياساتها ومعالجتها.
- الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمنظمة والجماهير.

د-العوامل الإعلامية:

- الجهود الإعلامية للشركات المنافسة وتأثيرها على صورة منظمة.
- التغطية الإعلامية للأحداث الخاصة بالمنظمة في وسائل الإعلام الجماهيرية ومدى سلبيتها أو إيجابياتها والمسؤولية الاجتماعية للصحافة<sup>1</sup>.
- حجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام الجماهيرية لإخبار المنظمة.

هـ-العوامل الإدراكية:

- ان اهتمام سواء كان بشكل إداري أو غير إداري يكون نتيجة تأثيرات خارجية.
- المؤثرات الإدارية: الواجهات أو المجالات أو الملصقات الاشهارية. . .
- مؤشرات مجموعة الضغط: العائلة، الأصدقاء، الرفقاء. . .
- التقييم: إن الصورة الناتجة عن مجموعة من المؤثرات السابقة سواء كانت جماعية ناتجة عن محيط الخارجي أو مؤثرات شخصية خاصة نابذة عن ذات الفرد ستسمح بتكوين تقييم عام حول العلامة، قد يؤدي هذا التقييم إلى تطوير الصورة، فالتأثيرات إذن متبادل بين عملة التقييم والصورة.

الصورة: هي إذا محصلة العناصر السابقة الإدراك، المؤثرات الشخصية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> علي عجرة، كريمان فريد ادارة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية وادارة الازمات، عالم المكتب للنشر والتوزيع، القاهرة ط1، 2015، ص139/140

<sup>2</sup> وهاب محمد تقييم صورة المؤسسة واثرها على سلوك المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة الجزائر 2005 ص78



### الخلاصة:

استخلصنا من موضوع الصورة الذهنية، تبين إنها عامل جد مهم في اي منشأة هادفة إلى خلق صورة ايجابية لها في أذهان جماهيرها خاصة في ظل المنافسة القوية بين المؤسسات الاقتصادية والخدماتية، فأصبح من الطبيعي اليوم على كل مؤسسة أن تكافح من اجل الخروج بأفضل صورة لها من اجل ضمان بقاءها واستمرارها.

## الفصل الثالث

الإعلام الإلكتروني  
والصورة الذهنية

## تمهيد

أصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة له أهمية كبيرة باحتواء قضايا الفكر والثقافة وبات يطلق عليها ثقافة التكنولوجيا أو ثقافة الميديا. أصبح مستخدمو الانترنت في العالم في تزايد مستمر في ظل ثورة الانفوميديا والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال فالتقنوات التلفزيونية أمكن لها أن تثبت برامجها عبر الهاتف، وبذلك استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعا مختلفا على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري، والسياسي. فهو لا يعد تطورا فقط لوسائل الإعلام التقليدية وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام.

## أولاً: تكوين الصورة الذهنية ووسائل الإعلام الإلكتروني

باتت وسائل الإعلام والاتصال تقوم بدور مهم وجوهري في نقل المعلومات المختلفة لكافة القطاعات الجماهيرية التي تستهدفها، ولم يعد دورها يقتصر على معلومات فقط، بل أصبحت تؤدي دوراً لياستهان به في رسم الصورة وتشكيلها للشعوب، والدول المنظمات على حد سواء، وتزداد أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لدى الأفراد عن دول شعوب العالم الأخرى مع قلة فرص الأفراد في الاحتكاك والسفر إلى هذه الدول الأخرى والإحاطة بما يجري في أراضيتها<sup>1</sup>.

وتعد وسائل الإعلام بالنسبة للكثير من الأفراد النافذة السحرية **Magic Window** التي يطلون منها على العالم وبذلك فهي وكما كتب لييمان **Liman 1922** تصور العالم الخارجي، ومن خلال القيام بذلك فهي تخلق صوراً في أذهاننا **Picture sin Our Head** عن الواقع، وهذا الواقع يشكل تفكيرنا وسلوكنا اتجاه الأحداث الخارجية، ويلعب الاتصال الشخصي دوراً في تكوين الصورة الذهنية، وتتفاوت الأهمية النسبية لكل من وسائل الإعلام والاتصال الشخصي في تشكيل الصورة الذهنية للدول باختلاف الثقافة.

كما تتفاوت الأهمية لنوع الصورة المتشكلة عن شخص أو دولة أو مؤسسة بنوع الوسيلة الاتصالية ومدى ما يشكل صاحب الصورة لدى الفرد<sup>1</sup>.

ويقوم التلفزيون بدور مهم في بناء الصورة والقوالب في الأعمال الدراسية التي يقوم بتقديمها، حيث أن المشاهد عند تعرضه لها يكون أكثر استرخاءً ويكاد يتجرد من أدواته النقدية، ومن ثم يوافق على أن يتم اختراقه وغزوه بهذا السيل

1. سلوى محمد يحيى العوادي، صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى شباب الجامعي بعد أحداث 11 سبتمبر، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة، في مجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، العدد 14 جانفي - مارس 2002 ص 141/140  
2. جيهان يسرى، رأي الفئاة الجامعية في صورتها التي تقدمها الدراما العربية بالتلفزيون، مجلة المصر لبحوث الراي العام كلية الاعلام اكتوبر - ديسمبر 2002 ص 25.

المستمر من معلومات والآراء والانطباعات والصورة التي تقدمها الدراما، وكلما زاد تعرض الأفراد لنفس المضمون ولذات الرسالة بشكل متكرر كلما تشابهت الصورة بدرجة كبيرة<sup>2</sup>.

وتؤثر وسائل الإعلام على الطريقة التي يفكر فيها الجمهور وترسم صورة الذهنية لديه حول المواضيع التي تباها، ففي دراسة أجريت لمعرفة تأثير الإعلانات والصور التي تنشرها الصحف والتلفزيون الاسباني للمرشحين الانتخابات الرئاسية والمحلية في اسبانيا عام 1995 على صورتهم المتكونة لدى الجمهور الاسباني، وجد أن هناك توافقا بدلالة إحصائية بين ما قدمته وسائل الإعلام من صور للمرشحين وبين الصور الذهنية التي تكونت لدى الجمهور عن هؤلاء المرشحين<sup>3</sup>.

وتكاد تجمع الدراسات الإعلامية على كون وسائل الإعلام إحدى الوسائل التي يتم من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار تشكيل الصورة الذهنية لدى الأفراد في شتى المجالات، فالطريقة التي تعرض بها المرأة في التلفزيون والأدوار التي تقوم بها تكون صورة نمطية لدى الجمهور نحوهم، كما أن الطريقة التي تعرض بها الجماعات الخارجية تحدد انطباعات الجماعة الداخلية نحوها وسلوكياتها تجاهها، وعلى حد تعبير احد الباحثين تبرز وسائل الإعلام كعامل مهم في تشكيل الصورة الذهنية عن الأفراد والشعوب من خلال ما تبث من أحداث إخبارية ومضامين مختلفة<sup>1</sup>.

1. Mescell Mecombs and thers condidate image in spanich election second-level-agenda-settings Effes-Im journalis and Mass .1 communication quaretry p703-71.

2-John and Others -Med Reliance and public Image of enirvommentel polities in Qutario and Michigan in Journaliss Quaterly p838-842

3.أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، القاهرة مدينة برص للنشر والتوزيع 2004ص 111

## ثانيا: صناعة الصورة الذهنية في الوسائل الإعلام

تمتلك وسائل الإعلام قدرة التأثير على الجماهير عبر آليات وأساليب تحرك الجماهير وتصور الرأي العام، حيث تقوم بصياغة الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي للجمهور، وقد توظف الصورة الذهنية أحيانا كمحرك أساسي لتصنع واقعا مشوه وغير دقيق، والجمهور كذلك يعتبر المرأة الحقيقية التي بدأت تنجح بصورة واضحة، وعادة ما تتم برمجة عملية التأثير على الجماهير من خلال توظيف الصورة الذهنية على نحو التالي

التعريف ويتضمن تزويد المستقبل بالرسالة الإعلامية بكافة وسائلها بالمادة المعرفية عن الجهات والأشخاص.

الإقناع ويمثل هذا الدور مستوى عاليا من السيطرة على عقل المستقبل من خلال الحث والإثارة.

التكرار ويمثل بإعادة إرسال الرسائل بوسائل مختلفة ويصاغ متعددة قوالب فنية متباينة لا يشعر المستقبل بها في كثير من الأحيان مما يعزز من مستوى القناعة إن وجدت أو يعززها إن لم تكون موجودة.

وتؤكد الكثير من الدراسات التي أجريت على دور الصورة في إحداث التأثير على الملتقى وتغيير سلوكه في شتى المجالات الحياتية بجانبها الإيجابي والسلبي، ولعل الجانب الأخير اخذ حجما من حيث الدراسة والأثر المتوقع حدوثه، وخاصة تلك المتعلقة بالعنف والأطفال والجنس وغيرها<sup>1</sup>.

ويعر دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية بثلاثة مراحل وهي:

- القيام بخلق صور جديدة لم تكن موجودة أصلا

- العمل على تقوية وترسيخ التصورات الموجودة

1 إبراهيم يوسف العوامة: الصورة الذهنية للطفل في المسلسلات التركية المدبلجة إلى العربية، رسالة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط 2015

- إجراء تحويل وتغيير للتصورات الموجودة

وتبرز أهمية وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية في:

إن معظم الناس يستقون معلوماتهم بنسبة 70% من وسائل الإعلام في بناء وصناعة صور العالم المختلفة

لا يستطيع الإنسان الهروب من الوسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام فهي ممتدة أفقياً وعمودياً ومنتشرة بشكل يحصر الإنسان ويخضعه للتعرض لتأثيراتها.

قدرة وسائل الإعلام على تفسير الحوادث والحقائق التي تجري في العالم يوميا وبلورتها في صورة معينة وهذا يوفر جهدا على الفرد في التفكير والتحليل.

وتلعب وسائل الإعلام ثلاثة ادوار في صناعة الصورة الذهنية وهذه الأدوار هي أن تكون ساحة أو طرف أو أداة لطرح التصور، إذ تلجأ الحكومات والقوى السياسية المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام الالكترونية كساحة تطرح فيها تصوراتها أو قد توظفها كأداة لدعم أو تثبيت تصوراتها أو قد تكون ظرف فعالا له مفاهيمه وتصوراتها، وقد تتداخل الحالات الثلاث وتتفاعل لتصبح وسائل الإعلام ساحة وأداة وظرفا في الوقت ذاته وتؤدي الأنظمة السياسية دورها في صنع الصورة الذهنية في عقول الأفراد ومن خلال توجيهها لوسائل الإعلام المختلفة فهذه الصورة لا توجد من الفراغ وهي ليست عشوائية وإنما الدولة هي التي تشجعها وتفرضها حسب أهدافها السياسية وهي تقدم تغييرها عندما يناسب ذلك أغراضها من خلال أساليب إعلامية متعددة

## ثالثا: الإعلام وتشكل الوعي والصورة الذهنية:

أصبح دور وسائل الإعلام الإلكتروني أكثر أهمية وخطورة في عصر العولمة وما بعد الحداثة، ومن أقوى الوسائل في تشكيل الوعي وتكوين الصورة الذهنية في أذهان الناس وتكوينها، وعاملا مهما في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم، فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط بل انه يساهم في تكوين الحقيقة وحل اشكالياتها، إذ لم يعد إعلاما ناقلا بل موجها للإفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية، إذ ساهمت وسائل الإعلام الإلكتروني في توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين على مستوى المحلي والإقليمي والدولي، يصرف النظر عن خلافاتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية. . . . الخ، وأتاحت للإفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين بحرية كبيرة دون قيود، ويلاحظ من خلال مشاهدة الأنماط السلوكية الاجتماعية على أرض الواقع، بان هناك زيادة مستمرة وإقبالا مرتفعا لأعداد الناس، ومن مختلف فئات المجتمع المستخدمين للانترنت، ولاسيما فئة الشباب فيهم قد يصل استخدامهم إلى درجة الإدمان، مما قد يؤثر على السلوك الإنساني وشبكة العلاقات الاجتماعية وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، والذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية، وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا هاما في ثقافة المجتمع.<sup>1</sup>

كما لعبت وسائل الإعلام الإلكتروني دورا حيويا في دعم الديمقراطية حول العالم بما أتاحتها من أدوات تعبير وبيئة وأداة عمل في مجال السياسي العام، وإتاحة مجال عام مفتوح أمام المعلومات السياسية حيث ساهمت في جذب

1 - المجالي، ف دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة صنعاء، جمهورية اليمن العربية 2007



الأنظار بعد تفجيرها للعديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، واستخدام الشباب المطالبين بالتغيير لوسائل حديثة للتواصل فيما بينهم، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر وغيرها.<sup>1</sup>

وان فهم مساهمة وسائل الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي تجدد ما يشبهها في التحليلات الاجتماعية، كان تكون لها علاقة ما تشكل المجتمعات وفهم التفاعل الاجتماعي وبخاصة حين تتفق معطياتها وأفكارها مع نموذج البيئة الإلكترونية، حيث يمكن استخدام المتطور أيميل دور كبير حول الحقائق الاجتماعية لفحص مصفوفة من المشكلات الاجتماعية التي تتراوح في أفق الفضاء الافتراضي الإلكتروني والذي يتكون من النظم أو فالمجتمع الاجتماعية الموجودة في المجتمع الواقعي التي تحدد السلوك الإنساني، فالمجتمع الافتراضي الناشئ من تطور البرمجيات يشير إلى مجموعة من الناس، يأتون مع بعضهم البعض على خط الانترنت لأجل غاية معينة، والذي يتحكم فيه بعادات، وهنا يصبح المجتمع عملية وليس كينونة ويختلف باختلاف تطور البرمجيات، ويمكن فهم دور وسائل الإعلام الإلكتروني في التغيير الاجتماعي، واستخدام الأطر الاجتماعية والتنظيم الاجتماعي، من خلال عقل علم الاجتماع الذي يتناول فهم تفاعل الانترنت مع المجتمعات الحديثة والثقافة الإلكترونية، وتأثيرات الاتصال الإلكتروني والتأثيرات السوسولوجي كل منهما في الآخر.<sup>1</sup>

1. العلو، ح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير

1 2012

2. رحومة، ع علم الاجتماع الآلي، مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 2008

## رابعاً: تأثير الإعلام الإلكتروني في الصورة الذهنية:

تؤدي وسائل الإعلام الجماهير دوراً مهماً في تكوين الصورة الذهنية عن قضايا الحياة، فهي وسيلة الرئيسية لنقل الصور والآراء والأفكار، وتدعم وسائل الإعلام الصور الموجودة مسبقاً في أذهان الأفراد التي تكونت في مرحلة الطفولة في داخل الأسرة والمدرسة فتضفي عليها بعداً أو سع نطاقاً وثقة إضافية.

ودور وسائل الإعلام في تدعيم الصورة يكون من دورها في تغيير وتعديل هذه الصور كما تؤدي دوراً مهماً في خلق صور ذهنية عن موضوعات جديدة التي لا يمتلك الفرد عنها أية معلومة.

وتبرز أهمية وسائل الإعلام في تكوين صورة ذهنية في النقاط الآتية:

إن نطاق تجربة معظم الناس محدود بطبيعته، ولذلك فإن الإنسان يستفيد معلوماته بما تنشره وتدعيه وتعرضه وسائل الإعلام المختلفة وتختلف هذه النسبة باختلاف تقدم الدول تكنولوجياً فإن ما يقرب 95 من الأمريكيين يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام.

الانتشار الواسع لوسائل الإعلام، وامتداده الأفقي والعمودي، فهي تحاصر الإنسان في كل مكان حيث يوجد سبب هذا الانتشار الكبير فلا يمكن للفرد الهرب من رسائلها.

قدرة وسائل الإعلام على تفسير الأحداث والحقائق التي تجري في العالم يومياً وبلورتها في صورة معينة وهذا يوفر على الفرد جهداً في تحليل والتفكير ولا سيما ما يخص أولئك الذين ليس لهم القدرة على اختيار تحليل واضح لكل الأمور.

نستطيع أن نقول إن وسائل الإعلام الجماهيرية أو الالكترونية تؤثر على سلوك الأفراد وإمكانية تشكيلها لمنظور الفرد عن بيئته ومنظوره عن نفسه، لذلك ظهرت في العصر الحديث المؤسسات الإعلامية التي نشأت من اجل تكوين الاتجاهات وصناعة الرأي العام.

كذلك تسعى المؤسسات الصناعية والتجارية إلى رسم صورة ذهنية

إيجابية عنها لدى عقول الأفراد، إذن الصورة الذهنية لأية مؤسسة تجارية هي بمثابة الشخصية لإنسان.

وتعتمد هذه المؤسسات على وسائل الإعلام المختلفة في نشر هذه الصورة وذلك عن طريق الإعلانات، وظهر إعلان خاص يسمى إعلان الصورة الذهنية الذي يسعى إلى تحقيق فهم بين المؤسسة والمجتمع وتوثيق صلتها بها وليس لبيع منتجاتها، إذ تعمل إدارة العلاقات العامة على نشر إعلانات في وسائل الإعلام الرئيسية تتضمن جهود المؤسسة في هذا المجال، وهذا بدوره يؤدي إلى إبراز صورة ذهنية مشرفة لمؤسسة في المجتمع<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1 2012 عمان - الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع ص 221

### الخلاصة:

يمكننا أن نستنتج أن الإعلام الإلكتروني دور وأهمية بالغة في تكوين الصورة الذهنية، وذلك بسبب القدرة الهائلة التي يمكن لمستخدمه التأثير من خلالها على المتلقين، بسبب عالمية الرسالة التي تصل الى الملايين من المستخدمين، بالإضافة إلى الآنية التي يمثلها في نقل الرسالة عكس الإعلام التقليدي.

كما يمكننا القول إن لوسائل الإعلام الإلكتروني دور كبير وقوي في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات والأفراد، من خلال القدرة على بناء التصورات القيمة حول موضوع معين، بهدف تسويق الصورة الذهنية للتحسين من صورة المؤسسة لدى زبائنها أو متبعيها.

# الفصل الرابع

## مؤسسة الحماية المدنية

## أولاً: نشأة الحماية المدنية:

أول فكرة لإنشاء فرقة لمكافحة الحرائق في العالم أخذت في عهد الإمبراطورية الرومانية بعد حريق روما الشهير قبل الميلاد، لكن الحرب العالمية الثانية والأسلحة التي استعملت فيها تعتبر سبباً للتفكير في وضع خطة لمواجهة النتائج التي تنجر عن تلك الأسلحة.

أما عن الحماية المدنية الجزائرية فهي مرفق عمومي من أهم مهامها حماية الأشخاص والممتلكات والبيئة، وهي مرفق موضوع تحت وصاية وزارة الداخلية حيث تتمتع بهيكل خاص وميزانية مستقلة.

## ثانياً: نشأة مديرية الحماية المدنية على مستوى الولاية:

طبق للمرسوم 54/92 المؤرخ في 12-02-1992 والمتعلق بتسيير المصالح الخارجية للحماية المدنية، تم ضم مصالح الحماية المدنية على مستوى الولايات في مديريات ولائية للحماية المدنية ومنها الحماية المدنية لولاية مستغانم. وطبقاً للمادة الثانية من نفس المرسوم تنظم هذه المصالح فيما يلي:

- مصلحة الوقاية
- مصلحة الإدارة والإمداد
- مصلحة الحماية العامة<sup>1</sup>

<sup>1</sup>مقابلة مع المكلف بالإعلام لدى الحماية المدنية لولاية مستغانم، الساعة 10:30.

### ثالثا: مديرية الحماية المدنية لولاية مستغانم:

تقع مديرية الحماية المدنية لولاية مستغانم بوسط المدينة بشارع بن يحيى بالقاسم، حيث تضم جهاز إداري مكون من أعوان الحماية المدنية موزعين عبر رتب مختلفة ومستخدمين من الأسلاك المشتركة.

يسهر هؤلاء المستخدمين على السير الحسن لمصالح الجهاز سواء بالمديرية الولائية أو عبر كامل الوحدات الخاصة بالتدخل على مستوى الولاية وهي كالتالي<sup>1</sup>:

- الوحدة الرئيسية
- الوحدة القطاع بشارع العقيد عميروش وسط المدينة
- الوحدة الميناء
- الوحدة البحيرة صلامندر.
- الوحدة الثانوية بدائرة حاسي مماش.
- الوحدة الثانوية بدائرة بوقيرات.
- الوحدة الثانوية بدائرة عين نوصي.
- الوحدة الثانوية بدائرة عين تادلس.
- الوحدة الثانوية بدائرة سيدي لخضر.
- الوحدة الثانوية بدائرة عشعاشة.
- وحدة خروبة.

<sup>1</sup> مقابلة مع المكلف بالإعلام لدى الحماية المدنية لولاية مستغانم، الساعة 10:30.

- وحدة وادي الخير

- وحدة خير الدين

- وحدة المقطع

#### رابعاً: مهام مصالح الحماية المدنية:

أ- مصلحة الوقاية: تعمل مصلحة الوقاية بالتنسيق مع المكاتب التالية

- مكتب الدراسات

- مكتب المراقبة

- مكتب الإحصاء والتوثيق والتوعية

- مكتب الخرائط والأخطار الخاصة

وتتكلف هذه المصلحة بما يلي:

- متابعة ومراقبة تطبيق النصوص التنظيمية والمقاييس الوقائية المتعلقة بمجال الوقاية

- المساهمة في إعداد ومراقبة مخططات الوقاية، والسهر على تطبيقها.

- دراسة الأخطار ووسائل مكافحتها لفائدة الشركات والمؤسسات العمومية والخاصة.

- تنظيم حملات إعلامية وتحسيسية حول الأخطار التي تهدد امن الأشخاص والممتلكات.

ب- مصلحة الإدارة والإمداد: تعمل مع المكاتب التالية:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> مقابلة مع المكلف بالإعلام لدى الحماية المدنية لولاية مستغانم، الساعة 10:30.



- مكتب المستخدمين والنشاط الاجتماعي . .
- مكتب التكوين.
- مكتب المحاسبة والميزانية.
- مكتب الأملاك.

وتتكفل هذه المصلحة بما يلي:

- تسير الوسائل المادية لمصالح الحماية المدنية.
- متابعة إنجاز برامج منشآت وصيانتها.
- متابعة وتنسيق أعمال التكوين والسهر على تطبيق برامج التدريب والمنارات الميدانية.
- تسير المحاسبة العامة ومسك دفاتر الجرد المتعلقة بدخول وخروج المعدات والإمدادات.
- تطوير الحياة المهنية لمستخدمي الحماية المدنية على مستوى الولاية.

ج- مصلحة الحماية المدنية: تعمل بالتنسيق مع المكاتب التالية:

- مكتب المخططات.
- مكتب الإشارة.
- مكتب الإسعافات الطبية.
- مكتب العدد الأمنية.

وتتكفل هذه المصلحة بما يلي:<sup>1</sup>

- إعداد المخططات المتعلقة بتنظيم وتنفيذ الإسعافات عند حدوث الكوارث.
- إنشاء وتركيب مختلف الإنذار ومراقبة مدى فعاليتها.
- تنظيم وإدماج ومراقبة الأجهزة المخصصة لضمان سلامة الأشخاص والممتلكات.
- القيام بكل إجراء من شأنه النهوض بالإسعاف وتنمية روح التضامن الوطني بمساعدة الجمعيات والمنظمات ذات طابع الإنساني.

السهر على إعداد مخطط تنظيم الإسعافات وتعيينه سنويا بالتنسيق مع مختلف المديرات على مستوى الولاية.

<sup>1</sup> مقابلة مع المكلف بالإعلام لدى الحماية المدنية لولاية مستغانم، الساعة 10:30.

# الإطار التطبيقي

### تمهيد:

سنحاول في هذا الإطار الأخير الإطار التطبيقي من الدراسة عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال جانب الميداني بحيث تعد هذه المرحلة أهم مرحلة في البحث العلمي، وهي من أساسياته ومقتضياته، بحيث الوصول إلى نتائج الدراسة في ضوء تحاليل المشكلة البحث وأهدافها وفروضها.

## المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات

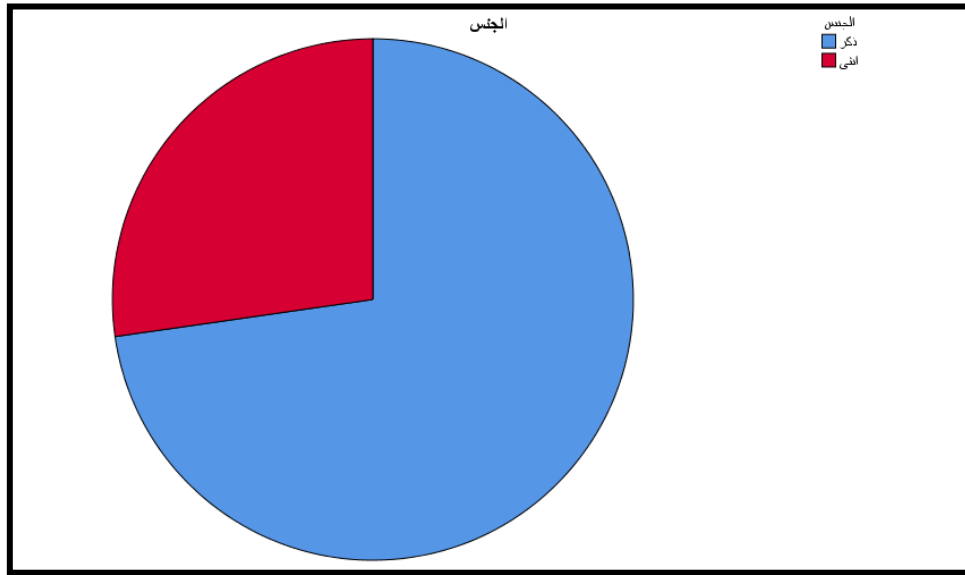
## - محور الأول: البيانات الشخصية للعمال الحماية المدنية

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	48	%72.7
انثى	18	%27.3
المجموع	66	%100

جدول 1: يوضح نوع الجنس

يبين الجدول أعلاه ان النسبة العالية من الموظفين لمديرية الحماية المدنية بولاية مستغانم هم الذكور وتقدر ب %72.7 اي ما يعادل 48 موظف وبالمقابل نجد أن نسبة الاناث منخفضة بمقارنة مع نسبة الذكور، حيث تقدر ب %27.3 ما يعادل 18 موظفة.

ومن هذا الاعتبار نستنتج ان تركيبة المجتمع اغلبها ذكور.

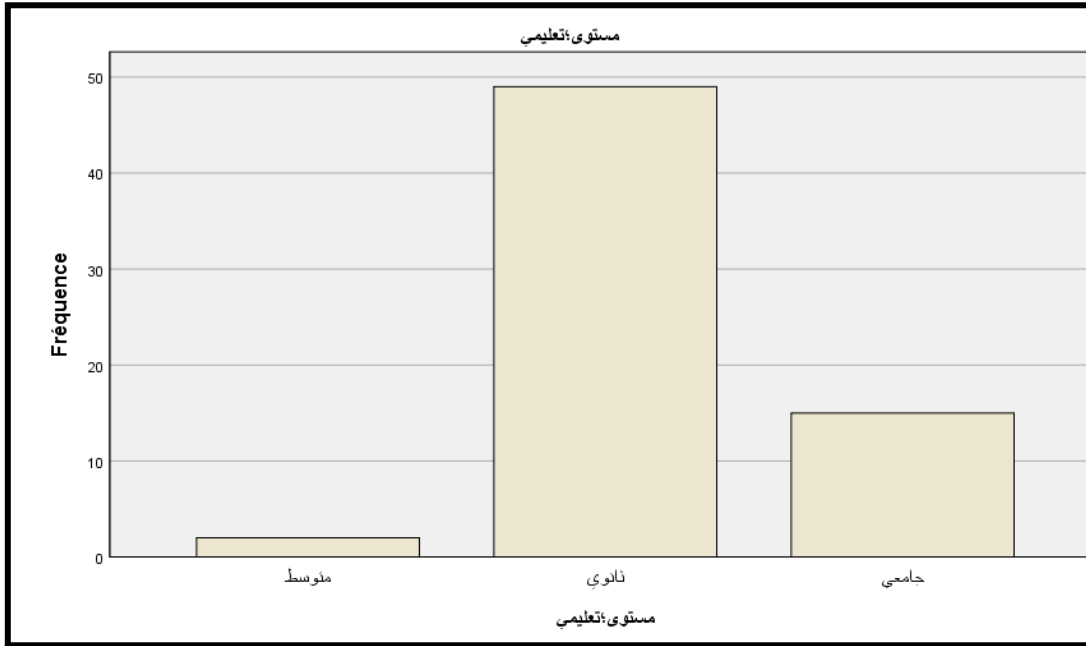


صورة 1 : دائرة نسبية تمثل لجنس

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
3%	2	المتوسط
74.2%	49	الثانوي
22.7%	15	الجامعي
100%	66	المجموع

جدول 1: يوضح المستوى التعليمي

من خلال الجدول يتضح لنا ان اعلى نسبة المبحوثين تمثل فئة التعليم الثانوي يقدر ب74.2% وما يعادل ب49 فرد من مجتمع البحث، وعدد المبحوثين من التعليم العالي جامعي هو 15 بنسبة تقدر ب22.7% والنسبة المنخفضة هي المستوى التعليم التربوي المتوسط ما يقدر ب 3% عددهم مبحوثين.

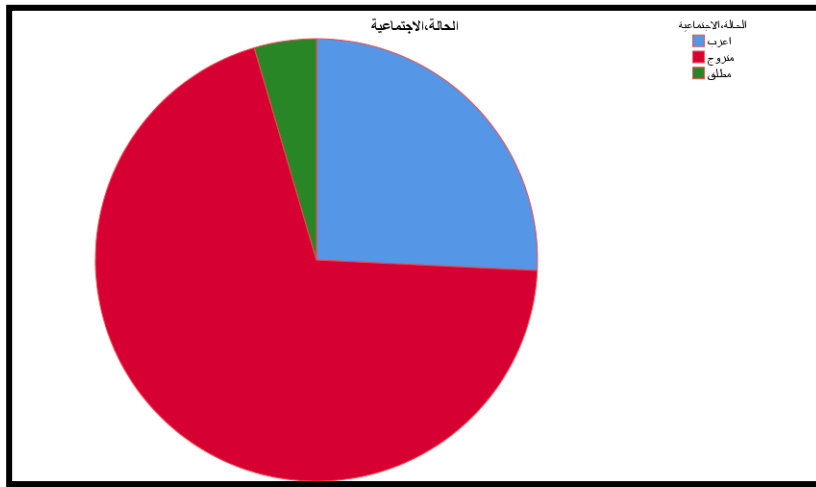


صور2: مخطط أعمدة يمثل المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	الحالة
25.8%	17	أعزب
69.7%	46	متزوج
4.5%	3	مطلق
100%	66	المجموع

جدول 2: يوضح الحالة الاجتماعية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 46 من المبحوثين ما يعادل 69.7% من مجتمع البحث من متزوجين حين 17 مبحوث يعادل ب 25.8% من حالة اجتماعية اعزب.



صورة 3 : دائرة نسبية تمثل الحالة الاجتماعية

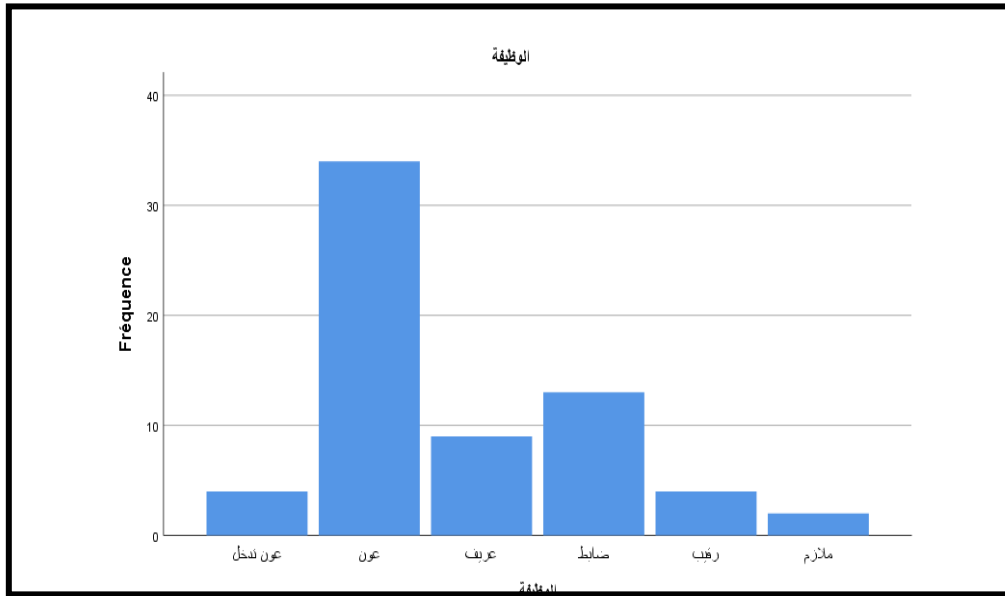
الرتب	التكرار	النسبة المئوية
عون تدخل	4	6.1%
عون	34	51.5%
عريف	9	13.6%
ضابط	13	19.7%
رقيب	4	6.1%
ملازم	2	3%
المجموع	66	100%

جدول 3 : يوضح رتب رجال الحماية المدنية



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اعلى نسبة مرتفعة في رتب الحماية المدنية هم أعوان ما يقدر ب 51.5% ما يعادل 34 عون، وبعدها تاليها رتبة صف ضابط ما تقدر ب 19.7% ما يعادل 13 ضابط. أما رتبة عريف قدرت ب 13.6% ما يعادل 9 موظفين، اما نسبة المنخفضة في رتبة هي رقيب وعون تدخل ما قدر ب 6.1% لكلهما ما يعادل 4 مبحوثين، وادنى نسبة هي نسبة ملازم تقدر ب 3% ما يعادل مبحوثين.

من خلال ما لاحظناه في رتب رجال الحماية المدنية نستنتج ان اغلبهم أعوان وادناهم نسبة الملازم.



صورة 4: مخطط أعمدة يمثل الوظيفة

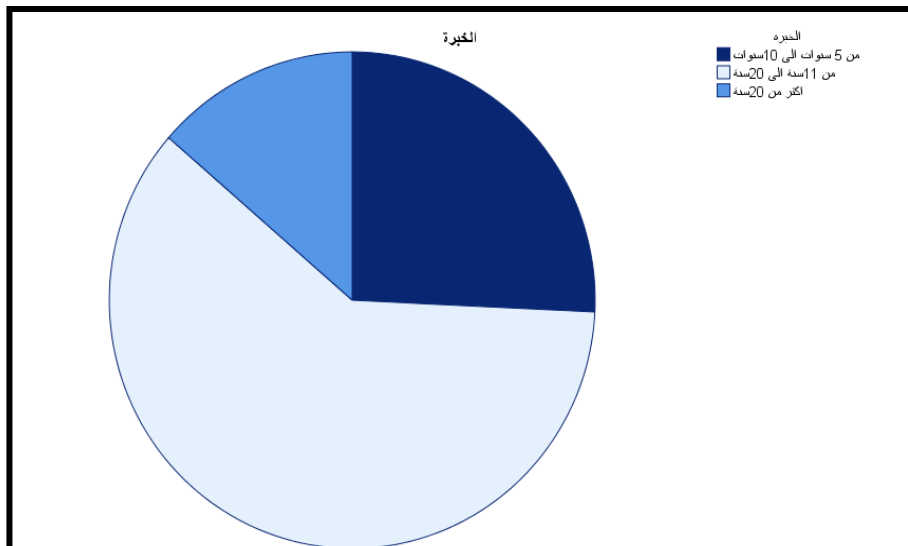
النسبة المئوية	التكرار	الخبرة
25.8%	17	من 5 إلى 10 سنوات
60.6%	40	من 11 إلى 20 سنة
13.6%	9	أكثر من 20 سنة
100%	66	المجموع

جدول 5: يوضح الخبرة المهنية

فيما يتعلق بتوزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية فإننا نلاحظ ان نسبة من 11 الى 20 سنة هي اعلى نسبة وتقدر ب 60.6% ما يعادل 40 فرد، ومن 5 الى 10 سنوات متوسطة تقدر ب 25.8% ما يعادل ب 17 أفراد، وأدنى اقدمية نجدها في أكثر من 20 سنة تقدر ب 13.6% ما يعادل 9 مبحوثين.

ستنتج أن النسبة المرتفعة حسب الخبرة المهنية هي من 11 الى 20 سنة وهذا ما يدل على ان المؤسسة

تحافظ على موظفيها.



صورة 4: دائرة نسبية تمثل الخبرة

- المحور الثاني: وسائل الاعلام الالكتروني التي تعتمد عليها المؤسسة للتعريف بنشاطها

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	60	90.9%
لا	6	9.1%
المجموع	66	100%

جدول 6: يوضح اعتماد المؤسسة على وسائل الاعلام الالكتروني

كشف الجدول أعلاه ان اغلب المبحوثين يعتمدون على وسائل الاعلام الالكترونية على مستوى الحماية المدنية وذلك ب 60 مبحوث من أصل 66 بنسبة 90.9% في حين يرى اقلية على عدم اعتمادهم لوسائل الاعلام الالكتروني داخل المؤسسة تقدر قيمتهم ب 9.1%.

نستنتج ان سبب اختيار المبحوثين على اعتمادهم على وسائل الاعلام الالكتروني او الجديد وذلك راجع لسهولة استخدامه وتوفير الوقت والجهد.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الوسائل الشفهية	48	35.3%
الوسائل المكتوبة	28	20.6%
الوسائل الالكترونية	60	44.1%
المجموع	136	100%

جدول 4: أشكال وسائل الاعلام المعتمدة

يتضح من خلال الجدول أعلاه استجواب المبحوثين حول أشكال وسائل الاعلام، حيث نجد أن 60 فرد بنسبة 44.1% للمبحوثين الذين اجابوا بأنها تتمثل أشكالها في وسائل الاعلام الالكتروني، وأقل نسبة كانت 28 فرد ب 20.6%.

نستنتج ان أغلب المبحوثين في مؤسسة الحماية المدنية يعتمدون على الاعلام الالكتروني الجديد كونه مستعمل بكثرة في وقتنا الحالي على وسائل التقليدية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الفاسبوك	59	21.1%
الواتساب	20	7.2%
الهاتف	26	9.3%
الملصقات	15	5.4%
الإعلانات الالكترونية	54	19.4%
الأنستغرام	27	9.7%
البريد الالكتروني	36	12.9%
الفاكس	24	8.6%
الشبكة الداخلية	18	6.5%
المجموع	279	100%

جدول 5: أهم وسائل الكترونية مستعملة في مؤسسة الحماية المدنية

يكشف الجدول أعلاه الوسيلة الإعلامية الالكترونية المستخدمة بكثرة بمؤسسة الحماية المدنية حيث اغلب المبحوثين اجابوا على الفاسبوك ب 21.1% ما يعادل 59 فرد، يليها المبحوثين الذين اجابوا بالإعلانات

الالكترونية 54 فرد ب 19% تأتي وسيلة البريد الالكتروني 36 مبحوث ب 12.9% وتأتي أدنى نسبة 5.4% مما يعادل 15 فرد الذين اختاروا الملصقات.

يعود سبب الاستخدام الكبير للفاسبوك في مؤسسة الحماية المدنية، نظرا لفعاليتها في نقل المعلومات بينهم ترويج نشاطاتهم من خلال الإعلانات الإلكترونية وهذا لسهولة استخدامها من أجل تحقيق أهداف المؤسسة وملائمتها لطبيعة نشاطها من جهة أخرى وحسب العطيات أن هناك ضعف في الاعتماد على وسائل التقليدية.

لأنه يعد من أشهر المواقع الالكترونية على الانترنت أسسه طالب في الجامعة هارفارد 2004، فهذا الموقع فتح المطورين إمكانيات الدخول إليه وتطويره , وهو الموقع الوحيد لشبكة اجتماعية متاح من خلالها تطبيقات باللغة العربية<sup>2</sup>

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	56	84.8%
لا	10	15.2%
المجموع	66	100%

جدول 6 : يوضح ضرورة وجود الوسائل الإعلامية

2. أماني, جمال مجاهد: استخدام الشبكات الاج في تقديم خدمات مكتبية متطورة ,مجلة دراسات المعلومات ,2010ص21

يوضح الجدول أعلاه مدى ضرورة وجود الوسائل الإعلامية في المؤسسة، حيث نجد 56 مبحوث ب 84.8% أجابوا بنعم، ويعود سبب ذلك الى أن جميع المبحوثين لديهم وعي كبير بضرورة استعمال ووجود الوسائل الإعلامية في مؤسسة الحماية المدنية وعن الدور الفعال الذي يحقق من خلاله.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
موقع الإلكتروني خاص	24	20.5%
بريد الإلكتروني	38	32.5%
موقع التواصل الاجتماعي	55	47%
المجموع	117	100%

جدول 7: يوضح فيما تتمثل هذه الوسائل

يوضح الجدول أعلاه أن أكثر موقع مستخدم وضروري في مجال عمل الموظفين في مؤسسة الحماية المدنية كان 55 موظف ما يعادل ب 47% في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وتليها البريد الإلكتروني من 38 موظف ما يعادل ب 32.5% وفي الأخير موقع الإلكتروني الخاص بنسبة 20.5% يعادل 24 موظف. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي في أغلب المؤسسات وخاصة مؤسسة الحماية المدنية تكتسح مكانة كبيرة في مجال العمل وذلك من أجل وصول الرسالة وكذلك وفرة الوقت والجهد.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	56	%84.8
لا	10	%15.2
المجموع	66	%100

جدول 8: يوضح مساهمة وسائل الاعلام في خلق مبادرة في العمل وتفعيل الخدمات

نرى في الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين أن وسائل الاعلام الالكتروني تساهم كثيرا في مبادرة في خلق العمل وذلك ما عادل 57 موظفين ب %84.8 أجابوا بنعم، أما الذين أجابوا ب لا كانت نسبتهم قليلة قدرت ب %15.2 كما أن وسائل الاعلام تساهم في تفعيل خدمات المؤسسة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
خلق صورة حسنة بالمؤسسة	62	%42.5
تسهيل التواصل ونقل المعلومات	27	%18.5
تخفيض أعباء العمل	36	%24.7
سرعة الاتصال بالجمهور	21	%14.4
المجموع	146	%100

جدول 9: إضافات التي قدمتها وسائل الاعلام الجديد في المؤسسة

يوضح الجدول أعلاه الإضافات التي قدمتها وسائل الاعلام للمؤسسة حسب مقترحات كانت إجابة خلق صورة حسنة لها أعلى نسبة وتقدر ب 42.5% ما يعادل 62 موظف، في حين المبحوثين الذين أجابوا بأنها تخفض أعباء العمل على الموظفين بنسبة 24.7%، وكانت اجابتهم سرعة الاتصال مع الجمهور.

يعود سبب توزيع المبحوثين للمؤسسة في تنوعهم لمختلف الإجابات بنعم، أن خلق صورة حسنة للمؤسسة تبقى هي الأهم الإضافات التي قدمتها وسائل الاعلام الجديد للمؤسسة وكذلك في تخفيض أعباء العمل وتسهيل التواصل ونقل المعلومات بسرعة للجمهور.



## - المحور الثالث: كيفية تحسين الصورة الذهني للمؤسسة لدى جمهورها:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
القيام بالنشر والأخبار عبر وسائل الاعلام الالكتروني	38	29.7%
قيام بأنشطة ترويجية	57	44.5%
سرعة اتصال ونقل المعلومات للجماهير	33	25.8%
المجموع	128	100%

جدول 10: يوضح الأساليب المستخدمة في بناء صورة حسنة للمؤسسة

نرى في الجدول أعلاه أن الأسلوب المستخدم في بناء صورة حسنة للمؤسسة هي القيام بأنشطة ترويجية ما يعادل 57 موظف نسبة 44.5% أما القيام بالنشر والأخبار عبر وسائل الاعلام الالكتروني قدرت ب 29.7% ما يعادل 38 موظف، أدنى نسبة قدرت ب 25.8% وهي سرعة اتصال ونقل المعلومات للجماهير. نستنتج من خلال تحليلنا لجدول أن المؤسسة الهدف من بناء صورة حسنة لجمهورها هي القيام بأنشطة ترويجية للخدمات التي تقدمها الحماية المدنية وذلك عن طريق النشر والأخبار عبر وسائل الاعلام الجديد.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تقديم خدمة انقاذ ممتازة بشكل دائم	45	57.7%
التواصل والاعلام مع المجتمع بطريقة أوضح	33	42.3%
المجموع	78	100%

جدول 11: عوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة

بين الجدول أعلاه أن مدى تقديم خدمة انقاذ ممتازة بشكل دائم كانت أعلى نسبة تقدر ب 57.7% ما يعادل 45 موظف أما التواصل والاعلام مع المجتمع بطريقة أوضح قدرت ب 42.3% ما يعادل 33 مبحوث، هذه هي العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة.

نستنتج أن العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الحماية المدنية تلعب دورا هام وتتجسد هذه العوامل في نوعية الوسائل الإعلامية المستخدمة في نقل الرسائل، مع تقديم خدمات تساعد المؤسسة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
توعية المجتمع بأهمية السلامة والوقاية عبر المواقع التواصل الاجتماعي.	31	28.7%
الاهتمام بالتدبير والتطوير وتحسين كفاءات العاملين فيها.	38	35.2%
التواصل الفعال مع وسائل الاعلام والمجتمع المحلي.	39	36.1%
المجموع	108	100%

جدول 12: وظائف التي تقوم بها المؤسسة في تحسين صورتها

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب الباحثين أجابوا بأن وظيفة التي تقوم بيها المؤسسة من أجل تحسين صورتها هي التواصل الفعال مع وسائل الاعلام والتي تقدرت ب 36.1% ما يعادل 39 موظف، أما الوظيفة الثانية هي الاهتمام بالتدبير والتطوير وتحسين كفاءات العاملين فيها ب 35.2% ما يعادل 38 موظف أما أدنى نسبة قدرت ب 28.7% وكانت على توعية المجتمع بأهمية السلامة والوقاية عبر المواقع التواصل الاجتماعي. نستنتج أن وظائف التي تقوم بها المؤسسة تلعب دورا كبير في تحسين صورتها والتعرف بها على جمهورها الخارجي خاصة بالتواصل الفعال والدائم مع وسائل الاعلام.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	59	%89.4
لا	7	%10.6
المجموع	66	%100

جدول 16: يوضح وجود مختصين في مجال الاعلام

نرى في الجدول أعلاه الى وجود مختصين في مجال الاعلام داخل المؤسسة فكانت اعلى إجابة للمبحوثين بنعم

تقدر ب %89.4 ما يعادل 59 مبحوث في حين نجد 7 من بحوثين اجابوا ب لا بنسبة %10.6.

يعود سبب بروز إجابة المبحوثين بنسبة عالية أنه يوجد مختصين في مجال الاعلام في مؤسسة الحماية المدنية مهم

وذلك من أجل تغطية كل النشاطات والمستجدات داخل المؤسسة، وأنهم حاملين هذا التخصص.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	44	%66.7
لا	22	%33.3
المجموع	66	%100

جدول 17: مساهمة الاعلام الالكتروني في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة

يشير الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين أكدوا بأن الاعلام الالكتروني يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة والتي قدرت ب 66.7% ما يعادل 44 مبحوث، أما الإجابة لا قدرت ب 33.3% ما يعادل 22 مبحوث. ونستنتج أن مؤسسة الحماية المدنية تعتمد كثيرا في خدماتها على وسائل الاعلام الالكتروني من أجل تحسين صورتها الذهنية لدى جمهورها.

– المحور الرابع: معوقات نشاط وسائل الاعلام الالكترونية في المؤسسة:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	اجابان نعم: 54	81.3%
	انقطاع: 34	52.3%
	صعوبة التصفح: 31	47.7%
لا	12	18.2%
المجموع جزئي	نعم ولا مجموع: 66	100%
المجموع الكلي	65	100%

جدول 13 : يوضح معوقات التي تواجهها المؤسسة أثناء استعمالها لمواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين أكدوا بأن المؤسسة تواجه صعوبات أثناء استعمالها لمواقع التواصل في مجالها الإداري وقدرت ب 81.3% ما يعادل 54 مبحوث وهذا مبحوثين انقسموا على اختيارين بحيث

كان أكبر سبب هو انقطاع المتكرر للإنترنت الذي قدر بـ 52.3% ونسبة 47.7% كان السبب هو صعوبة التصفح الموقع، بحيث وجدت أقلية من أجابوا ب لا أي عدم وجود صعوبات.

يعود سبب بروز المبحوثين بصعوبة انقطاع الإنترنت المتكرر في المؤسسة لأن أغلب المؤسسات تعاني من هذا المشكل من بينها مؤسسة الحماية المدنية، وهذا السبب الكبير في عرقلة الخدمات ونشاطات هذه المؤسسة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	69.7%
لا	20	30.3%
المجموع	66	100%

جدول 14 : يوضح تأثير وسائل الاعلام سلبا على الصورة الذهنية المشكلة عن الحماية المدنية

نرى في الجدول أن أغلبية المبحوثين أكدوا على تقليص من استخدام وسائل الاعلام يؤثر بالسلب على الصورة الذهنية تقدر بـ 69.7% ما يعادل 46 مبحوث، و 20 مبحوث أي الأقلية أقوى على انها لا تؤثر عليها. نستنتج ان وجود الاعلام الالكتروني في المؤسسة ضروري جدا في تحسين صورة الذهنية لمؤسسة الحماية المدنية وعدم وجوده يؤثر بسلب ويفسد صورتها للجمهور الخارجي وعدم وجود ثقة بين الجمهور والمؤسسة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مشاكل متعلقة بالإدارة	40	54.8%
مشاكل متعلقة بالوسيلة	33	45.2%
المجموع	73	100%

جدول 15 : يوضح طبيعة المشاكل التي تواجهها مؤسسة الحماية المدنية

نلاحظ من خلال الجدول أن طبيعة المشاكل التي تواجهها المؤسسة، والتي أكد عليها أغلب المبحوثين أنها مشاكل متعلقة بالإدارة قدرت ب 54.8% ما يعادل 40 مبحوث، والأقلية الذين أجابوا بأنها مشاكل متعلقة بالوسيلة والتي قدرت ب 54.2%.

نستنتج بأن كل مؤسسة سواء كانت عمومية، خدماتية اقتصادية... تواجه مشاكل سواء إدارية تكون ما بين الموظفين داخل المؤسسة، وأحيانا ما تكون هناك مشاكل متعلقة بالوسيلة، وهذا يسبب خلل أو انعدام تلك الوسيلة المراد استخدامها، وهذا ما تعاني منه مؤسسة الحماية المدنية.

النسبة المئوية				التكرار				المتغير			
18.2%	39.4%	42.4%	83.3%	12	26	28	55	حسنة	جيدة	ممتازة	نعم
16.7%				11				لا			
100%				66		66		المجموع			

جدول 16 : العلاقة بين الاعلام الالكتروني والصورة الذهنية

يشير الجدول أعلاه ان عدد كبير من المبحوثين أجابوا بأنها هناك علاقة بين الاعلام الالكتروني والصورة الذهنية وذلك بنسبة 83.3% ما يعادل 55 فرد أجابوا بنعم وهناك من قال عنها انها علاقة ممتازة وقدرة ب 42.4% يعادل 28 مبحوث وبنسبة 39.4% اجابوا بأنها علاقة جيدة، أما الذين أجابوا بانها لا يوجد أي علاقة بينهم هم الأقلية بنسبة 16.7% ما يعادل 11 مبحوث.

نستنتج أن على كل مؤسسة يجب أن تكون هناك علاقة بين الاعلام الالكتروني والصورة الذهنية وهذا من أجل تحسين صورة المؤسسة وأيضا تحسين خدماتها وترويجها لجمهورها، وهذا ما تطبقه مؤسسة الحماية المدنية بأنه توجد علاقة كبيرة وممتازة بين وسائل الاعلام والصورة الذهنية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
إمكانية النشر الأخبار والفعاليات الخاصة بشكل سريع وفعال	19	15.7%
توفير وسائل الاتصال والتواصل بشكل أسرع وأفضل	40	33.1%
أداة مهمة في تحسين صورة المؤسسة والتعرف عليها	62	51.2%
المجموع	121	100%

جدول 17 : أهمية الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

يشير الجدول أعلاه مكانة وأهمية الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الحماية المدنية، فأغلبية الباحثين أكدوا ان الاعلام الالكتروني أداة مهمة في تحسين صورة المؤسسة بنسبة 51.2% ما يعادل 62 مبحوث، أما البعض فأجابوا توفير وسائل الاتصال والتواصل بشكل أسرع وأفضل قدر ب 33.1% ما يعادل 40 فرد، أما الأخيرة من الباحثين رأوا بأن أهمية الاعلام هي إمكانية النشر الأخبار والفعاليات الخاصة بشكل سريع وفعال، وذلك بنسبة 15.7% ما يعادل 19 مبحوث.

نستنتج من خلال الجدول انه هناك أهمية كبيرة للإعلام الالكتروني وتحسين صورة المؤسسة، لأنها لها دور قوي وفعال من خلاله يمكن وصول الرسالة بسرعة وتقديم خدمات المؤسسة من اجل بناء صورة حسنة لمتابعيها وجلب أكبر جمهور.



## المبحث الثاني: عرض النتائج في ضوء الفرضيات:

### عرض نتائج الفرضية الأولى:

- اعتماد المؤسسة العمومية على الاعلام الالكتروني في مساهمة تحسين صورتها الذهنية.
- للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الاستمارة:
  - يكشف لنا الجدول رقم 06 أن أغلبية موظفي مؤسسة الحماية المدنية أكدوا باعتمادهم على وسائل الاعلام الالكتروني وذلك راجع لسهولة استخدامها وتوفير الوقت والجهد.
  - يكشف لنا الجدول رقم 09 أن ضرورة وجود وسائل الاعلام الالكتروني في المؤسسة راجع للدور الفعال الذي يحققه من خلاله.
  - يكشف لنا الجدول رقم 12 أكد معظم الباحثين بأن الإضافة التي تقدمها وسائل الاعلام في المؤسسة الحماية المدنية هي خلق صورة حسنة وتخفيض أعباء العمل وتسهيل التواصل ونقل المعلومات بسرعة للجمهور.

**الاستنتاج:** نرى من خلال النتائج المستنبطة أن الفرضية الأولى تحققت، لأن مؤسسة الحماية المدنية اعتمدت ولا تزال تعتمد على وسائل الاعلام الالكتروني وذلك لأنها تساهم في تفعيل خدماتها وتكتسح مكانة كبيرة في مجالها العملي.

### عرض نتائج الفرضية الثانية:

- الفاسبوك والاعلانات الالكترونية تساهم في ترويج نشاطات الحماية المدنية.
- لتأكد من صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الاستمارة.
- يكشف لنا الجدول رقم 08 أن الوسائل أكثر استخداما للتواصل مع الجمهور الخارجي أو في خدماتها داخل مؤسسة الحماية المدنية هي الفاسبوك والاعلانات الالكترونية وهذا ما أكدوه أغلبية الموظفين.
- يكشف لنا الجدول رقم 10 أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تكتسح مكانة كبيرة في مجال العمل في أغلب المؤسسات من بينها مؤسسة الحماية المدنية وذلك من أجل وصول الرسالة بسرعة

**الاستنتاج:** نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن الفرضية الثانية تحققت، وهذا لأن الفاسبوك يعد من أشهر المواقع على الانترنت لسهولة استخدامه، وتعتمد المؤسسة على الاعلانات الالكترونية للتعرف بنشاطها وتقديم برامجها.

### الخلاصة:

توصلنا بعد عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الجانب الميداني والتعلق عليها أن المؤسسة موضوع الدراسة تهتم بوسائل الاعلام الالكتروني في تحسين صورتها الذهنية للجمهور ها الداخلي والخارجي، ومن اهم الوسائل المستعمل هي الفاسبوك لأنه يعد من أهم المواقع أكثر استعمالا في الانترنت

### المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة:

وصلت هذه الدراسة التي تمحورت حول موضوع دور الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية، الى عدة نتائج أهمها:

- 1- اجماع الباحثين اعتمادهم على وسائل الاعلام الالكتروني في تحسين صورة مؤسسة الحماية المدنية
  - 2- اعتماد مؤسسة الحماية المدنية على الفاسبوك والاعلانات الالكترونية بكثرة من أجل ترويج نشاطاتها وخدماتها.
  - 3- قيام مؤسسة الحماية المدنية بوظائف وعوامل تلعب دورا كبيرا في تحسين صورتها والتعرف بها على جمهورها الخارجي والداخلي.
  - 4- أهمية وجود مختصين في مجال الاعلام في مؤسسة الحماية المدنية من أجل تغطية كل نشاطاتهم ومستجداتهم.
  - 5- تأكيد مؤسسة الحماية المدنية على الدور القوي والفعال التي تقدمه وسائل الاعلام الالكتروني والتي من خلالها يمكن وصول الرسالة بسرعة، وتقديم خدمات المؤسسة من أجل بناء صورة حسنة.
  - 6- تأكيد الحماية المدنية على وجود علاقة كبيرة وممتازة بين وسائل الاعلام الالكتروني والصورة الذهنية.
- تواجه مؤسسة الحماية المدنية عدة مشاكل تعرقل خدماتها ما بين الموظفين او مع جمهورها الخارجي، وذلك راجع الى انقطاع المستمر للإنترنت أو وجود خلل في الوسيلة المراد استعمالها

خاتمة عامة

### خاتمة:

من خلال دراستنا في الجانب النظري والجانب التطبيقي، حاولنا أن نتعرف على أهمية ودور الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية لمديرية الحماية المدنية، من خلال التعريف بنفسها وخدماتها، وكسب ثقة جمهورها عن طريق الوسائل المناسبة.

فبعد تناول كل الجوانب وجمع المعلومات تم التوصل الى أن الاعلام الالكتروني له دور فعال تستخدمه مؤسسة الحماية المدنية، وهذا من أجل تحسين الخدمة المقدمة وزيادة فعاليتها وترويج نشاطاتها لدى جمهورها، وكثرة استعماله ما بين الموظفين داخل المؤسسة. فأصبحت كذلك وسائل الاعلام الالكتروني بديلا لوسائل الاعلام التقليدي الذي كانت تعتمد على أدوات وطرق بدائية في النشر، على عكس ماهي عليه وسائل الاعلام الالكتروني الذي استند الى أسلوب رائع في نشر المواد الإعلامية وبذلك بات مطلبا مهما تفرضه التحولات الالكترونية، وصار كمرحلة ضرورية في ظل العصر الرقمي والتفاعل الإنساني.

فمن بين الوسائل التي تم الاعتماد عليها في مؤسسة الحماية المدنية هي المواقع التواصل الاجتماعي لأنها أصبحت الخيار الأول لجميع المؤسسات سواء الخدماتية أو العمومية، وذلك من أجل تطوير الخدمات ونشر العروض وأيضا لسهولة استخدامها ووفرة الوقت والجهد.

كما أتاحت الوسائل الاعلام الالكتروني فرص للمؤسسة من أجل بقائها في تواصل دائم مع جمهورها لتحسين صورة المؤسسة.

وفي الأخير نرجو أن تكون هذه الدراسة قد استطاعت إعطاء صورة دقيقة وموضوعية عن دور الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الحماية المدنية بولاية مستغانم باعتبارها مؤسسة عمومية، فنأمل أن وسائل الاعلام الالكتروني تكون قد ساهمت بشكل كبير في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال الأنشطة

## خاتمة عامة

---

والخدمات التي تقوم بها. ومن التوصيات التي نرجو من مؤسسة الحماية المدنية أن تأخذها بعين الاعتبار هي زيادة في خدمة الاعلام الالكتروني وعدم تفريط فيه لأنه يساعد كثيرا في الخدمة خاصة حاليا أي عصر تكنولوجيا والرقمنة هو المسيطر في وقتنا الحالي.

### المراجع

### قائمة الكتب

- 1- عصمت عدلي، علم اجتماع الأممي والأمن والمجتمع، د ط دار معرفة الجامعية، مصر، 2001
- 2- معجم الوسيط، مكتبة الإسكندرية للنشر والتوزيع تركيا 2000.
- 3- ابن منظور، لسان العرب، المادة اعلم، لبنان.
- 4- جمال الدين محمد بن مكرم، ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، المجلد 10، ط 2008.
- 5- محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة 1982، باب ال صاد 373.
- 6- لويس شيخوا، المنجد 20 بيروت، دار المشرق 1957
- 7- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعمولة، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن ط 1.
- 8- محمد بن عبد الرحمان الحضيفة: كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط 2، مكتبة العبيكان، ال رياض 1998.
- 9- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان 2012.
- 10- حسنين شفيق الاعلام التفاعلي، دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
- 11- الحافظ ابن كثير الدمشقي تفسير القرآن الكريم، المجلد الثالث، دار الكتب العلمية، بيروت 2004.

## قائمة المصادر والمراجع

- 12- سامي بدعي منصور القانون الدولي الخاص، الدار الجامعية، بيروت 2009.
- 13- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، دراسة أسامة للنشر، أردن، عمان، ط 1
- 14- نسرين حسونة: الإعلام الجديد والمهام والوسائل، وخصائص والوظائف، دار الالوكة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- 15- د. فيصل ابوعيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 1 ط، 2010
- 16- طارق سيد احمد الخليفي، معجم مصطلحات الإعلام دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر. 2008.
- 17- ا شرف فهمي خوجة، استراتيجيات الدعاية والحملات الاعلانية، دار المعرفة الجامعية لنشر والتوزيع، مصر 2011.
- 18- ناهض فاضل زيدان الجواري العلاقات العامة والصورة الذهنية دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط 1.
- 19- جمال بن عمار الأحمر الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2016.
- 20- حامد مجيد لأشطري، دور الإعلام التلفزيوني في تكوين الصورة الذهنية دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2013.
- 21- علي عجوة العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب والطباعة والنشر، القاهرة مصر، ط 2، 2003.



## قائمة المصادر والمراجع

- 22- علي عجوة، كريمان فريد ادارة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية وادارة الازمات، عالم المكتب للنشر والتوزيع، القاهرة ط1, 2015.
- 23- أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، القاهرة مدينة برص للنشر والتوزيع 2004.
- 24- رحومة، ع علم الاجتماع الآلي، مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 2008
- 25- عبد الرزاق محمد الدليمي مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1 2012 عمان - الأردن, دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 26- عوض حسني: أثر المواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، المجالات الا. ج التقليدي وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري.

## قائمة المذكرات

- 27- أجمالي، في دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة صنعاء، جمهورية اليمن العربية 2007
- 28- إبراهيم يوسف العوامة: الصورة الذهنية للبطل في المسلسلات التركية المد بلجة إلى العربية، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق ال اوسط 2001.
- 29- وهاب محمد تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير

## قائمة المصادر والمراجع

جامعة الجزائر 2005.

30- هناء محمد علي سعيد: أثر استخدام الكتاب الإلكتروني على التحصيل الدراسي وتنمية بعض

المهارات عمليات العلم، رسالة ماجستير 2015.

### قائمة المجلات

31- أماني، جمال مجاهد: استخدام الشبكات الاج في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات

المعلومات، 2010.

32- محمود يوسف، صورة جهاز الشرطة لدى قادة الراي في مصر- في مجلة البحوث الإعلامية جامعة

الأزهر 13 يناير 2000م

33- جيهان يسرى، راى الفتاة الجامعية في صورتها التي تقدمها الدراما العربية بالتلفزيون، مجلة

المصر لبحوث الراي العام كلية الاعلام اكتوبر - ديسمبر 2002.

34- العلاوة، ح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك

الجماهير، مقدمة للمؤتمر الاعلام السابع عشر بعنوان ثقافة ال تغيير 2012.

35- مقابلة مع مكلف بالإعلام في مديرية الحماية المدنية لولاية مستغانم

36-John and Others –Med Reliance and public Image of  
enirvommental polities in Qutario and Michigan in Journalises  
Quarterly p838-842

37-Miscall Macomb’s and theirs candidate image in spinach election  
second-level-agenda-settings Effes-Im journals and Mass  
communication quarterly p703-



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم إنسانية



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

تخصص ماستر 2 اتصال وعلاقات العامة

شعبة علوم الإعلام والاتصال

بعنوان:

دور الاعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عمومية

دراسة ميدانية بمدينة الحماية المدنية لولاية مستغانم.

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل م د)الطور الثاني في علوم اعلام واتصال

المشرفة:

د. بن علي مليكة

اعداد الطالبين:

قادة دنون سعدية

كروب أية

الملحق الأول: استمارة الاستبيان:

هذه الاستمارة استبائية حول موضوع دور الإعلام الالكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة حماية المدنية لولاية مستغانم.

- دراسة ميدانية على عينة قصدية من رجال الحماية المدنية، وهي تدرج في إطار إعداد

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

السنة الجامعية 2023/2022

# ملاحق

## ملاحظة:

- ان المعلومات المقدمة تستعمل فقط في إطار البحث العلمي فقط.
- يمكن اختيار أكثر من إجابة في الأسئلة التي تحمل العديد من الخيارات.

### البيانات الشخصية:

- 1/الجنس: ذكر  أنثى
- 2/مستوى التعليمي: متوسط  ثانوي  جامعي
- 3/الوظيفة: .....
- 4/الوضعية الاجتماعية: أعزب  متزوج  مطلق
- 5/الخبرة المهنية: من 5 سنوات الى 10 سنوات  من 11 سنة الى 20 سنة  أكثر من 20 سنة

### المحور الأول: وسائل الإعلام الإلكتروني التي تعتمد عليها المؤسسة للتعريف بنشاطها:

6/هل تعتمد مؤسستكم على وسائل الإعلام الإلكتروني؟

نعم  لا

• في حالة الإجابة بـ نعم فيما تتمثل أشكالها؟

وسائل شفوية  وسائل مكتوبة  وسائل الإلكترونية

7/ما هي الوسيلة الإلكترونية الأكثر استخداما في مؤسستكم؟

الفاسبوك  الوات ساب  الهاتف  الملصقات

الإعلانات الإلكترونية  الانستغرام  البريد الإلكتروني

## ملحق

الفاكس  الشبكة الداخلية

8/ هل ترى وجود هذه الوسائل في مجال عملك ضرورية؟

نعم  لا

• إذا كانت الإجابة بـ **نعم** فيما تتمثل؟

موقع الإلكتروني خاص  بريد الإلكتروني  موقع التواصل الاجتماعي

9/ هل تساهم وسائل الإعلام في خلق مبادرة في العمل؟

نعم  لا

10/ هل تساهم وسائل الإعلام في حل المشكلات التي تظهر في المؤسسة وخارجها؟

نعم  لا

11/ هل تساهم وسائل الإعلام في تفعيل خدمات مؤسسة الحماية المدنية؟

نعم  لا

• إذا كانت الإجابة بـ **نعم** كيف يكون تقييمك لهذا التفعيل؟

جيد  مقبول  ضعيف

12/ حسب اعتقادك، هل قدمت وسائل الإعلام الجديد إضافة بالمؤسسة؟

نعم  لا

• إذا كانت الإجابة بـ **نعم** كيف ذلك؟

خلق صورة حسنة بالمؤسسة  تسهيل التواصل ونقل المعلومات

تخفيض أعباء العمل  سرعة الاتصال بالجمهور

## ملحق

المحور الثاني: كيفية تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي؟

13/ ما هي الأساليب المستخدمة في بناء صورة حسنة للمؤسسة؟

القيام بالنشر والأخبار عبر وسائل الإعلام الإلكتروني  قيام بأنشطة ترويجية   
سرعة الاتصال ونقل المعلومات للجماهير

14/ ما هي العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة؟

تقديم خدمة إنقاذ ممتازة بشكل دائم  التواصل والإعلام مع المجتمع بطريقة أوضح

15/ ما هي وظائف التي تقوم بها المؤسسة لتحسين صورتها؟

توعية المجتمع بأهمية السلامة والوقاية عبر المواقع التواصل الاجتماعي   
الاهتمام بالتدابير والتطوير وتحسين كفاءات العاملين فيها   
التواصل الفعال مع وسائل الإعلام والمجتمع المحلي

16/ برأيك هل تهتم مؤسسة الحماية المدنية بتحسين صورتها لدى جمهورها الخارجي؟

نعم  لا

17/ هل ساهم الإعلام الإلكتروني في تحسين صورة الذهنية للمؤسسة؟

نعم  لا

محور الثالث: معوقات نشاط وسائل الإعلام الإلكترونية في المؤسسة

18/ هل تواجه المؤسسة صعوبات أثناء استعمالها لمواقع التواصل الاجتماعي في مجالها الإداري؟

نعم  لا

• إذا كانت الإجابة بـ نعم فيما تمثل هذه الصعوبات؟

## ملحق

انقطاع المتكرر للإنترنت  صعوبة تصفح المواقع

19/هل هناك عراقيل إعلامية تعيق السير الحسن للمؤسسة؟

نعم  لا

• في حالة الإجابة بـ **نعم** فيما تتمثل؟

ضعف الإعلام والتوعية  اعتماد مواطنين على وسائل أخرى

20/هل يوجد مختصين في مجال الإعلام والاتصال في مؤسستكم؟

نعم  لا

21/هل الوسائل الإعلامية المعتمدة من قبل مؤسستكم تسمح بالوصول الى المعلومة؟

نعم  لا

• إذا كانت الإجابة بـ **نعم** كيف ذلك؟

بسرعة كبيرة  متذبذبة  بطيئة جدا

22/ما هي طبيعة المشاكل التي تواجهها مؤسستكم؟

مشاكل متعلقة بالإدارة  مشاكل متعلقة بالوسيلة

23/ماهي العوائق التي تسبب في عدم تشكيل صورة ذهنية حسنة لمؤسستكم؟

المشاكل الداخلية  الإشاعات  الأزمات

24/هل تقليص من استخدام وسائل الإعلام يؤثر سلبا على الصورة الذهنية المشكلة عن الحماية المدنية؟

نعم  لا

25/هل يوجد علاقة بين الإعلام الالكتروني والصورة الذهنية؟



## ملحق

نعم  لا

• إذا كانت الإجابة بـ **نعم** فما هي هذه العلاقة؟

ممتازة  حسنة  جيدة

26/ فيما تكمن أهمية الإعلام الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة؟

- إمكانية نشر الأخبار والفعاليات الخاصة بشكل سريع وفعال
- توفير وسائل الاتصال والتواصل مع المواطن بشكل أسرع وأفضل
- أداة مهمة في تحسين صورة المؤسسة والتعرف عليها

## المديرية الولائية للحماية المدنية

