



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

شعبة الإعلام والاتصال



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال، وعلاقات عامة

استخدام العاملين في دائرة العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي

دراسة حالة بمدينة البيئية بولاية " مستغانم "

تحت إشراف الأستاذ(ة):

رقاد حليلة

من إعداد الطالبة:

بن ستي نادية

أعضاء اللجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. صفاح أمال	أستاذ (ة) محاضر(ة)	رئيسا للجنة
د. رقاد حليلة	أستاذ (ة) محاضر(ة)	مشرفا ومقررا
د. محراز سعاد	أستاذ (ة) محاضر(ة)	مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018

شكر وتقدير

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على
نعمه وفضله وكرمه. تبارك الله ذو الجلال والإكرام
نتوجه بجزيل الشكر إلى الأستاذة المشرفة " **رقاد حليلة** " على
ما قدمته لنا من دعم في انجاز هذا البحث من خلال
توجيهاتها ونصائحها القيمة.

كما نوجه شكرنا الخاص إلى مدير وعمال مديرية البيئة ودار
البيئة بمستغانم خاصة السيدة " **مرواني** "

على تقديم يد العون وعدم بخلمهم علينا بتقديم المعلومات...
فلهم منا كل الاحترام والتقدير

نقدم امتناننا الكبير لجميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص " اتصال وعلاقات عامة "

كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من دعمنا في انجاز هذا
البحث المتواضع.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي وعملي إلى العطاء الذي يفيض بلا حدود،
من أنارت قلبي بحب العلم وأعانتني بدعواتها، إلى من تذوب
لتنير دروب الآخرين، إلى الزهرة التي تفوح برائحة الياسمين،
والى رمز الكفاح والأمل...إليك يا الغالية " أمي خيرة"
إلى رفيق دربي... إلى نبع الحب والحنان.. إلى قرّة عيني أبي
العزیز " عواد"

إلى مدلل المنزل و العزیز على قلبي وابني " أخي محمد"
إلى رفيق دربي وسندي في الحياة "خطاب"
إلى أغلى ما أهدتني إياه الحياة أختاي العزیزتین "سمية ومليكة"
إلى كل الأهل والأقارب....
إلى كل الأصدقاء....
إلى كل من يعرفني من بعيد أو قريب...

بن ستي نادية

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة الموسومة بـ "استخدام العاملين بدائرة العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي" إشكالية أساسية تمحورت وهدفت إلى معرفة العلاقات العامة بالمديرية ومدى مواكبتها للتطورات في مجال العلاقات العامة الرقمية وأهم المواقع التي تستخدمها هذه الأخيرة كوسيلة للتواصل مع جمهورها، معتمدين في ذلك على منهج دراسة الحالة، وأداتي المقابلة في جمع البيانات في صفة معمقة والملاحظة كأداة مساعدة خاصة أثناء فترة التريص التي قضيناها بالمؤسسة موضع الدراسة، حيث تم حصر عينة الدراسة في سبعة (07) مقابلات، تم اختيارها بصفة غير احتمالية (قصدية) سعياً منا في الوصول إلى العناصر النمطية الممثلة حقيقة لموضوع الدراسة، من بين أبرز النتائج التي توصلنا إليها بعد مرحلتي التحليل والتفسير كانت كالتالي:

- استخدام مديرية البيئة بمستغانم لمواقع التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في موقعي "الفيسبوك" و"اليوتيوب" لتواصلها مع جمهورها.
- نقل مديرية البيئة لولاية مستغانم كل نشاطاتها التي تتمثل في الخرجات الميدانية التحسيسية، اللقاءات الرسمية مع المؤسسات الشريكة، آخر القرارات الصادرة من طرف وزارة البيئة وغيرها.
- مساعدة ومساهمة حسابات المديرية في توطيد وتعزيز علاقتها مع جمهورها من خلال الرد والتجاوب على استفساراته من خلال خانة التعليقات.
- تقوم الإدارة المركزية (الوزارة) بتعزيز استخدام هذه المواقع بإصدار قرارات من شأنها العمل خاصة التواصل مع الجمهور الخارجي بصفة متحينة (up_ dating).

الكلمات المفتاحية: الاستخدام - العلاقات العامة - مواقع التواصل الاجتماعي، المكلف بالعلاقات العامة .

Abstract:

In this study, we discussed the use of public relations workers for social networking sites, and we have formulated the following problem: **How do public relations employees use social networking sites?**

Our main objective was to know the public relations of the Directorate and how it coped with the developments in the field of digital public relations, and the most important sites used by the latter as a means of communication with its audience, based on the case study methodology, The sample of the study was limited to seven (07) interviews, which were chosen in a non-purposeful way in order to reach the typical elements represented by the subject of the study. Among the most prominent results we reached after the analysis and interpretation stages were as follows:

- The use of social networking sites within the Directorate of Environment in Mostaganem represented on Facebook and YouTube sites to communicate with the public.
- The Directorate of the Environment of Mostaganem State publishes all its activities which are represented in the field of awareness raising, official meetings with partner institutions, latest decisions issued by the Ministry of Environment and others.
- Assist and contribute to the accounts of the Directorate in consolidating and strengthening its relationship with its audience by responding to and responding to its queries through the comments section.

- The central administration (the ministry) promotes the use of these sites by issuing decisions that will work especially in communication with the outside public as up-dating.

Keywords: Use – Public relations – Social networking sites, responsible for public relations.

فهرس المحتويات:

كلمة شكر

إهداء

ملخص الدراسة

فهرس المحتويات

مقدمة:.....(أ.ب.ج)

الجانب المنهجي للدراسة

1. الدراسة الاستطلاعية.....(05)
2. بناء الإشكالية وطرح التساؤلات.....(08)
3. أسباب اختيار الموضوع.....(10)
4. أهمية الدراسة.....(20)
5. أهداف الدراسة.....(11)
6. المنهج المتبع.....(11)
7. أدوات جمع البيانات.....(13)
8. مجتمع البحث وطبيعته.....(14)
9. المعاينة وعينة الدراسة.....(15)
10. حدود الدراسة.....(16)
11. الدراسات السابقة.....(17)
12. تحديد المفاهيم.....(21)

الجانب النظري للدراسة

1. ماهية العلاقات العامة

- تمهيد.....(26)
- 1-1 مفهوم دائرة العلاقات العامة دورها في المؤسسة.....(27)
- 2.1 أهمية وأهداف العلاقات العامة.....(30)
- 3.1 مهام ووظائف العلاقات العامة.....(34)
- 4.1 وسائل الاتصال في العلاقات العامة.....(39)
- 5.1 خلاصة.....(43)

2. مواقع التواصل الاجتماعي

- تمهيد.....(45)
- 1.2 تعريفات حول مواقع التواصل الاجتماعي.....(46)
- 2.2 أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....(48)
- 3.2 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.....(54)
- 4.2 استخدامات وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة.....(56)
- 5.2 خلاصة.....(58)

الجانب التطبيقي للدراسة

- تمهيد.....(60)
- 1. التعريف بالمؤسسة.....(61)
- 1.1 مهام المؤسسة وشكل هيكلها التنظيمي.....(62)
- 2. تحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها.....(64)
- 1.2 نتائج العامة للمقابلة.....(88)
- 2.2 نتائج الملاحظة.....(89)
- 3. الاستنتاج العام للدراسة.....(91)
- الخاتمة.....(د.هـ)
- قائمة المراجع.....(96)
- الملاحق.....(103)

مقدمة

مقدمة:

إن صميم عمل العلاقات العامة في انجاز وظائفها وتحقيق أهدافها يتمثل في الاتصال ذو الاتجاهين، الذي يساهم في بناء سمعة طيبة للمؤسسة والحفاظ عليها، حيث وجب على المكلف بالعلاقات العامة في إطار تحقيقه لأهداف العلاقات العامة في أي مؤسسة مهما اختلف نوعها أو طبيعة نشاطها أن يولي اهتمامه بشبكة الويب كونها تضم وتستقطب الملايين من المستخدمين إضافة إلى ما تحويه من مواقع تطبيقات، وخدمات متعددة، لضمان التواصل مع الأطراف المعنية بشكل أكثر فعالية، مشاركة المحتويات الاتصالية بكفاءة وسرعة، الوصول إلى الجماهير المستهدفة وإقامة علاقات اجتماعية معهم. كلها أمور جعلت من هذه الشبكة حاجة ضرورية في المؤسسة تضمن بشكل أو بآخر نجاح المؤسسة في مسارها الوظيفي.

حققت شبكة الويب " الانترنت " نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، والتي مست جميع نواحي الحياة للإنسان المعاصر، اجتماعيا، سياسيا، دينيا، ثقافيا وغيرها، بحيث أصبحت تلعب أدوارها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook- youtube) وغيرها دورا محوريا وفعال، حيث دخلت هذه المواقع مختلف جوانب الحياة في المجتمعات العربية، وباتت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، سواء أكان استخدامها يتم على الصعيد الشخصي، أو حتى المهني. تشترك هذه المواقع في العديد من الوظائف أبرزها: المشاركة، التحوار التواصل والجماعة. كما لها عدة مميزات بداية بالعالمية التي تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يستطيع الفرد في هذا العالم التواصل مع أي شخص وفي أي مكان. كما أنها تتميز بالتفاعلية أي أن الفرد فيها مستقبل وقارئ، كذلك مرسل، كاتب ومشارك، فعلى عكس الوسائل التقليدية في الإعلام، هناك حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ. إضافة إلى ذلك تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالتنوع وتعدد الاستعمالات حيث يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، والمؤسسات لنقل نشاطاتها وأعمالها...إلخ. وقد أصبحت هذه الوسائل الوسيطة الأبرز في عمليات التفاعل مع الآخرين بما

فيها الجانب الاجتماعي، وأصبحت تؤدي دورا في تشكيل الوعي الاجتماعي من خلال إكساب الفرد عادات وسلوكيات اجتماعية صحيحة.

كما هو الحال بالنسبة لمديرية البيئة بولاية مستغانم، حيث حاولت الاستثمار في هذا الأمر من خلال أنها تعتمد في انجاز مهامها وخاصة تلك التي تتعلق بصورتها سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي على صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إعلام وإيصال كل ما يتعلق بأنشطتها وخرجاتها الميدانية إلى جماهيرها المستهدفة، عن طريق مكلف بالعلاقات العامة، وذلك نظرا لكافة الأدوار والمهام التي يقوم بها، كما وأنه أصبحت تعتبر العلاقات العامة في الوقت الراهن جزءا لا يتجزأ من نشاط وممارسة أي مؤسسة، ووظيفة حيوية ومهمة من وظائف المؤسسة حتى وان اقتصر الأمر عليها كممارسة فقط وهذا ما سنحاول أن نبرزه في بحثنا هذا من خلال معرفة كيفية استخدام العاملين في دائرة العلاقات العامة بالمديرية لمثل هذه المواقع في إطار العمل.

ولتدعيم هذا ارتأينا أن نتناول موضوع " استخدام العاملين بدائرة العلاقات العامة بمديرية البيئة بمستغانم لمواقع التواصل الاجتماعي " لإثراء وتوضيح أهم المواقع المستخدمة من قبل المديرية لانجاز مهامها، وكذا الوقوف على معرفة طبيعة المحتويات المنشورة من قبلها عبر هذه المواقع، وكيف يتم توظيف هذه المواقع في إطار تواصلها مع جمهورها. ومن أجل هذا تناولنا في دراستنا ثلاث جوانب وبداية مع الجانب المنهجي للدراسة، الذي حاولنا فيه إبراز إشكالية الدراسة مع طرح فروض التي سيتم اختبارها في الجانب الميداني للدراسة، تبيان مبررات أو أسباب اختيارنا للموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، ومن ثم تحديد منهج الدراسة المتبع، مجتمع البحث وطريقة اختيار عينة الدراسة، حدود ومجالات الدراسة، التطرق إلى بعض من الدراسات السابقة التي تناولت جانب أو جوانب دراستنا مع تحديد بعض النقاط التي تطابقت فيها دراستنا معها والتي اختلفت فيها أيضا، وتحديد مصطلحات الدراسة لغة، اصطلاحا وإجراءيا.

أما فيما يخص الجانب النظري فقد احتوى على فصلين، فالأول جاء تحت عنوان ماهية العلاقات العامة والذي تناولنا فيه مفاهيم حول العلاقات العامة ودورها في المؤسسة، أهميتها وأهدافها، مهام ووظائف دائرة العلاقات العامة ووسائل اتصال العلاقات العامة.

أما الفصل الثاني فكان مخصصا لمواقع التواصل الاجتماعي والذي أدرجنا فيه ما يلي: تعريفات حول مواقع التواصل الاجتماعي، أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، مميزات مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامات وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة.

أما فيما يخص الجانب التطبيقي: تناولنا فيه التعريف بالمؤسسة وإبراز مهامها وشكل هيكلها التنظيمي، تفسير وتحليل البيانات لأداتي الملاحظة والمقابلة بعد إجرائها بصفة معمقة في إطار منهج دراسة الحالة، عرض النتائج، وفي الأخير الوصول إلى خاتمة الدراسة.

الجانب المنهجي

لِلدِّرَاسَةِ

1. الدراسة الاستطلاعية:

الدراسة الاستطلاعية هي البحوث التي تهدف إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة التي يرغب الباحث في دراستها والتعرف على أهم الفروض التي يمكن وضعها وإخضاعها للبحث العلمي صياغة دقيقة تيسر التعمق في بحثها في مرحلة لاحقة لأنها بحوث تتناول موضوعات جديدة لم يتناولها باحث من قبل أو لا تتوفر عنها معلومات أو بيانات أو يجهل الباحث الكثير من جوانبها وأبعادها وهي تهدف إلى الكشف عن حلقات غامضة أو مفقودة.¹ قد قمنا بإجراء دراسة استطلاعية، في الفترة الممتدة من 26 فيفري إلى غاية 05 مارس 2019، بمديرية البيئة بولاية مستغانم. والتي كانت لنا فرصة لملاحظة سيرورة العمل فيها، و التعرف على أهم وسائل الاتصال المستخدمة فيها، وطريقة تواصل العمال فيما بينهم.

فقمنا بدراسة استطلاعية للمجتمع الأصلي للبحث والتمثل في كل الموظفين بكل مصالح المديرية، والتي تضم 25 عامل موزعا على خمسة مصالحات: مصلحة المحافظة على التنوع البيولوجي والأنظمة البيئية، مصلحة البيئة الحضرية والصناعية، مصلحة التحسيس والإعلام والتربية البيئية، مصلحة التنظيم والتراخيص، مصلحة الإدارة والوسائل.

هادفين بذلك في الأخير إلى:

- التعرف على ميدان الدراسة.
- معرفة مدى قابلية الموضوع للدراسة.
- اختيار أداة البحث المناسبة.

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000، ص38.

- قمنا بصياغة تساؤل عام مبدئي بالشكل التالي: ما مدى اتجاه العاملين بدائرة العلاقات العامة بمديرية البيئة لولاية مستغانم نحو استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- صياغة ثلاث تساؤلات فرعية معتمدين في ذلك بدرجة كبيرة على الملاحظة الأولية:
- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المديرية بصورة أكبر؟
 - ما هي أهم المحتويات الاتصالية التي تسعى المديرية لإيصالها لجمهورها عبر هذه المواقع؟
 - ما مدى اعتمادها على هذه المواقع كوسيلة لنقل نشاطاتها لجمهورها المستهدف؟
- القيام بتصميم استمارة خاصة بالاختبار القبلي متكونة من ثلاث محاور ثم اعتماد التساؤلات السابقة في بناءها إضافة إلى محور البيانات الخاصة بالمبحوثين مع توزيعها على أفراد عينة الدراسة الأولية " الاستطلاعية"¹.
- بعد جمع الاستمارات قمنا بعملية التفرغ وتحليل النتائج باستخدام أساليب الإحصاء واستخدام النسب المئوية.
- امتد المجال الزمني الخاص بالدراسة الاستطلاعية من شهر فيفري إلى شهر مارس والتي دامت حوالي أسبوع .
- نتائج الدراسة الاستطلاعية:
- ✓ تعتمد مديرية البيئة لولاية مستغانم على موقعي الفيسبوك واليوتيوب في إطار انجاز مهامها وأعمالها.
 - ✓ تحاول من خلال حساباتها الرسمية نقل أغلب نشاطاتها وانجازاتها لجمهورها الخارجي باعتمادها على صور، ملصقات، مقالات وفيديوهات قصيرة.
 - ✓ ليست كل المصالح معنية بأمر نشر محتويات المديرية عبر هذه الحسابات التي تساهم في تحسين صورتها والتعريف بها في أكبر نطاق ممكن.

¹: أنظر الملحق رقم (01)

زادت الدراسة الاستطلاعية المتواضعة من تحمسنا للموضوع، حيث استطعنا أن نقوم بجملة من التعديلات على مستوى البناء العام للموضوع وطريقة طرحه، وانطلاقاً من النتائج التي أسفر عنها هذا البحث الاستطلاعي قررنا:

✓ تغيير نوع الدراسة من دراسة كمية تتعلق باتجاهات العمال نحو استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان لجمع المعطيات، إلى ضبطها بشكل أفضل وجعلها دراسة كيفية نهدف من خلالها إلى معرفة طريقة استخدام هذه الفئة لهذه المواقع من خلال اعتمادنا على أدواتي المقابلة والملاحظة بهدف جمعنا للبيانات التي تخدم موضوعنا محل الدراسة وذلك نظراً لعدد العمال القليل الذي لا يسمح لنا بالاعتماد على استمارة الاستبيان التي تتطلب هي الأخرى عدد كبير من المبحوثين للوصول في الأخير إلى تعميم تلك النتائج.

✓ الإبقاء على المتغيرين الأساسيين في الدراسة " العلاقات العامة" و"مواقع التواصل الاجتماعي"

✓ تحديد نوع المعاينة وحصر عينة الدراسة التي رأينا أنها تخدم موضوع دراستنا بشكل مباشر.

2. بناء الإشكالية وطرح التساؤلات:

أصبح للعلاقات العامة دور مهم في المؤسسة، ومن بين المداخل الأساسية التي تسعى لتنظيم وإدارة المنشأة عمومية كانت أو خاصة، باعتبارها نشاط اتصالي متعدد الأهداف والغايات هدفها الأسمى الربط بين المؤسسة وجماهيرها مع الحفاظ على التوازن والعلاقات داخليا وخارجيا.

ظهرت الحاجة للعلاقات العامة كنشاط ووظيفة إدارية من خلال حدوث عدة تغييرات في المجتمعات وبدورها هي الأخرى تمس المؤسسات ما يغير في شكلها وطريقة تعاملها، خاصة في نمطها المعاصر، حيث تعد ثورة في التفكير الإداري وقفزة نوعية ساهمت بشكل كبير في تغيير مسار المؤسسة وتطورها واستمراريتها. والعلاقات كمجال ومهنة تتغير باستمرار وتتكيف مع التطورات الحاصلة في المجتمع، هي كمجال تتعامل بشكل أساسي مع الطريقة التي يتواصل الأفراد بها. ما يفترض عليها أن تفتح وتتقبل التطور التكنولوجي المستمر، ما أدى بها إلى تجاوز وظائفها الاتصالية التقليدية، وتحولت إلى وظيفة استشارية تصب اهتمامها في مجال التكنولوجيا الحديثة لتمكنها من تزويد الإدارة العليا بالمعلومات والبيانات خاصة بما يعمل على تقديم المؤسسة في أحسن صورها من جهة، أو فيما يتعلق بالترويج لمنتجاتها وخدماتها من جهة أخرى.

اليوم، وفي عصر التواصل الاجتماعي بامتياز في ظل بروز مواقع وشبكات تهدف إلى تحقيق التواصل عبر العالم، الأمر الذي خلق ثورة معلوماتية خاصة بعد ظهور واكتساح أجهزة التواصل الذكية التي أدخلت المؤسسات مرحلة مغايرة، مما جعلها تستثمر بطريقة أو بأخرى في عدة ميادين باختلاف نوعها وطبيعتها نشاطها في مجال تعاملها وتفاعلها مع الجماهير عن طريق فتح آفاق وفرص للمكلفين بالعلاقات العامة في المؤسسة لعرض مؤسساتهم والتعريف بأنشطتها وخدماتها للجماهير المتواجدة على المنصات الالكترونية، وعبر صفحات رسمية تابعة لها وتحمل شعارها.

كما هو الحال بالنسبة لمديرية البيئة لولاية مستغانم التي هي الأخرى أبرزت مكانتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وعليه ومن هذا المنطلق سنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على استخدامات العاملين في دائرة العلاقات العامة بهذه المديرية للمنصات الالكترونية بهدف نشر وتحسين صورتها والترويج لخدماتها ونشاطاتها، من خلال صياغة الاستفهام العام على النحو الآتي:

كيف يستخدم العاملين في دائرة العلاقات العامة بمديرية البيئة لولاية مستغانم مواقع التواصل الاجتماعي؟

والذي تتفرع عنه الأسئلة التالية:

✓ ما هي أهم المواقع التي يوظفها المكلف بالعلاقات العامة بالمديرية في إطار القيام بالمهام المنوطة له داخل المؤسسة؟

✓ ما هي أهم المحتويات المنشورة من قبل العاملين بالمديرية عبر هذه المنصات؟

✓ كيف يتم توظيف واستغلال المنصات الالكترونية للقيام بأعمال المديرية؟

3. الفرضيات:

ف1: هناك علاقة بين درجة حضور المكلف بالعلاقات العامة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تفاعل الجماهير.

ف2: تستخدم مديرية البيئة بمستغانم موقع الفيسبوك أكثر مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

4. أسباب اختيار الموضوع:

تعددت أسباب اختيارنا لهذا الموضوع من أسباب موضوعية وأخرى ذاتية:

الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة الميدانية.
- محاولة إبراز والتعرف على مدى تكيف جهاز العلاقات العامة مع التطورات الحاصلة في إطار التواصل والتفاعل مع جماهيره.
- تماشي موضوع الدراسة مع التخصص.

الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي لمعرفة كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في القيام بمهام إدارة العلاقات العامة خاصة في المؤسسات العمومية الحكومية.
- إثراء المكتبة الجامعية بموضوع في تخصص اتصال العلاقات العامة.
- اهتمامنا بالتكنولوجيا الحديثة واستخداماتها خاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

5. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عبر المنصات الالكترونية في تسهيل العملية الاتصالية في مجال العلاقات العامة، كالاستفادة من التطور التكنولوجي المتسارع في الأجهزة الالكترونية في مجال العلاقات العامة، وتدعيم العلاقة بين إدارة العلاقات العامة وبين العاملين بالمؤسسة والجمهور الخارجي.

- ضرورة التعرف على استخدامات العاملين بدائرة العلاقات العامة بالمديرية للمنصات الالكترونية.

- محاولة معرفة الآليات والأنشطة المتبعة من قبل إدارة العلاقات العامة في مديرية البيئة بولاية مستغانم من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها في مجال العلاقات العامة من قبل العاملين بمديرية البيئة لولاية مستغانم .

6. أهداف الدراسة:

لكل دراسة أهداف تخصصها ودراستنا هذه لا تخلو من الأهداف التي تم تسطيرها منذ البداية، لكي نستطيع من خلالها السير بخطى ثابتة نحو تحقيق النتائج المرجوة منها وتمثلت فيما يلي:

- التعرف على أهم المواقع التي يتم استخدامها من قبل العاملين بالمديرية في إطار تواصلهم وتفاعلهم مع جماهير المديرية.
- الوقوف على كيفية استخدام وتوظيف هذه المواقع من قبل العاملين بالدائرة للقيام بالأعمال الموكلة لهم .
- التعرف على العلاقات العامة بالمديرية لولاية مستغانم ومدى مواكبتها للتطورات في مجال العلاقات العامة الرقمية.

7. منهج الدراسة:

عادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي نسعى للوصول إليه، وطبيعة الدراسة في حد ذاتها، ولذلك يعرف المنهج على أنه "مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى خطوات فكرية وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة معينة¹، وهو أيضا كما عرفه

¹ رابح تركي: مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دط، 1984، ص53.

موريس أنجرس في كتابه منهجية البحث في العلوم الإنسانية على أنه "مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف"¹

تتدرج دراستنا ضمن البحوث والدراسات الكيفية: والتي تقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها. وتشمل هذه الأخيرة أكثر من طريقة منها: طريقة المسح، وطريقة دراسة حالة التي ستكون الطريقة المتبعة في دراستنا هذه.

فقد اقتضت الدراسة وطبيعة الموضوع الاستعانة بالمنهج دراسة الحالة، وهو "المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العملية المتعلقة بأية واحدة ويستخدم من أجل الحصول على المعلومات والحقائق التفصيلية بفرد ما أو موقف معين أو فريق"²

هو أيضا وكما عرفه بن مرسل في كتابه على أنه "دراسة الحالة هي البحث المتعمق للحالات الفردية في إطار المحيط الذي تتفاعل فيه"³

هو منهج يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المشابهة لها. ومن ثم جمع البيانات والمعلومات عنها التي لا يمكن الحصول عليها بأساليب أخرى. ما يجعله الأكثر ملائمة فيما يتعلق بموضوع دراستنا والمتمثل في: استخدام العاملين بمديرية البيئة لولاية مستغانم لمواقع التواصل الاجتماعي.

¹ موريس أنجرس: تر، بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، دار القصب للناشر، الجزائر، 2004، ص466.

² مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000، ص133.

³ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010، ص 302.

8. أداة جمع البيانات:

أ. المقابلة:

تم الاعتماد على دليل "المقابلة" كأداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة في هذه الدراسة، والإجابة على التساؤلات المطروحة سلفاً.

تعتبر المقابلة تقنية من التقنيات التي تساعد في عملية التقصي العلمي، كما وتستخدم أيضاً إزاء الأفراد بهدف استجوابهم، كما وتعد أحد الوسائل شائعة الاستعمال للحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بطريقة وكيفية استخدام العاملين في دائرة العلاقات العامة للمواقع التواصل الاجتماعي في إطار القيام بالمهام المخولة لهم.

هناك من أشار إلى المقابلة على أنها "تصنف ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات الغير موثقة في أغلب الأحيان في إطار انجازه للبحث"¹.

يشيع استخدام تقنية المقابلة في البحوث الكيفية بسبب فعاليتها في جمع المعلومات التفصيلية خاصة، ولأنها حسب "أنادون" توفر فرصة استكشاف موضوع معين بدلاً من تقييد الردود، كما هو الحال في الاستبيان المغلق"².

فيما يخص نوع المقابلة، وقع الاختيار على المقابلة المعمقة كونها الأنسب لموضوع دراستنا "دراسة الحالة"، إضافة إلى قلة عدد أفراد عينة دراستنا.

وقسمنا دليل المقابلة إلى محورين:

المحور الأول: استخدامات مديرية البيئة لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: مردودية استخدام المديرية لهذه المواقع.

¹ أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 213.

² فضيل دليو: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 210.

ب. الملاحظة:

أما تقنية الملاحظة فستكون في هذه الدراسة أداة مساعدة من خلال قيامنا بفترة التريص بالمديرية، والتي تمكننا من جمع معلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو من خلال المقابلة باعتمادنا على جهاز الهاتف لتسجيل كل المقابلات شفويا حتى يتسنى لنا العودة إليها أثناء مرحلة التحليل والتفسير.

حيث عرف أحمد بن مرسلي الملاحظة على أنها " مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كذب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، وهي عملية مقصودة وفق الخطة المرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع، وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة"¹

عرفها أحمد بن مرسلي في كتابه مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال على أنها "هي تلك المشاهدة للظاهرة عن كذب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين"²

9. مجتمع البحث وطبيعته:

إن أساس نجاح التعيين يقوم على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحويه من مفردات ومجتمع البحث يمثل جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها، حيث يعرف على أنه "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي"³.

¹ أحمد بن مرسلي: محاضرات ماجستير في الدراسة النظرية، وحدة منهجية العلوم الاجتماعية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، (2004/2005)، ص 203.

² أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 203.

³ موريس أنجريس: المرجع السابق، ص 467.

وبالنسبة لدراستنا فمجتمع البحث أو المجتمع الأصلي يتمثل في العاملين الذين يقومون بنشاطات العلاقات العامة والتابعين لمصلحة الإعلام والتحسيس والتربية والبيئة بمديرية البيئة بولاية مستغانم.

10. المعاينة وعينة الدراسة:

قبل اختيار الباحث عينة لدراسته من المجتمع الأصلي لابد عليه من المرور بما يسمى المعاينة والتي تعرف على أنها "تقنية اختيار العينة من مجتمع الدراسة وليس إلى كمية الوحدات المختارة (العينة)"¹ ، ضبط وتحديد العدد الحقيقي للمفردات وذلك من أجل أن يكون في الأخير التمثيل سليم وصحيح إلى حد كبير لمجتمع الدراسة مع تحقيق الأهداف.

عليه يمكننا أن نعرف العينة على أنها "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين"² وقع الاختيار في دراستنا على العينة المكانية، والتي تمثلت العاملين التابعين لمكتب الإعلام والتحسيس باعتبارهم المكلفين الحقيقيين والقائمين بكل ما يتعلق بمهام العلاقات العامة والذي يقتصر عددهم في سبعة عمال.

ونظرا لعدم توافر عدد كاف والذي يمكننا من إجراء عليه الدراسة في هذه المؤسسة، فحاولنا أن نقرب الأمر أكثر فتم اختيار هذه الفئة عن غيرها، كونها تحتوي على مفردة واحدة تخصص اتصال وعلاقات عامة، أما بقية المفردات فهي تقوم وتمارس نشاطات العلاقات العامة.

اعتمدنا على الأسلوب المكاني، كونه يقوم على تقديرنا الشخصي في اختيارنا لمفردات مجتمع البحث الأصلي، وهذا انطلاقا من الدراسة الكاملة والمفصلة لما يحتوي هذا المجتمع من مفردات، يتم انتقائنا لتلك التي لها علاقة وصلة بالبحث دون سواها دون الأخذ بعين الاعتبار قانون الانتظام أو عامل الصدفة.

¹ فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 195.

² موريس أنجرس: مرجع سبق ذكره، ص 463.

11. حدود الدراسة:

الحد المكاني: عند إجراء هذه الدراسة قمنا باختيار مديرية البيئة بولاية مستغانم. وهي مؤسسة تابعة لوزارة البيئة والموارد البيئية، حيث تهتم بتنفيذ القرارات الخاصة بهذا القطاع على مستوى إقليم ولاية مستغانم، وذلك بالتعاون مع الهيئات المحلية والجهوية الأخرى

الحد البشري: تمثل في العاملين بمكتب الإعلام والتحسيس، أو ممارسي نشاطات العلاقات العامة بمديرية البيئة بمستغانم.

الحد الزمني: أما عن الحدود الزمنية، فقد استغرقت مدة انجاز هذه الدراسة من خلال فترة التريص التي دامت 15 يوما، والمحددة من 26 فيفري إلى غاية 18 أبريل.

الحد الموضوعاتي: استخدامات العاملين بدائرة العلاقات العامة بمديرية البيئة لمواقع التواصل الاجتماعي في إطار القيام بمهامهم اتجاه المؤسسة وجماهيرها. دون التطرق لعادات واستخداماتهم الشخصية لهذه المواقع، مركزين فقط على الاستخدامات المهنية ذات العلاقة المباشرة بموضوع دراستنا.

12. الدراسات السابقة: من خلال الاطلاع عن الدراسات التي تناولت موضوع دراستنا، لم نجد عدد كبير من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، وهذه بعض منها جاءت على النحو التالي:

الدراسة الأولى: استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي "مدينة روابي نموذجاً"

سيما هاني جبر، زينة ماجد بكير، استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي "مدينة روابي نموذجاً"، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، قسم العلاقات العامة والاتصال، جامعة النجاح الوطنية، 2018/2017 نابلس (فلسطين).¹

تناولت هذه الدراسة الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة في مدينة روابي، حتى تتمكن روابي من إيصال سياستها وخدماتها للجمهور بكل سهولة، وبأقل تكلفة ولحسب ثقته وتعاونته، تحت سؤال رئيسي كان إلى أي مدى يتم استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في جهاز العلاقات العامة في روابي؟ حيث اعتمد فريق العمل في دراسته على المنهج الوصفي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات حول موضوع الدراسة. أما حدود الدراسة فكانت كالتالي: الحد الزمني: من شهر يناير إلى غاية شهر ابريل من نفس السنة. الحد المكاني: مدينة روابي التي أنشأتها شركة بيتي العقارية التابعة لشركة مسار العالمية وشركة الديار القطرية. أما الحد البشري فكان يتمثل في مختصون في مجال العلاقات العامة وفي المواقع التواصل الاجتماعي في مدينة روابي.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها فكانت:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرق ممارسي العلاقات العامة بروابي ساعد في تحسين الصورة الذهنية عنها لدى الجماهير وتخطي العديد من الأزمات.

¹ سيما هاني جبر، زينة ماجد بكير: استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي "مدينة روابي نموذجاً"، تحت إشراف د.سمر الشنار، جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، قسم العلاقات العامة والاتصال 2018/2017 نابلس (فلسطين).

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تعزيز العلاقة بين روابي وجمهوريها الداخلي والخارجي على حد سواء.

الدراسة الثانية: توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات (شركات هاتف النقال زين، أسيا سيل نموذجاً). من إعداد الباحث: محمد جواد زين الدين، سنة 2014.¹

من أجل الوقوف والتعرف على إمكانية دور العلاقات العامة في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فاعل وإيجابي تمت صياغة مشكلة البحث على شكل تساؤل رئيسي كان على النحو التالي: ماهو دور العلاقات العامة في توظيف صفحة الفيس بوك بشكل فاعل وإيجابي لغرض إدارة سمعة الشركة بما يضمن لها التفاعل مع الجمهور وكسب الرأي العام لغرض الديمومة والاستمرار؟ واتخذ المنهج المسحي للوصول لأهداف الدراسة، أما أدوات جمع البيانات فتمثلت في استمارة الاستبيان وزعت على ممارسي العلاقات العامة في شركة زين وأسيا تيل الذين كانوا عينة الدراسة في فترة تراوحت مابين 05/01 الى غاية 2014/05/31.

وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

- ✓ ضرورة توظيف ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات.
- ✓ من الضروري أن يكون هناك تواصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي خاصة موقع صفحة الفيس بوك.
- ✓ من المهم أن تسعى الجهة القائمة بالعلاقات العامة في الشركة في تصميم حملات إعلانية للشركة تسهم في تعزيز سمعة المنظمة ودورها المجتمعي.

¹ محمد جواد زين الدين: **توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات** (شركات هاتف النقال زين، أسيا سيل نموذجاً)، سنة 2014. مجلة الفراهيدي، العدد 28 كانون الثاني 2017.

الدراسة الثالثة: اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الانترنت " خيرت محمد عياد، دراسة على عينة من المؤسسات البحرينية، جامعة البحرين، كلية الأدب، قسم الإعلام والسياحة والفنون، سنة 2007، منشورة على موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.¹

تتمثل في المؤسسات البحرينية الإنتاجية و الخدمية والتي لديها مواقع على شبكة الانترنت ودائرة علاقات عامة مستقلة، واستخدمت منهج المسح فهي تقع ضمن البحوث الوصفية التحليلية، و اعتمدت على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

وجود اتجاه ايجابي بين العاملين في العلاقات العامة نحو إمكانية استخدام . مواقع مؤسساتهم عبر شبكة الانترنت بفاعلية في زيادة كفاءة الاتصال في الاتجاهين بين المؤسسة وجماهيرها.

يوجد عدد من المنافع كالمزايا المدركة لدى العاملين في العلاقات العامة لموقع هذه المؤسسة على الانترنت، حيث يمكن لها أن تسهم في تدعيم التواصل بين المؤسسة وجماهيرها، وبناء علاقة جيدة مع وسائل الإعلام والقائمين عليها. وأوصى الباحث بأنه:

- يجب على المؤسسات أن تسعى لإقامة قنوات اتصال مع جماهيرها وأن تكون مستعدة للتفاعل مع هذه الجماهير وفقا لأسس أخلاقية.
- أن تشجع هذه المؤسسات على الحوار والتفاعل والاتصال المتماثل.

¹ سارة ناصر أبو شعبان: اتجاهات العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام الشبكات الاجتماعية، دراسة ميدانية على المؤسسات المحلية، بحث تخرج تحت إشراف د.أمين وافي، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم صحافة علاقات عامة وإعلان، 2010/2011.

التعقيب على الدراسات السابقة: بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع، اتضحت لنا مجموعة من النقاط التي يتطابق معها موضوع محل الدراسة وأخرى تختلف عنها والتي سنقوم بعرضها فيما يلي:

وبداية مع جوانب التشابه والمتمثلة فيما يلي:

- تعتبر هذه الدراسة استكمالاً للجهود البحثية في الدراسات السابقة، التي تطرقت الجوانب المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها في إدارة العلاقات العامة.
- تشابه في نموذج الدراسة " مؤسسة خدمية".
- تشابه أغلب الدراسات في متغيرات الدراسة (جهاز العلاقات العامة و مواقع التواصل الاجتماعي).
- تشابه دراستنا مع الدراسات المعروضة سلفاً من خلال طريقة طرح المعلومات، أي تشابه في الطريقة المنهجية لعرض موضوع الدراسة.

أما جوانب الاختلاف فكانت:

- معظم الدراسات تطرقت إلى الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في جهاز العلاقات العامة، أما دراستنا تهدف إلى الكشف عن كيفية استخدام هذه الوسائل في قسم العلاقات العامة.
- هناك اختلاف فيما يخص عينة الدراسة في دراستنا وما تعلق بالدراسات السابقة المذكورة سلفاً.
- أغلب الدراسات اعتمدت على الدراسة الكمية والاستعانة باستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات على عكس دراستنا المتمثلة في دراسة كيفية مستخدمين بذلك دليل المقابلة كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات.
- اختلاف فيما يخص بمنهج الدراسة الذي اقتصر على المنهج الوصفي والمسحي، أما دراستنا فاعتمدت على منهج دراسة الحالة.

■ البيئة الزمانية والمكانية التي أجريت فيها الدراسات السابقة والتي قد تؤثر على طبيعة النتائج التي سنتوصل إليها.

13. تحديد المصطلحات:

01/ استخدام:

اصطلاحاً: استخدام كل الإمكانيات المتاحة واستغلالها أو استخدام آلة جديدة واستعمالها".¹

يعرفه "يافيس فرونسوا لوكوياديك" "Yves-François Le Coadic" بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام.²

إجرائياً: كيفية تعامل المنتسبين لدائرة العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الخدمية "مديرية البيئة لولاية مستغانم" مع مواقع التواصل الاجتماعي.

ممارسي (الممارسة) / (العاملين) (العمال):

اصطلاحاً (ممارس): هي كل من مارس الأمور وجربها، وهي استخدمت للدلالة على النشاط المستمر وتستخدم للدراسة على المداومة للنشاطات المختلفة".³

(العامل): العامل هو كل شخص طبيعي يعمل لقاء أجر لدى صاحب عمل وتحت إدارته وإشرافه (مادة (1(أ)) من قانون العمل رقم 12 لسنة 2003)".⁴

¹ إيمان الحاج علي محمد حسين: مرجع سبق ذكره، ص 09.

² فتيحة بوغازي: التأثير ونظرية الاستخدام والإشباع-<http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html>، يوم 2019/03/10، على الساعة 15:30.

³ إيمان الحاج علي محمد حسين: مرجع سبق ذكره، ص 07.

⁴ مفهوم العامل في قانون العمل: يوم 2019/03/10، على الساعة

إجرائيا: العاملين والموظفين المكلفين بنشاطات العلاقات العامة بمديرية البيئة لولاية مستغانم.

العلاقات العامة:

اصطلاحا: عرفها بكري على أنها "هي مجهود اتصالي شامل وواسع للمنظمة، يهدف للتأثير في مجموعات كبيرة من الناس من حيث اتجاهاتهم نحو المنظمة، فأنشطة العلاقات العامة يتم تصميمها لإقامة أو المحافظة على الانطباع (الصورة الذهنية للمؤسسة) الطيبة للمنظمة، وعلاقات طيبة ومؤيدة لها مع الجماهير المختلفة المتصلة بها"¹

جاءت في كتاب لمنصور عثمان المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة على أنها "هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها"²

إجرائيا: تتمثل العلاقات العامة في دراستنا هذه في جملة العمليات المدروسة والمخطط لها من قبل المكلفين والقائمين عليها في مديرية البيئة لولاية مستغانم من أجل تواصلهم مع جماهير المؤسسة والقيام بمهامهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة التي تحقق في الأخير أهدافهم المرغوبة.

https://www.lawforall.info/index.pl/definition_of_the_employee_the_employer_and_the_labour_contract

¹ البكري: فؤادة عبد المنعم، العلاقات العامة في المنشآت السياحية، القاهرة للنشر، مصر، 2004، ص 20.

² محمد يعقوب: عبد الله مكي، العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية، 2015/2010، دراسة حالة البنك السوداني الفرنسي، مجلة العلوم الادارية، مجلة دورية علمية محكمة، جامعة افريقيا العالمية، العدد 01، جوان 2017، ص 147.

مواقع التواصل الاجتماعي:

اختلفت تعريفاتها من مؤلف لآخر:

حيث عرفها ديلمي على أنها "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم"¹

هناك من يعرفها على أنها "مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت، وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي"²

هي تلك "المواقع على الأنترنت، يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، يتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الصور، تبادل مقاطع الفيديو، إجراء المحادثات الفورية وغيرها"³.

إجرائياً: ويقصد بالمنصات الالكترونية التي يستخدمها العاملين في دائرة العلاقات العامة في إطار قيامهم بمهام ووظائف العلاقات العامة في مديرية البيئة لولاية مستغانم.

¹ ديلمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ط1، سنة2011، ص 183.

² عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، سنة 2008، ص218.

³ نبيلة جعفري: دور الإعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية (شبكات التواصل الاجتماعي)، دراسة منشورة في مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مجلة دورية أكاديمية محكمة، تصدر عن مؤسسة كنوز الحكمة، العدد السابع، السداسي الأول، 2016، ردمك 0502_2353، ص 59.

الجانب النظري

للدراسة

تمهيد:

مما لا شك فيه أن كسب تأييد الجماهير ومد جسور الثقة محل اهتمام كل إدارة تسعى إلى النجاح وتحقيق أهدافها المسطرة، فالعلاقات العامة هنا تلعب دور مهم في تحقيق ذلك من خلال العمل على التعريف بالمؤسسة وتحسين صورتها والتعريف بخدماتها ونشاطاتها وتشكيل انطباع جيد عن المؤسسة لدى جمهورها دون إهمال أهدافها، وللتعرف أكثر إلى نشاطاتها وجب التطرق في هذا الفصل إلى تعريفها ودورها في المؤسسة، أهميتها وأهدافها، مهامها، وظائفها وأهم وسائل الاتصال فيها.

1. ماهية دائرة العلاقات العامة:

1-1 مفهوم دائرة العلاقات العامة دورها في المؤسسة:

أ/ مفاهيم حول العلاقات العامة:

على الرغم من أن هذا المصطلح قد أصبح شائع الاستخدام في ميدان الإدارة، إلا أنه لم يتوصل الباحثون إلى تعريف محدد، لذلك جاءت تعاريف العلاقات العامة مختلفة من باحث إلى آخر والتي سنحاول أن نعرض البعض منها فيما يلي:

عرفتها دائرة المعارف الأمريكية على أنها " الفن الذي يقوم على التحليل والتأثير والتفسير لموضوع معين سواء كان هذا الموضوع يدور حول فكرة أو حول جماعة ما بقصد تهيئة السبل أمام الجماهير لكي تتعرف بالفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع ويستفيد فعلا من أداء ذلك".¹

عرفها الجمال وعياد على أنها " وظيفة إدارية وهي نشاط تمارسه إدارة المنظمة وعلى هذه الإدارة أن تستخدمه في كل قول ونشاط لها".²

عرفها عوجة علي بأنها هي "الفلسفة الاجتماعية للإدارة والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتقاهمه".³

هناك من يعتبر العلاقات العامة عملية مستمرة، فقد قدم سيدل T.C.Seidel تعريفا للعلاقات العامة يقول فيه: إن العلاقات العامة "عملية مستمرة، يتم بها توجيه أي مؤسسة أو منظمة للفوز بثقة مستخدميها وعملائها والجمهور عموما، وذلك للتفاهم معهم جميعا.

¹ محمد بهجت جاد الله كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، 2003، ص 14.

² الجمال راسم وعياد خيرت: إدارة العلاقات العامة، المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 2005، ص 31.

³ عوجة علي : دراسات في العلاقات العامة والإعلام، عالم الكتاب، القاهرة مصر، 1985، ص 20.

وأول تعريف دقيق لمفهوم العلاقات العامة، وضعه المعهد البريطاني للعلاقات العامة عام 1948 بأنها ((الترويج لإيجاد التفاهم و الصلات القوية بين المنظمة وأفرادها، أو أي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات، و ما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة))¹

أما إيفلي فقد عرفها على أنها " مسؤولية كبرى تطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح وإعلام الناس بذلك، مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام، ونصح المؤسسات بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة، ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم"²

عرفها الديلمي على أنها هي " الفن القائم على أسس علمية للبحث أنسب الطرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع".³

ب/ دورها في المؤسسة:

أدركت العديد من المؤسسات باختلاف نوعها ونشاطها لحيوية وأهمية ودور العلاقات العامة ما جعلها تشترك مكلفين ومسؤولين بالعلاقات العامة في عضوية مجالس إدارتها، ذلك لما لها من دور كبير في تقدم وتطور المؤسسة باعتبارها الوظيفة التي يتوقف عليها تحسين صورة المؤسسة في نظر الجماهير.

إن مصطلح العلاقات العامة أصبح شائع الاستخدام في المؤسسات والشركات والهيئات الحكومية، حيث تقوم هذه الأخيرة بتوطيد العلاقة بين الجهة التابعة لها (المؤسسة) وبين

¹ محمد جاسم فلحي: العلاقات العامة والرأي العام ، الجامعة العربية المفتوحة في الدنمرك ،كلية الآداب والتربية ،قسم الإعلام والاتصال،2006/2005 Mfalhy2002@yahoo.com

² جميل أحمد خضر: العلاقات العامة، الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص 22.

³ عبد الرزاق محمد الديلمي: العلاقات العامة رؤية معاصرة دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، ط1، 2005 ص 32.

والمؤسسات أو الجمهور الذي يتعامل مع المؤسسة من جهة، وبين أعضاء الهرم الوظيفي للمؤسسة (الموظفين) من جهة أخرى، وهناك العديد من الباحثين والدارسين الذين تطرقوا لهذا المصطلح ما أدى إلى اختلاف في الآراء حول العلاقات العامة هل هي علم أم فن؟ طريقة أو مجرد ممارسات؟

فيرى البعض على أنها "علم يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بقصد تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي ، ومن منطلق أن العلم مجموعة من المعارف المنظمة التي أمكن التحقق منها من خلال نظريات وحقائق قابلة للتطبيق، أو هو الدراسة الموضوعية المنظمة للظواهر الواقعية وما يترتب على ذلك من بناء معرفة، ويرى أصحاب هذا التعريف أن دراسات العلاقات العامة وأهدافها تنطبق عليها شروط العلم من هذه الزاوية"¹. وعلى ذلك الأساس يعتبرون أن العلاقات العامة تترجم في سلوكيات وانطباعات الأفراد إزاء المؤسسة سواء كانوا ينتمون إليها أو ينتمون لمؤسسات أخرى لها علاقة بالمؤسسة بطريقة أو بأخرى.

أما من يعتبر العلاقات العامة فن فيتمثل ذلك في "المهارة في أداء العمل تتدمج فيه المعرفة والخبرة وغيرها من العوامل، والفن هنا بالنسبة للعلاقات العامة هو فن الحصول على رضا الجماهير وثقتهم التي تؤدي في الأخير إلى تحقيق أهداف المؤسسة"²

بمعنى ذلك أن العلاقات العامة علم لإتباعها الأسلوب والمنهج العلمي في التحليل والدراسة، وفن من حيث مهارة تحليل وتقييم نتائج هذه الدراسة، ثم هي وظيفة إدارية من حيث مجال تطبيق النشاط.³

¹ حاج احمد كريمة: العلاقات العامة داخل المؤسسة، مؤسسة الصناعات النسيجية denitex نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تحت إشراف د. بشير محمد، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران السانیا 2010/2009، ص 44.

² المرجع نفسه: ص 45.

³ صالح لييري: مدخل إلى العلاقات العامة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2005، ص 37.

ويمكن دورها في المؤسسة أيضا من خلال:

- تقصي الحقائق: لتحقيق صورة جيدة تقوم بعض المؤسسات بتقصي الحقائق حول مؤسسات أخرى لمعرفة نقاط القوة والضعف التي تميز عمل المؤسسات الأخرى المنافسة.
- التخطيط والبرمجة: ويكون بناءا على النتائج المتوصل إليها عن طريق إدارة العلاقات العامة من خلال عملية التقصي، يقع التخطيط والبرمجة للمؤسسة من خلال وضع خطط متوسطة وطويلة المدى لمحاولة ترويج صورة ذهنية جيدة للمؤسسة تكون مغايرة لصورة المؤسسات المنافسة.
- الاتصال والتنفيذ: تقوم إدارة العلاقات العامة بتوظيف مجموعة من الوسائل الاتصالية بحسب المدة الزمنية التي تستغرقها الخطة ومن هذه الوسائل نذكر الاجتماعات والمؤتمرات واللقاءات.¹ وتعد أيضا من بين الوسائل التي تساهم في استمالة الاتجاهات بهدف خلق التغيير إضافة إلى مساعدتها للمؤسسة على الرؤية الشاملة، وتقديم المشورة وتوفير المعرفة الخلاقة والمهارات اللازمة لتحقيق تكييف ما بين الأفراد والجماعات بناء على مجال واسع ومتنوع من الخبرة.

1-2 أهمية وأهداف العلاقات العامة:أ/ أهمية العلاقات العامة:

تختلف أهمية العلاقات العامة من مؤسسة لأخرى ويرجع ذلك في الأساس إلى موقعها التنظيمي في هرم الهياكل التنظيمية إضافة إلى طبيعة ونوع نشاط المؤسسة، وهو بذلك اعتراف المؤسسة بأهمية العلاقات العامة والعكس صحيح.

للعلاقات العامة أهمية بالغة والتي تتمثل في "التعريف بصورة المؤسسة وعلامتها التجارية لذلك نجد أن المؤسسات الحديثة أصبحت لا تستغني عن العلاقات العامة كوظيفة من وظائف

¹ هاشم حمدي رضا: إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 27.

إدارة وتسيير المؤسسة، وهذا ما أشار إليه الباحث "محمد نعمان جلال" بقوله على أنه " إذا كان عالم اليوم يوصف بأنه عالم الفضائيات، أو عالم القرية الصغيرة الذكية، فإنه يمكننا القول بكل ثقة واطمئنان، أنه عالم العلاقات العامة التي هي أداة للتواصل وأداء لبناء الصورة الذهنية عن المؤسسة"¹

كما تظهر أهمية العلاقات العامة في إحساس المنشأة بأهمية الاتصال الفعال الذي يجب أن تقوم به المؤسسة مع كافة الهيئات وال جماهير ذات الصلة بالنشاط الذي تقوم به اهتمت بوضع العلاقات العامة كوظيفة أساسية للمؤسسة كغيرها من الوظائف الأخرى (الإنتاج، التسويق، التمويل... الخ).

وترجع أهمية العلاقات العامة للأسباب التالية:

- ✓ اتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج وتعاضم النفقات مع وجود منافسة حادة تهدف إلى جذب أكبر عدد من المستهلكين.
- ✓ بناء اسم للمنشأة والتوعية بأهدافها والعمل على إيضاح خططها للجمهور.
- ✓ كسب تأييد الجمهور الخارجي وتنمية وتنسيق التعاون مع المنظمات الأخرى في المجتمع.
- ✓ مواجهة الأزمات والطوارئ التي قد تتعرض لها المنشأة.
- ✓ بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها، وذلك لدعم بقائها واستمراريتها وتأكيد هويتها وانتمائها للبيئة."²

¹ بوخناف هشام: وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تحت إشراف سموك علي جامعة باجي مختار عنابة، قسم علم الاجتماع، سنة 2010/2011 ص 19.

² علي بن فايز الجحني: مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض السعودية، ط1، 2006، ص ص 24، 25.

أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة الخدمائية:

تبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية باعتبارها أنها تنتج سلع التي تصل إلى المستهلك وارتباطها بمجموعة من الموردين ناهيك عن تواصلها مع جمهورها الداخلي المتمثل في الموظفين، وهؤلاء يحتاجون لمن يربطهم بالمؤسسة وأهدافها.

ومن هنا يتضح لنا مدى أهمية العلاقات العامة في مثل هذه " المؤسسات كونها دائما تسعى إلى تنمية الاتصالات وتكوين الآراء نحو منتجاتها وخدماتها والى ضمان وجود ولاء بين أفرادها، ما يجب على إدارة العلاقات العامة أن تكون متأهبة لمواجهة المواقف الصعبة لتفادي الوقوع في مشاكل خاصة فيما يتعلق بسمعة المؤسسة في ظل المنافسة الشديدة في نفس القطاع.¹

ب/ أهداف العلاقات العامة:

أصبحت العلاقات العامة خاصة في الآونة الأخيرة وظيفة من الوظائف الإدارية والتي تمارس في كافة المستويات الإدارية في المؤسسة، والتي تلعب دور مهم فيها ما جعلها ضرورية كونها تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة المسطرة والتي هناك العديد منها نذكر منها:

- ✓ بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الداخلي والخارجي.
- ✓ المحافظة على حالة من الثقة والرضا على المؤسسة لدى جماهيرها.
- ✓ تكوين صورة ذهنية وانطباعات ايجابية عن المؤسسة لدى الجماهير.
- ✓ إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم والتوافق والانسجام بين المؤسسة وأطراف العمل الداخلي والخارجي.²

¹ البخشونجي حمدي عبد الحارث: العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعية الإسكندرية، مصر، 2000، ص30.

²: الصرايرة محمد نجيب، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، عمان، 2000، ص 12.

وهناك من حدد أهداف العلاقات العامة في أنها:

- ✓ تعريف جماهير المنظمة بأهدافها وسياساتها ومنتجاتها من السلع والخدمات.
- ✓ إعطاء فكرة للإدارة عن اتجاهات جماهير المنظمة وأرائها.
- ✓ المساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المنظمة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها.

✓ نصح وإرشاد الإدارة في اتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة.¹

كما تهدف العلاقات العامة في غالب الأحيان إلى وتسعى إلى الاهتمام برغبات وحاجات العاملين في المنظمة من الزاوية الثقافية والترويجية.

الاهتمام بالعلاقات بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى وتنمية وسائل اتصال فعالة ومستمرة لصالح جميع الأطراف.

السعي إلى تنمية التعاون وخلق التنسيق بين مختلف الإدارات والأقسام بالمؤسسة وبينهم وبين الإدارة العليا بما يؤدي إلى توفير المعلومات وتقديم النصح والمشورة عند الحاجة.

وطرح الباحث أحمد محمد المصري أهداف العلاقات العامة في النقاط التالية:

كسب الجمهور الداخلي: من خلال إشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة وتحسينهم بالانتماء والمساهمة في حل مشاكلهم الخاصة، وتوفير لهم الاستقرار الوظيفي.

كسب ثقة الجمهور الخارجي: ويعد من أهم الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها

وذلك من خلال تحديد جماهيرها المستهدفة والسعي إلى تدعيم العلاقات معه والعمل على

إرضائه بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف".²

¹ محفوظ أحمد جودة: العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، صص 25، 26.

² أحمد محمد المصري: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر د.ط، 2002، ص 27.

3-1 مهام ووظائف العلاقات العامة:

إن وظيفة العلاقات العامة لم تبرز بالشكل الذي هي عليه اليوم، حيث كانت تمارس على أساس أنها فن ومهارة، إلا أنه وبعد الحرب العالمية الثانية تغير الأمر وتطورت هذه الأخيرة وأصبحت مهنة حديثة ووظيفة إدارية يقوم بها متخصصون في مجال العلاقات العامة، ومن أهم وظائف العلاقات العامة نذكر:

- طبع الكتيبات والنشرات الدورية وعقد الندوات والمؤتمرات.
- القيام بالنشاط الإعلامي الخاص بالمؤسسة وتنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب إقامتهم.
- متابعة كل ما ينشر في الوسائل الإعلام المختلفة عن المنشأة وعرضه على الإدارة وإعداد الردود عليه وتحليل المعلومات التي تنشر عن المنشأة وصورتها وتقديمها للإدارة.¹

التوعية العامة: من خلال توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات والبرامج التي تنفذها المنظمة.

كسب أعضاء جدد: من خلال توسعها من اطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة ورسائلها وأهدافها، كذلك تساعدهم على تقييم برامجها وخدماتها الاجتماعية مما يشجع إقبال المهتمين بالانضمام إليها.

¹ جميل درياشي: المرشد في العلاقات العامة، المركز الفلسطيني للاتصال والسياسات التنموية، الخليل، فلسطين، 2011، ص 17.

كسب التأييد: تساعد العلاقات العامة على إيصال السياسات والآراء التي تتبناها المنظمة عبر عدة وسائل وهو ما يؤثر في الرأي العام وبالتالي قد يؤدي إلى تأييده لمواقف المنظمة ودعمها.¹

وصنف الكاتب هاشم حمدي رضا وظائف العلاقات العامة في ما يلي:

تنمية الموارد المالية: حيث إن العلاقات العامة تساعد المنظمة على عرض الخدمات والبرامج التي تنفذها، وتساعد على الوصول إلى الجهات التي من الممكن أن تتبنى مثل هذه الخدمات والبرامج وتمويلها.

واقعية أعمال المنظمة: تساعد العلاقات العامة المنظمة على استشعار اهتمامات المجتمع وبالتالي تمكّنها من الاستجابة لهذه الاهتمامات من خلال تطوير برامج وخدمات تلبيها.

خلق علاقات طيبة مع الجمهور: من خلال استمرار تواصل وتفاعل المنظمة مع الجمهور وتبادل المعلومات معهم في إطار من المصادقية.²

وفي إطار تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة هناك مجموعة من الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة والتي تتمثل في:

- تعريف الجمهور بالمؤسسة وشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة وبسيطة.
- شرح سياسة المؤسسة إلى الجمهور ومد المؤسسة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.
- مساعدة الجمهور في تكوين رأي من خلال مده بالمعلومات ليكون رأياً مبنياً على أساس من الواقع وحقائق.

¹ فهمي محمد العدوي: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان، 2011، ص 59.

² هاشم حمدي رضا: إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 18.

➤ العمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المؤسسة لتحقيق الانسجام بين بعضها البعض.

➤ التأكد من أن أهداف المؤسسة وأغراضها وأعمالها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجماهير المختلفة.¹

يرى ايمانويل جولد برج الذي يعد من أهم مستشاري العلاقات العامة في العالم أن مهمة العلاقات العامة تتلخص في:

- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا.
- إدارة الصراع بين الفئات الجماهيرية المختلفة.
- القيام بمسوح الاتجاهات وقياسات الرأي العام.
- تحسين العلاقة بالمجتمع المحلي.
- الحفاظ على توازن العلاقات داخل وخارج التنظيم.
- وضع أفضل الخطط والاستراتيجيات لمواجهة الطوارئ والأزمات.²

يذهب العديد من الكتاب والباحثين إلى أن هناك خمس وظائف للعلاقات العامة وهي:

البحث: والذي يتمثل في الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة سواء في الداخل أو الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائله المختلفة بمقاييس إحصائية مختلفة.

التخطيط: ويكون من خلال رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة وذلك بتحديد الهدف والجماهير المستهدفة وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيعها على الأنشطة.

¹ فهمي محمد العدوي: مرجع سبق ذكره، ص 60.

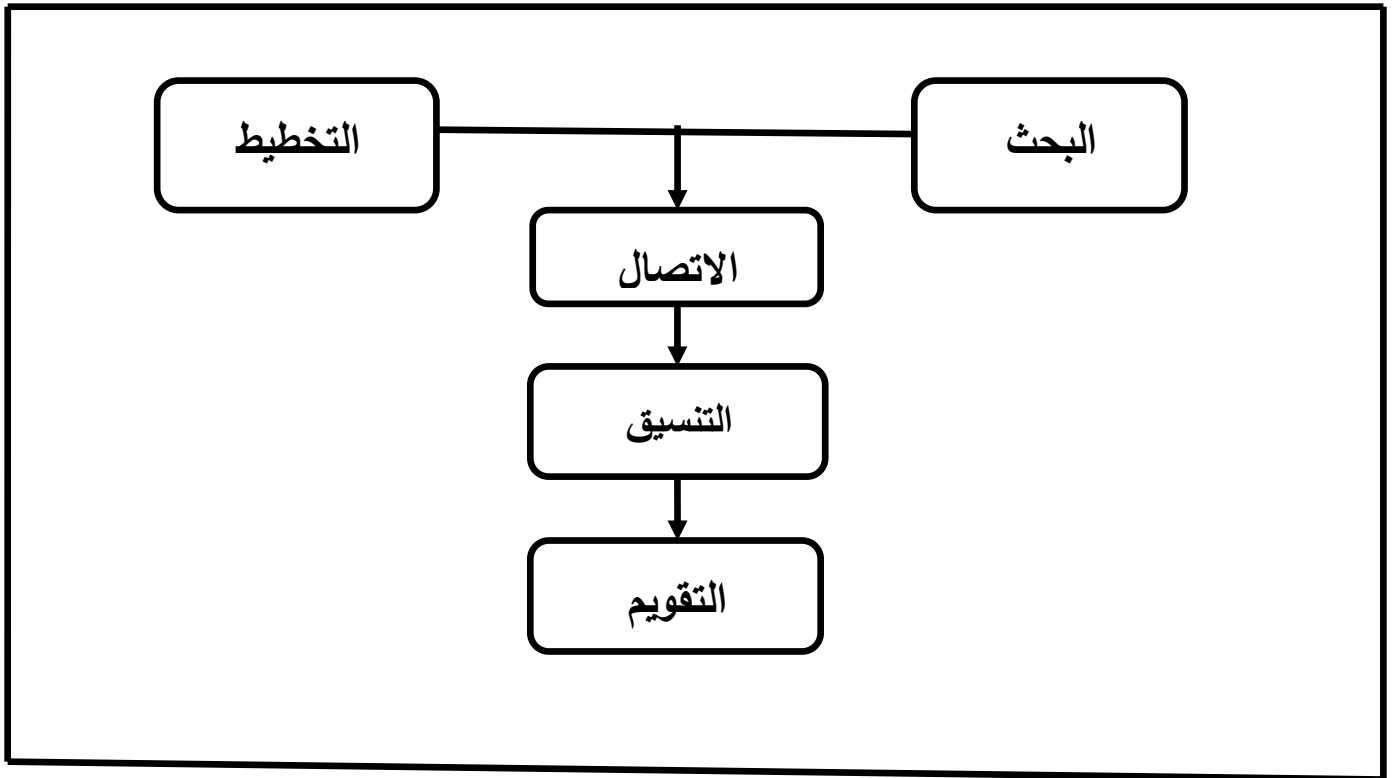
² شدونان علي شيبه: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية، 2009، ص 49.

الاتصال: وهو تنفيذ الخطط المختلفة، والاتصال بال جماهير المستهدفة وتحديد الوسائل المختلفة والمناسبة لكل الجماهير والاتصال بالهيئات والأفراد في الخارج وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة¹

التنسيق: ويشمل في الاتصال مع الإدارة العليا من ناحية ومديري الإدارات الأخرى من جهة أخرى للتنسيق بين الجميع طبقا للسياسات الموضوعية للاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي.

التقويم: من خلال قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات التصحيحية لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها².

وظائف العلاقات العامة:



الشكل رقم (01): يوضح وظائف العلاقات العامة³

¹ عبد الكريم راضي الجبوري: العلاقات العامة فن وإبداع، دار ومكتبة الهلال بيروت لبنان، 2001، ص 28.

² المرجع نفسه: ص 28.

³ الشكل 01 من إعداد الطالبة.

نظمت المجموعة الإعلامية المتخصصة في مجال الاتصالات Infopresse مؤتمراً حول الدور الجديد للعلاقات العامة في مجال الأعمال. قدم المتحدثون وأعضاء فريق المناقشة الاستخدامات الرئيسية لهذه المهنة وكيفية تطورها استجابةً للقضايا والاتجاهات الحالية. ناقش الأعضاء الدور الذي يجب أن تلعبه العلاقات العامة في فرق التسويق. حيث أصر ديميتري غوردين Dimitri Gourdin، نائب الرئيس الأول والمدير العام لشركة Hill + Knowlton، على أن الغرض من العلاقات العامة هو إنشاء علاقة مع منتج أو خدمة وعدم الترويج لها في الوظائف التالية¹:

- وظائف العلاقات العامة الرئيسية

- علاقات المستثمرين

- الشؤون العامة

- الاستمالة

- العلاقات الصحفية أو تطوير منتجات الدعاية.

من بين مهام العلاقات العامة نذكر في هذا السياق أيضاً:

- "إجراء الأبحاث والدراسات لتوفير قاعدة معلومات مناسبة.

- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا.

- إنتاج المطبوعات التي تعرف بالمؤسسة وبخدماتها.

- تنظيم أعمال المؤسسة من خلال المتابعة ومد جسور التواصل بينها وبين جماهيرها

الداخلية والخارجية وإدارتها"²

¹ Conférence Infopresse. « [Relations publiques - Le nouveau rôle de la profession en entreprise](http://veilletourisme.ca/2016/04/25/relations-publiques-role-multitaches-se-confirme/) », conferences.infopresse.com, 13 avril 2016, consulter sur : <http://veilletourisme.ca/2016/04/25/relations-publiques-role-multitaches-se-confirme/>, le 29-05-2019 a01h .

² هاشم حمدي: مرجع سبق ذكره، ص 23.

4.1: وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

تنوعت وتعددت وسائل الاتصال المستخدمة من طرف العلاقات العامة وذلك في إطار تواصلها مع الإدارة العليا وجماهير المؤسسة سواء الداخلية أو الخارجية والتي اختلفت وتنوعت من ما هي مقروءة، مسموعة ومرئية وصولاً إلى الوسائل التفاعلية.

أ/ الوسائل المقروءة والمكتوبة:

1/ الجرائد: لقد كانت الصحف الوسيلة الوحيدة واسعة الانتشار والتي يمكن للعلاقات العامة أن تستخدمها لنشر ونقل الأخبار والرسائل الإعلامية إلى الجماهير المتعامل معها، من مختلف المستويات والأنواع مع ضرورة جذب انتباههم واهتمامهم.

2/ المجلة: مجلة المؤسسة دورية تصدرها الإدارة في مؤسسة الأعمال سواء كانت حكومية أو خاصة، وهي أكثر الأدوات شيوعاً في مجال العلاقات العامة والتي يندرج ضمنها عدة أنواع نذكر منها:

- مجلة المؤسسة الداخلية: تخص العاملين في المؤسسة.
- مجلة المؤسسة الخارجية: متخصصة للجماهير الخارجي، تطبع باستخدام أفضل أنواع الورق ، تحتوي على موضوعات تثير اهتمام الجمهور وتلبي رغباته، تصمم من طرف خبراء وأفضل المحررين، توزع بهدف دعم سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية.
- مجلة موجهة للجمهوريين معا: هذا النوع يصدر في الأساس للجمهور الداخلي للمؤسسة، إلا أنه تحول إلى مجلة موجهة لكل من الجمهوريين الداخلي والخارجي فاقتداً بذلك صفته الداخلية¹.

¹ لقصير رزيقة: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مؤسسة الأملح بقسنطينة نموذجاً، تحت إشراف حسين خريف، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة منتوري قسنطينة ، 2006/2007، ص 92.

3/ مطبوعات المؤسسة: يعد هذا النوع من المطبوعات مختصون في مجال العلاقات العامة

لهم مستوى راقى في الإخراج الفني، وقد تأخذ هي الأخرى عدة أشكال نذكر منها ما يلي:

➤ النشرات: تتضمن إعلانات عن نشاطات المؤسسة، موقع عملها، الخدمات والسلع التي تقدمها.

➤ الموجز المصور والمطبوع: يوضع في المعارض، يحتوي على صور ملونة ومختارة بدقة.

4: الكتيبات: وسيلة من الوسائل المكتوبة، تصدرها المؤسسة على فترات متباعدة، تحتوي

بيانات أكثر استفاضة وتوسعا عن المؤسسة وخدماتها، نشاطاتها، برامجها ومنتجاتها".¹

ب/ الوسائل المسموعة: أما فيما يخص الوسائل المسموعة التي يستخدمها المكلف بالعلاقات العامة فيندرج ضمنها:

1/ الإذاعة: تعتبر الإذاعة من بين الوسائل الهامة في وقتنا الحالي، كونها تتميز بكونها تتيح

خيال المستمع إضافة على أنها وكما قالها الأستاذ يوسف مرزوقي الإذاعة جامعة شعبية تجمع

الجاهل والمتعلم على حد سواء. "يمكن للمكلف بالعلاقات العامة أن يستخدمها بغرض التواصل

مع الجمهور عن طريق إذاعة الأخبار والمعلومات والبرامج الخاصة والندوات الإذاعية.

2/ الهاتف: يلعب أهمية خاصة في عقد الاجتماعات، وتحديد المواعيد وإبلاغ الرسائل

والأخبار والبيانات اللازمة لأداء العمل".²

ج/ الوسائل المرئية: ومن بين الوسائل المرئية التي تستخدم في مجال العلاقات العامة نذكر:

التلفزيون: له نفس خصائص الإذاعة، إضافة إلى قدرته على استخدام الصور المتحركة

والألوان، ويعتبر التلفزيون من أهم وسائل النشر، حيث يستطيع مخاطبة كل الفئات.

¹ المرجع نفسه: ص 93.

² مرجع سبق ذكره: ص ص 94-96.

وهناك وسائل أخرى نذكر منها: تتدرج ضمن الوسائل المباشرة كونها تعد أكثر فعالية وتأثيراً على الجماهير وتأخذ الأشكال التالية:

تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة: يدخل تنظيم الحفلات من ضمن اختصاص العلاقات العامة، وهو يمثل نوع من الاتصال المباشر مع الجماهير، سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المؤسسة أو الجماهير المتعامل معها.

المقابلات الشخصية: وهي مهمة جداً، لها أصول يجب أن يتقنها المقابل ومن بين أهم المبادئ أن تكون شخصية المسؤول بالاستقبال قوية، التحضير الجيد والمسبق، الكفاءة والمهارة.

الزيارات: تعتبر الزيارات من المجالات الهامة التي تعمل فيها إدارة العلاقات العامة، تعمل على تنظيم زيارات الجماهير لمواقع المؤسسة، كما تشجعه على التعامل مع المؤسسة.

د/ الوسائل التفاعلية:

إذا أردنا أن نتحدث عن ابرز تأثير لتكنولوجيا المعلومات على مهنة العلاقات العامة حالياً فعلياً الإشارة إلى الانترنت وبالأخص "الويب" . حيث اتفق أغلب الباحثين والدارسين على أن شبكة الويب أثرت في مجال العلاقات العامة في إطار التواصل مع الجماهير بمختلف الفئات والثقافات، وأصبحت وسيلة ضرورية يجب الاستعانة بها بهدف اللحاق بركب التطور والتقدم كما هو الحال بالنسبة للمؤسسات العالمية الكبرى.

وهذا ما أشار إليه الباحث شل هولتز (Shel Holtz) حيث يعتقد بأن:

" الانترنت تمثل أكثر الأدوات التي تم استخدامها في مجال العلاقات العامة، وأكثرها أهمية على الإطلاق، كونها الطريقة التي تتواصل بها المنظمات داخلياً وبين منتسبيها وخارجياً مع جمهورها، وهذا ما دعمته الدراسة المسحية التي أجراها سبيرنجوستون (SprinGosten) على عينة من ممارسي العلاقات العامة بلغ عددها 750 فرداً، حول استخدام الانترنت في العلاقات

العامة، حيث وافق معظمهم على أن الانترنت تتضمن أبرز مقومات التواصل، واتضح أن استخدام البريد الإلكتروني وتصفح مواقع الويب من طرف ممارسي العلاقات العامة أصبح أمراً شائعاً¹

ومن بين الوسائل التفاعلية المرتبطة بالانترنت نذكر البريد الإلكتروني من خلال إرسال رسائل من حاسوب إلى آخر في مكان في العالم لغرض إرسال أو استلام رسائل الإلكترونيّة ويعد من أقدم السمات التي يتميز بها الانترنت². حيث يعد البريد الإلكتروني أحد محركات تطور هذه الخدمة، حيث يمكن الفرد المستخدم من الاتصال بصورة متبادلة في أي مكان وزمان مع إمكانية إرسال رسالة واحدة إلى العديد من المستخدمين.

¹ محمد الأمين موسى: مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية، ورقة قدمت لمؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة ، الوقع الحالي وأفاق المستقبل، جامعة الشارقة 5/4 ماي 2004، 37-2006، ص 07.

² سلطان، محمد صاحب: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص 165.

خلاصة:

من خلال طرحنا واستعراضنا لهذا الفصل اتضح لنا مفهوم العلاقات العامة ودورها في المؤسسة، واكتشاف مدى أهميتها ودورها في تحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير، إذ تعتبر العلاقات العامة الأسلوب الإداري الفعال في التعريف بالمؤسسة وعرض نشاطاتها ومد جسور الثقة بينها وبين جماهيرها، وذلك من خلال العمل على تحديد ووضع سياسة المؤسسة وبرامجها والسعي في تطبيقها لتحقيق الأهداف المنشودة في ظل استخدام كافة الوسائل المتاحة.

تمهيد:

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير نمط الاتصال والتواصل بين الأفراد والمؤسسات والهيئات وأشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، ومن بين تلك الوسائل نذكر مواقع التواصل الاجتماعي والتي سنتناولها في هذا الفصل مبرزين مفهومها، أنواعها، مميزاتها وأهم خصائصها، وأخيرا استخدام هذه المواقع في مجال العلاقات العامة.

2- مواقع التواصل الاجتماعي:2-1 تعاريف حول مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي طفرة نوعية في العالم الاجتماعي الرقمي الافتراضي، كونه ساهم وبشكل كبير في فتح آفاق وأبعاد جديدة تسهم في بناء وتكوين هوية في شتى المجالات اجتماعية كانت أو ثقافية علمية وحتى سياسية، تعد هذه الأخيرة من بين أهم وسائل الاتصال والتواصل بين الأفراد من مختلف الفئات والثقافات.

سنقوم من خلال هذه الورقة بتقديم مجموعة من التعريفات حول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

"هي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمستخدم فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات".¹

هي تلك المواقع التي على شبكة الانترنت تسمح للفرد المستخدم ببناء ملفه الشخصي، وإنشاء قائمة من المستخدمين الآخرين المتصلين والمشاركين معه، وعرض التعليقات والمواضيع والنقاشات التي أدلى بها غيره داخل الموقع حتى تشمل المستويات كافة.

هناك من يعرفها على أنها "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلدن مدرسة، جامعة، شركة...)، يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية".²

¹ ليلي جرار: الفيسبوك والشباب العربي، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط1، 2012، ص 37.

² مريم نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، إشراف جمال بن زروق، جامعة حاج لخضر باتنة، 2011/2012، ص 45.

هي تلك " شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات صور وغرف الدردشة وغير ذلك من الأمثلة على هذه الشبكات (facebook/ twitter/ youtube ..)".¹

عرفها علي خليل شقرة بأنها "هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم".²

تعرف أيضا على أنها "هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة".³

يمكننا القول على أنها هي ذلك البرنامج الذي يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت، يمكن الأفراد من أن يتصلوا بعضهم ببعض للعديد من الأسباب المتنوعة.

نلاحظ أن تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتختلف من باحث لآخر غير أن التعريفات التي أوردناها سابقا تتفق في عدد من النقاط وتختلف في أخرى، سنحاول تقديم تعريف إجرائيا لمواقع التواصل الاجتماعي يشمل العناصر السابق ذكرها:

مواقع التواصل الاجتماعي هي تلك المجموعات من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات أو غيرها، وتتم المحافظة على هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم.

¹ رسمية محمد شقران: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة للجامعات الأردنية لتحسين صورتها، دراسة مسحية على عينة من موظفي العلاقات العامة وطلبة الجامعة الأردنية، جامعة جدارا، دراسة منشورة في مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 09، العدد 03، الجزء الثاني، نوفمبر 2018، ص 249.

² علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، "شبكات التواصل الاجتماعي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2014، ص 59

³ خالد غسان يوسف المقدايد: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2013، ص 24.

2-2 أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، وتحديد موقعهم الجغرافي وال بحث عن الأصدقاء، أو التعرف على كل ما هو جديد مثل:

- الفيسبوك (Facebook) يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين، وحجم الوصول، حيث وصل عدد المستخدمين إلى (618.000.000) مستخدم نشط يوميا، ويمكن الفيسبوك مستخدميه من إنشاء تشكيلات تضم: المعلومات الشخصية، والصور الشخصية والأصدقاء مع إمكانية الكتابة في صفحات الأصدقاء. ويعد موقع تفاعلي على الانترنت يسمح ببناء وتعزيز المجتمعات المحلية على الانترنت، وربط الأعضاء ذوي المصالح المشتركة.¹

يشكل الأفراد المستخدمين المتواصلين على موقع الفيسبوك مجتمعا رقميا افتراضيا يكون أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية، ففي هذا المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم، ولا يجد نفسه مضطرا أيضا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم، وربما لا يشعر الفرد المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به في المجتمع الحقيقي من ضغوطات وصعوبات، حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريده من أصدقاء أو الاندماج إلى جماعات معينة. يتميز هذا الموقع " بإمكانية إضافة أصدقاء، إنشاء مجموعات تضمها اهتمامات مشتركة العائلة

¹ عثمان احسان عيدان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء ادارة علاقات الزبائن، دراسة منشورة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، تحت إشراف د.ليث الربيعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الأعمال الالكترونية ، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2015، ص ص 19.20.

مثلا، طلبة جامعيين، التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين.¹

والفيسبوك هو أشهر هذه المواقع أنشا عام 2004 على يد "مارك زوكربيرغ" سمي هذا الاسم على غرار ما كان يسمى ب "كتب الوجوه".² يعد واحد من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي، يزيد عمره على عشر سنوات، وله " شهرة واستخدام وتأثير على مستوى العالم، يرى مؤسس الموقع أن موقع الفيسبوك هو حركة اجتماعية (Sociel Movement) وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، ويوصف الموقع بأنه "دليل سكان العالم"، يسمح للفرد أن يصنع لنفسه كيان عام من خلال إدلاءه وتشاركه بما يريد من معلومات حول نفسه واهتماماته مع الآخرين.³

• **يوتيوب: (Youtube)** بفعل التطورات الحاصلة في الشبكة العنكبوتية " الانترنت"، جعل وفرض على المؤسسات إن تخلق طرق للتواصل أكثرها سهولة ومرونة والتي تضمن لهم في الأخير الوصول إلى أكبر قاعدة جماهيرية مختلفة الفئات والثقافات، وعلى أساسها أثمرت جهودها في استخدامها لموقع اليوتيوب الذي يعد هو الآخر موقع تفاعلي على الانترنت، "يمكن مستخدميه من مشاهدة مقاطع الفيديو مع إمكانية مشاركتها مع الآخرين، والتعليق عليها والإعجاب ، وعدم الإعجاب لتلك مقاطع الفيديو.

يمكن أيضا المؤسسات باختلاف نوعها وطبيعة نشاطاتها أن تخلق حوارات ونقاشات مع زبنائها عن طريق التعليقات. وهو تطبيق "يسمح بتحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام

¹ خالد غسان المقدادي: مرجع سبق ذكره، ص ص 35، 36.

² عزيز أحمد بن عبد الله: دراسة حول وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، كلية اللغة العربية، جامعة الإمام، الرياض، 1436هـ، ص 04.

³ مركز المحتسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب " تويتر نموذجا"، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، ط1، 1438هـ ، ص 26.

ومجاني، عرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.¹

يضم هذا الأخير قاعدة جماهيرية واسعة ومجموعات مختلفة ومتنوعة، استطاع أن يحرز مكانة في ظل الوسائط المتعددة، بحسب عدة مواقع أهمها موقع أليكسا الذي أجمع على أن موقع اليوتيوب هو " ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيسبوك وجوجل في جوان 2006 من خلال تصريحات مسؤولي الموقع أنه بلغ عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يوميا".²

• **الواتس أب: (whatsapp)** وهو شكل ونوع آخر من مواقع التواصل الاجتماعي " تأسس عام 2009، على اليد الأمريكي (بريان أكتون) و الاوكراني (جان كوم)، تم شراؤه من طرف شركة فيس بوك في 19 فبراير من عام 2014 ببلغ 19 مليار دولار أمريكي، وهو تطبيق تراسل فوري محتكر ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، إضافة إلى إمكانية إرسال الرسائل النصية بين المستخدمين، إرسال الصور و الرسائل الصوتية.³

هو تطبيق ليس متاح في جميع الأنظمة وإنما البعض منها فقط، إذ يقتصر فقط و"متاح لكل من أي فون، بلاك بيري، أندرويد، ويندوز فون (7) فقط".⁴

نجد اليوم أن المؤسسات أصبحت تسعى وتهتم بتغيير بيئة ونمط الاتصال فيها مع جماهيرها كونه فرض عليها الأمر، بهدف وصولها إلى جماهيرها المستهدفة من خلال هذا التطبيق كوسيلة جديدة لاتصالات الأعمال.

¹ خالد غسان المقدادي: مرجع سبق ذكره، ص 43.

² مركز المحتسب للاستشارات: مرجع سبق ذكره، ص 36.

³ عزيز أحمد بن عبد الله: مرجع سبق ذكره، ص 05.

⁴ مركز المحتسب للاستشارات: مرجع سبق ذكره، ص 40.

• **سنا بشات (Snapchat)** وضعه ايفان شبيغل وروبرت مورفي ، يتعين على المستخدم مهلة زمنية لالتقاطهم من ثانية واحدة إلى عشر ثوان، وبعد إرسالها تبقى مدة (24) ساعة فقط، ثم تختفي من الجهاز المستلم، وتحذف من الخادم الخاصة بسنا بشات.¹

وهو تطبيق رسائل مصورة، يمكن الفرد المستخدم من التقاط الصور، تسجيل فيديو وإضافة أيضا نصوص وكذا رسومات.

• **تويتر (Twitter)** هو وسيلة تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له، أسس عام 2006م، من قبل جاك دورسي، ونوح غلاس، وإيفان وليامز وبيز ستون. يوجد موقع شركة تويتر في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية وهو موقع يسمح " بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وسهولة وتركيز على طريقة خير الكلام ما قل ودل".² كما ويسمح فيه للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة.

يعد تطبيق تويتر " نافذة يطل منها مشاهير السياسيين والكتاب والرياضيين وغيرهم مع جمهورهم، كما أصبح منصة إعلامية وتسويقية، يكون الإرسال إما عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS)، أو برامج المحادثة الفورية، أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل (Face book. Twhirl. Twiterrific)، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم، ويمكن للمتابعين قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية.³ وهو ثاني أشهر وأحد أهم موقع للتواصل الاجتماعي عالمياً، يسمح لمستخدميه بكتابة "التغريدات" وقراءتها. والتي تكون قصيرة. يضم الملايين من المستخدمين، منهم المشاهير والسياسيون الذين يستخدمونه لإبقاء متابعيهم على علم بأخبارهم وحالاتهم ونشاطاتهم. هذا الموقع مسؤول عن إطلاق الهاشتاغ (#) وهو رمز للكلمات الأكثر تداولاً.

¹ المركز المحتسب للدراسات: مرجع سبق ذكره ص 38.

² علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص 75.

³ مركز المحتسب للاستشارات: مرجع سبق ذكره، ص ص 41،42.

• **موقع ماي سبيس: (my space)**: هو موقع تواصل اجتماعي يستطيع المستخدم من خلاله تكوين ملف شخصي خاص به يحتوي على معلومات خاصة عنه، يُشارك من خلاله الأصدقاء الأغاني، ومقاطع الفيديو، والصّور التي يحبونها، ويمكن للأصدقاء التفاعل معها.

هو موقع "يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية، ويتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو، ويعتبر ماي سبيس أكبر موقع على الويب الانجليزية شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006، إلا أنه تراجع خاصة بعد ظهور موقع الفيسبوك الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي".¹

• **الانستغرام**: وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور، وهو شبكة اجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر عام 2010م، يتيح للمستخدمين التقاط الصور، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها مع مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، إلا أنه هو الآخر تم الاستحواذ عليه من طرف شركة الفيسبوك في 12/04/2012م بصفقة بلغت مليار دولار.² يضم الملايين من الأفراد المستخدمين كما ويمكنهم من ربط حسابهم على "انستغرام" بحساباتهم في مواقع أخرى كـ"فايسبوك" و"تويتر"، حتى تُنشر الصورة في مختلف المواقع في الوقت نفسه. منذ إنشاء "انستغرام"، انتشرت نزعَات عدّة كالسلفي، هاشتاغ نشاطات نهاية الأسبوع وغيرها. "مع نهاية عام 2015م تجاوز عدد المشتركين في الموقع (400) مليون شخص، وبلغ مجموع الإعجابات (5.3) مليار منذ إنشائه".³

¹ علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص 80.

² عزيز أحمد بن عبد الله: مرجع سبق ذكره، ص 05.

³ مركز المحتسب للاستشارات: مرجع سبق ذكره، ص، 31.

• **جوجل بلس: (Google+)** جوجل بلس موقع فعال ووسيلة اتصال أخرى بحلّة جديدة تتميز بسهولة التّواصل والسّعة غير المحدودة للتّخزين، ولا تُعتبر شبكة جوجل بلس الخدمة الأولى التي أطلقتها شركة جوجل في مجال التّواصل الاجتماعي، فمن إحدى خدماتها أيضاً (Google Buzz). غابت هذه الأخيرة لفترة إلا أنها عادت وبقوة لتنافس شبكات التّواصل الاجتماعيّة الأولى كالفيسبوك، اليوتيوب والتّويتتر.

تعرف على أنها "شبكة اجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل، تم إطلاقه رسمياً في 20/09/2011م، أصبح متاحاً لأي شخص فوق 18 عاماً التسجيل بدون دعوة. يقدم مجموعة من الخدمات منها الدوائر والتي تتمثل في تقسيم الأصدقاء والأقارب في حلقات، مكالمات الفيديو من خلال إمكانية تعرف المستخدم على أشخاص موجودين على شبكة الانترنت، المحادثات الجماعية والمنتديات والصفحات... وغيرها".¹

• **البريد الإلكتروني:** ويسمى الإيميل (e-mail)، وهو أسلوب لتبادل الرسائل إرسالاً واستقبالاً عبر نظم الاتصالات الإلكترونية وشبكة الانترنت، أو عبر شبكات الاتصال الخاصة بمنظمات وشركات ومؤسسات معينة، وفي عالم الانترنت هناك صناديق بريد تمثلها مجلدات أو وحدات تخزين على جهاز الخادم، والوصول إليها لا يحتاج إلا إلى كلمة السر الخاصة بصاحب البريد، واسم المستخدم، وبعض الأحيان ترتيبات على البرنامج.²

أصبحت المؤسسات والهيئات باختلافها تلجأ للبريد الإلكتروني كوسيلة اتصال فعالة بينها وبين الأقسام التابعة لها، أو بينها وبين المؤسسات الأخرى، بهدف تبادل المعلومات، إذ ساهمت وبشكل كبير في إطار الاتصال والتواصل إلى اختصار الوقت والجهد معاً.

¹ مركز المحاسب للاستشارات: مرجع سبق ذكره، ص ص 34، 32.

² علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص 97.

2-3 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتصف مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من المميزات والخصائص التي تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى وأهمها أنها تمكن من مشاركة المصادر والموارد العلمية حيث يتم نشرها بسهولة على مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة على الشبكة، ومن ثم مشاركتها مع الآخرين والحصول على التغذية المرتدة السريعة والمتنوعة والفعالة.

وهناك من حدد مميزات مواقع التواصل الاجتماعي في النقاط الآتية:

- **الفاعلية:** حيث أنها تتيح للمتلقي أن يناقش مقابله في قضية ما، وأن يعلق عليها عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات وما إلى ذلك من الوسائل والمواقع.
 - **الحرية الواسعة:** فبعد أن كانت الوسائل التقليدية عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول، أصبحت اليوم مفتوحة للجميع.
 - **الشمول والتنوع:** بإمكان المتواصل بهذه الوسائل أن يشارك بكل ما يريد نشره وإيصاله إلى الآخر بدون النظر إلى ضيق المساحة، وان يستفيد بكل الروابط والمواقع التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله.
 - **المرونة والسرعة:** حيث يمكن لمستخدمها الوصول إلى الكثير من المصادر من المعلومات بأيسر الطرق وأسهلها وأسرعها، والمفاضلة بينها واختيار الأنسب منها.¹
- إضافة إلى ذلك أنها تساهم في خلق وتوفير التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة حيث تضمن أليا الالتحام الإلكتروني بين المشاركين، فيضل الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء.

¹ عزيز أحمد بن عبد الرشيد: مرجع سبق ذكره، ص 06.

وطرح الدكتور إبراهيم أحمد الدوري في مقال مجموعة من الخصائص التي تتميز بها وتشارك فيها مواقع التواصل الاجتماعي والتي نذكر منها:

- ✓ **المشاركة:** حيث تشجع المساهمات والتعليقات من الأشخاص المهتمين.
- ✓ **الانفتاح:** ساعدت على الانفتاح والعالمية لسهولة تواصل الأفراد مع غيرهم متخطية جميع الحواجز، والقيام بتبادل المعلومات والآراء... الخ.
- ✓ **المجتمع:** تتيح للمجتمعات المحلية التواصل مع المجتمعات الدولية حول مصالح أو اهتمامات مشتركة.
- ✓ **إرسال الرسائل:** تتيح إرسال الرسائل بين المستخدمين ذات العلاقات المباشرة أو غير المباشرة.
- ✓ **المحادثة:** إتاحة المحادثة، والمشاركة والتفاعل مع الحدث والخبر والمعلومة المطروحة.
- ✓ **المجموعات:** تتيح بإنشاء مجموعات اهتمام تحت مسمى ما وذات أهداف محددة بما هو أشبه بمنتهى حوار على نطاق عريض جدا.
- ✓ **التربط:** عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض عبر الوصلات والروابط التي توافرها.¹

¹ إبراهيم أحمد الدوري، شبكات التواصل الاجتماعي: مقال منشور ومتاح على موقع <http://arabrcrc.org/getattachment/7e0c947e-ae6f-405d-a745-9ca2c589cec1/> شبكات-التواصل- الاجتماعي، ص 07.

2-4 استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة:

في إطار بناء وتحسين صورة المؤسسة عند الجمهور تستخدم المؤسسات أو في مجال العلاقات أهم وسيلة التي فرضت نفسها وبشكل قوي والمتمثلة في وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى سعيها أيضا:

- خلق الوعي بالعلامة التجارية ورسم وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة.
- إدارة سمعة المؤسسة عبر الانترنت.
- التواصل مع الجمهور بشكل أعمق والتفاعل معه، والوصول إلى قطاع كبير من الجمهور.
- أداة لإدارة العلاقة مع العملاء والشركات من بيع المنتجات والخدمات.
- الإبقاء على علم بأخر ما توصل إليه المنافسون.
- استخدامها في إطار الدعاية والإعلان والقيام بالمهام التسويقية.
- تشجيع المستهلكين والعملاء للتعبير عن اقتراحاتهم وأرائهم بشأن المنتجات والخدمات المقدمة من تحسين أو تغيير.
- الوصول إلى موقع الرئيسي للشركة عبر صفحتها على الشبكة الاجتماعية، فتكون بمثابة مدخل للتعرف على حقيقتها وطبيعتها عملها.¹

ومثال عن ذلك استخدام المؤسسة أو المكلف بالعلاقات العامة من خلال إنشاء صفحة على موقع الفيسبوك التفاعل الفوري والسريع مع الزبائن أو الأفراد المستخدمين والتجاوب مع من لديه تساؤلات أو استفسارات حول موضوع معين، وهذا ما يساعد على تقريب وتوطيد العلاقة أكثر و تحسين صورة المؤسسة في نظر الجماهير على أنها تسعى الى خدمتهم وتلبية رغباتهم من أولوياتها.

¹ سارة ناصر أبو شعبان: اتجاهات العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام الشبكات الاجتماعية، دراسة ميدانية على المؤسسات المحلية، تحت إشراف د أمين وافي، قسم صحافة علاقات عامة وإعلان، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010، ص 34.

أو إنشاء قناة على موقع اليوتيوب يحمل علامة المؤسسة وشعارها ونشر محتويات اتصالية حول المؤسسة نشاطاتها، برامجها، منتجاتها، خدماتها، عروضاً كانت تخفيضات، نشر قيم ومواعظ، التذكير بنهاية الأسبوع المعايمة في الأعياد الوطنية والدينية وغيرها.

لقد فرض تطور وسائل الاتصال نمط حياة مختلف، ودفع إلى تغيير عادات، واستبدالها بأخرى أكثر ملائمة لهذا العصر، وهذا التطور لم يستثنى العلاقات العامة، بل كان في صلب اهتمامها، فبدأت تستجيب لهذه التغيرات وتتفاعل معها بدرجات متفاوتة حسب الخبرات والإمكانات، فكان لابد على العلاقات العامة من استخدام الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بهدف الترويج لأنشطتها، الفعاليات والخدمات للمؤسسات.

وجاءت أهمية اعتماد العلاقات العامة على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال لما ينتجه لمستخدميه من تفاعل متبادل كالذي ينتجه لهم الاتصال الشخصي، ويمكنهم التحدث، والتراسل في موضوعات مختلفة، وجمع العديد من المعلومات تصب في اهتماماتهم، وفي الوقت نفسه يساعد المؤسسات في عملية التسويق للسلع التي تنتجها وترويجها.¹

شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات الكترونية "تسمح للفرد بالتعرف على أفراد مستخدمين وكذا مسيرين لصفحات وحسابات المؤسسات من خلال مكلفين بالعلاقات العامة، ما يحاولون باستمرار توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، والحضور بشكل مستمر عبر تلك الشبكات بهدف استثمار أفضل إمكانياتها، ومميزاتها لمواكبة تحديات العصر، وبناء صورة ذهنية حسنة عن مؤسساتهم متلائمة مع الجمهور، لذلك فرض على ممارسي العلاقات العامة العمل على مواكبة التغييرات الحاصلة، بهدف القيام بالمهام المنوطة على أفضل وجه".²

¹ حلمي ساوي: دراسة في التواصل الاجتماعي، دار جهاد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2015، ص 23.

² محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن ، ط1، 2015، ص 44.

خلاصة:

في الآونة الأخيرة لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما وبارزا على جميع الأصعدة، منها نقل الأحداث، التعليقات والآراء ووجهات النظر المختلفة في البيئة المحيطة، حتى أصبحت هذه المواقع ذات الأهمية خاصة في مجال العلاقات العامة في المؤسسات باختلافها، مما سهل على وظيفة العلاقات العامة استخدام هذه الوسائل الفعالة في إطار التواصل مع الجماهير والتعريف بمؤسساتهم ونشاطاتها والتسويق لخدماتها وتحسين صورتها.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

3. التعريف بالمؤسسة.

1.3 مهام المديرية وشكل هيكلها
التنظيمي.

2.3 المقابلة.

3.3 النتائج العامة للمقابلة.

4.3 نتائج الملاحظة.

5.3 الاستنتاج العام للدراسة.

الجانب التطبيقي

للدراسة

تمهيد:

بعد تطرقنا في الفصل الأول عن ماهية العلاقات العامة والفصل الثاني من خلال طرحنا لمواقع التواصل الاجتماعي، سنحاول في هذا الفصل أن نتطرق إلى الجانب العملي والذي سنعرض فيه المؤسسة التي وقع الاختيار عليها للقيام بهذه الدراسة، مهامها وشكلها التنظيمي، عرض المقابلة وتصريحات المبحوثين مع محاولة التعليق عليها وطرح ما تم استنتاجه، تقديم نتائج دليل المقابلة، التطرق إلى نتائج الملاحظة وعرض النتائج العامة للدراسة.

التعريف بالمؤسسة:

إن مديرية البيئة لولاية مستغانم هي عبارة عن مديرية من المديريات التنفيذية، وهي بمثابة هيئة لا مركزية ممثلة لقطاع استراتيجي، تابعة لوزارة البيئة والموارد البيئية، حيث تهتم بتنفيذ القرارات الخاصة بهذا القطاع على مستوى إقليم ولاية مستغانم، وذلك بالتعاون مع الهيئات المحلية والجهوية الأخرى مثل الولاية والبلدية والدائرة، قصد المشاركة في العملية التنموية وفقا لأهداف وآليات واستراتيجيات تقوم بإعدادها الوزارة الوصية.

أنشأت مديرية البيئة لولاية مستغانم بعد أن كانت مفتيشية البيئة بالقرار الوزاري المشترك المؤرخ في جمادى الأولى 1428 هجري الموافق ل 20/05/2007، والمتضمن تنظيم مديريات البيئة للولايات وذلك تطبيقا لأحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90/96 المؤرخ في 07 رمضان 1416 الموافق ل 27 جانفي 1996، المعدل والمتمم والمتضمن بإنشاء مفتيشية البيئة للولاية.

ولتدعيم قطاع البيئة أنشأت هيئات خارجية لتدعيم برامج الوزارة وتدعيم مديرية البيئة ونذكر منها:

- الوكالة الوطنية للنفايات.
- المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة.
- المعهد الوطني لتكنولوجيات إنتاج أكثر نقاء.
- الوكالة الوطنية لتغيير المناخ.
- المركز الوطني للتكوين في البيئة.
- المكتب الوطني لحماية الساحل... وغيرها.¹

¹ وثائق رسمية لمديرية البيئة: مستغانم، مصلحة الإدارة والوسائل، 2019/04/17.

مهام مديرية البيئة:

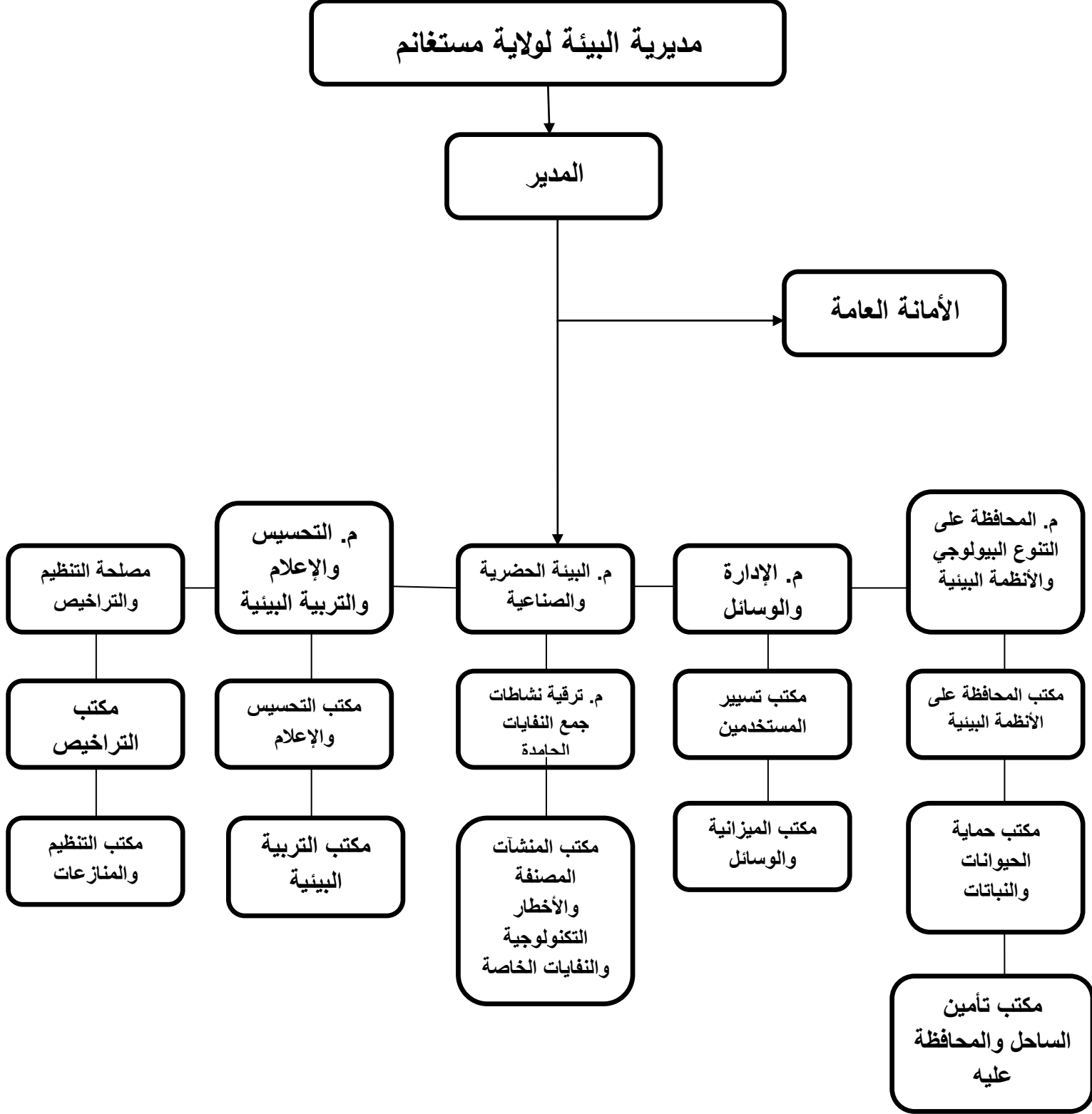
تتصور وتنفذ مع الأجهزة الأخرى في الوطن والولاية والبلدية برامج لحماية البيئة في كامل التراب الوطني.

- اقتراح التدابير من أجل تحسين الأمور التي لها صلة مباشرة بحماية البيئة.
- ترقى أعمال الأعلام والتربية والتوعية في مجال البيئة.
- تكلف من يتخذ التدابير الرامية إلى تحسين إطار الحياة وجودتها.
- منع تصريف وصب النفايات في الأوساط المائية.
- تسلم الرخص والتأشيرات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما في ميدان البيئة.¹

¹ وثائق رسمية لمديرية البيئة: مستغانم، مصلحة الإدارة والوسائل، 2019/04/17.

الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

شكل الهيكل التنظيمي لمديرية البيئة لولاية مستغانم¹



¹ وثائق رسمية لمديرية البيئة: مستغانم، مصلحة الإدارة والوسائل، 17/04/2019.

تحليل دليل المقابلة:

جدول السمات العامة:

السمات العامة	الجنس	السن	المستوى التعليمي	التخصص	الخبرة
المبحوث 01	ذكر	37	ليسانس	علوم قانونية وإدارية	12 سنة
المبحوث 02	ذكر	27	ليسانس		سنتين
المبحوث 03	ذكر	30	مهندس دولة	السكن والعمران	04 سنوات
المبحوث 04	أنثى	40	مهندس دولة	مهندس دولة في البيولوجيا	10 سنوات
المبحوث 05	أنثى	22	ماستر	تاريخ أدب بريطاني أمريكي	سنة واحدة
المبحوث 06	أنثى	31	ليسانس	اتصال وعلاقات عامة	07 سنوات
المبحوث 07	أنثى	25	ماستر	اتصال وعلاقات عامة	03 سنوات

يبين الجدول أعلاه السمات العامة للمبحوثين (الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص، الخبرة)، فمن خلال إجراءنا لعدد من المقابلات مع أفراد العينة والذي يقدر عددهم ب 07 أفراد، فكانت نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث، أما فيما يخص أعمار فئة المبحوثين فتراوحت ما بين 20 إلى 25 و ما بين 26 إلى 40 ، أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي فكان أغلب أفراد العينة متخرجين من الجامعة وهذا ما يدل على أن لديهم مستوى عالي ما بين من هم مستوى الليسانس أو مستوى الماستر، إضافة إلى التخصص الذي لاحظنا أن المديرية تضم بين مصالحها خاصة مصلحة الإعلام والتحسيس والتوعية لموظفين من قطاع الإعلام والاتصال مكلفين بممارسة نشاطات العلاقات العامة، وفيما يخص الأقدمية في العمل فكانت تتراوح ما بين سنتين إلى غاية 12 سنة ، وهذا مؤشر جيد على أن المديرية تضم كفاءات وخبرات عالية في مجال عملها.

المقابلة:

أجرينا المقابلة مع سبعة مبحوثين من مصلحة التحسيس والإعلام والتربية البيئية، وهم من يمارسون نشاطات العلاقات العامة، اعتمدنا على المقابلة الموجهة التي تضم محورين ويندرج تحت المحور الأول ستة أسئلة، والمحور الثاني فاحتوى على 06 أسئلة أيضا.

المحور الأول: استخدامات المديرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال الأول: ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي قمتم بفتح حسابات عبرها؟ ومنذ متى تم فتح ذلك؟

الجواب: اجتمعت كل إجابات المبحوثين حول السؤال السابق بأن المواقع المستخدمة من طرف المديرية اقتصرت على موقع الفيسبوك الذي تم فتحه سنة 2017، وموقع اليوتيوب الذي تم إنشائه سنة 2018/2017، حيث أقر المبحوث رقم (03)، "ذكر"، "30 سنة"، "مهندس دولة، خبرة 04 سنوات، يقول " أول موقع فتحته المديرية هو الفيسبوك، وبعده زدنا اليوتيوب في عام 2017، وفي كل موقع كايين خدام مسؤول عليه ومتابع فيه كل الجديد "، بمعنى أن المديرية لها صفحة خاصة على موقع الفيسبوك التي تم إنشاؤها سنة 2017، ولها قناة في موقع اليوتيوب في عام 2017، ولكل موقع موظف مكلف بمتابعته وتسييره، وبضيف على ما صرح به المبحوث السابق المبحوث رقم (07)، "أنثى"، "31 سنة، تخصص " اتصال وعلاقات عامة"، خبرة 07 سنوات، يقول " الموقع الذي قمنا بفتحه واستخدامه للتعريف بالمؤسسة وما تقوم به من نشاطات هو موقع الفيسبوك وموقع اليوتيوب اللذان تم إنشائهما في عام 2017 "

التعليق: من خلال ما تم التصريح به من قبل المبحوثين يمكن أن نرجع ذلك ونفسر الأمر على أن هذين الموقعين " موقع الفيسبوك واليوتيوب" استطاعا أن يحرزا مكانة في ظل الوسائط

المتعددة، وذلك حسب موقع أليكسا، حيث احتل "موقع الفيسبوك الصدارة وفي المرتبة الثالثة بعد موقع جوجل بلس موقع اليوتيوب من ناحية عدد المستخدمين لهما"، إذ أحدثا هذين الموقعين نقلة نوعية في عالم الاتصالات، ونقل المعلومات، حيث صار بمقدور كافة الناس استخدامهما بطريقة سهلة، وبشكل مستمر، ومن أي مكان، وفي أي وقت، وبالمجان مقارنة بالمواقع الأخرى، ما أتاح الفرصة للمؤسسات ان تستثمر في ذلك واستغلاله كمنصة لنقل كل ما يتعلق بها، واستخدامه كوسيلة لتحديد مكانتها وكفضاء ونافذة لنشر نشاطاتها، وهذا ما يراه مؤسس موقع الفيسبوك على انه " هو حركة اجتماعية (Sociel Movement) وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل"²، حيث يعتبر هذه المواقع من بين المواقع الأكثر أهمية في الترويج والانتشار وهذا ما طرحناه في الجانب النظري وأشرنا على أن موقع الفيسبوك "يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين، وحجم الوصول، حيث وصل عدد المستخدمين إلى (618.000.000) مستخدم نشط يوميا"، أما موقع اليوتيوب الذي هو الآخر يضم قاعدة جماهيرية استثمرت فيه المؤسسات لإبراز نفسها صنف على انه هو " ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيسبوك وجوجل في جوان 2006 من خلال تصريحات مسؤولي الموقع أنه بلغ عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يوميا"³، ومن خلال ما تم التصريح به من قبل المبحوثين عن فترة إنشاء الموقعين نجد أن المؤسسة تأخرت نوعا ما مقارنة بالمؤسسات الأخرى في نفس القطاع.

الاستنتاج: نستنتج من خلال تصريحات المبحوثين وما تم انتقائه من معطيات من الجانب النظري كتدعيم وتبرير عما صرح به من قبل كل أفراد العينة للموضوع محل الدراسة، أن المواقع التي تم إنشائها من قبل مديرية البيئة لولاية مستغانم اقتصر على نوعين اثنين فقط والذان تمثلا في موقعي " الفيسبوك" و "اليوتيوب" في عام 2017.

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الثاني، أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، ص 61.

²: المرجع نفسه، ص 60.

³: نفس المرجع، ص 61.

السؤال الثاني: من المكلف بمتابعة وتسيير حسابات المديرية عبر هذه المواقع؟ وعلى أي أساس يتم انتقاء المكلف بمهام تسيير هذه الحسابات؟

الجواب: صرح أغلبية المبحوثين على أن المكلف بمتابعة وتسيير حسابات المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى أي أساس يتم انتقاء المكلف بتسيير هذه الحسابات، بين موظفة في قطاع الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات وعمامة و رئيس مصلحة الاتصال ، اللذان تم انتقائهما بناء على أساس الخبرة والتخصص حيث ذكر المبحوث رقم (05)، "أنثى"، "22 سنة"، ماستر لغة انجليزية، الخبرة سنة واحدة (01)، حيث يقول " فيما يتعلق بالمديرية والحسابات الخاصة بها وباش تضمن استمراريتها وفعاليتها ونجاحها خصت الأمر بموظفة في قطاع الإعلام والاتصال متخصصة في الاتصال والعلاقات العمامة، ويتم الاختيار على أساس الخبرة والتخصص في المجال **sourtout** حاجة إلي تتطلب تواصل مليح لي ينعكس على المؤسسة بالفائدة " ويضيف المبحوث رقم (01)، "ذكر"، "37 سنة"، ليسانس في الحقوق، الخبرة 12 سنة، يقول " المكلف بتسيير ومتابعة حسابات المديرية اثنين الأول هو مكلف بالإعلام والآخر رئيس مصلحة الاتصال، كونهما الأكثر أدرى في عملية التواصل والتفاعل مع جماهير المديرية على الصفحات، ويكون الاختيار على حساب عدد سنوات الخبرة في المجال وبلا ما ننسو التخصص لأنه مهم وينعكس في تأدية المهام "

التعليق: الخبرة والتخصص في المجال من الأمور الأساسية والضرورية التي يجب وجودها والذي لا يمكن التغاضي عنها بأي شكل من الأشكال في أي مؤسسة، لما لهما من دور فعال وبارز في مدى نجاعة المؤسسة وتحقيق أهدافها المنشودة، ويمكن تفسير ذلك أيضا على أنه يجب أن يكون القائم على عملية الاتصال والتواصل مع جمهور المديرية متخصص في ذلك وضرورة حمل مؤهلات علمية في تخصص الإعلام والاتصال والعلاقات العمامة، كونها تعتبر سمة أساسية لازمة وضرورية في مجال الاتصال والعلاقات العمامة في كل المؤسسات باختلاف قطاعاتها ونوعية نشاطاتها، ومما لاشك فيه أن تخصص القائم بالاتصال في أي مؤسسة

والمكلف بتسيير مهام المؤسسة، وتحقيق أهدافها خاصة فيما يتعلق " بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الداخلي والخارجي، المحافظة على حالة من الثقة والرضا على المؤسسة لدى جماهيرها، تكوين صورة ذهنية وانطباعات ايجابية عن المؤسسة لدى الجماهير"¹ هو أمر لا بد منه كونه يعد جوهر العملية الإدارية، وكما هو الحال بالنسبة لمديرية البيئة لولاية مستغانم التي استعانت بموظفة بقطاع علوم الإعلام والاتصال تخصص "اتصال وعلاقات عامة" من أجل تسيير الحسابات التابعة لها ونشر نشاطات المؤسسة، إضافة إلى رئيس مصلحة الاتصال من أجل متابعة كل ما ينشر عبر هذه الحسابات حول المديرية.

الاستنتاج: من خلال ما تم تناوله سلفا فيما يخص السؤال الذي طرح عن الشخص المكلف بتسيير مهام المديرية ونشر نشاطاتها مع متابعتها عبر الحسابات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال تصريحات المبحوثين يمكننا القول على أن المديرية قامت بتكليف موظفة في قطاع الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بتسيير الحسابات التابعة لها ونشر كل ما يتعلق بها من خرجات ميدانية، عمليات تحسيسية للبيئة، إضافة إلى تكليف رئيسة مصلحة الاتصال بمتابعة ومراقبة تلك المنشورات، أما فيما يتعلق أساس الاختيار يكون بناء على سنوات الخبرة والتخصص في المجال.

السؤال الثالث: هل تعتقد أنه من الضروري أن يكون هناك حضور رقمي للمؤسسة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟ ولماذا؟

الجواب: صرح بعض المبحوثين حول ما إذا كانت هناك ضرورة أن يكون للمديرية حضور رقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لما نعيشه في وقتنا الحالي والذي أصبح يعرف بالمجتمع الرقمي بامتياز، حيث أشار إلى ذلك المبحوث رقم (02) "ذكر"، " 27 سنة" ، ليسانس في الاتصال، الخبرة سنتين(02) في كلامه حول السؤال المطروح قائلا " وي اليوم ولي علينا لازم على نخلقوا لأنفسنا مكانة وحضور رقمي عبر هذه المنصات، هكا على الأقل

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الأول، أهداف العلاقات العامة، ص 43.

نبانو ووتتعرف الخدمة والمجهودات اللي نقوموا بها، وبلا ما ننكر أنه سهل علينا باش نتواصلوا مع جمهور المؤسسة بالأخص وأنه أصبح الأغلبية من الناس تعتمد على هذه المواقع باش تدي الأخبار وآخر المستجدات"، بمعنى وحسب تصريح المبحوث فإنه من الضروري الاعتماد على هذه المواقع من أجل إنشاء فضاء رقمي بهدف تواصل المؤسسة مع جمهورها والتعريف بنشاطاتها ومجهوداتها المبذولة في إطار المحافظة على البيئة، وهذا ما أضافه المبحوث المبحوث رقم (04)، "أنثى"، "40 سنة"، تخصص مهندس دولة في البيولوجيا، ويقول " أكد أصبح من الضروري الرجوع الى هذه المواقع وخلق حضور رقمي، كونه يساهم بشكل أو بآخر في تسهيل عملية التواصل والتفاعل مع جمهور المديرية وتوعيته لما تقوم به المؤسسة".

إلا أنه كان هناك من صرح بعدم ضرورة الحضور الرقمي للمؤسسة، وهذا ما ذكره المبحوث رقم (06)، "ذكر"، "30 سنة"، ماستر لغة انجليزية، الخبرة سنتين، في تصريحه قائلا " في رأي ما هوش ضروري، علاه علاخاطرش يبقى في رأيي الشخصي التعامل معاه محدود، هو مننكروش أنه ولينا اليوم نعيشو عصر الرقمنة، إلا أنه أيضا مننساوش أنه يبقى في الأخير مجرد فضاء افتراضي، وعلينا أن نركز أكثر خاصة في المجال المهني والعملي لما هو واقعي، بمعنى منصبوش كل اهتمامها على هذه المواقع وجعلها الوسيلة الأولى والوحيدة في عملية تواصلنا مع الأطراف الأخرى وإنما نرجع إلى وسائلنا التقليدية في عملية نشر محتويات ونشاطات المديرية، كونه كايين فئة معينة لي مازالت بعيدة كل البعد عن هذه المواقع بالأخص في الحصول على المعلومات". بمعنى ذلك انه ليس ضروري كون التعامل معه يبقى محدود، إضافة إلى انه يعد فضاء افتراضي لا يمكن الاعتماد عليه والاستناد إليه في ما هو واقعي، وعدم جعله الوسيلة الوحيدة في نقل محتويات ونشاطات المديرية لجمهورها.

التعليق: وحسب ما تم الإدلاء به من قبل أغلب المبحوثين نرى انه المديرية تحاول أن تواكب هذا العصر الذي أصبح رقمي بامتياز واستطاع أن يكتسح عالم الاتصال والمعلومات إضافة

نشهد حالياً تزايد عدد المتصلين بشبكة الانترنت من مختلف الفئات العمرية، وهذا ما يدعو المؤسسات إلى أن تتواجد أينما يتواجد الجمهور المستهدف والذي تسعى إلى التأثير فيه، ويمكنها الاستفادة من هذا الفضاء من أجل تعزيز حضورها الدائم على شبكة الإنترنت، وذلك من خلال النشر الفعال والمشاركة في المبادرات المتاحة على هذه المواقع. حيث جاءت هذه المواقع بمميزات أهمها: " المشاركة: حيث تشجع المساهمات والتعليقات من الأشخاص المهتمين، الانفتاح: ساعدت على الانفتاح والعالمية لسهولة تواصل الأفراد مع غيرهم متخطية جميع الحواجز، والقيام بتبادل المعلومات والآراء... الخ، المجتمع: تتيح للمجتمعات المحلية التواصل مع المجتمعات الدولية حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، إرسال الرسائل: تتيح إرسال الرسائل بين المستخدمين ذات العلاقات المباشرة أو غير المباشرة، والمحادثة: إتاحة المحادثة، والمشاركة والتفاعل مع الحدث والخبر والمعلومة المطروحة¹. وهذه كلها سمات ومميزات لا تتوافر في الوسائل التقليدية. علاوة على ذلك فإن التطور المذهل الحاصل في مجال تكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال ساهم كثيراً في تغيير نمط حياة المؤسسات، والذي لم يستثنى هذا التغيير في طريقه إدارة العلاقات العامة، كونها ساعدت هذه التكنولوجيا الرقمية في تدعيم قدرة المديرية وبشكل كبير من خلال فضاءات ومنصات عدة على تقديم المعلومات لجماهيرها، بناء علاقات جيدة وطيبة معهم مع ضمان التواصل والتفاعل معم، ونظراً لأهمية هذه المواقع وسرعتها في نشر المعلومة، وأنها أصبحت تمثل صورة المؤسسة خارجياً، إضافة إلى مساسها شريحة واسعة من أفراد المجتمع الأمر الذي جعل من المديرية أن تواكب هذا التغيير الجذري والحرص على أن تنشأ لنفسها صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك واليوتيوب حاملين اسمها وشعارها، وهذا كله للتمكن في الأخير من الوصول إلى تحقيق أهدافها والتعريف بنشاطاتها، مهامها، دورها في المجتمع وكسب قاعدة جماهيرية.

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الثاني، مميزات مواقع التواصل الاجتماعي، ص 66.

الاستنتاج: نستنتج من خلال تصريحات المبحوثين التي اتفق الأغلب فيها على ضرورة حضور الرقمي للمؤسسة، كونه بات العالم عبارة عن قرية كونية رقمية بحثه صغيرة تربطها شبكات اتصال واحدة عبر الأقمار الاصطناعية، أين أصبحت فيها هذه الوسائل الالكترونية نافذة تطلعنا على العالم الكبير بشكل مباشر ولحظة بلحظة، وهذا ما استثمرت فيه مديرية البيئة ورأت على أنه ضروري من خلال خلق لنفسها مساحة في هذا الفضاء الرقمي لتعرف بنفسها وبنشاطاتها للجمهور الخارجي، إلا أنه لا يمكن استثناء أيضا أنه هناك من يرى عكس ذلك، ويجد أنه مجرد فضاء وهمي وافتراضي لا يعكس بالضرورة حقيقة المؤسسة وما تقوم به، ولا يمكن له أن يحل محل الوسائل التقليدية التي تنتقل نشاطات وأعمال المديرية مثلما هو الحال بالنسبة للملصقات والمطويات والإعلانات وغيرها.

السؤال الرابع: هل يتم نقل كل النشاطات التي تقوم بها المديرية عبر هذه الحسابات؟

الجواب: صرح أغلب المبحوثين حول السؤال الموجه لهم والذي تمثل في هل يتم نقل ونشر كل نشاطات وخرجات المديرية، بأن المديرية تقوم بنقل ونشر كل النشاطات التي تقوم بها عبر الحسابات الرسمية الخاصة بها، وهذا ما ذكره المبحوث رقم (07) في قوله " نعم نقومون بنشر كل نشاطات المديرية خاصة التي تكون عندها علاقة بالمؤسسات الشريكة التي تساهم وتضمن نجاح تلك الخرجات الميدانية "، ويؤكد على ما صرح به المبحوث الأول المبحوث رقم (02) في تصريحه قائلا " أكيد المديرية بعمالها خاصة المكلفين بتسيير هذيك الحسابات حرصين على نشر كل ما يتعلق بها سواء خرجات لقاءات ورشات ولا زيارات عبر الصفحة الرسمية ولا القناة تاني وحتى الصفحات الشخصية". بمعنى أن المديرية حريصة وبشكل كبير على نقل ونشر كل نشاطاتها عبر هذا الفضاء سواء كانت خرجات ميدانية أو زيارات رسمية وغيرها.

إلا أنه هناك فئة قليلة من أفراد العينة صرحت أنه لا يتم نشر كل النشاطات، وهذا ما أقر به المبحوث رقم (03) في قوله " نعم نقومون بنشر نشاطات المؤسسة، ولكن دائما نحاول

التركيز على ما هو مهم فقط بالنسبة لنا والمتعلق بالمديرية فقط وبالنسبة للجمهور المتابع للصفحة ولا القناة"، بمعنى أن المديرية تقوم بشر النشاطات التي تتعلق بها فقط وبجمهورها المتابع.

التعليق: يمكننا القول بأن المؤسسات لم تعد تقتصر على استخدام الوسائل التقليدية في بعث الرسائل من خلال النشاطات التي تقوم بها، كما هو الحال بالنسبة لمديرية البيئة بمستغانم التي سعت هي الأخرى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي باستثمارها بشكل أكبر وأوسع من مجرد تناقل المعلومات والأفكار فقط والمشاعر بين أفراد معينين، بل تعدى ذلك إلى نقل كل نشاطاتها بالتنسيق مع المؤسسات الشريكة الأخرى وبت الأفكار التي تود بثها بشكل أوضح وأكثر فاعلية بينها ككيان إداري وبين جمهورها المستهدف، والتي أصبحت " تستخدم من طرف الجمهور للوصول إلى موقع الرئيسي للشركة عبر صفحتها على الشبكة الاجتماعية، فتكون بمثابة مدخل للتعرف على حقيقتها وطبيعتها عملها"¹. كما ويمكن استثمارها أيضا في أعمالها التطوعية خاصة وأنه مجالها ووظيفتها الرئيسية، كالخرجات الميدانية التحسيسية والورشات التكوينية للأطفال... وغيرها، فالفكرة التطوعية الرائدة بإمكانها أن تنتشر بشكل أسرع وأوفر عبر هذه المنصات، وأن تحقق أغراضها بكل سهولة ويسر، مما يؤدي إلى زيادة الأعمال الخيرية في المجتمع، ومحاولة تحسين مختلف الأوضاع التي تحيط بمختلف الأفراد. كما وتساعد على نشر التوعية المجتمعية، من خلال حملات التوعية التي تقوم بها بالتنسيق مع الجهات المعنية، ما يؤدي ذلك الأمر إلى زيادة وعي المجتمع. إلا أنه أيضا يبقى المجال فيه محدود في مجال النشر خاصة وأن هناك مواضيع لا تكتفي أو لا تصلح بالنشر عبر هذه الحسابات مثلما هو الحال الإعلان عن حملات تطوعية في منطقة معينة من الولاية، فهنا يصلح الأمر من خلال الرجوع إلى الوسائل التقليدية منها الملصقات والمطويات والإعلانات في الأماكن العمومية، كونه أيضا هناك فئات لا زالت بعيدة نوعا ما عن هذا الفضاء الرقمي وما جاء به، ما يصعب على المديرية

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الثاني، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة، ص 67.

الوصول إلى كل الفئات ما يتطلب منها أخذ الأمر بعين الاعتبار والمزج بين الوسائل المتاحة تقليدية كانت أو رقمية، والتي كلها تصب في تحقيق أهداف المؤسسة.

الاستنتاج: نستنتج أن المديرية حريصة على نشر كل نشاطاتها وأعمالها الميدانية والتي تتمثل في الخرجات الميدانية التحسيسية الداخلية والخارجية، الزيارات الرسمية للمديرية، الورشات التكوينية واتفاقيات العمل المبرمة بينها وبين شركائها عبر حساباتها، إضافة إلى نشرها من خلال الوسائل الأخرى كالمصقات والمطويات.

السؤال الخامس: ما طبيعة ونوع المحتويات الاتصالية المنشورة من قبل المديرية عبر هذه الحسابات؟

الجواب: كانت أغلبية إجابات المبحوثين حول طبيعة ونوعية المحتويات الاتصالية التي تستعين بها المديرية من أجل نقل نشاطاتها عبر حساباتها أنها تبقى راجعة إلى نوع النشاط الذي ستقوم به والموقع الذي ستبث فيه محتواها الاتصالي، حيث أقر المبحوث رقم (05) في تصريحه حول الموضوع قائلاً " تتمحور أغلب المحتويات الاتصالية في الفيديوهات التي تنشر عبر الحساب الرسمي في الفيسبوك والقناة الخاصة بالمديرية على اليوتيوب، والنصوص المرفقة بالصور الخاصة بالخرجات التي تقوم بها المديرية بالتنسيق مع شركائها واللقاءات الرسمية مع المؤسسات الخاصة، إعلان عن حملة جديدة، رؤية المؤسسة وسياستها"، ويضيف على ذلك المبحوث رقم (06) في قوله " غالباً ما تكون المحتويات تتمثل في النص والصورة والفيديو إلى يعرض مهمة المديرية في المجتمع، الخدمات التي تقدمها ودورها في دعم نظافة البيئة والمحيط، إعلانات على تنظيم حملات، تعاونها مع المؤسسات الأخرى كمديرية التربية مؤخراً"

وهناك من صرح بأن المديرية تستعين وتكتفي في بعض الأحيان بالصور مرفقة بعناوين وعبارات وجيزة في نقل كل ما تقوم به من خرجات، مساهمات ولقاءات مع القطاعات الأخرى، وهذا ما جاء به المبحوث رقم (04) في قوله " تعتمد المديرية في غالب الأحيان على الصور

والعبارات مقارنة بالفيديو في طرح انجازاتها ومجهوداتها التي نقوم بها من خلال خرجاتنا الميدانية"، وبمعنى أنه و في غالب الأوقات تركز المديرية لعرض محتوياتها الاتصالية على الصور بشكل كبير مرفقة بالنصوص والتي تتمثل في صور عمال المديرية وهم في خرجاتهم الميدانية التحسيسية، صور لحملات تنظيف في مناطق معينة، صور لجلسات شركاء المؤسسة من مختلف القطاعات.

التعليق: يمكن الترويج حول طبيعة نوعية المحتويات الاتصالية المستخدمة من قبل فريق العلاقات العامة المكلف بمهام المديرية حول التعريف بها وبنشاطاتها من خلال اعتمادها على حساباتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنه يبقى الأمر راجع إلى نوع النشاط المعمول من قبل المديرية والموضوع المعالج من طرفها، ذلك أنها دائما تحرص على التنوع في طبيعة هذه المحتويات من إعلانات و آخر أخبار المديرية، تقارير انجازاتها من خلال استخدام صور، فيديو قصير، نصوص أو مقالات¹، أصبحت هذه المواقع تزخر بكافة أنواع المحتوى، فمثلاً يُمكنك الاعتماد على الفيديو والصور والمقالات والبث المباشر لإيصال رسالتك وهذا راجع بطبيعة الأمر إلى نوع النشاط كما ذكرنا سابقا، فعند قيام المديرية بخرجات ميدانية تحسيسية بالاتفاق مع مؤسسات أو وكالات وجمعيات أخرى من مختلف القطاعات، كما هو الحال بالنسبة لما تم تحضيره والانطلاق في تطبيقه مؤخرا من قبلها وهو " القافلة الربيعية التحسيسية للبيئة"² بكل مناطق ولاية مستغانم، فهنا لا بد عليها أن تستخدم الفيديو، كونه معبر أكثر وملفت للانتباه، على عكس أن يكون لديها إعلان عن تلك الحملات أو تنظيم لحملات جديدة أو ورشة داخل المؤسسة مخصصة للأطفال فربما في هذه الحالة تكتفي بصور مرفقة بنص توضيحي فقط.

الاستنتاج: نستنتج أن المديرية تقوم باستخدام كل أنواع المحتويات الاتصالية وعدم التركيز على نوع معين، وذلك يرجع إلى طبيعة النشاط المراد تغطيته والموضوع المراد معالجته، إلا انه في

¹: انظر الملحق رقم (02)

²: انظر الملحق رقم (03).

الغالب تسعى إلى المزج ما بين الأنواع الثلاث المذكورة سابقا، ذلك أن لكل نوع ميزة وطابع خاص به.

السؤال السادس: هل ساهمت هذه المواقع بالتعريف بمهام ووظائف المديرية للمحيط الخارجي؟ كيف ذلك؟

الجواب: اجتمعت أغلبية الإجابات حول مساهمة هذه المواقع المستخدمة من قبل مديرية البيئة وفريق عمل العلاقات العامة في التعريف بمهام ووظائف المديرية للمحيط الخارجي، حيث أقر المبحوث رقم (03) حول الموضوع قائلًا " في رأيي أنها ساهمت مواقع المؤسسة من خلال أنها راها تعرف بالمديرية والأمور إلي تقوم بها في المجتمع بالخص كي تدير الحملات الي تهدف إلى تحسيس وتوعية الناس بضرورة الحفاظ على نظافة المحيط"، بمعنى أن هذه الحسابات الرسمية قد ساهمت بالتعريف بالمديرية ومهامها التي تقوم بها اتجاه المجتمع المدني والتي تتعلق بالمحافظة على نظافة البيئة، خاصة تلك الحملات التوعوية التحسيسية، ويضيف على ذلك المبحوث رقم (01) في قوله " واه ساهمت بالبزاف تاني، **puisque** سهلت الأمور علينا وحصرت الجهد والوقت سورتو مع الناس لي معنا **fe page**، غير من **publication** وأنت وصلت **msg**، حتى الوزارة ولات تابعنا غير من الصفحة، والأن صبحت تطلب إحصائيات دورية على عدد المعجبين والتعليقات والمشاركات"، وبمعنى ذلك أنها ساهمت هذه الحسابات وبشكل كبير خاصة إذا تعلق الأمر باختصار الجهد والوقت خاصة مع الأشخاص المتابعين للصفحة، ناهيك عن ذلك أصبحت الوزارة تطالب بشكل دوري إحصائيات حول عدد المعجبين والمتابعين للمديرية عبر حساباتها، وهذا ما أكده المبحوث رقم (04) في تصريحه قائلًا " **oui b1 sur**، سهلت الحالة ولسينا تقدر و نتواصلوا مع جمهور ومتابعي المديرية على الصفحة من التعليقات، ولاو الناس يعرفوا مهمة نتاعنا كبير ولا صغير والدور نتاعنا في المجتمع والهدف الأساسي لي نسعاو نحقوه"، بمعنى نعم أكيد، ساهمت هذه الحسابات وسهلت

الأمر على المؤسسة، خاصة إذا تعلق الأمر بعملية التواصل مع جمهور المديرية وتعريفه وشرحنا له عن مهامنا ودورنا في المجتمع من خلال خانة التعليقات.

التعليق: من خلال ما تم التصريح به من قبل المبحوثين يمكننا القول أن هذه المواقع ساهمت بالتعريف بنشاطات ومهام المديرية و أبرز وظائفها ودورها الأساسي في المجتمع، من خلال عرض أبرز مخططاتها وبرامجها المسطرة إلى جمهورها المستهدف سواء كان من المجتمع المدني أو المؤسسات الشريكة معها، سهلت عملية التواصل مع المواطنين خاصة وأنه عدد المعجبين للصفحة في تزايد مستمر ما يضمن وصول الرسائل إلى أكبر نطاق ممكن، يسهل في توفير كل المعلومات اللازمة حول المديرية وعملها، يساهم في تحقيق نوع من العلاقة الودية بين المؤسسة وجمهورها من خلال المكلف بالعلاقات العامة، السماح بالإبقاء على التواصل الدائم مع هذه الجماهير ومعرفة انشغالاتهم، حيث أصبحت الأنترنت وما أفرزته من مواقع¹ تمثل أكثر الأدوات التي تم استخدامها في مجال العلاقات العامة، وأكثرها أهمية على الإطلاق، كونها الطريقة التي تتواصل بها المنظمات داخليا بين منتسبيها وخارجيا مع جمهورها، وهذا ما دعمته الدراسة المسحية التي أجراها سبيرنجوستون (SpringGosten) على عينة من ممارسي العلاقات العامة بلغ عددها 750 فردا، حول استخدام الأنترنت في العلاقات العامة، حيث وافق معظمهم على أن الأنترنت تتضمن أبرز مقومات التواصل، واتضح أن استخدام البريد الإلكتروني وتصفح مواقع الويب من طرف ممارسي العلاقات العامة أصبح أمرا شائعا، كما وأصبحت هذه الأخيرة همزة وصل بين المديرية والوزارة إذ جعلتها هي الأخرى نافذة تتطلع منها على عمل المؤسسة ونشاطاتها ومتابعتها، حيث أخذت مكان التقارير الورقية والمحاضر، وبين المديرية والمؤسسات الشريكة كما هو الحال بالنسبة للجمعيات، دار البيئة والمرصد الوطني للتنمية المستدامة وغيرها، وبينها وبين جمهورها المستهدف والذي يتمثل في المجتمع المدني.

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الأول، وسائل اتصال العلاقات العامة، ص 52.

الاستنتاج: نستنتج من خلال ما طرح سابقا أن الحسابات التي تم فتحها من قبل مديرية البيئة بمستغانم عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت وبشكل كبير بالتعريف بها، وأهم نشاطاتها وأبرز وظائفها مع تسهيل وتبسيط عملها خاصة فيما يتعلق بتواصلها مع جماهيرها المذكورة سابقا.

الاستنتاجات العامة للمحور الأول:

- المواقع التي تم إنشائها من قبل مديرية البيئة لولاية مستغانم تمثلت في اثنين فقط وهما موقع "الفيسبوك" و "اليوتيوب" اللذان تم فتحهما في عام 2017.
- مسير الصفحة الرسمية التابعة لمديرية البيئة بمستغانم موظفة في قطاع الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة إضافة إلى تكليف رئيسة مصلحة الاتصال بمتابعة ومراقبة تلك الحسابات، أما فيما يخص قواعد وأسس الانتقاء فتكون بناء على سنوات الخبرة والتخصص في المجال.
- رؤية المديرية بضرورة حضورها الرقمي، كونه أصبحنا اليوم نعيش في بيئة رقمية بامتياز.
- المديرية حريصة على نشر كل نشاطاتها وأعمالها الميدانية والتي تتمثل في الخرجات الميدانية التحسيسية الداخلية والخارجية واتفاقيات العمل المبرمة بينها وبين شركائها عبر حساباتها الرسمية .
- المديرية تقوم باستخدام كل أنواع المحتويات الاتصالية بين الإعلانات والأخبار حول أهم إنجازاتها من خلال (صور، فيديو قصير، نصوص) وعدم التركيز على نوع معين، وذلك يرجع إلى طبيعة النشاط المراد تغطيته والموضوع المراد معالجته ونوع الموقع المستخدم.
- الحسابات التي تم فتحها من قبل مديرية البيئة بمستغانم قد ساهمت وبشكل كبير بالتعريف بها، وأهم نشاطاتها وأبرز وظائفها مع تسهيل وتبسيط عملها خاصة فيما يتعلق بتواصلها مع جماهيرها.

المحور الثاني: جمهور المديرية وتفاعله مع حساباتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال السابع: من هو الجمهور الذي تسعى المديرية إلى استهدافه والتواصل معه من خلال هذه الحسابات؟

الجواب: تقاربت إجابات المبحوثين حول الجماهير المديرية والتي تسعى إلى استهدافه من خلال محتوياتها الاتصالية على حساباتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتعددتها من المواطنين وصولاً إلى الجمعيات والوكالات، حيث صرح المبحوث رقم (04) في قوله " جمهور المديرية كبير، فيه الشعب طبعاً، دار البيئة، المؤسسات الشريكة منها الوكالة الوطنية الخاصة للنفايات، المرصد الوطني للتنمية المستدامة، الجمعيات وغيرها " ويضيف على ما ذكره المبحوث الأول المبحوث رقم (01) في تصريحه قائلاً " mmmmm bon، مديرية عندها تعاملات بزاف وكل طرف يكمل الطرف الأخر، بالنسبة لجماهيرها كإين الوكالات منها الوكالة الوطنية لتغيير المناخ، وبطبيعة الحال منساوش دار البيئة الي تتعامل معاها وبشكل كبير، المواطنين إلي هما الأساس، المؤسسات المعنية بمحافظة الغابات"، بمعنى أن للمديرية تعاملات كثيرة مع العديد من الجمعيات والمؤسسات والوكالات التي تكمل وتساهم في إنجاح تلك الحملات وبالأخص دار البيئة لولاية مستغانم.

التعليق: بناء على ما تم ذكره سلفاً، يمكننا القول بأن للمديرية جماهير مختلفة ومن كل الفئات والقطاعات سواء كانت مدنية أو حكومية، ويتبين لنا من خلال ما صرح به أن الجمهور الرئيسي والذي تسعى إليه المديرية بالدرجة الأولى هو المجتمع المدني " المواطن العادي"، ذلك أنه يمثل الحلقة الأساسية في ضمان سلامة ونظافة المحيط، ثم تليه مجموعة أخرى والتي يمكننا أن لا نعتبرها كجمهور بل كشريك كونها تساهم في نجاح الحملات التحسيسية الميدانية ونشرها في كل النطاقات الممكنة التي تقوم بها المديرية كل مرة، والتي تعددت بدورها من وكالات ومؤسسات وجمعيات أيضاً (جمعية جنة العارف، جمعية زراع السلام، دار البيئة لولاية مستغانم، المرصد

الوطني للبيئة... وغيرها)¹، ذلك أن مهمة نظافة البيئة والمحيط مهمة هي مسؤولية الجميع وليست بالأمر الهين وتتطلب جهود مكثفة من قبل كل الأطراف في المجتمع ما يضمن نجاحها.

الاستنتاج: نستنتج أن للمديرية قاعدة جماهيرية كبيرة تسعى إلى استهدافها والتي انقسمت ما بين المجتمع المدني وهو المواطن العادي، ومجموعة من الوكالات والمؤسسات التي تعد كجمهور وكشريك فعال في المديرية لما لهم من دور فعال في نجاح مهام المديرية، والتي نذكر منها الوكالة الوطنية للنفايات، الوكالة الوطنية لتهيئة وجاذبية الأقاليم، المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، المكتب الوطني لحماية الساحل، محافظة الغابات، جمعية العارف،... وغيرها.

السؤال الثامن: هل هناك تفاعل من طرف جماهير المديرية حول هذه المحتويات؟ وكيف تقيمون هذا التفاعل؟

الجواب: أجاب أغلب المبحوثين حول أنه هناك تفاعل من قبل هذا الجمهور حول محتويات المديرية إلا أنه يبقى قليل، فصرح كل من المبحوث رقم (02) قائلاً " نظراً لعدد متابعي الصفحة ولا القناة نشوف انه التفاعل قليل نوعاً ما وضعيف " ويؤكد على ما جاء به المبحوث رقم (05) في تصريحه قائلاً " مشي حتى التم، هي كي تشوفي لي متابعين page فايت 1000 متابع بصح في الاعجاب والتعليق تلقي 30 40 صافي قليل"، بمعنى ليس بالمرضي والكبير مقارنة بعدد المتابعين وعدد الاعجابات والتعليقات.

إلا أنه هناك من كان له رأي آخر، وذلك بان تفاعل الجمهور مقبول إلى حد معين، وهذا ما أدلى به المبحوث رقم (03) في تصريحه قائلاً " مميمم نشوف بلي التفاعل مقبول ولا بأس بيه من ناحية عدد المشاهدات أو عدد التعليقات والمشاركات"، بمعنى أنه يرى التفاعل مقبول ولا بأس به نظراً إلى عدد المشاهدات أو عدد التعليقات والمشاركات مع الأصدقاء.

¹: أنظر الملحق رقم (03).

وهناك من صرح عكس ذلك ذلك أنه لا يمكن تحديد التفاعل، وهذا ما أقر به المبحوث رقم (07) قائلاً " منقدرش نعطيك إجابة محددة بنعم أو لا لأنه التفاعل مربوط بطبيعة الموضوع المنشور، كايين المنشور لي يكون فيه التفاعل كبير، وكايين العكس"، بمعنى لا يمكن إعطاء جواب محدد حول التفاعل وذلك يرجع إلى نوع المنشور والمحتوى.

التعليق: بناء على ما تم تناوله في التصريحات للمبجوثيين يمكننا القول أن فيما يتعلق بنسبة تفاعل جمهور المديرية حول محتوياتها المنشورة عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك أو قناتها على موقع اليوتيوب لا يمكن تحديده بإجابة نعم أو عكس ذلك، كونه راجع إلى طبيعة المنشور فهناك بعض المنشورات أو الفيديوهات التي تلقى تفاعل كبير، من خلال عدد المشاهدات والاعجابات والمشاركات¹، كما هو الحال لخرجات المديرية من خلال مشاركة مجموعة من المؤسسات التي تصب في نفس الهدف، أو إعلان عن مسابقة مناصب عمل شاعرة وهناك التي تلقى تفاعل مقبول أو قليل، والذي ربما هذا الأمر يمكن أن يؤثر على مكانة المؤسسة مقارنة بنظيراتها في نفس القطاع، أما من ناحية التقييم فهناك من قيم ذلك التفاعل بالضعيف والغير المرضي مقارنة بعدد المتابعين للمديرية عبر موقعي الفيسبوك واليوتيوب، وهناك من يراه على انه مقبول ولا بأس به إلى حد ما مقارنة مع المؤسسات الأخرى في نفس القطاع.

الاستنتاج: نستنتج أن تفاعل جمهور المديرية حول ما تتم نشره عبر صفحتها أو قناتها الرسمية متذبذب ولا يمكن تحديد معالمه النهائية، ويبقى الأمر ما بين أنه هناك تفاعل مرضي ومقبول وبين تفاعل قليل وذلك كله راجع في الأخير ودائماً إلى طبيعة و نوع المنشور، أما تقييم فريق العمل لهذا التفاعل فكان الأغلب يرى انه ضعيف.

السؤال التاسع: هل يتم الرد على التساؤلات والانشغالات في خانة التعليقات؟

الجواب: أجمعت كل الإجابات السؤال الذي طرح على أفراد العينة حول هل يتم الرد إلى التساؤلات المطروحة وانشغالات الجمهور في خانة التعليقات على أن المكلف بتسيير الحسابات

¹: أنظر الملحق رقم (04).

غالبا ما يرد على الانشغالات من خلال خانات التعليق، حيث صرح المبحوث رقم (06) قائلاً " نعم في أغلب الأحيان يحرص المكلف بتسيير الصفحة على الإجابة والرد على كل ما يطرحه الجمهور في خانة التعليقات" ويضيف على ذلك المبحوث رقم (02) في تصريحه قائلاً " دائما نسعاو على الرد سواء في تلك اللحظة ولا بعد فترة، إلا أنه نتجاوبو معاهم على العموم" ويؤكد على ذلك المبحوث رقم (07) في تصريحه " كوني أنا شخصا المكلفة بتسيير الصفحة ونشر كل المحتويات الاتصالية، نحاول دائما نجابوب على كل التساؤلات المطروحة في خانة التعليقات ولو كان الرد متأخر " .

التعليق: يتبين لنا من خلال تصريحات المبحوثين، أن الجهة المكلفة بتسيير حسابات مديرية البيئة بمستغانم تسعى دائما إلى إرضاء جمهورها المتوافد عبر الصفحة أو القناة من خلال الرد على كل الانشغالات، الاستفسارات والتساؤلات التي يطرحها في خانة التعليقات¹، ذلك أن الوظيفة الأساسية للمكلف بالعلاقات العامة هي التحدث باسم المؤسسة و "متابعة كل ما ينشر في الوسائل الإعلام المختلفة عن المنشأة وعرضه على الإدارة وإعداد الردود عليه وتحليل المعلومات التي تنشر عن المنشأة وصورتها وتقديمها للإدارة"². حيث يعمل على التفكير والابتكار لجعل صورة المؤسسة التي يعمل بها أكثر تميزا ورقي، "خلق علاقات طيبة مع الجمهور: من خلال استمرار تواصل وتفاعل المنظمة مع الجمهور وتبادل المعلومات معهم في إطار من المصادقية"³، مراعاة الاختلافات المتفاوتة بين جمهور المؤسسة كونه يضم فئات عمرية مختلفة، وهذا كله ما يعكس الصورة الذهنية حسنة عند هذا الجمهور عنهم، ويضمن استمرارية هذه العلاقة من خلال إتقان كل طرق التواصل، ومن مهامه الرئيسية أيضا نذكر الحرص على التواجد عبر صفحات المؤسسة والعمل على ترقيتها حتى تنعكس بالإيجاب عن هذه المؤسسة وتجديدها ومتابعة كل ما يطرأ عليها من جديد، ذلك أنه أصبح الفرد يتبنى فكرة

¹: أنظر إلى الملحق رقم (05).

²: أنظر الجانب النظري، الفصل الأول، وظائف العلاقات العامة، ص 45.

³: المرجع نفسه، ص 46.

وصورة عن أي مؤسسة بناء على ما تسوق لع عبر صفحاتها الرسمية، وهذا ما تحاول عمله مديرية البيئة بولاية مستغانم من خلال المكلف بالعلاقات العامة والمسير لصفحتها الرسمية.

الاستنتاج: نستنتج أن المكلف بالعلاقات العامة وفريق عمله بمديرية البيئة، دائما ما يسعى إلى الرد على كل ما يطرحه جمهور المؤسسة في خانة التعليقات، والحرص على أن يكون الرد مقعنا ويعكس صورة المؤسسة بالإيجاب.

السؤال العاشر: هل تعتقد أنه من الضروري الاعتماد على هذه المواقع في إطار التواصل مع الجماهير؟ ولماذا؟

الجواب: كانت أغلبية التصريحات حول اعتقاد أفراد العينة بضرورة الاعتماد على هذه المواقع في إطار التواصل مع الجماهير، حيث أقر المبحوث رقم (03) في قوله " في رأيي انه ضروري، خاصة وانه اصبح أغلب الناس تستخدم هذه المواقع، على ذلك اتخذنا نفس الطريق باش نوصلو الرسائل نتاعنا وتلقى صدى عندهم"، ويضيف على ذلك المبحوث رقم (06) في تصريحه " نعم هو الأمر ضروري، كونها تساهم في سرعة نشر المعلومة وتعتبر أيضا نافذة لتسهيل التواصل مع الجمهور"

إلا انه كان هناك فئة قليلة التي أجابت بعدم ضرورة الاعتماد عليها كليا، وهذا ما جاء به المبحوث رقم (02) قائلا " ليس بالضرورة، لأنه كايين طرق أخرى باش تتواصل مع الجمهور كيما الإعلانات والملصقات، وزيد مشي كامل الناس عندها هاتف ذكي و النت وعندها الفيسبوك ولا تتفرج على اليوتيوب"، بمعنى أن هذا الأمر ليس بالضروري خاصة وان هناك وسائل أخرى تمكن المديرية من نقل محتوياتها مثل الإعلانات والملصقات، ذلك أن ليس كل الناس لها إمكانية التطلع على موقع الفيسبوك واليوتيوب نظرا لعدم توافر أجهزة ذكية لهم أو انعدام شبكة الانترنت.

التعليق: يتضح لنا من خلال التصريحات انه انقسمت الآراء بين من يعتقد أن الاعتماد على هذه الصفحات والمواقع أمر ضروري وبين من لا يراها في نظره ضروري، فمن يرى من زاوية أنها ضرورية تم تبرير رأيه على أنه أصبحنا نعيش في عصر الانترنت والمجتمع أصبح رقمي أكثر من السابق، كونها "أكثر الأدوات التي تم استخدامها في مجال العلاقات العامة، وأكثرها أهمية على الإطلاق، كونها الطريقة التي تتواصل بها المنظمات داخليا بين منتسبيها وخارجيا مع جمهورها"¹، إضافة إلى العديد من الامتيازات التي قدمها والتي تمثلت في أنه قرب المسافات، اختصر في الجهد والوقت، ناهيك عن سهولة الاستخدام، سرعة نقل المعلومات، ميزة التفاعل مع الآخرين من خلال خانات الإعجاب، التعليق والمشاركة والتواصل معهم في نفس الوقت، أما الفئة التي ترى الأمر غير ضروري ذلك أنها تبرر بعدم لجوء كافة الناس لمواقع التواصل الاجتماعي، ربما بحكم السن أو بحكم الدخل الفردي، وانه هناك وسائل أخرى حتى وان كانت تقليدية إلا أنها تثبت الأفكار المراد إيصالها كالمصقات، المطويات والإعلانات على الممرات والطرق.

الاستنتاج: نستنتج من خلال ما تم تناوله ، وبناء على اغلب التصريحات أن مديرية البيئة بمستغانم ترى انه من الضروري الاعتماد على خلق حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورها، ذلك أنها سهلت عملية التواصل واقتصرت الجهد والوقت لكلا الطرفين وخلق نوع من التفاعل بينها وبين جمهورها، وبناء علاقات ودية عبر هذه الصفحات من خلال تبادل الآراء حول نشاطات وانجازات المديرية.

السؤال الحادي عشر: هل تعتقد أن هذه الحسابات قد حققت بعض أهداف المؤسسة؟ كيف ذلك؟

الجواب: اجتمعت تصريحات المبحوثين حول اعتقادهم بتحقيق بعض أهداف المديرية بعد اللجوء إلى الصفحة أو القناة الخاصة بالمديرية، فقد اقر حول ذلك المبحوث رقم (02) قائلاً

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الأول، وسائل اتصال العلاقات العامة، ص 52.

"في رأيي الشخصي نشوف انه حقت المطلوب " هدف المؤسسة " علاخاطرش ولى كاين وعي بزاف من قبل الشعب خاصة فيما يتعلق بالمؤسسة ومهامها ودورها الرئيسي في المجتمع ولى هو توعية كل الناس بالمساهمة في الإبقاء على نظافة المحيط كونه يعتبر مسؤولية الجميع"، بمعنى أن هذه الحسابات قد حققت الأمر المطلوب الذي تسعى اليه المديرية، ذلك لما حققته من نشر الوعي لدى المجتمع المدني وتوعيته بوجوب المساهمة في الحفاظ على نظافة المحيط التي تعد مسؤولية الجميع. ويضيف على ذلك المبحوث رقم (07) في تصريحه " نعم حققت هذه المنشورات بعض من أهداف المؤسسة، من خلال أنها ساهمت في عملية التسويق الخارجي والرقمي لمجموعة من مطويات وملصقات تتضمن أعمال ونشاطات المؤسسة، والتي لقت تفاعل المجتمع المدني " جمهور المؤسسة" مع هذه المنشورات من خلال المشاركات التي يقوم بها مع أصدقائهم عبر صفحاتهم الشخصية، ما ساهم في إيصال الرسالة الى اكبر نطاق ممكن"، وهذا ما أكده المبحوث رقم (05) في تصريحه " **oui cv** **comme meme**، كان ليها دور في زيادة نشر الوعي لدى المجتمع المدني، ساهمت أنها عطت فكرة حول ما تقوم به مؤسستنا في جال البيئة والمحيط"، بمعنى لا بأس بذلك، حققت بعض من أهداف المديرية من خلال زيادة نشر الوعي وإعطاء فكرة حول مهام المؤسسة اتجاه البيئة والمحيط.

التعليق: يتضح لنا من خلال تصريحات المبحوثين والتي اجتمعت على أنه ساهمت هذه الحسابات في تحقيق أهداف المؤسسة والتي كان أبرزها مساهمتها في نشر "التوعية العامة: من خلال توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات والبرامج التي تنفذها المنظمة"¹، من خلال الاعتماد على ملصقات ومطويات وفيديوهات سمعية بصرية محملة إلكترونيا بضرورة الحفاظ على نظافة البيئة والمحيط "وكسب أعضاء جدد: من خلال توسعها من اطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة ورسائلها وأهدافها، كذلك تساعدهم على تقييم

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الأول، مهام ووظائف العلاقات العامة، ص 45.

برامجها وخدماتها الاجتماعية مما يشجع إقبال المهتمين بالانضمام إليها¹، التشارك في هذه المهمة مع الآخرين والتي تعتبر من مسؤولية الجميع ودون استثناء، ذلك أننا أصبحنا نعتمد على مثل هذه المواقع والاعتماد علينا وبشكل كبير من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات، والتعبير عن الآراء، وتكوين مواقف وحركات اجتماعية، وبالتالي أصبحت هذه المواقع أسهل وأقرب للأفراد. وبالرغم من أن هذه المواقع أنشئت بالأساس للتواصل بين الأفراد، واستخدمت في البداية لأغراض التسلية والترفيه إلا أنه امتد استخدامها والاستثمار فيها ليشمل النشاط الهادف إلى توعية المجتمع المدني .

الاستنتاج: نستنتج أن مديرية البيئة بمستغانم ومن خلال اعتمادها على صفحتها الرسمية وقناتها على موقع اليوتيوب كمنبر لنقل الرسائل قد حققت أهدافها التي كانت ترمي إليها والتي تمثلت في التعريف بمهامها ووظائفها في المجتمع، زيادة نشر الوعي لدى المواطنين بضرورة الحفاظ على سلامة ونظافة المحيط، كسب قاعدة جماهيرية والتي هي في تزايد مستمر.

السؤال الثاني عشر: ما هي القيمة المضافة بعد استخدامكم لهذه الحسابات؟

الجواب: تعددت إجابات المبحوثين والتي تصب في وعاء واحد حول سؤال ماهية القيمة المضافة بعد استخدام المديرية لهذه الحسابات، فقد أقر على ذلك المبحوث رقم (01) قائلاً " من بين الأمور لي ضافتها هذه المواقع أنها ساهمت في عملية التعريف بالمديرية ومهامها، توصيل الأفكار في فترات وجيزة، قصرت المسافة بينا وبين جمهورنا" بمعنى أن هذه الحسابات قصرت الجهد والوقت، عرفت الكل بمهامها ودورها في المجتمع. ويضيف على ذلك المبحوث رقم (03) " ولات همزة وصل بينا وبين الشعب، نشرت نشاطاتنا الي بلاك مشي قاع الناس كانت تعرف بها، سهلت اننا نتواصلو مع مؤسسات وجمعيات وحتى الوزارة في إطار العمل بطبيعة الحال"، بمعنى ذلك أن القيمة المضافة بعد استخدام هذا الفضاء كانت أنه أصبح همزة وصل ووسيط بين المديرية وجماهيرها خاصة تلك التي لا تعلم بدور المديرية، إضافة إلى

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الأول، مهام ووظائف العلاقات العامة، ص 45.

تسهيلها عملية التواصل مع المؤسسات والجمعيات الأخرى، وهذا ما أكد عليه المبحوث رقم (06) في قوله " خلات الناس تعرف وتدي فكرة على طبيعة ونوع وأساس المديرية وأهدافها، بسطت تواصلنا معاهم، نشرت انجازاتنا وعرفت الناس بيها" بمعنى أن هذه الحسابات قد سمحت للمواطن أن يعلم ويأخذ فكرة حول المؤسسة وطبيعة نشاطها، مع سهولة التواصل معه عبرها.

التعليق: يتبين لنا ومن خلال إجابات المبحوثين التي كانت متقاربة إلى حد بعيد حول القيمة المضافة للمؤسسة وذلك بعد فتحها لحسابات عبر موقع الفيسبوك واليوتيوب والتي كان اغلب أو جل أفراد العينة ركز عليها على أن هذه المواقع ساهمت بتعريف المؤسسة وطبيعة نشاطها لدى المجتمع المدني الذي ربما لم يكن على دراية بها وانتقاء المعلومات اللازمة حولها، إضافة إلى نشر هذه النشاطات ومشاركتها عبر هذا المنبر مع الأفراد المستخدمين والمتابعين لها، "تحسين العلاقة بالمجتمع المحلي، إدارة سمعة المؤسسة عبر الانترنت، والتواصل مع الجمهور بشكل أعمق والتفاعل معه، والوصول إلى قطاع كبير من الجمهور"¹. وأنها ربما تحولت إلى وسيلة رسمية بينها وبين المؤسسات الشريكة التي تم ذكرها سابقا، ناهيك عن الوزارة التي جعلتها كنافذة تتطلع عبرها على كل ما تتجزه المديرية وتابعة كل نشاطاتها، سهلت طريقة التواصل وخلقت التفاعل بينها وبين متابعيها مع السماح بتبادل الأفكار والآراء حول موضوع معين.

الاستنتاج: نستنتج من خلال ما تم عرضه، أن مديرية البيئة بولاية مستغانم كانت لها عدة إضافات من خلال لجوءها بإنشاء حساب على موقع الفيسبوك وقناة على موقع اليوتيوب ونذكر أبرزها التعريف بها وبمهامها ووظائفها، سهولة تواصلها مع جمهورها وتبادل الآراء معه من خلال خانة التعليقات، زيادة نشر الوعي لدى المواطنين حول البيئة وضرورة الحفاظ عليها.

¹: أنظر الجانب النظري، الفصل الثاني، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة، ص 67.

الاستنتاجات العامة للمحور الثاني:

- يتمثل جمهور مديرية البيئة بمستغانم في المجتمع المدني، الوكالة الوطنية للنفايات، المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، المكتب الوطني لحماية الساحل، محافظة الغابات... وغيرها.
- تفاعل جمهور المديرية حول ما تتم نشره عبر صفحاتها أو قنواتها الرسمية متذبذب ولا يمكن تحديده بالشكل النهائي، وذلك حسب طبيعة ونوع المنشور، أما تقييم فريق العمل لهذا التفاعل فكان الأغلب يرى انه ضعيف.
- نستنتج أن المكلف بالعلاقات العامة وفريق عمله بمديرية البيئة، دائما ما يسعى إلى الرد على كل ما يطرحه جمهور المؤسسة في خانة التعليقات عبر حسابات المؤسسة.
- مديرية البيئة بمستغانم ترى انه من الضروري الاعتماد على حسابات رسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورها، ذلك أنها سهلت عملية التواصل وخلقت نوع من التفاعل بينها وبين جمهورها.
- مديرية البيئة بمستغانم قد حققت أهدافها التي كانت ترمي إليها من خلال لجوئها الى فتح حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في التعريف بمهامها، كسب قاعدة جماهيرية والتي هي في تزايد مستمر، نشر الوعي لدى المجتمع المدني بالحفاظ على سلامة المحيط.
- للمديرية العديد من الإضافات وذلك بعد فتحها صفحة على موقع الفيسبوك وقناة على موقع اليوتيوب والمتمثلة في التعريف بها كمؤسسة وبأهم وظائفها، زيادة نشر الوعي لدى المواطنين حول البيئة وضرورة الحفاظ عليها، اقتصار في الجهد والوقت خاصة في إطار تواصلها مع جمهورها أو المؤسسات الشريكة لها.

النتائج العامة للمقابلة:

من خلال إجرائنا للمقابلة توصلنا للنتائج التالية:

- تؤكد إجابة المبحوثين أن المواقع التي تم إنشائها من قبل مديرية البيئة لولاية مستغانم هي موقع "الفيسبوك" و "اليوتيوب" اللذان تم فتحهما في عام 2017.
- تشير نتائج الدراسة أن مسير الحسابات الرسمية للمديرية هو متخصص في مجال الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة .
- أكدت نتائج الدراسة حول رؤية المديرية بضرورة حضورها الرقمي.
- اتفق أغلب المبحوثين بأن المديرية حريصة على نشر كل نشاطاتها وأعمالها الميدانية عبر حساباتها الرسمية.
- أوضحت دراستنا أن المديرية تقوم باستخدام كل أنواع المحتويات الاتصالية بين الاعلانات والأخبار حول أهم انجازاتها من خلال تعددية الوسائط (صور، فيديو قصير، نصوص).
- كشفت الدراسة بأن الحسابات التي تم فتحها من قبل مديرية البيئة بمستغانم قد ساهمت وبشكل كبير بالتعريف بها، وأهم نشاطاتها وأبرز وظائفها.
- أظهرت النتائج بأن جمهور مديرية البيئة بمستغانم متعدد والذي يمكن شمله في الشركاء:
 - الوكالة الوطنية للنفايات
 - المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة
 - المكتب الوطني لحماية الساحل
 - محافظة الغابات
 - دار البيئة
 - جمعية الحياة، عارف، زارع السلام... وغيرها.
- إضافة إلى الجمهور الخارجي العام.

- أثبتت إجابات المبحوثين أن تفاعل جمهور المديرية حول ما تتم نشره عبر حساباتها متذبذب ولا يمكن تحديده بالشكل النهائي، و ضعيف كتقييم من قبل فريق عمل العلاقات العامة مقارنة بالعدد الإجمالي للمنضمين لهذه الحسابات.
- يؤكد المبحوثين أن المكلف بالعلاقات العامة وفريق عمله بمديرية البيئة، دائماً ما يسعى إلى الرد على كل ما يطرحه جمهور المؤسسة في خانة التعليقات.
- تؤكد نتائج دراستنا بأن مديرية البيئة بمستغانم ترى انه من الضروري الاعتماد على فتح حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورها.
- تبين الدراسة بأن المديرية قد حققت بعض من أهدافها التي كانت تسعى إلى تحقيقها والتي كانت في التعريف بمهامها، كسب قاعدة جماهيرية والتي هي في تزايد مستمر، نشر الوعي لدى المواطنين حول ضرورة الحفاظ على البيئة.
- أوضحت نتائج الدراسة بأن للمديرية العديد من الإضافات وذلك بعد فتحها حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في التعريف بها كمؤسسة وبأهم وظائفها، اقتصار في الجهد والوقت خاصة في إطار تواصلها مع جمهورها أو المؤسسات الشريكة لها.

نتائج الملاحظة:

من خلال فترة تربصنا بهذه المؤسسة، قمنا بتتبع كل النشاطات المتعلقة بمجال الاتصال والعلاقات العامة، كما حرصنا على تسجيلنا بكل موضوعية لنتوصل إلى نتائج التي لم تستطع أداة المقابلة الوصول إليها بحكم المعوقات الزمنية، وحتى اللغوية في ترجمة كل تلك النشاطات، حيث توصلنا من خلال الملاحظة إلى:

✓ إن العلاقات العامة في مديرية البيئة خاصة فيما يتعلق بمصلحة الإعلام والتحسيس هي مجرد ممارسة ونشاط فقط، إلا موظفة واحدة وهي المكلفة بتسيير الصفحة الرسمية التي كان تخصصها اتصال وعلاقات عامة.

- ✓ العلاقة ما بين العمال في المديرية والمدير هي علاقة جيدة وغير رسمية.
- ✓ صرامة من قبل المدير خاصة فيما يتعلق بوقت العمل واتخاذ القرارات.
- ✓ الاستقبال الجيد للجمهور الخارجي من قبل كل عمال المديرية دون استثناء.
- ✓ احترام الوقت والمواعيد من قبل عمال المديرية.
- ✓ تقديم يد المساعدة فيما بين مكاتب ومصالح المديرية.
- ✓ تقاسم المهام فيما بين العمال حتى في مجال تفعيل الاتصال مع الجمهور الخارجي.
- ✓ نظافة وهدوء تام في المديرية ما يعكس محيط محفز للعمل.

التحقق من صدق الفرضيات في ضوء النتائج:

الفرضية الأولى: والتي تمثلت في اعتبار أن موقع الفيسبوك هو الموقع الأكثر استخداما من قبل مديرية البيئة بمستغانم مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

إن إسهام الفيسبوك في عمل المؤسسات العمومية كوسيلة ومنبر لنقل المعلومات ونشاطات وبرامج المؤسسة، إضافة إلى موقع اليوتيوب من خلال قناة رسمية، يؤدي بنا إلى تحقق الفرضية الأولى نسبيا، وهو ما يؤكد صحة الفرضية من خلال تحليل السؤال رقم (06-09-10) والذي يبين استخدام الفيسبوك واليوتيوب كوسيلة في نقل نشاطات المديرية وكل ما يتعلق بمجال عملها. إضافة إلى مساهمة أداة الملاحظة في التأكد أكثر من صدق هذه الفرضية من خلال ما سجلناه أثناء تواجدها، حيث كان موقع الفيسبوك الأكثر استخداما أثناء فترة تواجدها العاملين بالعمل.

الفرضية الثانية: والتي تمثلت في أن هناك علاقة بين درجة حضور المكلف بالعلاقات العامة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تفاعل الجماهير، حيث أن حضور المكلف بالعلاقات العامة والمسير لحسابات المديرية الرسمية على هذه المواقع ومتابعته لها ونشر كل مستجدات المؤسسة ينعكس من خلال تجاوز وتفاعل جمهور المديرية المتابع لحساباتها، ما يؤكد صحة الفرضية، وهذا ما لمسناه من خلال تحليلنا للسؤال رقم (13-14-15-16).

الاستنتاج العام للدراسة:

1. ممارسة نشاط العلاقات العامة مقبول خاصة في مصلحة الإعلام والتحسيس.
2. من بين المواقع التواصل الاجتماعي التي قامت مديرية البيئة بمستغانم بفتحها هي موقع الفيسبوك وموقع اليوتيوب.
3. تعتمد مديرية البيئة بمستغانم في نقل نشاطاتها على مجموعة من المحتويات الاتصالية أهمها الإعلانات والأخبار حول كل ما يتعلق بأبرز نشاطاتها لجمهورها الخارجي عبر صفحاتها وقناتها من خلال صور مرفقة بنصوص وفيديوهات قصيرة وذلك حسب طبيعة النشاط الذي تم القيام به.
4. توظف مديرية البيئة بولاية مستغانم مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد المستخدمين، ومحاولة توطيد العلاقة فيما بينهما و تبادل الآراء والأفكار والرد على كل الانشغالات المطروحة من خلال خانة التعليقات.

خاتمة

خاتمة

إن شبكات التواصل الاجتماعي وما أفرزته قد أتاحت العديد من الفرص من خلال السماح من التشارك بالمعلومات بين جميع مستخدمي هذه الشبكة، مع إمكانية التفاعل المباشر دون الأخذ بعين الاعتبار الحواجز الجغرافية. وتعد هذه المواقع إحدى وسائل الاتصال الحديثة التي غزت مختلف مجالات الحياة الاجتماعية كوسيلة للاتصال وتبادل الأفكار والمعلومات.

إذ أصبحت أحد الخيارات المهمة للعديد من المؤسسات من أجل الترويج والتسويق لخدماتها، فحاولت استغلالها والاستثمار فيها وجعلها من بين أهم الوسائل التي تركز عليها في نقل محتوياتها الاتصالية والتواصل مع جمهورها.

كما هو الحال بالنسبة لمديرية البيئة بولاية مستغانم والتي وفي إطار دور المكلفين بالعلاقات العامة في نقل نشاطات المديرية والتواصل مع جمهورها ومعرفة انشغالاته وأرائه حولها على حساباتها الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأهم المحتويات المنشورة. قد خلصت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها، إذ توصلنا أن مديرية البيئة بمستغانم سارعت إلى مواكبة هذا العصر من خلال تطوير من وسائل اتصالها واعتمادها على وسائل الاتصال الحديثة " الرقمية" وذلك بفتح حسابات رسمية تابعة لها في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في موقعين فقط وهما موقع الفيسبوك وموقع اليوتيوب، باعتمادها على المكلف بالعلاقات العامة من أجل نقل نشاطاتها وبرامجها المنسقة مع الوكالات، الجمعيات والمؤسسات الأخرى الشريكة التي لها دور هي الأخرى في إتمام عمل المديرية إلى جمهورها "المجتمع المدني" ذلك لما آلت إليه هذه المواقع وأصبحت تؤدي دورا محوريا في نشر الثقافة وتشكيل الوعي الاجتماعي من خلال إكساب الفرد عادات وسلوكيات اجتماعية ايجابية، والتي اتخذها أيضا كوسيلة لعرض انجازاتها لوزارة البيئة التي أصبحت هي الأخرى مهتمة بكل ما ينشر عبر هذه الحسابات وتقييمها لمدى كفاءة المؤسسة بانجاز مهامها المنوطة إليها، تمثلت اغلب محتويات المديرية في عرضها للخبرات الميدانية التحسيسية وذلك بالتنسيق مع المؤسسات الأخرى الشريكة لها

والتي تسعى دائما إلى إنجاز تلك الخرجات من خلال تقديم كل الدعم اللازم لها سواء كان الدعم ماديا أو معنويا. وهذا باعتبار أن أغلب المكلفين بهذه المهمة متخصصين في مجال الاتصال والعلاقات العامة، مما يتيح تقديم خدمة ذات نوعية أثناء وقوفهم على تسيير وإدارة هذه الحسابات.

ويبقى بحثنا هذا مجرد اجتهاد متواضع حول معرفة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف العاملين في دائرة العلاقات العامة بمديرية البيئة بمستغانم، إلا أنه تبقى عدة زوايا تحتاج إلى التعمق والإثراء، لذا نرجو من الطلبة الباحثين والدارسين مواصلة واستكمال هذه الدراسة.

قائمة

المراجع

الكتب:

1. إبراهيم مروان عبد المجيد: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000.
2. البخشونجي حمدي عبد الحارث: العلاقات العامة في الدول النامية، المكتبة الجامعية الإسكندرية، مصر دط، 2000.
3. البكري، فؤادة عبد المنعم: العلاقات العامة في المنشآت السياحية، القاهرة للنشر، مصر، 2004.
4. بن عبد الله عزيز أحمد: دراسة حول وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، كلية اللغة العربية، جامعة الإمام، الرياض، 1436هـ.
5. بن مرسلي أحمد : مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
6. بن مرسلي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2010.
7. تركي رابح: مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984.
8. الجبوري عبد الكريم راضي: العلاقات العامة فن وإبداع، دار ومكتبة الهلال بيروت لبنان، دط ، 2001.
9. الجحني علي بن فايز: مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض السعودية، ط1 2006.
10. جرار ليلى : الفيسبوك والشباب العربي، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط1، 2012.
11. جميل أحمد خضر: العلاقات العامة، الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، دط، 1998.
12. جودة محفوظ أحمد : العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008.

13. درياشي جميل: المرشد في العلاقات العامة، المركز الفلسطيني للاتصال والسياسات التنموية، الخليل، فلسطين، 2011.
14. دليو فضيل: مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014 .
15. الديلمي عبد الرزاق محمد : العلاقات العامة رؤية معاصرة دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، ط1، 2005.
16. الديلمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ط1، 2011.
17. راسم الجمال وعياد خيرت: إدارة العلاقات العامة، "المدخل الاستراتيجي"، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، دط، 2005.
18. ساوي حلمي: دراسة في التواصل الاجتماعي، دار جهاد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2015.
19. سلطان، محمد صاحب: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.
20. شذوان علي شيبية: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية، 2009.
21. شقرة علي خليل: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2014.
22. صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، سنة 2008.
23. صرايرة محمد نجيب: العلاقات العامة الأسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، عمان، دط ، 2000.
24. عوجة علي: دراسات في العلاقات العامة والإعلام، عالم الكتاب، القاهرة مصر، 1985.

25. العدوي فهمي محمد: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان، 2011.
26. كشك محمد بهجت جاد الله : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، دط، 2003.
27. ليري صالح: مدخل إلى العلاقات العامة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2005.
28. محمد المصري أحمد: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر د.ط، 2002.
29. مركز المحتسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب " تويتتر نموذجاً"، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، ط1، 1438هـ.
30. المقدايد خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2013.
31. موريس أنجرس، تر، بوزيد صحراوي وآخرون: منهجية البحث في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، دار القصب للنشر، الجزائر، 2004.
32. هاشم حمدي رضا: إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
33. هتيمي محمود : العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن ، ط1، 2015.
- اللغة الأجنبية:

¹ - Conférence Infopresse. « [Relations publiques - Le nouveau rôle de la profession en entreprise](http://veilletourisme.ca/2016/04/25/relations-publiques-role-multitaches-se-confirme/) », conferences.infopresse.com, 13 avril 2016, consulter sur : <http://veilletourisme.ca/2016/04/25/relations-publiques-role-multitaches-se-confirme/>, le 29-05-2019 a01h .

المعاجم والقواميس:

1. حجاب محمد منير: المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، سنة 2004.

المجلات:

1. جعفري نبيلة : دور الإعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية (شبكات التواصل الاجتماعي)، دراسة منشورة في مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مجلة دورية أكاديمية محكمة، تصدر عن مؤسسة كنوز الحكمة، العدد السابع، السداسي الأول، ردمك 0502_2353، 2016.
2. زين الدين محمد جواد: توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات (شركات هاتف النقل زين، أسيا سيل نموذجاً) ، سنة 2014. مجلة الفراهيدي، العدد 28 كانون الثاني 2017.
3. شقران رسمية محمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق برامج العلاقات العامة للجامعات الأردنية لتحسين صورتها، دراسة مسحية على عينة من موظفي العلاقات العامة وطلبة الجامعة الأردنية، جامعة جدارا، دراسة منشورة في مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 09، العدد 03، الجزء الثاني، نوفمبر 2018.
4. يعقوب محمد ، عبد الله مكي: العلاقات العامة ودورها في زيادة كسب ثقة الجمهور بالمؤسسات المصرفية، 2015/2010، دراسة حالة البنك السوداني الفرنسي، مجلة العلوم الادارية، مجلة دورية علمية محكمة، جامعة افريقيا العالمية، العدد 01، جوان 2017.

المذكرات:

1. أبو شعبان سارة ناصر: اتجاهات العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام الشبكات الاجتماعية، دراسة ميدانية على المؤسسات المحلية، تحت إشراف د أمين وافي، قسم صحافة علاقات عامة وإعلان، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010، 2011. (منشورة).
2. بوخناف هشام: وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تحت إشراف سموك علي جامعة باجي مختار عنابة، قسم علم الاجتماع ، سنة 2010/2011.

3. حاج احمد كريمة: العلاقات العامة داخل المؤسسة، مؤسسة الصناعات النسيجية denitex نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تحت إشراف د. بشير محمد، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران السانیا 2010/2009.
4. عيدان عثمان إحسان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن، دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، تحت إشراف د.ليث الربيعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الأعمال الالكترونية ، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2015. (منشورة).
5. لقصير رزيقة: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مؤسسة الأملاح بقسنطينة نموذجاً، تحت إشراف حسين خريف، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،جامعة منتوري قسنطينة ، 2007/2006. (منشورة).
6. نومار مريم نريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، إشراف جمال بن زروق، جامعة حاج لخضر باتنة، 2012/2011.
7. هاني جبر سيما ،زينة ماجد بكير: استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي "مدينة رواي نموذجاً"، تحت إشراف د.سمر الشنار،جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، قسم العلاقات العامة والاتصال 2018/2017 نابلس (فلسطين).

مواقع الويب

1. <http://arabrcrc.org/getattachment/> شبكات-التواصل-الاجتماعي.
2. بوغازي فتيحة: التأثير ونظرية الاستخدام والاشباع،-audience http://studies.over-blog.com/article-.html
3. <https://www.almaany.com/ar>

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar> .4

https://www.lawforall.info/index.pl/definition_of_the_employee_the_employer_and_the_labour_contract .5

الملاحق

الملحق رقم
(01)

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة مستغانم-

تخصص اتصال وعلاقات عامة

(استمارة استبيان)

اتجاهات المنتسبين لدائرة العلاقات العامة نحو استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

أخي الموظف/ أختي الموظفة...

لكم مني فائق الاحترام والتقدير...نضع بين أيديكم استمارة "الاستبيان" التي تهدف للتعرف على مدى "اتجاهات المنتسبين لدائرة العلاقات العامة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي".

نحن بصدد التحضير لشهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، بجامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم.

نرجو منكم التعاون معنا في الإجابة على هذا الاستبيان. ونتعهد لكم بأننا سنقوم باستخدام معلوماتكم لأغراض علمية فقط و نشكر لكم حسن تعاونكم معنا ونقدر لكم هذا الجهد مسبقا.

ملاحظات:

- ضع علامة في خانة الجواب الذي تختاره.
 - نرجو منكم الإجابة على كل الأسئلة.
- تحت اشراف الدكتورة: رقاد حليلة.
- من اعداد الطالبة: بن ستي نادية.

السنة الجامعية : 2019/2018

السمات العامة:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن:
3. المستوى التعليمي:
4. التخصص:
5. الخبرة: أقل من سنة إلى 5 سنوات من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات من سنوات فأكثر

المحور الأول: استخدامات العمال لشبكات التواصل الاجتماعي:

6. ما هي أبرز وسائل الاتصال المستخدمة في عملية التواصل مع الجماهير؟

مطويات ملصقات مجلات الانترنت

أخرى اذكرها.....

7. هل للمؤسسة موقع على الانترنت؟

نعم لا

8. ما هي نسبة اعتمادك على الانترنت في تنفيذ مهامك؟

كأداة رئيسية أداة مساعدة

9. ما هي أهم المواقع التي تمتلكها المؤسسة في إطار تواصلها مع جماهيرها؟

فايس بوك يوتيوب انسخرام سناب شات البريد الالكتروني

أخرى اذكرها.....

.....

10. متابعة هذه المواقع على شبكة الانترنت تكون؟

باستمرار

أحيانا

بدون متابعة

11. تفعيل موقع المؤسسة على الشبكات التواصل الاجتماعي يكون؟

باستمرار

أحيانا

غير مفعّل

المحور الثاني: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في محيط العمل.

12. كموظف في المديرية هل تصرح بوظيفتك ومكان عملك على صفحتك

الشخصية؟

لا

نعم

13. ما طبيعة المحتويات الاتصالية التي تنشرها المؤسسة عبر موقعها الالكتروني؟

عروض

إعلانات

أخبار

أخرى اذكرها.....

14. من المكلف بمتابعة موقع الصفحة؟

فريق عمل

موظف

15. ما مدى أهمية أن يكون القائم بمهام العلاقات العامة متخصص في ذلك؟

مهم جدا مهم غير مهم

16. هل يؤثر اختلاف التخصص على القيام بمهام العلاقات العامة؟

نعم لا أحيانا

17. ما الغاية من اللجوء إلى هذه المواقع الالكترونية؟

بهدف رسم صورة حسنة عن المؤسسة

التعريف بأنشطة وخدمات المؤسسة

الترويج والتسويق لمنتجات المؤسسة

خلق تفاعل بين المؤسسة وجماهيرها

معرفة آراء وانطباعات الجمهور حول المؤسسة ومنتجاتها

18. ما الذي دفعك إلى فتح صفحات على المواقع؟

بناء هوية الكترونية ورقمية للمؤسسة

التسويق والترويج لمنتجات المؤسسة

تحسين صورة المؤسسة في ظل التنافسية

التوسع والانتشار أكثر

كسب قاعدة جماهيرية كبيرة

المحور الثالث: مرد ودية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومدى نجا عتها في المؤسسة.

19. ما هي التغييرات التي طرأت بعد استخدامكم لموقع المؤسسة ؟

زيادة المبيعات تحسن صورة المؤسسة انتشار العلامة في السوق

أخرى أذكرها.....

20. هل هناك تفاعل من طرف الجماهير حول المواد المنشورة عل مواقع

المؤسسة؟

نعم لا أحيانا

21. هل تعتقد أنه من الضروري الاعتماد على هذه المواقع في إطار التواصل مع

الجماهير؟

نعم لا

22. ما مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق أهداف المؤسسة؟

فعالة جدا فعالة غير فعالة

23. هل خدمت هذه المواقع ترابطك مع الجماهير المستهدفة؟ وكيف ذلك؟

نعم لا

كيف ذلك ؟

.....

الملحق رقم (06)

دليل المقابلة:

السمات العامة:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن:
3. المستوى التعليمي:
4. التخصص:
5. الخبرة:

المحور الأول: استخدامات مديرية البيئة لمواقع التواصل الاجتماعي.

6. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي قمت بفتح حسابات عبرها؟ ومنذ متى تم فتح ذلك؟
7. هل تعتقد أنه من الضروري أن يكون هناك حضور رقمي للمؤسسة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟ ولماذا؟
8. من المكلف بمتابعة وتسيير حسابات المديرية عبر هذه المواقع؟ وعلى أي أساس يتم انتقاء المكلف بمهام تسيير هذه الحسابات؟
9. هل يتم نقل كل النشاطات التي تقوم بها المديرية عبر حساباتها الرسمية؟
10. ما طبيعة المحتويات الاتصالية المنشورة من قبل المديرية عبر هذه الحسابات؟
11. هل ساهمت هذه الحسابات بالتعريف بمهام ووظائف المديرية للمحيط الخارجي؟ كيف ذلك؟

المحور الثاني: مردودية استخدام المديرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

12. من هو الجمهور الذي تسعى المديرية إلى استهدافه والتواصل معه من خلال هذه الحسابات؟
13. هل هناك تفاعل من طرف جماهير المديرية حول هذه المنشورات؟ وكيف تقيمون ذلك التفاعل؟

14. هل يتم الرد على التساؤلات والانشغالات في خانة التعليقات؟

15. هل تعتقد أنه من الضروري الاعتماد على هذه الحسابات في إطار التواصل مع الجماهير؟ ولماذا؟

16. هل تعتقد أن هذه المنشورات المتواجدة عبر هذه الحسابات قد حققت بعض أهداف المؤسسة؟ كيف ذلك؟

17. ما هي القيمة المضافة بعد استخدامكم لهذه المواقع؟

الملحق رقم (05)

Envoyer un message

الصفحة الرسمية لمديرية
البيئة لولاية مستغانم
Organisme
gouvernemental
22 mai, 22:51 · Public

J'aime Réagir Commenter Partager

53

Votre commentaire...
Commenter

Joindre une photo · Mentionner des amis

Amina Amouna
مبادرة حسنة لكن نصيحة المرة القادمة غيرو المصور . الصورة
يجب أن تكون معبرة اكثر ليس من هب ودب يلتقط صورة
5 · J'aime · Réagir · Répondre · Plus · 22 mai
Amina Amouna a répondu · 4 réponses

Messali Abd Rahman

بتوفيق للجميع

Réponses au commentaire de Amina Voir la publication
sur la **publication** de الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

Amina Amouna

مبادرة حسنة لكن نصيحة المرة القادمة غيرو المصور . الصورة يجب أن تكون معبرة اكثر ليس من هب ودب يلتقط صورة

5 · J'aime · Réagir · Plus · 22 mai

Anais Roussline

3a9li amina 3la comntaire ana sewrt mouhim khedma mech la photo

2 · J'aime · Réagir · Plus · 23 mai

Amina Amouna

ههه همالي تعلم تصور .الصورة مهمة جدا

2 · J'aime · Réagir · Plus · 23 mai

Anais Roussline

Amina Amouna une autre foi hebibti arwahi sewri et 3almini kich neti tanik detache 3andk role me3ana

1 · J'aime · Réagir · Plus · 23 mai

Amina Amouna

الملحق رقم (04)

← الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

Domicile Publications Photos À propos

15

3

3

الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم
13 avr. 2019 à 13:57 ·

تحت اشراف مديرية البيئة لولاية مستغانم و مديرية السياحة و الصناعة التقليدية و مؤسسة mosta land نظمت جمعية اصدقاء البيئة و تربية طيور الزينة الطبعة الاولى لمعرض طيور الزينة ببلدية مزعران الذي شاركت في فعالياته اربع ولايات بمعارض للطيور " ولاية مستغانم ، وهران ، سيدي بلعباس و غليزان " كما حضر المعرض أعضاء المجلس الشعبي البلدي لبلدية مزعران و دار البيئة و ديوان...

Afficher la suite



← الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

Domicile Publications Photos À propos



22

22

3

5

الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم
13 avr. 2019 à 14:33 ·

تنطلق غدا القافلة الربيعية التحسيسية للبيئة عبر تراب الولاية و التي تنظمها مديرية البيئة لولاية مستغانم بمشاركة :

مديرية الثقافة، مديرية التربية ، دار البيئة ، المحافظة الوطنية للساحل ، المكتبة المتنقلة لدار الثقافة مستغانم ، المرصد الوطني للبيئة و التنمية المستدامة محطة مستغانم ، محافظة الغابات ، ديوان مؤسسات الشباب و المجتمع المدني الانطلاق ستكون من دائرة عشعاشة وتتو...

Afficher la suite



الملحق رقم (03)



← الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

Domicile

Publications

Photos

À propos



الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

25 avr. 2019 à 12:35 · 🌐

اختتمت اليوم فعاليات القافلة الربيعية التحسيسية للبيئة بمتوسطة الرائد زغلول وهذا بحضور مدير البيئة لولاية مستغانم السيد نور الدين عبد الصادوق اذ تم عرض دروس تربية و بيئية داخل الفضاء المدرسي تفاعل معها تلاميذ المؤسسة التربوية كما استعرضت كل من دار البيئة و المحافظة الوطنية للساحل والمرصد الوطني للبيئة و التنمية المستدامة و مؤسسة جنة العارف ومحافظة ال...
Afficher la suite



← الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم



الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

est avec Environnement

Environnement.

20 mars 2019 à 11:37 · 🌐

Envoyer un message

الصفحة الرسمية لمديرية

البيئة لولاية مستغانم

Organisme

gouvernemental

22 mai, 22:51 · Public



J'aime



Réagir



Commenter



Partager

👍❤️ 53

الملحق رقم (02)

← الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

Domicile **Publications** **Photos** **À propos**

الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم
21 avr. 2019 à 10:32

Most-A-rt
21 avr. 2019 à 08:39

صور قبل و بعد 📸

احيانا وبعد مرور ساعات من العمل ننساو كيفاش كان المكان قبل ما نبداو، أكبر تحفيز لنا هي هذه الصور لي تبينلنا التأثير تاع كل واحد فينا. كل يد رفدت، كل يد عاونت حتى كل شخص فات و شجعنا.

Afficher la suite ... 📄 كلكم مشكورون 🙏



← الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

Domicile **Publications** **Photos** **À propos**

من أجل تربية و تحسيس الأطفال خاصة حول كيفية تسيير نفاياتهم المنزلية في حياتهم اليومية أصبح من الواجب أن نوضح لهم المفاهيم المتعلقة بالنفايات، أصبح من الواجب أن يتعرفوا على تقنيات تسيير النفايات اليوم، و ذلك بالتعرف على أنواع النفايات،
#أنواع_النفايات، ... Afficher la suite ...



← الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم

Domicile **Publications** **Photos** **À propos**

الصفحة الرسمية لمديرية البيئة لولاية مستغانم
il y a 23 heures

حصيلة نشاطات القافلة الربيعية التحسيسية للبيئة المتنقلة عبر متوسطات الولاية والتي نظمتها مديرية البيئة لولاية مستغانم و شارك في فعاليتها كل من : مديرية التربية - مديرية الثقافة - المحافظة الوطنية للساحل- دار البيئة -محافظة الغابات -المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة - مؤسسة جنة العريف -الحوض الهيدروغرافي الوهراني -الشط الشرقي BHU .
الشكر موصول لكل من ساهم في ... Afficher la suite ...

