

الميدان علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة علوم إنسانية

التخصص : إتصال تنظيمي

## دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات

دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل.م.د"

دفعة 2019

إشراف الدكتور:

بن مهدي مرزوق

إعداد الطلبة:

- ابتسام عياد

- نبيلة بوقرة

أعضاء لجنة المناقشة:

| الاسم واللقب  | الرتبة العلمية      | الصفة        |
|---------------|---------------------|--------------|
| طبي منير      | أستاذ محاضر - أ -   | رئيسا        |
| بن مهدي مرزوق | أستاذ محاضر - أ -   | مشرفا ومقررا |
| بن عون منى    | أستاذة محاضرة - ب - | ممتحناً      |

السنة الجامعية: 2018-2019



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة



IARBI TEBESSA UNIVERSITY - TEBESSA-  
UNIVERSITE LARBI TEBESSI - TEBESSA

جامعة العربي التبسي - تبسة -  
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم : الإعلام و الاتصال

الميدان علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة علوم إنسانية

التخصص : إتصال تنظيمي

## دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات

دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل.م.د"

دفعة 2019

إشراف الدكتور:

بن مهدي مرزوق

إعداد الطلبة:

- ابتسام عياد

- نبيلة بوقرة

أعضاء لجنة المناقشة:

| الاسم واللقب  | الرتبة العلمية      | الصفة        |
|---------------|---------------------|--------------|
| طبي منير      | أستاذ محاضر - أ -   | رئيسا        |
| بن مهدي مرزوق | أستاذ محاضر - أ -   | مشرفا ومقررا |
| بن عون منى    | أستاذة محاضرة - ب - | ممتحنا       |

السنة الجامعية: 2018-2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## إهداء:

بسم الله والحمد لله الذي بفضله تنزل البركات وتتم الصالحات.  
حيث أكتب هذه الكلمات إلى ابتسامتك الحلوة التي كانت تطلع شمسها فشرّف كل يوم لقلبك  
الحنون الذي كان يغمرني وأنا لا أزال في نعومة أظفري.  
إلى أمي الحنونة، لم أنسى ولن أنسى من تعبت ومرضت وعانت من أجل سعادتي،  
أسأل الله عز وجل أن يمد في عمرها ويمن عليها بالصحة والعافية.  
إلى روح والدي الطاهرة، الذي كافح من أجلي، الذي أعانه الله على أن أوصلني إلى  
منتصف دربي... أبي العزيز... تغمده الله برحمته ويجعله في جناته التي وعد بها عباده  
الصالحين.

إلى من يدق القلب فرحا لا لشيء، إلا لأنهم سعداء أخواتي الأحباء.  
والى كل زملائي وأصدقائي وأحبائي في الجامعة.

نبيلة

## إهداء:

بسم الله الرحمن الرحيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، ولا تطيب الجنة إلا برويتك الله جل جلاله.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة، ونصح الأمة وكشف الغمة، إلى نبي الرحمة ونور العالمين "سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم".

إلى الشمعة التي تحترق لكي تضيء دربي إلى التي قاسمتني أفراحي وأحزاني وتحملت هموم الحياة من أجل سعادة فلذات أكبدها إلى من علمتني أن الحياة أمل وعمل إليك يا منبع الحياة ورمز العطاء وبحر الأمان إلى أجمل امرأة في الكون إلى أحلى كلمة على لساني وحببتي أُمي .. أُمي ... أُمي الغالية.

إلى من فرش لي الأرض وردا وزودني عبر الوقت، جهد إلى من لم يكن له في الوجود مثيل من الدعم والسند إلى الذي صنع من شفاته لي سعادتي وأفنى أيام حياته من أجل أن يراني أرتقي درجات المجد والكبرياء إلى من أضاء لي دربي إلى الرجل الذي علمني أن الحياة كفاح وأن العام وسيلة إلى مثلي الأعلى "أبي العزيز"

إلى من عرفت أن الحياة بدونكم لا شيء معكم أكون أنا وبدونك مثل أي شيء ... في نهاية مشواري أريد أن أشكركم على مواقفكم النبيلة إلا من تطلعت لنجاحي بنظرات الأمل أخواتي عبد الرحمن، خالد، عادل، فريد.

إلا من عرفت معها الحياة ورفيقة دربي أختي الغالية زوليخة وأختي الثانية شهيناز وسلوى وسيلة.

إلا من تفائل برؤية أعينهم السعادة بضحكاتهم سندي في الحياة نبيلة، لندة، ميرة أخواتي التي لم تلدهن أُمي ... إلى من تحلوا بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى ينابيع الصدق الصافي وبرفقتهم في دروس الحياة الحلوى والحزينة صديقاتي: فاطمة، سمية، ميرة، حبيبة، نوال، ليلي، غزالة، سكينة

ابتسام

## شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين حمدا طيبا مباركا فيه، وأصلي وأسلم على أشرف الخلق والمرسلين محمد صلي الله عليه وسلم، أما بعد:

فما كان لهذا العمل المتواضع أن يتم لولا فضل الله عز وجل وتوفيقه، وفضل أصحاب الفضل الذين نحن لهم، وكنا بهم بعد الله نستعين.

لا يسعنا في المقام إلى أن نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذنا الفاضل الدكتور مرزوق بن مهدي على جهده المتميز في الإشراف على هذه الرسالة، ومساهمته الفكرية في تعزيز منهجيتها العلمية وإثراء مضامينها الفكرية وعلى كثير نصحه، وحسن معاملته، وجميل صبره.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى الأساتذة محكمي أداة الدراسة وكل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال

كما يسرنا أن نتقدم بالشكر والتقدير إلى جميع العاملين في مصلحة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر-تبسة- الذين قدموا لنا يد العون والمساعدة في تعبئة الاستلانة بكل دقة وموضوعية.

إلى كل من ساعدنا ودعمنا ولو بكلمة من قريب أو بعيد.

وألف شكر لكم



فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

شكر وتقدير

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الاشكال

|         |                               |
|---------|-------------------------------|
| أ.....  | مقدمة                         |
| 2.....  | الجانب المنهجي                |
| 3.....  | الإشكالية                     |
| 5.....  | 1- أسباب اختيار الموضوع       |
| 5.....  | 2- أهمية الدراسة              |
| 5.....  | 3- أهداف الدراسة              |
| 6.....  | 4- صعوبات الدراسة             |
| 6.....  | ضبط المصطلحات والمفاهيم       |
| 11..... | 5- الدراسات السابقة والمثابهة |
| 26..... | الاجراءات المنهجية            |
| 26..... | 6- منهج الدراسة               |
| 26..... | أدوات جمع البيانات            |
| 27..... | مجالات الدراسة                |
| 29..... | الجانب التطبيقي من الدراسة    |

## فهرس المحتويات

---

|         |   |
|---------|---|
| 30..... | تمهيد   |
| 31..... | تعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر                                |
| 31..... | نشأة المؤسسة وتطور المؤسسة                                  |
| 32..... | الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر وحدة تبسة            |
| 33..... | توصيف مهام الهيكل التنظيمي للمؤسسة                          |
| 38..... | تفريغ وتحليل البيانات                                       |
| 57..... | أولاً - النتائج الخاصة بالدراسات السابقة مع الدراسة الحالية |
| 58..... | ثانياً - النتائج الجزئية للدراسة                            |
| 60..... | ثالثاً - النتائج العامة للدراسة                             |
| 61..... | خاتمة   |

قائمة المراجع

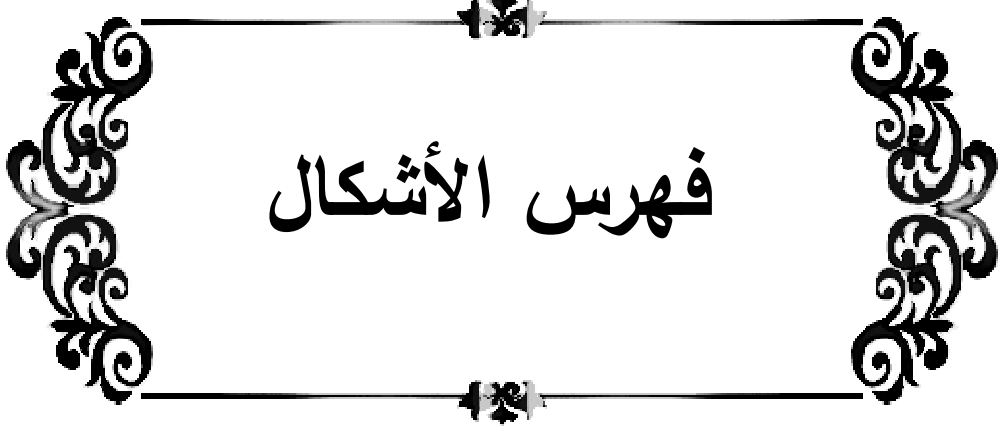
الملاحق

الملخص



فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول  | الرقم |
|--------|---|-------|
|        | يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس  | 01    |
|        | يمثل توزيع المبحوثين حسب السن   | 02    |
|        | يمثل إن كان الهيكل التنظيمي للمؤسسة يتوفر على جهاز العلاقات العامة  | 03    |
|        | يمثل إن كانت الإجابة بنعم فهل هو (مديرية، قسم ، مصلحة)  | 04    |
|        | يمثل إحتلال العلاقات العامة مكانة جيدة بين الموظفين   | 05    |
|        | يمثل الرؤية بأن المعطيات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة تحظى باهتمام                                   | 06    |
|        | يمثل رؤية أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب  | 07    |
|        | يمثل أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة   | 08    |
|        | يمثل أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة   | 09    |
|        | يمثل مساعدة خلية العلاقات العامة في تسيير أعمال مؤسسة إتصالات الجزائر تبسة                                  | 10    |
|        | يمثل مجالات إستخدام العلاقات العامة في إدارة أعمال مؤسستكم  | 11    |
|        | يمثل قيام خلية العلاقات العامة بشرح سياسة الإدارة وتوضيحها للموظفين   | 12    |
|        | يمثل الإتفاق مؤسسة إتصالات الجزائر مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم النصائح حول تحسين العمل | 13    |
|        | يمثل الغرض من برامج المكلف من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة                         | 14    |
|        | يمثل سعي المكلف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة  | 15    |
|        | يمثل مساعدة المكلف بالعلاقات العامة في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة.                                      | 16    |
|        | يمثل حظي المكلف بالعلاقات العامة نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة                                | 17    |



فهرس الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل   | الرقم |
|--------|---|-------|
|        | الشكل يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس  | 01    |
|        | الشكل يمثل توزيع المبحوثين حسب السن   | 02    |
|        | الشكل يمثل إن كان الهيكل التنظيمي للمؤسسة يتوفر على جهاز العلاقات العامة  | 03    |
|        | الشكل يمثل إن كانت الإجابة بنعم فهل هو (مديرية، قسم ، مصلحة)  | 04    |
|        | الشكل يمثل إحتلال العلاقات العامة مكانة جيدة بين الموظفين   | 05    |
|        | الشكل يمثل الرؤية بأن المعطيات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة تحظى بإهتمام                                   | 06    |
|        | الشكل يمثل رؤية أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب  | 07    |
|        | الشكل يمثل أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة   | 08    |
|        | الشكل يمثل أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة   | 09    |
|        | الشكل يمثل مساعدة خلية العلاقات العامة في تسيير أعمال مؤسسة إتصالات الجزائر تبسة                                  | 10    |
|        | الشكل يمثل مجالات إستخدام العلاقات العامة في إدارة أعمال مؤسستكم  | 11    |
|        | الشكل يمثل قيام خلية العلاقات العامة بشرح سياسة الإدارة وتوضيحها للموظفين   | 12    |
|        | الشكل يمثل الإتفاق مؤسسة إتصالات الجزائر مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم النصائح حول تحسين العمل | 13    |

## فهرس الأشكال

|  |    |
|--|----|
| الشكل يمثل الغرض من برامج المكف من برامج المكف بالعلاقات العامة<br>جلب الجمهور نحو المؤسسة | 14 |
| الشكل يمثل سعي المكف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة                              | 15 |
| الشكل يمثل مساعدة المكف بالعلاقات العامة في مواجهة الأزمات المالية<br>للمؤسسة.             | 16 |
| الشكل يمثل حظي المكف بالعلاقات العامة نحو المساهمة في تحقيق المردود<br>الجيد للمؤسسة       | 17 |



# مقدمة



## مقدمة:

تعتبر العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية وهي من اهم الانشطة التي تقوم بها المجتمعات الحديثة داخل المؤسسات، ومع التطورات الحاصلة في المؤسسات الحديثة استلزم عليها ان تضع جهاز للعلاقات العامة لتسيير أعمالها وفق قواعد وأسس تتحكم فيها وتستطيع أن تحدد الاهداف التي تساعد المجتمع على مواجهة التحديات الاقتصادية والإدارية، ومن المنطقي أن العلاقات العامة تسعى دائما الى اقامة علاقات جيدة مبنية على الثقة المتبادلة بين المؤسسة وموظفيها، وبين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

تعتمد العلاقات العامة على التفاعل المستمر وذلك من أجل الوصول الى الانسجام بين المؤسسة و جماهيرها، وتحقيق التعاون، فكل هذا يستدعي كفاءات بشرية ملائمة للقيام بعمل العلاقات العامة، فيستوجب وجود رجل العلاقات العامة المكلف بها في المؤسسة، وفي هذا المنطلق المكلف بالعلاقات العامة في المؤسسات الاتصالات خاصة، وهو الذي يتفهم التطورات التي تحصل في المؤسسة وذلك لخدمة الجمهور وتحقيق مصالح المؤسسة والقدرة على التحرك السريع توفير خدمة الاتصالات وتسويقها.

وقد تناولنا في دراستنا التي تعمل عنوان "دور المكلف العلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات" مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة التي تعتبرها محاولة تقديم هذا الموضوع نظرا لقيمه واهميته في المؤسسة، وقد قسمنا دراستنا الى جانبين، الجانب المنهجي للدراسة والجانب التطبيقي، الفصل الاول بعنوان الاطار المنهجي للدراسة وتضمن فصل المنهجي للدراسة وطرحنا فيه اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأسباب اختيارنا للموضوع وأهدافنا واهميتها وتحديد المفاهيم والمصطلحات والدراسات السابقة والمسابقة والمنهج المتبع للدراسة ومجالات الدراسة (المجال الزمني والمكاني والبشري)

الجانب التطبيقي: فتضمن الاطار المبداني أو الدراسة الميدانية للدراسة وهو الفصل التطبيقي، تطرقنا فيه الى تعريف المؤسسة التي أجرى فيها الدراسة الميدانية، وكذلك اعتمدنا فيه على استمارة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها واستخراج النتائج الجزئية والعامة للدراسة.



الجانب المنهجي

## الإشكالية:

تعتبر العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية مستمرة لكونها عملية حتمية والزامية في أي مجتمع إنساني، تهدف إلى القيام بمجموعة من العلاقات بين الأفراد والمؤسسات التي تُسهل عليهم القيام بنشاطاتهم المختلفة، كما أن هذا الواقع جعل من العلاقات العامة حاجة ماسة وجوهرية لكل وحدات المؤسسات الحديثة بمختلف أنواعها، حيث لا يمكن تجنب العلاقات العامة أو حتى تجاهلها لدورها وأهميتها في تحقيق أهداف هذه الأخيرة.

لعل أن ما ذكر سابقا وعلى غرار باقي عوامل أخرى ظهرت نتيجة حتمية التطورات الحاصلة في المجتمع الحديث، أدى إلى تطور العلاقات العامة كمفهوم إداري وعمل مؤسسي، من خلال قيامها بأداء رسالتها في تحقيق التفاهم بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي الذي يعد أحد أهم مقومات تطور المؤسسة، وتكوين صورة ذهنية حسنة لدى المتعاملين معها.

ويمكن أن يرجع ذلك إلى أهمية زيادة شعور الإدارة بالمسؤولية الاجتماعية للموظفين اتجاه مؤسساتهم واتجاه وتجاه محيطها الخارجي من حيث تلبية الاحتياجات الداخلية والخارجية وتحقيق الأهداف المنشودة.

إن هذا ما يحتم على المؤسسات وضع المكلف بالعلاقات العامة المسؤول بدوره على أنشطتها نظرا للقيمة الفعالة التي يؤديها في تكوين وخلق السلوك الإيجابي لدى الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة، من حيث الجهود المستمرة التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة في جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور.

هذا ما يشير إلى أهمية الدور الذي يلعبه المكلف بالعلاقات العامة في مجال تقديم الخدمات التي تساعد المؤسسة في إدارة أعمالها وتنظيم علاقاتها على أسس التعاون والانسجام.

كما قد يتوقف نجاح العلاقات العامة والدور الذي يقوم به المكلف بأنشطتها في مؤسسة اتصالات الجزائر تبسة إلى وجود مجموعة من الخدمات الاتصالية المتطورة لتفعيل

العمليات الإدارية وتكوين مهارات وقدرات عالية، للوصول الى توازن في الأهداف وزيادة في  
الفعالية التنظيمية.

لذا فان العلاقات العامة نجدها تحتل مكانة مرموقة في المؤسسات الحديثة في كافة  
المؤسسات وخاصة مؤسسات خدمات الاتصالات.

ونظرا للأهمية المكلف بالعلاقات العامة داخل هذه المؤسسات التي جعلت عنصرا  
مهما للمساهمة في زيادة الفعالية والوصول إلى الجودة في خدماتها واستمراريتها، وتحسين  
الصلة والمبادرة في إشباع حاجات الجمهور وتحقيق الربح والتفاهم.

إن كل هذا يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي:

**\*فيما يكمن دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات بتبسة؟**

**التساؤلات الفرعية**

- 1- ما هي المكانة الادارية لخلية العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر؟
- 2- لماذا تستخدم مؤسسة اتصالات الجزائر خلية العلاقات العامة في إدارة أعمالها؟
- 3- كيف يساهم المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة في تحقيق أهداف المؤسسة؟

## 1- أسباب اختيار الموضوع:

### \*الأسباب الذاتية:

- محاولة التقرب إلى ميدان العمل في مجال الاتصالات.
- الرغبة في كسب الخبرة حول موضوع العلاقات العامة داخل المؤسسة الاتصالية.
- التعرف على الدور الذي يلعبه المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة يمكن أن يكون لها إسهام كبير في اقتصاد الوطن.

### \*الأسباب الموضوعية:

- اعتبار المكلف بالعلاقات العامة ذو أهمية كبيرة في مؤسسات خدمات الاتصالات.
- وجود رصيد علمي من المعلومات حول موضوع العلاقات بالمكتبة الجامعية.
- إدراكنا لأهمية المكلف بالعلاقات العامة ومدى تأثيره في تحقيق أرباح المؤسسة.

## 2- أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية العلاقات العامة ودور المكلف بها في المؤسسة من خلال مساندته في تهيئة الظروف فيها، وإن العلاقات العامة تلعب دورا مهما في تحديد فشل أو نجاح المؤسسة في نشر صورة مشتركة للمؤسسة ونشر الوعي بين العاملين في إدارة العلاقات العامة في المؤسسات، علما أن مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة مؤسسة اقتصادية وخدمية، حيث أصبحت تحتل مركزا هاما في عملية التنمية، وتعتبر المكلف بها عنصرا رئيسيا في المساهمة في تحقيق الهدف المرجوة.

## 3- أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة الى معرفة الدور الذي يلعبه المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة من خلال:
- معرفة قدرة المكلف بالعلاقات العامة على التنبؤ بتصورات الجماهير عن مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة.

- التعرف على الدور الذي يلعبه المكلف بالعلاقات العامة في زيادة ثقة جمهور المؤسسة.

- تسليط الضوء على كيفية مساهمة المكلف بالعلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمية والقيمة الفعالة التي يتميز بها في التعرف على أساسيات تحقيق الأهداف داخل المؤسسة.

#### 4- صعوبات الدراسة:

الصعوبات التي واجهتنا أثناء إعداد البحث الميداني فهي ناتجة أساسا عن المسؤولين في المؤسسة التي أجري فيها البحث الميداني، وهو شدة التكتم والتحفظ عند تقديم المعلومات، لكون المؤسسة تعرف منافسة خارجية، كما نشير الى عنصر الاستبيان حيث قمنا بتوزيع 30 استمارة ولم نتحصل عليها كاملة، فأرجعت لنا 23 استمارة فقط.

#### ضبط المصطلحات والمفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم من الأمور الهامة والأساسية في البحث العلمي وذلك بالتحديد الدقيق لمصطلحات الدراسة من أجل إزالة الغموض وعدم الفهم لدى القاريء، وقد حددنا مفاهيم دراستنا كالآتي:

#### العلاقات العامة:

**العلاقات لغة:** العلاقة في اللغة تعني الارتباط وما يتعلق به الفرد من صناعة ونحوها.<sup>1</sup>  
**اصطلاحا:** وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل ايجابيا وتكون حصيلة علاقات اجتماعية تعاونية أو على العكس من ذلك يكون اتجاهها سلبيا ويقود إلى علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد.<sup>2</sup>  
**\*إجرائيا:** العلاقات هي الروابط المتبادلة بين فرد وفرد آخر أو بين الفرد والمجموع، من أجل إنشاء الاستجابة للنشاطات والسلوكيات لتكوين علاقة اجتماعية.

<sup>1</sup> - فريحة محمد كريم، العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص7.

<sup>2</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 34.

**العامّة لغة:** كلمة "العامّة" فهي تتحصّر في كونها خلاف الخاصّة والعام اسم للجمع.<sup>1</sup>

**العامّة اصطلاحاً:** وتعني الجمهور أو الناس ويعد هذا المفهوم تحديداً لنطاق شمولية العلاقات أي أن العلاقات تشمل هياكل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقّدة الأبعاد متنوّعة الأهداف بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتتنوع مصالحهم واتساع أهدافهم.<sup>2</sup>

**إجرائياً:** العامّة يقصد بها الأفراد أو لجماعة أو الجمهور الذين تربطهم مصالح وأهداف شاملة.

### العلاقات العامّة لغة :

بداية نذكر أن التعريف اللغوي لهذا المصطلح يعني حسب معجم ويسترن أنها "نشاط مؤسسات صناعية أو نقابية أو شركة أو صاحب مهنة أو حكومة أو هيئة من الهيئات لإقامة علاقات سليمة مجدية بالجمهور العام ويفئات هذا الجمهور المتنوّعة كالمستهلكين أو الموظفين والمساهمين وغيرهم وذلك بغية التكيف وتفسير النشاط الاجتماعي"<sup>3</sup>

### العلاقات العامّة اصطلاحاً:

تنظر الجمعية الدولية للعلاقات العامّة إليها كوظيفة تخطيطية وهذا التعريف يقول أن العلاقات العامّة هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلال المنظمات والهيئات العامّة الخاصّة على كسف تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بالحفاظ على ثقّتهم عن طريق التقييم الرأى العام المتعلق بها من أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر ومن أجل مقابلة المصالح بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - هياس رجاء الحربي، العلاقات العامّة والإدارة العليا، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص16.

<sup>2</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق، ص 34.

<sup>3</sup> - عبد السميع غريب، الإتصال والعلاقات العامّة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص43.

<sup>4</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل الى وسائل الإعلام والإتصال، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011،

ويقدم ساليغان الأستاذ بمعهد العلاقات العامة الأمريكي بأن العلاقات العامة هي: "وظيفة الإدارة التي تقيس وتقوم وتتنبأ بالآراء والاتجاهات، ورد الفعل المتوقع من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجي، وهي التي تتحكم في عملية الإتصال بين المؤسسة و جماهيرها تحقيقاً للمنفعة المتبادلة لهما والمجتمع".<sup>1</sup>

وعرفها إدوارد، بيرنيز الخبير بالعلاقات العامة بأنها: "التوصل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور للحصول على التأييد العام لأهداف المؤسسة ونشاطها"<sup>2</sup>

وأما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة على أنها نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة يتعلق بإنشاء وتعزيز العلاقات الجيدة بينها وبين جمهورها كالعلاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام.<sup>3</sup> ويمكن تعريف العلاقات العامة على أنها:

"النشاط المخطط الذي يهدف الى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة و جماهيرها - سواء داخليا أو خارجيا - من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية"<sup>4</sup>

العلاقات العامة هي: "نشاط منهجي مخطط لإدارة سلوك الجمهور والمؤسسة معا، باستخدام العلوم والفنون والمهارات في بناء علاقة نموذجية في اتجاهين بهدف كسب الجمهور

<sup>1</sup> - محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص39.

<sup>2</sup> - عبد الناصر احمد جرادات، لبنان صاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص18.

<sup>3</sup> - محفوظ جوده، حسن الزعبي، منظمات العمال الفاهيم والوظائف، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص213.

<sup>4</sup> - محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المباديء والتطبيق، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2003، ص ص، 21-22.



وتأييدهم للنشاطات المختلفة باستخدام علم الاقناع في الوسائل الاتصالية التقليدية والالكترونية، بما يناسب مع القوانين وخصوصيات المجتمع وفلسفته وأخلاقياته، ورغبات الجمهور وحاجاته الاجتماعية والسيكولوجية ومصالح المؤسسة وتطلعاتها.<sup>1</sup>

### العلاقات العامة إجرائيا:

هي مجموع الجهود والأنشطة والوظائف الهامة التي تقوم بتحليل سلوك الجمهور لمعرفة اتجاهاته واحتياجاته، والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجهودها. مؤسسة خدمات الاتصالات.

### المؤسسة:

لغة: المؤسسة هي إسم مكان للفعل أسس ومصدره "تأسيس" ومعناه جعل للشيء أساسا أي قاعدة معينة ويعني عملية جمع عوامل معينة أو معطيات وترتيبها من أجل تحقيق هدف معين.<sup>2</sup>

اصطلاحا: عرف ناصر دادي عدون المؤسسة بانها: "كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل ماليا في إطار قانوني واجتماعي معين هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج أو تبادل السلع والخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، أو القيام بكليهما معا (إنتاج-تبادل) بغرض تحقيق ملاءمته"<sup>3</sup>

عرفت أيضا: "مجموعة من العناصر المترابطة والمتفاعلة فيما بينها، والتي تقوم في مجموعها بنشاطات تشترك أو تصب في هدف واحد وفقا لمجموعة من العوامل والأنشطة

<sup>1</sup> - عماد الدين تاج السر فقر عمر، اعداد ونتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا،

الامارات، 2014، ص 23

<sup>2</sup> - ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس، قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009، ص19.

<sup>3</sup> - بن زاف جميلة، العلاقات الإنسانية وأصرها على أداء العامل بالمؤسسة، دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد21، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر)، ديسمبر 2015، ص61.

المساعدة بالمؤسسة، وعلى رأسها الإدارة كنظام فرعي للتوجيه والقيادة والتسيير، وذلك بوضع  
الغايات والأهداف التي توضح طريق واتجاه المؤسسة في شكل سياسات وقواعد منظمة  
للأنشطة ومنسقة للعلاقات داخل هذه المؤسسة<sup>1</sup>

**إجرائيا:** هي كيان أو تجمع يعمل من أجل تحقيق هدف معين ومحدد، لإنجاز  
مجموعة من الأنشطة من أجل بلوغ أهداف مشتركة.

### خدمات:

**لغة:** أنشطة تشمل العمل والمعرفة والاستشارة<sup>2</sup>

**اصطلاحا:** عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه  
النشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون  
مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس.<sup>3</sup>

**إجرائيا:** هي تلك النشاطات أو المنتجات غير الملموسة يتم تبادلها من المنتج إلى  
المستهلك، فهي تتكون من عناصر غير ملموسة مدركة من خلال المنفعة التي تقدمها  
للمستهلك.

**الاتصالات لغة:** يشير المعنى اللغوي للاتصال في العربية الى (الإبلاغ) أو (الإخبار)  
و(الربط) و(إقامة الصلة) أو (التتابع) و(الاستمرار في التواصل).<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 61.

<sup>2</sup> - <https://www.almaany.com/dict/ar-ar>. 11/02/2019 21، 32

<sup>3</sup> - فاطنة قيديري، **واقع تبني مفهوم تسويق الخدمات الصحية**، دراسة حالة مصحة سيدي ثامر ببوسعادة، مذكرة مقدمة  
ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم  
العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015، ص6.

<sup>4</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، **المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال**، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011،

**اصطلاحاً:** يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء والأفكار، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية"<sup>1</sup>

"الاتصال" هو عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معان تشكل في عقولهم موارد ذهنية للعالم ويتبادلون هذه الصورة الذهنية عن طريق الرموز، وهو المشاركة في فكرة أو اتجاه أو موقف، ولا يشترط أن تكون المشاركة بالاتفاق والتطابق، بل المشاركة هنا تعني الأفكار والمشاعر والاتجاهات والمواقف في حال الاتفاق كما في حال الاختلاف.<sup>2</sup>

**إجرائياً:** الاتصال هو العملية التي تتم من خلالها نقل المعلومات بوجود شخصين أو أكثر يتحملون المسؤولية داخل المؤسسة من أجل مصلحة مشتركة.

## 5- الدراسات السابقة والمثابفة:

### \*الدراسة الأولى:

جاءت هذه الدراسة بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية" دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح قسنطينة، من إعداد الطالبة: القصير رزيقة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، دفعة 2007 جامعة منتوري، قسنطينة، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، الأستاذ المشرف، د.حسين خريف، تتمحور إشكالية هذه الدراسة فيما يلي:

- كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة الاقتصادية للأملح لدى مجهورها الخارجي؟

<sup>1</sup> - فارس حسن الخطاب، الفضائيات الرقمية تطبيقاتها الاعلامية، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص37.

<sup>2</sup> - فضيل دليو وآخرون، الاتصال في المؤسسة، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003، ص9.

• الأسئلة الفرعية:

- هل تحظى مؤسسة الأملاح بمعرف واسعة في أوساط أغلب جماهيرها؟
- هل تحظى منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي؟
- هل تحظى مؤسسة الأملاح بثقة جمهورها؟
- هل تركز المؤسسة في علاقتها العامة على الوسائل المطبوعة؟

• أهداف الدراسة:

- الكشف عن مدى وعي المسؤولين بدور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.
- إظهار مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.
- الكشف عن واقع دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية.

• منهج الدراسة:

في هذا البحث استخدمت الدراسة الوصفية التحليلية.

• أدوات جمع البيانات:

استخدمت هذه الدراسة عدة أدوات لجمع البيانات وهي:

- الملاحظة

- المقابلة

- الاستمارة.

• عينة الدراسة:

تم في هذه الدراسة استخدام العينة الدائرية المنتظمة، اختارت الباحثة عينة الزبائن المقبلين لمؤسسة الأملاح بقسنطينة.

• نتائج الدراسة :

- \_ يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الأملاح بقسنطينة لدى جمهورها الخارجي وذلك بتأكيد رضا الزبائن عن منتجات المؤسسة.
- \_ تحظى مؤسسة الأملاح بقسنطينة بمعرفة واسعة في أوساط الجمهور الخارجي من خلال أن الزبون يملك فكرة عن بعض المنتجات التي تقدمها المؤسسة.
- \_ تحظى منتجات مؤسسة الأملاح بقسنطينة بتقدير جمهورها الخارجي وذلك من خلال أن الزبون يضع منتجات المؤسسة في المرتبة الأولى بالمقارنة مع منتجات أخرى.
- \_ المؤسسة لها مصداقية في التعامل مع جمهورها الخارجي وذلك بعدم ممارسة المؤسسة سياسة الإغراء.

- هناك نشاطات أخرى تقوم بها المؤسسة خلاف المطبوعات وهي المعارض.<sup>1</sup>

**حدود الاستفادة من الدراسة:**

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في الكشف عن المسؤولين بدور العلاقات العامة في المؤسسة وفي المنهج الموظف كذلك، وهو المنهج الوصفي، وتختلف من حيث المجال الجغرافي والزمني حيث أجريت هذه الدراسة بجامعة قسنطينة بمؤسسة الأملاح بتبسة 2007، ورغم هذا الاختلاف ساعدتنا في وضع أسئلة لمشكلة دراستنا.

**\*الدراسة الثانية:**

جاءت هذه الدراسة بعنوان "العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية" دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي بن باديس - قسنطينة، وهي عبارة عن مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصالات والعلاقات العامة، والتي كانت من إعداد الطالب: ياسين مسيلي

<sup>1</sup>- أنظر لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية "دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح - قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

وتحت إشراف الدكتور صالح بن نوار، دفعة 2009، الجامعة منتوري قسنطينة، تخصص اتصال وعلاقات عامة، تتمحور إشكالية هذه الدراسة فيما يلي:

- هل يوجد اهتمام خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة موضوع الدراسة؟ وتندرج تحته أسئلة فرعية هي:

- ما مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟

هل هناك متخصصون قائمون على نشاطات العلاقات العامة؟

- ماهي مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية المستعملة في إدارة العلاقات العامة؟

- ماهي العراقيل التي تحدد فعالية نشاط ادارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية؟

#### \* أهداف الدراسة:

إن الأهداف بالنسبة لهذه الدراسة هي في النقاط التالية:

- التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة موضوع الدراسة، وكيفية عملها، وكذا مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها.

- محاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاط إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة.

- إزالة الغموض وتوضيح الصورة، وذلك بإبراز الدر الحقيقي للعلاقات العامة ومكانتها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

#### \* منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية ويرجع اختيار الباحث لهذا النوع من الدراسة إلى أن جزءا كبيرا من بحوث العلاقات العامة تندرج تحت قائمة هذا النوع من الدراسة.

### \*أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على أداة جمع البيانات والمتمثلة في الاستمارة والملاحظة والمقابلة.

### \*عينة الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة الطبقية العشوائية كون مجتمع الدراسة غير متجانس.

العينة التي تم دراستها هي فئة الإداريين، فئة الطاقم الطبي، وفئة المستخدمين في المصالح التقنية والعامّة.

### \*نتائج الدراسة:

- افتقاد المؤسسة موضوع الدراسة لجهاز يمثل فعلا وظائف العلاقات العامة بسبب عدم وجود مكتب للإعلام والاتصال توكل إليه هذه المهام.

- تواجه إدارة العلاقات العامة جملة من العراقيل من خلال عدم تور الشروط في القائم بالعلاقات العامة، حسب تصريحات أفراد المستشفى.

- وفي ضوء ما سبق نستنتج بان المستشفى رغم افتقاده جهاز يقوم بوظائف العلاقات العامة إلا أنه يحاول إقامة علاقات طيبة مع موظفين طمعا في كسب ثقتهم.<sup>1</sup>

### - حدود الاستفادة من الدراسة:

تختلف هذه الدراسة كذلك مع دراستنا في مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة، وتتفق في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، وتختلف من حيث المجال الزماني والمكاني، حيث أجريت هذه الدراسة في سنة 2009، بالمؤسسة الصحية ابن باديس بقسنطينة عكس

- أنظر ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية "دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي قسنطينة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009.

دراستنا التي ستجري بمؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة، ورغم هذا الاختلاف إذ أن هذه الدراسة ساعدتنا في معرفة الخطوات الأساسية للوصول الى نتائج نهائية صحيحة.

#### - الدراسة الثالثة:

جاءت هذه الدراسة بعنوان "العلاقات العامة داخل المؤسسة" دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex من إعداد الطالبة حاج أحمد كريمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، دفعة 2010، جامعة وهران، تخصص علوم الإعلام والاتصال تحت اشراف أ.د بشير محمد، حيث تتمحور إشكالية الدراسة فيما يلي:  
ما مدى أهمية وفاعلية العلاقات العامة كجانب اتصالي في المؤسسة.

#### \*التساؤلات الفرعية:

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية؟
- ما موقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية؟
- ما حجم إدارة العلاقات العامة في مؤسسة Denitex ؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة؟

#### \*أهداف هذه الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية ومختلفة فروعها، وتحاول أن تحدد مكانة العلاقات العامة في هذه المؤسسة، ومدى مساهمتها في صناعة القرار وتعزيز الثقة مع جماهيرها.

#### \*منهج الدراسة:

على ضوء الإشكالية المطروحة، فان هذه الدراسة اعتمدت على منهج دراسة حالة.

#### \*أدوات جمع البيانات:

إن أدوات البحث التي قد اعتمدت في هذه الدراسة هي الاستمارة والمقابلة والملاحظة بالإضافة إلى الاطلاع على الوثائق والتقارير الإدارية.



**\*عينة الدراسة:**

تتمثل عينة الدراسة في عدد من المسؤولين والإطارات والعمال استخدمت في هذه الدراسة العينة العشوائية المتكونة من 40 مفردة.

**\*نتائج الدراسة:**

- أن للمؤسسة النسيجية Denitex علاقات خارجية وداخلية تقوم بها خلية أو فرع العلاقات العامة بها.

- أن للعلاقات العامة دور كبير في رسم السياسة الاتصالية للمؤسسة النسيجية Denitex

- أن للعلاقات العامة مساهمة كبيرة في التخطيط الاستراتيجي داخل المؤسسة.

**- حدود الاستفادة من الدراسة:**

تتفق هذه الدراسة التي جاءت بعنوان "العلاقات العامة داخل المؤسسة" دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex بوهران، مع دراستنا في الاهتمام بمحور العلاقات العامة، وكذا المنهج الموظف وهو المنهج الوصفي، وتختلف هذه الدراسة في المجال الزمني والمكاني حيث أجريت هذه الدراسة سنة 2010 إلا أن رغم هذا الاختلاف قد ساعدتنا في فهم موضوع دراستنا.<sup>1</sup>

**الدراسات العربية:**

**الدراسة الأولى:**

كانت هذه الدراسة بعنوان: "واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية" دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، دفعة 2010 وهي عبارة عن رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في إطار تخصص إعلام آلي والتي كانت من إعداد: علي بدر الجديد، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، تحت إشراف الأستاذ: عبد الرزاق الدليمي.

<sup>1</sup> - أنظر حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة داخل المؤسسة "دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex

وهران، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010.

وتدور إشكالية الدراسة حول:

- ما واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية والداء العام للطلبة؟

**التساؤلات الفرعية للدراسة:**

1- ما الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة في الجامعة الأردنية؟

2- ما مدى اشتراك الطلبة في نشاطات ومهام دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية؟

3- ما تقييم الأداء العام لدائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية؟

وتهدف هذه الدراسة الى:

1- التعرف على واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية.

2- التعرف على العلاقة بين الطلبة ودائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية.

3- مدى معرفة الطلبة بنشاطات دائرة العلاقات العامة في مؤسستهم.

**منهج الدراسة:** اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

**أداة الدراسة:** استخدمت الدراسة "الاستبيان"

**مجتمع الدراسة:**

استخدام العينة العشوائية الطبقية اختر عينة مكونة من (1197) طالبا وطالبة من

مستويات البكالوريوس والماجستير والدكتوراه من جامعة الأردنية.

**نتائج الدراسة:**

1- إن تقييم أداء دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة بشكل عام قد جاء بدرجة

منخفضة.

2- إن الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة بشكل عام قد

جاءت بدرجة منخفضة.

3- وجود فروق إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة تغوي لمتغير

الجنس لصالح الإناث.

- 4- وجود فروق دالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية تغرى لمتغير المرحلة الأكاديمية للطالب، لصالح البكالوريوس والماجستير .
- 5- وجود فروق دالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية تغرى لمتغير السنة الدراسية للطالب لصالح السنوات الدراسية الأولى.
- 6- ضرورة توجيه وتركيز الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة الى الطلبة.<sup>1</sup>

### حدود الاستفادة من الدراسة:

تنفق هذه الدراسة مع دراستنا في ما تقدمه العلاقات العامة داخل المؤسسة، وكذلك في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، وتختلف من حيث المجال الجغرافي والزمني حيث أجريت هذه الدراسة سنة 2010 بالاردن وهذا الاختلاف قد ساعدنا في التعرف على واقع العلاقات العامة.

### الدراسة الثانية:

جاءت هذه الدراسة بعنوان "أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة" دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، دفعة 2010، من إعداد الطالب: أحمد أمين محمد علوم، تخصص علاقات عامة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، تحت إشراف الأستاذ الدكتور: تيسير أبوعرجة، عمان، وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول:

- ما هو مكان العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي في بناء الوزارة؟

### الأسئلة الفرعية:

- 1- ما درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للأداء وظيفتهم؟
- 2- ما سبب اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها؟

---

- أنظر علي يحيى بدر الحديد، واقع العلاقات العامة في الجامعة الأردنية "دراسة تقييمية من وجهة نظرطلبة الجامعة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إعلام آلي، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010.

- 3- ما الانتقادات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟
- 4- ما دور إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة عند حدوث الأزمة فيها؟
- 5- ما وظائف الوسائل الاتصالية الجماهيرية المستخدمة من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة؟

#### أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على واقع عمل العلاقات العامة في الوزارة الأردنية ومدى قيامها بالأنشطة الاتصالية من جهة، والعاملون في أجهزة العلاقات العامة وما يتمتعون به من الصفات والشروط الواجب توافرها فيهم من صفات شخصية محبوبة، وخصائص المقدرة الاتصالية، ومؤهلاتهم العلمية.
- 2- التقييم الذاتي لأداء وظيفة العلاقات العامة وأهم أهداف هذه الدراسة تتمثل في النقاط التالية:

- التعرف على واقع عمل العلاقات العامة وأنشطتها الاتصالية في الوزارات الأردنية من خلال الإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة.
- سبل التطوير المقترحة من الباحث والقائمين بعمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية.

#### منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

#### أداة الدراسة:

استخدم الباحث في دراسته على أداة الإستبانة لمعرفة الدور الاتصالي الذي تقوم به دوائر العلاقات العامة في الوزارات الأردنية.

#### مجتمع الدراسة:

- شاغلي وظيفة العلاقات العامة في مراكز الوزارات الأردنية وتحديدا في العاصمة عمان.

#### نتائج الدراسة:

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- 1- توافر الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الاتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية) لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الاتصالية.
- 2- تستخدم إدارة العلاقات العامة والإعلام في أنشطتها الاتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الاتصالية والتي تشمل على: الاتصال الشخصي المباشر، والاتصال الشخصي غير المباشر -الكثرونية-، ووسائل الاتصال الجماهيري على الترتيب.
- 3- توافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة وبدرجة توافر عالية.
- 4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة الإحصائية ( $a = 0$ ، 05) بين متوسطات تقديرات العاملين في الوزارة على الصفات التكميلية للإداريين.
- 5- وجود فرق دال إحصائياً عن مستوى الدلالة الإحصائية على الصفات الشخصية للموظفين تغرى لمتغير الحالة الاجتماعية.
- 6- درجة تقييم العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لداء وظيفتهم كان بدرجة عالية.
- 7- هناك سبب رئيسي ومهم في اختيار العاملين في العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للعمل فيها وهو حب التعرف الى الآخرين وبدرجة تقدير عالية.
- 8- هناك استخدام لوسائل الاتصال الجماهيري من قبل إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة لتحقيق الوظائف الاتصالية، وكان أولها إعلام الجمهور بما يحتاجه من معلومات بدرجة عالية.

#### حدود الاستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا مع عمل العلاقات العامة وكذلك في المنهج الموظف وهو المنهج الوصفي، وتختلف من حيث المجال الجغرافي والزمني، حيث أجريت هذه الدراسة

في دولة عمان سنة 2010، ورغم هذا الاختلاف قد ساعدتنا في معرفة الخصائص الموجودة لدى القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة.<sup>1</sup>

### الدراسة الثالثة:

كانت هذه الدراسة بعنوان: "العلاقات العامة في شركات الاتصالات الكويتية" دراسة مقارنة بين شركتي زين والوطنية للاتصالات من منظور المسؤولية الاجتماعية دفعة 2012 وهي عبارة عن رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في إطار تخصص العلاقات العامة والإعلام الآلي، والتي كانت من إعداد: مشغل سعود دخين المطيري، تحت إشراف صباح ياسمين جامعة الشرق الأوسط، الكويت.

وتدور إشكالية الدراسة حول:

- مدى قيام العلاقات العامة في شركات الاتصالات في الكويت بدور المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة؟

### التساؤلات الفرعية للدراسة:

1- ما الوسائل التي تمارسها العلاقات العامة في شركتي زين والوطنية للاتصالات لتحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه جمهورها الخارجي (الزبائن)؟

2- ما الوسائل التي تمارس العلاقات العامة في شركتي زين والوطنية للاتصالات لتحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع عموماً أو تجاه البيئة؟

3- ما مستوى الرضا عن أسعار السلع والخدمات التي تبيعها شركتا زين والوطنية للاتصالات للجمهور والمجتمع؟

4- ما مستوى رضا الزبائن عن الخدمات الاجتماعية التي تقدمها شركتا زين والوطنية للاتصالات للجمهور والمجتمع عموماً؟

<sup>1</sup> - أنظر أحمد أمين محمد علوم، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة "دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية"، رسالة مكملة لدرجة الماجستير في الإعلام، تخصص علاقات عامة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، 2010.

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- التعرف إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في شركات الاتصالات.
  - 2- التعرف إلى وقع ممارسة المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في شركات الاتصالات في دولة الكويت.
  - 3- محاولة تقديم توصيات تسهم في تطوير المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في شركات الاتصالات وفي شركات القطاع الخاص عموماً.
- منهج الدراسة:** اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي.
- أداة الدراسة:** استخدمت الدراسة الإستبيان كأداة.
- مجتمع وعينة الدراسة:**

استخدام العينة العشوائية تتمثل في طلبة جامعة الكويت، من مختلف الكليات ومختلف السنوات ومن الجنسين (ذكور أو اناث) وكانت نسبة الاناث للذكور هي نسبة 47.8% للإناث مقابل 52.2% للذكور.

#### نتائج الدراسة:

تتمثل في مايلي:

- 1- جاءت نتائج الدراسة المتوسطات الحسابية لفقرات الأسئلة بمستويات تراوحت بين متوسطة وضعيفة ولم تحقق أي من الشركتين متوسطات حسابية مرتفعة.
- 2- تقدمت شركة متوسطات حسابية متوسطة في 16 فقرة من فقرات الاستبيان البالغة 21 فقرة، مقابل 13 فقرة لشركة الوطنية، في حين كان نصيب شركة زين 05 متوسطات ضعيفة فقط، مقابل 08 متوسطات ضعيفة لشركة الوطنية.
- 3- حققت شركة زين على شركة الوطنية للإتصالات في معظم الفقرات أسئلة الدراسة في المجالات التالية.

4- جاءت فرضيات الدراسة الثلاث لتؤكد أن درجة رضا المبحوثين عن خدمات الشركتين في المجالات الثلاثة كانت متوسطة، وتبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى رضا المبحوثين بين الشركتين لصالح شركة زين للاتصالات.

#### حدود الاستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة في ممارسة العلاقات العامة داخل المؤسسة وكذلك في المنهج المستخدم وكذلك في أداة الدراسة وهي الاستبيان وتختلف من حيث المجال الزمني والمكاني، حيث أجريت هذه الدراسة سنة 2012 بدولة الكويت وكذلك من حيث الهدف المراد من الدراسة، ورغم هذا الاختلاف، قد قدمت لنا هذه الدراسة معرفة شاملة عن مفهوم العلاقات العامة.<sup>1</sup>

#### الإفادة من الدراسات السابقة والمثابفة:

اعتمدنا على الدراسات السابقة كما المثابفة في الاستعانة بها لتحديد أسئلة الدراسة الفرعية الخاصة بدراستنا بالإضافة الى انه تعتبر زادا في بناء هذا البحث، ليبقى الاطلاع على الدراسات السابقة امرأ لابد منه لأهميته في توسيع معارف البحوث العلمية واستكمال جوانبها الغير متطرق إليها.

<sup>1</sup> - أنظر مشغل سعود حنين المطيري، العلاقات العامة في شركات الاتصالات الكويتية "دراسة مقارنة بين شركتي زين والوطنية للاتصالات من منظور المسؤولية الاجتماعية"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص العلاقات العامة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2012.





الإجراءات المنهجية

## الإجراءات المنهجية:

### 6- منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي من أجل الوصول إلى فهم أي ظاهرة لا بد من اللجوء إلى طرق متعددة ومنا إلى منهجيات متنوعة، ولكن الموضوع الذي سوف نقوم بدراسته يستلزم استخدام منهج واحد بحيث يسمح لنا بفهم الظاهرة واستيعابها والمنهج هو مجموعة من القواعد والإجراءات والأساليب التي تجعل العقل يصل إلى معرفة حقه بجميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها بدون أن يبذل مجهودات غير نافعة.<sup>1</sup> ولهذا قمنا باستخدام المنهج الوصفي لوصف هذه الظاهرة من خلال جزئياتها وتقسيم جميع الظروف المحيطة بها.

### 7- مجتمع البحث:

\***مجتمع البحث:** سنقوم باستخدام أسلوب الحصر الشامل لأن مجتمع البحث في مصلحة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة صغير، أما بالنسبة للأسلوب، فقد اعتمدنا على أسلوب الحصر الشامل نظرا لصغر مجتمع البحث.

### أدوات جمع البيانات:

**الاستبيان:** استخدمنا في هذا البحث على استمارة الاستبيان وهي كأداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجرى توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص60.

<sup>2</sup> - ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص82.

## مجالات الدراسة:

يعد تحديد الحيز الزمني والمكاني خطوة أساسية في البناء المنهجي لكل دراسة علمية ميدانية.

### 1-المجال الزمني:

يحدد المجال الزمني في دراستنا بالفترة التي يستغرقها، والتي بدأت منذ تقديمنا لعنوان المذكرة الى غاية الوصول الى النتائج العامة للدراسة، وبالنسبة لموضوعنا:  
**المرحلة الاولى:** قد بدأ التفكير فيه في شهر سبتمبر 2018 وقد تم فيه تقديم مجموعة من العناوين المقترحة من أجل قبول دراسة واحدة منها.

وبعد ذلك اختيار الأستاذ المشرف علينا من أجل انجاز عملنا وكان ذلك من خلال عرضنا له للعناوين المقترحة، وقد ساعدنا اختيار موضوع بحثنا والإمضاء على ورقة القبول لتدفع بعد ذلك إلى رئيس القسم من أجل عرضها على اللجنة العلمية، وفي أواخر شهر أكتوبر تمت الموافقة على موضوعنا وتثبيتته من طرف اللجنة العلمية.

المرحلة الثانية: لنبداً بعد ذلك في شهر نوفمبر في التفكير حول كيفية إعداد إشكالية البحث، قمنا بتحرير إشكالية أولية وعرضناها على الأستاذ المشرف: أ. مرزوق بن مهدي ليقوم بتصحيحها وقام بعد ذلك بتوجيهنا لبعض الأخطاء لإعادة صياغة الإشكالية مرة أخرى، وفي شهر ديسمبر قدمنا للأستاذ المشرف الإشكالية المحررة ليقوم بعد ذلك بتصحيحها والموافقة عليها.

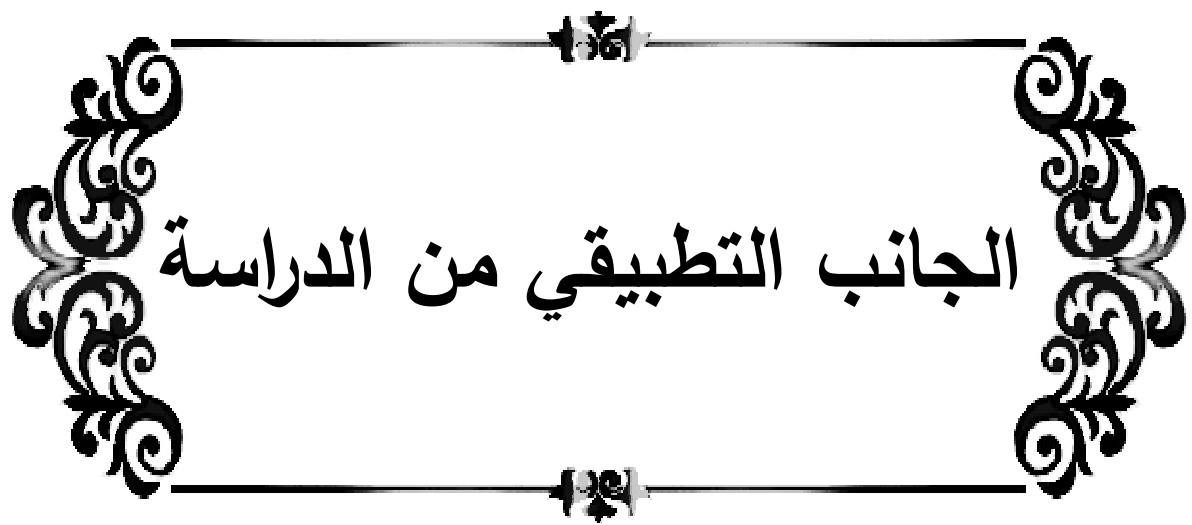
لنبداً بعد ذلك في أواخر شهر جانفي في إعداد الإطار المنهجي لدراستنا وبمتابعة أستاذنا المشرف بالطبع من أجل إرشادنا ونصحننا لكيفية العمل، بما يشمل من قواعد منهجية للبحث العلمي وتسطير الأسباب والأهداف المرجوة، وفي شهر فيفري 2019 قد أتمنا الإطار المنهجي، ليقوم الأستاذ كذلك لمواصلة العمل معنا حول إعداد استمارة

الاستبيان وفي نفس الشهر قمنا بتصحيح أسئلة الاستمارة مرة أخرى حسب توجيهات الأستاذ المشرف.

المرحلة الثالثة: لتأتي كتابة الاستمارة بشكلها النهائي من أجل عرضها على الأستاذة المحكمين أداة الدراسة، وفي أواخر شهر فيفري تمت الموافقة على الاستمارة، لنقوم في شهر مارس 2019 بتوزيعها على العينة المراد دراستها، ومن ثم تفريغها وتحليل النتائج ومناقشتها إلى غاية شهر أفريل 2019، ليتم إخراج المذكرة في شكلها النهائي.

2- **المجال الجغرافي (المكاني):** ويتمثل في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة، كونها مرتبطة بموضوع دراستنا من حيث وجود خلية العلاقات العامة فيها لتوزيع الاستمارة وتعبئتها من طرف الموظفين المعنيين.

3- **المجال البشري:** يتمثل هذا المجال في عينة البحث إلى ستوزع على استمارة الاستبيان، وبالنسبة لدراستنا اعتمدنا على أسلوب الحصر الشامل لأن مجتمع البحث في مؤسسة اتصالات الجزائر صغير يمكن دراسته.



الجانب التطبيقي من الدراسة

**تمهيد:**

تؤمن العديد من المؤسسات بأن العلاقات العامة هي الزامية لنجاح مهامها وتحقيق مطالبها، وعلى ذلك يقع على عاتقها العلاقات العامة ان تحافظ على المكانة العامة التي تحتلها داخل المؤسسة.

حيث تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من ضمن المؤسسات الاقتصادية الهامة في اقتصاد الوطن، لذلك فان المكلف بالعلاقات العامة في هذه المؤسسة له أهمية كبيرة في تحقيق أرباحها.

وكانت الدراسة التطبيقية على مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة، نظرا لأهمية هذه المؤسسة للوصول إلى دور المكلف بالعلاقات العامة فغي مؤسسات خدمات الاتصالات، وذلك للوصول إلى نتائج يمكن الاستفادة منها في دراستنا.

ولتجسيد هذه الخطوة سيتم تقسيم هذا الفصل إلى:

- تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة.
- تحليل البيانات ثم النتائج العامة للدراسة

## تعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من المؤسسات الرائدة على المستوى الوطني في مجال الاتصالات وهي مؤسسة حديثة النشأة تهدف أساسا للوصول إلى تكنولوجيا احدث في ميدان الاتصال.

## نشأة المؤسسة وتطور المؤسسة

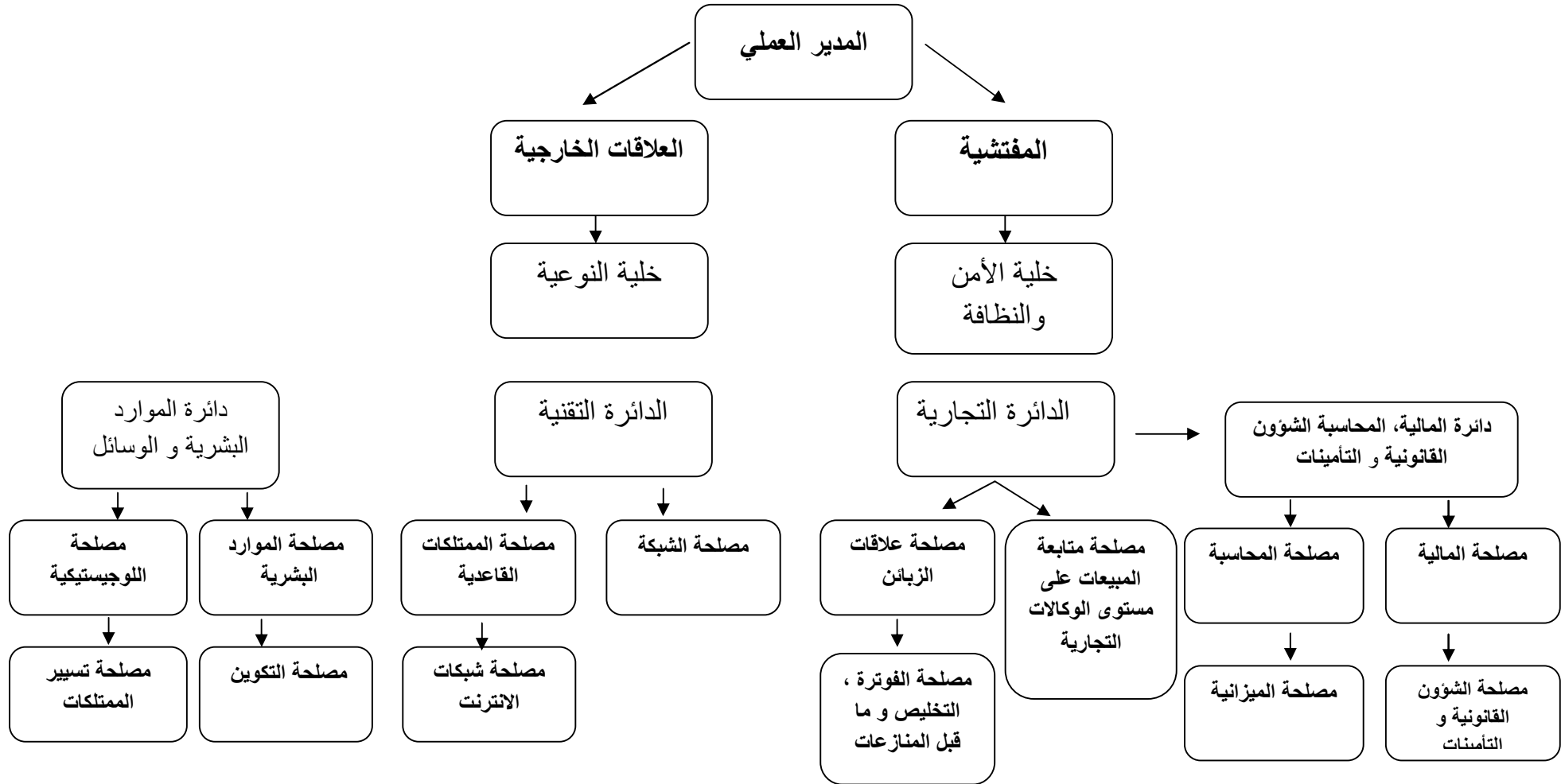
### 1- نشأة المؤسسة:

لقد نشأة المؤسسة اتصالات الجزائر Algérie Télécom بموجب المرسوم رقم 2000/03 المؤرخ في 05 أوت 2000 في إطار الإصلاحات التي مست قطاع البريد والمواصلات والتي أدت إلى تقسيم البريد والمواصلات إلى قسمين هما: بريد الجزائر واتصالات الجزائر وتعتبر مؤسسة اقتصادية بدأت مزاوله نشاطها في 01 جانفي 2003 وهي من الناحية القانونية عبارة عن شركة ذات أسهم برأسمال قدره: 61.275.180.000 دج المقيدة في السجل التجاري برقم 18083B02 وتشمل 48 وحدة موزعة على التراب الوطني تقوم بتقديم مجموعة من المنتجات الخدمية بشكل طبيعي أو معنوي .

### تطور المؤسسة :

يتمثل تطور مؤسسة اتصالات الجزائر في أنها شركة ذات أسهم ملكيتها 100% للدولة وانشأت عبر تقسيم وزارة البريد والمواصلات سابقا وبدأت ببيع الهاتف الثابت وثم توفير شبكة الانترنت للزبائن وتوفير شبكات الانترنت الداخلية لمؤسسات الدولة.

الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر وحدة تبسة





### توصيف مهام الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

إن مديرية اتصالات الجزائر مؤسسة اقتصادية ذات طابع تجاري خدمي تعمل على توفير وتسهيل المبادلات والاتصالات بين أفراد المجتمع وتنقسم مديرية اتصالات الجزائر إلى أربعة خلايا وأربعة دوائر وكل دائرة تنقسم بدورها إلى مصالح. وأوكلت لكل مصالح مهام ووظائف خاصة في مجموعة مكاتب تعمل فيما بينها وتتسق المهام لإكمال العملية الإدارية في أحسن الظروف ويشرف على كل مصلحة رئيس يعمل على إتمام مهامه والتنسيق بين المكاتب لتحسين خدمات المصلحة وهو مكلف بتنفيذ الأوامر الصادرة من رئيس الدائرة وذلك بغية تحقيق أهدافها المنشودة من خلال الوسائل المتاحة لديها .

1- الخلايا: توجد في مؤسسة اتصالات الجزائر أربعة خلايا مختلفة المهام وهي تقوم بتنفيذ الأوامر الصادرة من مدير مديرية العملية وذلك بغية تحقيق أهداف المنشودة من خلال الوسائل المتاحة لديها وتمثل في ما يلي :

#### 1-1- الخلية التفتيشية: وتقوم بالوظائف التالية :

- ✓ فتح التحقيقات مثل فتح التحقيق حول سرقة الكوابل
- ✓ تطبيق القانون

#### 1-2- خلية العلاقات الخارجية: وتقوم بالوظائف التالية:

- ✓ تحسين صورة المؤسسة أمام الزبائن او المستثمرين
- ✓ تمثيل المؤسسة

#### 1-3- خلية امن الداخلي للمؤسسة: وتقوم بالوظائف التالية :

- ✓ توفير الوسائل اللازمة لحماية المكاتب
- ✓ تحديد فرقة حراسة تسهر على امن الإدارة وجميع هياكلها

1-4- الخلية النوعية: وتقوم بالوظائف التالية :

✓ مراقبة مخطط عمل المؤسسة المبرمج

✓ السعي وراء الأهداف المسطرة

2- الدوائر: توجد في مؤسسة اتصالات الجزائر أربعة دوائر مختلفة المهام وهي تقوم بتنفيذ

الاورامر التي تتلقاها من مدير مديرية العملية وذلك بغية تحقيق أهداف المنشودة من خلال

الوسائل المتاحة لديها وتتمثل في ما يلي :

2-1- الدائرة المالية والمحاسبة الشؤون القانونية والتأمينات :

2-1-1- مصلحة المالية :

تقوم هذه المصلحة بتسديد الفاتورات الخاصة بالمشاريع والضرائب المختلفة

2-1-2- مصلحة المحاسبة:

تقوم هذه المصلحة بتسجيل مختلف العمليات المحاسبية بالتسلسل في دفتر المحاسبة (دفاتر

يومية - جدول حسابات - نتائج ) كما تعمل على تسوية وضعية الزبائن من خلال استلام

المستحقات ودفع الالتزامات على مستوى الولاية والإدارة المركزية بالعاصمة

2-1-3- مصلحة الشؤون القانونية والتأمينات :

▲ مصلحة التأمين:

تقوم هذه المصلحة بتأمين ممتلكات والعقارات والاعلان اي نوع من اضرار التي تمس اتصالات

الجزائر تقيمها هذه المؤسسة لتعطي الاضرار

▲ مصلحة الشؤون القانونية:

تقوم هذه المصلحة بتقديم الشكاوات لمصالح الامن او الدرك الوطني واعطاء اوامر لمصالح

الامن من اجل الدفاع عن ممتلكات المؤسسة.

#### 2-1-4- مصلحة الميزانية: من وظائفها ما يلي :

- لـ استلام ملفات الاستلام بالنفقات من مختلف المصالح والأقسام
- لـ فحص ومراقبة جميع الوثائق المكونة لملف النفقة والتأكد من صحة العمليات المحاسبية
- لـ إعداد وضعية إقبال جميع الحسابات وإرسالها إلى كل من المديرية المركزية العاصمة

#### 2-2- دائرة الموارد البشرية:

وتتكون هذه الدائرة من ثلاثة مصالح وأوكلت لكل مصلى مهام ووظائف خاصة في مجموعة مكاتب تعمل فيما بينها وتتسق المهام لإكمال العملية الإدارية في أحسن الظروف وبشرف على كل مصلحة رئيس يعمل على إتمام مهامه والتنسيق بين المكاتب لتحسين خدمات المصلحة وهو مكلف بتنفيذ الأوامر الصادرة من رئيس الدائرة او من مدير المؤسسة وذلك بغية تحقيق أهدافها المنشودة من خلال الوسائل المتاحة لديها .

#### 2-2-1- مصلحة الموارد البشرية

وهذه المصلحة تنقسم إلى ثلاثة مكاتب وهي على النحو التالي :

#### 2-2-1-1- مكتب تسيير المستخدمين:

تقوم هذه المصلحة بتسيير الموارد البشرية وذلك بتطبيق اللوائح او القوانين الخاصة بالعمل كما تقوم بقضاء شؤون العمل الاجتماعية كالتامين من حوادث العمل كما تقوم بتقسيم أصناف الأجور حسب العمال وتدرس إمكانية التوظيف والتسريع وتعمل بالتنسيق مع مصالح أخرى وتضم مصلحة المستخدمين ، مكتب التسيير ومكتب الأجور

#### 2-2-1-2- مكتب الأجور: ويقوم بالوظائف التالية :

- لـ القيام بعمليات دفع المنح الجرافية ذات المنفعة العامة
- لـ معالجة المنازعات والشكاوي
- لـ تسوية الأجور والعلاوات ذات الطابع الاجتماعي

- للـ مطالبة مكتب المحاسبة بإرسال كل وثائق المحاسبة شهريا
  - للـ العمل على حل المشاكل الخاصة بالعمال والمتعلقة بالأجور العمومية كالمنح
- 2-2-1-3- مكتب تسيير: ويقوم بالوظائف التالية :**

- للـ تسيير ملفات التوظيف بجميع فروعها
  - للـ تسيير كل ما يتعلق بالحياة المهنية للموظفين
  - للـ متابعة العقود الإدارية الخاصة بالعمال
  - للـ تسيير ملفات الترقية المختلفة
  - للـ تسيير نفقات التكوين للمستخدمين عند مختلف الهيئات
- 2-2-2- مصلحة تسيير الممتلكات: ويقوم بالوظائف التالية :**

- للـ تسيير المخزن
  - للـ تعداد وإحصاء ممتلكات المؤسسة
- مصلحة اللوجيستية :**
- تعتبر من اهم المصالح في مديرية اتصالات الجزائر حيث تقوم بالتجهيز والصيانة وهي تنقسم الى ثلاثة مكاتب :

**- مكتب النقل: ويقوم بالوظائف التالية :**

- للـ نقل الأجهزة والعتاد
- للـ صيانة وتجهيز الأجهزة الإدارية

**- مكتب البناء: ويقوم بالوظائف التالية :**

- للـ تجهيز كل المكاتب بالوسائل والأدوات لتسيير المصالح
- للـ إرسال الموظفين للقيام بالمهمة الإدارية
- للـ تأمين الأجهزة وخاصة تجهيزات الإدارة

- مكتب الإمداد: ويقوم بالوظائف التالية :

للشراء احتياجات المؤسسة

للتهيئة وسائل المؤسسة

- الدائرة التقنية :

- مصلحة الشبكة

تقوم هذه المصلحة بتسيير شبكات الاتصال وتنقسم إلى ثلاث مكاتب:

- تركيب الخطوط

- مكتب دراسة المراجع

- مكتب مراقبة الانتاج

- مصلحة الممتلكات القاعدية

تقوم هذه المصلحة بإعداد الدراسات والمخططات الهاتفية للشبكة وذلك بصيانة واستغلال

وبناء كل المراكز الهاتفية وتظم هذه المصلحة ما يلي:

- مكتب الإرسال والاستبدال

- مكتب دراسة المحيط ومعطيات الشبكة

- مصلحة شبكات الانترنت

تقوم هذه المصلحة بمتابعة والصيانة الاتصالات والتكنولوجيا

- الدائرة التجارية:

- مصلحة علاقات الزبائن

تقوم هذه المصلحة بمعالجة شكاوي الزبائن

- مصلحة الفوترة وما قبل المنازعات

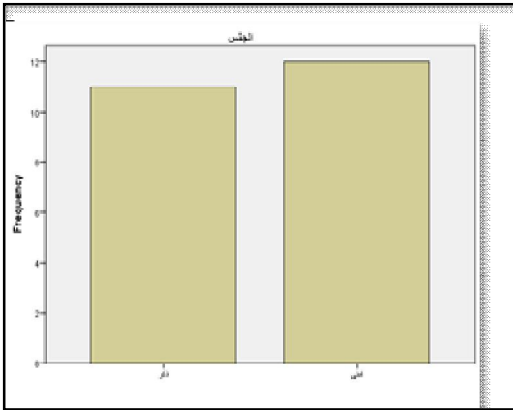
تقوم هذه المصلحة بإعداد الفاتورات للزبائن وتدرس ملفات الزبائن المدينون ثم تحولهم إلى المنازعات.

### - مصلحة متابعة المبيعات على مستوى الوكالات التجارية

تقوم هذه المصلحة بإحصائيات أسبوعية والشهرية والسنوية لكل أنواع الممتلكات تفرغ وتحليل البيانات.

البيانات الشخصية:

#### 1-الجنس.



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| ذكر     | 11      | 47,8   |
| انثى    | 12      | 52,2   |
| المجموع | 23      | 100,0  |

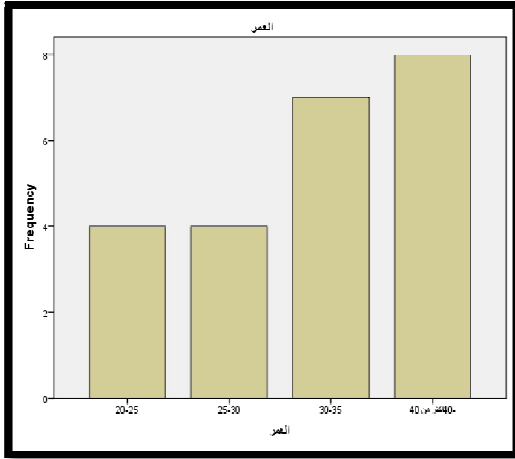
المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم (01): يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس.

ويمثل الجدول أعلاه التعداد المحصل من العينة حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور (47.8%)، بينما قدرت نسبة الإناث (52.2%).

ومن هنا يتضح أن المؤسسة توظف العنصر النسوي أكثر من الذكور، وهذا قدر يطرح على المؤسسة رهانات فيما يخص عملية الإتصال.

2- العمر.



المصدر: استمارة الاستبيان

|            | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| 20-25      | 4       | 17,4   |
| 26-30      | 4       | 17,4   |
| 31-35      | 7       | 30,4   |
| 36- أكثر   | 8       | 34,8   |
| من المجموع | 23      | 100,0  |

الجدول رقم 02: يمثل توزيع المبحوثين حسب السن

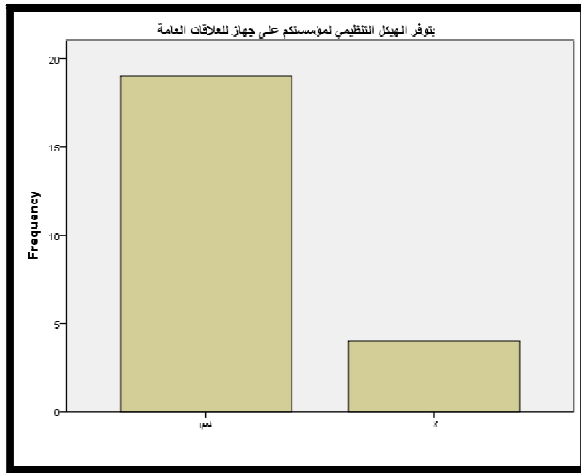
يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن الفئة العمرية التي حازت على الترتيب الأول هي الفئة التي تتراوح أعمارهم أكثر من 36 سنة، وقد قدرت نسبتهم بـ(34.8%) بينما جاءت في الترتيب الثاني الموظفين الذين تتراوح أعمارهم (31-35 سنة) والذين قدرت نسبتهم بـ(30.4%)، أما في الترتيب الثالث والرابع فتساوت نسبة الفئتين الذين تتراوح أعمارهم ما بين (20-25 سنة) و(26-30 سنة) الذين بلغت نسبتهم (17.4%).

يتضح من خلال الجدول أن أعلى نسبة من بين الفئات العمرية هي الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم أكثر من 36 سنة وهذا راجع إلى أن أغلب موظفي مؤسسة إتصالات الجزائر هم في هذه الفئة العمرية، وهذا راجع لكون المؤسسة تسعى دائما لتوظيف الأفراد الذين لهم

الخبرة الكافية والكفاءة العالية في مجال الإتصالات، وذلك للقيام بالعمل على أحسن وجه، والخبرة في رفع نسب أرباح المؤسسة .

المحور الأول: مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة.

### 1- يتوفر الهيكل التنظيمي لمؤسستكم على جهاز للعلاقات العامة.



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 19      | 6 ،82  |
| لا      | 4       | 4 ،17  |
| المجموع | 23      | 0 ،100 |

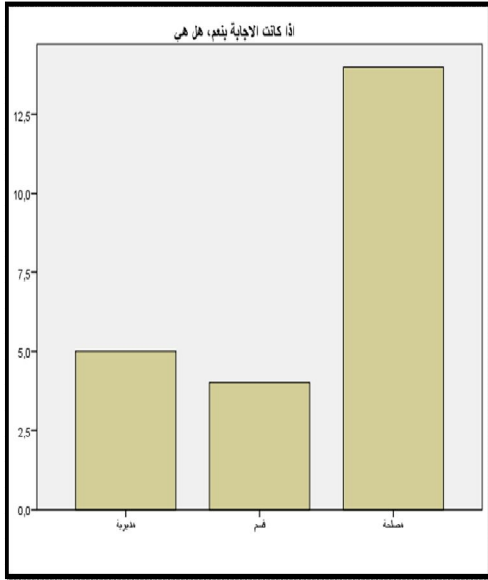
المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم 03 يمثل إن كان الهيكل التنظيمي للمؤسسة يتوفر على جهاز العلاقات العامة.

يتبين لنا الجدول أعلاه أن الهيكل التنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر يتوفر على جهاز للعلاقات العامة، حيث قدرت نسبة الموظفين الذين يرون أن الهيكل التنظيمي للمؤسسة يتوفر على جهاز العلاقات العامة (82.6%) وهذا دليل على وجود جهاز للعلاقات العامة بالمؤسسة، بينما البقية والذين قدرت نسبتهم بـ(17.04%) فقد نفوا وجود الجهاز للعلاقات العامة بالمؤسسة لعدم وجود صلة بين عملهم وعمل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة .



إذا كانت الإجابة بنعم.



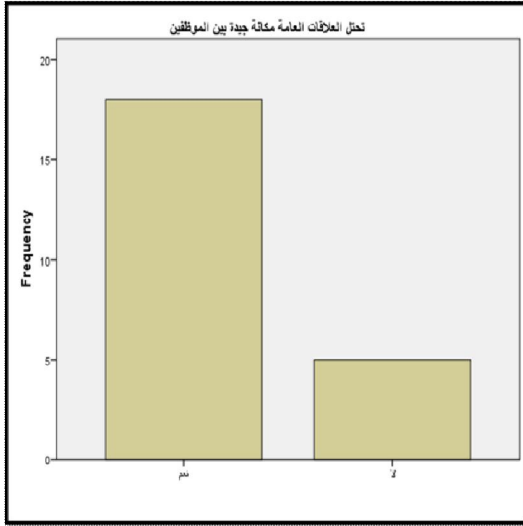
|       | التكرار | النسبة  |
|-------|---------|---------|
| نعم   | 18      | 78 ، 3  |
| لا    | 5       | 21 ، 7  |
| Total | 23      | 100 ، 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم 04: يمثل إن كانت الإجابة بنعم فهل هو (مديرية، قسم ، مصلحة).

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه نسبة الموظفين الذين يرون أن جهاز العلاقات العامة هو مصلحة قدرت بـ (21.7%)، أما بالنسبة للموظفين الذين يرون قسم فقدرت بـ (17.4%) ونسبة الموظفين الذين يرون أن جهاز العلاقات العامة بالمؤسسة هو مديرية فقدرت بـ (60.9%)، ومن هنا يتضح أن أغلبية الموظفين أجابوا بأنها مديرية وهذا راجع إلى أن جهاز العلاقات العامة يمثل مرتبة عالية في المؤسسة لكونه أصبح مديرية في تقدير الموظفين بينما الموظفين الذين يرونه أن مصلحة، وقد يعود ذلك إلى وجود مديرية واحدة فقط وهي المديرية العملية للمؤسسة فيرونه بأنه مصلحة، وتعود إجابة الموظفين الذين يرونه قسم، كونه يحتل مكانة صغيرة في المؤسسة أو في هيكلها التنظيمي.

## 2- تحتل العلاقات العامة مكانة جيدة بين الموظفين



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 18      | 78,3   |
| لا      | 5       | 21,7   |
| المجموع | 23      | 100,0  |

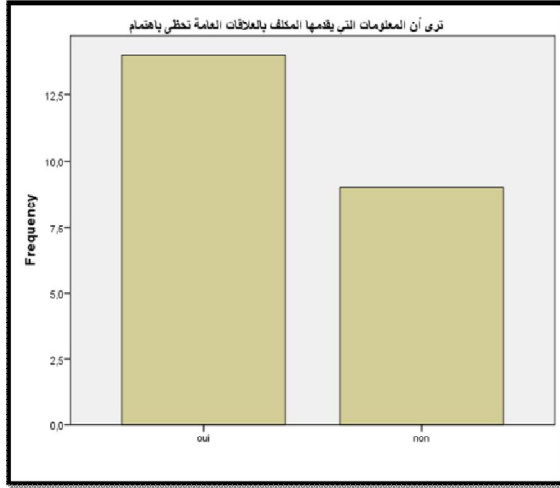
المصدر: استمارة الاستبيان

### الجدول 05: يمثل إحتلال العلاقات العامة مكانة جيدة بين الموظفين

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن للعلاقات العامة في مؤسسة إتصالات الجزائر مكانة جيدة بين الموظفين حيث بلغت نسبة الموظفين الذين أجابوا بأن لها مكانة جيدة بـ (78.3%) أو ما يعادل 18 موظفاً من بين 23 موظف، بينما البقية إختلفت نظرتهم والذين قدرت نسبتهم بـ (21.7%) ما يقابلها 5 موظفين من بين 23 موظفين ويتراوح سن الذين أجابوا بلا في الفئة العمرية أكثر من 36 سنة والفئة العمرية 31-35 سنة، ومن هنا نلاحظ أن للعلاقات العامة مكانة جيدة بين الموظفين حسب إجابة معظم الموظفين، وهذا راجع إلى ان للعلاقات العامة لها القدرة على تقوية الروابط بينها وبين الموظفين الذين لهم الإدراك الكامل في سير عمل المؤسسة حسب الأنظمة الحديثة والتكنولوجية لأن معظم الموظفين الذين أجابوا بنعم تتراوح أعمارهم من 20 سنة إلى 30 سنة. والنسبة الأخرى من الموظفين أجابوا بلا، قد يرجع

ذلك لعدم إدراكهم لأهمية هذه المصلحة داخل المؤسسة، أو إعتبارهم بأنها ليست عنصرا في المؤسسة.

### 3- ترى أن المعلومات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة تحظى باهتمام



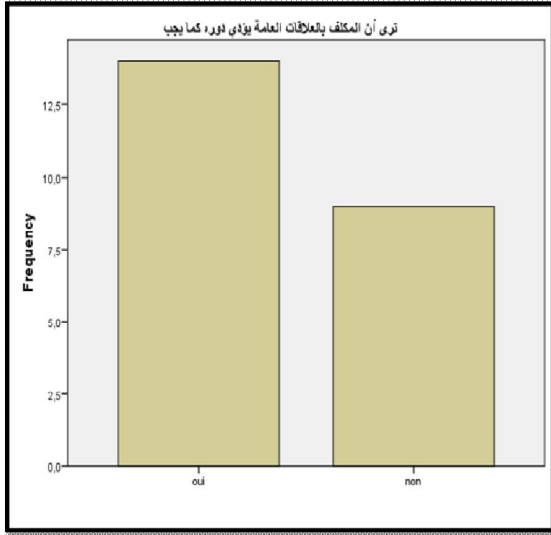
|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 14      | 60,9   |
| لا      | 9       | 39,1   |
| المجموع | 23      | 100,0  |

المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم 06: يمثل الرؤية بأن المعطيات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة تحظى باهتمام .

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن أعلى نسبة للموظفين والتي قدرت بـ(60.9%) يرون أن المعلومات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة تحظى باهتمام، بينما قدرت نسبة الموظفين الذين يرون أن المعلومات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة لا تحظى باهتمام بـ (39.1%)، ويمكن تقسيم هذا أن المؤسسة تسعى إلى إعطاء أهمية كبيرة للخدمات والمعلومات التي يقدمها جهاز العلاقات العامة وإعتباره أهم عنصر في المؤسسة في تحسين فعالية وكفاءة الموظفين.

4- ترى أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 14      | 60,9   |
| لا      | 9       | 39,1   |
| المجموع | 23      | 100,0  |

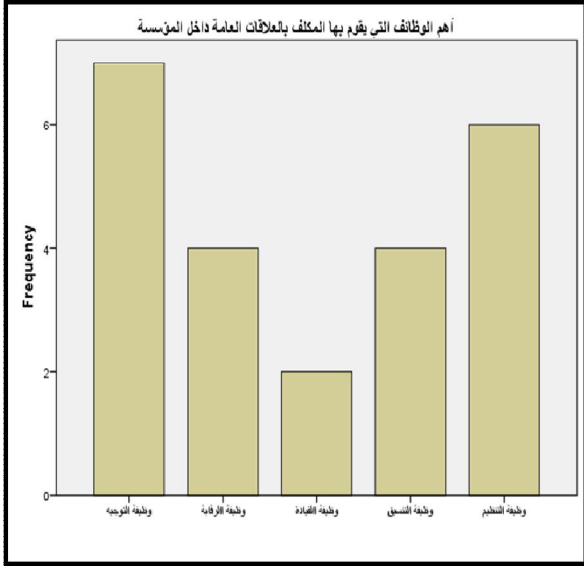
المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم 07: يمثل رؤية أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب .

من خلال الجدول المبين أعلاه حول أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب، فقد لوحظ أن هناك نسبة (60.9%) من الموظفين أكدوا على أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب في المؤسسة، فيما سجلت نسبة بت (39.1%)، من الموظفين في المؤسسة أجابوا بأن المكلف بالعلاقات العامة لا يؤدي دوره كما يجب.

وتتسم النتائج بأن الموظفين الذين أكدوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب وهذا راجع لما يقدمه من جهود نحو تطوير ورفع كفاءة وريح المؤسسة، وتقوية الروابط بينه وبين الموظفين، وقدرت نسبة (39.1%) من الموظفين بأن المكلف بالعلاقات العامة لا يؤدي دوره كما يجب وقد يكون ذلك نتيجة لضعف المكلف بالعلاقات العامة أو عدم تحقيقه للأهداف المرسومة.

5- أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة



|               | التكرار | النسبة  |
|---------------|---------|---------|
| وظيفة التوجيه | 7       | 4 ، 30  |
| وظيفة الرقابة | 4       | 4 ، 17  |
| وظيفة القيادة | 2       | 7 ، 8   |
| وظيفة التنسيق | 4       | 4 ، 17  |
| وظيفة التنظيم | 6       | 1 ، 26  |
| المجموع       | 23      | 0 ، 100 |

المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم 08: يمثل أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة:

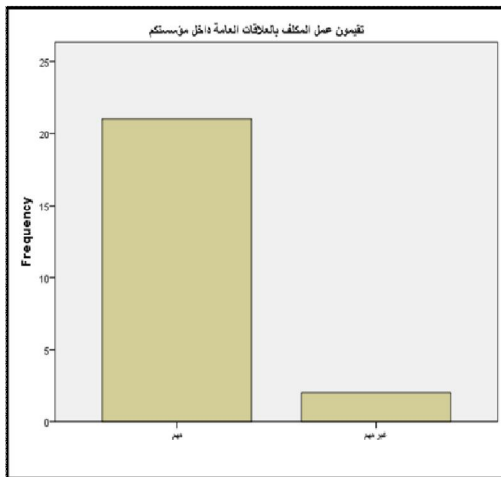
يبين الجدول المبين أعلاه أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة، فإن وظيفة التوجيه تحتل المركز الأول بنسبة (30.4%)، تليها وظيفة التنظيم بنسبة (26.1%) وتليها وظيفتي الرقابة والتنسيق بنسبة (17.4%)، وفي المرتبة الأخيرة وظيفة القيادة بنسبة (8.7%).

ويلاحظ من خلال المعطيات بأن أهم وظيفة يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة هي وظيفة التوجيه والتي حظيت بأعلى نسبة والمقدرة بـ (30.4%) وتليها وظيفة التنظيم بنسبة (26.1%)، ويمكن تقسيم ذلك بأن أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة هي وظيفتي التنظيم والتوجيه وهذا راجع إلى نجاح المؤسسة يقوم بالدرجة الأولى على وظيفتي

التوجيه، من خلال توجيه الموظفين وتنظيم العمل وبالتالي تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة.

بينما وظيفتي الرقابة والتنسيق فتساوت النسب (17.4%) بإعتبار أن كلتا الوظيفتين أقل أهمية من وظيفتي التوجيه والتنظيم داخل المؤسسة حسب تقديم الموظفين، أما وظيفة القيادة فشكّلت أدنى تقدير بنسبة (8.7%). وهذا راجع إلى ان المكلف بالعلاقات العامة لا يقوم بوظيفة القيادة وقد يكون السبب إلى هذه الوظيفة قد تخلف له صعوبات في التعامل والتفاهم مع الموظفين.

#### 6- تقييمون عمل المكلف بالعلاقات العامة داخل مؤسستكم



|                 | التكرار | النسبة  |
|-----------------|---------|---------|
| مهم للمؤسسة     | 21      | 91 ، 3  |
| غير مهم للمؤسسة | 2       | 8 ، 7   |
| المجموع         | 23      | 100 ، 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

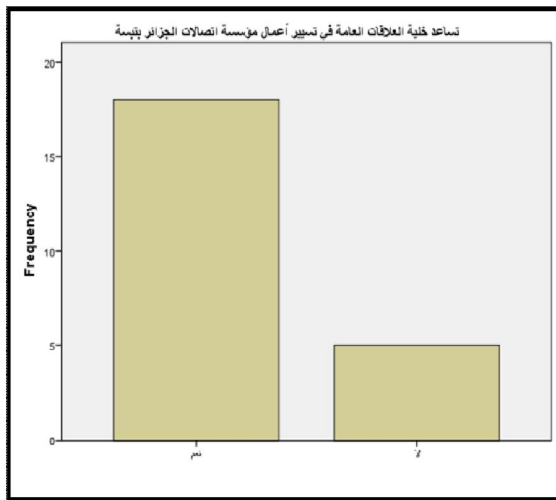
الجدول رقم 08: يمثل أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة:

يبين الجدول المبين أعلاه أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة، فإن وظيفة التوجيه تحتل المركز الأول بنسبة (30.4%)، تليها وظيفة التنظيم بنسبة (26.1%) وتليها وظيفتي الرقابة والتنسيق بنسبة (17.4%)، وفي المرتبة الأخيرة وظيفة القيادة بنسبة (8.7%).

ويلاحظ من خلال المعطيات بأن أهم وظيفة يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة هي وظيفة التوجيه والتي حظيت بأعلى نسبة والمقدرة بـ (30.4%) وتليها وظيفة التنظيم بنسبة (26.1%)، ويمكن تقسيم ذلك بأن أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة هي وظيفتي التنظيم والتوجيه وهذا راجع إلى نجاح المؤسسة يقوم بالدرجة الأولى على وظيفتي التوجيه، من خلال توجيه الموظفين وتنظيم العمل وبالتالي تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة.

بينما وظيفتي الرقابة والتنسيق فتساوت النسب (17.4%) باعتبار أن كلتا الوظيفتين أقل أهمية من وظيفتي التوجيه والتنظيم داخل المؤسسة حسب تقديم الموظفين، أما وظيفة القيادة فشلت أدنى تقدير بنسبة (8.7%). وهذا راجع إلى أن المكلف بالعلاقات العامة لا يقوم بوظيفة القيادة وقد يكون السبب إلى هذه الوظيفة قد تخلف له صعوبات في التعامل والتفاهم مع الموظفين.

#### 7- تساعد خلية العلاقات العامة في تسيير أعمال مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 18      | 78,3   |
| لا      | 5       | 21,7   |
| المجموع | 23      | 100,0  |

المصدر: استمارة الاستبيان

**الجدول رقم 10: يمثل مساعدة خلية العلاقات العامة في تسيير أعمال مؤسسة إتصالات الجزائر تبسة**

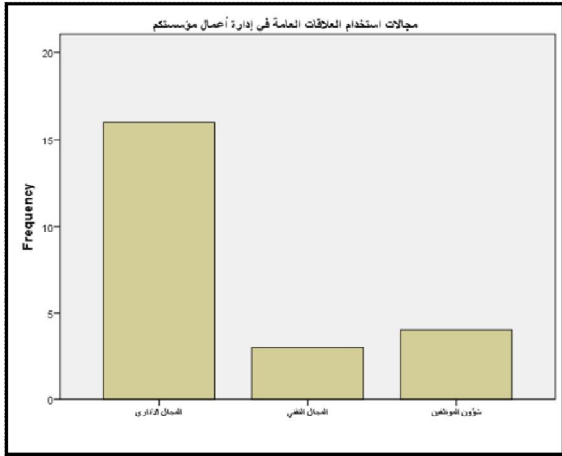
يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه والمتعلق بمساعدة خلية العلاقات العامة في تسيير أعمال مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث بلغت نسبة الموظفين الذين أجابوا بنعم بـ (78.3%) وبلغت نسبة الذين أجابوا بلا (21.7%).

تبين النسب التي يوضحها الجدول بان أكبر نسبة من الموظفين والمقدرة بـ(78.3%) يرون بأنها تساعد في تسيير أعمال المؤسسة، وذلك راجع إلى أن خلية العلاقات العامة تدخل ضمن الدائرة التجارية للمديرية العملية لاتصالات الجزائر وهي من أحد نقاط القوة للمؤسسة في مجال تسيير أعمالها ومواكبة التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات، أما بالنسبة إلى نسبة الذين أجابوا بلا والتي قدرت نسبتهم بـ(21.7 % ) وهم من الفئة العمرية ما بين (20-25) سنة ترجع إجاباتهم بلا إلى عدم مساعدة خلية العلاقات العامة في تسيير أعمال مؤسسة اتصالات الجزائر إلى عدم إدراكهم إلى أهمية خلية العلاقات العامة في المؤسسة وأداء أعمالها، وقد يرجع ذلك إلى عدم اكتساب الخبرة في تسيير أعمال المؤسسة لكون المجيبين بلا من فئة عمرية صغيرة .



المحور 02: أهمية خلية العلاقات العامة بالنسبة لمؤسسة إتصالات الجزائر تبسة في إدارة أعمالها .

8-مجالات استخدام العلاقات العامة في إدارة أعمال مؤسستكم



|                | التكرار | النسبة  |
|----------------|---------|---------|
| المجال التقني  | 16      | 69 ، 6  |
| المجال الاداري | 3       | 13 ، 0  |
| شؤون الموظفين  | 4       | 17 ، 4  |
| المجموع        | 23      | 100 ، 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم 11: يمثل مجالات إستخدام العلاقات العامة في إدارة أعمال مؤسستكم:

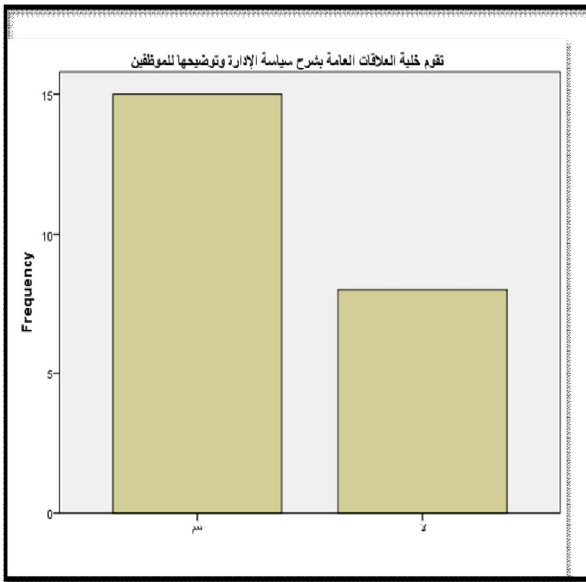
يتضح من الجدول المبين أعلاه والمتعلق بمجالات إستخدام العلاقات العامة في إدارة أعمال مؤسسة إتصالات الجزائر، أن المجال التقني حظي بأعلى نسبة والمقدرة بـ (69.6%)، ومجال شؤون الموظفين بنسبة (17.4 % )، وفي الرتبة الأخيرة في المجال الإداري بنسبة (13%)

تبين النسب التي وضحها الجدول أن أعلى نسبة إستخدام العلاقات العامة للمجال التقني بنسبة (69.6%) حيث تستخدم العلاقات العامة في المجال التقني إعتباره المجال الذي يتماشى مع طبيعة أعمال مؤسسة إتصالات الجزائر في إستغلال الخطوط الهاتفية وإستغلال الأجهزة.

أما بالنسبة لمجال شؤون الموظفين فتستخدم نسبة (17.4%) وقد يرجع إلى إستخدامها في تقوية وخلق الجو الملائم للعمل والمساهمة في ترشيد قرارات المؤسسة.

أما بالنسبة للمجال الإداري قدرن بنسبة (13%) وقد يرجع ذلك إلى أن العلاقات العامة تستخدم بنسبة ضئيلة في المجال الإداري، لأن العلاقات العامة تركز أكثر على سير العمل وفعاليته وزيادة مداخل المؤسسة، أما المجال الإداري فيركز أكثر على إتخاذ القرارات الصحيحة ودراستها من أجل التنبؤ لمستقبل المؤسسة.

### 9-تقوم خلية العلاقات العامة بشرح سياسة الإدارة وتوضيحها للموظفين



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 15      | 65, 2  |
| لا      | 8       | 34, 8  |
| المجموع | 23      | 100, 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

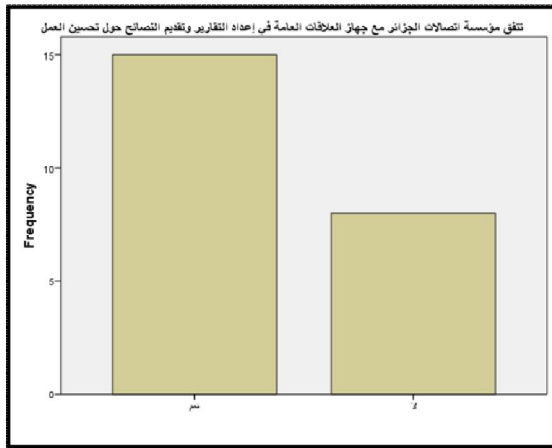
الجدول رقم 12: يمثل قيام خلية العلاقات العامة بشرح سياسة الإدارة وتوضيحها للموظفين.

يوضح الجدول المبين أعلاه قيام خلية العلاقات العامة بشرح سياسة الإدارة أو توضيحها للموظفين حيث بلغت نسبة الإجابة (65.2%)، بينما الموظفين الذين أجابوا بلا قدرت نسبتهم بـ(34.8%)

يتبين من خلال هذه النسب بأن أعلى نسبة هي (65.2 %) والمتمثلة في الموظفين الذين أجابوا بأن خلية العلاقات العامة تقوم بشرح سياسة الإدارة وتوضيحها للموظفين وهذا راجع إلى ان الموظفين الذين أجابوا بنعم تلقوا شرحا لسياسة الإدارة من طرف خلية العلاقات العامة بمؤسستهم، وتم من خلال خلية العلاقات العامة توضيح سياسة العمل للموظفين، أما الموظفين البقية والمقدرة نسبتهم بـ (34.8 %) والتي تتراوح أعمارهم ما بين 20-25 سنة وقد يرجع ذلك إلى أنهم موظفين جدد ولا زالوا لم يتلقوا أي شرح من طرف خلية العلاقات العامة وتوضيحها لهم.

#### 10- تتفق مؤسسة اتصالات الجزائر مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم

##### النصائح حول تحسين العمل



|         | التكرار | النسبة  |
|---------|---------|---------|
| نعم     | 15      | 65 ، 2  |
| لا      | 8       | 34 ، 8  |
| المجموع | 23      | 100 ، 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

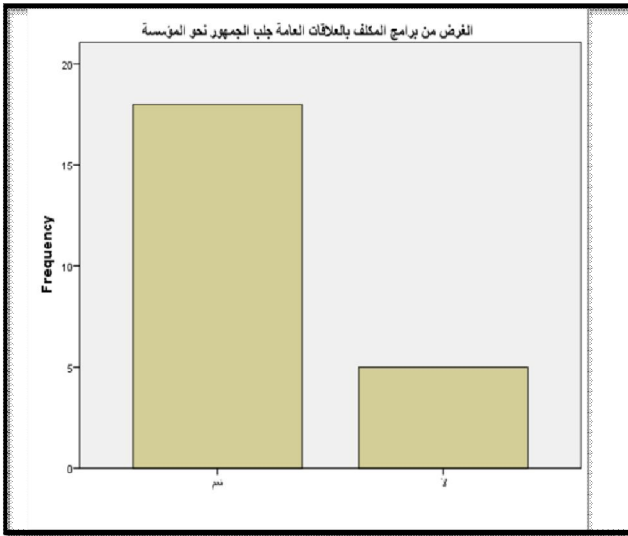
الجدول رقم 13: يمثل الإتفاق مؤسسة إتصالات الجزائر مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم النصائح حول تحسين العمل.

يوضح الجدول المبني أعلاه إتفاق مؤسسة إتصالات الجزائر مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم النصائح حول تحسين العمل حيث بلغت نسبة الموظفين الذين أجابوا بنعم نسبة (65.2%)، ونسبة الموظفين الذين أجابوا بلا (34.8%).

تشير النسب الموضحة في الجدول بأن الموظفين الذين أجابوا بأن مؤسسة إتصالات الجزائر تتفق مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم النصائح حول تحسين العمل والذين بلغت نسبتهم (65.2%) وهذا يعود إلى أن خلية العلاقات العامة تساهم في إعداد التقارير المتعلقة بمواكبة التطورات الحاصلة في المؤسسة وتقديم المقترحات والنصائح حول تحسين العمل من خلال توفير كل ما تحتاجه المؤسسة لتحقيق مطالبها، اما الموظفين الذين أجابوا بلا، قد يرجع ذلك إلى عدم رؤيتهم لجهاز العلاقات العامة ومساهمته في تحسين العمل.

المحور الثالث: مساهمة المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة في تحقيق أهداف المؤسسة.

### 11- الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة



|         | التكرار | النسبة  |
|---------|---------|---------|
| نعم     | 18      | 78 ، 3  |
| لا      | 5       | 21 ، 7  |
| المجموع | 23      | 100 ، 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

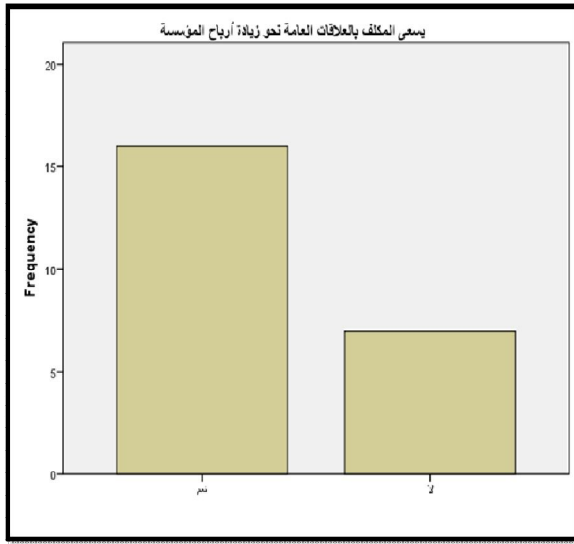
الجدول رقم 14 يمثل الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة.

يوضح الجدول المبين أعلاه الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة، نذهب إلى أن نسبة (78.3%) من إجابات الموظفين أجمعوا على أن الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة، أما نسبة (21.7%) من الموظفين أجابوا بلا.

تعود هذه النتائج بأن أكبر نسبة من الموظفين والذين قدرت نسبتهم ب(78.3%) بأن الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة وهذا راجع إلى أن

المكلف بالعلاقات العامة في المؤسسة يسعى نحو زيادة النشاط التسويقي وتعدد الخدمات وتجديدها المستمر من أجل تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي وجلبه نحو المؤسسة، أما نسبة (21.7%) من الموظفين أجابوا بلا حول نظرهم بأن الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة ليس جلب الجمهور نحو المؤسسة، حيث وجدوا أن من برامج المكلف بالعلاقات العامة هو تقديم الخدمات في أحسن وجه للمساهمة في ضمان المؤسسة لبقائها.

## 12- يسعى المكلف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 16      | 69, 6  |
| لا      | 7       | 30, 4  |
| المجموع | 23      | 100, 0 |

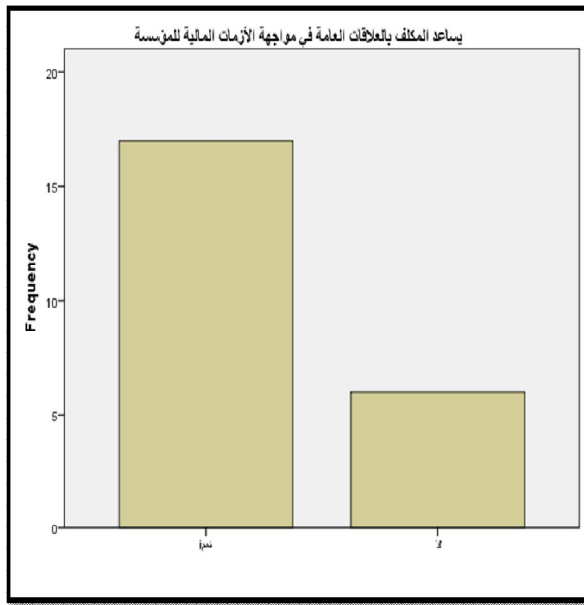
المصدر: استمارة الاستبيان

## الجدول رقم 15: يمثل سعي المكلف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة

يوضح الجدول المبين أعلاه، سعي المكلف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة، حيث بلغت نسبة الموظفين الذين أكدوا ذلك بـ (69.6%)، ونسبة الموظفين الذين أجابوا بلا (30.4%) تعود هذه النتائج الموضحة في الجدول بأن أعلى نسبة من الموظفين والذين قدرت نسبتهم (69.6%) أكدوا بأن المكلف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة وهذا راجع لنجاح المكلف بالعلاقات العامة في زيادة أرباح المؤسسة من خلال مساهمته في نشر

الإعلانات والإشهارات ومن خلال الأبواب المفتوحة التي تعود بأرباح وفيرة للمؤسسة، أما نسبة الموظفين الذين أجابوا بلا والتي بلغت نسبتهم (30.4%) وقد يعود ذلك رؤيتهم لوجود ضعف في النشاط التسويقي مما قد يؤدي إلى عدم وصول المؤسسة إلى زيادة أرباحها.

### يساعد المكلف بالعلاقات العامة في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة



|         | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم     | 17      | 73, 9  |
| لا      | 6       | 26, 1  |
| المجموع | 23      | 100, 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

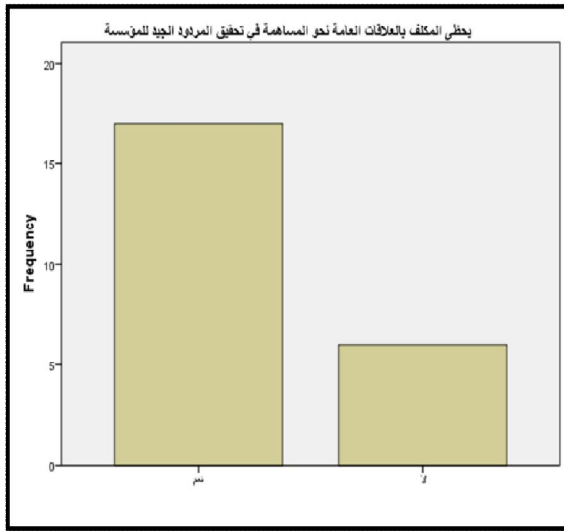
الجدول رقم 16: يمثل مساعدة المكلف بالعلاقات العامة في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة.

يوضح الجدول المبين أعلاه مساعدة المكلف بالعلاقات العامة في مواجهة الأزمات المالية، حيث قدرت نسبة الموظفين الذين أجابوا بنعم بـ (73.9%)، والموظفين الذين أجابوا بلا قدرت نسبتهم (26.1%).

تبين النسب التي يوضحها الجدول بأن أعلى نسبة التي أجابت بأن المكلف بالعلاقات يساعد في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة بـ (73.9%)، وذلك راجع لكون المكلف بالعلاقات

العامّة يرجع إلى الدائرة التجارية للمؤسسة والتي هي الركائز التي تقوم عليها المؤسسة، لذلك فإنّ المكلف بالعلاقات العامّة يساعد في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة، أما الموظفين الذين أجابوا بلا والذين بلغت نسبتهم (26.1%) وهذا راجع إلى رؤيتهم لمساعدة المكلف بالعلاقات العامّة في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة لأنها تعتبر الدائرة المالية هي المكلفة بذلك.

### 13- هل يحظى المكلف بالعلاقات العامّة نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة



|         | التكرار | النسبة  |
|---------|---------|---------|
| نعم     | 17      | 73 ، 9  |
| لا      | 6       | 26 ، 1  |
| المجموع | 23      | 100 ، 0 |

المصدر: استمارة الاستبيان

الجدول رقم 17: يمثل حظي المكلف بالعلاقات العامّة نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة.

يوضح الجدول المبين أعلاه هل حظي المكلف بالعلاقات العامّة نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة، حيث بلغت نسبة الموظفين الذين أكدوا ذلك بـ (73.9%)، والموظفين الذين أجابوا بلا بنسبة (26.1%).



تبين من الجدول أن أعلى نسبة هي (73.9%) هي للموظفين الذين أجابوا بأن المكلف بالعلاقات العامة يحظى نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة وهذا من خلال تحسين الخدمة المقدمة والمنتوج وكذلك وتحقيق رضا جمهورها الخارجي من أجل كسب حصة سوقية أكبر، أما نسبة الموظفين الذين أجابوا بلا والتي هي (26.1%) وقد يرجع إلى عدم إدراكهم إلى القدرات التي يتميز بها المكلف بالعلاقات العامة في زيادة مردود المؤسسة وزيادة أرباحها وبالتالي نجاحها مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة لأنها تعتبر الدائرة المالية هي المكلفة بذلك.

### أولاً- النتائج الخاصة بالدراسات السابقة مع الدراسة الحالية:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة والتي جاءت بعنوان "العلاقات العامة داخل المؤسسة" للطالبة حاج أحمد كريمة، في المنهج الموظف وهو المنهج الوصفي، وكذلك ان كلا الدراستين اهتمتا بمكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة.

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة والتي جاءت بعنوان "العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية" للطالب ياسين مسيلي، المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي واختلفت هذه الدراسة مع نتائج دراستنا في مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة وكذا عدم وجود المكلف بالعلاقات العامة فيها، أما الدراسة الحالية أكدت على وجود جهاز العلاقات العامة ضمن هيكلها التنظيمي، ووجود المكلف بها.

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة والتي جاءت بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية للطالبة لقصير رزيقة في مساهمة العلاقات العامة في تحقيق اهداف المؤسسة من خلال الاهتمام بالمنتجات المقدمة للزبائن.

- اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة، من حيث المنهج، حيث تم استخدام المنهج الوصفي وأداة الاستبيان في كل من الدراسات (العلاقات العامة في شركة اتصالات الكويتية، والعلاقات العامة في الجامعة الأردنية، وأهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة)، وكذلك في ممارسة العلاقات العامة داخل المؤسسة.

### ثانياً - النتائج الجزئية للدراسة:

#### 1.1 - نتائج خاصة بالبيانات الشخصية:

توضح نتائج الجدول رقم 01 أن نسبة 52.2% من المبحوثين إناث.

- توضح نتائج الجدول رقم (02): أن نسبة 34.8% من المبحوثين أعمارهم أكثر من 36 سنة.

#### 2.1 - نتائج خاصة بالمحور الأول: مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة.

توضح نتائج الجدول رقم (03): أن الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة

يتوفر على جهاز العلاقات العامة بنسبة إجابة المبحوثين بنعم لمقدرة ب 82.6%

- توضح نتائج الجدول رقم (04): أن نسبة 60.9% من المبحوثين أن جهاز العلاقات العامة في المؤسسة هو مديرية

- توضح نتائج الجدول رقم (05): أن نسبة 78.3% من المبحوثين أجابوا على ان العلاقات العامة تحتل مكانة جيدة بين الموظفين.

- توضح نتائج الجدول رقم (06): أن المعلومات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة تحظى باهتمام لأننا نجد أن نسبة 60.9% من المبحوثين أجابوا بنعم.

- توضح نتائج الجدول رقم (07): أن الإجابة المبحوثين على أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب بلغت 60.9%

- توضح نتائج الجدول رقم (08): أن أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة هي وظيفة التوجيه بنسبة 30.4%
- توضح نتائج الجدول رقم (09): أن نسبة 91.3% من المبحوثين قيموا أن عمل المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة مهم للمؤسسة.
- نتائج خاصة بالمحور الثاني حول أهمية خلية العلاقات العامة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر تبسة في إدارة أعمالها.
- توضح نتائج الجدول رقم (10): أن خلية العلاقات العامة تساعد في تسيير أعمال مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة وذلك بنسبة 78.3% من إجابة المبحوثين
- توضح نتائج الجدول رقم (11): أن مجالات استخدام العلاقات العامة في إدارة أعمال مؤسسة اتصالات الجزائر هو المجال التقني بسبة 69.6%.
- توضح نتائج الجدول رقم (12): أن خلية العلاقات العامة تقوم بشرح سياسة الإدارة وتوضيحها للموظفين بنسبة 65.2%
- توضح نتائج الجدول رقم (13): أن مؤسسة اتصالات الجزائر تتفق مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم النصائح حول تحسين العمل بنسبة إجابة 65.2% من المبحوثين بذلك.
- نتائج خاصة بالمحور الثالث حول مساهمة المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة في تحقيق أهداف المؤسسة.
- توضح نتائج الجدول رقم (14): أن نسبة 78.3% من المبحوثين أجابوا بأن الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة.
- توضح نتائج الجدول رقم (15): يسعى المكلف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة بنسبة 69.6%.

- توضح نتائج الجدول رقم (16): يساعد المكلف العلاقات العامة في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة بنسبة 73.9%
- توضح نتائج الجدول رقم (17): يخطى المكلف بالعلاقات العامة نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة وذلك بنسبة 73.9% من إجابة المبحوثين.

### ثالثا - النتائج العامة للدراسة:

- تضمنت الدراسة موضوع دور المكل فبالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات وتحديدا في مؤسسة اتصالات الجزائر تبسة، وقد توصلنا إلى النتائج التالية:
- تحتل خلية العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة مكانة جيدة داخل المؤسسة، وذلك بتوفير الهيكل التنظيمي على جهاز العلاقات العامة فيها، وتحظى المعلومات التي تقدمها باهتمام من طرف الموظفين داخل المؤسسة.
- تستخدم مؤسسة اتصالات الجزائر خلية العلاقات العامة في إدارة أعمالها وذلك لكونها تساعد في تسيير أعمالها وتوضيح سياسة الإدارة للموظفين وكذلك في إعداد وتقديم النصائح حول تحسين العمل.
- يساهم المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة في تحقيق أهداف المؤسسة من خلال جلب الجمهور نحو المؤسسة من أجل زيادة الأرباح، والسعي في مواجهة الأزمات المالية وتحقيق المردود الجيد للمؤسسة.



## خاتمة

من خلال دراستنا هذه والتي تطرقنا فيها الى دراسة دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات، تبين لنا بأن العلاقات العامة تحتل مكانة جيدة بين الموظفين في المؤسسة، حيث يتطلب على هذه المؤسسة وضع جهاز للوقوف على استمرارية عملها. حيث أصبح الاهتمام بالعلاقات العامة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر ذو أهمية كبيرة تساعد على تسيير أعمالها في مختلف المجالات وذلك من أجل وضوح سياسة الإدارة لدى الموظفين حول تحسين العمل، وترسيخ فكرة أن المكلف بالعلاقات العامة في هذه المؤسسات الاتصالية أنه يساهم بشكل كبير في تحقيق أهداف المؤسسة من خلال زيادة أرباحها وجلب الجماهير وأن له حظوظ كبيرة نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1- الكتب:

- 1- فريحة محمد كريم، العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- 2- رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- 3- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 4- عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 5- عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.
- 6- عبد الناصر احمد جرادات، لبنان صائق الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 7- عماد الدين تاج السر فقر عمر، إعداد وانتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، الإمارات، 2014.
- 8- فارس حسن الخطاب، الفضائيات الرقمية تطبيقاتها الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 9- فضيل دليو وآخرون، الاتصال في المؤسسة، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003.



- 10- محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 11- محفوظ جوده، حسن الزعبي، منظمات العمال المفاهيم والوظائف، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 12- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- 13- محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
- 14- هياس رجاء الحربي: العلاقات العامة والإدارة العليا، ط2، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- II- الرسائل المذكرات:
- 15- فاطنة قيدي، واقع تبني مفهوم تسويق الخدمات الصحية، دراسة حالة مصحة سيدي ثامر ببوسعادة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015.
- 16- ياسين مسيلي، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس، قسنطينة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009.

17- أحمد أمين محمد علوم، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة "دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية"، رسالة مكملة لدرجة الماجستير في الإعلام، تخصص علاقات عامة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، 2010.

18- فاطنة قيدري، واقع تبني مفهوم تسويق الخدمات الصحية، دراسة حالة مصحة سيدي ثامر بوسعادة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015.

19- حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة داخل المؤسسة "دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex"، وهران، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2010.

20- لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية "دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح -قسنطينة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

### III- المجالات:

21- بن زاف جميلة، العلاقات الإنسانية وأصرها على أداء العامل بالمؤسسة، دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 21، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر)، ديسمبر 2015.

### IV- المواقع الالكترونية:

22- <https://www.almaany.com>dict>ar-ar>. 11/02/2019 21 :32



الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية



قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال تنظيمي

استبيان حول مذكرة بعنوان:

دور المكلف بالعلاقات العامة في  
مؤسسات خدمات الاتصالات  
دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات  
الجزائر - تبسة -

الأستاذ المشرف:

بن مهدي مرزوق

من إعداد الطالبتين

- بوقرة نبيلة
- عياد ابتسام

السنة الجامعية 2018/2019



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال تنظيمي

اننا نضع بين ايديكم هذا الاستبيان المصمم في اطار البحث الموسوم بـ :  
دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات  
دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر

- تبسة -

آملينا منكم الموضوعية و العلمية في الاجابة على اسئلته ، علماً ان معلوماته تبقى سرية  
ولا تستخدم الا في اطار البحث العلمي  
و شكرا على تعاونكم .

دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة خدمات الاتصالات.

دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر تبسة

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر  أنثى

السن:

من 20 - 25 سنة

من 26 - 30 سنة

من 31 - 35 سنة

أكثر من 36 سنة

المحور الأول: مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة.

1- هل يتوفر الهيكل التنظيمي لمؤسستكم على جهاز للعلاقات العامة ؟

نعم  لا

2- اذا كانت الاجابة بنعم، هل هي:

3- مديرية  قسم  مصلحة

4- هل تحتل العلاقات العامة مكانة جيدة بين الموظفين؟

نعم  لا

5- هل ترى أن المعلومات التي يقدمها المكلف بالعلاقات العامة تحظى باهتمام؟

نعم  لا

6- هل ترى أن المكلف بالعلاقات العامة يؤدي دوره كما يجب؟

نعم  لا

7- ماهي أهم الوظائف التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة؟

- وظيفة التوجيه  
 - وظيفة الرقابة  
 - وظيفة القيادة  
 - وظيفة التنسيق  
 - وظيفة التنظيم

8- كيف تقيمون عمل المكلف بالعلاقات العامة داخل مؤسستكم؟

- مهم للمؤسسة  غير مهم للمؤسسة

المحور الثاني: أهمية خلية العلاقات العامة بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر تبسة في ادارة

اعمالها

9- هل تساعد خلية العلاقات العامة في تسيير أعمال مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة؟

- نعم  لا

10- ما هي مجالات استخدام العلاقات العامة في إدارة أعمال مؤسستكم؟

- المجال الإداري  المجال التقني  مجال شؤون الموظفين

11- هل تقوم خلية العلاقات العامة بشرح سياسة الإدارة وتوضيحها للموظفين؟

- نعم  لا

12- تتفق مؤسسة اتصالات الجزائر مع جهاز العلاقات العامة في إعداد التقارير وتقديم

النصائح حول تحسين العمل؟

- نعم  لا

المحور الثالث: مساهمة المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة في تحقيق أهداف المؤسسة.

13- هل الغرض من برامج المكلف بالعلاقات العامة جلب الجمهور نحو المؤسسة؟

نعم  لا

14- هل يسعى المكلف بالعلاقات العامة نحو زيادة أرباح المؤسسة؟

نعم  لا

15- هل يساعد المكلف بالعلاقات العامة في مواجهة الأزمات المالية للمؤسسة؟

نعم  لا

16- هل يحظى المكلف بالعلاقات العامة نحو المساهمة في تحقيق المردود الجيد للمؤسسة؟

نعم  لا



## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات بتبسة، حيث أجريت هذه الدراسة بمؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة، وتمحورت إشكالية هذه الدراسة: في ما يكمن دور المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسات خدمات الاتصالات بتبسة؟

ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات، أما فيما يخص تعيين مجتمع البحث فقد اعتمدنا على أسلوب الحصر الشامل، باعتبار مجتمع البحث صغير متكون من 30 مفردة. حيث توصلنا في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تحنل خلية العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة مكانة جيدة داخل المؤسسة.

- يساهم المكلف بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة في تحقيق أهداف المؤسسة من خلال تحقيق الأرباح والمردود الجديد للمؤسسة.

## الكلمات المفتاحية:

المكلف، العلاقات العامة، مؤسسات، خدمات، الاتصالات.

## Résumé de l'étude

La présente étude a pour objectif de vulgariser le rôle du chargé des relations publiques dans les entreprises de communications à Tébessa. La présente étude a été menée au sein de l'agence de communication Algérie Telecom à Tébessa, entreprise de télécommunication. La problématique de cette étude tourne autour du rôle du chargé des relations publiques dans les entreprises des services de communication à Tébessa ? Nous avons opté, dans notre recherche, pour la méthode descriptive et le questionnaire en tant qu'outil pour collecter les informations pour ce qui est de la désignation du corpus, nous avons choisi la méthode restrictive globale car le corpus se compose d'un petit nombre de termes 30 mots. Nous avons pu aboutir dans cette étude à un certain nombre de résultats à un certain nombre de résultats dont le plus important porte sur l'unit » des relations publiques dans l'entreprise d'Algérie Télécom à Tébessa qui occupe une place de choix au sein de l'entreprise Le chargé des relations publiques dans l'entreprise des télécommunications Algérie Telecom contribue à la réalisation des bénéfices et du bon rendement de l'entreprise.

Mots clefs : Le chargé – les relations publiques – entreprises – services – communication.