

دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تحسين أداء المكلف بالعلاقات العامة
للمؤسسة. دراسة حالة مديرية بريد الجزائر ببشار.

**The role of modern media and communication technology in improving.
.the performance of the public relations officer of the institution**

.Case study of the Postal Directorate of Algeria, Bechar

محمد مسيكة^{1*}، فريال جواي²

¹ جامعة طاهري محمد بشار (الجزائر)، messika.mohamed@univ-bechar.dz

² جامعة طاهري محمد بشار (الجزائر)، djouabiferial77@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/07/22 تاريخ القبول: 2022/10/27 تاريخ النشر: 2022/12/28

ملخص: خلصت الدراسة إلى أن العلاقات العامة تشكل دورا هاما وحاسما في نشاط المؤسسة، إذ أصبحت جزءا لا يتجزأ من وظيفة المؤسسة، حتى أنّ نجاح الكثير من المؤسسات والمنظمات أصبح مرهونا بقوة إدارة العلاقات العامة وتنظيمها وفعاليتها ومدى تكوين المكلف بها، وذلك لا يتم إلا من خلال حسن استغلال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة تجاه جمهورها الداخلي، وهذا ما سنكتشفه في هذه الدراسة بالتطرق إلى الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أداء المكلف بالعلاقات العامة من خلال دراسة حالة مديرية بريد الجزائر بولاية بشار.

كلمات مفتاحية: التكنولوجيا الحديثة، الإعلام والاتصال، العلاقات العامة، بريد الجزائر.

Abstract: The study concluded that public relations constitute an important and decisive role in the activity of the institution. As it has become an integral part of the function of the institution, So that the success of many institutions and organizations has become dependent on the strength of public relations management, its organization, its effectiveness, and the extent of the composition of those charged with it. This can only be done by making good use of the modern technology of information and communication to improve the mental image of the institution towards its internal audience. This is what we will discover in this study by addressing the role that information and communication technology plays in improving the performance of the public relations officer through a case study of the Algeria Post Directorate in the state of Bechar.

Keywords: modern technology, media and communication, public relations, Algeria Post.

1. مقدمة:

لقد أحدثت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ثورة هائلة في مختلف المجالات، إذ تعتبر الركيزة الأساسية لحياة الأفراد والمجتمعات، ونظرا لهذه الأهمية البالغة التي باتت تشكلها جعلها تدخل ضمن البنى التحتية للعديد من المؤسسات التي تسعى لمواكبة التطورات الحديثة، لاسيما منها المؤسسة الاقتصادية والخدماتية، هذا ما جعل أغلب المؤسسات تسعى لتغيير أنماطها الاتصالية، حيث أصبحت إدارة المؤسسات تدرك الاستخدام الأمثل لهذه التقنية الحديثة في ممارسة مهامها ووظائفها، كما تعتبر أيضا العلاقات العامة الدرع الواقي للمؤسسة باعتبارها من أهم مصالحي تلك المؤسسات التي تعتمد على التقنية الحديثة، فإذا كانت التكنولوجيا تمثل القلب النابض الذي يزود متخذي القرار بالمعلومات فإن العلاقات العامة هي ذلك الجهاز الذي يقوم بتلك المهمة.

1-1. إشكالية الدراسة:

إن أي منظمة عصرية لا يمكنها الاستغناء عن العلاقات العامة، فهي بحاجة لتسويق نفسها وبهاجة إلى وسائل للتواصل مع كل من جمهورها الداخلي والخارجي، ففي ظل التنافس الاقتصادي بين المؤسسات أصبح نجاح أغلب المؤسسات مرهونا بقوة إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، وذلك لا يتم تحقيقه إلا بواسطة وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، بالإضافة إلى مكلف متخصص وخبير في المجال ومتحكم في هذه التقنية الحديثة، فلا خيار للعلاقات العامة إلا بمواكبة هذا التطور باعتبارها القناة الرابطة بين المؤسسة وجمهورها .

ومديرية بريد الجزائر بولاية بشار هي مؤسسة اقتصادية وخدمائية في نفس الوقت، إذ تعتبر من بين المؤسسات الخدمية التي عملت على تحسين وتحديث خدماتها من خلال الاعتماد على العلاقات العامة، وإدماج التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في أداء مهامها، وبما أن موضوع دراستنا يخص مديرية بريد الجزائر ببشار، توجهت دراستنا حول معرفة واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال داخل هذه المؤسسة وأثرها

على تحسين أداء المكلف بالعلاقات العامة باعتباره المتحدث الرسمي للمؤسسة، إذ يُعد الركيزة الأساسية في خلق صورة ذهنية لدى المؤسسة وتوطيد الترابط والانسجام داخل وخارج المؤسسة، وهذا ما جعلنا نقف عند هذه المؤسسة لدراسة الإشكال الآتي:

كيف تؤثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال على تحسين أداء المكلف بالعلاقات العامة داخل مديرية بريد الجزائر بولاية بشار؟
ولفهم هذه الإشكالية تفرعت عنها تساؤلات كالتالي:

1- فيما يتجلى الدور الأساسي للمكلف بالعلاقات العامة داخل مديرية بريد الجزائر بشار؟

2- هل وسائل الاتصال الحديثة للإعلام والاتصال أسهمت في تحسين أداء المكلف بالعلاقات العامة داخل مديرية بريد الجزائر بشار؟

3- هل تؤثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال بالإيجاب على الصورة الذهنية لدى المؤسسة؟

1-2. فرضيات الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على ثلاث فرضيات وهي كالتالي:

1- تشكل العلاقات العامة دورا هاما داخل مديرية بريد الجزائر بشار.

2- تُسهم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تحسين أداء المكلف بالعلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للمؤسسة.

3- تؤثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال المستخدمة داخل المؤسسة بالإيجاب على الصورة الذهنية لدى المؤسسة .

1-3. أهداف الدراسة:

خلال تناولنا لهذا الموضوع رسمنا أهدافا محددة كالتالي:

1- اكتشاف التكنولوجيا الحديثة المستخدمة داخل مديرية بريد الجزائر بشار.

2- معرفة أثر هذه التكنولوجيا على أداء المكلف بالعلاقات العامة داخل المؤسسة.

3- معرفة مدى أهمية التكنولوجيا الحديثة داخل مديرية بريد الجزائر ببشار.

4- معرفة الدور الأساسي للمكلف بالعلاقات العامة في التنسيق مع الجمهور

الداخلي لمديرية بريد الجزائر ببشار.

4-1. منهج الدراسة:

على ضوء الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المنهج الوصفي لوصف الحالة كما هي

في الواقع.

فهو يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية

في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث

المحتوى أو المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

(المشهداني، 2017، ص 162)

5-1. أدوات جمع البيانات:

1-5-1. الملاحظة:

عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية

والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم، مخطط وهادف بقصد

التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة. (ربحي، 2011، ص 115)

أفادتنا الملاحظة في الوقوف على مختلف الممارسات والظروف المرتبطة

بالتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في مديرية بريد الجزائر ببشار، إضافة إلى الإطلاع

على بعض المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى كمعرفة

نوعية التكنولوجيا الحديثة المستخدمة داخل المؤسسة ودورها الأساسي في ممارسة

العلاقات العامة داخل المؤسسة

2-5-1. المقابلة: هي محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة، وشخص أو أشخاص

آخرين من جهة أخرى، بغرض الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة،

يحتاج الباحث الوصول إليها، بضوء أهداف بحثه. (قندليجي، 2013، ص 171)

1-5-3. الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بجميع الميادين والعلوم الأخرى خاصة العلوم الإنسانية التي تتطلب الحصول على المعلومات أو التصورات أو آراء الأفراد وعليه فإن الاستبيان هو وسيلة من وسائل جمع البيانات، فهو يعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه. (الشريف، 1996، ص123)

فقد قمنا باستخدام هذه الأداة لكونها أنجع وسيلة لجمع المعلومات، كما أنها توفر الكثير من الجهد والوقت وتساعد على تصنيف البيانات وتبويبها مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج، فحاولنا في ذلك ربط الاستمارة بإشكالية البحث وفروض الدراسة، فكان الهدف من هذا البحث هو معرفة التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ودورها في تحسين أداء المكلف بالعلاقات العامة في مديرية بريد الجزائر ببشار.

1-6. مجتمع البحث:

مجتمع البحث: هو المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة فهو يشمل كل

أنواع المفردات. (محمودي، 2019، ص158)

1-7 العينة:

هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة حيث يتم اختيارها بطريقة مناسبة، ثم

إجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة

الأصلي. (محمودي، 2019، ص160)

ففي دراستنا اعتمدنا على أسلوب الحصر الشامل الذي يمكن تعريفه كالتالي: هو الدراسة

الشاملة لجميع وحدات المجتمع الإحصائي، بهدف الحصول على معلومات إحصائية

شاملة لخاصية أو أكثر من خواص المجتمع، ومن ثم إجراء التحاليل المنهجية اللازمة.

(مقيدش، 2010، ص18)

استخدمنا أسلوب الحصر الشامل لسببين رئيسيين وهما:

- أ- لأنه يساعدنا في توفير المعلومات عن كل مفردات المجتمع فهو يعطي صورة شاملة لمجتمع الدراسة المتمثل في موظفي مديرية بريد الجزائر ببشار.
- ب- أسلوب الحصر الشامل دقيق و خالي من أخطاء المعاينة

2. تحديد المفاهيم المرتبطة بالموضوع:

1.2 تعريف الاتصال

يعرفه سمير حسن " بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية. (يحياوي، 2016، ص24)

وعرّف قاموس المصطلحات الإعلامية الاتصال بأنه " انتقال المعلومات، والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، والاتصال هو أساس كل التفاعل الاجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا وسير التفاهم بين الأفراد". (عيساني، 2008، ص12)

كما يعرفه كارل بأنه " جميع العمليات المخططة وغير المخططة التي يستطيع من خلالها الفرد أن يؤثر على سلوك الآخرين، ومن وجهة النظر هذه يمكن القول بأن الاتصال هو علم التفاعل بين الأفراد الذي يأتي بنتائج سلوكية". (طلعت، 2003، ص48)

2.2 تعريف التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال:

في معناها الواسع يشير إلى مجموع الأدوات المتعلقة بعمليات الإنتاج، التخزين، المعالجة وتبادل المعلومات الرقمية مهما كان شكلها، كوسائل الإعلام الرقمية والهاتف الثابت والمحمول إلى الإنترنت مرورا بالبطاقات الإلكترونية وأنظمة المحاضرات السمعية البصرية عن بعد. (دليو، 2010، ص30)

وتعرّف بأنها مجموعة من الآلات والأجهزة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج

المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها. (مغزيلي، 2018، ص291)

وهي مجموع الوسائل المستخدمة لإنتاج واستغلال وتوزيع المعلومات بكل أشكالها وباختلاف أنواعها: المكتوبة، المسموعة والمرئية (زباط، 2015، ص 253).

3-2. التعريف الإجرائي للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال:

هي تلك التقنيات الحديثة التي تقوم بتحويل البيانات إلى معلومات حيث تقوم بجمعها ومعالجتها و تخزينها واسترجاعها وعرضها وتوزيعها عبر وسائل تقنية حديثة ومتطورة والمتمثلة في مختلف أجهزة الحاسب الآلي و وسائل الإعلام الرقمية، حيث أصبح من السهل الوصول إلى أي معلومة وإمكانية استرجاعها في أي وقت وفي أي زمان.

4-2. تعريف العلاقات العامة.

يعرف نظام الجمعية الفرنسية العلاقات العامة بأنها "الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه، وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة (الحلي، 1980، ص 12).

وبذلك فالعلاقات العامة هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين طرفين، الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه، الحكومة والجماهير، المؤسسة وجمهورها، بين أية مؤسسة بمختلف أنواعها سواء كانت تجارية، حكومية، سياسية أو دينية أو رياضية من جهة، وبين فئات الجماهير ذات العلاقة مع تلك المؤسسة سواء كانوا عاملين أو مستهلكين أو مساهمين أو أفراد المجتمع المحيطين بالمؤسسة بشكل عام من جهة أخرى، وعليه فإن العلاقات العامة هي همزة الوصل بين المؤسسة والجمهور (أحمد، 2010، ص 17).

5-2. التعريف الإجرائي للعلاقات العامة:

هي مجموعة من الاتصالات التي تمر عبر قسم العلاقات العامة ويكون ذلك من المؤسسة إلى الجمهور الداخلي أو من المؤسسة إلى الجمهور الخارجي، إذ تعتبر همزة الوصل التي تُسهّم بالدرجة الأولى في تحقيق التفاهم والانسجام مع الجمهور الداخلي،

كما تعتبر أيضا القناة الرابطة التي تتواصل من خلالها المؤسسة مع جمهورها المستهدف لمعرفة رغباته واحتياجاته ومدى رضا هذا الجمهور عن تلك المؤسسة.

3- الدراسة الميدانية

1.3.1. المقابلة

استخدمنا المقابلة مع المكلف بالإعلام الخاص بمديرية بريد الجزائر ببشار، وذلك لمعرفة واقع التكنولوجيا المستخدمة داخل المؤسسة ودورها الأساسي في تحسين العلاقات العامة و آثارها على صورة المؤسسة، فهي تحتوي على أحد عشر سؤالاً منها الأسئلة المفتوحة وأخرى مغلقة، حيث تم تحليل كل إجابة على حدة من أجل إزالة اللبس والغموض والتوصل إلى الأهداف المرجوة المتعلقة بموضوع دراستنا.

المكلف بالإعلام لمديرية بريد الجزائر ببشار هو موظف، عمره 45 سنة، متحصل على شهادة الماستر في العلوم القانونية والإدارية، له خبرة دامت 14 سنة في مديرية بريد الجزائر، وظيفته الرسمية ممثل قانوني لمديرية بريد الجزائر ببشار أما وظيفته كمكلف بالإعلام هي فقط مهمة أسندت إليه مؤخرا في سنة 2020 على مستوى مديرية بريد الجزائر ببشار.

حيث تضمنت المقابلة التي أجريناها مع المكلف بالإعلام أحد عشر سؤالاً كان أهمها:

س-1- هل توجد مصلحة خاصة بنشاط العلاقات العامة داخل مؤسستكم؟

ج-1- لا توجد مصلحة خاصة بنشاط العلاقات العامة داخل مديرية بريد الجزائر

ببشار، وإنما توجد خلية بديلة والموسومة بمديرية الشؤون القانونية وهي فقط مهمة أسندت لممثل قانوني كونه موظف له خبرة طويلة دامت 14 سنة في مديرية بريد الجزائر ببشار.

من خلال هذه الإجابة يتضح لنا بأن مديرية بريد الجزائر ببشار في الأصل لا تملك مصلحة خاصة بالعلاقات العامة وإنما وضع مع مرور السنين ومواكبة التطور اختلق قسم بديل مشابه بمصلحة العلاقات العامة والموسوم بالمديرية الفرعية للشؤون

القانونية، حيث أسند هذا القسم إلى ممثل قانوني وهو موظف غير متخصص لكن له خبرة عمل دامت 14 سنة في المديرية، ومع المهارات المكتسبة في تعامله مع الجمهور الخارجي أدى بمدير المؤسسة إلى تكليفه بمهمة مكلف بالإعلام لمديرية بريد الجزائر ببشار.

س-2- ما هو دور العلاقات العامة داخل مديرية بريد الجزائر ببشار؟

ج-2- توعية العمال، إحياء نشاطات، إحياء تظاهرات، تصميم الملصقات الإشهارية..

من خلال هذه الإجابة يمكننا القول بأن المكلف بالإعلام له فكرة حول دور العلاقات العامة وهي التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي لدى المؤسسة، لكن من خلال إيماءات المكلف بالإعلام توضح لنا بأن الدور الأساسي للعلاقات العامة على الأغلب هو الاتصال مع الجمهور الخارجي وذلك في مديرية بريد الجزائر ببشار.

س-3- ما هي أهم الوسائل المستخدمة داخل مديرية بريد الجزائر ببشار؟

ج-3- الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني و التطبيقية الدخيلة LIP، الماسح الضوئي (Scanner)، جهاز عارض الفيديو (Datashow) و الإنترنت. (INTRANET)

من خلال هذه الإجابة يمكن القول بأن هذه المديرية تعتمد على مختلف وسائل

التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال أي أنها مؤسسة متقدمة و مواكبة للتطور.

س-4- ما هي أهم استخدامات التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال داخل مؤسستكم؟

ج-4- التواصل مع العمال عبر البريد الإلكتروني والهاتف وغيرها من الوسائل، التنسيق بين مصالح المديرية عبر شبكة LIP، كما تستخدم أيضا في خدمات الإعلام الآلي.

من خلال هذه الإجابة يتضح لنا بأن مديرية الوحدة البريدية ببشار هي مؤسسة

متقدمة لأنها تستخدم أهم وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ومنه يمكننا

القول بأنها مؤسسة مواكبة للتطور.

س-5- ما هي المعوقات التي تحد من فعالية نشاط العلاقات العامة داخل

مؤسستكم؟

ج-5- لا توجد معوقات أي داخل مديرية بريد الجزائر ببشار.

من خلال هذه الإجابة يتضح لنا بأنه كلما كان الاتصال ناجح داخل المؤسسة وكلما كان الجمهور الداخلي منسجم ومتناسق، ذلك يعكس صورة ذهنية إيجابية لدى المؤسسة وهذا ما يضمن نجاح العلاقات العامة لدى المؤسسة.

س-6 هل الاتصال فعال داخل المؤسسة؟

ج-6 نعم الاتصال فعال داخل المؤسسة.

من خلال هذه الإجابة بالإضافة إلى الإيماءات التي بدت على وجه المكلف بالإعلام توضح لنا بأن الاتصال فعال داخل مديرية بريد الجزائر ببشار وذلك بفضل التفاهم والانسجام والتناسق بين الإدارة والموظفين.

س-7 هل تسهم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تحسين العلاقات

العامة مع الجمهور الداخلي لمديرية بريد الجزائر ببشار؟

ج-7 نعم أكيد، يوجد تأثير لهذه التكنولوجيا فقد اختصرت الوقت وسهلت

التواصل بين الموظفين، وحسنت من أداء العلاقات العامة.

من خلال هذه الإجابة اتضح لنا بأن التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال لها

دور مهم في مديرية بريد الجزائر ببشار، والذي يتمثل في التحسين من فعالية الاتصال حيث اختصرت هذه التقنية الحديثة الوقت والجهد وجعلته سهلا ومرنا، وهذا ما ساعد على تحسين وتوطيد العلاقات مع الجمهور الداخلي.

س-8 كيف تؤثر التكنولوجيا الحديثة المستخدمة داخل المؤسسة على صورتها

الذهنية؟

ج-8 أثرت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال المستخدمة داخل المؤسسة

بالإيجاب على الصورة الذهنية لدى المؤسسة.

من خلال هذه الإجابة يتضح بأن التكنولوجيا الحديثة أسهمت في تحسين

العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي، وفي الصورة الذهنية لدى المؤسسة.

2-3. الاستبيان:

قمنا باستخدام هذه الأداة لكونها أنجع وسيلة لجمع المعلومات، كما أنها توفر الكثير من الجهد والوقت وتساعد على تصنيف البيانات وتبويبها مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج، فقد اعتمدنا عليها في موضوع دراستنا كأداة مكملة لأداة المقابلة ولتأكيد المعطيات التي تحصلنا عليها من خلال المقابلة التي أجريناها مع المكلف بالإعلام، بناءً على المعطيات المتحصل عليها من خلال المقابلة، حيث تم توزيع الاستمارات باعتماد أسلوب الحصر الشامل على ثلاثين موظفاً، وكانت الإجابة على أغلب الاستمارات 100%. فحاولنا في ذلك ربط الاستمارة بإشكالية البحث وفروض الدراسة، وكانت الاستمارة مقسمة إلى 04 محاور كالتالي:

المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية ويتألف من (6) أسئلة تتعلق بالجنس، السن، رتبة الوظيفة، نمط الوظيفة، الخبرة، المستوى التعليمي.

المحور الثاني حول العلاقات العامة في المؤسسة موضوع الدراسة ويتألف من (8) أسئلة.

المحور الثالث يتمحور حول دور وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في تحسين أداء المكلف بها داخل المؤسسة والذي يتألف من (4) أسئلة.

المحور الرابع يتمحور مدى تأثير هذه التكنولوجيا على رسم صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة من طرف جمهورها الداخلي والذي يتألف من (04) أسئلة.

1-2-3. جدول (1) يوضح متغير البيانات الشخصية.

الرقم	المتغير	التكرار	النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية لكل متغير
01	الجنس	ذكور	18	30	100
	إناث	12			
02	السن	من 25 سنة إلى 35 سنة	09	30	100

		43.33	13	من 36 سنة إلى 45 سنة		
		26.67	08	من 46 سنة فما فوق		
100	30	33.33	10	إطار	حسب الوظيفة	03
		66.67	20	موظف		
100	30	73.33	22	عقد دائم	حسب نمط الوظيفة	04
		26.67	08	مؤقت		
100	30	33.33	10	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	على أساس الخبرة	05
		66.67	20	أكثر من 11 سنة		
100	30	6.67	02	المتوسط	حسب المستوى التعليمي	06
		43.33	13	الثانوي		
		50	15	الجامعي		

يبدو من خلال توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس أن أكبر نسبة والمقدرة بـ 60% كانت لفئة الذكور مقارنة بنسبة الإناث والمقدرة بـ 40% أي أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث.

إذ تبدو هذه النسبة حسب رأينا منطقية، وذلك بسبب طبيعة العمل التي تتطلب التكيف مع مختلف المهام والتخصصات كالحراسة والأمن، وهذه صفات فئات الذكور. ويعد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، وهذا راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة، نلاحظ من خلال توزيع أفراد العينة حسب السن أن الفئة العمرية ما بين 36 سنة إلى 45 سنة نالت أعلى نسبة قدرت بـ 43.33 % تليها الفئة العمرية ما بين 25 سنة إلى 35 سنة والتي نالت نسبتها بـ 30% وأدنى نسبة نالتها الفئة العمرية من 46 سنة فما فوق والتي قدرت نسبتها بـ 26.67%.

يتبين لنا من خلال هذه النتائج بأن نسبة الشباب هي أكبر نسبة قدرت بـ 43.33%، وهذا راجع إلى أن هؤلاء هم ركيزة المجتمع وفئة العطاء وبذل الجهود، ثم تأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية ما بين 25 سنة و35 سنة والتي قدرت نسبتها بـ 30%، وهذا راجع إلى كون هذه المرحلة هي مرحلة تكوين الأفراد ميدانيا في مجال الإدارة، وكأدنى مرتبة نالتها فئة الكهول

من 46 سنة فما فوق والتي قدرت نسبتها بـ 26.67%، وهذا راجع إلى أن تلك الفئة هم أصحاب الخبرة والتكوين في مجال الإدارة أي لديهم أقدمية في العمل ولو كان عددهم قليل لا يمكن الاستغناء عنهم.

يعتبر نمط الوظيفة من أهم الخصائص المحددة لعينة الدراسة، وانطلاقاً من توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة نلاحظ بأن نسبة 33.33% كانت لفئة الإطارات داخل مديرية بريد الجزائر بشار بينما نسبة 66.67% كانت للموظفين العاديين.

يتبين لنا من خلال هذه النتائج أن فئة الموظفين العاديين هم من احتلوا النسبة الأكبر من المبحوثين وهذا راجع إلى الدرجة العلمية والأقدمية في العمل كما يمكن القول أيضاً بأن مديرية بريد الجزائر تضم طاقة شبابية تستوعب العمل في المؤسسة إلا أنها تكون دائماً في حاجة إلى مؤطرين ذوي الخبرة والكفاءة فكما ذكرنا سالفاً أصحاب الخبرة والكفاءة رغم قلتهم إلا أنه لا يمكن الاستغناء عنهم إذ يعتبرون المحرك الأساسي لسير العمل في المؤسسة.

يُعد نمط الوظيفة من أبرز وأهم الخصائص المحددة لعينة الدراسة، وانطلاقاً من توزيع أفراد العينة حسب نمط الوظيفة، نلاحظ أن نسبة 73.33% كانت للموظفين الذين لديهم عقد دائم بينما نسبة 26.67% كانت للموظفين الذين لديهم عقد مؤقت.

يتبين لنا من خلال هذه النتائج أن نسبة الموظفين الذين لديهم عقد دائم هم من احتلوا النسبة الأكبر من المبحوثين وهذا راجع إلى طبيعة التوظيف في مديرية بريد الجزائر بشار كما يمكن أن يكون لها شراكة مع وكالة تشغيل الشباب أي الموظفين المؤقتين المتبقين الذين لم يتم دمجهم بعد كما يمكننا القول أيضاً بأن مديرية التشغيل لا تملك الغطاء المالي لتوفير مناصب مالية جديدة من أجل دمج هؤلاء الموظفين المؤقتين.

تعتبر الخبرة من أهم الخصائص المحددة لعينة الدراسة، وانطلاقاً من توزيع أفراد العينة على أساس الخبرة، نلاحظ أن الفئة من 5 سنوات إلى 10 سنوات قدرت نسبتها بـ 33.33% بينما الفئة من 10 سنوات فما فوق قدرت نسبتها بـ 66.67%.

ومنه يتبين لنا بأن طبيعة التوظيف في المؤسسة تعتمد على الخبرة والكفاءة بالدرجة الأولى في التوظيف ويمكن القول بأن الفئة ما بين 5 سنوات إلى 10 سنوات قد يكونوا موظفين مؤقتين، فرغم أقدميتهم إلا أن المؤسسة ما زالت لم تعتبرهم من ذوي الخبرة والكفاءة لأن الخبرة شيء والأقدمية شيء آخر، فقد يكون موظف له أقدميه لمدة 10 سنوات إلا أنه مازال لم يتمكن من التطوير والإتقان في عمله وذلك راجع إلى مكوث هذا الموظف في عمله اليومي والقيام بواجباته الروتينية دون تغيير.

يُعد المستوى التعليمي من الخصائص المحددة لعينة الدراسة، وانطلاقاً من التنوع في متغير المستوى التعليمي لدى الموظفين حيث سجلنا أعلى نسبة قدرت بـ 50% لذوي المستوى الجامعي ثم في المرتبة الثانية المستوى الثانوي والذي قدرت نسبته بـ 43.33% ثم يليها مستوى المتوسط والذي قدرت نسبته بـ 6.67%، بينما لم نسجل ولا مبحوث في المستوى الابتدائي ومنه فالنسبة الأكبر كانت لأصحاب الشهادات والكفاءات.

ومنه يتبين لنا بأن المؤسسة تعتمد على الكفاءة والشهادة في التوظيف وهذا لا ينفي وجود بعض الموظفين متحصلين على شهادة المتوسط.

جدول رقم (2) يبين وجود أو عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة داخل مديرية مؤسسة بريد الجزائر ببشار:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الإحتمالات
63.33%	19	نعم
36.67%	11	لا
100%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة أكدوا وجود قسم خاص بالعلاقات العامة حيث كانت نسبتهم بـ 63.33% كما نجد البعض أجابوا بعدم وجود قسم خاص بالعلاقات العامة وكانت نسبتهم بـ 36.67%

ويمكن تفسير ذلك بأن معظم المبحوثين ما عدا البعض هم على علم بوجود قسم خاص بالعلاقات العامة وهذا راجع إلى تعاملهم الدائم والمستمر مع المكلف بهذا القسم،

كما يمكن القول أيضا بأن الموظفين الذين أجابوا بلا ليس لهم دراية بهذا المصطلح وبالتالي لا يدركون الدور الفعال الذي يمثله هذا الجهاز.
جدول رقم (3) يبين الجهة التي تقوم بدور العلاقات العامة داخل مديرية بريد الجزائر ببشار:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الإحتمالات
70%	21	المديرية الفرعية للشؤون القانونية
10%	3	السكرتارية
20%	6	المدير
100%	30	المجموع

للجهة التي تقوم بدور العلاقات دورا بالغ الأهمية داخل المؤسسة حيث تقوم بالتنسيق بين المصالح وخلق الترابط والانسجام بين الموظفين والإدارة، وانطلاقا من الجدول أعلاه نلاحظ بأن المديرية الفرعية للشؤون القانونية كأكبر نسبة قدرت بـ 70% ثم يليها المدير والذي قدرت نسبته بـ 20% وفي أدنى مرتبة كانت السكرتارية والتي قدرت نسبتها بـ 10%.

ومن خلال هذه النتائج يمكننا القول، أن النسبة الأكبر كانت للمديرية الفرعية للشؤون القانونية بمعنى هذه المديرية هي من تقوم بدور العلاقات العامة داخل المؤسسة، وذلك راجع إلى التعامل الدائم والمستمر لدى الموظفين مع المديرية الفرعية للشؤون القانونية، وراجع أيضا إلى المصطلح الشائع للعلاقات العامة داخل المؤسسة حيث يعتبر المكلف بالمديرية الفرعية للشؤون القانونية هو المكلف بالإعلام باعتباره الجهة المسؤولة عن العلاقات العامة.

جدول رقم (4) يبين وجود أو عدم وجود علاقة بين الموظفين والجهة المسؤولة عن العلاقات العامة:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الإحتمالات
60%	18	نعم
40%	12	لا
100%	30	المجموع

كلما كانت العلاقة جيدة بين الموظفين والجهة المسؤولة للعلاقات العامة كلما كان هناك ترابط وانسجام واتصال ناجح وفعال بين الموظفين والمكلف بالعلاقات العامة، وانطلاقاً من الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الأفراد الذين أجابوا بنعم قدرت نسبتهم بـ 60% بينما الأفراد الذين أجابوا بلا قدرت نسبتهم بـ 40%.

فمن خلال هذه النتائج يمكننا القول بأن النسبة الأكبر كانت بنعم وهذا راجع إلى العلاقة الجيدة التي تربط الموظفين بالجهة المسؤولة عن العلاقات العامة أي العلاقة الجيدة والمعاملة الحسنة التي تربط بعض الموظفين بالمسؤول عن المديرية الفرعية للشؤون القانونية. لكن 40% هي نسبة كبيرة نوعاً ما من المستجوبين لا تدرك معنى العلاقات العامة ولا المكلف بها، وهذه دلالة سلبية تحسب على المكلف بالعلاقات العامة.

جدول رقم (5) يبين نسبة الإتصال بين الموظفين والجهة المسؤولة عن العلاقات العامة:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الإحتمالات
16.67%	5	دائماً
83.33%	25	أحياناً
0%	0	نادراً
100%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ (دائماً) قدرت نسبتهم بـ 16.67% بينما الأفراد الذين أجابوا بـ (أحياناً) قدرت نسبتهم بـ 83.33%.

فمن خلال هذه النتائج يمكننا القول بأن النسبة الأكبر كانت ب أحيانا وهذا ما يوضح لنا الاتصال الشبه منعدم بين الجهة المسؤولة للعلاقات العامة وجل الموظفين، كما يمكننا القول بأنه هناك بعض الموظفين لا يدركون أصلا مصطلح المكلف بالإعلام حتى ولو يتواصلون مع هذه الجهة المسؤولة عن العلاقات العامة لكن سوء فهم المصطلح يجعلهم يجيبون عشوائيا.

جدول رقم (6) يبين أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة داخل المؤسسة:

النسبة المئوية	التكرار	العينات الاحتمالات
16.67%	5	مطبوعة
30%	9	مسموعة
53.33%	16	سمعية بصرية
100%	30	المجموع

لقد أصبح من الضروري لأي مؤسسة مهما كان نوعها أن تواكب هذا التطور وتحسن استغلال وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في مكانها، وانطلاقا من الجدول أعلاه نلاحظ بأن أعلى نسبة احتلتها الوسائل السمعية البصرية والتي قدرت ب 53.33% ثم تلتها في المرتبة الثانية الوسائل المسموعة والتي قدرت نسبتها ب 30% وأخيرا الوسائل المطبوعة كأدنى مرتبة والتي قدرت نسبتها ب 16.67%.

فمن خلال هذه النتائج يمكن القول بأن النسبة الأكبر كانت للوسائل السمعية البصرية والتي قدرت نسبتها ب 53.33% وهذا يوضح لنا بأن مديرية بريد الجزائر بشار مواكبة للتطور أي تعتمد على أهم وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال والتي تساعدها سواء في التواصل مع جمهورها الداخلي أو الخارجي. ونستنتج من الجدول أن المكلف بالعلاقات العامة كان تركيزه منصب على الجمهور الخارجي.

جدول رقم (7) يبين نسبة الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة داخل المؤسسة:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
63.33%	19	الفاكس
73.33%	22	الهاتف
53.33%	16	الاجتماعات
90%	27	البريد الإلكتروني
26.67%	8	الإنترنت
33.33%	10	التطبيقية الدخيلة LIP

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأن أكبر نسبة كانت للبريد الإلكتروني والتي قدرت بـ 90% ثم تليها في المرتبة الثانية الهاتف والذي قدرت نسبته بـ 73.33% ثم في المرتبة الثالثة وسيلة الفاكس والتي قدرت بـ 63.33% أما في المرتبة الرابعة كانت وسيلة الاجتماعات والتي قدرت نسبتها بـ 53.33% وفي المرتبة الخامسة وسيلة التطبيقية الدخيلة LIP والتي قدرت نسبتها بـ 33.33% وكأدنى مرتبة نالتها وسيلة الإنترنت والتي قدرت نسبتها بـ 26.67%.

يمكن القول بأن النسبة الأكبر كانت لوسيلة البريد الإلكتروني والتي قدرت نسبتها بـ 90% وتليها وسيلة الهاتف هذا يوضح لنا بأن الاتصال داخل مديرية مؤسسة بريد الجزائر هو اتصال غير مباشر مع الجمهور الداخلي إلا أنهمواكب للتطور في نفس الوقت.

جدول رقم (8) يبين أساس اختيار الوسيلة:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
33.33%	10	لسهولة الاستخدام
16.67%	5	لأنها أقل تكلفة
50%	15	لاختصار الوقت
100%	30	المجموع

للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال أهمية بالغة فمن إيجابياتها سهولة الاستخدام، غير مكلفة، ومختصرة للوقت والجهد، وانطلاقا من الجدول أعلاه نلاحظ بأن أكبر نسبة كانت لاختصار الوقت والتي قدرت نسبتها بـ 50% ثم تليها في المرتبة الثانية لسهولة الاستخدام والتي قدرت نسبتها بـ 33.33% وأخيرا لأنها أقل تكلفة كأدنى مرتبة والتي قدرت نسبتها بـ 16.67%.

فمن خلال هذه النتائج يمكن القول بأن النسبة الأكبر كانت لاختصار الوقت والتي قدرت نسبتها بـ 50% وهذا يوضح لنا بأن من إيجابيات الوسيلة الاتصالية اختصار الوقت بالإضافة إلى سهولة الاستخدام وهذا ما يؤكد لنا بأن مديرية بريد الجزائر ببشار مواكبة للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، لكنها تفتقد للتواصل المباشر.

جدول رقم (9) يبين الأساليب المعتمدة في الاتصال بالجمهور الداخلي:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
20%	6	اتصال مباشر
80%	24	اتصال غير مباشر
100%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأن أكبر نسبة كانت للاتصال غير المباشر والتي قدرت نسبتها بـ 80% ثم يليها الاتصال المباشر بنسبة قدرها 20%.

فمن خلال هذه النتائج يمكن القول رغم التكنولوجيا الحديثة المستخدمة داخل مديرية بريد الجزائر ببشار إلا أنه مازالت المؤسسة تعتمد على الاتصال غير المباشر ومنه يمكن القول بأن الاتصال الغالب داخل المؤسسة هو الاتصال عبر الوسائط.

جدول رقم (10) يمثل رأي الموظفين في أداء دور قسم العلاقات العامة داخل المؤسسة:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
%43.33	13	حسن
%56.67	17	ليس بالحسن
%100	30	المجموع

للعلاقات العامة دور هام وحاسم داخل المؤسسة، فهي تعتبر همزة الوصل الرابطة بين المؤسسة والجمهور فهناك موظفين يدركون هاته الأهمية وموظفين لحد الآن لم يدركوا دورها الفعال داخل المؤسسة، وانطلاقاً من الجدول أعلاه نلاحظ بأن الأفراد الذين أجابوا بأداء حسن قدرت نسبتهم ب %43.33 بينما الأفراد الذين أجابوا ليس بالحسن قدرت نسبتهم ب %56.67.

يمكن القول أن النسبة الأكبر كانت بلا وهذا يوضح لنا بأن المكلف بالعلاقات العامة غير متخصص وليس في مكانه فرغم تعامل الموظفين مع هذا القسم البديل المتمثل في المديرية الفرعية الشؤون القانونية إلا أنه لم يؤثر فيهم فلو كان متخصص لا استطاع التأثير على الموظفين إما بطريقة أو بأخرى ويكون متمكن من ذلك.

جدول رقم (11) يبين سوء أداء قسم العلاقات العامة يرجع إلى:

النسبة المئوية	التكرار	العينة الاحتمالات
%30.33	10	عدم القدرة على التحكم في التكنولوجيا الحديثة
%69.67	20	عدم القدرة على التحكم في مهارات التواصل
%100	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدم القدرة على التحكم في مهارات التواصل قدرت نسبتها بـ 69.67% ثم تلتها عدم القدرة على التحكم في التكنولوجيا الحديثة والتي قدرت نسبتها بـ 30.33%.

يمكن تفسير ذلك بأن الأفراد الذين أجابوا على الاحتمال الثاني قدر عددهم بـ 20 مبحوثا أي أن المكلف بالعلاقات العامة لا يقوم بدوره كما يجب، فمن خلال هذه النتائج يمكن القول بأن النسبة الأكبر كانت لعدم القدرة على التحكم في مهارات التواصل

3-3. النتائج في ضوء الفرضيات:

3-3-1. الفرضية الأولى: والتي مفادها تشكل العلاقات العامة دورا هاما داخل مديرية بريد الجزائر ببشار.

من خلال تحليل أجوبة المقابلة التي أجريناها مع المكلف بالإعلام والاستبيانات التي تم توزيعها وتفريغها وتحليلها، تبين لنا بأن المؤسسة لا تملك في الأصل قسم خاص بالعلاقات العامة وإنما تمتلك فقط قسم بديل، ومنه يمكننا القول بأن هذه المديرية لا تقوم إلا ببعض وظائف العلاقات العامة فهي وظائف تخص على الأغلب الجمهور الخارجي، وبالتالي ما زلت المؤسسة لم تدرك الدور الفعال الذي تلعبه العلاقات العامة داخل المؤسسة وعليه فإن الفرضية غير محققة.

3-3-2. الفرضية الثانية: والتي مفادها تساهم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تحسين العلاقات العامة للجمهور الداخلي لمديرية بريد الجزائر ببشار.

من خلال تحليل إجابة المكلف بالإعلام تبين لنا بأن التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ساهمت فعلا في تحسين العلاقات العامة للجمهور الداخلي لمديرية بريد الجزائر ببشار، حيث ساهمت هذه التقنية الحديثة في ربح الوقت والجهد كما أنها ساهمت أيضا في التحسين من فعاليته، ومنه تمكّنت هذه التكنولوجيا من تحسين وتوطيد العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي وهذا حسب رأيه، لكن حسب تحليل الاستبيان تبين لنا أن التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال لها دور فعال، لكن المكلف بالعلاقات العامة بالغ

في استخدامها وخاصة مع الجمهور الخارجي، وبسببها أهمل التواصل المباشر مع الجمهور الداخلي.

3-3-3. الفرضية الثالثة: والتي مفادها تؤثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال المستخدمة داخل المؤسسة بالإيجاب على صورة المؤسسة.

من خلال تحليل إجابات الاستبيان والمعطيات المتحصل عليها من طرف المكلف بالإعلام تبين لنا بأن هذه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال هي همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي وبين المؤسسة وجمهورها الخارجي، حيث ساهمت في تحسين صورة المؤسسة من خلال تحسين مستوى الخدمات والاستخدام الأمثل لوسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال حيث أصبحت المؤسسة تتواصل مع جمهورها الداخلي عبر مختلف وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال كما تتواصل أيضا مع جمهورها المستهدف عبر هذه التقنية الحديثة، وكما ذكرنا سالفًا بأن هذه التكنولوجيا ساهمت في التحسين من فعالية الاتصال حيث أصبح الاتصال داخل المؤسسة مرنا وسهلا وفعال في نفس الوقت عبر وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، فكلما كان الاتصال فعال وجودة الخدمات عالية داخل المؤسسة انعكس ذلك بالإيجاب على الصورة الذهنية لدى المؤسسة، أما نتائج الاستبيان فلم تنف هذا الدور الإيجابي والفعال، لكن عدم تخصيص المكلف هو من رسخ الصورة النمطية لصورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي، رغم التحسن الملحوظ والذي هو راجع بالأساس لهذه التكنولوجيا الحديثة.

النتائج العامة للدراسة:

نتيجة المعطيات المتحصل عليها من خلال المقابلة والاستبيان توصلنا إلى النتائج

التالية:

-عدم وجود قسم خاص بالعلاقات على مستوى مديرية بريد الجزائر بشار وإنما وجود مديرية بديلة مشابهة بقسم العلاقات العامة والموسومة بالمديرية الفرعية للشؤون القانونية.

- غياب الإطارات والكفاءات المؤهلة في مجال العلاقات العامة.
 - تعتبر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ضرورية في عمل سير المؤسسة.
 - أسهمت هذه التكنولوجيا الحديثة في تحسين فعالية الاتصال الإداري داخل المؤسسة.
 - أسهمت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تسهيل التواصل بين العمال الإدارة.
 - ساعدت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في التنسيق بين مصالح المديرية .
 - لا تعتبر العلاقات العامة القلب النابض داخل للمؤسسة وذلك راجع إلى قلة المتخصصين والمؤهلين في هذا المجال.
 - رغم التكنولوجيا المستخدمة داخل المؤسسة إلا أنها مازالت تواجه مجموعة من النقائص منها المادية والمعنوية كذلك.
4. خاتمة:

تشكل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال دورا هاما وحاسما في سير عمل المؤسسة وعلاقتها العامة، لأنها تسهم في تحسين أداء المكلف بالعلاقات داخل المؤسسة وفعاليتها واتصالها إلى حد ما، ولهذه التقنية الحديثة جملة من المميزات تتمثل في اختصار الوقت والجهد وفي تقديم الخدمات، إذ أصبحت تعتبر السلاح التنافسي للمؤسسات، ورغم أهميتها لكنها تبقى غير كافية ومحدودة إذا ما قورنت بالاختصاص في مجال العلاقات العامة، والتحكم في التقنية.

1-4 الاقتراحات والتوصيات:

- بناءً على ما تقدم توصلنا إلى بعض الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تسهم في تأثير التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال على تحسين العلاقات العامة تتمثل في:
- 1- إنشاء قسم خاص بالعلاقات العامة وإدراجه ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
 - 2- يجب وضع متخصص في العلاقات العامة ضمن قسم العلاقات العامة لدى المؤسسة.
 - 3- لابد من وضع برامج تكوينية تدريبية لتطوير معارف ومهارات الموظفين من أجل الاستغلال والاستخدام الأمثل لوسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.

- 4- ضرورة الاهتمام بتوفير الإمكانيات المادية اللازمة لإدارة العلاقات العامة.
- 5- إعطاء الأولوية لقسم العلاقات العامة أي ضرورة ربطها بالإستراتيجية الكلية للمؤسسة لكي تلبى حاجات المؤسسة الداخلية.
5. قائمة المراجع:
 - 1- الحلبي، حسن. (1980). مبادئ العلاقات العامة. لبنان: دار منشورات عويدات.
 - 2- الشريف، عبد الله محمد. (1996). مناهج البحث العلمي. مصر: دار الأشعاع.
 - 3- المشهداني، سعد سلمان. (2017). مناهج البحث العلمي. لبنان: دار الكتاب الجامعي.
 - 4- حاج أحمد، كريمة. (2010). العلاقات العامة داخل المؤسسة دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية **denitex**. قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران 2 السانبا، الجزائر.
 - 5- دليو، فضيل. (2010). التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTIC/NICT) المفهوم- الاستعمالات- الآفاق. عمان: دار الثقافة.
 - 6- ربحي، مصطفى علي. (2011). البحث العلمي اسسه، مناهجه واساليبه، اجراءاته . عمان: دار بيت الافكار الدولية.
 - 7- زلماط، مريم. (2015). دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة بشركة سونطراك فرع **sth**. مجلة الابتكار والتسويق المجلد الثاني، العدد 1، الصفحات 251-270
 - 8- طلعت، شاهيناز محمد. (2003). وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية. مصر: مكتبة الانجلو مصرية.
 - 9- عيساني، رحيمة الطيب. (2008). مدخل الى الإعلام والاتصال المفاهيم الاساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية. عمان: دار جدار الكتاب العالمي.
 - 10- قندليجي، عامر ابراهيم. (2013). منهجية البحث العلمي. عمان: دار اليازوري.
 - 11- محمودي، محمد سرحان علي. (2019). مناهج البحث العلمي. اليمن: دار الكتب.

- 12- مغزيلي، نوال. (جانفي، 2018). دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في إرساء ممارسة جديدة للديمقراطية، الديمقراطية الإلكترونية. محلة الدراسات الاعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد1، الصفحات 285-314
- 13- مقيدش، نزيهة. (2010). أهمية اسلوب المعاينة في الدراسات الاحصائية دراسة تطبيقية حول الحوكمة في الجامعة الجزائرية من خلال سبر الآراء، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.
- 14- يحيواوي، ابراهيم عمر. (2016). تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر. عمان: دار اليازوري.