

إدارة المنظمة لعلاقتها مع الإعلام أثناء الأزمة عبر موقعها الإلكتروني

دراسة تحليلية للموقع الإلكتروني للاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين UNPEF

The organisation's management of its relationship with the media during the crisis through its website**An analysis of the website of the National Union of Education and Training- UNPEF-**د/ مروى ماي*، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري- جامعة قسنطينة 3، marwa.mai@univ-constantine3.dzد/ ريان مبارك، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري- جامعة قسنطينة 3، rayene.mebarek@univ-constantine3.dz

تاريخ النشر: 2022/6/2

تاريخ القبول: 2021/11/16

تاريخ الاستلام: 2021/9/25

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية إدارة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين لعلاقتها مع الإعلاميين عبر موقعه الإلكتروني أثناء الأزمة التي يمر بها، مع محاولة التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في بياناته وتصريحاته الصحفية، انطلاقاً من دراسة تحليلية لمضمون هذه البيانات والتصريحات منذ بداية الأزمة، لتتوصل في الأخير إلى أن الاتحاد اهتم بإدارة علاقته مع الإعلاميين عبر عدة خدمات يتيحها لهم على غرار البيانات والتصريحات الصحفية كتحميل الملفات وعناوين البريد الإلكتروني وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي، كما اهتم بتقديم مطالبه وموقف الحكومة من قضيته إلى الإعلاميين، إلا أنه لم يهتم كثيراً بتحسين صورته ولم يهتم باستخدام اللغات الأجنبية في بياناته وتصريحاته، أما بالنسبة للاستراتيجية التي وظفها فكانت استراتيجية الدفاع الهجومي بنسبة 80%.

الكلمات المفتاحية: المنظمة، العلاقة مع الإعلام، إدارة الأزمة، الموقع الإلكتروني، الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين.

تصنيف JEL : XN1، XN2.

Abstract:

This study aimed to identify how the National Union of Education and Training manages its relationship with the media through its website during the crisis it is going through, while trying to identify the communication strategies used in its press releases and statements based on an analytical study of the content of these statements since the beginning of the crisis. to reach at the end that the union has been interested in managing its relationship with media professionals through several services offered to them besides statements and press releases such as downloading files, e-mail addresses and social media accounts, the union also has been interested in presenting its demands and the government's position on its case to the media. However, it did not care much about improving its image and did not care about the use of foreign languages in its statements and in its press releases. As for the strategy it employed it was 80% offensive defense strategy.

Keywords: The organization; relationship with the media; management of the crisis; the website; UNPEF.

Jel Classification Codes: XN1, XN2.

• مقَدِّمة:

تعتبر إدارة العلاقة مع الإعلام إحدى الاستراتيجيات التي تركز عليها وظيفة العلاقات العامة، فهي التقنية التي تسمح بنقل رسائل المنظمة إلى جماهيرها بأقل تكلفة ومصدقية أكبر وفي أي وقت، لأن حاجة الإعلامي الدائمة للمعلومة ورغبته في الظفر بالسبق الصحفي، تقابلها رغبة المنظمة في إيصال أخبارها والظهور في مختلف الوسائل الإعلامية بالشكل الذي تريده من أجل تحقيق أهدافها، لذا ينبغي على المنظمة بناء علاقة قوية مع الإعلاميين، مبنية على الثقة والتعاون حتى تتمكن من التعريف بها وتحسين صورتها، وحتى الدفاع عنها أثناء الأزمات، باعتبارها فترة صعبة تجعل المنظمة في تحدي حقيقي قد يكلفها سمعتها وبقائها، خاصة وإن لم تسيّر الأزمة بشكل جيد وبطريقة محكمة ومخطط لها.

ومن بين متطلبات نجاح إدارة الأزمة حسن التواصل مع الإعلاميين، وتحديد الهدف من التفاعل معهم بما يخدم المنظمة أثناء الأزمة، بالإضافة إلى إمدادهم بالحقائق والمعلومات في التوقيت المناسب، حتى لا يبحث هؤلاء عن مصادر أخرى للمعلومات تسقط المنظمة في دوامة الشائعات والأخبار المزيفة. ونتيجة لما أتاحتها الأنترنت من خدمات، استطاع القائم بالعلاقات العامة توظيف ذلك في علاقته بالصحفيين أثناء الأزمات، فأصبح يستخدم الشبكات الاجتماعية والمدونات ليس فقط لنشر الأخبار، ولكن لخلق الحوار وتحقيق التفاهم المتبادل بين منظمته وجمهور الصحفيين، يرسل لهم البيانات والملفات الصحفية عبر البريد الإلكتروني، يخصص على الموقع الرسمي للمنظمة فضاء للصحافة الافتراضية يشرح فيه أسباب الأزمة وظروفها ومستجاداتها، وغيرها من الاستخدامات.

ومن خلال هذه الدراسة سنحاول تحليل استخدام إحدى منظمات قطاع التربية والتعليم للموقع الإلكتروني في ظلّ الأزمة التي يمرّ بها هذا القطاع، والتي دامت لفترة تخلّلتها إضرابات وطنية وتظاهرات من أجل رفع أساتذة التربية والتعليم لمطالبهم الثابتة والجديدة للوزارة، عدا عن التذبذبات والانقطاعات عن الدراسة التي امتدّت لأيام فأسابيع فأشهر.. وهذه المنظمة التّقائية هي الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين (UNPEF)؛ عبر موقعها الإلكتروني الذي اتخذته منبرا لتقديم المعلومات والتوضيحات التي من شأنها توجيه الرأي العام لنصرة قضية أساتذة التربية والتعليم من جهة، ولبناء علاقة جيّدة، واضحة المعالم مع الإعلام في سبيل إنجاح قضيتها وتفادي أي تغليب أو معلومات كاذبة من جهة أخرى.

وقد انطلقت الدّراسة من التساؤل الرئيس التالي:

➤ كيف كانت إدارة منظمة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين لعلاقتها مع الإعلام أثناء الأزمة التي تمرّ بها عبر موقعها الإلكتروني؟

ولإجابة عن هذا التساؤل، قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية كالآتي:

- ما هي الأهداف التي يسعى الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين إلى تحقيقها عبر موقعه الإلكتروني أثناء الأزمة؟
- ما هي الأدوات التفاعلية المستخدمة للتواصل مع الإعلاميين من خلال الموقع أثناء الأزمة؟
- ما الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في البيانات الإعلامية الصادرة عن الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين عبر موقعه الإلكتروني أثناء الأزمة؟

2. أهداف الدراسة:

- التعرف على دور الموقع الإلكتروني في إدارة الأزمة التي يمر بها الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين.
- معرفة مدى اهتمام الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين ببناء علاقة مع الإعلاميين عبر موقعه الإلكتروني.
- رصد أهداف الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين المراد تحقيقها عبر موقعه أثناء الأزمة.
- التعرف على الأدوات التفاعلية المستخدمة للتواصل مع الإعلاميين من خلال الموقع الإلكتروني للاتحاد أثناء الأزمة.
- معرفة الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في البيانات الإعلامية الصادرة عن الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين عبر موقعه الإلكتروني أثناء الأزمة.

3. ضبط مفاهيم الدراسة:**1.3. إدارة العلاقة مع الإعلام:**

تعرف على أنها "تقنية من تقنيات الاتصال المؤسسي الهادفة إلى تأسيس علاقات متميزة مع الصحفيين، كوسيط بين المؤسسة وجمهورها، من أجل نشر رسائل ترتقي بصورة المؤسسة، صورة العلامة أو منتجها" (Morel, 2008, p19).

كما تعرف على أنها: "ليست جزءا من العلاقات العامة حسب الاعتقاد السائد، بل هي تقنية خاصة تطورت مع العلاقات العامة، فهي إحدى التقنيات الاتصالية القائمة بذاتها، تهدف إلى نشر رسائل إعلامية ذات طابع مؤسسي لتساهم في تكوين، تطوير أو تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة ولسلعتها ولخدماتها". إلا أنه وفي تعريف آخر تعتبر إدارة العلاقة مع الإعلام نشاطا من نشاطات العلاقات العامة، تهدف إلى تطوير علاقات ثقة بين المنظمة والصحفيين، لأن وسائل الإعلام تلعب دورا كبيرا في نقل المعلومات، الأمر الذي من شأنه إضافة نوع من المصداقية إلى ما تقوم به المنظمة، لأن الإعلام في هذه الحالة هو صوت خارج التنظيم ينقل أخبارها إلى الجمهور. (Cally, 2015, p4)

✧ التعريف الإجرائي لإدارة العلاقة مع الإعلام:

هي إحدى التقنيات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة لبناء علاقة جيدة مع وسائل الإعلام، قد تساهم في تحسين صورة المؤسسة، ومنتجاتها وخدماتها، في الظروف العادية وأثناء الأزمات، ما يسمح بإضافة جانب من المصداقية لما تقوم به المنظمة. وفي دراستنا هذه سنحاول التعرف على الطريقة التي تدير بها إحدى المنظمات النقابية (الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين) علاقتها مع الإعلام عبر الموقع الإلكتروني تحديدا وما يتم نشره أو إتاحتها من خلاله.

2.3. تعريف الأزمة:

تعرف على أنها: "بروز مشكل ما داخل مؤسسة أو قطاع أو مجال أو نظام سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي أو بيئي، بشكل مفاجئ، أو بطريقة غير منتظرة، ولا يمكن حله أو تسويته بالأساليب المألوفة، والتعامل معه بالمعايير المعهودة، فيحدث ارتباك

وخلل وظيفي، وينجم عنه حالة من الفوضى والقلق والشك التي قد تستمر فترة معلومة، فتتجلى آثارها على المدى القريب أو البعيد على مختلف الأصعدة". (لعياضي، 2013، ص71)

✧ التعريف الإجرائي للأزمة:

هي تهديد أو مشكل مفاجئ يعترض مسار مؤسسة أو قطاع ما.. ويتسبب في إحداث اختلالات وضغوط يصعب التعامل معها بالطرق المعهودة.

وفي دراستنا سنتناول أزمة يعيشها قطاع التربية والتعليم بكل مؤسساته ومنظّماته منذ فترة ليست بالهينة- تجلّت في الإضرابات الوطنية المفتوحة، والانقطاعات عن الدّراسة التي طالت العديد من المؤسسات التربوية الجزائرية- من خلال إحدى المنظمات النقابية (الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين) التي تحاول عبر موقعها الإلكتروني وما تنشره من بيانات وتصريحات صحفية، احتواء الأزمة والخروج منها بأقل الأضرار.

3.3. تعريف الموقع الإلكتروني:

هو مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت. (يطيشان، 2004، ص351)

4. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.4. نوع الدّراسة ومنهجها:

لما كان الهدف الرئيسي للدراسات الوصفية هو تصوير، وتحليل، وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، فدراستنا مستندة على المنهج الوصفي التحليلي الذي اعتمدنا في إطاره على أسلوب تحليل المحتوى السّاعي إلى وصف خصائص الاتصال، حيث تقوم بحوث تحليل المحتوى على "وصف اتجاهات محتوى الاتصال، والبحث عن أساليب تقديم المحتوى استنادا لتصميمات تحليل المحتوى التي قدّمها هولستي (وصف خصائص الاتصال، صنع استدلالات عما هو سابق للاتصال، صنع استدلالات عن تأثير الاتصال)". (جبارة، 2008، ص248)

2.4. عينة الدّراسة:

اخترنا قسديا المنظمة النقابية "الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين"، ويرجع خيارنا هذا لطبيعة الأزمة التي تمرّ بها هذه المنظمة ضمن قطاع التربية ككل من جهة، ولطبيعة هذا التنظيم في حدّ ذاته؛ حيث يعمل ضمن إطار وطني كما يعدّ نقطة وصل بين العديد من النقابات والمكاتب الوطنية عبر التراب الوطني، علاوة على نشاطه المكثّف والدّوري على مستوى موقعه الإلكتروني وطريقة تعامله مع الإعلام من خلاله من جهة أخرى.

أما العينة التحليلية فقد تحدّدت أوّلا بالفترة الزمنية المرتبطة بالأزمة التي يمرّ بها هذا التنظيم (وهو جزء أساسي من موضوع دراستنا) من جهة، والتي امتدّت من بداية شهر مارس 2021 إلى حدّ يومنا هذا، وتحدّدت أيضا بنوع المحتوى الذي يكشف طريقة

الاتحاد في إدارة علاقته مع الإعلام من خلال البيانات والتصريحات التي ينشرها عبر الموقع (وهو الجزء الآخر من الدراسة)، وبهذا فقد جاءت العينة قصدية تتلخص في البيانات الإخبارية والتصريحات الصحفية التي ينشرها موقع المنظمة الإلكتروني، والتي تم مسحها كلها أثناء الفترة المحددة سابقا (أي أثناء الأزمة التي تمرّ بها المنظمة تحديدا).

3.4. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المحتوى في تحليلها لمحتوى البيانات والتصريحات التي تنشرها منظمة "الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين" على موقعها الإلكتروني خلال الأزمة التي تمرّ بها، حيث تمّ الاعتماد على وحدة الموضوع باعتبارها إحدى الدعامات الأساسية في تحليل المواد الإعلامية وحتى الإلكترونية، وقد تمّ بناء استمارة التحليل على الفئات التالية:

1. فئات الشكل (كيف قيل؟)

◀ فئة أسلوب عرض المحتوى:

نص، نص + رابط، نص + صور، نص + فيديو، فيديو

◀ فئة اللغة المستخدمة:

العربية، الأجنبية، مزيج

◀ فئة الروابط المتاحة للاطلاع على البيانات والتصريحات الصحفية:

داخلية، خارجية

◀ فئة خدمة تحميل ملفات البيانات والتصريحات الصحفية:

تحميل الصور، تحميل الملفات

2. فئات المضمون (ماذا قيل؟)

◀ فئة موضوع البيانات والتصريحات الصحفية:

إعلانات عن الإضراب، المطالب، موقف الحكومة، المقررات الدراسية

◀ فئة أهداف المنشور:

إعلام، تقديم توضيحات، إيصال صوت الاتحاد إلى الرأي العام من خلال الإعلام، محاولة إنجاح الإضراب، توحيد المطالب مع باقي

النقابات، تحسين الصورة، تكذيب إشاعات

◀ فئة الفاعلين:

رئيس الاتحاد، المكتب الوطني، رؤساء الفروع النقابية، اللجنة الوطنية لمفتشي التعليم، المكلف بالإعلام في الاتحاد، الإعلاميون

◀ فئة الجمهور المستهدف:

أساتذة، موظفو قطاع التربية والتعليم، الأولياء، وزير التربية والتعليم، إعلاميون

◀ فئة القيم:

الإصرار، المواطنة، الاتحاد، التضامن، الالتزام، النجاح، الاستمرارية، التنظيم

◀ فئة استراتيجية اتصال الأزمة:

استراتيجية الاعتذار، استراتيجية الدفاع الهجومي، استراتيجية الهجوم المضاد

◀ فئة الاستمالات الإقناعية:

عقلية، عاطفية، تخوفية

◀ فئة خدمة الموقع للإعلاميين:

رابط جريدة الاتحاد، عنوان البريد الإلكتروني، أرقام الهاتف والفاكس، حسابات الاتحاد على مواقع التواصل الاجتماعي.

5. إدارة العلاقة مع الإعلام: الأهداف ومتطلبات نجاح العلاقة:

تسعى المنظمة من خلال علاقتها بالصحافة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ الإعلام المنتظم للصحفيين عن كل جديد يخص المؤسسة، يتوافق مع اهتمامات متابعيهم ومشاهديهم.
- ✓ تطوير علاقات الثقة والود مع الصحفيين.
- ✓ نشر رسائل إعلامية دقيقة ومؤيدة لموقف الشركة تأخذ طريقها لمختلف أنواع الجماهير.
- ✓ الحصول على التغطية الإعلامية المناسبة لنشاط المؤسسة والعلاقة مع الصحافة تستهدف حراس البوابات الإعلامية ليقدموا مضامين إعلامية عن المؤسسة، والهدف النهائي للعلاقة مع الصحافة يتمثل في الجماهير المستهلكة للمضامين الإعلامية التي تقدمها الصحافة.
- ✓ دعم الاتجاهات الايجابية للشركة بين ممثلي وسائل الإعلام. (يوسف، 2008، ص ص57-58)
- ✓ الدفاع عن المؤسسة وحمايتها من الأخبار الكاذبة والإشاعات وتهيئة البيئة الخارجية لعدم التأثير بهذه الأمور. سعي المؤسسة إلى تغطية صورتها تغطية إيجابية، فالهدف من العلاقة مع الصحافة هو خدمة سمعة المؤسسة وهي خدمة مؤسساتية.
- ✓ مد جسور الاتصال بين الجمهور والمؤسسة من أهداف العلاقة مع الصحافة حتى يبقى جمهور المؤسسة على اضطلاع دائم بأخبارها وتطوراتها.
- ✓ الحصول على ثقة الصحفيين وضمهم لصف المؤسسة وإشباع حاجاتهم بالمعلومات من جهة وإرضاء جماهيرها من جهة أخرى. (رماش، 2008 / 2009، ص45)

ولإنجاح العلاقة بين المنظمة ووسائل الإعلام لابد من: (مبارك، 2017، ص ص161-162)

1- المعرفة الجيدة بالصحفيين الذين سيزودهم بالأخبار.

2- معرفة الأخبار التي تستحق النشر.

3- أن يحسن الاجابة على أسئلة الصحفيين ويبدل جهده في ذلك.

4- تزويد الصحفيين بالصور المناسبة للموضوع أو الخبر.

5- ضرورة تقديم معلومات صادقة وواقعية وموضوعية.

6- التقيد بالوقت في التعامل مع وسائل الإعلام.

7- تقديم كل التسهيلات لمندوبي وسائل الإعلام وتقديم الدعم والاحترام والثقة.

8- مراعاة المساواة في التعامل مع وسائل الإعلام.

6. إدارة العلاقة مع الإعلام أثناء الأزمات:

وضع الباحثون بعض الاعتبارات الهامة التي يجب مراعاتها عند التعامل مع الإعلاميين أثناء الأزمات نذكرها في الآتي:
(الضبع، 2015، ص 235)

1- مراعاة الدقة والإدلاء بالمعلومات الصحيحة حتى لا تتأثر سمعة المنظمة.

2- أهمية وجود متحدث رسمي للجهة التي تتعرض للأزمة للتعامل مع أجهزة الإعلام، والعمل على تدفق المعلومات في اتجاهين: المصدر إلى وسائل الإعلام، ومن وسائل الإعلام إلى أصحاب الأزمة.

3- مراعاة عنصر التوقيت في التعامل مع الأزمة، بحيث يتم توفير المعلومات لوسائل الإعلام في التوقيت المناسب، حتى لا تبحث هذه الوسائل عن مصادر أخرى للمعلومات.

4- تحديد استراتيجية للاتصال أثناء الأزمة وبعد الأزمة، تتضمن دراسة الجهود وتحديد الهدف من التفاعل مع أجهزة الإعلام والتحديد الدقيق للرسائل التي تبث عبر وسائل الإعلام.

أما عن التعامل إلكترونياً، فقد وضع كل من "كومبس" وكذلك "هيريرو" و"سميث" عناصر معينة لتوضيح كيفية استخدام الأنترنت في أوقات الأزمات تتحدد فيما يلي: (رضوان، 2012، ص ص 176-178)

- التحديث المستمر للمعلومات على الموقع.
- متابعة جميع مصادر المعلومات، ومراقبة ورصد ما تنشره وسائل الاعلام والمواقع الأخرى على الأنترنت.
- تدريب فريق التعامل مع الأزمة على استخدام الأنترنت.
- إنشاء مدونة للمنظمة.
- تحديد المواقع الالكترونية للجهات المهمة والمؤثرة ومتابعتها.
- وضع قائمة بالأولويات المطلوب تحقيقها.
- تحديد جميع فئات الجمهور المطلوب التعامل معها.
- تدعيم الاتصال مزدوج الاتجاه.
- إضافة محركات بحث على الموقع.
- استخدام روابط أو وصلات لمواقع موثوق فيها، مع استخدام المدونات والوسائط التفاعلية.
- اجراء استطلاعات الرأي.
- توجيه خطاب مباشر من رئيس المنظمة للجمهور عبر الأنترنت.

• انشاء غرف للحوار والنقاش.

• تدعيم الموقع لوسائل الاتصال التقليدية.

7. إدارة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين لعلاقته مع الإعلام أثناء الأزمة من خلال موقعه الإلكتروني:

1.7. التعريف بالمنظمة:

الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين (UNPEF) هي منظمة نقابية معتمدة تحت رقم و.ت 18/90 تهتمّ بشؤون عمال قطاع التربية في الجزائر بكل فئاتهم وأسلاكهم، شعارها: من أجل أسرة تربوية واعية وفاعلة. (UNPEF)

2.7. نتائج الدراسة التحليلية:

◀ شكل منشورات الموقع الإلكتروني:

جدول رقم 1: يبين أسلوب عرض المحتوى في الموقع:

النسبة المئوية	التكرار	أسلوب عرض المحتوى
00	00	نص
80	08	نص + صورة + رابط
20	02	فيديو + صورة + رابط
100%	10	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن منظمة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين اعتمدت في عرض مواضيع البيانات والتصريحات الصحفية على أسلوب النص والصورة والرابط بنسبة 80%، حيث كانت تعرض النص وترافقه بصور أحيانا تعبيرية لها علاقة مباشرة بالموضوع، وأحيانا تكتفي بوضع صورة لرئيس الاتحاد أو المكلف بالإعلام كونهما المتحدثين الرسميين للاتحاد، أما بالنسبة للروابط فكانت خاصة بمواقع التواصل الاجتماعية التي ينتمي إليها الاتحاد في العالم الإلكتروني حتى تزيد من التفاعل ومشاركة المحتوى مع الآخرين، أما بالنسبة لأسلوب الفيديو والصورة والرابط فاعتمد عليهما الاتحاد بنسبة 20%، أين نقلت مقاطع فيديو للمقابلات الإعلامية التي أجراها رئيس الاتحاد، والملاحظ هنا أن المنظمة لم تتخلى عن الصورة رغم وجود مقاطع الفيديو ما يدل على اهتمام المنظمة بهذا العنصر الاتصالي، ورغبتها في جذب انتباه الإعلاميين.

جدول رقم 2: يبين اللغة المستخدمة في المواضيع المنشورة:

النسبة المئوية	التكرار	اللغة المستخدمة
90	09	العربية
10	01	الأجنبية
00	0	مزيج
100%	10	المجموع

يوضح الجدول رقم 2 اللغة التي وظفها الاتحاد في بياناته وتصريحاته الصحفية، حيث أن 90% من البيانات والتصريحات كانت باللغة العربية، في حين 10% كانت باللغة الفرنسية، وقد يرجع ذلك إلى عدة اعتبارات كاعتبار اللغة العربية لغة وطنية

ورسمية في الدستور الجزائري، أو تمكن كاتبي البيانات والتصريحات من اللغة العربية دون الفرنسية، أو الرغبة في مخاطبة الإعلاميين الذين يعملون في الجرائد والقنوات الناطقة باللغة العربية دون الجرائد والقنوات الناطقة بالفرنسية، إلا أن اعتماد اللغتين يعتبر الأفضل حتى يفهم كل الإعلاميين رسالة الاتحاد، خاصة وأهم وسطاء بين الاتحاد وبين الشعب الجزائري في ظل الأزمة:

جدول رقم 3: يبين الروابط المتاحة للاطلاع على البيانات والتصريحات الصحفية:

الروابط المتاحة للاطلاع على البيانات والتصريحات الصحفية	التكرار	النسبة المئوية
داخلية	00	00
خارجية (مواقع التواصل الاجتماعي)	10	100
المجموع	10	%100

يشير الجدول رقم 3 إلى الروابط التي تتيحها منظمة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين على موقعها الرسمي، وما نلاحظه هو أن 100% من الروابط كانت روابط خارجية، وكانت كلها تحيل إلى مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من أجل مشاركة المحتوى مع الآخرين، حتى تصل البيانات والتصريحات لأكبر قدر من الجمهور، فيضطلعون على مطالب الاتحاد ومبررات الإضراب حتى يفهم الجميع حيثيات الأزمة.

جدول رقم 4: يبين مدى توفر خدمة تحميل ملفات البيانات والتصريحات الصحفية:

خدمة تحميل ملفات البيانات والتصريحات الصحفية	التكرار	النسبة المئوية
تحميل صور	08	66.66
تحميل ملفات	04	33.33
المجموع	12	%100

يبين الجدول أعلاه مدى إتاحة الموقع الإلكتروني للاتحاد خدمة تحميل الملفات المتعلقة بالبيانات والتصريحات الصحفية تحديداً، حيث تشير الأرقام إلى توفر هذه الخدمة خاصة بالنسبة لإمكانية تحميل الصور ونقلها أو تنزيلها من الموقع على حاسوب الإعلامي، أو الهاتف بالنسبة لمحتوى التصريحات الصحفية؛ والذي يكون عادة في شكل صور مرافقة للمحتوى المكتوب أو صور مرافقة لفيديوهات، وكذلك الأمر بالنسبة لتحميل الملفات الخاصة بالبيانات الصحفية؛ حيث ينشر الاتحاد عبر موقعه الإلكتروني عادة ملخصاً لمحتوى البيان مرفقاً بصورة عنه وكذا رابط تحميله في صيغة pdf لمن يرغب في قراءته كاملاً مفصلاً. وعليه يمكن القول أن الموقع الإلكتروني لهذه المنظمة وتوفره لخدمة تحميل الملفات؛ فهو موقع تفاعلي يسمح للمتصفح باستخدام المعلومات المنشورة عبره، وكذا الحصول عليها بسهولة ويسر، وهذا يعدّ ميزة إيجابية ومعيّارة من معايير سهولة التعامل وجودة التصميم التي يبحث عنها المستخدم اليوم.

مضمون منشورات الموقع الإلكتروني:

جدول رقم 5: يبين موضوع البيانات والتصريحات الصحفية:

النسبة المئوية	التكرار	محتوى البيانات الصحفية
16.66	02	إعلانات عن موعد الإضراب
41.66	05	المطالب
33.33	04	موقف الحكومة
8.33	01	المقررات الدراسية
%100	12	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن المطالب وموقف الحكومة من الإضرابات مثلت أعلى نسبة مقارنة بباقي المواضيع، حيث حاول الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين عرض مطالب الأسرة التربوية من أساتذة ومفتشين وموظفين بالتفصيل، وموقف الحكومة الذي يربط الاحتجاجات بنظرية الفوضى والمؤامرة، بعدها تأتي الإعلانات عن موعد الإضراب والمقررات الدراسية بنسب متقاربة، حيث كانت نصف البيانات الصحفية تعلن عن الإضراب في حالة رفض الحكومة لمطالبهم، أما بالنسبة للمقررات الدراسية فكانت بخصوص تخوف الاتحاد الوطني للتربية والتكوين من إقصاء مواد الهوية الوطنية من امتحانات البكالوريا بعد اعتماد مشروع التقويم المستمر في هذا الامتحان ابتداء من العام المقبل.

جدول رقم 6: يبين أهداف المنشورات:

النسبة المئوية	التكرار	أهداف المنشور
25	06	إعلام
16.66	4	تقديم توضيحات
16.66	4	إيصال صوت الاتحاد إلى الرأي العام من خلال الإعلام
8.33	2	محاولة إنجاح الإضراب
8.33	2	توحيد المطالب مع باقي النقابات
12.5	3	تحسين الصورة
-	-	تكذيب إشاعات
8.33	02	الدعوة إلى الإضراب
4.16	01	الحفاظ على رموز الهوية الوطنية
%100	24	المجموع

يتمحور هذا الجدول حول أهداف منشورات الاتحاد الخاصة بالبيانات والتصريحات الصحفية والتي جاء على رأسها الإعلام بما نسبته (25%) وهذا طبيعي؛ إذ من بين الأهداف الأساسية للموقع هو إعلام المتصفح (سواء كان إعلاميا أو مستخدما

فقط) بأحر مستجدات المنظّمة ونشاطاتها سواء على مستوى اللجان النقابية (من خلال بياناتها) أو على المستوى الإعلامي (من خلال المقابلات الصحفية) وهو ما تحقّق بدرجة أولى، يليه كأهداف أخرى مُحقّقة تقديم توضيحات وإيصال صوت الاتحاد إلى الرأي العام من خلال الإعلام بنسبة 16.66%؛ وهي طبعاً الأهداف التي يسعى أي تنظيم إلى تحقيقها من خلال إنشاء مواقع إلكترونية خاصّة، لإزالة أي لبس أو غموض قد يحمله الجمهور حول هذا التّظيم وبالأخص في ظل انتشار الأخبار المغلوطة والشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تحديداً، ولأن الوصول للرأي العام وكسبه من أجل إنجاح القضية هو أحد الأهداف الرئيسية للاتّحاد فهذا ما سعى إليه عبر منشوراته.

وعلى الرّغم من أنّ الاتّحاد لم يعمل كثيراً على جانب تحسين صورته لدى الرأي العام نظراً لتراجع هذا الهدف إلى المرتبة الثالثة بنسبة 12.5%؛ إلا أنّه حاول ذلك من خلال تبريره للإضرابات ودرجة تمسّكه بموقفه رغم ما قد يكلفه من تعطلّ في المسار الدّراسي، ومع ذلك فالقضية أعمق من مجرد مصالح شخصية لما سيكون لها من انعكاسات إيجابية على القطاع ككل.

أما الأهداف الأخرى من منشورات الاتّحاد فقد كانت محاولات لإنجاح الإضراب وتوحيد المطالب مع باقي النقابات حرصاً على نجاح العملية وتجنّب الفوضى، إلى جانب طبعاً الدعوة إلى الإضراب بطريقة منظّمة كوسيلة أساسية للضّغط على الدّولة.

جدول رقم 7: يبيّن فئة الفاعلين في المنشورات:

فئة الفاعلين	التكرار	النسبة المئوية
رئيس الاتحاد	06	40
المكتب الوطني	01	6.66
رؤساء الفروع النقابية	02	13.33
اللجنة الوطنية لمفتشي التعليم الابتدائي	01	6.66
المكلف بالإعلام في الاتحاد	03	20
الإعلاميون	02	13.33
المجموع	15	100%

يتعلّق الجدول أعلاه بفئة الفاعلين الذين يظهرون من خلال منشورات الاتّحاد على الموقع الإلكتروني وتحديدًا في البيانات والتصريحات الصحفية؛ حيث تشير الأرقام إلى أنّ رئيس الاتحاد (الصّادق دزيري) هو أكثر شخصية فاعلة في هذا المحتوى وتحديدًا المتعلّق منه بالتصريحات الصحفية، والتي توحي بأنّه رجل ذو نشاط وهمّة عاليتين ما يثبت مكانته كرئيس للاتّحاد؛ فكثيراً ما برز اسمه لدى الصّحافة الجزائرية المكتوبة، السمعية أو السمعية البصرية وخاصة مؤخراً في ظلّ الأزمة التي يشهدها القطاع؛ حيث أجرى العديد من المقابلات التلفزيونية التي ينشرها الموقع الإلكتروني للاتّحاد وحتى صفحته على الفايسبوك وقناته على اليوتيوب، كما أدلّ بالكثير من التصريحات من خلال الصّحف المكتوبة كالسلام والشعب..

وقد تلاه في درجة الفاعلية المكلف بالإعلام في الاتّحاد السيّد "عبد الوهّاب العمري زقار" أيضاً من خلال تصريحاته مع الصّحافة الجزائرية بمختلف أشكالها، ثمّ يأتي رؤساء الفروع النقابية بنسبة 13.33% عندما يتعلّق الأمر بالحديث عن لقاءات الجمعية العامّة وغيرها من التجمّعات التي ينظّمها الاتّحاد من أجل التأكيد على المطالب ومحاولات إنجاح الإضرابات والخروج من الأزمة، ويتساوى مع هذه النسبة بروز الإعلاميين كفاعلين من خلال المحتوى المتعلّق بالتصريحات الصحفية للاتّحاد والتي يلعب فيها

الإعلاميون دورا كبيرا في نقل صوت الاتحاد وتغطية نشاطاته خلال الأزمة.. فيما يبرز على نحو ضئيل كل من المكتب الوطني واللجنة الوطنية لمفتشي التعليم الابتدائي كفاعلين بما يعادل 6.66%.

جدول رقم 8: يبين فئة الجمهور المستهدف:

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
أساتذة	10	26.31
موظفو قطاع التربية والتعليم	10	26.31
الأولياء	00	00
وزير التربية والتعليم	08	21.05
إعلاميون	10	26.31
المجموع	38	%100

يتضح من خلال الجدول أن الاتحاد الوطني لعمال التربية الوطني والتكوين استهدف من خلال بياناته وتصريحاته على غرار الإعلاميين فئة الأساتذة وموظفي القطاع بنسب متساوية 26.31%، لأن الأزمة تمس كل عناصر الأسرة التربوية، لذا جاءت البيانات والتصريحات من أجل إعلامهم بالمستجدات وتطورات الأزمة، والحلول المقترحة من أجل تفادي تفاقم الوضع، أما بالنسبة للإعلاميين فالبيانات والتصريحات موجهة إليهم بطريقة مباشرة كونها فضاء مخصص لهم يمددهم بالمعلومات من المصدر ما يضيف المصداقية لما ينشرونه عن الاتحاد، أما وزير التربية فكان مستهدفا في أغلب البيانات والتصريحات لأنه الطرف المسؤول على القطاع وعلى تطويره وتحسين أوضاعه، ومن مهامه الانصات لمطالب موظفي القطاع، في حين لم يستهدف الاتحاد الأولياء رغم أهميتهم في المعادلة، لأن إقناعهم بوجهة نظر الأساتذة، وأهمية الإضرابات وانعكاساتها الإيجابية على مصلحة أبنائهم التلاميذ يؤدي إلى تغيير الموازين، ويسرّع في الوصول إلى حلول ترضي كل الأطراف.

جدول رقم 9: يبين فئة القيم المتضمنة في المنشورات:

القيم	التكرار	النسبة المئوية
الإصرار	08	22.22
المواطنة	03	8.33
الاتحاد	04	11.11
التضامن	02	5.55
الالتزام	07	19.44
الاستمرارية	09	25
التنظيم	03	8.33
المجموع	36	%100

يبين الجدول أعلاه القيم التي تضمنتها البيانات والتصريحات الصحفية، حيث جاءت نسب الاستمرارية والإصرار والالتزام متقاربة (25%، 22.22%، 19.44%)، لأن الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين كان مصرا على موقفه ومطالبه، ومستمر في الإضرابات حتى يتلقى الرد الإيجابي من طرف الحكومة، أما بالنسبة لقيم الاتحاد والتضامن فكانت في البيانات التي تدعو إلى تكثيف الجهود من أجل إنجاح الإضراب وكانت تستهدف الأساتذة وموظفي القطاع، أما المواطنة فكانت في البيان الخاص بمواد امتحان البكالوريا، أين أكد الاتحاد على ضرورة المحافظة على رموز الهوية الوطنية حتى ولو تم تقليص مواد الامتحان، كما ظهرت هذه القيمة في تصريحين يؤكد فيهما رئيس الاتحاد خوفه من تفاقم الأزمة وتأثيرها على مصالح البلاد، أما التنظيم فظهر في البيانات التي كانت تدعو إلى الإضرابات.

جدول رقم 10: بين فئة استراتيجية اتصال الأزمة المستخدمة في المنشورات:

النسبة المتوية	التكرار	استراتيجية اتصال الأزمة
00	00	استراتيجية الاعتذار
80	08	استراتيجية الدفاع الهجومي
20	02	استراتيجية الهجوم المضاد
%100	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استراتيجية اتصال الأزمة التي اعتمدها الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين، حيث أنه لم يعتمد مطلقا على سياسة الاعتذار، باعتبار أن هذه السياسة تُعتمد إلا في حالة اعتراف المنظمة بأخطائها وتطلب السماح من جمهورها، وفي حالة الاتحاد فهو متمسك بقضيته ومؤمن بمطالبه، ويرى بأن الإضرابات هي الحل الوحيد لأن الحكومة لم تستجب لمطالبهم، وحسب الجدول فإن الإستراتيجية التي اعتمدها الاتحاد بنسبة 80% هي استراتيجية الدفاع الهجومي، أين تدافع المنظمة عن موقفها وتسعى لكسب رأي عام يساند قضيتها، من خلال تفسير سياساتها وأعمالها على نطاق واسع، وهو الأمر الذي يقوم به الاتحاد، حيث احتلت المطالب كما ذكرنا سابقا المرتبة الأولى من حيث المواضيع، أين يشرح مطالبه وقضيته وأسباب الإضرابات، أما بالنسبة لاستراتيجية الهجوم المضاد فتكون في حالة تعرض المنظمة لحملة تشهير أو تناول الأزمة بشكل غير منصف أو تناول حقائق غير واقعية فيها ظلم للمنظمة، وهو حالة الإتحاد الذي رد على موقف الحكومة وادعاءاتها بأن إضراباتهم مرتبطة بنظرية المؤامرة، وتهدد استقرار البلاد، لذا استخدم الاتحاد استراتيجية الهجوم المضاد من أجل الدفاع عن حقه وسمعته.

جدول رقم 11: بين فئة الاستمالات الإقناعية المستخدمة في المنشورات:

النسبة المئوية	التكرار	الاستمالات الإقناعية
38.88	07	عقلية
16.66	03	عاطفية
44.44	08	تخويفية
%100	18	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الاستمالات الإقناعية الموظفة في محتوى منشورات الأتحاد عبر بياناته وتصريحاته الصحفية؛ والتي جاءت تخويفية أساسا بما نسبته (44.44%) من خلال لهجة التهديد التي تظهر في العديد من أجزاء البيانات الصحفية وحتى التصريحات خاصة بعدما تفاقمت مشاكل القطاع وتأزمت أوضاعه، ما دفع بالمنظمة للحديث بلغة صارمة وشديدة أحيانا فيها الكثير من التأنيب للوزارة ومن ورائها الحكومة، حيث تحملها مسؤولية اشتعال موجة الغضب والاحتجاجات التي تحدث بسبب تجاهلها للمطالب وعدم اتخاذ أية إجراءات استعجالية لاحتواء الوضع.

كما تظهر الاستمالات العقلية بنسبة 38.88% من خلال اللغة المستخدمة سواء في البيانات أو التصريحات الصحفية والتي تعكس الطرح العقلاني للأزمة؛ خاصة عندما يحاول الأتحاد إظهار تمسكه بالمطالب التي باتت ملحة في ظل تفاقم مشاكل القطاع ما يجعل مسألة الاستجابة أمرا متعلّقا وحكيما.

أما الاستمالات العاطفية فقد كانت نسبتها الأضعف (16.66%) نظرا لطبيعة المحتوى وهدفه؛ والذي يحتاج عقلانية ولغة شديدة فيها الكثير من التهديد أكثر من اللين واستجداء العاطفة، ومع ذلك لم يخلُ محتوى البيانات ولا التصريحات من هذه الأخيرة خاصة عندما يتعلّق الأمر بوصف حالة المدرسة الجزائرية اليوم وظروف الأستاذ المزرية والتي تستدعي التعاطف والمؤازرة.

جدول رقم 12: بين فئة خدمة الموقع للإعلاميين:

غير متوفرة	متوفرة	خدمة الموقع للإعلاميين
	✓	رابط جريدة الأتحاد
	✓	عنوان البريد الإلكتروني
	✓	أرقام الهاتف والفاكس
	✓	حسابات الأتحاد على مواقع التواصل الاجتماعي

يُظهر هذا الجدول مدى توفر الموقع الإلكتروني للأتحاد على ما يسمّى بخدمة الإعلاميين من خلال نشره لرابط جريدة الأتحاد؛ وهي جريدة وطنية تغطّي كل المكاتب الولائية والجهوية واللجان وتنشر كل ما يتعلّق بالمنظمة من نشاطات، وما ستعقده من اجتماعات وكذا تصريحات صحفية.. وغيرها من أخبار الأتحاد، كما يتيح الموقع البريد الإلكتروني للأتحاد من خلال عنوانين هما: unpefnational@yahoo.fr و conact@unpef.dz، وأرقام الهاتف والفاكس: 021.65.95.16 -

021.65.78.83، وحتى حسابات الاتحاد على صفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام، قناته على اليوتيوب، وكذلك حسابه على Dribble وهي شبكة اجتماعية مختصة بالتصميم)؛ وهذا ما يدلّ على اهتمام هذه المنظمة بعلاقتها مع الإعلام من خلال ما تتيحه للإعلاميين من أجل التواصل معها من جهة، وحتى علاقتها مع الجمهور المتصفح خاصة عبر فضاءات التواصل الاجتماعي التي تحرص من خلالها على تواجدها الافتراضي عبر عدّة شبكات متنوّعة (كما هو واضح) سواء في طريقة عرضها للمحتوى أو تخصّص كلّ واحدة منها.

3.7. النتائج العامة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر أبرزها فيما يلي:

- 1) توفر منظمة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين للإعلاميين عبر موقعها الإلكتروني خدمة البيانات والتصريحات الصحفية، وهي من أدوات إدارة العلاقة مع الإعلام التي تساعد في تقديم أهم المعلومات التي يحتاجها الإعلامي من أجل تحرير خبره عن المنظمة خاصة في هذا الظرف الاستثنائي الذي تعيشه.
- 2) يعتمد الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين في نشر بياناته وتصريحاته الصحفية على أسلوب النص والصورة والرابط بنسبة 80%، وهذا راجع إلى أهمية الصورة في نقل الحقائق وتوثيقها وإعطائها المصداقية، كذلك أهمية الرابط في تحقيق التفاعلية وإيصال المحتوى إلى أكبر عدد من الإعلاميين وباقي فئات الجمهور، خاصة وأن الروابط المتاحة على موقع الاتحاد مخصصة لمشاركة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3) استخدم الاتحاد في محتوى كل بياناته وتصريحاته الصحفية اللغة العربية - ما عدا تصريح واحد جاء باللغة الفرنسية-، إلا أن استخدامهما معا سيسمح بإيصال القضية إلى الإعلاميين في الجرائد والقنوات الناطقة بالعربية والفرنسية، ومن ثمّ إلى أكبر عدد من الجمهور.
- 4) اختلفت مواضيع البيانات والتصريحات الصحفية التي نشرها الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين أثناء الأزمة، حيث مثلت المطالب ومواقف الحكومة أعلى نسبة، تلتها إعلانات الإضراب والمقررات الدراسية، وهي مواضيع حاول الاتحاد من خلالها تقديم عرض للمطالب وكيف ردت الحكومة على انشغالهم حتى يوصل الحقيقة للإعلاميين
- 5) يوفر الموقع الإلكتروني لمنظمة "الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين" للإعلاميين خدمة تحميل الملفات المتعلقة بالبيانات والتصريحات الصحفية؛ من خلال إتاحة تحميل الصور والملفات المتعلقة بالبيانات في صيغة PDF.
- 6) جاء على رأس أهداف منشورات الاتحاد الخاصة بالبيانات والتصريحات الصحفية "الإعلام" بما نسبته (25%)؛ عندما يتعلّق الأمر بنقل آخر مستجدّات المنظمة ونشاطاتها أساسا.. يليه هدف تقديم توضيحات وكذا إيصال صوت الاتحاد إلى الرأي العام من خلال الإعلام بنسبة 16.66%؛ وهذا من أجل إنجاح قضيته وكسب الرأي العام.
- 7) لم يولي الاتحاد أهمية كبيرة بخصوص تحسين صورته عبر البيانات والتصريحات الصحفية رغم أهميته في نجاح اتصالات الأزمة، خاصة وأن صورة الأستاذ اهتزت مؤخرا لدى أفراد المجتمع الجزائري بسبب ما يتداوله الإعلام من جهة، وما تنقله الوزارة من جهة أخرى.

- 8) رئيس الاتحاد (الصادق دزيري) هو أكثر شخصية فاعلة من خلال منشورات الاتحاد على الموقع الإلكتروني المتعلقة بالبيانات والتصريحات الصحفية؛ خاصة عند نقل تصريحاته عبر وسائل الإعلام المختلفة، وكذلك الأمر بالنسبة للمكلف بالإعلام في

- الاتحاد السيّد "عبد الوهّاب العمري زقار"، ثمّ يأتي رؤساء الفروع التّقابية عند نشر تقارير لقاءات الجمعية العامّة تحديداً.. إلى جانب بروز الإعلاميين كفاعلين من خلال المحتوى المتعلّق بالتصريحات الصحفيّة للاتحاد.
- 9) وظّف الاتحاد استراتيجية الدفاع الهجومي بنسبة 80% في البيانات والتصريحات الصحفيّة، أين دافع الاتحاد عن موقفه من أجل كسب رأي عام يساند قضيتته، من خلال تفسير سياساته وأعماله للإعلاميين ومن ثمّ الجمهور العام، وبنسبة 20% فقط وظف استراتيجية الهجوم المضاد عندما هاجمته الحكومة وربطت قضيتته بنظرية المؤامرة.
- 10) بدت الاستمالات الإقناعية الموظّفة في محتوى منشورات الاتحاد عبر بياناته وتصريحاته الصحفيّة تخويّفة أساساً؛ من خلال اللهجة الصارمة والشديدة التي يتوجّه بها للاتحاد للوزارة أحياناً خاصّة في ظلّ صمتها وعدم تجاوبها مع المطالب المرفوعة. كما تظهر الاستمالات العقلية كثيراً من خلال لغته التي تعكس الطّرح العقلاني للأزمة وأن ضرورة الاستعجال في حلّها هو من الحكمة بما كان. أمّا الاستمالات العاطفية فلم تظهر كثيراً.
- 11) يوفر أيضاً الموقع الإلكتروني للاتحاد خدمات أخرى للإعلاميين على غرار البيانات والتصريحات الصحفيّة كرابط جريدة الإنباف، وعناوين البريد الإلكتروني للاتحاد وكذا أرقام الهاتف والفاكس، وحتّى حسابات الاتحاد على صفحات التّواصل الاجتماعي وهي: الفايسبوك، تويتر، إنستغرام، قناة على اليوتيوب، وكذلك حساب على Dribble الشبكة الاجتماعية المختصة بالتصميم؛ ممّا يدلّ على اهتمام المنظمة بعلاقتها مع الإعلام من خلال ما تتيحه للإعلاميين والجمهور من سبل التّواصل معها، علاوة على اهتمامها بتواجدها على مستوى الفضاء الافتراضي عبر عدّة شبكات اجتماعية مختلفة.

8. خاتمة:

بما أنّ إدارة العلاقة مع الإعلام هي إحدى استراتيجيات العلاقات العامة التي تركز عليها المنظمة من أجل إيصال أخبارها وتحسين صورتها لدى الجمهور.. فقد حاولت هذه الدراسة الكشف عن ذلك من خلال إحدى المنظّمات (الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين)؛ بالبحث في كيفية إدارة هذا التنظيم لعلاقته مع الإعلاميين عبر موقعه الإلكتروني أثناء الأزمة التي مرّ بها، ومحاولة التعرّف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في بياناته وتصريحاته الصحفيّة.. وقد توصّلت إلى أنّ الاتحاد اهتم بإدارة علاقته مع الإعلاميين عبر ما يتيحه لهم من بيانات وتصريحات صحفيّة، كما اهتم بتقديم مطالبه وموقف الحكومة من قضيتته إلى الإعلاميين، إلا أنّه لم يهتم كثيراً بتحسين صورته ولم يهتم باستخدام اللغات الأجنبية في بياناته وتصريحاته، وبهذا فالدراسة توصي بضرورة اهتمام هذا التّنظيم عبر موقعه الإلكتروني تحديداً بالعمل على تحسين صورته أكثر لدى الجمهور عن طريق ما يتمّ نقله وتداوله مع وسائل الإعلام، وكذا ضرورة التنوع في استخدام اللغات الأجنبية عند نشر بياناته وتصريحاته الصحفيّة من أجل ضمان انتشارها الواسع والمتنوع.

9. قائمة المراجع:

1. Philip Morel, Relation presse: les gérer et les rentabiliser avec internet, librairie Vuibert, Paris, 2008.
2. Élodie Cally, réussir sa relation presse, dunod,2015, paris.
3. أسامة عبد الرحمن، إدارة الأزمات في عهد الراشدين، الناشر أسامة إبراهيم عبد الرحمن، 2017.
4. نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، مجلة الحكمة، العدد 15، السداسي الأول، 2013.
5. محمد الصيرفي، إدارة الأزمات، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006.
6. محمد بلال، أحمد يطيشان، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة، دار وائل للطباعة والنشر، لبنان، 2004.
7. صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
8. محمود يوسف، فن العلاقات العامة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
9. صبرينة رماش، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2009 /2008.
10. ريان مبارك، استخدام المؤسسات للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، 2017.
11. رفعت عارف الضبع، إدارة الأزمات، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة، 2015.
12. أحمد فاروق رضوان، استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة اتصالات الأزمة، : دراسة حالة على شركة تويوتا، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 8، ماي 2012، ص 159-215.
13. الموقع الرسمي للاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين (UNPEF): [/https://www.unpef.dz](https://www.unpef.dz)
14. جريدة الإنباف: [/https://news.unpef.dz](https://news.unpef.dz)
15. الصفحة الرسمية للاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين على الفاييسوك:
https://www.facebook.com/UNPEF?_rdc=1&_rdr
16. حساب الاتحاد على تويتر: <https://twitter.com/jegtheme>
17. حساب الاتحاد على الانستغرام: [/https://www.instagram.com/jegtheme](https://www.instagram.com/jegtheme)
18. القناة الرسمية للإنباف على اليوتيوب:
<https://www.youtube.com/channel/UCkm2srMrGCTMBYSrRBkRt3A/vid>
19. حساب الاتحاد على Dribble: <https://dribbble.com/jegtheme>