



جامعة البويرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العقيد اكلى محند اولحاج

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم التاريخ



جامعة البويرة

دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية

\*دراسة حالة مؤسسة سيفيتال\*

مشروع مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ليسانس

تخصص اتصال

إشراف الأستاذ:

أوشن جميلة

من اعداد الطالبتين:

-بوزراية كنزة

-شرشم حنين

السنة الجامعية : 2020/2019

# شكر و تقدير

الشكر لله عز و جل أولا على نعمة الصبر و القدرة على إنجاز العمل فالحمد لله على النعم ،  
و بعد ذلك أتوجه إلى استاذتنا " أوشن جميلة " بجزيل الشكر و العرفان لكل ما قدمته لنا من  
نصائح و توجيهات و دعمها الدائم و تواضعها و صبرها معنا خلال فترة إشرافها علينا .  
و نشكر كافة الأساتذة الكرام الذين تلقينا على أيديهم العلم و المعرفة ، و خاصة أساتذة  
الإتصال و العلاقات العامة .

و إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إتمام العمل .

# إهداء

النبع الصافي ، إلى شجرتي التي لا تذبل ، إلى الظل الذي أوي إليه في كل حين ، إلى من دعوته سر نجاحي و نور لكل خطوة أخطوها في حياتي "أبي الغالي "

إلى من أفضلها على نفسي ، و لم لا فلقد ضحت من أجلي ، و لم تدخرا جهدا إلا في سبيل إسعادي ، لن أعطيها حقها فقد غمرتني بحبها و حنانها و اهتمامها حتى و صلت إلى ما أنا عليه الآن " أمي الغالية " .

إلى أخي الوحيد و صديقي و قرّة عيني، و الذي أعتمد عليه في كل خطوة أخطوها في حياتي ، نعم الأخ و السند " حمزة "

إلى الشجرة التي نستظل بظلها و نأكل من ثمارها فنزداد بها علما و نرفع بها مكانا " أساتذتي الأعزاء "

إلى صديقتي مايا التي لا تستطيع الكلمات وصفها ووصف كمية الامتنان تجاهها ، كانت و ستبقى جرعة الأمل بالنسبة لي .

إلى عزيزتي شيريهان التي اعتبرتها بمثابة الأخت التي لم أحظى بها ، لن أنسى مساعدتها ، و دعمها و تحفيزها لي .

كنزة

# إهداء

وجد الإنسان على وجه البسيطة ولم يعيش بمعزل عن باقي البشر  
وفي جميع مراحل الحياة يوجد أناس يستحقون منا الشكر وأولى  
الناس بالشكر هما الوالدين لما هما من الفضل ما يبلغ عنان السماء  
إلى من وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت قدميها ووقرها في  
كتابه العزيز إلى من أرضعتني الحب والحنان إلى رمز الحب وبلسم  
الشفاء أمي الحبيبة

إلى صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة والدي العزيز  
إلى من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب إلى  
القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي  
إلى من وقف إلى جانبي في كل خطوة في حياتي ونصحتني ولم  
يتخلى عني في أصعب حالاتي زوجي العزيز يوسف  
إلى أصدقائي وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني  
إلى جميع أساتذتي الكرام وخصوصا أوثن جميلة

**حين**

## ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة الى التعريف بدور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية لمؤسسة سيفتال ، و قد اعتمدنا في هذه الدراسة على مجموعة من الأدوات لجمع البيانات و المعلومات مثل الملاحظة و الاستبيان بالإضافة إلى المنهج الوصفي الملائم لمثل هذه الدراسات و المواضيع .

<u>الصفحة</u>	<u>فهرس المحتويات</u>
	<u>شكر و عرفان</u>
	<u>اهداء</u>
	<u>اهداء</u>
	<u>مخلص الدراسة</u>
	<u>مقدمة</u>
أ	
10	<u>الفصل الاول: البناء المنهجي و المفاهيمي</u>
11	<u>اشكالية الدراسة و تساؤلاتها</u>
12	<u>أسباب اختيار الموضوع</u>
12	<u>اهمية الدراسة</u>
12	<u>اهداف الدراسة</u>
12	<u>منهج الدراسة</u>
13	<u>مجتمع البحث و عينة الدراسة</u>
13	<u>ادوات جمع البيانات</u>
16	<u>الدراسات سابقة</u>
22	<u>تحديد المفاهيم و المصطلحات</u>
26	<u>نظرية الدراسة</u>
	<u>الفصل الرابع: الاجراءات الميدانية للدراسة</u>
29	<u>خاتمة</u>
30	<u>قائمة المراجع</u>
32	<u>الملاحق</u>

## خطة البحث :

### الفصل الأول : البناء المنهجي و المفاهيمي للدراسة :

1\_ إشكالية الدراسة و تساؤلاتها

2\_ اسباب إختيار الموضوع

3\_ اهمية الدراسة

4\_ اهداف الدراسة

5\_ منهج الدراسة

6\_ مجتمع البحث و عينة الدراسة

7\_ ادوات جمع البيانات

8\_ الدراسات السابقة

9\_ تحديد المفاهيم و المصطلحات

10\_ نظرية الدراسة

### الفصل الثاني : مفهوم العلاقات العامة و جمهورها

#### المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة

1\_ نشأة و تطور العلاقات العامة

2\_ أهمية العلاقات العامة

3\_ أهداف العلاقات العامة

4\_ وسائل العلاقات العامة

#### المبحث الثاني : جمهور العلاقات العامة

1\_ تعريف الجمهور

2\_ أنواع الجمهور

3\_ الجمهور الخارجي

## الفصل الثالث : عوامل بناء الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية

### المبحث الأول : الصورة الذهنية

1\_ تعريف الصورة الذهنية

2\_ أنواع الصورة الذهنية

3\_ العوامل و المؤثرات الخاصة بتكوين الصورة الذهنية

4\_ خصائص الصورة الذهنية

### المبحث الثاني : المؤسسة الاقتصادية

1\_ تعريف المؤسسة الاقتصادية

2\_ خصائص المؤسسة الاقتصادية

3\_ أنواع المؤسسة الاقتصادية

4\_ أهداف المؤسسة الاقتصادية

## الفصل الرابع : الإجراءات الميدانية للدراسة :

### المبحث الأول : مهام المؤسسة و هيكلها

1\_ مهام المؤسسة

2\_ هيكلية المؤسسة

### المبحث الثاني : تحليل نتائج الدراسة

1\_ تفريغ البيانات

2\_ النتائج العامة للدراسة

النتائج في ظل التساؤلات

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق



## مقدمة :

يشكل الاتصال بمختلف اشكاله روح المؤسسة و بدونه لايمكن ان تحقق الأهداف كاملة فهي بحاجة لتوطيد العلاقات مع جمهورها و مع محيطها الإقتصادي و الاجتماعي . و العلاقات العامة شكل من اشكال الإتصال التي تستخدمها المؤسسات و المنظمات ، حيث اصبحت إدارة العلاقات العامة في عصرنا الحالي عنصرا فعالا و اساسيا في حياة اي مؤسسة مهما كان نوعها ، و ذلك للأهمية الكبرى التي تكتسبها و لكونها الحلقة التي تقوم بربط المؤسسة بالجمهور الداخلي و الخارجي و خلق علاقات بينهم . و بناء ثقة متبادلة و صداقية مما يخلق عندهم سمعة حسنة عن هذه المؤسسة حيث تستطيع العمل البيئية المشكلة لذلك الجمهور او المجتمع الذي تنتمي اليه.

ان السمعة الحسنة للمؤسسة تتعلق بصورتها الذهنية لان هذه الأخيرة تشكل عاملا هاما في تسويق المؤسسة لرسالتها و لذلك فهي تسعى للحفاظ على الصورة في اذهان جماهيرها الداخلية و تشكيل آراء و تكوين انطباعات و خلق السلوك الإيجابي لدى الأفراد و الجماعات تجاه المؤسسة ، حيث اصبح تكوين هذه الصورة الحسنة من اهم الأهداف التي تسعى لتحقيقها المؤسسات الحديثة ، لأن هذا الأمر يسمح لها بإرساء قواعد متينة ترتكز عليها تكون قائمة على الثقة المتبادلة بينها و بين جماهيرها و على التواصل الدائم .

ولقد انصب اهتمامنا في هذا البحث على دراسة العلاقات العامة و دورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإقتصادية وجاءت هذه الدراسة في اربعة فصول ، حيث ضم الفصل الأول الإطار المنهجي و يعتبر مدخلا عاما للدراسة من خلال طرح إشكالية الدراسة و مجموعة من التساؤلات، بالإضافة إلى اسباب إختيار الموضوع و الأهمية و الأهداف ، كما يشمل هذا الفصل منهج و أدوات جمع البيانات هذه الدراسة و بعض الدراسات السابقة و المفاهيم المتعلقة بالموضوع ، و اخيرا نظرية الدراسة .

اما في الفصل الثاني ضم مدخلا عاما عن العلاقات العامة من حيث المفهوم و النشأة و التطور ، و الأهمية و الأهداف ووسائل الإتصال في العلاقات العامة لنعرج و نركز على جمهور العلاقات العامة في المؤسسة و نذكر تعريف الجمهور و انواعه و الجمهور الخارجي للعلاقات العامة .

اما في الفصل الثالث فكان بعنوان عوامل بناء الصورة الذهنية للمؤسسة الإقتصادية فاحتوى على اهمية الصورة الذهنية وانواعها و خصائصها و العوامل و المؤثرات الخاصة لتكوين الصورة الذهنية ، و ذكرنا ايضا المؤسسة الإقتصادية من حيث التعريف و الخصائص و الأنواع بالإضافة الى الأهداف و أخيرا وظائف المؤسسة .

اما في الفصل الرابع و الأخير تحت عنوان الإجراءات الميدانية للدراسة فاستخدمنا استبياننا من اجل معرفة رأي الجمهور عن المؤسسة وعن دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الإقتصادية .

## اولا : الفصل الأول : الإطار المنهجي و المفاهيمي

- 1\_ إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
- 2\_ اسباب إختيار الموضوع
- 3\_ اهمية الدراسة
- 4\_ اهداف الدراسة
- 5\_ منهج الدراسة
- 6\_ مجتمع البحث و عينة الدراسة
- 7\_ ادوات جمع البيانات
- 8\_ الدراسات السابقة
- 9\_ تحديد المفاهيم و المصطلحات
- 10\_ نظرية الدراسة

## 1\_ تحديد الإشكالية و تساؤلاتها :

يعتبر الإتصال حاجة ملحة لا يمكن الإستغناء عنها قديما و حديثا ، فبواسطته يمكن للإنسان ان يتواصل مع الآخرين من بني جنسه سواء أفراد او منظمات مهما كانت طبيعة نشاطها ، فهذه المنظمات تعتمد في سيرها على علاقات اتصالية تجمع بينها و بين جمهورها الداخلي لهذا ان وجود جهاز يضمن لها سير الإتصال فيها بشكل فعال و هادف مهم جدا لتعزيز كفاءتها و قدرتها على المنافسة ، كما يشكل رابط بينهما و بين جمهورها ، و أي خلل يمس هذا الجهاز قد يؤدي إلى تعطيل السير الحسن داخل المؤسسة .

ان العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من نشاط اي مؤسسة ، حيث تعتبر وظيفة إدارية مهمة لتحقيق التوافق و التكيف داخل و خارج المؤسسة .

و تنظيم الانشطة المختلفة ، لهذا اولت المؤسسات اهمية كبيرة للعلاقات العامة و خصصت له مساحة كبيرة كفرع من فروع الإدارة ، و كنشاط مهم تعتمد عليه المؤسسات لتحسين صورتها و الدفاع عنها و تقوية علاقتها بجمهورها و تحسين صورتها في اذهانهم خاصة ان قوة نجاح اي منظمة او مؤسسة يعتمد على صورتها الذهنية لانها تشكل عاملا مهما في تسويق اهداف المؤسسة لأداء رسالتها<sup>1</sup>، فهي بمثابة هويتها التي تعتبر مرآة عاكسة لنظرة الجمهور لها .

و من هنا تتبلور إشكالية دراستنا المتمثلة في التساؤل الرئيسي الآتي :

**ما هو دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإقتصادية ؟**

و من خلال هذا التساؤل طرحنا مجموعة من التساؤلات الفرعية:

أ \_ ما مدى معرفة الجماهير لمؤسسة سيفيتال ؟

ب \_ ما مدى رضى و تقدير الجمهور الخارجي لمنتجات سيفيتال ؟

ج \_ كيف ترى الجماهير مصداقية مؤسسة سيفيتال و هل يتقون بها ؟

## 2\_ أسباب اختيار الموضوع:

### أسباب ذاتية :

- الميل الشخصي للموضوعات التي تتناول العلاقات العامة و هي ميدان تخصصي.
- الدافع الذاتي لمحاولة معرفة ما هو الدور الذي تلعبه إدارة العلاقات العامة في تحسين من صورة المؤسسة الإقتصادية.

### أسباب موضوعية :

- علاقة موضوع الدراسة بتخصصنا .
- شبه انعدام المواضيع التي تناولت العلاقات العامة و دورها في تحسين صورة الذهنية للمؤسسات الإقتصادية مقارنة بالمؤسسات الخدمائية .

## 3\_ أهمية الدراسة :

- التأكيد على الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.
- الإهتمام المتزايد بالعلاقات العامة و الحاجة الملحة لها باعتبارها نشاط حيوي داخل أي مؤسسة لما لها من أثر في نجاحها من ناحية التعامل مع جمهورها .
- ارتكاز العلاقات العامة على مبادئ اخلاقية تقوم على أساس من الثقة و الإحترام المتبادل بين المؤسسة و زبائنها .

## 4\_ أهداف الدراسة :

- محاولة فهم الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في التحسين من صورة المؤسسة ، و تبيان اهم الجوانب التي تركز عليه العلاقات العامة لتكوين صورة جيدة للمؤسسة .
- إثراء المكتبة ببحث جديد يكون داعما لمن يريد التعمق في دراسة هذا الموضوع .

## 5\_ منهج الدراسة :

- إن اختيار الباحث لمنهج الدراسة يكون حسب موضوع الدراسة، أي أن الموضوع والمشكلة المدروسة هي التي تفرض على الباحث المنهج المناسب لدراسته .

وبشكل عام ، فإن المنهج العلمي يمكن وصفه بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين أو من أجل البرهنة عليها للأخريين حين نكون بها عارفين<sup>1</sup>.

و لأن دراستنا هذه تنتمي لدراسات الوصفية لأنها تستهدف وصف و تشخيص العلاقات العامة ، و معرفة دور هذا الهيكل الإداري في الحفاظ على الصورة الحسنة للمؤسسة .

هذا ما جعلنا نستخدم المنهج الوصفي ، الذي يمكن تعريفه بأنه الطريقة العلمية المنظمة التي يعتمدها الباحث في دراسته لظاهرة اجتماعية او سياسية معينة وفق خطوات بحث معينة يتم بواسطتها تجميع البيانات و المعلومات الضرورية بشأن الظاهرة و تنظيمها و تحليلها من أجل الوصول إلى أسبابها و مسبباتها و العوامل التي تتحكم فيها و بالتالي استخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلاً<sup>2</sup>

## 6\_مجتمع البحث و عينة الدراسة :

**مجتمع الدراسة :** "مجتمع الدراسة أو البحث هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع البحث " وفي هذا البحث يتحدد المجتمع الأصلي في مستهلكي منتجات سيفيتال

**عينة البحث :** تعرف عينة البحث أنها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث من مشقات دراسة المجتمع الأصلي<sup>3</sup> ولقد اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة " ويعرف هذا النمط من إجراءات اختيار العينات بأنه ذلك الإجراء الذي يكون فيه لجميع الأفراد في مجتمع الدراسة نفس الاحتمال في أن يتم اختيارهم في عينة الدراسة بشكل مستقل<sup>4</sup>

وتضمنت عينة دراستنا على ما لا يقل عن 200 شخص من مختلف الفئات العمرية

## 7\_ أدوات جمع البيانات :

**أ\_ الملاحظة :** وتعني الملاحظة الإهتمام أو الإنتباه إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه ، والملاحظة العلمية تعني الإنتباه للظواهر والحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والوصول إلى القوانين التي تحكمها<sup>5</sup>

<sup>1</sup> عمار بوحوش ، محمد الذنبيات مناهج البحث العلمي و طرق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر الطبعة 4

2007 ، ص103

<sup>2</sup> عبد الناصر جندي ، تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية و الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر د.ط

2010 ، ص199

<sup>3</sup> جودت عزة عطوي ، اساليب البحث العلمي و مفاهيمه ، ادواته ، طرقه الاحصائية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الاردن ط4

2011 ص85

<sup>4</sup> سعيد التل و آخرون ، مناهج البحث العلمي ، تصميم البحث و التحليل الاحصائي ، دار المسير للنشر و التوزيع ، الاردن ط1

2007 ص99

<sup>5</sup> جودت عزت عطوي ، مرجع سابق ص120

ب \_ الاستبانة : تعتبر الاستبانة إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم ودوافعهم أو معتقداتهم .  
و هي أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث

1

---

<sup>1</sup> جودت عزت عطوي ، مرجع سابق ص99

للحصول على معلومات أكثر اعتمدنا على الاستبانات المغلقة حيث تم تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء

الجزء الاول : تناولنا فيه البيانات الشخصية وهي البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية لأفراد العينة وبلغ عدد الأسئلة 3 أسئلة متمثلة في:

الجنس ، السن و المستوى التعليمي ، الحالة الإجتماعية .

أما في المحور الثاني فشملت بيانات حول هوية المؤسسة و مدى معرفة الجماهير لها و كان عدد الأسئلة 7 متمثلة في

- هل لديك معرفة سابقة لمؤسسة سيفيتال ؟
  - ان كنت تعرفت عليها بأي طريقة ؟
  - في رأيك هل مؤسسة سيفيتال عمومية ام خاصة ؟
  - هل سبق وزرت فرع من فروع سيفيتال ؟
  - هل لديك فكرة عن المنتجات التي تقدمها هذه المؤسسة ؟
  - هل تعتقد أن هذه المؤسسة مشهورة عند الأشخاص المتعاملين معها؟
- وأما في المحور الثالث فتناولنا بيانات حول مدى رضى و تقدير الجمهور الخارجي لمنتجات سيفيتال احتوى على 4 أسئلة هي :

- أين تضع مكانة هذه المنتجات مقارنة مع مؤسسات أخرى ؟
  - ما رأيك في مستوى الخدمات في المؤسسة ؟
  - ما مدى رضاك عن منتجات سيفيتال ؟
  - هل أحسست بتراجع في مستوى تقديم المنتجات ؟
- المحور الرابع و الأخير كان بعنوان مدى ثقة الجماهير ومصداقية مؤسسة سيفيتال و كان عدد الأسئلة في هذا المحور 4 هي :

- هل ترى أن هذه المؤسسة لها مصداقية في تعامل مع الجماهير ؟
- هل تمارس عليكم المؤسسة نوعا من الإغراء ؟
- هل ترون المؤسسة وافية للجماهير ؟
- كيف تقيمون ثقتكم نحو المؤسسة ؟



## 8-دراسات السابقة:

### الدراسة الأولى:

للباحثة لقصير رزيقة بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح في قسنطينة و هي مذكرة لنيل الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع قدمتها الباحثة سنة 2008 بجامعة قسنطينة يتناول موضوع الدراسة دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية حيث ركزت الدراسة على إبراز قدرة جهاز العلاقات العامة على تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية لدى جمهورها و ذلك بطرح التساؤل الرئيسي التالي

كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة على المؤسسة الاقتصادية للأملاح عند جمهورها الخارجي .

### تساؤلات الدراسة :

✓ هل تحض مؤسسة الأملاح بمعرفة واسعة في اوساط اغلب جماهيرها؟

✓ هل تحضا منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي ؟

✓ هل تحض مؤسسة الأملاح بثقة جمهورها ؟

✓ هل تركز المؤسسة في علاقاتها العامة على الوسائل المطبوعة؟

### فرضيات الدراسة :

1\_ يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الأملاح في قسنطينة لدى جمهورها

2\_ تحظى مؤسسة الأملاح في قسنطينة بمعرفة واسعة في اوساط جمهورها الخارجي

4\_ تحظى منتجات مؤسسة الأملاح بقسنطينة بتقدير جمهورها الخارجي

5\_ تفتقد مؤسسة الأملاح بقسنطينة بثقة جمهورها الخارجي

6\_ يرتكز نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الأملاح على إستعمال الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل

منهج الدراسة و ادوات جمع البيانات :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب لوصف كامل و دقيق لموضوع البحث و الوقوف على وصف دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإقتصادية عند جماهيرها

و اعتمدت الباحثة توظيف ادوات جمع البيانات من ملاحظة و مقابلة و استمارة

عينة الدراسة : قامت الباحثة باختيار العينة الدائرية المنتظمة دامت لثلاثة اسابيع

نتائج الدراسة و كانت اهم نتائجها :

ان مؤسسة الأملاح بقسنطينة تحظى بمعرفة واسعة في اوساط جمهورها الخارجي

ان منتجات مؤسسة الأملاح بقسنطينة تحظى بتقدير جمهورها الخارجي

يرتكز نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الأملاح بقسنطينة بإستعمال الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل

1

---

<sup>1</sup> لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية مذكر لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص وسائل الاعلام و المجتمع ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2006-2007 جميع الصفحات

تعقيب :

تطرق الباحث في هذه الدراسة الى موضوع دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية و قد لخص مجموعة من النتائج تبين مدى صحة الفرضيات التي وضعها للبحث ولكن هذا الموضوع يبقى بحاجة الى مزيد من الدراسة و التحليل و من نقاط التشابه بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية انها اهتمت بالصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية بالإضافة انها استخدمت نفس المنهج و الإشتراك في نفس أدوات جمع البيانات وكما تم الاستفادة منها في جمع المراجع و إعداد الجانب النظري و بالنسبة لنقاط الاختلاف فإن الدراسة الحالية قد اهتمت بمجمع سيفتال في حين ان هذه الدراسة اهتمت بمؤسسة الأملاح بقسنطينة

### الدراسة الثانية :

هدى غرسي دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية ، دراسة مسحية على القائمين بالعلاقات العامة بجامعة العربي بن مهيدي و هي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة .

يتناول موضوع الدراسة دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية حيث افترضت ان جهاز العلاقات العامة يلعب دورا مهما في أي مؤسسة كانت من خلال تحسين صورتها لدى الجمهور على المستوى الداخلي و كذلك دور هذه الوظيفة في المؤسسة الخدمائية و مساهمتها في تطويرها و نجاحها و ذلك من خلال طرح الإشكال الاتي : هل يساهم جهاز العلاقات العامة في تحسين صورة الجامعة ؟

تساؤلات الدراسة :

✓ هل تعمل العلاقات العامة على تنظيم تظاهرات علمية بالجامعة ؟

✓ ماهي وسائل الإتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في علاقاتها مع الجمهور الداخلي في الجامعة ؟

فرضيات الدراسة :

\_ إن جهاز العلاقات العامة ينظم تظاهرات علمية تضمن تحسين صورة الجامعة و التعريف بها .

2\_ يرتكز نشاط العلاقات العامة في الجامعة على الوسائل المكتوبة و الشفوية و الإلكترونية في إيصال و انسياب المعلومات لجمهورها الداخلية حول التظاهرات المقامة .

مساهمة جهاز العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة .

منهج الدراسة :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لأنه الأنسب الذي يستهدف وصف و تشخيص العلاقات العامة و دور هذا الجهاز في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية<sup>1</sup>.

تعقيب:

إن هذه الدراسة كشفت عدة أمور مرتبطة بصورة المؤسسة و هي تتفق مع دراستنا من خلال انها ركزت على الصورة الحسنة للمؤسسة من أجل استقطاب الجماهير و ضمان وفائهم و ثقتهم .

الدراسة الثالثة : للباحث راقي عفار الفرد العتيبي بعنوان دور العلاقات العامة في تحقيق اهدافها من وجهة نظر العاملين دراسة تطبيقية على جوازات منطقة مكة المكرمة وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإدارية تخصص علوم إدارية قدمها الباحث سنة 2003 في جامعة نايف العربية ، الرياض ، السعودية .

تناولت هذه الدراسة الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين صلات المنظمة بجمهورها الداخلي و الخارجي و كذلك برامج العلاقات العامة تعمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي ، و اظهرت الدراسة حاجة الأجهزة الحكومية للعلاقات العامة وضرورة تمتع رجل الجوازات بصفات رجل العلاقات العامة، لأنه المرأة العاكسة لبلده من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي ما دور العلاقات العامة في تحقيق اهدافها من وجهة نظر العاملين في منطقة مكة المكرمة

تساؤلات الدراسة:

1\_ ما مدى تلقي العاملين في ادارة العلاقات العامة في جوازات منطقة مكة المكرمة دراسات و دورات تدريبية متخصصة في الاتصال مع الجماهير ؟

2\_ ما مدى دعم الإدارة العليا في جوازات منطقة مكة المكرمة لاحتياجات العلاقات العامة المادية و البشرية مما يعكس دورها و القناعة بما تقوم به؟

3\_ ماهي النتائج المترتبة على قيام العلاقات العامة في إقامة علاقات داخلية او خارجية ؟

4\_ ماهي الصعوبات التي تواجهها العلاقات العامة بالجوازات في أداء اعمالها و اساليب علاجها ؟

<sup>1</sup> هدى غرسي ، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي ، 2014-2015 جميع الصفحات

5\_ ما الصورة الذهنية لإدارة العلاقات العامة في جوازات منطقة مكة المكرمة لدى الجمهور الخارجي من وجهة نظر افراد العينة ؟

منهج الدراسة وادوات جمع البيانات :

استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي معتمدا على الإستمارة كأداة لجمع البيانات .

نتائج الدراسة : توصلت الدراسة الى نتائج اهمها :

1\_ حصول عدد قليل من العاملين في ادارة العلاقات العامة على دورات تدريبية في هذا المجال والتعامل معا الآخرين

2\_ إدراك العاملين لممارسة ادارة العلاقات العامة في جوازات للأنشطة المتنوعة بدرجة ضعيفة .

3\_ موافقة العاملين على سمات الصورة الذهنية لرجل الجوازات لدى الجماهير الخارجية.

4\_ العاملين يرون وجود جوانب قوة في برامج العلاقات العامة للجوازات بدرجة متوسطة .<sup>1</sup>

تعقيب : اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا من ناحية أن العلاقات العامة كجهاز إداري مهم جدا من أجل تكوين صورة حسنة عن المؤسسة رغم ان هناك بعض الاختلافات من جهة المؤسسة التي يتم دراستها وبعض العناصر لكن رغم ذلك فهذه الدراسة بينت دور العلاقات العامة في تحسين صلات المنظمة بجمهورها الداخلي و الخارجي و هذا الذي نهدف من دراستنا هذه تبيانها.

الدراسة الرابعة : دراسة سلطاني أسيا ، بعنوان : العلاقات العامة و أهميتها في تحسين الصورة المؤسساتية دراسة حالة مؤسسة عالية لمواد التجميل و هي مذكرة مكملة للحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية تخصص إدارة الجماعات المحلية و هدفت هذه الدراسة إلى العديد من الأهداف أهمها :

\_ معرفة كيفية بناء صورة المؤسسة .

\_ عرض شامل للعلاقات العامة و صورة المؤسسة مع تفكيك العلاقات بينهما و تبيان دور الأولى في تحديد الثانية ، وطرحت الإشكال المتمثل في:

ما مدى أهمية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة

بالإضافة الى طرح أربعة تساؤلات فرعية هي :

<sup>1</sup> راقى عفار الفرد العتيبي ، دور العلاقات العامة في تحقيق اهدافها من وجهة نظر العاملين ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الادارية تخصص علوم ادارية ، جامعة نايف العربية ، السعودية ، 2003 جميع الصفحات

ماذا نعني بالعلاقات العامة ؟

ماذا نقصد بالصورة المؤسسية ؟

ماهي استراتيجيات و أساليب العلاقات العامة المستخدمة في تحسين الصورة المؤسسية ؟

هل تمكنت مؤسسة "غالية" من تبني برامج علاقات عامة كافية لتكوين وتحسين الصورة المؤسسية

لدى الجمهور الداخلي و الخارجي ؟

و تمثلت الفرضيات في :

\_ قد تكون للعلاقات العامة أهمية و دور في تحسين صورة المؤسسة .

\_ كلما كانت استراتيجيات و أساليب العلاقات العامة دقيقة و مدروسة كانت صورة المؤسسة جيدة .

\_ قد تكون العلاقات العامة في مؤسسة مواد التجميل " غالية" أثر على تحسين و تمييز صورتها

المؤسسية .

منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التاريخي الذي يهتم بتقديم صورة عن المؤسسة بشكل عام و المنهج التاريخي الذي تم الاعتماد عليه لتتبع الأحداث و الوقوف على المشكلة البحثية و الرجوع الى الماضي و حل المشكلة

أدوات جمع البيانات و عينة البحث : واستخدمت هذه الدراسة استبانة و تمثلت عينة الدراسة 46

موظف من أصل 99 و ذلك لسبب امتناع البعض من الإجابة .<sup>1</sup>

تعقيب : ان هذه الدراسة تناولت دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة و أهميته و اشتركت مع دراستنا من ناحية المنهج و الأدوات لجمع المعلومات و تم الإستعانة به في بناء الجانب المنهجي و أما في الاختلاف تمثل في نوع المؤسسة التي تم دراسته .

<sup>1</sup> سلطاني أسيا ، العلاقات العامة و اهميتها في تحسين الصورة المؤسسية، مذكرة مكملة للحصل على شهادة الماستر في العلوم السياسية ، تخصص ادارات الجماعات المحلية ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، 2016-2017 جميع الصفحات

## 9- تحديد المفاهيم :

### العلاقات العامة :

**لغة :** من حيث البناء اللفظي لمصطلح العلاقات العامة نجد انها مركبة من كلمتين ، علاقات و عامة .

**علاقات :** هي جمع علاقة و اصلها من الفعل علق بفتح العين و كسر اللام و فتح القاف اي تعلق ، و منها قول بعضهم تربط بهم علاقة و هي الصلة و النسب .

علائق جمعها عالقات وتعني الارتباط و:الصلة ويقال "ما بينهما علاقة "

أي شيئين يتعلق بهما على الآخر و يقال " لي في هذا علاقة " اي تعلق <sup>1</sup>.

عامة : جمع عوام ، من عم و هي مؤنث العام و تعني عامة الناس اي خلاف خاصته <sup>2</sup>.

### التعريف الاصطلاحي :

- اصطلاحا:

تعريف كانفيلد

الفلسفة الاجتماعية للإدارة التي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته و تفاهمه.

أما التعريف الذي قدمه جريزويلد

العلاقات العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات و تحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور و تنفيذ برنامج يهدف الى كشف رضاه و تفاهمه.

<sup>1</sup> هاشم أحمد نغميش ، الاعلام في الجامعات الاسلامية ، د.ط ، دار النفائس للنشر ، عمان 2010 ص 19

<sup>2</sup> مسهيل ادريس ، المنهل قاموس فرنسي عربي ، دار الالباب ، د.ط ، بيروت ص1441

إن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية و إنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه.

و ساليغان الأستاذ بمعهد العلاقات العامة الأمريكية

يقول أنها وظيفة الإدارة التي تقيس و تقوم و تنتبأ بأراء و الاتجاهات و رد الفعل المتوقع من جمهور المؤسسة (الجمهور الداخلي) و الجمهور الخارجي و هي التي تتحكم في عملية الاتصال بين المؤسسة و جماهيرها تحقيقا للمنفعة المتبادلة لهما و للمجتمع.

و تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة

بأنها الجهود المقصودة و المخططة و المستمرة لإقامة و استمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة و جماهيرها .

و توصلت جمعية العلاقات العامة الدولية الى

إن العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة و التي تسعى بعا المؤسسات و المنظمات الخاصة و العامة لكسب تفاهم و تأييد الجماهير التي تهمها و الحفاظ على التأييد من خلال

1- قياس اتجاه الرأي العام استمرار هذا التفاهم و التعاطف لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها و أنشطتها.

2- تحقيق المزيد من التعاون الخلاق و الأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي :

هناك العديد من التعريفات لكن اصح تعريف اجرائي هو :

النشاط الذي يهدف الى التأثير على أراء و اتجاهات الجماهير لصالح من يقوم بهذا النشاط و قد يأخذ هذا النشاط العديد من الأشكال ، و يستخدم مجموعة عديد من الوسائل التي ننشر بشكل معين و في الوقت و بطريقة معينة و بهدف التأثير على إتجاهات الجمهور في قضية ما .

<sup>1</sup> [http://weaam1992.blogspot.com/p/blog-page\\_18.html?m=1](http://weaam1992.blogspot.com/p/blog-page_18.html?m=1)



## الصورة الذهنية :

لغة : في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردين:

الصورة : تعني الشكل الذي يتميز به الشيء و هي تعني ايضا الصورة بكسر الصاد

الذهنية : تشير الى الذهن و هو العقل و بهذا فهو يطلق على الإدراك و التفكير الاستدلالي نحو طريق انشاء العلاقات<sup>1</sup>

## إصطلاحا :

يقول هارولد ماركس " : إن الصورة الذهنية هي إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة تختلف من فرد إلى آخر . و هي المشاعر التي تخلقها المنظمة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات

وتعاملات مع الجماهير علاقاتها مع المجتمع وإستشارتها في النواحي الاجتماعية و مظهرها الإداري ,وتندمج تلك الانطباعات الفردية و تتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمنظمة<sup>2</sup> ويعرفها "جيمس جراي" بأنها " : الانطباعات والمدرجات الكلية للجماهير المتعددة للمنظمة تجاه أعمالها . وتشكل هذه الانطباعات مواقف جماهير المنظمة الداخلية والخارجية تجاهها"<sup>3</sup> .

أما "بولدنج" فيرى أن " : الصورة الذهنية تتبني على خبرات الإنسان السابقة منذ لحظة الميلاد و ربما قبل ذلك والإنسان جنين في بطن أمو , ويتلقى الكائن الحي رسائل مستمرة عن طريق الأحاسيس والصور

التي تكون غير واضحة في البداية , ثم يبدأ الإنسان بعدها يدرك وجوده كشيء وسط عالم الأشياء ويكون بداية التصور الذي يمكن وصفو بالإدراك , فإذا ما تقدم العمر بالإنسان ازداد هذا التصور ليشمل كل شيء

موجود او حتى متخيل.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> هدى غرسى ، مرجع سابق ، ص

<sup>2</sup> علي عوجة ، كريمان فريد ، ادارة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية و ادارة الازمات ، الطبعة 1 ، عالم الكتب القاهرة،

2005 ص128

<sup>3</sup> علي عوجة ، كريمان فريد ، مرجع سابق ص129

<sup>4</sup> حسين محمد علي ، المدخل المعاصر للمفاهيم و وظائف العلاقات ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، 1976 ص181

وعرفها الدكتور علي عجوة الذي يعتبر من أهم الباحثين الذين تناولوا هذا الموضوع :

" هي الناتج النهائية لانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد او الجماعات ازاء شخص معين أو نظام ما او شعب ما او جنس بعينه او منشأة او مؤسسة او منظمة محمية او دولية او مهنة معينة او اي شيء آخر يمكن ان يكون له تأثير على حياة الإنسان . وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المعاشة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي :

هي مجموعة الانطباعات التي تتكون عند الجماهير عن المؤسسة سواء كانت صحيحة أو خاطئة و التي تسعى إدارة العلاقات العامة تصحيحها و تحسينها

المؤسسة :

لغة :

مؤسسة: (اسم)

الجمع : مؤسسات

صيغة المؤنث لمفعول أسس

المؤسسة : منشأة تؤسس لغرض معين<sup>2</sup>

إصطلاحا :

يعرفها تريوشي المؤسسة هي الوحدة التي تجمع وتنسق فيها العناصر البشرية والمادية للنشاط الاقتصادي .

أما بالنسبة لماركس فالمؤسسة الاقتصادية تكون متمثلة في عدد كبير من العمال يعملون في نفس الوقت تحت إدارة نفس راس المال وفي نفس المكان من اجل إنتاج نفس السلع فنجد فرنسوا بيرو يعرف المؤسسة على أنها شكل إنتاج بواسطته وضمن نفس الذمة تدمج أسعار مختلف عوامل الإنتاج المقدمة من طرف أعوان متميزين عن مالك المؤسسة، بهدف بيع سلعة أو خدمات في السوق من اجل الحصول على دخل نقدي

<sup>1</sup> علي عجوة ، العلاقات العامة و الصورة الذهنية ، ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2003 ص9

<sup>2</sup> <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A9>

ويقدم أيضاً المؤسسة هي منظمة تجمع أشخاصا ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات من أجل إنتاج سلعة ما والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى من تكلفتها<sup>1</sup>

**الإجرائي :**

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول ان المؤسسة عبارة عن عناصر بشرية و مادية متفاعلة مع بعضها البعض من أجل انتاج سلعة معينة و تحقيق أهداف المؤسسة

## 10-نظرية الدراسة :

فدراستنا هذه سنتبنى المنظور الوظيفي، فالوظيفية تسعى لكشف الترابط و التكامل بين أجزاء البناء و مدى تناسق نشاطات تلك الأجزاء و يجب أولا التطرق إلى تعريف النظرية، و تعرف انها " مجموعة من البنى المترابطة و المفاهيم و التعاريف و المقترحات التي تقدم وجهة نظر منهجية للظواهر عن طريق تحديد العلاقات بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح و التنبؤ و يعرفها روثنتال ويادين " انها تعتبر بمثابة نسق من المعرفة التعميمية و تفسير للجوانب المختلفة للواقع و أنها ترتبط بأشياء و مصطلحات أخرى مع انها تختلف عنها في بعض الجوانب و الوظائف، فإذا كانت كل نظرية أو نسق ماهية الا إطار فكريا، فهي بصفة عامة نسق معقد

و ان الوظيفة من أكثر الاصطلاحات التي ثار حولها الجدل في العلوم الاجتماعية وذلك للاستخدامات المختلفة لكلمة وظيفة على كل المستويات، وعلى العموم فإن مفهوم الوظيفة يستخدم في عدة نواحي وحسب عدة معاني .

وغالباً ما تشير الوظيفة إلى الإسهام الذي يقدمه الجزء إلى الكل وهذا الأخير يكون ممثلاً للمجتمع أو الثقافة، فالاتجاه الوظيفي يؤكد على ضرورة التكامل الأجزاء في إطار الكل أو ما يطلق عليه في بعض الأحيان تساند الأجزاء

إذن مفهوم الوظيفية وفقاً لتحليل الوظيفي يهتم بتفسير الاتجاهات وانشطة المؤسسات في ضوء حاجات المجتمع ويفترض مسبقاً أن الحاجات أساساً هي عملية مستمرة ومنظمة و متكاملة يتطلب دوافع وتوجيه وتكييف، وينظر إلى المجتمع باعتباره مجموعة من الأجزاء المرتبطة أو الأنساق الفرعية

رواد النظرية:

نذكر مايلي :

أوجست كونت ، هرير سنيير ، إيميل دوركايم ،ميروثون بارسونز

<sup>1</sup><https://banzita.alafdal.net/t157-topic>

مبادئ النظرية:

تعتبر مبادئ النظرية القضايا الأساسية لها ومنها:

- 1\_ النظرية الكلية للمجتمع :بوصفه نسقا يحتوي على مجموعة من الأجزاء المتكاملة بنائيا والامتسادة وظيفيا لبلوغ النسق أهدافه، أي أن تحقيق أهداف النسق مرهون بتكامل أفراده
- 2\_ استناد العملية الإجتماعية لتعدد العوامل الإجتماعية و تبادل التأثير و التأثير فيما بينهم .
- 3\_ إن الأنساق الاجتماعية تخضع لحالة من التوازن الديناميكية الذي يشير إلى حالة الإستجابة للتغير الخارجي المعزز باليات التلائم و الضبط الاجتماعي.

لا يخلو النسق من التوترات و الانحرافات و القصور الوظيفي غير أنها تحل نفسها بنفسها وصولا للتكامل و التوازن

يحدث التغير بصورة تدريجية ملائم أكثر مما يحدث بصيغة فجائية

التغير الحاصل إنما يأتي من ثلاثة مصادر أساسية تتمثل في تكيف النسق مع التغيرات الخارجية و النمو الناتج عن الاختلاف الوظيفي و الثقافي ، و التجديد و الإبداع من جانب أفراد النسق و جماعته .  
إن أهم العوامل الأساسية في خلق التكامل تتمثل في الإنفاق العام على القيم .  
و رغم تعدد آراء العلماء حول مفهوم الوظيفة يمكن تلخيصها حسب ما قدمه روبرت ميتيرون في النقاط التالية :

\_ إن أفضل طريقة للنظر الى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة ، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة و المتكررة و التي يكمل كل منها الآخر .

\_النظام الاجتماعي يقوم على مبدأ الاعتماد المتبادل بين الاجزاء وان اي تغيير يحدث في أي جزء من أجزاء المجتمع يصاحبه بالضرورة تغيير مماثل في الاجزاء وفي النظم الاخرى و في المجتمع ككل باعتبار أجزاء النسق الاجتماعي تعد كلها مترابطة بعضها ببعض .

\_إن بعض العمليات المكررة و النمطية تتسم بالحتمية و هي مستمرة في وجودها أي أن هناك شروط أولية وظيفية تلبي الحاجات الأساسية لنظام ولا يستطيع الاستمرار بدونها .

\_يعد توازن المجتمع أمرا أساسيا كونه هدفا في حد ذاته ، يتحقق بالتناغم أو الانسجام بين مكونات البناء و التكامل بين الوظائف الأساسية، يحيطها جميعا برباط من القيم و الأفكار التي يرسمها المجتمع لأفراده و جماعته فلا يمكن حتى الخروج عنها وإن خرجوا حدثتهم أنفسهم بذلك فسيقعون لا محال تحت وطأة الضبط الاجتماعي .

كل جزء من أجزاء النسق قد يكون نافعا وظيفيا، بمعنى أن تكون له مساهمة في توازن النسق ، و قد يكون ضارا وظيفيا حيث يعمل على تقليل توازن النسق <sup>1</sup>

الانتقادات التي و جهت لها :

يمكن استعراض أبرز الانتقادات التي وجهت للنظرية البنائية الوظيفية في النقاط التالية :

1/- تهتم النظرية الوظيفية بدراسة الظاهرة الاجتماعية في وضعها الراهن من اجل الوصول إلى سبب وجودها، فهي تبدأ بدراسة الظاهرة من نهايتها للوصول إلى بدايتها.

2/- تعتمد الوظيفية في تحليل الظاهرة الاجتماعية على المقارنة بين أوجه التشابه و الاختلاف دون تفسير و تحليل الظواهر الاجتماعية.

3/- لم تعط الوظيفية تفسيراً كافياً للعلاقات داخل الظواهر الاجتماعية كعلاقات مؤثرة و مرتبطة ارتباطاً حقيقياً.

4/- يرى "جورج هومتر" إن الوظيفة لا تقدم تحليلاً كافياً و واضحاً للأسباب الظواهر الاجتماعية و بالتالي نتائج البحث غير علمية و غير قابلة للاختبار و التحقق العلمي.

5/- تتحيز النظرية الوظيفية عند دراسة الوحدة الاجتماعية، فالنظرية تدرس التكامل الاجتماعي بين الأنظمة الاجتماعية داخل البناء الاجتماعي الواحد الذي يؤدي بدوره إلى التوازن الاجتماعي .و بالتالي يصل إلى السعادة التامة للفرد و المجتمع معا في حين انه لا توجد هناك سعادة تامة و لا يوجد هناك توازن كامل.

6/- نقطة الضعف في التحليل الوظيفي هي التطرق في الالتزام بالتحليل التكاملي و التكافلي و التوازن الاجتماعي للأنظمة الاجتماعية في حين نجد المجتمعات البشرية تتعرض لانقسامات عميقة و هزات اجتماعية و سياسية و حضارية أدت إلى انهيار العديد من الأنظمة و المؤسسات الاجتماعية.

7/- لم تول النظرية الوظيفية أهمية علمية و جهداً بحثياً لظاهرة الصراع الطبقي بتجاهلها لهذه الظاهرة بل مضمون تحليلها للمجتمع ينفي وجود أي ملامح لظاهرة الصراع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> هدى عرسي ، مرجع سابق ،ص21-22

<sup>2</sup> <https://www.politics-dz.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB->

[/D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9](https://www.politics-dz.com/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9)

بالرغم من كل الانتقادات الموجهة لهذه النظرية، لكن لا نستطيع نفي أو مجرد التقليل من دورها ، لأنها ساهمت بشكل فعال في دراسة المشاكل و القضايا الإجتماعية بالمجتمع الحديث و ساهمت في إعطاء بعد آخر لعلم الاجتماع و علوم الإعلام و الإتصال ، حتى أنها أصبحت تأخذ كبراديجم للدراسات . و في الأخير يمكننا القول أن النظرية تخدم الدراسات في عدة مجالات كما يقول الباحثين نذكر منها تحديد الدراسة و تزويدها بالنموذج المفاهيمي ، إضافة إلى التلخيص و كذا التوحد ، أضف إلى ذلك التنبؤ و كذا الفجوات في المعرفة

#### خاتمة :

من خلال ما سبق نستنتج أن العلاقات العامة تبقى كنظام تسيير فعال للمؤسسة ، فهي بمفهومها العلمي تبدأ من داخل المؤسسة، أي تعمل على إيجاد التفاهم و الثقة بين العاملين بها ، حيث أن العلاقات العامة جزء من المؤسسة التي هي بدورها جزء من المجتمع و هذا ما وجدناه من خلال دراستنا لمؤسسة سيفيتال حيث أن العلاقات العامة تعتبر مصدر مهم في الحصول على المعلومات و هذا ما يؤكد جليا إن العلاقات العامة تعتبر تطبيق للجهود الإدارية المخططة و المستمرة لبناء و صناعة و تعزيز الثقة و تدعيم التفاهم و تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة و الإهتمام بجمهورها

قائمة المراجع :

المراجع باللغة العربية

الكتب:

جودت عزت عطوي، اساليب البحث العلمي مفاهيمه ادواته و طرقه الاحصائية،  
دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط4 ، 2011

حسين محمد علي ، المدخل المعاصر للمفاهيم وظائف العلاقات ، مكتبة الانجلو  
المصرية ، القاهرة ، د.ط ، 1976

راقي عفار الفرد العتيبي، دور العلاقات العامة في تحقيق اهدافها من وجهة نظر  
العاملين ، دراسة تطبيقية على جوازات مكة المكرمة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة  
الماجستير في العلوم الادارية ، جامعة نايف العربية ، السعودية ، 2003  
رسائل جامعية :

سعيد التل و اخرون، مناهج البحث العلمي تصميم البحث و التحليل الاحصائي  
دار المسيرة للنشر و التوزيع ، الاردن ط1 ، 2007

سلطاني أسيا ، العلاقات العامة و اهميتها في تحسين الصورة المؤسسية ،  
دراسة حالة مؤسسة غالية لمواد التجميل ، مذكرة مكملة للحصول على شهادة  
الماستر في العلوم السياسية ، تخصص ادارة الجماعات المحلية ، جامعة 8 ماي  
1945 قالمة ، 2016-2017

علي عجوة ، العلاقات العامة و الصورة الذهنية ، عالم الكتب ، القاهرة، ط2 ،  
2003

علي عجوة ، كريمان فريد ، ادراة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية و ادارة  
الازمات ، عالم الكتب، القاهرة، ط1 ، 2005

عمار بوحوش ، محمد ذنبيات مناهج البحث العلمي ، و طرق اعداد البحوث ،  
عبد الناصر جندلي تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية و  
الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر د.ط، 2010

لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية ،  
دراسة ميدانية بمؤسسة الاملاح بقسنطينة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في  
علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص وسائل الاعلام و المجتمع ، جامعة منتوري ،  
قسنطينة ، 2006-2007

هدى غرسي ، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة  
الخدمتية ، دراسة مسحية على القائمين بالعلاقات العامة بجامعة العربي بن  
مهدي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الأعلام و الاتصال، تخصص اتصال  
و علاقات عامة ، جامعة العربي بن مهدي ، ام البواقي ، 2014-2015  
المعاجم و القواميس :

مسهيل ادريس ، المنهل قاموس فرنسي عربي ، دار الالباب، بيروت ، د.ط  
المواقع الالكترونية :

[http://weaam1992.blogspot.com/p/blog-page\\_18.html?m=1](http://weaam1992.blogspot.com/p/blog-page_18.html?m=1)(1)

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar->(2)

[ar/%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A9](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A9)

<https://www.politics->(3)

[dz.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-](https://www.politics-dz.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-)

[/D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8](https://www.politics-dz.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8)

[/D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8](https://www.politics-dz.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8)

[/D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8](https://www.politics-dz.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8)

[/D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8](https://www.politics-dz.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8)

<https://banzita.alafdal.net/t157-topic> (4)



الملاحق



جامعة البويرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة العقيد اكلى محند اولحاج  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



جامعة البويرة

### قسم التاريخ

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

في سياق إنجاز مذكرة تخرج حول موضوع: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسة سيفيتال وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع منكم المساهمة الجادة في إنجاز هذه الدراسة من خلال الإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة، وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، علما بأن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

نشكر لكم مقدما جهودكم وحسن تعاونكم.

إشراف الأستاذ:

من إعداد الطالبتين:

بوزراية كنزة

أوشن جميلة

شرشم حنين

السؤال الرئيسي للإشكالية ما هو دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية ؟

التساؤلات الفرعية :

- 1- ما مدى معرفة الجماهير لمؤسسة سيفيتال ؟
- 2- ما مدى رضا و تقدير الجمهور الخارجي لمنتجات سيفيتال ؟
- 3- كيف ترى الجماهير مصداقية مؤسسة سيفيتال ؟ و هل يثقون بها ؟

المحور الأول : البيانات الشخصية :

• الجنس :

ذكر

أنثى

• السن :

من 20-25

من 26-30

من 31\_فما فوق

• مستوى التعليم :

دون مستوى

ابتدائي

متوسط

ثانوي

جامعي

• الحالة الإجتماعية :

أعزب

متزوج

مطلق

**المحور الثاني : بيانات حول هوية المؤسسة و مدى معرفة جماهيرها لها :**

• هل لديك معرفة سابقة لمؤسسة سيفيتال ؟

نعم

لا

• في رأيك هل مؤسسة سيفيتال

عمومية

خاصة

- إن تعرفت على هذه المؤسسة فبأي طريقة :

الأصدقاء و الأقارب

الإشهارات التلفزيونية

منتجاتها في الأسواق

طريقة أخرى

- هل سبق و زرت فرع من فروع سيفيتال

نعم

لا

- هل لديك فكرة عن منتجات التي تقدمها هذه المؤسسة

كلها

بعضها

**المحور الثالث : بيانات حول مدى رضى و تقدير الجمهور الخارجي لمنتجات سيفيتال**

- أين تضع مكانة هذه المنتجات مقارنة مع مؤسسات أخرى :

الأولى

الثانية

الثالثة

مرتبة أخرى

- ما رأيك في مستوى الخدمات في المؤسسة :

ممتازة

جيدة

متوسطة

رديئة

- ما مدى رضاك عن منتجات سيفيتال :

راض جدا

غير راض

- هل أحسست بتراجع في مستوى تقديم المنتجات مع مرور الزمن :

نعم

لا

**المحور الرابع : بيانات تبين مدى ثقة الجماهير و مصداقية المؤسسة :**

- هل ترى أن هذه المؤسسة لها مصداقية في التعامل مع الجماهير :

أحيانا

دائما

أبدا

- هل تمارس عليكم المؤسسة نوعا من الإغراء :

نعم

لا

- هل ترون المؤسسة وافية للجماهير :

نعم

لا

- كيف تقيمون ثقتكم نحو المؤسسة :

عالية

عادية

متدنية