جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة ماستر

ميدان العلوم الإنسانية
علوم الإعلام والإتصال
تخصص إتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:
سوفي فريال غنوم زينب

يوم: 28/06/2021

دور الإتصال الرقمي في تفعيل برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية _دراسة مسحية على عينة من عمال خلية الإعلام والإتصال جامعة محمد خيضر بسكرة_

لجنة المناقشة:

هشام عبادة	أ. مح أ	محمد خيضر بسكرة	رئيس
أسماء حفناوي	أ. مساعد.أ	محمد خيضر بسكرة	ممتحنا
أسماء شرفة	أ. مح. ب	محمد خيضر بسكرة	مقررا

السنة الجامعية : 2020 - 2021

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا

هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضله تعالى مهداة الى الوالدين الكريمين

حفظهما الله

وأدامهما نورا لدربي

لكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من اخوة وأخوات الى رفيقات

المشوار مريم. فريال. خولة. شيماء. هبة. فدوى. سلمى. ايمان. امال. نجاة.

والى اعز الناس. نور الإسلام.

غنوم زينب

الإهداء

ان هذا العمل المتواضع هو التكاثف جهود الكثيرين

خاصة المقربين الذين أمدونا العون المعنوي بكل محبة

أهديهم هذا العمل بداية.

إلى من كسرت الجبال العالية ومسحت الدموع الباكية

إلى من حملت الآلام الماضية وكذا استحملت الهموم الآتية

إلى من دعت لي في كل الليالي لآخذ الشهادة الالية شمس ضاوية

أمي الغالية نزيهة إلى أحلى المعاني أسمى الكلام والأقوال

إلى من حولي في كل مكان حتى في منامي وأعز أحلامي

أبي الغالي جموعي

الى عبد الحق لن اقول لك شكرا لأني سأعيش كل الشكر معك زوجي المستقبلي
كنت عونا وسندا لي.

وإلى كل الإخوة: وئام، حيزية، شبعاني، أحمد

إلى الكتكوتة الصغيرة ميليسا الغالية

تحية عطرة من القلب إلى القلب أعز الصديقات التي جمعتني

بهم الصدفة سعدية، نجاة، وكريمة وبنات خالتي وفاء وحسيبة وسارة والى

صديقتي في العمل زينب.

سوفي فريال

شكر وعرفان

الحمد لله والشكر لله الذي يرجع اليه الفضل كله الحمد لله والشكر لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل

كما نتوجه بأسمى عبارات الشكر والتقدير الى أستاذتنا المحترمة الدكتورة "**شرفة أسماء**"

التي رافقتنا طوال مشوار بحثنا هذا من خلال توجيهاتها ونصائحها فجزاها الله عنا خيرا وأدامها سندا للطلبة والباحثين وجعل خدمتها لأهل العلم في ميزان حسناتها.

كما نشكر جميع الأساتذة والاداريين بجامعة بسكرة على جهودهم خدمة للطلبة وللبحث العلمي ووفقهم الله في هذا المسار النبيل كما نشكر كل من ساهم في اعداد وإنجاز هذا من بعيد أو قريب البحث.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة المعنونة بالاتصال الرقمي ودوره في تفعيل برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية واخترنا جامعة محمد خيضر كنموذج وان اختيارنا للموضوع كان للعديد من الأسباب نذكر أهمية الموضوع وحداثته وتهدف هذه الدراسة إلى إظهار مدى أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الجامعية ومساهمته في تطوير أداءها واعتمدنا على منهج دراسة حالة واستخدمنا المقابلة المباشرة واستمارة مقابلة وكان مجتمع البحث عمال خلية الإعلام والاتصال لجامعة محمد خيضر بسكرة ومن أهم النتائج المتحصل عليها أن الاتصال الرقمي له دور كبير في تفعيل برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية وان الاتصال الرقمي له دور ايجابي في تسريع وتيرة العمل.

Summary of the study:

This stydy entitled Digital Communication and its role in activating public relations programs in the university institution and we chose Mohammed Kheider University as a model and our choice of the subject was many reasons mention the importance of the topic and its modernity and we aim from this study to show the importance of digital communication in the university institution and its contribution to the development of its performance and we relied on the method of studying the case as we used the faced interview from and the research community was workers of the media cell and communication of the university and one of the most important results we get that digital communication has a positive role in accelerating the pace of work and facilitating the university's affairs.

فـهـرس المحـتويـــات

فهرس المحتويات	
الموضوع	**الصفحة**
إهداء	
شكر وتقدير	
ملخص الدراسة	
فهرس المحتويات	أ
مقدمة	ج
الإطار المنــهجي.	
أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها .	6
ثانيا: أسباب اختيار الموضوع .	7
ثالثا: أهمية الدراسة	8
رابعا: أهداف الدراسة	8
خامسا: المصطلحات والمفاهيم.	9
سادسا: الدراسات السابقة.	13
سابعا: منهجية الدراسة وأدواتها.	14
1. منهج الدراسة	14
2. أدوات الدراسة .	15
3. مجتمع البحث وعينة الدراسة.	16
4. مجالات الدراسة.	16

الإطار النظـري	
تمهيد	19
الفصل الأول: الإتصال الرقمي.	20
المبحث الأول: ماهية الإتصال.	20
المبحث الثاني: ماهية الإتصال الرقمي.	28
الفصل الثاني: العلاقات العامة.	37
تمهيد	37
المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة.	38
المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة.	44
الإطـار التطـبيقي	
تمهيد	51
المبحث الأول: مدخل تعريفي لجامعة محمد خيضر بسكرة	52
المبحث الثاني: تحليل المقابلة	55
نتائج الدراسة.	57
توصيات.	58
الخاتمة.	60
قائمة المراجع.	62
الملاحق.	66

مقدمة

يعتبر الاتصال في أي مؤسسة أهم وظيفة بالنسبة للعلاقات العامة، وأوضحها وهو مفهوم لا يعني فقط إعلام الناس، أو نقل المعلومات والإخبار ولأنه يتجاوز هذه المرحلة بل له فضل كبير في التأثير على نفسية المتلقيين لأنه يهدف إلى تحسين صورة المؤسسة لدى الرأي العام وتكوين صورة ذهنية طيبة عنها ولهذا أصبحت وظيفة الاتصال الوظيفة الرئيسية في العلاقات العامة وأصبحت المؤسسات تدرك أهمية هذه الوظيفة التي أصبحت عنصرا أساسيا في التخطيط للمؤسسة وفي تسيير المؤسسات.

وسرعان ما ازدهرت هذه الوظيفة بعد التطورات الجديدة المتعلقة بتوظيف الاتصال الرقمي الذي أصبح بفضله أكثر أهمية وفاعلية وديناميكية وأضافت عليه الحداثة ومميزات السرعة والدقة وأصبح وجود مثل هذه التكنولوجيات مهما لخلق تواجد ومكانة لكل المؤسسات الجامعية مما يجعل القدرة على المنافسة.

ومن هذا المنطلق قمنا بدراسة للتعرف على دور الاتصال الرقمي في تفعيل برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بجامعة محمد خيضر بسكرة وفي اطار تحقيق هذا الهدف قسم البحث إلى:

الإطار منهجي: وقمنا فيه بتحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها ثم تطرقنا إلى تحديد المفاهيم والأهمية والأسباب والأهداف وبعدها تطرقنا إلى الدراسات السابقة ومنهج الدراسة ومجتمع البحث والعينة ثم أدوات جمع البيانات.

أما بالنسبة للجانب النظري: تطرقنا فيه إلى فصلين الفصل الأول الاتصال الرقمي وتناول مبحثين المبحث الأول ماهية الاتصال والمبحث الثاني ماهية الاتصال الرقمي وفي الفصل الثاني العلاقات العامة تناول مبحثين المبحث الأول المدخل المفاهيمي للعلاقات العامة والمبحث الثاني ماهية العلاقات العامة الالكترونية.

الإطار المنهجي

أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

ثالثا: أهمية الدراسة

رابعا: أهداف الدراسة

خامسا: مصطلحات ومفاهيم الدراسة

سادسا: الدراسات السابقة

سابعا: منهجية الدراسة وأدواتها

1. منهج الدراسة
2. أدوات الدراسة
3. مجتمع بحث الدراسة
4. عينة الدراسة
5. مجالات الدراسة

أولا: إشكالية الدراسة:

تعد العلاقات العامة من الوظائف الحيوية في المؤسسات الحديثة إذ تؤدي دورا، بالغ الأهمية من خلال تسهيل العمليات الاتصال بين المؤسسة وجمهورها تتميز العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة بأنها نشاط اتصالي متعدد الأهداف والغايات وعلى رأسها الربط بين المنشآت وهي تشكل مدخلا أساسيا لتنظيم وإدارة المنظمات الحديثة، فهي احدث المرتكزات الأساسية وقد عرف هذا الميدان تطورات بالغة الأهمية خلال القرن العشرين ويرى المهتمون بالعلاقات العامة بأنها قد نمت كمفهوم إداري ووظيفي نموا سريعا في العقود الحديثة ،خاصة مع تطور أدوات الاتصال ومع تعقد الظروف والإحداث التي زادت من اقتناع المؤسسات على اختلاف أهدافها وأنشطتها بقيمة العلاقات العامة ومدى حاجة المؤسسات إليها.

تتناسب برامج العلاقات العامة في المؤسسات ما يرصد لها من ميزانيات وتختلف هذه البرامج بالاختلاف المؤسسات ، وتتناسب كذلك مع الأهداف التي تخطط لها تلك المؤسسات أو مع هذا فان جميع المؤسسات تشترك في الأسلوب العلمي الذي تتبعه لوضع خطة سليمة ناجحة لوصول إلى الأهداف بأقصر وقت ممكن واقل نفقات وجهد ولابد للمخططين لهذا النشاط من وضع خطوات مسلسلة ومن بين هذه الخطوات هي دراسة شاملة للمؤسسة وهي الخطوة الرئيسة والحيوية الأولى مخططة ويقوم فيها الاطلاع على كل صغيرة وكبيرة ودراستها بشكل كامل كي يتعرف على وضعها ومشكلها وما زاد من فاعلية أداء المؤسسة لتكنولوجيات الاتصال الحديثة هو دور الفعال للعلا قات العامة والتي ظهرت في صورتها الجلية مع بداية القرن العشرين على الرغم من قدمها إذ تعتبر العلاقات العامة بمثابة الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة لذلك نجد العلاقات العامة اليوم أصبحت تستخدم احدث و اقوي التقنيات التكنولوجية في ممارسة نشاطها ويهدا نجد إن إدراك أهمية التكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة تنعكس على صورة المؤسسة وأصبحت لهذه التقنيات مكانة كبيرة في حياة المؤسسة بحيث لا يمكنها القيام بأي نشاط مهما كان نوعه من دون استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

ويعد قسم العلاقات العامة في مؤسسة الجامعة بمثابة الوظيفة المستمرة التي تسعى المؤسسة بتحديد سياستها بحيث انه يعد الركيزة الأساسية داخل الجامعة وهي تلعب دور كبير في حياة المنظمة وذلك من خلال تعدد مجلاتها وبرامجها لذلك تشكل العلاقات العامة مدخلا أساسيا لتنظيم وإدارة المؤسسات لأنها بمثابة نشاط اتصالي متعدد الأهداف والغايات في المنظمة ومن خلال دراسة الاتصال الرقمي ودوره في تفعيل برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية فان بحثنا هذا يحاول رصد الاتصال الرقمي و دوره في تفعيل برامج العلاقات العامة بجامعة محمد خيضر بسكرة من خلال دراستنا لدور الاتصال الرقمي في جامعة محمد خيضر بسكرة

وفي إطار دراستنا لهذا الموضوع نسعى أساسا إلى الإجابة على التساؤل التالي لتحقيق الغرض من الدراسة:

- **كيف يساهم الاتصال الرقمي في تفعيل برامج العلاقات العامة في مؤسسة الجامعية؟**

وللإجابة على هذا تساؤل نطرح التساؤلات التالية:

1. فيما تتمثل برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية؟
2. ما هي وسائل الاتصال الرقمي المستخدمة في الجامعة؟
3. كيف يساهم الاتصال الرقمي في إعداد خطة برامج العلاقات العامة؟

ثانيا: أسباب الدراسة:

أ . أسباب ذاتية: الجامعة كونها غيرت من أساليبها نحو:

- طبيعة التخصص الذي ندرس فيه.
- الميول الشخصي لهذا النوع من الدراسات.
- الرغبة الشخصية في إظهار دور الاتصال الرقمي لما يتمتع به من قدرات تميزه عن باقي الوسائل الأخرى.

- الاطلاع على جوانب هذا الموضوع واكتشاف تكنولوجيا الاتصال الرقمية المستخدمة بالجامعة.

ب . أسباب موضوعية:

- الرغبة في تسليط الضوء على واقع الاتصال الرقمي في المؤسسة الجامعية.
- محاولة التعرف على انعكاسات الاتصال الرقمي في الجامعة.

ثالثا: أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في:

_ الأهمية الوظيفية والفعالية العلاقات العامة.
_ حداثة موضوع الاتصال الرقمي الذي يستدعي الدراسة والبحث.
_ اجتماع العلاقات العامة مع الاتصال الرقمي يشكلان مدخلا حديثا لدراسات التنظيمية.
_ يعمل الاتصال الرقمي على تحسين أداء المؤسسة الجامعية.

رابعا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار مدى أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الجامعية ومدى مساهمته في تطوير أداءها ورصد قدرة الاتصال الرقمي على مجابهة الاتصال التقليدي ومعرفة الأثر الذي تحدثه الاتصال الرقمي في المؤسسة الجامعية.

خامسا: مصطلحات و مفاهيم الدراسة:

1. الاتصال: "كلمة اتصال لغة مشتقة Communicationمن أصل لاتيني وتعني مشترك وفي الأصل الانجليزي تعني كلمة Common أي شائعا ومألوفا.[1]

اصطلاحا: هو العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعلومات والمعرفة من شخص إلى أخر حتى تصبح مشاعة بينهما.

[1] منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، ط1، دار الفجر لنشر وتوزيع ،2011عمان، ص11

ركز هذا المفهوم على مدى أهمية المعلومات والمعارف في العملية الاتصالية وطريقة انتقاءها بين الإفراد.

كما يعرفه "**كارل هولندا**" على انه "العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الإفراد الآخرين (مستقبلين الرسالة)".[1]

المفهوم الإجرائي: هي كل اتصال بين المرسل (إدارة) والمستقبل (موظفين) داخل المؤسسة.

2. الاتصال الرقمي:

اصطلاحا: هو العملية التي يتم من خلالها التواصل عن بعد بين طرفين أو أكثر يتبادلون فيها المعلومات ويتم ترميز ومعالجة هذه المعلومات المتداولة عن طريق النظم الرقمية وبعدها يحدث الإرسال والاستقبال باستخدام أجهزة الاتصال الرقمية.[2]

إجرائيا: الاتصال الرقمي هو الذي يتعامل بمبدأ النظام الثنائي.

3. العلاقات العامة :

أ- التعريف اللغوي: قبل التعرض لبعض التعريفات للعلاقات العامة يجب أن نحلل مصطلح العلاقات العامة، كلمة **علاقات**: تعني حصيلة الاتصالات التي تتوافر الهيئة والجماهير المتعامل معها. أما كلمة **عامة:** فيقصد بها جماهيرية أي مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو تربط مصالحها بالبيئة العامة وهي خلاف الخاصة من الناس، يقال جاء القوم عامة أي جميعا.[3]

ب- التعريف الاصطلاحي: هناك عدة تعاريف للعلاقات العامة منها:

---

[1] جيهان احمد رشتي، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة** ،دار الفكر العربي 1997ص50ص52

[2] محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام شبكة الانترنت**، ط1، عالم الكتب القاهرة ،2007ص25

[3] علي بن هادية وآخرون، **القاموس الجديد لطلاب معجم العربي ألف بائي**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر ط1991،1ص641

. **تعريف قاموس أكسفورد:** عرف العلاقات العامة بأنها" الفن " القائد على أسس علمية لبحث انسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافه ومراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة. [1]

. قاموس وستر: عرف العلاقات العامة بأنها الترويج للاتصال بين شخص أو المشروع أو أهمية أو أشخاص آخرون أو جهود خاصة أو مجتمع بأكمله من خلال توزيع المعلومات التي تشج وتفسر وتوضح نوع العلاقات المتبادلة وتغير رد فعل من خلال.

- درجة الفهم التي تحقق بين الإفراد والمنظمة.
- تطبيق الوسائل والأساليب التي تؤدي إلى تحقيق هذه العلاقة.

. تعريف كل من بروج ولند هجام للعلاقات العامة:

هي الحالة التي توجد بين المنظمة وجماهيرها الأساسية والتي تثير فيها سلوكيات كل طرف من والسياسة والثقافية للطرف الأخر.[2]

. تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

هي نشاط أو صناعة او اتحاد أو مهنة او حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سلمية منتجة بينها وبين فئة الجمهور كعملاء والموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحور سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه سياسة للمجتمع.[3]

. تعريف منظمة الدولية للعلاقات العامة:

العلاقات العامة هي المهمة المستمرة والمخططة للإدارة والتي تسعى من خلالها المنشآت باختلاف أنواعها إلى كسب تفاهم وتأييد ثقة الجماهير الداخلية والخارجية والحفاظ على استمراره وذلك بدراسة الرأي العام وقياسه للتأكد من توافقه مع سياسات المنظمة أو المنشأة وأوجه نشاطها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة بين المنظمات وجماهيرها باستخدام العلام الشامل المخطط.[4]

---

[1] فهمي محمد العدوي، **مفاهيم جديدة في العلاقات العامة**. دار أسامة لنشر والتوزيع الأردن ص02

[2] سامية جفال، سليمة بوزيد، **العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة**، جامعة بسكرة ص3

[3] عبد السلام ابو قحف، **هندسة الاعلام والعلاقات العامة**، مكتبة الاشعاع الفنية مصر ص322

[4] رامج موظفي للعلاقات العامة، خاص بالمندوب ص8

- تعريف كل من مكيت كتلب ولآن سانت وجلين بروم في كتابهم العلاقات العامة:

هي العملية الإدارية التي تحدد وتؤسس وتبقى على استمرارية العلاقة والصلات المفيدة بين المنظمة وجمهورها المتعدد والذي يعتمد نجاح هذه المنظمة أو فشلها عليها.

. تعريف "أفيلي":

يعرف العلاقات العامة بأنها: " مسؤولية كبرى تتطلب دراسة أحوال السائدة والعمل على الإصلاح والإعلام للناس بذلك مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام ونصح المؤسسات بتغيير سياستها لخدمة المصلحة العامة ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم".[1]

. تعريف الجمعية المهنية لمستشاري العلاقات العامة:

" هي الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين أعضائه وبين مختلف قطاعات الرأي العام". [2]

. تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني:

"هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بينن المنشاة وجهودها ".[3]

. تعريف مجلة أخبار العلاقات العامة:

"وظيفة إدارية لتقسيم اتجاهات الجمهور فهي تعمل على الربط بين السياسات والإجراءات للفرد أو المنظمة بالمصالح العامة وتنفذ برنامجا علميا لحصول على فهم الجمهور". [4]

---

[1] رزيقة لقصير، **دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية**، شهادة الماجيستير تخصص وسائل الاعلام والمجتمع كلية العلوم الاجتماعية ،جامعة منثوري قسنطينة ، 2007 ،ص55

[2] سمير منصور، **مناهج العلاقات العامة**، دار المعرفة الجامعية ص15

[3] محفوظ احمد جودت، **العلاقات العامة**، ط1. دار زهران لنشر والتوزيع عمان ،2008ص19

[4] صالح خليل ابو إصبع ، **العلاقات العامة والاتصال الانساني** ط1، دار الشرقي عمان ص84

تعريف موسوعة المعارف الأمريكية:

العلاقات العامة هي علم وفن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية أي التنفيذية كما يدل على تشكلها جوانب ذاتية حيث أساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من خصائي إلى آخر متأثرة منهجه واستعداده وطريقة إعداده.[1]

-تعريف "ريكس هارلي":

هي وظيفة مميزة للإدارة تساعد وتحافظ على خطوط اتصال متبادل وفهم وتعاون بين المؤسسة وجماهيرها وتشمل إدارة المشاكل او القضايا وتساعدا لإدارة على تحديد وتأكيد مسؤولية العلاقة لخدمة مصالح الجمهور وتساعد الإدارة في البقاء يقظة للتغيير فهي تعمل كنظام تحذير مبكر في توقيع الاتجاهات وتستخدم البحث والصوت وتكتيكات الاتصال الأخلاقية كأدوات رئيسية.[2]

لتعريف الإجرائي: العلاقات العامة هي وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلاله المنظمة كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم.

4. تعريف جامعة محمد خيضر بسكرة:

نشأت جامعة بسكرة بالمعاهد التالية:

. معهد الري (المرسوم التنفيذي رقم 254-84المؤرخ في 18-08-1984)

. معهد الهندسة المعمارية (المرسوم التنفيذي رقم :253-84المؤرخ في 5-8-1984)

. معهد الكهرباء التقنية عام 1986.

تحولت هذه المعاهد إلى المركز الجامعي بمقتضى المرسوم رقم 295-92المؤرخ في 07-07-1992.

وبصدور المرسوم رقم 219/-98تحول المركز الجامعي إلى جامعة تضم ثلاث كليات وسبعة أقسام.

[1] منير حجاب، **الموسوعة العالمية**، دار الفجر لنشر وتوزيع، المجلد الخامس ، القاهرة 2003ص16.

[2] شدوان علي شيبة، **العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق**، دار المعرفة الجامعية اسكندرية ،2005،ص26.

بمقتضى المرسوم رقم 90/09المؤرخ في2009/02/17اصبحت الجامعة مشكلة من 6 كليات و 31 قسم.

سادسا: الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة دورا مهما في انجاز البحوث العلمية لأنها تعتبر أرضية صلبة في تأسيس البحث الجاري لأعاده بغرض الاستفادة منها والتوجه إلى جوانب أخرى لم تتعرض لها الدراسات بهدف زيادة في رصد المعرفة العلمية .ونظرا لوجود دراسات مشابهة لموضوع دراستنا على حد لاطلاعنا ،سنحاول استعراض ومناقشتها ولدراسات السابقة أهمية تكمن في أنها تساعد الباحث في تجنب الوقوع بالأخطاء التي وقع بها الباحثون السابقين لأنهم تجعلهم يطلعون عن أخطاءهم ،ويستفيد الباحث من الدراسات السابقة في تطوير أسئلة الدراسة، ويتعرف على الطريقة التي قاموا من خلالها بصياغة أسئلة بحثهم العلمي.

دراسة مشابهة:

. عنوان الدراسة: الاتصال الرقمي في مؤسسات التعليم العالي دراسة ميدانية لعينة من أساتذة وإداريين جامعة أدرار.

الدراسة لطالبين **المهدي الذهبي ومحمد معمري** وقد كان تساؤل الدراسة كتالي: ما هو واقع وأساليب الاتصال الرقمي بمؤسسات التعليم العالي؟ واعتمدوا في هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يكتسي أهمية بالغة في دراسة وبحث ومعالجة الموضوعات الاجتماعية. أما بالنسبة للعينة كانت لأساتذة واداري جامعة أدرار لم يتم اختيار نوع العينة أما أدوات المنهجية لدراسة هي استمارة الاستبيان كان هناك تشابه في دراستنا مع هذه الدراسة من خلال المتغير الأول وهو الاتصال الرقمي والأدوات.

. أوجه الاتفاق والإخلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

أ. من حيث المنهج:

من خلال المنهج المستخدم في الدراسة تختلف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة في استخدام المنهج لأنها الدراسة السابقة اعتمدت على المنهج المسحي أما الدراسة الحالية على منهج دراسة حالة.

ب . من حيث الأداة:

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات.

ج . من حيث العينة:

لم تحدد الدراسة السابقة نوع العينة أما الدراسة الحالية اعتمدت على العينة القصدية وعليه تكون الإفادة من الدراسات السابقة في:

_ بناء المنهجية اشكاليتها.
_ إعادة أداء الدراسة.
_ اجراءات الدراسة.
_ متغير الأول لدراسة والاستفادة من المراجع في الجانب النظري.

سابعا: منهجية الدراسة وأدواتها:

1. منهج الدراسة:

يساهم المنهج في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث فهو خطوة أساسية تسهل وصول الباحث إلى نتائج منطقية. ويعرف المنهج على انه "الطريق المتبع لكشف عن هذه الدراسة بواسطة استخدام مجموعة من القواعد والتي ترتبط أساسيا بتجميع البيانات، وتحليلها حتى تساهم في التواصل إلى نتائج ملموسة".[1]

[1] محمد الهادي محمد، **اساليب توثيق البحوث العلمية**، مكتبة الاكاديمية، الجزائر 1995ط1، ص287.

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على منهج دراسة حالة، للإجابة على إشكالية دراستنا ومحاولة اختبار صحة التساؤلات المقدمة.

ويعرف منهج دراسة حالة بأنه عبارة عن دراسة معمقة ومستقطبة لحالة من الحالات أو وحدة من الوحدات ، بهدف الوصول إلى فهم أعمق واشمل للحالة أو الوحدة المدروسة على أن تكون الحالة مماثلة للمجتمع الذي يراه تعميم الحكم عليه تمثيلا جيدا.

2. أدوات جمع البيانات:

يشير مفهوم الأداة إلى الوسيلة التي يجمع بيها الباحث المعلومات والحقائق والبيانات الأزمة للبحث ولقد اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الأدوات حتى تساعدنا في الإحاطة بالموضوع والإلمام بإبعاده، وتتمثل هذه الأدوات في المقابلة والاستبيان.

- **الاستبيان:**

الاستبيان أو ما يعرف بالاستمارة تعتبر الاستمارة أبرز أداة لجمع البيانات يتم صياغتها انطلاقا من موضوع ومشكلة وتساؤلات الدراسة ويمكن تعريفها على أنها نموذج يصمم مجموعة من الأسئلة توجه لأفراد من اجل الحصول على بيانات معينة

- **المقابلة:**

هي أداة من أدوات البحث يتم بموجبها جمع المعلومات التي تمكن الباحث من الإجابة على تساؤلات البحث آو اختبار فروضه وتعتمد مقابلة البحث لمن يجري معه مقابلة كما يمكن تعريف المقابلة على أنها محادثة موجهة يقوم بها الفرد مع أخر بهدف الحصول على معلومات الأزمة لاستخدام في بحث علمي.[1]

[1] سامية محمد فهمي، **مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية**، دار المعرفة ط1مصر ص134.

3. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعتبر تحديد مجتمع البحث الخطوة الرئيسية التي يجب إتباعها قبل تحديد نوع العينة ويبين ذلك وجود فرق بين المجتمع البحث والعينة يشمل جمع الوحدات أو المفردات التي تتوفر فيها الخصائص لدراستها بينما العينة هي الجزء من المجتمع الذي يقوم به الباحث بدراسته وعليه فان مجتمع البحث الذي اخترناه في دراستا يتمثل في عمال خلية الاعلام والاتصال لجامعة محمد خيضر.

ولقد اخترنا العينة القص دية نظرا ا لأنها انسب ويتم اختيارها قصدا من الباحث وذلك نظرا لتوفر خصائص في الإفراد التي تمثل مجتمع الدراسة ويعتمد فيها الباحث اختيار مفردات معينة من المجتمع الأصلي وهي الممثلة له. وهي أيضا تختصر الوقت والجهد.

4. مجالات الدراسة:

تعد مجالات الدراسة نقطة أساسية في البحث العلمي وذلك لما تكتسبه من أهمية اثناء الدراسة الميدانية، ولكل دراسة مجالات رئيسية هي:

1. **المجال المكاني:** يقصد به النطاق المكاني لأجراء الدراسة، وبما انها استهدفت دور الاتصال الرقمي في تفعيل برامج العلاقات العامة جامعة محمد خيضر بسكرة فان المجال المكاني هو جامعة بسكرة خلية الاعلام والاتصال.
2. **المجال الزماني:** المجال الزماني هو المدة التي استغرقتها الدراسة، والممتدة من بداية التفكير في مشكلة البحث الى غاية استخلاص النتائج العامة لها بعد القيام به.
   اجراء مقابلة مع مسؤولة خلية الاعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة خلال شهر جوان وذلك جوان وذلك لتعرف أكثر على نشاطات جامعة عبر بيئتها الرقمية.

الإطـــار النظـــري

الفصل الأول: الاتصال الرقمي

المبحث الأول: ماهية الاتصال .

المطلب الثاني: مراحل تطور الاتصال .

المطلب الثالث: خصائص الاتصال .

المطلب الرابع: أنواع الاتصال..

المبحث الثاني: ماهية الاتصال الرقمي .

المطلب الأول: مفهوم الاتصال الرقمي .

المطلب الثاني: وظائف الاتصال الرقمي .

المطلب الثالث: مميزات الاتصال الرقمي .

المطلب الرابع: مستويات الاتصال الرقمي .

الفصل الثاني: العلاقات العامة.

المبحث الاول: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة .

المطلب الثاني: خصائص العلاقات العامة.

المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة .

المطلب الرابع: برامج العلاقات العامة .

المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة الالكترونية .

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة الالكترونية .

المطلب الثاني: خصائص العلاقات العامة الالكترونية.

المطلب الثالث: أدوات العلاقات العامة الالكترونية .

المطلب الرابع: معوقات العلاقات العامة الالكترونية .

تمهيد:

يعتبر الاتصال أحد أبرز سمات عصرها الحالي فالتطور الذي حصل في مختلف المجالات بما فيها مجال الاتصال والذي استعملت تكنولوجيا الرقمية الحديثة فأصبح الاتصال رقميا، وفي هذا الفصل سنحاول تصنيف الضوء على هذا النوع الاتصال من خلال التطرق الى تعريف الاتصال والتعرف على مراحل تطوره الى ان صار رقميا، ليساهم بذلك في تسهيل تواصل الناس فيما بينهم من خلال المزايا والوظائف التي يقوم بها.

المبحث الأول: ماهية الاتصال.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال :

تعريف الاتصال: ويعرف الاتصال بانه الوصل او البلوغ وهذا هو المعنى القديم لهذه الكلمة أما معناها العصري فهو مأخوذ من الإنجليزية والفرنسية وهما لغتان تستعملان لفظا واحدا للدلالة عليه وهي كلمة communication وهذه الكلمة تؤدي باللغات الأجنبية عدة معاني نعبر عنه باللغة العربية بكلمات مختلفة مثل المواصلات والبلاغ والاتصال، واستخدمها علماء النفس والاجتماع بكثرة وهم يرون الاتصال يعتبر بانه عملية تبادل للمعاني فيها الطرفان مرسل ومستقبل، ولا يحدث تبادل الا اذا وقع بين شخصان او اكثر فان وقع بين شخصين فانه يسمونه الاتصال الفردي او الشخصي وهو اتصال بدائي وان وقع بين مرسل وعدد كبير من الأشخاص فانه يسمى الاتصال الجماعي او الجمعي او الجماهيري وهو الاتصال المتطور.[1]

ولقد تطرق العديد من العلماء لتعريف الاتصال من اهمهم:

- تعريف **الدكتور توفيق مرعي** "الاتصال مركب من العمليات المعقدة والمتواترة والتي تتفاعل في مجال موقف يتضمن مصدرا او شخصا ينقل إشارة او رسالة خلال قناة او وسيط الى مكان المقصود او المستقبل "تعريف بوكر" عملية لنقل فكرة او مهارة او حكمة من شخص الى اخر".
- تعريف **جون ديوي** "عملية مشاركة في الخبرة وجعلها مألوفة بين اثنين او أكثر من الافراد".[2]

[1] زهير احددن، **مدخل لعلوم الاعلام والاتصال**، ط4، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر،2014، ص9.

[2] عبد الحافظ محمد سلامة، **وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم**، ط6، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان،2006،ص32.

المطلب الثاني: مراحل تطور الاتصال

أولا: عصر الإشارات والاتصال غير اللفظي

ولقد مارس هذا النوع من اتصال الانسان البدائي، واستخدم خلاله عدد محدود من الأصوات للتعبير عن أفكاره والمعلومات التي يريد ايصالها لغيره مثل الصراخ، الى جانب استخدامه للإشارات بواسطة الايادي والارجل ولهذا فقد كان التفاهم صعبا وبطيئا أدى لتخلف البشرية للألاف السنين، ذلك راجع لضعف القدرة البشرية للتعبير عن ذاتها وأفكارها مما حال دون تطورها في تلك الفترة.

ثانيا: عصر التخاطب والاتصال اللفظي:

ان حاجة الانسان للبقاء دفعته الى ضرورة التعلم يوما بعد يوم خاصة بعد انتقاله للعيش في إقامة دائمة، ففي إطار تجمعات بشرية تعرف ازديادا لأعدادها مع مرور الزمن وكل تجمع بدأ يصنع لنفسه لغة لتخاطب منطوقة خاصة به.

ويذكر العديد من المؤرخين ان منطقة الشام والعراق شهدت عدة حضارات قبل 7000 سنة من الميلاد والمسيح وعليه السلام وعرفت الزراعة وتربية الحيوانات، وكانت لها لغة تخاطب ساهمت كثيرا في تأقلم الناس مع بعضهم البعض، وأدت الى دفعهم لحل النزاعات الشخصية التي كانت تقوم بينهم والتفرغ لبناء حضارة إنسانية وهذه الأخيرة لا يمكن ان تقوم من دون لغة لقد كانت الرموز التصويرية من خلال الصور ورسومات بدائية، التي يتم حفرها على الحجارة بمثابة الحضارة الأولى، نحو تعلم النطق والكتابة.

ثالثا: عصر الكتابة

ان بداية الكتابة كانت بعد فترة من استقرار المجتمعات الزراعية وظهور الحاجة الى ضرورة تسجيل الأراضي والاملاك، ويذكر التاريخ بان المصريون القدماء قد وضعوا نظاما لتحديد الأيام والشهور والسنوات، وهذا من اجل مواجهة أوقات الفيضانات في مواعيدها، كما استخدموا الكتابة التصويرية لتسجيل الاحداث الهامة، فكان كل رمز او رسم يعني فكرة معينة، وبعدها جاء السوماريون والعراقيون بالكتابة والرموز الصوتية ثم ظهرت الكتابة الالف بائية في بلاد الاغريق عام 800 ق.م، وتعتمد على استخدام الحروف للتعبير عن المنطوق الصوتي، وأهم انجاز في هذه المرحلة هو ظهور الابجديات اللغوية لشعوب العالم حيث اصبح لكل شعب لغته الخاصة.

رابعا: عصر الاعلام والاتصال الجماهيري

فلقد شهدت بداية القرن 19 ثورة في الاتصال الجماهيري والتي كانت الثورة الصناعية احد أسبابها، نظرا لان صاحبها فتح اسواقا جديدة، كانت بحاجة الى الاتصال الغير مباشر خارج الحدود ما بين المنتجين والموزعين والمستهلكين وواكب ذلك ظهور المخترعات الحديثة مثل التلغراف عام 1873 والتلفون عام 1876 وظهور الخدمة الاذاعية الصوتية، لأول مرة في كندا، وألمانيا عام 1919م ثم في أمريكا عام 1920م، ولقد ظهر اول بث تلفزيوني أمريكي عام 1941، في حين ان اختراع السينما قد ذاع وانتشر ما بين 1895م، ظهور اول فيلم صامت من انتاج فرنسي وفي عام 1927 تم انعقاد مهرجان هوليوود السينمائي فاكتملت بذلك معادلة الاتصال الجماهيري المرئي في

خامسا: عصر الانترنت والاتصال التفاعلي :

بفعل تتابع الاختراعات الالكترونية ثم التوصل الى البث الفضائي بالاعتماد على تكنولوجيا الأقمار الصناعية والتي بدأ ظهورها بإطلاق الاتحاد السوفياتي لقمره الاصطناعي الأول في عام 1957م، تبع ذلك تفوق امريكي في مجال الأقمار الصناعية حيث تمكنت من نقل اول بث تلفزيوني مباشر عام 1964م وذلك بتغطية دورة طوكيو الأولمبية، ولقد كان الاندماج بين تكنولوجية الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الحاسب الالكتروني او الكمبيوتر بمثابة قمة لما انتجه العقل البشري من اكتشافات واختراعات حيث اطلقت الانترنت ودخلت الإنسانية بفضلها في عصر الاتصال التفاعلي بين مختلف الاجناس بدون أي قيود إضافة الا انها ليست لها الحدود.[1]السينما والتلفزيون.

المطلب الثالث: خصائص الاتصال

1. انتشار الاتصال في الزمان والمكان:

يعيش الناس في عالم اتصالي وينظرون الى اتصالهم هذا على انه منحة مستحقة وشيء ضروري لا غنى عنه، ولذلك فهم يفتقدون الاتصال لو انتشلوا منه فجأة، وتعتبر الخاصية الإنسانية الشاملة التي تتمثل في استخدام الرموز، خاصية متطورة الى ابعد الحدود في بعض من المجتمعات، بينما لا تكون مجتمعات أخرى، ومع ذلك فان استخدام الرموز فهو ما يربط بين الناس ويربطهم بأنشطتهم، وينطوي معظم السلوك الإنساني على استخدام نسق رمزي فنحن نتحدث برموز شفاهية او منطوقة، ونكتب برموز مدونة او مكتوبة ، فظلا عن ان

[1]المرجع السابق ص،23

نستخدم نسقا من الإشارات غير اللفظية، والحركات والافعال من اجل ان نعبر عما ندقق ان نريد ان نعبر عنه امام شخص اخر او مجموعة من الأشخاص، والانسان لا يحتاج الى الاتصال فحسب، ولا يستخدمه فقط بل انه يجده من حوله في كل مكان وفي كل لحظة من لحظات حياته اليومية فهو قد يستيقظ في الصباح على صوت الساعة او المذياع او ربما على صوت احد ينبهه على الاستيقاظ وفي كل هذه الحالات فانه يكون قد تلقى رسالة او معنى يشير اليه بالاستيقاظ، وعندما يرتدي ملابسه فان ذلك يكون محصلة اتصال مسبق طالما ان الانسان لم يولد وهو مزود بقدرات تمكنه من أداء هذه الأفعال، ويتعرض الانسان لمزيد من الاتصال لمجرد خروجه من منزله، فهو يتلقى المزيد من الرسائل والمعاني طوال اليوم ولا يستطيع ان يجد للاتصال بديلا، وحتى عندما يصوت الانسان او يحاول ان يطلع لطرف الاخر على انه لا يريد ان يجرى اتصال معه، فانه يتصل به في الواقع لمجرد انه اطلعه على ما يريد.[1]

2-استمرارية الاتصال:

يمتد الاتصال من الماضي مرورا بالحاضر ومتجها نحو المستقبل وليس للاتصال بداية او نهاية واضحة، فهو جزء من حياة الانسان يتدفق ويتغير كما تتغير بيئته وكلما تدبر الانسان وتغير من حوله ممن يتفاعل معهم ، والحاجات الاتصالية للإنسان ليست ثابتة او مستقرة، ولذلك فهي تحتاج باستمرار الى التوافق الذي يقوم على الخبرات والتجارب السابقة وعلى التوقعات المستقبلية، وفي هذا المقام يشير دون فأبون الى انه ليست هناك خبرة تبدا في لحظة معينة وبالذات ، ولكن هناك دائما شيئا ما يسبقها، وان ما يبدا حقيقة هو معرفتنا او وعينا بان هناك شيء يحدث، ولكل سلوك اتصالي جذور في الماضي حيث يتعود الانسان على ان

[1] عبد الحميد عطية، **الاتصال اتجاهات نظرية واسس تطبيقية في الخدمة الاجتماعية**، دار الكتب والوثائق القومية الإسكندرية ،2012،ص 37

يتحدث بطريقة معينة عن الأشياء وينكر بطرق تمليها عليه عاداته، ويخطط لما ينبغي ان يحدث فيؤثر اتصاله على المحصلة النهائية لفكرة، وتخطيطه وفي معظم الأحيان يقوم راي الانسان على خبرة سابقة، فيريد من الاخرين ان يشاركوه رايه، ولذلك فان القيم تشكل جزء من الاتصال و عندما يسلك الانسان سلوكا اتصالي فانه يستحضر فيه اتجاهاته خلال حياته السابقة، وقيمه وخبراته، وافتراضاته، ومعتقداته وبالتالي فانه يستجمع محصلات ونتائج سلوكه في الماضي.[1]

3-الاشتراك والمشاركة في المعنى:

فعلى الرغم من ان الباحثين في الاتصال قد اتفقوا على انه مرتبط باستخدام الرمز، الا انهم لم يتفقوا على اهداف الاتصال حيث ذهب فريق منهم الى ان الاتصال يستهدف توصيل المعلومات ونقل الأفكار، بينما اعتقد الاخرون منهم ان الاتصال يستهدف خلق المعنى عندما يتصل الانسان ببيئته ان يعثر على معاني تلك المنبهات المختلفة التي تنبع من داخله ومن حوله، ونظرا لاستحالة الانسان بكل ما يحيط به من حوادث و منبهات في لحظة معينة من الزمان فانه يقوم بتطوير أساليب معينة للاستجابة لتلك المنبهات، نحو انتقاء مستخدم في ذلك التصنيف لتنظيفها، وكلما تزايدت خبرات الانسان واتسعت علاقاته بالأشياء من حوله اتسع من طرف ما يحدث في عالمه واصبح هذا النطاق يشمل معنى ودلالة اكبر بالنسبة لديه.[2]

[1] رحيمة الطيب عيشاني، **مدخل الى علم الاعلام والاتصال**، ط1 ،عالم الكتب الحديث الأردن ،2008،ص38,39.

[2] المرجع السابق، ص40

المطلب الرابع: أنواع الاتصال توجد تقسيمات عديدة لأنواع الاتصال أهمها:

1. **الاتصال من حيث درجة الرسمية:**

أ. **الاتصال الرسمي:** في معجم مصطلحات الاعلام عرف الاتصال الرسمي على انه اتصال يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة او مؤسسة بالطرق الرسمية متفق عليها، ويرتكز على الخطابات او التقارير الصادرة وبالإمكان ان يكون هذا الاتصال من الأعلى الى الأسفل او العكس من الأسفل الى الأعلى او بشكل افقي وينقسم الاتصال الرسمي الى ثلاث اقسام:

- **الاتصال الهابط او النازل:** وهو اتصال يكون من الأعلى الى الأسفل أي من الرؤساء او من المستوى الإداري الأعلى الى المستوى الإداري الأدنى ويعتبر هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعا وخلاله يمكن نقل المادة المرسلة من أوامر وتعليمات عبر التسلسل الهرمي من القيادة الى القاعدة.
- **الاتصال الصاعد:** ويكون هذا الاتصال من الأسفل الى الأعلى أي من المرؤوسين الى الرؤساء او يكون من المستوى الإداري الأدنى الى المستوى الإداري الأعلى ويكون كالعادة على شكل تقارير وملاحظات وشكاوى أي تغذية راجعة مرفوعة الى القيادة العليا لمؤسسة او الإدارة.
- **الاتصال الافقي:**

وهذا النوع من الاتصال يكون بين المستويات الإدارية او السياسية او الثقافية او الاجتماعية او الاقتصادية والتي تقع في ذات المستوى نفسه فمثلا الاتصال بين الوزراء يعتبر اتصال افقي ونفس الحال بالنسبة للاتصال بين رؤساء جامعات ومدراء مدارس، ويهدف لحل المشكلات وتتبادل الأفكار ووجهات النظر بين افراد وزملاء من نفس المستوى الإداري.

- **الاتصال غير الرسمي:**

وفي هذا النوع يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية ما بين مختلف العاملين بالمؤسسة عن طريق تبادل الأفكار ووجهات النظر في شتى الموضوعات ذات صلة بعملهم، وهذا الاتصال لا يخضع لاي قواعد او قوانين إدارية مكتوبة او رسمية متفق عليها داخل الإدارة.

2. **أنواع الاتصال من حيث درجة تأثيره:** لقد قام علماء الاتصال بتقسيم الاتصال من حيث درجة تأثيره الى اتصال مباشر والاتصال الجماهيري.

1. **الاتصال المباشر:**

ونعني به العملية التي يتم من خلالها تبادل الأفكار والمعلومات بين اشخاص والافراد بالطريقة المباشرة أي وجه لوجه دون وسائل وسيطة بحيث انه يصبح المرسل والمستقبل على اتصال فيما بينهما وفي مكان معين.

2. **الاتصال الجماهيري:**

ويعنى به العملية التي من خلالها يتم نقل الأفكار وجهات النظر الى عدد من الافراد وذلك باستخدام وسيلة او عدة وسائل من وسائل الاتصال الجماهيري.[1]

3. **أنواع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة:** وتنقسم الى نوعان:

1-**الاتصال اللفظي:** يكون عن طريق تبادل المعلومات شفهيا.

2-**الاتصال الغير لفظي:** يحدث من خلال تبادل الآراء والأفكار دون استخدام لغة الالفاظ.[2]

[1] المرجع السابق، ص33.

[2] أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك في الاتصال، الدار الجامعية الطبع والنشر، الإسكندرية،2003،ص32.

المبحث الثاني: ماهية الاتصال الرقمي

المطلب الأول: مفهوم الاتصال الرقمي

ويعرف كريستي هو الاتصال الرقمي بانه المهارة الأساسية لمعظم الاعمال التي يجب ان يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج، والتوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم حيث ان الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال بواسطة الوسائل الرقمية.[1]

ويعرف الاتصال الرقمي بأنه العملية التي يحدث فيها الاتصال عن بعد بين طرفين أو عدة أطراف يتبادلون بينهم المعلومات ويتم ترميز ومعالجة هذه المعلومات بواسطة النظم الرقمية وبعد ذلك يأتي الارسال والاستقبال بين مختلف الافراد.[2]

ويعرف أيضا بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم والإنتاج والتوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم.[3]

[1] ياس خضر البياتي،**الاتصال الرقمي**، أمم صاعدة وأمم مندهشة، ص23.

[2] عبد الكريم علي جبر الدبيسي، زهير ياسين الطاهرات، **مجلد الاتصال والتنمية**، العدد 6، دار النهضة العربية، بيروت، 2012، ص.3,4.

[3] محمد عبد الحميد، **الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت**، عالم الكتاب، القاهرة، 2007، ص 24.

المطلب الثاني: وظائف الاتصال الرقمي

1) تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة امام الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي. فتجاوز قيود العزلة هذه الى الاتصال بالآخرين، من خلال برامج الحاسب او شبكات في إطار واقع وهمي او افتراضي، يرسم أطراف الاتصال حيث لا يتم وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الالكتروني، ومع اخرين لا يعرف بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.
2) تنشا في إطار الوظيفة السابقة ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع افراداها حول اهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الافراد، مثل مناهضة العنصرية، الدعوة الديمقراطية تحرير الجنس والنوع الخروج عن المفاهيم والمبادئ المستقرة للمجتمعات ونظم الحكم وغيرها من الأهداف والغايات التي تجتمع حولها هذه المجتمعات الجديدة.
3) تقدم الإعلامية المعروفة على الانترنت، الالاف او مئات الالاف من المواقع الأخرى التي تتيح الخدمة الإعلامية مجهولة المصدر حول الوقائع والاحداث والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة التي تراها هذه المواقع.
4) وإذا كانت سهولة الاتصال وفورية الاعلام تحسب لهذه المواقع في تقديم الوظيفة الإخبارية، فإنها الوظيفة تعطيها القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها بحيث يمكن ان تسهم في تكوين راي عام إقليمي او عالمي على نحو المواقف والقضايا والافراد في وقت معين، يتكون هذا الراي العام من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيها.

5) وفي جانب اخر نجد توسعا في استخدام الحاسب في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب وبرامجه في التعليم واعتماد التعليم عليه خصوصا في التعليم الفردي او التعليم الذاتي، وانتشار المفاهيم الخاصة بالتعلم القائم على الكمبيوتر او التعلم بمساعدة الكمبيوتر.[1]

المطلب الثالث: مميزات الاتصال الرقمي:

1. **التفاعلية:** وهي تعني عكس الاتصال الخطي الذي يكون في اتجاه واحد من المرسل الى الملتقي بحيث يكون الاتصال في اتجاهين يقوم فيه أطراف العملية الاتصالية بتبادل الأدوار.
2. **التنوع:** ويكون لكل طرف الحرية والامكانية ص99للتأثير على عملية الاتصال ويصبح المستقبل لا يكتفي بتلقي المعلومات والمعارف فقط بل يتحول الى مشارك في هذه العملية ومؤثر فيها، بآرائه وتعليقاته خاصة مع توافر إمكانية تعدد المشاركين وتواجد أكثر من متلقي واحد وفي نفس الزمن مما ينتج عن ذلك توسع لدائرة الحوار واتجاهاتها.

ولقد ظهر هذا النوع نتيجة لتطور وسائل الاتصال وتعددها وأعطى ذلك للمتلقي فرصة وإمكانية لتوظيف عملية الاتصال وفق احتياجاته ودوافعه من الاتصال، وتجسد هذا النوع من خلال تنوع اشكال الاتصال المتوفرة بواسطة وسيلة رقمية واحدة وكذلك تنوع المحتوى الذي يختاره المتلقي وروابطه.

3. **التكامل:** فشبكة الانترنت تعتبر بمثابة مظلة اتصالية تجمع بين أنظمة الاتصال والمعدات الرقمية والمحتوى بأشكاله ووظائفه في اطار منظومة واحدة تتيح للمستقبل حرية الاختيار بين المواد الإعلامية في اطار متكامل، فيختار منها ما يراه مطلوبا للتسجيل او التخزين او الطباعة وفيما بعد يمكن إعادة ارسالها الى أفراد اخرين عبر البريد الالكتروني،

[1] فضيل ديلو التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ،2010، ، 100.

فتكنولوجيا النظام الرقمي توفر أساليب التعرض وتتيح أدوات التخزين في اطار أسلوب متكامل أثناء الولوج الى شبكة الأنترنت والتحول في ما بينن صفحاتها ومواقعها المختلفة والمتعددة.

4. **الفردية:** فالاتصال الرقمي ومن خلال برامجه المتنوعة وبروتوكولاته وفر قدرا معتبر من الخيارات وهذه الأخيرة أعطت لأطراف العملية الاتصالية النطاق الواسع في الاختيار والاستخدام والتحول وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال. وهذا ما يرفع من قيمة فرد المستخدم ويرفع من شأن الفردية، ويميزها حيث تؤكد نظم الاتصال الرقمية من خلال التصميم على سرية الاتصال وخصوصيته، بالإضافة الى سيطرة المعنيين بالاتصال على معالجة المعلومات وعرضها بشكل لا يختلف مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية وطريقة استخدام هذه المعلومات الى جانب تأمينها والحفاظ على سريتها، وبالتالي توفير اعلى درجات الفردية والحفاظ على طابع الخصوصية أثناء القيام بأي اتصال.
5. **تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية:** فالأنترنت قد شكلت شبكة عالمية للمعلومات تجمع الاف الشبكات الدولية ونموها يسير بصفة سريعة يصعب معه توقع أعدادها، ورافق هذا تزايد في أعداد المستعملين لهذه الشبكة خاصة مع توفر الإمكانيات وانخفاض التكلفة واحدث تجاوز في الحدود الجغرافية بفعل هذا الاتصال الذي ربط العالم بمختلف أقطاره، وأسقط معه الحدود الثقافية لأطراف العملية الاتصالية بالرغم من اختلاف لغاتهم وانتماءاتهم وأفكارهم وتشكيل حوار بين النظم والثقافات الاجتماعية بين الشعوب، ومع مرور الوقت ازدادت أهمية الاتصال الثقافي من خلال الشبكات نظرا للخدمات لتي يستفيد منها جميع المستخدمين في أنحاء العالم.[1]

[1] المرجع السابق، ص 33,35.

6. **تجاوز وحدة الزمان والمكان:** ففي الاتصال الرقمي لا يشترط وجود أطراف العملية الاتصالية بمكان واحد حتى يحدث تواصل بينهم نظرا لتطور الأجهزة الرقمية وتحولها الى أجهزة قادرة على توفير الاتصال بالرغم من بعد المسافة بين أطرافا العملية الاتصالية، خاصة وأن هذه الأجهزة يسهل نقلها من أجهزة الحاسوب والهاتف المحمول وإمكانية ربطها بالشبكات والتواصل الدائم معها ومعرفة كل ما هو جديد وفي وقت حدوثه، وبالتالي لم يعد شرط التزامن ضروري.
7. **الاستغراق في عملية الاتصال:** وهو راجع الى تكلفة الاتصال واستعمال أجهزته نتيجة لتتوفر أجهزة الاتصال الرقمية وبتكاليف زهيدة، مما أدى الى تشجيع مستعمليها على الاستغراق في برامج تلك الأجهزة لأجل التعلم ولفترات طويلة خاصة مع تطور برامج النصوص الفائقة والتي تعمل على طول مدة التحول بين المعلومات والبيانات، وقد تم وضعها بهدف اكتساب المعلومات أو التسلية، ولهذا نجد ان الكثير من المستخدمين يقضون في استخدام الحاسوب أوقات تفوق الوقت الذي يقضون للقراءة أو المشاهدة او الاستماع خصوصا مع ازدياد اعتمادهم كمصدر للحصول على المعلومات التي يحتاجون اليها.[1]

المطلب الرابع: مستويات الاتصال الرقمي:

مستويات الاتصال الرقمي: ساعدت تكنولوجيا النظم الرقمية على تطوير مستويات وأشكال الاتصال القائمة وتوفير أشكال حديثة منها، بحيث تؤدي في النهاية الى تعظيم قدر الاستفادة من توظيف هذه التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات.

[1] المرجع السابق، ص 39.

وتتمثل هذه المستويات فيما يلي:

أولا: الاتصال بالحساب وبرامجه:

وفي هذه الحالة يكون جهاز الحاسب بما فيه من برامج تمثل قاعدة بيانات طرفا في عملية الاتصال مادامت هذه البرامج هي الرسائل المستهدفة التي تتسم بالتفاعلية وتوفر للمتلقي المعلومات التي يريدها في الوقت والمكان الذي يحدده، ويتفاعل مع هذه البرامج وفق أسلوب تصميمها والهدف من هذا التصميم سواء كان لأغراض التعليم أو قواعد البيانات أو التسلية والترفيه.

ثانيا: الاتصال بقواعد البيانات:

وفي هذه الحالة تعتبر الحواسب أجهزة طرفية لقواعد البيانات التي يتم تخزينها على حساب رئيسي server يتصل بعدد من الحواسب تكون فيما بينها شبكة محلية داخل المؤسسة أو المنظمة، تتيح كل مسؤول أو مستخدم الدخول على قواعد البيانات والاستفادة منها ممن خلال الاتصال الكابلي cableأو تكنولوجيا الموجات الاذاعية wi.fiبين الحواسب والحاسب الرئيسي أو بين الحواسب وبعضها في تنظيمات معينة للاتصال أو باستخدام شبكات الانترنت Internet داخل التنظيم المؤسسي، والاكسترانت Extranet للاتصال بالعملاء والمساهمين والفروع أو المؤسسات الأخرى في الخارج– كما سبق أن أوضحنا –من خلال شبكة الانترنت.

وإذا كان الاتصال بقواعد البيانات أو بالأجهزة الطرفية التي تصل بها يوفر للمستخدم الحرية في الاتاحة في الوقت الذي يراه، فان المكان يظل مرهونا بوجود الأجهزة الطرفية بالإضافة للحرص على البيانات وتنظيمها والخطوط التلفزيونية وكروت الترميز الى الحواسيب.

ثالثا: الاتصال المباشر من خلال الشبكات:

ويقترب هذا الاتصال من شكل الاتصال المواجه وان كان من بعد on line حيث يعتمد على الشبكات في الاتصال بالآخرين سواء كان اتصالا شخصيا أو بصغير المجموعات، ولذلك يعتبر كالات الترميز الرقمي (modem) مع أجهزة التليفون ضرورة لتحويل الإشارات الصوتية أو المصورة او المكتوبة الى رموز رقمية عند الارسال modulatoire، ثم إعادة الترميز الرقمي الى الرموز اللغوية المكتوبة أو المسموعة أو الإشارات المصورة démodulateur.

وفي هذه الحالة يمكن الاتصال من خلال الحوار المباشر الذي يمكن ان يتم في شكل حوار مكتوب بتبادل الرسائل على الشاشة message أو الصوت voice، ويمكن ان يكون الاتصال بفرد واحد أو بأفراد اخرين في شكل مجموعات newsgroup، ولا تقف الرسائل المتبادلة في هذه الحالة عند حدود الرموز المكتوبة ولكن تبادل الصور والرسوم بأنواعها خلال هذا الحوار.[1]

كما يمكن أن يكون الاتصال مصورا كما في أحوال المؤتمرات بالفيديو عبر الشبكات vidéo conférence الذي ينقل الحوار بالصوت والصورة عبر الشبكات، وتتسم الأشكال السابقة بالتزامن مع الحوار أو تبادل الرسائل، ويمكن تبادل الرسائل لا تزامنيا كما في البريد الالكتروني email.

رابعا: الاتصال بمواقع الوسائل الإعلامية:

نظرا للتزايد الضخم في عدد مستخدمي الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) والشبكات العاملة عليها والاحتمالات المرسومة بانصراف مستخدميها عن التعريض الى وسائل الاعلام واستبدال

[1] المرجع السابق، ص40.

الانترنت بها وقد سعت وسائل الاعلام الى استئجار مواقع sites دائمة لها على الشبكة لجذب مزيد من الجمهور المتلقي الى المواد الإعلامية.

وساعد على تشجيع ذلك خدمة النص الفائق Hyper Text التي بدأتها الشبكة العنكبوتية، وأتاحت بذلك التحول المتعاقب والمرتبط بالنصوص ذات العلاقة ببعضها، بالإضافة الى ما تتميز به من مزايا ترتبط بتكنولوجيا الاتصال الرقمي وأهمها التفاعلية.

ومما تلمسه من خلال السنوات القليلة السابقة من تطور ملحوظ في مجال تكنولوجيا الاتصال الرقمي، نجد بانه قد أتاح لنا العديد من التجهيزات والوسائل البديلة للتعبير عن الرأي ووجهات النظر المختلفة بين مختلف الافراد حتى ولو كانت تتعارض مع ما يعتقد أنه رأي الغالبية.[1]

[1] المرجع السابق ص 41.

خاتمة:

ان توظيف التكنولوجيا الرقمية في مجال الاتصال فتح الباب امام اتصال جديد ربط البشرية ببعضها البعض وسمح بتبادل الثقافات بينهم، وهذا الشيء انعكس على حياة الافراد وسلوكياتهم سواء من الجانب الإيجابي او السلبي، مما يعني انه على المختصين في هذا المجال محاربة رواسبه السلبية وفي نفس الوقت العمل على الاستفادة منه قدر الإمكان، ومن بين القطاعات التي عملت على توظيف الاتصال الرقمي نجد قطاع التعليم العالي والذي سعى الى الاستفادة من هذه تكنولوجيا لتطوير اساليبه ومناهجه التعليمية وتحديثها.

تمهيد:

ان دراسة العلاقات العامة كنشاط يسمح بتحقيق أعمال ومنجزات إيجابية للأفراد والجماعات عن طريق التعايش والتفاهم من بينهم ومن حولهم، يمكن اعتبارها أيضا نشاطا ذا أهمية بارزة لا يمكن الاستغناء عنها في كثير من المؤسسات والهيئات على اختلاف أنشطتها وأحجامها، لكن على الرغم من الأهمية البالغة التي تتميز بها العلاقات العامة الا انها تحتاج الى توضيحات أكثر وهو الامر الذي سنتناوله في هذا الفصل من خلال التعرف على مختلف التعاريف الخاصة بها زيادة على أهدافها وبرامجها .

المبحث الاول: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

تعريف **بول غاريت** مسؤول العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز: عرفها بانها ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية انما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الاعمال باحترامه. [1]

يعرف **قاموس وبستر الدولي** " Dictionary Webster's New Collegiate" العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة او أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه.[2]

تعريف **كإنفيلد ومور** يعرفان العلاقات العامة أنها "الفلسفة الاجتماعية للإدارة التي تعبر عنها من خلال أنشطتها، وسياستها المعلنة للجمهور، وكسب ثقته وتفاهمه وذلك باستخدام الاتصال ذو الاتجاهين بين الطرفين.[3]

المطلب الثاني: خصائص العلاقات العامة

1. العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية، بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات، فهي ضرورية في جميع المنشآت وعلى مختلف المستويات، يفرضها الحديث.

[1] عبد الكريم درويش، ليلى تكلا 1968 أصول الإدارة العامة، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ص485
[2] فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ص17.
[3] جميل احمد خضر، العلاقات العامة، الميسرة للنشر والتوزيع 1998 ص 23، ص24

2. العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة، وهي وظيفة مستمرة ومخططة، لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود أفعال انية لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المنظمة.
3. العلاقات العامة وظيفة (استشارية _ تنفيذية)، استشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كيفية التعامل مع الجماهير، وتنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.
4. العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل، حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الوسائل والاشكال والقنوات والأساليب الاتصالية المتاحة للمنظمة.
5. الرأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة وهدفها الأساسي من خلال التأثير على اتجاهاته وكسب تعاطفه وتأييده بما يحقق الصالح العام للمنظمة ولجماهيرها المعنية.[4]

المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة

تسعى العلاقات العامة الى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن اجمالها فالاتي:

1. **تحسين السمعة او الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة:**

ذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة، وشرح سياساتها وأهدافها كما تقدم كل المشروعات صغيرة او كبيرة حكومية أو خاصة، ونفسرها تفسيرا جيدا حتى تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها ويكون ذلك عن طريق برامج توطيد السلعة وتنظيم الزيارات الجماهيرية للمؤسسة، أو تنظيم المعارض أو من خلال مساهمة المؤسسة في أنشطة المجتمع المحلي، التي تمكن

[4] المرجع السابق ص29.

من زيادة المبيعات، كما تساهم أيضا في الأنشطة الثقافية والرياضية أو الفنية والاجتماعية، والهدف الكلي من ذلك هو الترويج لاسم المؤسسة وتحسين سمعتها. [5]

2. كسب الجمهور الداخلي:

أن تعمل العلاقات العامة على اشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة وذلك بتحسيسهم بالانتماء والمساهمة في حل مشاكلهم الخاصة، ومحاولة توفير لهم ما يعرف بالاستقرار الوظيفي كما تشجع الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرحلات الرياضية للترفيه عن العامل.

3. كسب ثقة الجمهور الخارجي :

تعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف وأنشطة العلاقات العامة، فعلى أي مؤسسة أن تقوم بتحديد أهم الجماهير المتصلة بها ثم تسعى بعد ذلك الى تدعيم علاقاتها معها والعمل على ارضائهم بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف وندعم هذه الأطراف بهدفين اخرين هما:

- معرفة اتجاهات الجمهور الحقيقية نحو نشاطات المؤسسة وعرضها على قيادة هذه المؤسسة.
- اعلام الجمهور بنشاط المؤسسة وبرامجها، وأهدافها الأساسية لكسب تعاونه. [6]

المطلب الرابع: برامج العلاقات العامة

1) البحث: تتضمن عملية البحوث في برامج العلاقات العامة عدة خطوات أساسية أهمها ما يلي:

[5] محمد فريد الصحن، العلاقات العامة بين المبادئ والتطبيق الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع مصر.2003. 2002.ص، ص 40.41.
[6] علي الباز العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، مكتبة الاشعاع الإسكندرية 2002، ص، ص 78.77

- **تحديد المشكلة والهدف من البحث ووضع الفروض**

يتم تحديد المشكلة من خلال، دراسة الظاهرة وتحليلها، وتحديد أسباب عدم التوازن في المواقف الخاصة بها، ثم القيام بالتشخيص الدقيق للمشكلة ويتأتى ذلك من خلال الدراسة الاستكشافية بعد ذلك يتم تحديد الهدف الرئيسي من اجراء البحث، وكذلك مجموعة الأهداف التفصيلية، وأخيرا فانه يتم صياغة الفروض، والتي تعبر عن تفسيرات محتملة للمشكلة استنادا الى طبيعة برنامج لعلاقات العامة.

- **اعداد البرنامج التفصيلي للبحث**

وتعتبر هذه الخطوة بمثابة العمود الفقري لبحث العلاقات العامة، وتعتمد بصفة أساسية على الخطوة السابقة الخاصة بتحديد وتشخيص المشكلة، وتحديد الهدف ووضع الفروض، ويدخل ضمن هذه الخطوة تحديد نوعية البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء البحث وأساليب الحصول عليها وكذلك اختيار نوع العينة، وتحديد مفرداتها من مجتمع البحث.

- **جمع وتنقيح البيانات والمعلومات**

حيث يتم تدريب واعداد وتهيئة الباحثين اللازمين لجمع البيانات من مصادرها الأولية بأسلوب علمي يتناسب مع متطلبات الواقع الميداني، مثل عدم وجود بعض مفردات العينة، والتضارب في بعض البيانات، وبعد ذلك يتم مراجعة البيانات والمعلومات للتأكد من وقتها، واستبعاد الناقص منها، ثم اجراء التصحيح والتعديل اللازم للبيانات والمعلومات وتفريغها في الجداول المصممة، والمصنفة لخدمة أغراض البحث.

- **تحليل البيانات والمعلومات والتأكد من مدى صحة الفروض**

وتهدف هذه الخطوة الى الربط بين المتغيرات التي يتم جمع البيانات منها من ناحية، والأرقام الموضحة بالجدول من ناحية أخرى، واستقرار الأرقام واستخدام أساليب التحليل الاحصائي، والدراسة التحليلية ثم استخلاص النتائج التي تثبت صحة الفروض أو خطأها.[7]

2) **التخطيط**:

تمر عملية التخطيط بصفة عامة بعدة مراحل أهمها :

1. دراسة وافية لكافة الظروف والمتغيرات المحيطة بالمؤسسة حاليا ومستقبلا والتي تؤثر بشكل او باخر على تحقيق أهدافها.
2. تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها خلال المدى القصير والمدى المتوسط والمدى الطويل.
3. تحديد الموارد والامكانيات البشرية والمادية والفنية اللازمة لتحقيق الأهداف.
4. دراسة إمكانية الاستفادة القصوى من الموارد والامكانيات بما يحقق الأهداف في أسرع وقت وبأقل جهد وبأقل تكلفة.
5. تحديد التوقيت اللازم لانتهاء من تنفيذ الخطة ككل، وكذلك الوقت اللازم للبرامج، لانتهاء من تنفيذ خطة فرعية منبثقة منها.
6. وضع البرامج الزمنية، وترتبط الخطوات التنفيذية للخطة، بما يؤدي الى وضع جدولة زمنية دقيقة لها.
7. اعداد الموازنة التقديرية وتحديد الإجراءات العلمية والعملية اللازمة لأحكام الرقابة على تنفيذها، وبشكل يتضمن ترشيد الانفاق عليها.[8]

[7] محمد العزازي، أحمد ادريس العلاقات العامة، القاهرة 2004 ص،ص 147.148
[8] المرجع السابق، ص158،ص224.

3) **التقويم:**

ان عملية التقويم لا تتم كأجزاء او قطع منفصلة عن بعضها البعض، بل يجب أن ينصب التقويم على البرنامج ككل، والبرامج الأخرى السابقة اللاحقة لذات البرنامج، بل والاخذ في عين الاعتبار لبرامج العلاقات العامة للمؤسسات المنافسة في المجتمع، وكذلك مراعات المتغيرات البيئية والمحلية والدولية التي تؤثر بالشكل او باخر على المؤسسة، وبالتالي على برامج العلاقات العامة، وعلى ذلك يجب ان تكون هناك مراجعة دورية شاملة للنتائج الكلية في ضوء الأهداف المحددة وذلك على النحو التالي:

- **فيما يتعلق بالأهداف:** هل هي محددة بوضوح؟ وهل هي مفهومة لدى كافة العاملين في أقسام وادارات المؤسسة؟ وهل هناك حاجة الى الحصول على موافقة جهة معينة على هذه الأهداف؟ وهل هذه الأهداف فبي حاجة الى تطوير يتماشى مع مستجدات؟
- **فيما يتعلق بالتنظيم:** هل هناك ترابط بين وضائف العلاقات العامة، ام أنها موزعة بينها أكثر من إدارة؟ وهل يتمتع مسؤول العلاقات العامة بالمساندة الكافي من الجانب الإداري؟
- **فيما يتعلق بالمضمون:** هل البرامج والأنشطة تعطى اعتبارا كافيا لكل فئات وشرائح الجمهور(مستهلكون، عاملون، مسيرون، مؤسسات مالية، وسائل اعلام، مؤسسات تعليمية)
- **فيما يتعلق بقياس النتائج:** هل هناك عاملون والموارد الكافية والقيادات الإدارية الواعية لقياس نتائج العمل؟ والى أي مدى يمكن قارنة هذه الأنشطة بمثيلتها المنظمات الأخرى الزميلة والمناقشة؟ هل ثم التفكير في الاستعانة بمستشار خارجي للعلاقات العامة بشكل شامل دوريا؟

_ **فيما يتعلق بالرقابة:** ماهي الخطوات التي يتم اتخاذها لأحداها التحسين المستمر مستقبلا في برامج العلاقات العامة، وذلك استنادا الى نتائج المراجعة الشاملة الدورية؟ ماهي الخطوات اللازم اتخاذها في السنوات المقبلة؟

المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة الإلكترونية

- عرفها ماهر عودة الشمالية، ومحمود عزت اللحم، ومصطفى يوسف الكافي أنها "عملية الاتصال من خلال الوسائل، وتوزيع المواد كالمنشورات والمقابلات بالشكل الإلكتروني، والاستفادة من أدوات وقواعد الانترنت والإنتاج الالكتروني الحديث.[9]
- وعرفها ملتقى العلاقات العامة الالكترونية بأنها "قيام إدارة العلاقات العامة بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ بعض أنشطتها للإسهام في تحقيق أهدافها.[10]

المطلب الثاني: خصائص العلاقات العامة الالكترونية

للعلاقات العامة الالكترونية عدة خصائص نذكر منها:

- عالمية الأداء أو الممارسة أي الخروج عن المحلية.
- العلاقة التبادلية أو التشاركية عبر الشبكة.
- البعد عن الأنشطة والمصداقية الناعمة للثقة.
- رفع سقف المنافسة والتميز.
- زيادة الجهود نحو تقوية وتعزيز السمعة.
- تبني مبدأ الانفتاح على الجمهور العالمي.

[9] عودة الشمالية، ماهر، عزة اللحام، محمود، يوسف الكافي، مصطفى، 2015 الأعلام الرقمي الجديد، الأردن، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ص 146.

[10] ملتقى العلاقات العامة الالكترونية، عبد العزيز بن سعيد الخياط، 9,8 ابريل 2015، السعودية.

- الخروج عن الانعزال المهني والتقوقع.
- تنشيط ديناميكية الاتصال المهني للعلاقات العامة.
- توسيع دائرة تبادل المعلومات والمعرفة المرتبطة بأنشطة العلاقات العامة.
- الانفتاح التام لمسرح العلاقات العامة عالميا.
- تنمية المهارات الإبداعية في مجال العلاقات العامة.
- تحفيز دور التفكير الإبداعي في مجال العلاقات العامة.
- تحفيز دور التفكير الإبداعي الخلاق في المجال.
- الاستفادة من سهولة تطبيقات استخدام الانترنت.
- تفعيل مجالات التواصل في العلاقات العامة غبر الانترنت.
- اتاحة المزيد من الفرص التسويقية والثقافية والاجتماعية في التواصل عبر الانترنت.
- سهولة الاتصال.[11]

المطلب الثالث: أدوات العلاقات العامة الإلكترونية

تقوم العلاقات العامة الالكترونية على عدة أدوات من بينها

1-اليوتيوب: ويعرف أيضا على أنه ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية. انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة tube مقترحة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية. تأسس موقع اليوتيوب بواسطة 3 موظفين في شركة PayPal وهم تشاذ ميرلي، ستيفن تشن، وجارد كريم. حيث فكروا في سنة 2005 في انشاء موقع لمشاركة الفيديوهات، وفي سنة 2006م اشترت شركة "**غوغل**" هذا الموقع بحوالي مليار وستمائة وخمسون مليار دولار.[12] لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدمه مهما كان موقعه، ومهما تعددت اهتماماته:

[11] http: //bel3arabypr.com\category\arpr. العلاقات العامة الالكترونية. 5 ماي على الساعة 21 28.
[12] خليل شقرة، علي 2014، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، عمان دار أسامة للنشر، ص 90.

- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الاحداث بتفاصيلها ممكنة.
- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب.
- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة.
- إعطاء الامكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب.
- سهولة الاستعمال والمشاهدة.
- اليوتيوب عام ومجاني.
- توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب.[13]

2-الفيسبوك:

يعرف الفيس بوك حسب مخترعه "مارك زوكربيرغ": الفيس بوك هو حركة اجتماعية وليست مجرد أداة أو وسيلة للتواصل وانه سوف يزيح البريد الالكتروني ويحل محله، ويسيطر على كل نواحي النشاط البشري، وهو موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الادلاء والمشاركة مما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم.

وتم انشاء موقع الفيس بوك في فبراير 2004م بواسطة ابن التاسع عشر من العمر "مارك وكبيرغ"، وذلك في غرفته بجامعة هارفارد تم فتح لطلبة الجامعات، وبعدها لطلبة الثانويات ولعدد محدود من الشركات تم أخيرا فتحه لأي شخص يرغب في فتح حسابه، والان يملك الموقع حوالي 880 مليون مستخدم، بمعنى أخر فان شخصا واحدا بين كل

13شخصا على الأرض لديه حساب موقع الفيس بوك بحوالي 75 لغة، ويقضي هؤلاء المستخدمين جميعا أكثر من 700 بليون دقيقة على الموقع شهريا. [14]

[13] المرجع السابق ص، ص 93.95

[14] أبو زيد طاهر. 2012، دور مواقع التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، مذكرة ماجستير، جامعة الأزهر. فلسطين.

ويتميز الفيسبوك ب:

- سهولة الاستخدام والتعامل مع الموقع.
- مجانية الاشتراك واتاحته للجميع بدون تميز.
- إمكانية وضع محددات للمعلومات والمستخدمين.
- المرونة التي يمنحها للمستخدمين.
- الاستخدام المتنوع لموقع فيسبوك في المجال الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.
- النمو السريع للفيسبوك هو أكبر فرصة لوضع الإعلانات في الشبكات الاجتماعية فضلا عن العديد من المواقع الأخرى، حيث يعد الفيس بوك من انجح المواقع الاجتماعية في مجال الترويج والتسويق الالكتروني والشبكي. [15]

المطلب الرابع: معوقات العلاقات العامة الإلكترونية:

- الكثافة الهائلة في معلومات المؤسسة والصعوبة في الاطلاع عليها كاملة.
- التضارب في المعلومات.
- انعدام الثقة والأمانة التي قد تبدر من بعض المؤسسات.
- تنامي الشائعات أحيانا.
- عدم التحسب لعواقب التفاعل العالمي أحيانا من قبل المؤسسات
- انكشاف الحقائق والمعلومات أمام الجمهور وصعوبة التستر عليها لكون الانترنت فضاء أو نضام اتصالي مفتوح.
- تنامي أو احتدام المنافسة ما قد يؤدي الى خروج بعض المؤسسات وانقراضها. [16]

[15] أحمد عزام، زكريا، الشيخ، مصطفى 2015، عصر الإعلان، الأردن، عمان دار الفكر للنشر والتوزيع، ص29.
[16] باقي ،موسى ،2016 ،الصورة الذهنية في العلاقات العامة ،عمان ،الأردن دار أسامة للنشر والتوزيع ،ص43.

خلاصة

مما سبق ذكره يتضح أن العلاقات العامة هي نشاط اتصالي انساني مر على عدة محطات تاريخية وترك بصمته على مختلف الحضارات ليخرج في حلته الجديدة في المؤسسات المعاصرة، ويصنع لنفسه مكانة مرموقة وفق تخطيط دقيق وبرامج مدروسة من خلال الوظائف والمهام التي أنيطت به في تلميع صورة المؤسسات، مرتكزا في ذلك على مجموعة من الأسس والمبادئ والأخلاقيات.

الإطـار التطـبيـقي

لمحة عن مؤسسة التعليم العالي جامعة محمد خيضر

المبحث الأول: *مدخل تعريفي لجامعة محمد خيضر بسكرة .*

- **المطلب الأول:** تعريف للمؤسسة الجامعية محمد خيضر
- **المطلب الثاني:** أهداف جامعة محمد خيضر
- **المطلب الثالث:** مهام جامعة محمد خيضر

المبحث الثاني: تحليل نتائج دراسة

- مقابلة
- تحليل مقابلة
- توصيات

تمهيد

يعد التعليم العالي أسمى مراحل التعليم فكل فرد يطمح الى أن يزاول الدراسة فيه، ويتميز بتعدد التخصصات وتضمنه لشتى العلوم والمعارف الأدبية والعلمية والتعمق في الدراسات من خلال البحوث ويشكل التعليم العالي البنية الأساسية للتطور من خلال ادخال تكنولوجيا الاتصال الرقمي اليه وهذا من اجل استخدامها نظرا للفوائد التي تجنيها الجامعة من وراء هذا الاستخدام وفي هذا الفصل سنتطرق الى التعليم العالي بصفة عامة وطريقة ادخال التكنولوجيا عليه.

لمحة عن مؤسسة التعليم العالي محمد خيضر . بسكرة .

المبحث الأول: مدخل تعريفي لجامعة محمد خيضر . بسكرة .

المطلب الأول: تعريف بالمؤسسة جامعية محمد خيضر . بسكرة .

لقد مرت جامعة محمد خيضر بمراحل عديدة لتصبح بالصورة التي هي عليها اليوم، وهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى: مرحلة المعاهد 1984 /1992.

. معهد الري المرسوم التنفيذي رقم 84.254 المؤرخ في 08.18 .1984

. معهد الهندسة المعمارية المرسوم التنفيذي رقم :253. 84 ا لمؤرخ في 8.5. 1984.

. معهد الوطني للكهرباء التقنية المرسوم رقم 169 .86 المؤرخ في 08/18 / 1986.

المرحلة الثانية: مرحلة المركز الجامعي 1998/1992.

كانت المعاهد الوطنية تتمتع باستقلالية إدارية، بيداغوجية ومالية وتتكفل هيئة مركزية بالتنسيق بينها ثم تحولت هذه المعاهد الى مركز جامعي بمقتضى المرسوم رقم 295.92 المؤرخ في 1992/07/07، ومنذ عام 1992 تم فتح فروع أخرى تتمثل في معهد العلوم الدقيقة، معهد الهندسة المدنية، معهد العلوم الاقتصادية، معهد الالكترونيات، معهد الادب العربي، معهد علم الاجتماع، معهد الإنجليزية.

المرحلة الثالثة: مرحلة الجامعة من 1998الى يومنا هذا

وعلى اثر صدور المرسوم رقم 98.219 المؤرخ في:07 /1998/07 تحول المركز الجامعي الى جامعة تضم 07 معاهد ومعهد العلوم الدقيقة، معهد الري، معهد العلوم الاقتصادية ،معهد

الاعلام الالي ،معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية ،معهد الهندسة المعمارية ، المعهد الوطني للكهرباء التقنية وإصلاح التعليم العالي وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 98/397المؤرخ في 1998/12/02 المتعلق بتعليم وتسير الجامعة المتمم للمرسوم رقم 83.544 المؤرخ في 1998/12/02 المتضمن القانون الأساسي النموذجي للجامعة ،تحولت هذه المعاهد الى 03 كليات وهي :

- كلية العلوم وعلوم الهندسة.
- كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية.
- كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم :255.04 المؤرخ في 2004/08/29 المعدل للمرسوم التنفيذي رقم:219.98 المؤرخ في :1998/07/07 والمتضمن انشاء جامعة بسكرة أصبحت الجامعة تضم 04 كليات هي:

1. كلية العلوم الدقيقة وعلوم الحياة والطبيعة.
2. كلية العلوم والتكنولوجيا.
3. كلية الآداب والعلوم السياسية.
4. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

المطلب الثاني: اهداف جامعة محمد خيضر بسكرة:

- تعتمد جامعة محمد خيضر بسكرة على كفاءة البيداغوجية والعلمية لأساتذتها ودعم موظفيها وعمالها لتكوين فئة طلابية بإمكانها التوفيق والنجاح في الاندماج الاجتماعي والمهني في المجتمع المحلي.
- تواصل ديناميكية الجامعة باستمرار استجابة للأهداف التالية:

- ضمان تكوين بيداغوجي نوعي.
- تنوع في التخصصات التكوينية استجابة لمتطلبات التنمية الوطنية والمحلية.
- إعطاء دفع جديد وحركية نوعية للبحث العلمي للمساهمة في تنمية كل القطاعات الاقتصادية والاجتماعية.

المطلب الثالث: مهام جامعة محمد خيضر

في إطار مهام المرفق العمومي للتعليم العالي فان جامعة محمد خيضر . بسكرة . تتولى:

1. في مجال التعليم العالي

- تكوين الإطارات الضرورية لتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- الطلبة تلقين مناهج البحث وترقية التكوين والبحث وسبل البحث.
- المساهمة في انتاج ونشر للعلم والمعارف وتحصيلها وتطويرها.

2. في مجال البحث العلمي والتطوير التكنولوجي:

المساهمة في المعهد الوطني للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي.

- ترقية الثقافة الوطنية ونشرها.
- المشاركة في دعم القدرات العلمية الوطنية.
- المشاركة ضمن الاسرة العلمية والثقافية الدولية في تبادل المعارف.

المبحث الثاني: تحليل مقابلة

الجدير بالذكر أن المقابلة أجريت مع مسؤولية خلية إعلام والاتصال لجامعة محمد خيضر بسكرة السيدة أمينة ايت الحاج أكدت أن الجامعة تعتمد على الاتصال الرقمي بدرجة كبيرة من خلال تفعيل برامج العلاقات العامة وهنا ما تم تأكيده من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما هي أهم البرامج التي تعتمدها الجامعة عبر بيئتها الرقمية ذكرت المسؤولة أن أهم البرامج المعتمدة التي تعتمدها الجامعة عبر بيئتها الرقمية المنصات الرقمية التي تم إدراجها وتفعيلها أكثر مند بداية الجائحة وظهرت فوائدها وأهميتها أثناء الجائحة ساهمت في تخرج الجامعة إلى بر الأمان من خلال الدروس عبر الأرضية الرقمية.

2. وذكرت المسؤولة أن هذه البرامج ساهمت في تطوير عمل المؤسسة الجامعية وتعود درجة مساهمة هذه البرامج إلى حد كبير في تفعيل عمل الجامعة.

3. وصرحت أيضا أن تطبيق هذه البرامج يعود إلى تفعيل الاتصال الداخلي والخارجي ورسم صورة ذهنية للجامعة.

4. وذكرت أن الجامعة تستخدم وسائل الاتصال الرقمي مثل الانترنيت والهاتف والإيميل وأيضا صفحات الخاصة بالجامعة والوسائط الاتصالية والشبكات التواصل الاجتماعي.

5. كما صرحت أن هذا الاتصال يساعد على سيرورة العمل فمثلا أصبح هناك سرعة ومصدر موثوق فيه يستطيع كل من العامل والطلبة الاعتماد عليه.

خلاصة:

لقد قطعت جامعة بسكرة اشواطا كبيرة من نشأتها الى يومنا هذا من خلال جملة من الإنجازات المحققة، والتي كانت من بينها ادخال تكنولوجيا الاتصال الرقمي على مختلف مرافقها قصد تحديثها وتطورها والرقي بها مصاف الجامعات الكبرى.

النتائج العامة لدراسة :

تمثلت أهم النتائج الدراسة فيما يلي :

- أن الاتصال الرقمي له دور ايجابي في تسريع وتيرة العمل أي تفعيل الاتصال الداخلي والخارجي والحصول على المعلومة وإيصالها في وقت قياسي .
- يعتبر الاتصال الرقمي احد أهم الطرق التي ساعدت الجامعة في تفعيل برامجها .
- تعتبر التفاعلية أهم ميزة تميز الاتصال الرقمي عن الاتصال التقليدي .
- ان الجامعة تستخدم الاتصال الرقمي بشكل مقبول في الجانب التعليمي والاداري .
- الوسائل التي يتم استخدامها في عملية الاتصال الرقمي بالجامعة وبشكل اكبر هي كلا من البريد الالكتروني ويليه الفاكس نظرا لسهولة استخدامها ومرونتها .

توصيات:

- ان الاهتمام بالاتصال الرقمي في تفعيل إدارة العلاقات العامة يتطلب ضبط علمي مدروس لفريق عمل أكاديمي من أساتذة الجامعات داخل الجزائر وخارجها.
- تعاني المؤسسات والجامعات من نقص في مجال العلاقات العامة وعليه فان الدورات التكوينية كفيلة بتدارك هذا النقص.
- انشاء خلية خاصة متعلقة بتكنولوجيات الاتصال الرقمية تساهم بالضرورة في أداء داخل الجامعة.

الخاتمة

الـخــاتـمة:

اننا نعيش اليوم في عصر يشهد تطورات تكنولوجية والتي القت بظلالها على شتى المجالات والقطاعات ، ومن خلال بحثنا هذا عملنا على تسليط الضوء على قطاع الاتصال على وجه الخصوص ومدى أهمية التي اصبح يكتسبها ،خاصة مع تهافت العديد من القطاعات عليه للاستفادة من المزايا والخدمات التي يقدمها ،ولعل من ابرز تلك القطاعات قطاع التعليم العالي والذي تطرقنا اليه في بحثنا وكذلك مدى استفادته من تكنولوجية الاتصال خاصة ان الاتصال قد أضحت رقميا يختلف اختلافا كبيرا عن الاتصال التقليدي، واقبال مؤسسات التعليم العالي على ادخال الاتصال الرقمي وتكمن أهمية هذه التكنولوجيا في التسهيلات التي اتاحتها من اجل مواكبة التغيرات الحاصلة.

وفيما يتعلق بتجسيد توظيف الاتصال الرقمي بالجامعة نجد ان هذه الأخيرة لايزال التعليم بها عبارة عن مزيج ما بين التعليم التقليدي والتعليم الرقمي، وفي دراستنا حاولنا تقديم صورة حول دور الاتصال الرقمي في تفعيل برامج العلاقات العامة مع التأكيد على أهمية هذا النوع من الاتصال كعامل قوة للنهوض بالجامعة وتفعيل برامجها والارتقاء بها وذلك نظرا لأهميتها.

ومن جهة أخرى نتمنى ان تكون دراستنا هذه مساعدة للطلبة الباحثين خاصة الذين يدرسون في هذا المجال، وان تعمل على زيادة الاهتمام بالاتصال الرقمي داخل الجامعة وتفعيل برامجها من خلال بيئتها الرقمية، خاصة انها تواجهها تحديات كبيرة تفرض عليها الاستعانة بكل ما من شانه المساهمة في تطويرها وتسهيل القيام بمهامها.

قائمة المراجع

أولا: قواميس

1. علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد لطلاب معجم العربي ألف بائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر ط 1، 1991.

ثانيا: الكتب

2. أبو زيد طاهر. 2012، دور مواقع التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، مذكرة ماجستير، جامعة الأزهر. فلسطين.
3. أحمد عزام، زكريا، الشيخ، مصطفى 2015، عصر الإعلان، الأردن، عمان دار الفكر للنشر والتوزيع.
4. أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك في الاتصال، الدار الجامعية الطبع والنشر، الإسكندرية،2003.
5. باقي، موسى ،2016 ،الصورة الذهنية في العلاقات العامة، عمان، الأردن دار أسامة للنشر والتوزيع.
6. جميل احمد خضر، العلاقات العامة، الميسرة للنشر والتوزيع 1998.
7. جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة ' دار الفكر العربي 1997.
8. خليل شقرة، علي 2014، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، عمان دار أسامة للنشر.
9. رحيمة الطيب عيشاني، مدخل الى علم الاعلام والاتصال، ط1 ،عالم الكتب الحديث الأردن ،2008.
10. زهير أحددن، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال، ط4، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر 2014.
11. سامية محمد فهمي، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة ط1مصر.

12. سمير منصور مناهج العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية.
13. شدوان علي شيبة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية اسكندرية ،2005.
14. صالح خليل ابو إصبع العلاقات العامة والاتصال الانساني ط1، دار الشرقي عمان.
15. عبد الحافظ محمد سلامة، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، ط6، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان،2006.
16. عبد الحميد عطية، الاتصال اتجاهات نظرية واسس تطبيقية في الخدمة الاجتماعية، دار الكتب والوثائق القومية الإسكندرية ،2012.
17. عبد السلام ابو قحف، هندسة الاعلام والعلاقات العامة، مكتبة الاشعاع الفنية مصر.
18. عبد الكريم درويش، ليلى تكلا 1968 أصول الإدارة العامة، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية.
19. علي الباز العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، مكتبة الاشعاع الإسكندرية 2002.
20. عودة الشمالية، ماهر، عزة اللحام، محمود، يوسف الكافي، مصطفى، 2015 الأعلام الرقمي الجديد، الأردن، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
21. فضيل ديلو التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2010.
22. فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة. دار أسامة لنشر والتوزيع الأردن.
23. فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان.
24. فيصل أبو عيشة، الاعلام الالكتروني، ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن2010.

25. محفوظ احمد جودت العلاقات العامة، ط1. دار زهران لنشر والتوزيع عمان ،2008.
26. محمد العزازي، أحمد ادريس العلاقات العامة، القاهرة 2004.
27. محمد الهادي محمد، اساليب توثيق البحوث العلمية، مكتبة الاكاديمية، الجزائر 1995. ط1.
28. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب القاهرة ،2007.
29. محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتاب، القاهرة، 2007.
30. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة بين المبادئ والتطبيق الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع مصر.2003. 2002.
31. منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر لنشر وتوزيع ،2011عمان.
32. منير حجاب، الموسوعة العالمية، دار الفجر لنشر وتوزيع، المجلد الخامس، القاهرة 2003.
33. ياس خضر البياتي/الاتصال الرقمي، أمم صاعدة وأمم مندهشة.

ثالثا: الرسائل الجامعية

34. رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية شهادة الماجيستير تخصص وسائل الاعلام والمجتمع كلية العلوم الاجتماعية جامعة منثوري قسنطينة 2007.
35. سامية جفال، سليمة بوزيد، العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم والوظيفة، جامعة بسكرة.

رابعا: المجلات

36. برامج موظفي للعلاقات العامة، خاص بالمندوب.
37. عبد الكريم علي جبر الدبيسي، زهير ياسين الطاهرات، مجلد الاتصال والتنمية، العدد 6، دار النهضة العربية، بيروت، 2012.

خامسا: ملتقيات

38. ملتقى العلاقات العامة الالكترونية، عبد العزيز بن سعيد الخياط، 9,8 ابريل 2015، السعودية.

سادسا: مواقع

39. http://bel3arabypr.com\category\arpr.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية_قطب شتمة

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

استمارة مقابلة

دور الإتصال الرقمي في تفعيل برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية

(دراسة مسحية على عينة من عمال خلية الإعلام والإتصال)

إعداد الطلبة :

- سوفي فريال
- غنوم زينب

إشراف الأستاذة :

ـ شرفة أسماء

السنة الجامعية: 2020 – 2021.

المحور الأول: بيانات الشخصية

1. **الجنس:**

- ذكر
- أنثى

2. **السن:**

- 30_24
- 40_30
- 40 فما فوق

3. **المستوى التعليمي:**

- متوسط
- ثانوي
- جامعي

المحور الثاني: برامج العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية:

4. ماهي أهم البرامج التي تعتمدها المؤسسة عبر بيئتها الرقمية؟
5. هل ساهمت هذه البرامج في تطوير مؤسسة جامعية؟
6. ما درجة مساهمة هذه البرامج في تفعيل عمل المؤسسة؟
7. على ما يعود تطبيق هذه البرامج؟

المحور الثالث: وسائل الاتصال الرقمي المستخدمة بالجامعة:

8. هل تستخدم الجامعة وسائل الاتصال الرقمي؟
9. ما نوع الوسائل المستخدمة في الاتصال الرقمي؟

10. هل يؤثر هذا الاتصال على سيرورة العمل؟
11. ممن تصلك التعليمات في الجامعة؟

المحور الرابع: مساهمة الاتصال الرقمي في اعداد خطة برامج العلاقات العامة:

12. هل يساعد الاتصال الرقمي في نشر التعليمات؟
13. هل يساهم الاتصال الرقمي في رضا الموظفين؟
14. هل ترى الاتصال الرقمي يخدم منظومة العمل؟
15. هل يساعدك الاتصال الرقمي في تسيير شؤونك؟

هيكل تنظيمي لجامعة محمد خيضر