جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية الجزائرية
دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية – جيجل -

تخصص: اتصال وتسويق.

إعداد الطالبتين:
- آمنة رغيوة
- كريمة رهيوي

إشراف الأستاذ:
أ. إيديرشيباني

لجنة المناقشة:

الأستاذ (ة)	الجامعة	الصفة
- د.عزوز هند	جامعة جيجل	رئيسا
- أ. إيديـــر شيباني	جامعة جيجل	مشرفا ومقررا
- بوريدان عبد القادر	جامعة جيجل	مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2017م

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

بدأنا أكثر من يد، وقاسينا أكثر من هم، وعانينا الكثير من الصعوبات

وها نحن نحمد الله الذي بنعمته تتم الصالحات، الذي أنار لنا درب العلم

وأعاننا على ما فيه الخير والصلاح ومنحنا القوة ووفقنا لإنجاز هذا العمل

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

فبعد ختامه نتقدم بأجل عبارات التقدير والاحترام والشكر لأستذتنا الكرام

ونخص بالذكر الأستاذ المشرف علينا " شيباني إيدير "

الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته التي كانت السبيل في هذا العمل المتواضع

كما نبدي عرفاننا الكبير لعمال مؤسسة الحماية المدنية بولاية جيجل

الذين لم يبخلوا علينا بتقديم يد المساعدة والتوجيهات الثمينة طيلة هذا المشوار

كما لا يفوتنا أن نتوجه بالشكر الجزيل
إلى كل من شقوا للنعم بالراحة ويسروا لنا طريقنا
وساهموا في مساعدتنا ورفعوا من معنوياتنا ودفعونا إلى طريق النجاح
وفي الأخير
نسأل الله العلي القدير
أن يبارك لنا عملنا هذا

إهداء

إلى من ربياني صغيرا
إلى كل من علمني، وأخذ بيدي، وأنار لي طريق العلم والمعرفة
إلى كل من ساندني، ووقف بجانبي
إلى كل من كان النجاح طريقه، والتفوق هدفه، والتميز سبيله
إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره
أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائيليه
فأظهر بسماحته تواضع العلماء
وبراحابته سماحة العارفين
أهدي ثمرة جهدي إلى إخوتي وأخواتي
إلى كل أحبتي
إلى من ساعته ذاكرتي ولم تسعه مذكرتي

كريمة

إهداء

إلى أغلى ما نملك في هذا الوجود
أبي وأمي الحبيبين
إلى كل أفراد العائلة الدين كانوا لي
أروع سند وعون على الدوام
إلى كل من نسيهم قلمنا ولم ينساهم
قلبنا
إلى كل هؤلاء نهدي
ثمرة جهدنا

آمنة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
كلمة شكر.....	
الإهداء.....	
فهرس المحتويات.....	
فهرس الجداول.....	
ملخص الدراسة	
مقدمة.....	
الإطار المنهجي للدراسة	
1- إشكالية الدراسة.....	
2- تساؤلات الدراسة.....	
3- فرضيات الدراسة.....	
4- أسباب اختيار موضوع الدراسة.....	
5- أهداف الدراسة.....	
6- أهمية الدراسة.....	
7- تحديد مصطلحات الدراسة.....	
8- المنهج المستخدم في الدراسة.....	
9- أدوات جمع البيانات.....	
10- مجتمع البحث.....	
11- حدود الدراسة.....	
12- الدراسات السابقة.....	
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: العلاقات العامة: مفهومها، نشأتها، مبادئها ووظائفها	
تمهيد.....	
أولا: العلاقات العامة نشأتها وعوامل تطورها.....	
ثانيا: أسس ومبادئ العلاقات	

فهرس المحتويات

العامة..... **ثالثا:** وظائف العلاقات العامة..... **رابعا:** أهداف العلاقات العامة وأهميتها..... **خامسا:** العلاقات العامة وسائلها وطرق تخطيطها..... **خلاصة الفصل.....**	
الفصل الثاني: الحماية المدنية: مفهومها، خصائصها ومهامها	
تمهيد..... **أولا**: نشأة وتطور الحماية المدنية..... **ثانيا**: تعريف الحماية المدنية..... **ثالثا**: أهمية الحماية المدنية..... **رابعا**: خصائص جهاز الحماية المدنية..... **خامسا**: مهام الحماية المدنية..... **سادسا**: التنظيم الإداري المحلي للحماية المدنية..... **سابعا**: علاقة الحماية المدنية بالإدارات الأخرى ..... **خلاصة الفصل.....**	
الفصل الثالث: مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية	
تمهيد:..... **أولا:** العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية..... **ثانيا:** أهمية العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية..... **ثالثا:** خصائص العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية.....	

رابعا: وظائف وأهداف العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية.....	
خامسا: مواصفات القائم بالعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية.....	
سادسا: العوائق التي تواجه إدارة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية.....	
الإطار التطبيقي للدراسة	
تمهيد:.....	
أولا:التعريف بمؤسسة الحماية المدنية.....	
ثانيا:عرض وتحليل بيانات الدراسة.....	
ثالثا: مناقشة نتائج الميدانية في ضوء الفرضيات.....	
خلاصة الفصل.....	
- استنتاجات الدراسة.....	
- اقتراحات الدراسة	
خاتمة.....	
قائمة المصادر والمراجع.....	
فهرس الملاحق.....	

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	
2	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	
3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	
4	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية	
5	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الرتبة المهنية	
6	يوضح وجود قسم للعلاقات العامة في المؤسسة	
7	يوضح مفهوم العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين	
8	يوضح الموقع الذي يشغله المكلف بالاتصال	
9	يوضح مصدر الحصول على المعلومة في المؤسسة	
10	يوضح كيفية الاتصال بين الموظفين و المدير	
11	يوضح الوظائف التي تقوم بها الجهة المكلفة بالاتصال	
12	يوضح أهداف الجهة المكلفة بالاتصال	
13	يوضح وسائل الاتصال التي تعتمدها المؤسسة	
14	يوضح أكثر وسيلة اتصالية مستخدمة	
15	يوضح أساس اختيار الوسيلة الاتصالية	
16	يوضح ضرورة وجود الوسائل الاتصالية	
17	يوضح النوع الاتصالي الأكثر استخداما	
18	يوضح الوسائل الأكثر استخداما مع الجمهور الخارجي	
19	يوضح الإضافة التي قدمتها وسائل الاتصال للمؤسسة	
20	يوضح مدى استخدام مؤسسة الحماية المدنية وسائل اتصال الكترونية	
21	يوضح التنظيم الاتصالي المتواجد في مؤسسة الحماية المدنية	
22	يوضح سبب غياب مديرية العلاقات العامة في المؤسسة	
23	يوضح العراقيل الاتصالية التي تعيق السير الحسن للمؤسسة	
24	يوضح مدى وجود مختصين في العلاقات العامة بالمؤسسة	
25	يوضح مدى استحداث مديرية بالعلاقات العامة	
26	يوضح مكان التوجه عند مواجهة مشكلة عمل	
27	يوضح أهم المقترحات لتعزيز مكانة الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة	

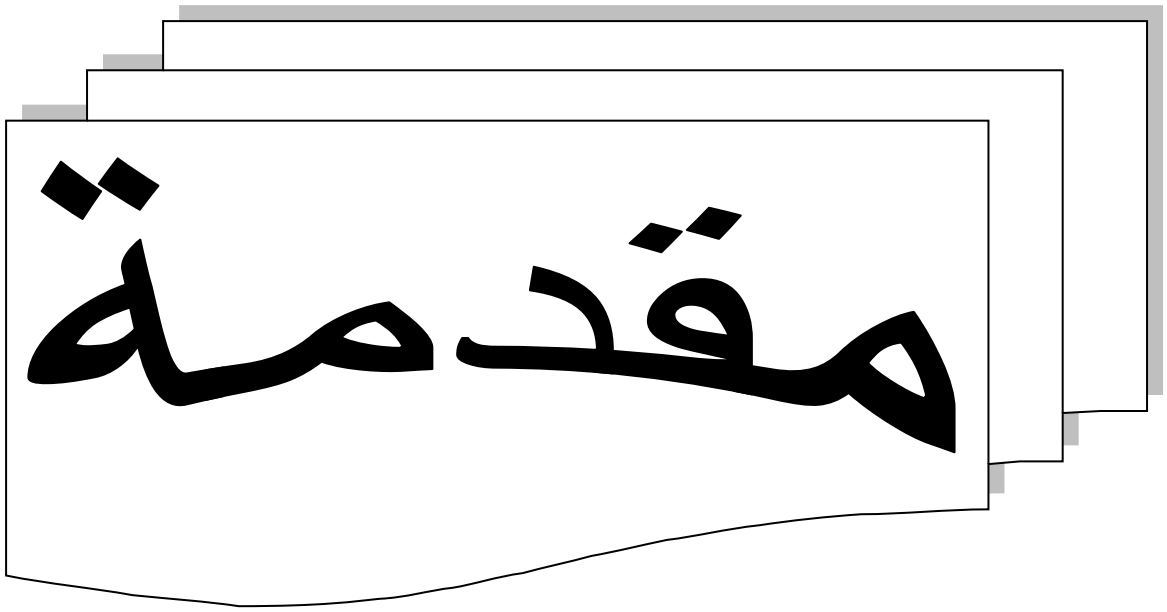
ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

عملت هذه الدراسة لتسليط الضوء على واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية-جيجل، حيث تعد مؤسسة تختص بالتدخل لإغاثة المواطنين من جميع الأخطار المحدقة بهم، كما تسهر على سلامة أرواحهم وممتلكاتهم.

سعت الدراسة للوقوف عند واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل، حيث حاول البحث إبراز المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة لدى المؤسسة محل الدراسة، وكذا التعرف على أهم الوسائل التي تعتمد عليها في نشاطاتها الاتصالية، والسبل لترسيخ صورة حسنة للمؤسسة لدى جمهورها.

وصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن العلاقات العامة لا تحظى بمكانة جيدة داخل مؤسسة الحماية المدنية، كون هذه الأخيرة لا تحتوي على قسم خاص بالعلاقات العامة في هيكلها التنظيمي، وكذا جل مهام ونشاطات العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل موكلة إلى خلية الإعلام والإتصال.


مقدمة

مقدمة:

لا يختلف اثنان، أننا نعيش اليوم، عصر الاتصال بامتياز، حيث أضحى العالم قرية كونية صغيرة، وصار الاعتماد على الآليات التواصلية الحديثة ضرورة من الضروريات المسلم بها، فلا يمكن تجاهلها أو تهميشها، بحكم أنها أضحت جزء لا يتجزأ من مكونات أي مؤسسة سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو حتى أمنية، فلم يعد نجاحها في السوق، مرتبط بنوعية النشاط الذي تمارسه أو خدمة التي تقدمها، بل أضحى مرهونا بمدى اعتمادها على آليات تواصلية فعالة، خصوصا أنها تتفاعل وتتعامل بالدرجة الأولى مع جماهير عديدة.

تعد العلاقات العامة نشاطا من الأنشطة الاتصالية الحتمية، التي تلجأ إليها أغلب المؤسسات على اختلاف أنواعها، حيث تعد أداة الربط بين المؤسسة والبيئة المحيطة بها، وأضحى تواجدها في هيكل المؤسسة أكثر من ضرورة، فغياب هذا النشاط الاتصالي الهام سيؤثر على نشاط أي المؤسسة، ويحول دون تحقيق أهدافها المسطرة.

تعد الحماية المدنية الجزائرية مؤسسة كغيرها من المؤسسات الأخرى، بالرغم من صبغتها الأمنية، والتي تختص بالتدخل لإغاثة المواطنين من جميع الأخطار المحدقة بهم، كما تسهر على سلامة أرواحهم وممتلكاتهم، إلا أنها مؤسسة لا يمكن لها أن تعيش في عزلة منفردة، بل تتواصل مع الجمهور العام وتتفاعل مع مختلف مكوناته، خصوصا في أوقات الأزمات، فسر نجاحها مرتبط بالأساس بكيفية تسييرها لتلك الأزمة وكذا نوع الصورة التي تتشكل في أذهان المواطنين تجاهها، لذا فهي مدعوة لاعتماد آليات تواصلية فعالة تتمثل في **مديرية العلاقات العامة**، هذه الأخيرة من يمكن لها المساهمــة في نجاحها وضمان استمرارها.

تسعى هذه الدراسة المعنونة بـــ " **واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية –جيجل**، التعرف على طبيعة المكانة التي يحظى بها هذا النشاط داخل المؤسسة، ومحالة إدراك مجالات توظيفها ومدى فعاليتها، والوقوف عند أهم العراقيل والصعوبات التي تواجه الحماية المدنية ومحاولة تجاوزها.

قسمت الدراسة إلى ثلاثة أقسام تمثلت فيما يلي:

01- الإطار المنهجي للدراسة: تضمن إشكالية البحث مع التساؤلات والفرضيات المطروحة، حيث يتم تحديد أسباب اختيار الموضوع، أهميته وأهدافه، ثم تحديد

مفاهيم الدراسة، كما وضحنا منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، بالإضافة إلى مجتمع البحث، كما أشرنا إلى بعض الدراسات السابقة وحددنا مجالات الدراسة.

02- الإطار النظري للدراسة: قسم إلى ثلاثة فصول، تناول الفصل الأول العلاقات العامة بداية بمفهومها ونشأتها، وإبراز خصائصها وأنواعها ووظائفها، اهتم الفصل الثاني بالتطرق إلى ماهية المؤسسة (الحماية المدنية)، في حين تطرقنا في الفصل الأخير إلى إبراز مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية- جيجل.

03- الإطار التطبيقي للدراسة: تناولنا في هذا الفصل من الدراسة مدخل تعريفي بمؤسسة الحماية المدنية –جيجل، ثم تطرقنا إلى تحليل وتفسير بيانات الدراسة مع مناقشتها في ضوء الفرضيات، وصولا إلى الاستنتاجات العامة للدراسة، لنخلص في الأخير إلى تقديم جملة من الاقتراحات لتكون آخر مرحلة قبل خاتمة الدراسة.

الاطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

1: إشكالية الدراسة.

2: تساؤلات الدراسة.

3: فرضيات الدراسة.

4: أسباب اختيار موضوع الدراسة.

5: أهداف الدراسة.

6:أهمية الدراسة.

7:تحديد مصطلحات الدراسة.

8:المنهج المستخدم في الدراسة.

9:أدوات جمع البيانات.

10: حدود الدراسة.

11: عينة الدراسة.

12: الدراسات السابقة.

1- إشكالية الدراسة:

إن نجاح واستمرار أي مؤسسة مهما كان نوعها، مرهون بمدى تواصلها وتفاعلها مع جماهيرها سواء الداخلية أو الخارجية منها، خصوصا في ظل التطور التكنولوجي الذي نعيشه اليوم، حيث ازداد عدد المؤسسات وتنوعت أنشطتها، بذلك ازدادت الجماهير التي تتفاعل معها المؤسسة، مما يدفعها إلى ضرورة تفعيل اتصال دائم بينها وبين جمهورها، كون التواصل هو الوحيد القادر على خلق الثقة المتبادلة بينها وبين المتعاملين معها، لذا أضحى لزاما على الأجهزة الإدارية لأي مؤسسة أن تهتم بمعرفة مواقف جماهيرها من خلال بناء علاقات طيبة، تمكنها هذه الأخيرة من تحسين صورتها لدى مختلف الفئات التي تتعامل معها، كون الجمهور لم يعد ينتظر ما تقدمه المؤسسات من معلومات،بل تحول إلى جمهور يطالب بها، حيث لا يكتفي بمعلومات سطحية عن السلع والخدمات، فكلما كان نصيبه من المعلومات أوفر، كلما ازدادت ثقته بالمؤسسة، وازدادت بذلك مصداقيتها في السوق.

لا يتأتى تحقيق هذا الهدف إلا من خلال توفر المؤسسة على جهاز إداري يسهر على تحقيق جملة هذه المطالب، والذي يتجلى بما يعرف بجهاز العلاقات العامة، حيث يعمل هذا الأخير على زيادة الوعي بالحاجة إلى فهم الجمهور وتوقع مشكلاته، متبعة في ذلك جملة من الأساليب والتقنيات الاتصالية التي تمكن من خلق صورة حسنة للمؤسسة في ظل التنافسية الكبيرة من قبل المؤسسات الأخرى، فأضحت العلاقات العامة أحد المجالات الإدارية التي لا غنى لها لدى المؤسسات الغربية.

من جانبها، عرفت المؤسسات الجزائرية كغيرها من المؤسسات الأخرى تغيرات ملحوظة خلال السنوات الأخيرة، حيث كانت تعيش في ظل نظام اشتراكي لا يولي أية أهمية للاتصال والعلاقات العامة، لكن مع هذه الإصلاحات والتغيرات ودخول مجال الأسواق المتعددة، أضحت المؤسسات الجزائرية لا يمكنها أن تعيش بعيدا عن المنافسة خصوصا بعد انفتاحها على السوق، وبالتالي فهي مجبرة على التحول إلى نماذج تسيير جديدة وتطوير خطط وسياسات اتصالية سلمية، تمكنها من التواصل مع جمهورها بصفة فعالة، كونها لن تستطيع بالنمط التقليدي الاستمرار في بيئة تنافسية حادة، هذا ما استوجب عليها أن تتكيف مع سوق المنافسة من خلال تبني استراتجيات اتصالية جديدة أهمها الاعتماد على جهاز

العلاقات العامة بغية تحسين صورتها مع الجماهير، وتميزها عن باقي المؤسسات الأخرى.

تعد مؤسسة الحماية المدنية مؤسسة كغيرها من المؤسسات الجزائرية التي تسعى لتحسين صورتها لدى جمهورها وإثبات وجودها في الساحة الوطنية، فإذا كان الدافع لوجود إدارة للعلاقات العامة هو حاجة الماسة للمؤسسة للتعريف بنفسها وخصوصا في ظل التحولات المستمرة، فمؤسسة الحماية المدنية مدعوة للاعتماد على نشاطات "**العلاقات العامة**"كونه السبيل الوحيد لكسب تأييد جماهيرها ومنافسة باقي المؤسسات الأخرى.

انطلاقا من ذلك تحاول هذه الدراسة أن تجيب عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل؟

تمخض عن السؤال الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية أهمها:

2- تساؤلات الدراسة:

السؤال01: ما هي مكانة العلاقات العامة لدى مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل؟

السؤال02: ما هي أهم الوسائل التي تعتمد عليها مؤسسة الحماية المدنية -جيجل للتعريف بنشاطاتها؟

السؤال03: فيما تكمن معوقات نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل؟

3- فرضيات الدراسة:

الفرضية01: تحظى العلاقات العامة بمكانة هامشية لدى مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل.

الفرضية02: تعد الإذاعة أهم وسيلة إعلامية للتعريف بنشاطات الحماية المدنية لولاية جيجل.

الفرضية03: غياب مديرية العلاقات العامة في الحماية المدنية لولاية جيجل.

4- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع الدراسة ما يلي:

1- الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع وصلته بالتخصص الجامعي.

2- التعرف على مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل.
3- إبراز الدور الذي تلعبه العلاقات العامة داخل مؤسسة الحماية المدنية.
4- غموض مفهوم العلاقات العامة والخلط بينه وبين الأنشطة الاتصالية الأخرى.
5- رصد أهم النشاطات الاتصالية التي تقوم بها مؤسسة الحماية المدنية.
6- قابلية الموضوع للدراسة والبحث نظريا وتطبيقي.

5- أهمية الدراسة:

إن أهمية البحث تتوقف على أهمية الظاهرة التي تتم دراستها وعلى قيمتها العلمية وما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها،ويمكن أن نخلص به من حقائق يمكن الاستناد عليها لاحقا.

تم اختيار هذا الموضوع نظرا للأهمية الكبيرة التي تلعبها العلاقات العامة في نجاح أي مؤسسة، فاستمرارها لا يأتي إلا من خلال الأنشطة الاتصالية التي تؤديها هذه الأخيرة، فهي من يرسم صورة حسنة عن المؤسسة، فهي من يبني جسور تواصل مع جماهيرها، ومؤسسة الحماية المدنية مؤسسة لن تخرج عن هذه القاعدة، فهي مؤسسة تتفاعل مع جماهير متعددة، فلزام عليها التواصل وخلق سمعة طيبة لها لدى جمهورها.

6- أهداف الدراسة:

تسعى كل دراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ومن خلال دراستنا هذه نسعى إلى:

1. إبراز المكانة التي تحتلها العلاقات العامة داخل الهيكل التنظيمي لمؤسسة الحماية المدنية جيجل.
2. التعرف على أهم الأساليب والوسائل الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية.
3. تحديد مهام مديرية العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل.
4. إبراز مدى وعي مسؤولي الحماية المدنية بدور مديرية العلاقات العامة في مؤسستهم.

5. إبراز أهم العوائق والعراقيل التي تحد من فعالية العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية بجيجل.
6. معرفة مدى اهتمام مؤسسة الحماية المدنية بتوظيف مختصين في العلاقات العامة.

7- تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الضرورية لنجاح أي بحث علمي، كون تصميم أي دراسة دقيقة وبعيدة عن الغموض يفرض على الباحث تحديد المصطلحات الأساسية التي يدور حولها موضوع دراسته، وقد وردت في دراستنا هذه مجموعة من المفاهيم يتوجب علينا توضيحها والخروج بتعريف إجرائي لها، ومن أهم هذه المفاهيم نذكر ما يلي:

1- الواقع:

***التعريف اللغوي:**

- الواقع في اللغة معناه الحاصل في الواقع، وهي الشيء الموصوف بالواقع بمعنى الحصول والوجود[1].
- الواقع: هو الشيء في ذاته La chose en soi،أي هو الموجود ثمة أصلا[2].

***التعريف الاصطلاحي:**

- يعرف الواقع على أنه: فهم أحوال الناس والوقائع المعاصرة والأحداث الخارجية سواء كانت عامة أو خاصة، لمعفرة حيثياتها وأثارها ووسائل حماية المجتمع من أضرارها[3].

- تعريف آخر، الواقع: هو خاصية لما هو معطي في التجربة بمعنى مجموع الأشياء والحوادث الملموسة

الماضية والحاضرة[4].

---

[1] علي بن هادية، **القاموس الجديد الطلابي**، معجم عربي، الشركة التونسية للتوزيع، تونس، 2007، ص2019.
[2] أحمد زكي بدوي، **معجم العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان، بيروت، ط2، 1993، ص347.
[3] علي بن هادية، **مرجع سابق**، ص209.
[4] عبد العزيز صالح، **الإدارة العامة المقارنة**، الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص302.

***التعريف الإجرائي:**

هو حالة من التحقيق الملموس للأشياء والظواهر من خلال عملية الاحتكاك الواقعي والملموس بالمواضيع والظواهر من أجل معرفة حيثياتها وأثارها على المجتمع.

2- العلاقات العامة:

***التعاريف اللغوية:**

وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر إذ أن العلاقة بين أفراد المجتمع تتحقق بعد حدوث سلسلة من ردود الأفعال الناجمة عنهم وهذا ما يسمى بالتفاعل قد يكون هذا التفاعل إيجابيا فتكون النتيجة علاقات اجتماعية قائمة على التعاون والارتباط بين الأفراد وقد يكون سلبيا ما يؤدي إلى حدوث علاقات متوترة يعبر عنها بالصراع ويؤدي هذا إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد[1].

العامة: وتعني الجمهور الناس وتشمل هنا التواصل والتفاعل مع الجمهور في المجتمع[2].

- العلاقات العامة: إن العلاقات العامة في المفهوم الاصطلاحي هي مجموعة الاتصالات التي تحدث بين المنظمة ومختلف الجماهير المتعلقة بها.

***التعاريف الاصطلاحية:**

- تعريف ميثاق العلاقات العامة الفرنسي: غرض بحث العلاقات العامة هو تحديد ووضع سياسة دائمة للاتصال موجهة لتمكن مجموعة (مؤسسة من إقامة علاقة ثقة ووفاء مع الجمهور الداخلي والخارجي، ووجود استمرار هذه المجموعة المؤسسة) مرهون بهذه الجماهير والعلاقات العـــــــــــامة تشكل

على هذا الأساس وظيفة أساسية من وظائف إدارة وتسيير هذه المؤسسة[3].

- تعريف العلاقات العامة في قاموس أكسفورد: العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة

[1] محمد حربي حسن، **العلاقات العامة والتطبيقات**، دارا لحكمة للطباعة والنشر، العراق،1991، ص21.
[2] **المرجع نفسه**، ص22.
[3] يامين بودهان، **هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة**، مجلة العلوم الإنسانية www.ulum.nl السند 4، العدد 29، 4 يوليو، 2006، ص2.

وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع[1].

- تعرفها دائرة المعارف البريطانية بأنها: عبارة عن مظاهر النشاط المتصلة بتقسيم وتحسين الصلة أو العلاقة بين هيئة ما سواء كانت هذه الهيئة ذات شخصية اعتبارية أو ذات صفة فردية أو يملكها فرد واحد وبين جمهور له ارتباط أو اتصال بهذه المؤسسة[2].

- يعرف "ايفلي" العلاقات العامة أنها: تفسير الشركة للجمهور ، كما يرى أن هذا العمل الجيد يتطلب مزيجا من المعلومات في السياسة والإدارة والصحافة والاقتصاد[3].

- جاء في قاموس ويبستر الدولي: أنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جديدة طيبة وسليمة، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه[4].

***التعريف الإجرائي للعلاقات العامة:**

هي الجهود الاتصالية الإدارية المخططة والمدروسة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها عن طريق وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها، وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

3- مفهوم المؤسسة:

* **لغة:** هي اسم مكان للفعل أسس ومصدره تأسيس ومعناه جعل أساس أي قاعدة معينة أو معطيات وترتيبها من أجل تحقيق هدف معين أي أن المؤسسة هي المكان الذي تطبق فيه مختلف هذه العمليات وتعد مكان لاجتماع خاص تتكامل قدراتهم من أجل إنتاج خدمة أو سلعة وكل ما ينفع المجتمع من جهة أخرى، والمؤسسة

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، **العلاقات العامة رؤية معاصرة**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2010، ص64.
[2] بن فايز الجحني، **مرجع سابق**، ص19.
[3] عبد الله محمود عبد الرحمان، **سوسيولوجية التنظيم**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 1987، ص30.
[4] حسن عبد الحميد أحمد رشوان، **العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع**، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، مصر،1993، ص110.

شخصية قانونية لها حقوقها وواجباتها وصلاحيتها ومسؤولياتها ويجب أن تكون قادرة على إنتاج خدمة أو سلعة[1].

***التعاريف الاصطلاحية:**

- المؤسسة يعرفها مكتب العمل الدولي هي: كل مكان لمزاولة نشاط ولهذا المكان سجلات مستقلة.
- المؤسسة هي: القوالب التي ينظم الناس فيها شؤونهم في علاقاتهم بعضهم البعض، والمؤسسة هي جهاز عمل، وأجهزة عمل تشتمل على تركيبات ونظم وأدوات وتجهيز وتوزيع[2].

- يعرف ماكس فيبر المؤسسة على أنها: تركيب بيروقراطي ووظائفي يحتوي على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تحدد شكل المؤسسة في كل مكتب، وفي كل منظمة بالإضافة إلى وجود هيكل تركيبي معين يحدد العلاقة وتدفقات السلطة، وحدد كل قسم، حيث يتم تركيب البيروقراطيين في سلم أوتوقراطي يضمن الرقابة بالقواعد الوظائفية[3].

***التعريف الإجرائي:**

نقصد بمفهوم المؤسسة حسب دراستنا أنها هي المكان الذي ينظم منه عمل الأفراد وتتفاعل فيه الأنشطة، وهي نسق يحدد ويترتب وينسق على أساسه الجهود الجماعية لتحقيق هدف مشترك، وتوفير البيئة المناسبة لمجموعة الفاعلين لأداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية.

8- المنهج المستخدم في الدراسة:

لإجراء أي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة قصد الوصول لنتيجة ما، وذلك بالاعتماد على منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة،حيث يعرف المنهج بأنه:

---

[1] محمد محروس إسماعيل: **اقتصاديات الصناعات والتصنيع، مع اهتمام خاص بدراسة الجدوى الاقتصادية**، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، ط2، 1997، ص126.

[2] عمر صخري: **اقتصاد المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2003، ص ص(25-24).

[3] عبد الرزاق بن حبيب، **اقتصاد وتسيير المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، ط4، 2009، ص27.

- « الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحث أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث »[1].
- « هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث كما أن اختياره لا يأتي من قبيل الصدفة أو لميل رغبة الباحث لمنهج دون آخر بل أن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذات يفرضان مصداقية وموضوعية النتائج المتوصل إليها »[2].

اعتمدنا في دراستنا هذه على **المنهج الوصفي** ، والذي يعرف على أنه:

المنهج الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية خلال فترة زمنية معينة أو عدّة فترات من أجل التعرف على الظاهرة، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره،وهو لا يمثل فقط في جمع البيانات والمعلومات والتفسير عميق لها، بل من أجل استخلاص الحقائق والتعميمات الجديدة التي تساهم في تراكم وتقدم المعرفة الإنسانية.[3]

وعليه، فإن نوع المنهج الوصفي هو الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات الميدانية،ولأنه كذلك المنهج الذي يشتمل على الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة المدروسة، ويساعد على تحديد أبعادها والتدقيق في ظروفها،حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي في دراستنا من أجل الوصول إلى إجابات تخص الإشكالية المطروحة،والمفاهيم التي تخدم الموضوع.

9- أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا على عدة أدوات بحثية تتمثل أساسا فيما يلي:

1- الملاحظة:

وهي تدل على فحص السلوك المباشر عن طريق باحث أو مجموعة أشخاص يقومون بدور ملاحظين، أو فحص الظاهرة وتسجيلها، والمقصود هنا

---

[1] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ط2، ص286.

[2] **المرجع نفسه**، ص287.

[3] ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي والتطبيق**،دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000، ص93.

ليس الملاحظة العابرة التي يستخدمها عموم أفراد المجتمع في كافة حياتهم، ولكن الملاحظة العلمية المقصودة المحددة لنوعية السلوك أو البعد الاجتماعي المراد ملاحظته تمهيدا لدراسته[1].

اعتمدنا على أداة الملاحظة طيلة ترددنا على مؤسسة الحماية المدنية موضوع الدراسة، إذ وظفناها لاستخلاص أهم ملامح ومظاهر نشاط العلاقات العامة في المؤسسة.

2- المقابلة:

تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية، كما أنها تعد أكثر الوسائل المستعملة لجمع البيانات.

تعرف المقابلة على أنها عبارة عن مواجهة شخصية يجريها الباحث مع المبحوثين، بغية جمع البيانات والمعلومات التي تساعده على حل مشكلته وفروضه، ويقوم الباحث بتوجيه جملة من الأسئلة سواء كانت مقننة ومحددة أو غير مقننة، وذلك يتم بلغة بسيطة وسهلة. وقد اعتمدنا على المقابلة المقننة وهذه الأخيرة هي: تحضير مجموعة من الأسئلة مرتبة ومنظمة بناء على تساؤلات البحث وفرضياته، وعرضها على الخبراء قصد الاستشارة أو قياس صدقها ثم إجراء عليها الاختبار القبلي لقياس ثباتها، ثم تصبح أذات علمية مقننة[2].

وظفت المقابلة المقننة مع مسئول العلاقات العامة بمؤسسة الحماية المدينية- جيجل.

3- الاستبيان:

يعد الاستبيان من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا واستخداما في المنهج الوصفي، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من

[1] محمد الفاتح حمدي: **منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2017، ص107.

[2] المرجع نفسه، ص133.

عدد كبير من الأفراد يجتمعون في مكان واحد، وعادة ما نسبق كلمة استقصاء أو استبيان استمارة فيقال استمارة استبيان أو استمارة استقصاء، كونها تحتوي على محاور، كل محور يضم مجموعة من الأسئلة التي تصب في الإجابة على أهداف الدراسة، ويتم عرضها لإجراءين منهجيين هما اختيار الهدف والثبات[1].

تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى أربعة محاور رئيسية كالتالي:

المحور الأول: تضمن أسئلة البيانات حول المستجوبين من مؤسسة الحماية المدنية- جيجل.

المحور الثاني: أسئلة مخصصة حول مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل.

المحور الثالث: تضمن أسئلة عن وسائل العلاقات العامة داخل مؤسسة الحماية المدنية.

المحور الرابع: تضمن أسئلة حول العراقيل التي تواجه العلاقات العامة داخل مؤسسة الحماية المدنية.

قبل أن نقوم بتطبيق الاستمارة في شكلها النهائي، قمنا بعرضها على أساتذة قسمنا قصد تحكيمها،وقد حكمت من قبل د.حورية بولعويدات،عبد الوهاب بوبعة،ناجي بولمهار، بعد ذلك تم اختبارها على عينة من مجتمع البحث بغرض معرفة مدى وضوح وملائمة الأسئلة.

10- مجتمع البحث:

يمثل مجتمع دراستنا في الجمهور الداخلي لمؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل، والبالغ عددهم 60 موظفا إلا أنه تم توزيع 50إستمارة فقط لعدم وجود الموظفين بسبب تربص بعضهم ،ولأسباب أخرى لم تذكرلنا،وتم إسترجاع 44إستمارة فقط من أصل 50إستمارة.

- أسلوب المسح الشامل:

[1] المعجم في المفاهيم **الحديثة للاعلام والاتصال**، منى عبد الله ، بيروت، دار النهضة العربية، ط1، 2014، ص34.
2سميرةحسيب،سهام لشهب،**دور الإشهار في الترويج للخدمات في المؤسسات الخدماتية**،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، سنة2016-2017.ص ص (30-29)

يعتبر منهج المسح جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظاهرات موضوع البحث، حيث يعرف المسح الشامل الذي اعتمدناه في دراستنا:" أنه نوع من أنواع المسح الذي تقوم بدراسة شاملة لجميع مفردات المجتمع عن طريق المسح الشامل".[2]

أيضا "هي طريقة جمع البيانات والمعلومات من جميع عناصر ومفردات مجتمع الدراسة لأساليب مختلفة".[3]

من الأسباب التي دفعتنا إلى الاعتماد على هذا الأسلوب:

- محدودية وصغر حجم مجتمع دراستنا.

- سهولة جمع البيانات والمعلومات من موظفي مؤسسة الحماية المدنية.

11 - حدود الدراسة:

- الحدود الزمانية:

تبدأ هذه الدراسة من بداية شهر جانفي إلى نهاية شهر ماي، وهي المدة التي يتم فيها جمع كل المعلومات التي لها علاقة بموضوع الدراسة من مختلف المجالات (كتب، مذكرات، مجالات مقالات وغيرها)، كذلك يتم فيها جمع بيانات الدراسة وتفريغها وتحليلها وذلك بواسطة استمارة استبيان.

- الحدود البشرية:

لكل دراسة مجتمع بحث، وعادة ما يواجه الباحثون مشكلة الأعداد الكبيرة لمجتمع البحث، وهو ما يصعب دراسته، وذلك لأخذ وقت طويل وجهد كبير بالإضافة إلى كافة الصعوبات التي تواجه أي باحث، لهذا يتخذ الباحث عددا صغيرا يمثلون المجتمع المدروس، هذا العدد الصغير يدعى عينة الدراسة.

- الحدود المكانية:

تتمحور الحدود المكانية لدراستنا في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل والتي تقع في جوار الحي الإداري القديم لمدينة جيجل.

12- الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة كل البحوث العلمية التي تتشابه مع الدراسة الحالية أو تقترب منها في جانب من الجوانب ولها علاقة بها سواء من حيث الموضوع أو المنهجية، وذلك بالاستفادة منها منهجيا ونظريا.

أولا- الدراسات الجزائرية:

- **الدراسة الأولى:** بعنوان «واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة الاسمنت لعين الكبيرة بسطيف -2007- 2008-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير للطالب رضا نبايس، قسم علوم الإعلام والاتصال- جامعة منتوري قسنطينة-،بعنوان «واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة الاسمنت لعين الكبيرة بسطيف - 2007- 2008.

- التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة: هل للعلاقات العامة مكانة حقيقية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي العلاقات العامة؟ وما هي الخصائص التي يجب أن تتوفر في هذا الجهاز حتى يقوم بالمهام المنوطة به؟

- ما هي الأساليب والوسائل التي يستخدمها هذا الجهاز لكسب وتأثير الجمهور الداخلي والخارجي؟

- ما هي مكانة العلاقات العامة في واقع الممارسة عند مسيري مجتمع الاسمنت لعين لكبيرة؟ كما تقوم الدراسة على الفرضيات التالية:

- تعتبر العلاقات العامة القلب النابض للمؤسسة الاقتصادية وينعكس ذلك من خلال وجود إدارة مستقلة تعتمد على وسائل حديثة لتأدية مهامها.

- هناك وسائل وأساليب تستخدمها العلاقات العامة لكسب ثقة وتأثير الجمهور الداخلي والخارجي.

- تعتبر العلاقات العامة في مؤسسة الاسمنت وظيفة ثانوية تنفذ بطريقة غير علمية.

- اندرجت هذه الدراسة ضمن منهج الوصفي أما عينة التي اعتمدها فهي العينة العشوائية المنتظمة،

- **مجتمع البحث المدروس:** العاملين داخل المؤسسة أيضا الزبائن استعمل الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات دعمها بالملاحظة والمقابلة.

*** تعقيب على الدراسة:**

تشترك الدراسة السابقة مع دراستنا في متغير العلاقات العامة، حيث أنها تناولت مكانة العلاقات العامة في مؤسسة جزائرية، وأفادتنا في أخذ فكرة عن كيفية ونوعية طرح أسئلة الاستمارة، كما قدمت لنا إضافة علمية عن واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، وكما نشترك أيضا في أدوات جمع البيانات، والمنهج المستخدم.

- **الدراسة الثانية:**"فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية- دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكمياء سكيكدة- **2009-2010**"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير للطالب بضياف عاطف، قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة منتوري قسنطينة.

- انطلقت الدراسة من طرح التساؤل الرئيسي:

ما هي العوامل التي تساعد على تفعيل العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية؟

- حاولت الدراسة تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها:

- معرفة المكانة التي توليها المؤسسة موضوع الدراسة لمصلحة الاتصال والعلاقات العامة.

- معرفة قدرة ونجاح القائمين على هذه المصلحة في إيصال الرسائل والأساليب المستعملة مع العمال.

- الكشف عن مدى وعي المسئولين بالمؤسسة الوطنية للبيترو كيمياء بسكيكدة.

تمحورت فرضيات الدراسة حول:

- تحظى العلاقات العامة بالمؤسسة بمكانة هامة تسمح لها بمزاولة مهامها على أكمل وجه.

- تولي العلاقات العامة بالمؤسسة موضوع البحث على موظفين دوي قدرات على أداء أدوارهم الاتصالية.

- تولي العلاقات العامة بالمؤسسة اهتماما بجماهيرها الداخلية والخارجية.

- اعتمد على المنهج الوصفي كما اعتمد على العينة العشوائية الطبقية في الجمهور الداخلي كما اعتمد على العينة القصدية بالنسبة للجمهور الخارجي،وظفت الاستمارة كأداة لجمع البيانات كما اعتمد على المقابلة بصفة ثانوية.

توصل الباحث إلى عدة نتائج نذكر بعضها:

- إن العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية للبتروكمياء على الرغم من وجود مصلحة للاتصال والعلاقات الهامة، إن أنها لم تصل بعد إلى المكانة اللائقة التي تسمح لها بمزاولة مهامها على أكمل وجه.

- إن اهتمام المؤسسة بجمهورها الداخلي يعد جد متواضع، وقد تبين ذلك من خلال ظروف العمل التي ترقى إلى المستوى الذي ينتظره الموظفين والعمال.

*** تعقيب على الدراسة:**

تشترك هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في أن كلاهما مؤسستان جزائريتان وكلاهما درس متغير العلاقات العامة، وأفادتنا في أخذ فكرة عن كيفية ونوعية طرح أسئلة الاستمارة، كما قدمت لنا إضافة علمية عن واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية.

- **الدراسة الثالثة:** «العلاقات العامة داخل المؤسسة» دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex وقد جاءت هذه الدراسة كمحاولة لمعرفة واقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية كمثال عن المؤسسات الوطنية.

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في العلوم الإعلام والاتصال، للطالبة حاج أحمد كريمة- جامعة وهران، للسنة الجامعية 2009- 2010.

*جاء التساؤل الرئيسي على النحو التالي:

- ما مدى أهمية وفاعلية العلاقات العامة كجانب اتصالي في المؤسسة؟

- جاء تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية:

1- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية؟

2- ما موقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية؟

3- ما حجم إدارة العلاقات العامة في صنع قرار بمؤسسةDenitex؟

- أما فرضيات الدراسة جاءت كما يلي:

1- موقع العلاقات العامة بالمؤسسة الوطنية لا يزال بعيد المنال ومحدود، ولم يحظى بعد بالاهتمام.

2- لا تملك مؤسسة الصناعات النسجية إدارة مستقلة للعلاقات العامة.

3- موقع العلاقات العامة بالمؤسسة الصناعات النسيجية لم يأخذ شكلا واضحا.

اعتمدت الدراسة على منهج "دراسة حالة" أما أدوات البحث فاعتمدت الاستمارة والملاحظة والمقابلة.

نتائج الدراسة:

- أكدت نتائج البحث أن مؤسسة الصناعات النسيجية لا تقوم بإنجاز الدراسات والبحوث اللازمة.

- أكدت نتائج الدراسة أن استخدام التكنولوجيا الحديثة بالمؤسسة لم يرق بعد إلى المستوى المطلوب.

*** تعقيب على الدراسة:**

تشترك هذه الدراسة مع دراستنا في أنها تناولت مكانة العلاقات العامة في مؤسسة جزائرية، كما قدمت لنا إضافة علمية عن واقع العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية في حين أنها اختلفت عن دراستنا في المنهج المستخدم.

ثانيا- الدراسات العربية:

- **الدراسة الأولى:** بعنوان: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة من وجهة نظر العاملات في معهد الإدارة العامة بمدينة الرياض إعداد موضي بنت محسن محمد العتيبي، إشراف تحسين أحمد الطراونة مناقشة السيد فهمي علي محمد، نجوى متولي كشكوشة.

أطروحة ماجستير جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية، 2013.

- مشكلة الدراسة: انحصرت في التعريف على دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة من وجهة نظر العاملات في معهد الإدارة العامة بمدينة الرياض.

- مجتمع وعينة الدراسة: تشكل مجتمع الدراسة من العاملات في معهد الإدارة العامة بمدنية الرياض وعددهم الإجمالي (104) موظفة وتم اختيار عينة عشوائية بلغ حجمها (87) موظفة.

- منهج الدراسة وأدواتها: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المدخل المسحي باستخدام الإستبانة كأداة لجمع البيانات.

- أهم نتائج الدراسة:

1- إن مفهوم الصورة الذهنية لدى العاملات متمثل في الانطباعات التي تتولد من خلال التجارب المباشرة، وغير المباشرة من المنظمة وفي اعتمادها على الحقائق والوثائق.

2- أن العوامل التي يمكن أن تؤثر في تكوين الصورة الذهنية: هي جودة المنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة، تجارب الفرد في التعامل مع العاملين في المنظمة، واحتكاك الفرد بها بشكل مباشر.

3- إن الوسائل والأدوات التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة من أجل تحسين الصورة الذهنية هي: الأمانة والصدق والموضوعية في نقل أخبار المنظمة، توفير قنوات اتصال شخصي بين المنظمة والجماهير، ومواقع التواصل الاجتماعي.

4- إن المعوقات والمشكلات التي يمكن أن تحول دون قيام العلاقات العامة بدورها هي: عدم استخدام الوسائل الحديثة في الاتصال، الافتقار للتخصص في العلاقات العامة.

*** التعقيب على الدراسة:**

تتقاطع هذه الدراسة مع موضوعنا في أن كلاهما درس متغير العلاقات العامة اعتمدت الدراسة على الوصف والتحليل كما في دراستنا إذ تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي وكلاهما اعتمد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

- **الدراسة الثانية: بعنوان:** دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة: (دراسة مسحية مقارنة)، إعداد رافع أحمد أبو الزيت دراغمة، إشراف: الدكتور نشأت الاقطش،قدمت هذه الأطروحة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في العلاقات العامة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة لاهاي، 2011.

- مشكلة الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية تجاه جمهور الطلبة، ومقارنته بين تلك الجامعات، وتسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1- هل تقوم دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث بدورها المطلوب في استقطاب الطلبة الجدد وتشجيعهم للالتحاق بها؟

2- هل تقوم دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث بدورها في بناء صورة إيجابية لدى الطلبة في أثناء دراستهم الجامعية؟

3- هل تقوم دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاثة بدورها فيالحفاظ على الصورة الإيجابية لدى الطلبة التي تم بناؤها في أثناء دراستهم؟

- الفرضيات:

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول ما تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث في استقطاب طلبة الثانوية العامة، وتشجيعهم للالتحاق بها عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس ومكان الإقامة.

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الطلبة الخريجين على الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية الثلاث تجاه خريجيها،عندما يقسم المبحوثين حسب الجنس، العمر، وسنة التخرج، والحالة الوظيفية.

- مجتمع وعينة الدراسة: جميع الطلبة المسجلين في الجامعات الثلاث الفلسطينية: الجامعة الإسلامية (300)، وجامعة بير زيت (250)، وجامعة النجاح الوطنية (250) على الفصل الثاني من العام الدراسي (2007-2009)، اختار الباحث العينة العمدية غير عشوائية بلغ عددها (800 عينة).

- منهج الدراسة وأدواتها: استخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

- أهم نتائج الدراسة: تشير النتائج إلى وجود تقصير من قبل دوائر العلاقات العامة في الجامعات الثلاث وفق الآتي:

1- دورها في استقطاب طلبة الثانوية العامة.

2- دورها في بناء صورة إيجابية لدى الطلبة المسجلين فيها.

3- دورها في الحفاظ على صورة إيجابية لدى الطلبة الخريجين.

*** تعقيب على الدراسة:**

بالرغم من الاختلاف بين مؤسسة الدراسة ومؤسستنا، إلا أنها أفادتنا كونها تبحث هي الأخرى عن واقع العلاقات العامة ومدى تطبيقه فعليا في الميدان، من خلال تسهيل بناء وصياغة فرضيات دراستنا.

الاطار النظري

الفصل الأول:العلاقات العامة:مفهومها،نشأتها،مبادئها ووظائفها

تمهيد

أولا: العلاقات العامة نشأتها وعوامل تطورها.

ثانيا: أسس ومبادئ العلاقات العامة.

ثالثا: وظائف العلاقات العامة.

رابعا: أهداف العلاقات العامة وأهميتها.

خامسا: العلاقات العامة وسائلها وطرق تخطيطها.

خلاصة الفصل

تمهيد:

المؤسسات بمختلف أنواعها خصوصا الحديثة لا تستغني عن العلاقات العامة، كوظيفة من وظائف الإدارة، خاصة في الدول المتطورة، فقد أصبحت في الوقت الراهن عاملا هاما من عوامل قوة ونجاح المؤسسات بمختلف أنواعها، وضرورية لتحقيق حاجات ورغبات الأفراد والجماهير في كافة المجتمعات، لذا سنتناول في هذا الفصل من الدراسة متغير العلاقات العامة، حيث سنحاول التعريف بهذا النشاط الاتصالي مبرزين كيف ظهر، وما هي مراحل تطوره؟ كما نسعى للكشف عن الخصائص والسمات التي تميزه، كون الاتصال المؤسساتي أضحى من ضروريات نجاح أي مؤسسة .

أولا: العلاقات العامة نشأتها وعوامل تطورها:

1- نشأة و تطور العلاقات العامة:

لم تعد العلاقات العامة علما وفنا من العلوم الحديثة فحسب، بل إنها أحد فنون الاتصال الحديثة تسعى إلى أن ترضي كل شخص، سواء خارج المؤسسة أو داخلها عن طريق الإقناع، كما يمكن القول بأن العلاقات العامة إحدى وظائف المنظمة التي تهدف من خلالها إلى تحقيق مجموعة من الصلات التبادلية مع جماهيرها بغرض إيجاد درجة مناسبة من القبول والتكيف مع الجماهير، وهي كذلك نشاط اتصالي يهدف إلى توثيق الصلة بين المؤسسة والمجتمع، ومن أجل تحقيق ذلك فإنها تعمل على إبراز الصورة المشرفة لها كمؤسسة تخدم المجتمع وتعمل على صيانة مصالح وتعزيز هذه الصورة التي تبرز حرص المؤسسة على الصالح العام والقيام بالبحوث التي تخدم وظائفها.

وبالرغم من أن العلاقات العامة الحديثة بوصفها نشاط اتصالي قد برزت مع مطلع القرن العشرين فإنها كنشاط إعلامي وجهود اتصالية تبدل للإقناع وحث الناس لاعتناق أفكار معينة أو الابتعاد عن تصرفات محددة وجدت حتى في المجتمعات البدائية، وتطورت مع تطور تلك المجتمعات وهذا يجعلنا نغفل حقيقة أن هذا المصطلح أصبح اليوم شائع الاستعمال في حقول عديدة، بل وحتى في الحياة اليومية، وهذا لا يدل على وضوح مفهومه أو بساطة مضمونه فمن الممكن أن يستعمل اللفظ عدة أشخاص وكل منهم يعني شيئا مختلفا عن الآخر[1].

تقول شركة (Mcgraw Hill) للنشر والتوزيع أن العلاقات العامة ليست كآلة الطابعة يمكن أن تشترى، وإنما هي طريقة حياة تعبر عن نفسها كل ساعة في الممارسات والأعمال التي تؤثر على العمال والعمل وعلى المجتمع والجمهور[2].

يمكن تقسيم التطور التاريخي للعلاقات العامة إلى العلاقات العامة القديمة أي في العصور الأولى لحياة الإنسان حيث كانت القبائل البدائية تحتاج إلى إعلام من أجل حماية مصالحها والمحافظة على بقائها، كما كانت القبيلة بحاجة إلى إيجاد رابطة من التعاون والتفاهم بين أفرادها فكان التواصل يتم عن طريق الحفلات والمناسبات الاجتماعية، أما العلاقات العامة في الحضارات الإنسانية القديمة فقد

[1] بن فايز الجحني، **مرجع سابق**،ص ص13-14.

[2] محمد فالح صالح، عبد المعطي محمد عساف، **أسس العلاقات العامة**، دط، دار الحامد للنشر والتوزيع،الأردن، 2004 ، ص19.

تقدمت أساليب ممارستها تقدما كبيرا، وكان الآشوريون هم أول من ابتدع النشرات المصورة[1].

وفي مصر الفرعونية اهتم قدماء المصريين باختيار الوقت المناسب للحملات الإعلامية في توعية الناس، فكانت مواسم الري من المناسبات التي يتم فيها نشر المعلومات والأخبار، كما كانت الجهود تبذل لتضخيم الحكام والترويج لحكمهم وكذلك استخدام الفراعنة واجهات المعابد ليكتبوا عليها القوانين والتعليمات[2]، وقد ساهم الرومان في تطوير أساليب التأثير في الرأي العام في أيدي خطباء مشهورين،كما فظلوا الإدارة الجماعية ،أما العلاقات العامة في العصور الوسطى ، فكانت المجتمعات الغربية تحت سيطرة الكنيسة التي كانت تمقت الفكر ولم يكن هناك من وسيلة فعالة لاستمرار أنشطة العلاقات العامة التي بدأها الرومان وازدهرت في زمانهم إلا من خلال ما يصلها من خلال نوافذ الأندلس من سلوك حضاري إسلامي يتسم بالتسامح إلى أن بدأت الكنيسة الكاثوليكية تنشط بالدعوة إلى الدين المسيحي وبدأت تستخدم أساليب الاتصال السائدة المتوارثة آنذاك من أساليب اليونان ثم الرومان[3].

مع بداية القرن 20 أخذت العلاقات العامة تبرز كنشاط هام تحرص عليه الشركات والمؤسسات الكبرى التي تعنى بتعزيز الصلات بزبائنها، والتي تحرص على إبراز صورة مشرقة لها في المجتمع، وكان التنافس الحاد بين الشركات على استقطاب الزبائن عاملا مؤثرا في المجتمعات الحديثة، ويرى "جوزيف دومنيك" Joseph Dominik بأنه يمكننا تتبع نشاط العلاقات إلى الأيام الخوالي، حيث يمكن الرجوع إلى التقارير والملاحظات الحربية التي أعدها "يوليوس قيصر"، ومنها يمكن أن نستكشف أن تحقيقه للنصر كان من خلال العلاقات الشخصية والعامة السياسية، وكذلك كانت الكنيسة ونقابات التجار والصناع خلال العصور الوسطى يمارسون نوعا من العلاقات العامة ولم تظهر العلاقات العامة، بشكل أكثر وضوحا حتى الثورة الأمريكية، إذ كان الوطنيون (الأمريكان) واعين بالدور الهام الذي مكن أن يلعبه الرأي العام في الحرب مع إنجلترا، وبناء عليه فإنهم خططوا نشاطاتهم، وعلى سبيل المثال فإنهم خططوا لإحداث حفلة شاي بوسطن لجذب

[1] بن فايز الجحني،**مرجع سابق**، ص14.
[2] محمد الدليمي، **مرجع سابق**، ص18.
[3] بن فايز الجحني، **مرجع سابق**، ص15.

انتباه الجمهور، واستخدموا هذه الرموز مثل شجرة الحرية التي يمكن ملاحظتها بسهولة وتساعدهم في تصوير قضيتهم بشكل ايجابي وقد استخدم كتاب ماهرون أمثال "صمويل آدمز "Samuel Adams" وتوماس بين "Thomas Pains" وبنجامين فرانكلين "Benjamin Franklin" الدعاية السياسية لجذب الرأي العام إلى جانبهم.

وفي عهد رئاسة أندرو جاكسون "Andrew Jackson" والذي لم يكن رجل اتصال ناجح انطلقت العلاقات العامة السياسية، إذ اعتمد على صحفي سابق وهو آموس كيندول "Amos Kendall" ليكون السكرتير الصحفي ويتولى شؤون العلاقات العامة ويساعده قي قضيته[1].

يمكننا أن نرجع تاريخ العلاقات العامة الحديث إلى العقد الأول من القرن العشرين، حيث يعتبر إفلي لي lee Juy هو رائد العلاقات العامة، إذ قام عام 1903 بانفتاح مكتب للإشهار مع جورج باركر George Parker، وبعد سنوات قليلة أصبح لي Lee ممثلا لشركة الفحم ولسكة حديد بنسلفانيا، وحينما حصل إضراب في صناعة الفحم فإنه أصدر (إعلان المبادئ) وبه دشن مفاهيم الانفتاح والأمانة في التعامل مع الجمهور ليمثل نقط تحول من وكلاء الصحافة في القرن التاسع عشر إلى العلاقات العامة في القرن العشرين.

ظهر بعد لحرب العالمية الأولى رائدان في مجال العلاقات العامة وهما كارل Garl Byoir وأدوار بيرنايس Edward Bernays الذي أصدر أول كتاب في العلاقات العامة بعنوان "بلورة الرأي العام" Opinion Grystalli/ ation Publir والذي نشر عام 1923 وأما بابوير Byoir فقد أنشأ مؤسسة للعلاقات العامة والتي مازالت أكبر مؤسسة للعلاقات العامة في العالم، وعادت النظرة السلبية التي تتسم بالريبة وعدم الثقة بالأعمال التجارية في أمريكا مرة أخرى أثناء فترة الكساد التي شهدتها أمريكا في نهاية العشرينات وبداية الثلاثينات من هذا القرن، ولذا فإن الكثير من الشركات بدأ يؤسس أقسام علاقات عامة فيها.

قامت الحكومة الاتحادية الأمريكية كذلك باستخدام العلاقات العامة للتعامل مع الظروف الاقتصادية السيئة، حيث قدم فرانكلين روز فليت برنامجه الإصلاحي

[1] د. صالح خليل أو أصبع، **العلاقات العامة والاتصال التنظيمي**، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، جامعة فيلاديفيا، ،د سنة، ص89.

New Peal مترافقا مع حملة ترويجية ليكسب قبول الجمهور له. وكذلك كثفت الحكومة دور العلاقات العامة أثناء الحرب العالمية الثانية وذلك بإنشائها مكتب المعلومات الحربي[1].

وقد عرفت العلاقات العامة في مصر منذ الخمسينيات من هذا القرن ولعل إبراهيم إمام هو الرائد في هذا المجال إذ أصدر كتاب (العلاقات العامة والمجتماع) عام 1957 وقام بتدريس العلاقات العامة لطلبة قسم الصحافة بجامعة القاهرة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 1958/1957 وهكذا كان كتاب إبراهيم إمام هو مقدمة دخول علم العلاقات العامة إلى الوطن العربي ويتحدث إبراهيم إمام عن هذه التجربة بقوله:

« ولم أكن أتصور أن هذا العلم الذي قدمته لأول مرة سوف يلقى ذلك الاهتمام الكبير الذي لقبه داخل الجامعة وخارجها، وسرعان ما أنشئت معاهد لدراسة هذا العلم في مصلحة الاستعلامات ومعهد الإعلام ومعهد الإعلان الاشتراكي ومعهد الإرشاد القومي،كما اهتمت به وزارة الثقافة ووزارة التربية والتعليم وهيئة الإذاعة ومؤسسة السياحة والفنادق ووزارة الشباب ووزارة الحكم المحلي وغيرها من الوزارات والهيئات ».

وقد تأخر انتشار العلاقات العامة في الوطن العربي، إذ بدأ في الستينات من هذا القرن، ولعل التأخر في دخولها إلى الوطن العربي يعود إلى ما يلي[2]:

1- أن الوطن العربي كان خاضعا للاستعمار وكانت الإدارة الاستعمارية لا يعنيها الجمهور ولا مصالحه ولا فتح قنوات اتصال ذات اتجاهين معه.

2- أن الوطن العربي لم يعرف المؤسسات والشركات الكبيرة إلا حديثا، باستثناء مصر التي كان فيها مؤسسات وشركات عريقة وراسخة فإن الدول العربية كانت تتسم شركتها بطابع عائلي في أغلبها وبها سمة الدكاكين أكثر من سمة الشركات.

3- أن الإدارة الحديثة في المؤسسات العربية هي نمط جديد على الحياة العربية كان نتيجة احتكاكنا بالغرب والاستفادة من تجاربهم.

[1] خليل أو اصبع، **مرجع سابق**، ص ص (91-90).
[2] خليل أبو اصبع، **مرجع سابق**، ص ص(93-92)

4- التأخر في إنشاء معاهد التدريب الإداري والتنمية الإدارية والتي بدأت تهتم بالعلاقات العامة باعتبارها أحد أنشطة الإدارة.

5- التأخر في الوعي بأهمية الاتصال ذي الاتجاهين بين المؤسسات والشركات والإدارات الحكومية من جهة وبين الجمهور من جهة أخرى.

وعلى أي حال فقد شهد الوطن العربي خلال العقود الثلاثة الأخيرة ازديادا في إدراك أهمية العلاقات العامة، وبدأت الشركات والإدارات الحكومية بإنشاء أقسام للعلاقات العامة فيها، وازدياد الكليات الجامعية في أنحاء الوطن العربي التي تدرس العلاقات العامة كتخصص، بالإضافة إلى تدريس مادة العلاقات العامة في كليات التجارة وإدارة الأعمال.

2- عوامل الاهتمام بالعلاقات العامة

لقد ظهرت العلاقات العامة كمهنة وذلك نتيجة العديد من العوامل التي أدت إلى زيادة الاهتمام بها كنشاط إداري متخصص يحظى باهتمام الإدارة العليا في معظم المؤسسات وما يلاحظ على هذه العوامل أنها متداخلة في طبيعتها وتأثيرها على تزايد أهمية هذا النشاط يمكن أن نوجز هذه العوامل في الآتي:

- الثورة الصناعية والإنتاج الكبير:

مهدت الثورة الصناعية في أوائل القرن التاسع عشر الفرصة لتطبيق مبادئ الإدارة العلمية ذلك لما نتج عنها من تطور هائل في أدوات الإنتاج وأساليبه[1].

وأجريت دراسات مختلفة للوقت والحركة، ساعدت على التغلب على مشكلة ندرة الإنتاج وظهور الصناعات الضخمة التي استعملت آلاف العمال والملايين من المستهلكين[2].

فظهرت مشاكل في العلاقات بين صاحب العمل مجلس الإدارة والعمال داخل المصانع، وصاحب هذا التطور تكوين نقابات للعمال للدفاع عن مصالحهم تجاه الإدارة العليا، وقامت الإضرابات من وقت لآخر احتجاجا على سوء المعاملة حينا والمطالبة بتوفير ظروف عمل أفضل أو نظم للدفع تتناسب مع الجهد المبذول، ومن ثم زاد ضغط الرأي العام لإنصاف العمال وتلبية مطالبهم ولهذا

[1] عبد المجيد محمود صالح وآخرون، **العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية**، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص36.

[2] هناء حافظ بدوي، **الاتصال بين النظرية والتطبيق**، د ط، الأزاريطة، المكتب الجامعي الحديث، ، 2003، ص264.

ظهرت أهمية وجود حلقة اتصال بين الإدارة والعمال –الجمهور الداخلي- لشرح وجهة نظر المنظمة فيما يتعلق بإجراءاتها[1].

كما أن ضخامة حجم الإنتاج أدت إلى توسيع الفجوة بين المنتج والمستهلك، ولتسهيل عملية الاتصال وبالتالي تضييق هذه الهوة، وظهر أفراد ومنظمات بمثابة وسطاء بين المؤسسة وجمهورها كما سهل للمستهلكين حيازة مختلف السلع وهذا وطد الصلة وطيب العلاقات بين الطرفين أدت إلى تحقيق أهداف المؤسسة وإرضاء الجمهور بتوفير احتياجاته، قصد زيادة عدد الجماهير التي تتعامل مع المؤسسة[2].

- زيادة حدة التنافس:

قد نتج عن التطور في الإنتاج زيادة حدة التنافس بين الشركات في محاولة لإرضاء المستهلك وإشباع رغباته، ولم تقتصر المنافسة على الشركات فقط بل امتدت أيضا إلى الصناعات المختلفة كالمنافسة بين الصناعات الكيميائية وصناعة المنتوجات من الألياف الصناعية، وبين صناعات البلاستيك واللب بالنسبة لعدد كبير من المنتجات.

وقد أدت هذه المنافسة إلى الاهتمام بإرضاء حاجات ورغبات المستهلكين كأحد المجالات الأساسية لأي منظمة وجعلها في المقام الأول عند وضع وإعداد خطط المشروع، حيث بدأت الشركات المختلفة بالإتمام بإقامة علاقات طيبة مع جماهير الشركة المتصلة بها، وجماهير الرأي العام لمحاولة كسب ثقته وتأييده، والعمل على خلق صورة ذهنية جيدة للشركة في أدهان وأعين الجماهير مقارنة بالشركات الأخرى[3]، ولاشك أن هذه الأساليب جميعها قد أدت إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كأحد وظائف الإدارة المتخصصة والتي تسعى لتحقيق هذه الأهداف[4].

---

[1] عبد المجيد محمود صالح وآخرون، **مرجع سابق**، ص ص (37-36).
[2] محمود جودت ناصر، **الدعاية والإعلان والعلاقات العامة**، ط1، دار مجدلاوي، عمان، 1997، ص196.
[3] عبد المجيد محمود صالح، **مرجع سابق**، ص37.
[4] سمير حسن منصور، **مناهج العلاقات العامة**، د ط، دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية، د سنة، ص39.

- تطور وسائل الاتصال:

فقد ساهم التقدم الهائل في وسائل الاتصال في تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة، حتى أصبح العالم من الناحية الإعلامية أصغر مما هو عليه نتيجة لسرعة تناول الأنباء وانتقال المعلومات والآراء، وكان ذلك سببا من أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة في المجال الدولي، والحرص على كسب تأييد الرأي العام العالمي وفي نفس الوقت انعكس هذا الاهتمام مرة ثانية على المجال الداخلي سواء مستوى المنظمات أو على مستوى المجتمع ككل[1].

ثانيا: أسس ومبادىء العلاقات العامة:

- أسس العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة على مجموعة من الأسس اختصرها الدكتور شمس الدين احمد في كل من:

- الثقة.

- الاحترام.

- الحرية المتبادلة.[2]

- مبادئ العلاقات العامة:

تتمثل مبادئ التي تعتمد عليها العلاقات العامة فيما يلي:

- العلاقات هي فن وعلم ووظفيه: مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة الاتصال والعملية الإدارية والتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم وشأنها شأن وظائف المؤسسات الأخرى.

تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر متأثر في نفس الوقت فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية. فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ العطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والايجابية من جانب كل من الطرفين وهي سياسات وأعمال

[1] عبد المجيد محمود صالح، **مرجع سابق**، ص38.
[2] رضوان بلخيري، سارة جابري، **مدخل للاتصال والعلاقات العامة**، ط1، لمحمدية، جسور للنشر والتوزيع الجزائر، 2013، ص180.

ثم اتصال وإعلام فهي تعكس وجهة نظر مئات الجمهور للمؤسسة وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين.

- احترام الرأي العام وليس ثقة الجمهور: إذ تقوم العلاقات العامة على احترام رأي الفرد وحقه في التعبير عن ذلك الرأي. كما تسعى إلى توفير الشروط الملائمة لعرض الآراء وتوفير المناخ الحر الذي يمثل البيئة المثلى للرأي العام وتعمل المؤسسة على كسب ثقة الجمهور من خلال ما تستمد به أعمالها من صدق وهو طريق الاتفاق بين أعمالها وأقوالها.

- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة: إن أي مؤسسة يقوم نجاحها على أساس التفاهم والتعاون المتبادل بين المؤسسة والأفراد الذين يعلمون فيها من جهة، وبين العمال فيما بينهم من جهة أخرى، فلا يعقل أن تحسن المؤسسة علاقتها بالجمهور الخارجي وتترك جمهورها الداخلي على غير ما يرام، وعليه يجب أولا قبل كل شيء خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة ليبدأ بعد ذلك توطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، فالصورة التي تنطبع في أذهان الجمهور الخارجي من أي مؤسسة هي تلك يراها في موظفيها وعمالها وطريقة معاملتهم للناس وأدائهم لواجباتهم.

- مراعاة الصدق وإتباع الأسلوب العلمي:

من الضروري مراعاة الصدق والأمانة والتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع الأعمال الموكلة للأفراد العمالية، كما يجب الالتزام في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم.

فالصدق والأمانة في نشر الأخبار شيء ضروري، لان استعمال الأخبار الكاذبة والمزيفة لا يزيد من شهر المؤسسة بل على العكس من ذلك فإنه يعمل على دمارها ويهدد وجودها وكيانها، لأن الجماهير لا بد وأن تعرف الحقيقة في الأخير، بهذا فإنها تفقد جمهورها وتبقى الصورة الذهنية للمؤسسة سيئة.

- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

تعتبر الصراحة وبث الأخبار الصحيحة من أسس العلاقات العامة، لان سياسة عدم إخفاء الحقائق تقضى على كل الشائعات التي تضر المؤسسة، وتولد الثقة بين الجمهور والمؤسسة، وعليه فإنه على المؤسسة إتباع أسلوب المكاشفة

وعدم إخفاء الحقائق وذلك للقضاء على كل الأقاويل الكاذبة التي يمكن أن يستعملها بعض المقرضين لإلحاق الضرر بالمؤسسة.

- مساهمة الهيئة في رفاهية المجتمع:

تعتبر المساهمة في رفاهية المجتمع من طرف المؤسسة مسؤولية اجتماعية لأن المؤسسة جزء من هذا المجتمع، وعليه فإنه يجب على إدارة كل مؤسسة أن تكون عضوا نافعا في المجتمع، وتعمل على رفاهيته، فلم يعد هدف كل مؤسسة تحقيق الكسب المادي فقط بل أصبح أيضا هو رفاهية المجتمع، لأن المؤسسة الناجحة هي التي تعتمد على تأييد الجماهير لها.

- تعاون هيئة مع هيئات أخرى: لا يمكن لأي هيئة أن تنجح وتحقق أهدافها إذا لم تتعاون مع هيئات أخرى، لان أساس النجاح هو التعاون، وعليه فإن هناك حاجة ماسة إلى تنظيم الاتصال بين هذه الهيئات وذلك للاتفاق على مبادئ التعاون خاصة في برامج العلاقات العامة[1].

ثالثا: وظائف العلاقات العامة

الوظائف التي تؤديها إدارة العلاقات العامة قصد بلوغ الأهداف المحددة لها من مؤسسة لأخرى إلا انه يوجد وظائف مشتركة تتصل أساسا بإدارات العلاقات العامة، وهي:

1- تقديم المشورة: تقديم المشورة للإدارة العليا فيما يختص بالسياسات الخاصة بالمؤسسة، واتجاهات وسلوك الجماهير التي تتعامل معه، ووسائل الإعلام.

2- البحوث: التعرف على اتجاهات وسلوكيات الجماهير الداخلية والخارجية من خلال الدراسات التي تقوم بها من أجل تخطيط وتنفيذ وقياس الأنشطة التي تستهدف التأثير في وعي ومعرفة اتجاهات الجماهير.

3- العلاقات بوسائل الاتصال: من خلال إقامة علاقات جيدة ومستعمرة مع وسائل الاتصال، سعيا منها لقول الحقيقة وتروج المؤسسة وإشباع الاحتياجات الإعلامية لوسائل الاتصال.

[1] رضوان بالخيري، **مرجع سابق**، ص ص(181- 182).

4- النشر: من خلال نشر رسائل مخططة في وسائل الإعلام لتعزيز مصالح المؤسسة.

5- العلاقات بالعاملين في المؤسسة: من خلال الاستجابة لاهتماماتهم ومصالحهم وإعلامهم عن كل ما يخص المنظمة وسياستها.

6- التخطيط الإداري: ويقصد بها ما يتم تحديده من العمليات الإدارية ووفقا لذلك تحديد عمليات التنظيم ويتم حشد القوى المادية والبشرية.

7- التوظيف: يتم اختيار العاملين في المنظمة وفق معايير وأسس علمية واضحة ويتم وضع التدريب أيضا بطرق محددة وتشترك إدارة العلاقات العامة في وضع هذه الطرق والأساليب العلمية[1].

8- التوجيه والإشراف: الإشراف عنصر مهم من عناصر الإدارة في الأجهزة الأمنية والمقصود به مراجعة ومتابعة تنفيذ التوجيهات والتأكد من مطابقة الخطة الموضوعة لتحقيق الهدف.

9- التمويل والإدارة المالية: وتتعلق بالنشاط الإداري المختص بتغير الأموال اللازمة والتأكد من حسن إنفاقها حسب اللوائح المالية.

10- التنسيق: ويتعلق بإيجاد الانسجام والترابط بين أوجه النشاطات المختلفة داخل الأجهزة الأمنية وخارجها وتوجيه ذلك لتحقيق الأهداف الموضوعة والتنسيق ليس كيان مستقل ولكنه مناخ يتوافر في جميع مراحل العمل الإداري.

11- التسجيل: ويتعلق بكتابة الحقائق أو المعلومات بكل وأمانة بقصد الرجوع إليها عند الحاجة.

12- اتخاذ القرار: يعد القرار أداة التجديد والابتكار والإبداع وليس مجرد إجراء شكلي لحسم المشاكل ويخرج القرار معبرا عن أفضل البدائل[2].

رابعا: أهمية العلاقات العامة وأهدافها

1- أهمية العلاقات العامة:

[1] أحمد العابد أبو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، **إدارة العلاقات العامة وبرامجها**، ط1 ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان 2014، ص 85.
[2] أبو السعيد، **مرجع سابق**، ص86.

إن مراجعة المفاهيم والتاريخ ومراحل التطور المختلفة للعلاقات العامة يبين لنا مالها من أهمية قصوى في عالمنا المعاصر في شتى المجالات فهي بصورتها الحالية أشبه بالأخطبوط الذي يضرب تارة في الصناعة وتارة في التجارة أو الخدمات الاجتماعية والثقافية والصحية وإذا كانت تلك الأهمية قد جاءت في متناولنا سلفا، في الصفات السابقة فإن إفراد مساحة خاصة لها بهدف إبرازها يعد مطلبا ضروريا في هذا الصدد وذلك على النحو التالي:

1- إن حاجة المجتمع تعد من الأسباب الهامة التي أنشئت من أجله المؤسسات والهيئات والمنظمات وغيرها وإن استمرار وجودها مرهون في المقام الأول بقدرتها على تحقيق أهدافها ومن ثم إرضاء ميول الجماهير من قبل العلاقات العامة والتي تعمل على شرح أهداف المؤسسة وفلسفتها وتوضيح خدماتها وفي ذات الوقت اكتشاف رغبات هذه الجماهير وذلك من خلال وجود قنوات اتصالية تتسم بالوضوح والسهولة وكل هذه العوامل من شأنها دعم فرص البقاء والنجاح.

2- متابعة مجريات وعوامل التغير والتقدم من خلال تهيئة الرأي العام لتقبل الأفكار والآراء التحديثية ومن ثم فإن الهيئة أو المنظمة تجد من يساندها ويدعمها ويعمل على حثها الدائم لتحقيق التغييروالابتعاد عن النمطية.

3- تأكيد أهمية المنهج العلمي في التعريف على نبض المجتمع واتجاهات ورغبات أبنائه من خلال القيام بالبحوث الميدانية التي تتوافر لها المصداقية ودقة النتائج التي يعتمد عليها في رصد الواقع من أجل السعي إلى تغييره للأفضل[1].

4- تظهر أهمية العلاقات العامة في كونها تؤدي وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياستهم أويجسوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات[2].

5- إبراز أهمية الجمهور الداخلي للمؤسسة والسعي لتقديم خدمات إنسانية متعددة إليهم بما يعود عليهم بالنفع ويساعد على نشر روح الاطمئنان داخلهم من خلال مبادئ العدالة التامة وفي إطار مظلة الرعاية الاجتماعية المتكاملة بما يؤدي إلى دعم انتمائهم لمؤسساتهم وهيئاتهم وثم القيام بمهامهم وأدوارهم المنوطة والتأكيد

[1] عبد الكريم راضي الجابري، **العلاقات العامة إبداع تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة**، دط، دار التسيير،بيروت، 2001، ص ص (35- 36).
[2] علي فلاح الزعبي، **مرجع سابق**، ص264.

على استحقاقهم لما يحصلون عليه من مميزات من خلال التفوق المستمر في العمل بما يدعم في النهاية من نجاح المؤسسة وتحقيقها لأهداف ودعم علاقاتها بالجمهور الخارجي[1].

2- أهداف العلاقات العامة:

تمثل أهم الأهداف العامة:

1- دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.

2- تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.

3- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.

4- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.

5- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.

6- توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور أوسع[2].

ومن خلال هذا نرى أن العلاقات العامة تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف:

- فهي تسعى إلى زيادة شعبية اسم الشركة أو سلعتها وتفضيلها على غيرها وذلك بالمساعدة على بناء سمعة الشركة التي تقف وراء السلعة أو الخدمة وترويج بيع منتجاتها أو خدماتها.

- وتعمل على تحويل الجمهور إلى زبائن للخدمة أو السلعة التي تقدمها الشركة، فالهدف من العلاقات العامة ليس فقط بناء سمعة فهذا الهدف يسعى للمزيد من الرواج لمنتجات المؤسسة أو خدماتها.

- كذلك تسعى العلاقات العامة إلى تأسيس هوية وصورة قيادية للشركة أو المؤسسة في السوق.

[1] راضي الجابري **المرجع السابق**، ص36.
[2] أحمد محمد المصري، **العلاقات العامة**،دط، الناشر مصطفى مشرفة،الإسكندرية، 2006، ص ص(97- 98)

- تسعى العلاقات العامة إلى تطوير أسواق المؤسسة وتوسيعها، وذلك بنشر أفكار جديدة يتقبلها الناس تفسح المجال لتسويق سلعها أو خدماتها في مجالات وأسواق جديدة.

- وتكون مسؤولية العلاقات العامة زرع الثقة بين الإدارة والمساهمين وتقوم بتوثيق العلاقات معهم وتسهيل فرص تبادل الآراء بينهم وبين الإدارة فيما يتعلق بمشاريع الشركة وتنظيمها وسياستها.

- وتعمد العلاقات العامة إلى تحقيق قبول اجتماعي من الجمهور للشركة وهي في هذه الأثناء تكون قد ساعدت على ترويج منتجات المؤسسة.

- تصنع المنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعي اتجاهات الرأي العام بين الجماهير المتصلة بالمنشأة والاستعانة بالمعلومات المرتدة من تلك الجماهير في توقع مستوى نجاح تلك السياسات[1].

خامسا- خصائص العلاقات العامة:

للعلاقات العامة خصائص تميزها عن غيرها من الأنشطة المشابهة، يحددها الباحثون في:

- تعد العلاقات العامة مرآة للإدارة وتفترض هذه الفلسفة أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية التي تحددها المنظمة فحسب وإنما يلزم علاوة على ذلك أن تلعب دورا اجتماعيا، لذلك يجب أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة.

- تشكل العلاقات العامة عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمة.

- العلاقات العامة وظيفة إدارية تمارسها كل إدارة.

- العلاقات العامة عملية اتصال مستمرة بين طرفيين أساسيين هما:

المنظمات والجماهير التي تتعامل معها، سواء الجماهير الداخلية للمنظمة أو الخارجية، وكلاهما يؤثر في الآخر ويتأثر به.

[1] محمد منير حجاب، **العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة** ،ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة، 2007، ص63.

- العلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين.

- العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المؤسسة والجمهور، وهذا الاتصال لازم لتحقيق فهم الجمهور لأنشطة المنظمة[1].

- ترتكز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها، ولهذا فهي تبتعد عن كافة أساليب وأشكال الغش والخداع والتضليل والدعاية المزيفة، وتقدم الحقائق والوقائع للجماهير لكسب ثقاتها وتأيدها.

- العلاقات العامة نشاط موقوت، بمعنى أن اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامج العلاقات العامة أمر ضروري وحيوي لنجاح هذا البرنامج، بل إن التقصير في توفير هذه القاعدة قد يعني فشل البرنامج كله أو ضعف آثاره ونتائجه على اقل تقدير[2].

- ترتكز العلاقات العامة على التخطيط المبني على الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي الذي يساعد على تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائه واتجاهاته وتحسس مشكلاته وقضاياه ونقل كل ذلك بصدق إلى المستويات الإدارية العليا.

- تعد العلاقات العامة عملية تطبيقية للعلوم السلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع متباينة وتكوينات نفسية متغايرة لذلك تحتاج هذه الوظيفة إلى متخصصين لممارسة أنشطتها المختلفة.

- وتتسم العلاقات العامة بالشمولية، حيث لا يقتصر نشاطها على ميدان دون غيره، بل يعتمد ليشمل كافة الميادين الأمنية والسياسية والاقتصادية وغيرها، وكذلك كافة المنظمات بأشكالها وأنواعها ونشاطاتها المتباينة.

- جوهر العلاقات العامة الاتصال بالمفهوم العلمي، فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لنشر المعلومات وشرحها للجمهور، كما تتعرف على اتجاهات الجمهور

[1] فريحة محمد كريم، **العلاقات العامة، البعد الفكري والتطبيقي**، دط، دار العلوم للنشر والتوزيع،عنابة، 2012، ص ص(45- 46).

[2] محمد منير حجاب، **العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة**،ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة، 2007، ص ص(39- 40).

عن طريق البحوث التي تجريها لجمع المعلومات، وذلك بغية التوفيق بين المنظمة والجمهور المتعامل معها[1].

سادسا: طرق تخطيط العلاقات العامة ووسائلها

1- تنظيم و تخطيط في برامج العلاقات العامة:

التخطيط للعلاقات العامة بصورة عامة يعتبر عملية ذهنية وقدرات فكرية تستند على الخبرات العلمية والعملية وتتعامل مع الحقائق بهدف التنبؤ بالاحتياجات والطلبات وحجم العمليات لفترات زمنية قد تكون طويلة أو قصيرة المدى[2].

كما يعرف "الدكتور صالح خليل أو أصبع" هو تحديد الأهداف ووضع السياسات وطرق العمل وإجراءات التنفيذ، وإعادة الميزانيات التقديرية للأنشطة المختلفة وعلى مستوى المشروع، ثم وضع البرامج الزمنية بناء على ذلك بما يحقق الأهداف الموضوعة[3].

المفهوم التخصصي للتخطيط والذي يرتبط مباشرة بالتخطيط في العلاقات العامة ويشير إلى أنه عملية تحديد الأهداف التي يسعى خبير العلاقات العامة لتحقيقها، والبرامج اللازمة لتحقيق هذه الأهداف مع الأخذ في الاعتبار الإمكانيات والقيود المحيطة بهذه العملية.

ويحدد هذا المفهوم عملية التخطيط في برامج العلاقات العامة فيما يلي:

- تحديد الأهداف.

- أسلوب التنفيذ.

- حصر الموارد المتاحة بالمؤسسة.

- بحث كيفية الاستفادة منها بفاعلية في تحقيق الأهداف المرتقبة[4].

ومن أهم خطوات رسم تخطيط في برامج العلاقات العامة يمكن اعتبارها في ما يلي:

---

[1] محمد كريم، **مرجع سابق**، ص ص(46- 47).
[2] محمد منير حجاب، **العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة** ، دط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2003، ص221.
[3] صالح خليل أبو أصبع، **العلاقات العامة والاتصال الإنساني**، مرجع سابق، ص119.
[4] سمير حسن منصور، **مناهج العلاقات العامة** ،دط، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية،2004، ص ص(234- 235).

1- تحديد الأهداف بأنواعها قريبة ومتوسطة وبعيدة المدى.

2- إجراء دراسة علمية على كافة الجماهير المتعلقة بالمؤسسة.

3- تكيف الأهداف بمحاولة تعديلها في ضوء ما سبق من معلومات وبحوث.

4- رسم الخطة المناسبة أو تحديد إستراتيجية للعلاقات العامة.

5- اختيار المواضع، وطرق وأساليب تنفيذها.

6- تصميم البرامج تصميما دقيقا يضمن النجاح إبان تنفيذ الخطة.

7- مراعاة التوقيت الملائم والسليم بين الخطة وظروف العمل[1].

8- ضرورة اختيار جدوى وفاعلية كل خطوة من خطوات التنفيذ قبل المرور إلى خطوة موالية.

- أهمية التخطيط لأنشطة العلاقات العامة:

تمكن أهمية التخطيط في أنه يوفر توافق وإجماع المسئولين في المنشأة إزاء أوليات العمل والموارد البشرية والمالية التي تحتاجها لتحقيق تلك الأوليات ويساعد هذا التوافق على وضع مصلحة المؤسسة فوق كل اعتبار، كما يساعد على وضع رؤية مستقبلية مستقرة للمؤسسة ويجعلها قادرة على مواجهة أي أزمة مالية أو متوقعة وبصورة ترسم أفضل مستقبل للمؤسسة، كما أنه من ناحية أخرى عامل مهم في خلق الشعور بالثقة والاعتماد على النفس، لأن نشاط العلاقات العامة سواء كان وقائيا أم علاجيا أم لمواجهة كارثة أو أزمة سيكون حينئذ قائما على أساس من بالتنظيم والإعداد، أما غياب التخطيط فغالبا ما يؤدي إلى التخبط والعشوائية في معالجة القضايا والأزمات[2].

ويحقق التخطيط لبرامج العلاقات العامة المزايا الآتية:

1- تنفيذ برامج متكاملة توجه من خلالها كل الجمهور المتاحة لإنجاز أهداف محددة.

2- كسب تأييد الإدارة لهذه الأنشطة وزيادة مساهمتها فيها.

---

[1] سمير جاد، **وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، تقديم عبد العزيز شرف** ، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2003، ص ص (242- 243).

[2] محمد منير حجاب، **مرجع سابق**، ص ص(260- 261).

3- التأكيد على الجانب الإيجابي بدلا من الجانب الدفاعي في ممارسة العلاقات العامة.

4- حسن اختيار الموضوعات والأوقات الملائمة، بإضافة إلى اختيار الأساليب الأكثر فعالية في التنفيذ.

5- تحقيق أمثل استخدام ممكن لوسائل الإعلام المتاحة في الوصول إلى الجماهير المستهدفة[1].

- مهام رجل العلاقات العامة:

يتوقف نجاح تنظيم إدارة العلاقات العامة إلى حد كبير على العنصر البشري، الذي يجب أن تتوفر فيه المؤهلات اللازمة للقيام بالواجبات، والمهام التي تستند إليه ونقصد بالعنصر البشري هنا أخصائي العلاقات العامة، ومن بين المهام التي يقوم بها ما يلي:

- إعداد وتنفيذ برامج وخطط العلاقات العامة ومتابعة نتائجها واقتراح ما يتعلق بالعلاقات العامة على الإدارة العليا.

- معرفة الخلفيات الخاصة بمشكلات المؤسسة وطبيعة التنظيمات غير الرسمية التي قد تربط بعض الأفراد بغض النظر عن المستوى الإداري لكل منهم.

- احترام وتقدير العاملين بالمؤسسة، والاحتكاك بهم ومعرفة مشاكلهم إن وجدت والعمل على حل هذه المشاكل من خلال الإلمام بالتفاصيل المتعلقة بحقائق الموقف.

- المحافظة على أسرار المؤسسة التي قد يطلع عليها خلال بحثه للمشكلات أو تطبيقية لبرامج أو خطة للعلاقات العامة.

وبصفة عامة يمكن القول أن هذه المهام لا تكفي وحدها بل يجب على أخصائي العلاقات العامة أن يلعب دور المحلل من خلال تحليل السياسات

[1] محمد فريد الصحن، **العلاقات العامة المبادئ والتطبيق**، دط، درا النشر الجامعية، مصر،2002، 2003، ص190.

والإجراءات ودور المستشار من خلال كسب احترام جميع المستويات الإدارية ودور المدافع من خلال الدفاع عن سمة المؤسسة[1].

2- وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

تعد وسائل الإعلام من أهم الوسائل الاتصالية التي يستخدمها أخصائيو العلاقات العامة في مزاولة نشاطهم الذي يستهدف جماهير مختلفة، لذلك فإن استخدام وسائل الإعلام يستوجب فهم كبير لخصائصها وأساليبها.

هذا وقد تستخدم المؤسسات بعض وسائل الإعلام الخاصة التي تصدرها بنفسها كمجلة المؤسسة والنشرات الإخبارية والمعارض والمهرجانات والحفلات، وهناك وسائل الاتصال الشخصي كالخطاب والمحاضرات العامة ويتوقف استخدام هذه الوسائل على الوضع المالي للمؤسسة وعلى مدى الاهتمام الذي توليه للعلاقات العامة.

تستخدم إدارة العلاقات العامة مختلف وسائل الاتصال لنقل رسائلها وإيصالها للجماهير ذات العلاقة، ويعتبر هذا الاستخدام أحد الأنشطة الأساسية والمهمة في عمل العلاقات العامة، ويكون استعمالها حسب توفرها وملائمتها لطبيعة الموضوع وهناك تقسيمات لوسائل الاتصال نذكر منها:

أ- **الوسائل المكتوبة:** وتتمثل في الصحف،المجلات،الملصقات،و الرسائل ...الخ.

- **الصحف:** تعتبر الصحف السلطة الرابعة بعد السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية والسلطة القضائية، وقد صدرت أول صحيفة سنة 1911 ق. م في الصين.

تعتبر الصحف من أهم الوسائل التي تمكن رجل العلاقات العامة من إيصال رسالته إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير، فالصحيفة تعتبر لدى عدد كبير من الناس مكملة لفطور الصباح يستيقظون على قراءتها لمعرفة ما جاء فيها من أخبار سواء كانت صحف يومية أو أسبوعية أو غيرها، وتحتوي الصحف على مجموعات متنوعة من الأخبار التي تهم شرائح المجتمع كلها، فهناك الأخبار السياسية والاجتماعية والرياضية والثقافية ... الخ، وذلك حسب طبيعة كل صحيفة وحسب سياستها التسويقية.

[1] كركاطو مروان، فنينش يونس، **العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية، دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع العلاقات العامة**، جامعة جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2014/ 2015، ص84.

وعادة ما تقسم الصحف إلى ثلاث أقسام هي:

الصحف الحزبية، الصحف الرسمية أو الشبه الرسمية، صحافة الخبر.

- مجلة المؤسسة أو مجلة الدار:

تعتبر المجلات التي تصدرها الشركات وسيلة من أقدم وسائل الاتصال، وتصدر هذه المجالات يوميا أو أسبوعيا أو شهريا، وقد تكون الصفحة واحدة وقد يبلغ عدد صفحاتها حوالي 30 صفحة ويستعمل هذا النوع من المجالات بالاتصال بالجمهور وتزويده بشكل المعلومات التي يرغب في معرفتها بغرض تفسير وشرح المعلومات ومن ثم تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أو للإعلان[1].وتكون هذه المجالات على شكل:

- مجلة المؤسسة الداخلية:

وهي مجلة خاصة بالعاملين داخل المؤسسة، إلا أن توزيع هذه المجالات يمتد ليصل إلى الجماهير الخارجية ذات العلاقة بالمؤسسة والجماعات والأفراد المختلفين الذين لهم علاقة ارتباط بالمؤسسة.

- مجلة المؤسسة الخارجية:

وتصدرها المؤسسة خصيصا لجمهور العام الخارجي، تطبع باستخدام أفضل أنواع الورق، وبأفضل المطابع، موضوعاتها تثير اهتمام الجمهور وتلبي رغباته مستعينة بأفضل الكتاب والمحررين، كما تستخدم الصور والرسوم البيانية وغيرها توزع هذه المجلات توزيعا واسعا لدعم سمعة الشركة وصورتها.

- مجلة موجهة للجمهور معا:

هذا النوع من المجالات صدر أساسا للجمهور الداخلي إلا أنه تحول إلى مجلة موجهة لكل من الجمهورية في الداخل والخارج فاقدا بذلك صفته الداخلية، احد أكثر الأمثلة وضوحا في هذا المجال هو "المجلة الجغرافية القويمة الأمريكية"، حيث كانت موجهة للجمهور الداخلي لتصبح فيما بعد من المجلات الكبرى الموجهة للجمهور العامة.

[1] ياسين مسيلي، **العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة** ، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، سنة 2008، 2009، ص147.

والغرض من إصدار مجلة المؤسسة تحسين العلاقة بين المؤسسة وبين القراء وهناك أهداف تحققها مجلة المؤسسة نذكر منها:

- شرح وتفسير الأخبار.

- تحسين التعاون.

- تحسين التفاهم.وخلق الشعور بالانتماء.

-بناء الثقة بالإدارة.

- تفسير السياسات والتعليمات.

- ترويج مبادئ الصحة والسلامة والأمن الصناعي، وتخفيض الكلفة

- مواجهة الشائعات وسوء الفهم.

- تحفيز ودعم أنظمة المقترحات.

- ترويج شراء العاملين لمنتجات الشركة[1].

- الخطاب والرسائل

تعتبر والرسائل احد وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر،حيث تعمل على نقل الأفكار بالكلمة المكتوبة، وتهدف إلى الاتصال السريع المباشر مع فئات محددة من الجماهير.

- مميزاتها:

غير مكلفة، مباشرة، شخصية، وحتى تنجح الرسائل والخطابات في تحقيق الهدف يجب مراعاة مايلي:

- تحديد الهدف من الوسائل والخطابات.

- بدأ الرسالة أو الخطاب بتحية مناسبة مقدمة تثير الاهتمام في الفقرة الأولى.

- ذكر الحقائق المتعلقة بطبيعة المشكلة.

[1] مسيلي، **العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية**، مرجع سابق، ص ص 153-170.

- إقتراح ما يمكن فعله للمساعدة في حل المشاكل إدا كانت الرسالة متعلقة بذلك.

- تجنب الأخطاء اللغوية والإملائية.

الوسائل السمعية البصرية: وتنقسم هذه الوسائل إلى مايلي:

* **الإذاعة:** حيث يمكن لرجال العلاقات العامة الاستفادة من هذه الوسيلة للاتصال بالمواطنين عن طريق الأخبار و المعلومات والبرامج الخاصة والندوات الإذاعية[1]

* **الهاتف:** هو عبارة عن وسلة اتصال في الاتصالات حيث ليمكن لأي مؤسسة أن تعمل دون هاتف، فالهاتف يعمل على تسير الحوار والنقاش بين رؤساء الأقسام والمصالح والمدير والموظفين، حيث تعمل أغلبية المؤسسات على فتح الخطوط الهاتفية داخل المؤسسة التي تربط بين جمهورها الداخلي و الخارجي ودائرة العلاقات العامة،فالاتصالات الهاتفية تمثل أهمية بالغة لدى مدير العلاقات العامة وذلك من خلال عقد الاجتماعات وتحديد المواعيد وإبلاغ الرسائل والأخبار والبيانات اللازمة لأداء عمله.

* **التلفزيون:**يعتبر التلفزيون من أهم وسائل النشر في الوقت الحاضر إذ يستطيع دخول منازل الجماهير وإقناعهم بالدليل المادي الملموس، ويعتبر التلفزيون من أوسع الوسائل انتشار وأكثرها جاذبية للجمهور إذ يتميز في نقل الصورة المتحركة والصوت المباشر إلى المتلقي[2].

ومن ثمة فإنه يخاطب حاسة السمع والبصر لهذا يمكن لخبراء العلاقات العامة استغلال برامجه لتمرير الرسائل الإعلامية.

سابعا- العلاقات العامة وبعض المفاهيم المشابهة:

*** العلاقات العامة والتسويق:**

[1] سمير بورورو، محمد العقون، **إسهام العلاقات العامة في تطوير الخدمات السياحية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع العلاقات العامة، جامعة محمد الصديق بن يحى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2014-2015، ص 66

[2] كركاطو مروان، فنينش يونس، **العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية**،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع.

يعرف التسويق على انه العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ وتسعير وترويج (الأفكار والسلع والخدمات لإتمام عملية التبادل التي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد،وتحقيق أهداف المؤسسة بالإضافة إلى المساعدة في تسهيل تدفق المنتج الذي قد يكون سلعة أو خدمة أو فكرة.

وإذا ما نظرنا لكل من هدف العلاقات العامة وهدف التسويق،فإنه يتضح أن العلاقات العامة اشمل واعم بالإضافة لكون العلاقات العامة تتعامل مع كافة أنواع الجماهير، بينما يتعامل التسويق مع جماهير محدودة كالمستهلكين الفعليين والمرتقبين والموردين،وتجار التجزئة،ويشترك كليهما في الإهتمام بالرأي العام واتجاهاته وأفكاره وأنماط سلوكه،كما أن جهود العلاقات العامة يمكن لها أن تدعم العمليات التسويقية من خلال الصورة الإيجابية التي تجتهد العلاقات العامة في بنائها،وتستفيد العلاقات العامة من التسويق في كونه من التكتيكات المساعدة للعلاقات العامة في ترويج المؤسسة ككيان[1].

*** العلاقات العامة والإعلام:**

الإعلام لا يعد أكثر من مجرد نشر للحقائق والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة والمؤسسة سواء جمهورها الداخلي أو الخارجي، ومن وسائل الإعلام الأساسية الصحافة والإذاعة والتلفزيون والمحاضرات والندوات.

ومن هدا التعريف السابق للعلاقات العامة يتضح،أنها إعلاما يقدم إلى الجمهور مع عنصر الإقناع، ومجهودا يبدل من أجل تحقيق التوافق والتكامل بين اتجاهات وتصرفات كل من المؤسسة وجمهورها،والحق أن الإعلام يعتبر جزء أساسيا وأداة مهمة من أدوات العلاقات العامة ، وعلى ذلك فهي كعملية اجتماعية تستخدم وسائل الإعلام المختلفة في برامجها لتحقيق أهدافها،ومن هنا يتضح أن العلاقات العامة شيء والإعلام شيء آخر، فالعلاقات العامة هي الكل والإعلام يعتبر جزء ذلك الكل ،باعتباره أداة أو وظيفة من وظائف العلاقات العامة[2].

*** العلاقات العامة والإعلان:**

---

[1] فهمي محمد العدوي، **مفاهيم جديدة في العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان، سنة2011،ص 33

[2] عبد الحي محمود صالح وآخرون، **العلاقات العامة والإعلان في الخدمة الاجتماعية**، ط1، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية،ط1،سنة2000،ص ص(54-53).

إن العلاقات العامة تعني الجهود المقصودة التي تقوم بها إدارة التسويق والتي تهدف للوصول إلى علاقات سليمة بين المنظمة والجماهير (سواء الداخلي أو الخارجي وكذلك الجمهور المرتقب) عن طريق الإعلان ،والاتصال الشخصي وطرق أخرى كالمؤتمرات الصحفية،وإقامة المعارض،وإصدار النشرات الفورية وإعلان المؤسسات بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة وجمهورها.

ومما سبق يتضح أن مفهوم العلاقات العامة أعمق وأشمل من مفهوم الإعلان، والهدف الأساسي للإعلان هو إثارة دوافعه بغية دفعه لتجربة المنتج والعلامة المعلن عنها عبر تزويده بكم هائل من المعلومات عن المنتج.

أما عن هدف العلاقات الأهم والاشمل فهو رعاية العلاقات الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب ود الجمهور والتأثير في الرأي العام والحصول على تأييده لصالح المؤسسة وذلك من خلال التعريف بها[1].

خلاصة الفصل

العلاقات العامة ليست نشاط يمارس بالصدفة إنما هي نشاط مخطط له برنامج عمل يبني على أسس علمية مدروسة، ويقوم أشخاص مؤهلون ومختصون فيها، وحتى المؤسسات الذي ليس لديها قسم خاص بها أصبحت اليوم تدرك أن نجاحها مرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير من أجل تشكيل صورة لنفسها، وتحسين سمعتها وأصبحت تؤمن بأهمية وجود هذه الإدارة لما لها من دور في تسيير المؤسسات وتحقيق أهدافها.

[1] حسام فتحي أطعيمة، **الإعلان وسلوك المستهلك**، ط1، دار الفاروق للنشر والتوزيع،عمان، سنة2008 ،ص 30

الفصل الثاني: الحماية المدنية: مفهومها خصائصها، ومهامها

تمهيد

أولا: نشأة وتطور الحماية المدنية

ثانيا: تعريف الحماية المدنية

ثالثا: أهمية الحماية المدنية

رابعا: أهداف ووظائف الحماية المدنية

خامسا: خصائص جهاز الحماية المدنية

سادسا: النشاطات والمهام الأساسية للحماية المدنية

سابعا: علاقة الحماية المدنية بالإدارات الأخرى.

ثامنا: التنظيم الإداري المحلي للحماية المدنية

خلاصة الفصل

تمهيد:

الحماية المدنية هي جهاز مكلف بحماية الأشخاص والممتلكات وبناءا على هذا المنطلق فإنها تعتبر مرفقا تابعا للدولة، بها نظم وقوانين تسير عليها، وتتحكم في الكيفيات اللازمة لتسيير المستخدمين بها وكذا عمليات التدخل السريع الذي يبقى من الأولويات الأولى لانقاد وحماية كل من هو في خطر حقيق وعليه فإن المهمة تنحصر في ثلاث عناصر هي: التوقع، الوقاية، والإسعاف ومن هذا التوجه تنطلق السياسة العامة للحماية المدنية، بتكوين مستخدميها في شتى المجالات ولما وصلت إليه التكنولوجيا الحديثة للتغلب على مختلف الصعاب التي يمكن أن تحدثه الكوارث سواء كانت طبيعية أو تكنولوجية.

أولا: نشأة وتطور الحماية المدنية

إن تاريخ إنشاء الحماية المدنية يعود إلى سنة 1931، حيث قام الطبيب الفرنسي (جورج سان بول) بإنشاء جمعية مشارف جنيف واتخذت باريس مقرا لها ومن هذه الجمعية انبثقت المنظمة الدولية للحماية المدنية، وكان الطبيب جورج سان بول من خلال الإشارة إلى المدنية (جنيف) مسقط رأس هنري دونان مؤسس

حركة الصليب الأحمر يرمي إلى إيجاد مناطق محايدة أو مدن مفتوحة وآمنة، يمكن للمدنية اللجوء إليها في حالة الحروب والنزاعات.

وفي سنة 1935 أصدر مجلس النواب الفرنسي بدافع من الجمعية (جمعية مشارف جنيف) قرار يدعوا فيه عصبة الأمم المتحدة إلى دراسة السبل المؤيدة إلى إنشاء مواقع في كل دولة تكون بمأمن عن الأعمال العسكرية زمن النزاعات، وذلك استنادا على اتفاقيات تعتمدها عصبة الأمم ولقد تدخلت الجمعية لدى الأطراف المتحاربة إبان الحرب الأهلية الإسبانية وذلك سنة 1932، وكذلك عند نشوب النزاع الصيني الياباني في 1937، وفي سنة 1949، أصدر المؤتمر الدبلوماسي الذي انعقد في جنيف اتفاقية رابعة بعد الثلاث الأولى الخاصة بحماية المدنيين زمن النزاعات المسلحة.

وفي عام 1958، أصبحت المنظمة الدولية للحماية المدنية منظمة غير حكومية أي انتقلت من جمعية إلى منظمة غير حكومية وفي سنة 1966 تم اعتماد دستور للمنظمة أين أصبحت المنظمة الدولية للحماية المدنية غير الحكومية كمنظمة بين الحكومات، ولقد صادق على هذا الدستور 18 دولة عضوا وفي الفاتح من مارس سنة 1972 دخل دستور المنظمة حيزا لتنفيذ وبدا سريان العمل به من أقل الدول الأعضاء في المنظمة[1].

1. تطور الحماية المدنية في الجزائر:

عرفت الحماية المدنية في الجزائر مرحلتين أساسيتين:

- **الأولى:** كانت قبل الاستقلال.
- **الثانية:** كانت بعد استرجاع السيادة الوطنية

1. الحماية المدنية في عهد الاستعمار

أثناء فترة الاحتلال، كانت الحماية المدنية عبارة عن وحدات متمركزة في المدن الكبرى التي يوجه بها أعلى نسبة من المعمرين للدفاع عن مصالحهم.

[1] https :ar.m.wikipidia.org, le : 12/05/2018, a : (15 :02h).

2- الحماية المدنية بعد الاستقلال:

عرفت الحماية المدنية بعد الاستقلال تطورات هامة على الصعيد التنظيمي وكذا من حيث الوسائل والتجهيزات والمستخدمين في التدخل، وفي هده الفترة نستطيع تمييز 4 مراحل:

2- 1: المرحلة الأولى (1962- 1964):

غداة الاستقلال كانت الجزائر تحتوي على مصلحة للحماية المدنية تتكون من:

- عضو مركزي على مستوى وزارة الداخلية والجماعات المحلية.
- مراكز الإسعاف محاربة الحرائق على مستوى الولايات.

وعلى الصعيد العملي كانت التدخلات مضمونة من طرف مجموعة مختلف من الأعوان منهم:

- أعوان تابعين للبلديات.
- أعوان محترفين دائمين.
- أعوان محترفين متطوعين

كما يجب الإشارة هنا أن النصوص القانونية كانت مستمدة أساسا من القانون الفرنسي سنة 1884 ونظرا للإمكانيات القليلة المتوفرة، فإن تدخلات مراكز الإسعاف ومكافحة الحرائق كانت متركزة في المدن الكبرى فقط، وهادا ما عجل بضرورة إحداث إصلاحات.

2-2- المرحلة الثانية (1964-1970):

تسمى مرحلة الإصلاح صدر المرسوم 64-129 بتاريخ 1964/04/15 الذي يعتبر العامل الأساسي لعدة تغيرات حدثت أهمها:

- تحول المصلحة المركزية إلى مصلحة وطنية للحماية المدنية مع إعطائها صلاحيات جيدة وهامة لا سيما حق إعادة النظر في وضعية الأعوان التابعين للبلديات[1].

- تحول مراكز الإسعافات و مكافحة الحريق إلى مصالح ولائية للحماية المدنية و الإسعاف ولتجديد هدا التحول قامت الدولة أو تكلفت بإجراء دورات الرسكلة و الإتقان في المدرسة الوطنية للحماية المدنية لفائدة الأعوان التابعين للبلدية.

بالإضافة إلى ان هده العملية أدت إلى تحسين المعلومات النظرية للأعوان، فإنها سمحت في إحداث إصلاح شامل لمجموعة الأعوان السابق ذكرها، و هذا ما أدى إلى ظهور مجموعتين من الأعوان:

- المحترفين .

- المؤقتين الغير مهيكلين[2].

لكن هذا التحول لم يكن سوى بداية لسلسلة من التحولات أكثر عمقا، حيث أن الصعوبات ونقص الفعالية الراجعة أساسا إلى المشاكل التي كانت تتخبط فيها عجلت إحداث إصلاح الشامل.

2- 3: المرحلة الثالثة (1970- 1976):

تسمى مرحلة التأميم التي وجب ضمان أمن الأشخاص ومكتسباتهم الثورية وتطبيقا لتوجيهات النظام الاشتراكي، قررت الدولة تأميم جميع وسائل الحماية المدنية في أفريل 1970، حيث أخدت على عاتقها، منذ هدا التاريخ مهمة حماية الأشخاص وممتلكاتهم فقامت بوضع مصالح مكافحة الحريق ومفتشية الحريق تحت تسمية واحدة وهي "الحماية المدنية" هده الإجراءات سمحت أيضا بتدعيم وسائل هذه المصلحة، ووضع تنظيم وطني شامل ينسجم مع المنشآت الاقتصادية والاجتماعية للبلاد[3].

[1] بومالة أحلام، طاهر سميرة، مرجع سابق ،ص 8.

[2] المرسوم رقم: 84/65 المؤرخ في 24/مارس/1965 المتضمن توحيد شروط الخدمة الخاصة لرجال المطافئ المهنيين، الجريدة الرسمية، العدد 28، ص326.

[3] المرسوم رقم: 225/68 المؤرخ في 30 مايو 1968 المتضمن الأحكام المشتركة الخاصة المطبقة على موضفي الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد44، ص771.

هذا التنظيم الجديد جعل عمليات التدخل تتم بفعالية وتنظيم كبيرين مع إمكانية تنقل مستخدمي الوحدات كإمداد للمناطق المصابة الخارجة عن مجال تدخلهم.

2- 4: المرحلة الرابعة (1976- 1991):

تسمى مرحلة إعادة التنظيم فيها أعيد تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الداخلية في فيفري 1976 حيث أعطى للحماية المدنية أبعادا ومهاما جديدة، فبالإضافة للمهام الكلاسيكية، أسندت للحماية المدنية مهام جديدة وهامة مثل: حماية المطارات، حماية الموانئ، حماية المركبات الاجتماعية والاقتصادية، كما أعطيت لها السلطة المطلقة في مراقبة مدى تطبيق إجراءات مكافحة التلوث البحري وبالنسبة لهذا التنظيم الجديد ، فقد جاء المرسوم 76- 39 المؤرخ 20/ 02/ 1976 لينص على إعادة

تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الداخلية وبالتالي تحول المصلحة الوطنية "للمديرية العامة للحماية المدنية[1].

تنظيم المديرية العامة للحماية المدنية:

1- على المستوى المركزي: وتحتوي على مديريتين:

أ- مديرية النشاط العملي: وتتألف من 03 مدريات فرعية وهي:

- المديرية الفرعية للمراقبة
- المديرية الفرعية للتدخلات والحماية العامة

ب- مديرية الدراسات والوسائل: وتتكون من 03 مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للإنجازات
- المديرية الفرعية للمستخدمين
- المديرية الفرعية للدراسات والبرامج

[1] المرسوم التنفيذي رقم: 39/76 المؤرخ في 20/فيفري 1976 المتضمن إعادة تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الداخلية، الجريدة الرسمية، العدد20، ص227.

بالإضافة إلى وجود 04 خلايا ذات أهمية كبرى وهي:

- المدرسة الوطنية للحماية المدنية.

- الوحدة الوطنية للتدريب والنجدة.

- الحظيرة المركزية للعتاد.

- المركز الوطني للتنسيق.

2- على المستوى المحلي (الولائي):

أصبح على رأس مصلحة الحماية المدنية والإسعاف للولاية، الضابط يعتبر كرئيس مصلحة ومستشار تقني للوالي في ميدان الحماية المدنية وتحتوي المصلحة على:

- منشآت عملية وهي عبارة عن وحدات التدخل

- منشآت إدارية لسير المصلحة وهي:

- مكتب سير العتاد.

- مكتب الإتقان والتكوين.

- مكتب المتابعة التقنية للوقاية والتوقع.

ومع ظهور القانون العام للوظيفة العمومي وظهور القانون الخاص للأعوان، أصبح أعوان الحماية المدنية يقومون بأداء مهامهم في إطار منظم يتميز بالتنظيم الشبه العسكري، البذلة النظامية والرتبة، امتلاكهم لمراكز تكوين خاصة بهم[1].

أما فيما يخص أماكن تواجد وحدات الحماية المدنية وتأطيرها وتجهيزها فإنها تتسم حسب الأخطار والأهمية الديموغرافية والاقتصادية للمنطقة المراد الدفاع عنها استنادا إلى المرسوم 70-167 المؤرخ في 1970/11/10الذي ينص على تطبيق ،تجهيز وتأطير وحدات الحماية المدنية نجد:

[1] المرسوم التنفيذي رقم: 39/76، **مرجع سابق**، ص227.

- الوحدة الرئيسية: على مستوى الولاية.

- الوحدة الثانوية: على مستوى الدائرة .

- وحدة القطاع: على مستوى البلدية.

المراكز المتقدمة: لمكافحة خطر معين وخاصة في المناطق التي تحتوي على أخطار خاصة(المناطق الصناعية ،الشواطئ)

أما فيما يخص المستخدمين وأعوان التدخل المنظمون إلى الوحدات، مصنفون بطريقة تسمح بتوزيع أهميتها إلى الفرقة، الفصيلة الفوج، الكتيبة، الفيلق.

2-5:المرحلة الخامسة:(من 1991/12/21 إلى يومنا هذا)

تسمى مرحلة الاستقلال [1] وتتعلق بتنظيم هياكل الحماية المدنية لقد عرف التنظيم الإداري والتقني للحماية المدنية مند الاستقلال تحولا كبيرا قصد مسايرة التقدم والتطور التكنولوجي، مما أدى ذالك إلى تغيير نوعي خلال المرحلة المعاشة على ضوء المرسوم 39/79 المؤرخ في 1976/02/20، قصد خلق توازن على غرار الهياكل والمصالح العمومية التي عرفت مراجعات عميقة ومتتابعة وهذا ما أدى إلى عدم انسجام وظيفي هيكلي، وتنظيمي حيث لا يبرز الدور الهام للحماية المدنية وآثارهم على الحياة الاقتصادية والاجتماعية مما أدى إلى التفكير في إعادة تنظيم خاص بالحماية المدنية يتساير مع الهدف العام لها [2].

1- على مستوى الإدارة المركزية للمديرية العامة للحماية المدنية:

تم تنظيم الإدارة المركزية للمديرية العامة للحماية المدنية طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 91- 503 المؤرخ في 21- 12- 1991[3].

2- على المستوى العملي:

[1] المرسوم التنفيذي 02/91 المؤرخ في 19/جانفي/1991 **المتعلق بتنظيم الإدارة المركزية لوزارة الداخلية** ، المديرية العامة للحماية المدنية تخضع لنص خاص بها، الجريدة الرسمية، العدد 04، ص64.

[2] بومالة احلام ، مذكرة حول التكوين في سلك الحماية المدنية، مرجع سابق،ص 09

[3] المرسوم التنفيذي رقم: 503/91 المؤرخ في 21/ديسمبر/1991 **المتضمن الإدارة المركزية المديرية العامة للحماية المدنية**، الجريدة الرسمية، العدد 67، ص2623.

اتسمت العلاقات التي كانت تسود بين الإدارة المركزية للحماية المدنية والمصالح المحلية بالصعوبات حيث يتعلق الأمر باستعمال الوسائل المحلية التي يقتصر على إقليم الولاية وحده، مما أدى إلى إعادة التفكير في هيكلتها وإنشاءها، وذلك طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 92- 43 المؤرخ في 04/ 02/ 1992 المتضمن: نشأة، تنظيم، نشاط المفتشية العامة لمصالح الحماية المدنية.[1]

3- على مستوى وحدات التنظيم الإداري والتقني لمصالح الحماية المدنية والإسعافات للولايات:

كان مسيرا من طرف النصوص التنظيمية المحددة بالمرسوم رقم 64- 129 المؤرخ في 15- 04- 1964 المتعلق بالتنظيم الإداري للحماية المدنية، حيث يعتبر قديم وذلك لعدم مسايرته مع التطور والتقدم الذي عرفته الحماية المدنية حيث إعادة هذا التنظيم في مراحل سابقة لم يهتم بمصالح الحماية المدنية للولايات التي طغى عليها طابع الجمود دون تحديد مدقق للمهام والتنظيم الموحد على مستوى التراب الوطني ضف إلى ذلك غياب القاعدة التنظيمية المحددة لمهام وتنظيم مصالح الحماية المدنية والإسعاف للولايات أدى بخضوع تنظيم هياكلها للمبادرة المحلية الوحيدة مبدعا في ذلك تعددية وعدم تجانس الهياكل.

وهكذا وجدت مصالح الحماية المدنية والإسعاف نفسها مهمشة وخاصة منزوع منها كل صلاحية محددة في ميدان تسيير وسائل المصلحة مما أدى ذلك في التفكير في هذا الجانب وذلك بإصدار المرسوم التنفيذي رقم 92- 54 المؤرخ في 12- 02- 1992 المتضمن تنظيم نشاط المصالح الخارجية للحماية المدنية[2].

ثانيا: تعريف مؤسسة الحماية المدنية

عرفها العقيد سعد بن عودة الردادي: على أنها مجموعة من الإجراءات والأعمال اللازمة لحماية السكان والممتلكات العامة من الأخطار والكوارث والحرائق والحوادث المختلفة، وإغاثة المنكوبين، وتأمين سلامة المواصلات

[1] المرسوم التنفيذي رقم: 43/92 المؤرخ في 4 فيفري 1992 ، **المتضمن إنشاء تنظيم وتسيير المفتشية العامة لمصالح الحماية المدنية، الجريدة الرسمية**، العدد 09، ص 272.

[2] المرسوم التنفيذي رقم: 54/92 المؤرخ في 1992/02/12، **المتضمن تنظيم المصالح الخارجية للحماية المدنية وعمله**، الجريدة الرسمية، العدد 13، ص341.

والاتصالات وسير العمل في المرافق العامة وضمان مصادر الثروة الوطنية وذلك في زمن السلم وحالات الحرب[1].

-عرفها العميد بهيج بحليس: على أنه عمل إنساني تفرضه حالة طارئة أو كارثة أو أزمة حربية[2].

وعرفت أيضا بالدفاع المدني: « نظام من أنظمة الدفاع المدني الستة المعروفة بمنظومة الدفاع المدني وهي الدفاع السياسي، العسكري، الاجتماعي، الاقتصادي، النفسي، ثم الدفاع المدني الذي هو: مجموعة من الأعمال والإجراءات والقوانين والتعليمات التي تحقق السلام والحماية للمواطنين من أخطار كثيرة كأخطار الحروب والأخطار الطبيعية والصناعية[3].

-تعريف الحماية المدنية الجزائرية: بالفرنسية(Protertion civile algérienne)هي مرفق عمومي دو هيكل خاص من حيث التنظيم الإداري وميزاتها المستقلة وهي تعمل تحت إشراف وزارة الداخلية تتمثل مهامه وظيفته في حماية الأشخاص والممتلكات والتكفل بالمهام الإنسانية المنوطة بها.

تعتبر مديرية الحماية المدنية الجزائرية إحدى المديريات المنتشرة عبر أرجاء التراب الوطني والتي تقدم خدمات وتدخلات كثيرة للمواطن والفرد الجزائري والمتمثلة خصوصا في إطفاء الحرائق وإجلاء المصابين والمنكوبين في مختلف الظروف وهناك العديد من الأمور التي يقوم بها أعوان وأفراد الحماية المدنية وحرصا من الدولة على تطوير هذا القطاع وتقريب الإدارة من المواطن فقد تم إنشاء موقع إلكتروني رسمي يهتم بعرض آخر أخبار وحصيلة نشاطات ودخلات عناصر الحماية المدنية الجزائرية كما يتم أيضا عبره الإعلان عن ملف الانضمام (الانخراط في صفوف الحماية المدنية) ونتائج لمسابقات التوظيف للالتحاق بهذا القطاع.

---

[1] العقيد سعد بن عودة الردادي، **المؤسسات الأمنية في المملكة العربية السعودية**، ط1، التأسيس والبناء ، دار المأثر، المدينة النبوية، سنة 2001، ص 345.

العميد بحليس ، **الدفاع المدني في خدمة المواطنين**، ،ط1، دار الكتاب اللبناني، المكتبة المدرسية، ، لبنان، سنة 1983، ص34.[2]

[3] مجلة الأمن والحياة، مجلة أمنية ثقافية إعلامية، العدد 151، سنة 1991، تصدر شهريا عن المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض، ص21.

وفي حالات طلب التدخلات العاجلة مثل حوادث المرور أو الحرائق وغيرها من الأمور المستعجلة يمكنكم الاتصال بالرقم الأخضر (14) الخاص بالوحدة الثانوية المتواجدة في أقرب منطقة تتصل بها ما يعرف برقم النجدة والمساعدة في حالة الضرورة والطوارئ[1].

ثالثا: أهمية مؤسسة الحماية المدنية

تبرز أهمية الحماية المدنية في تقديم مختلف المساعدات والإسعافات الأولية في اقل مهلة ممكنة، وقد ازدادت أهمية الحماية المدنية بعد الحربين ع 1 و 2 حيث استطاعت البشرية أخد مقاييس الأولوية لها في زمن الحرب والسلم، لهذه الأسباب عملت الدول على خلق جهاز فعال وعملت على تطويره وتوسيعه فعظماء رجال التاريخ شعرو بأهمية الحماية المدنية وحصروا فيه سلامة الأوطان منهم الجنرال ايزنهاور الذي صرح عام 1956 بما يلي: في كل ظرف عصيب نفاجئ به يتوقف بقاء أمتنا على الطريق التي يعتمدها الدفاع المدني للقيام بمهمته.

ومنهم المستشار منفمري حيث قال: لقد أصبح من الضروري ان يرتفع مستوى الدفاع المدني حتى يشغل مركز العائد إليه ضمن تنظيم الدفاع الوطني، وزاد قائلا: إذا لم يستكمل هذا الجهاز الوقائي تنظيمه بإشراف سلطة واحدة مسؤولة، فإن الأمة قد تواجه الكثير من الدمار ولا تلبث الجهة الداخلية طويلا حتى تتعرض للدمار.[2]

كما تبرز أهمية الحماية المدنية من خلال النص، عليها في أسمى القوانين الجمهورية حيث أن دور مؤسسات الدولة يستشف من نص المادة 24 من دستور 1996 "الدولة مسؤولة عن أمن الأشخاص والممتلكات[3].

هذه الأحكام هي التي نستخلص منها تصورنا الخاص بالحماية المدنية، نجد أن الدولة لا يمكنها القيام بهذا الواجب المقدس-الحفاظ على أمن الأشخاص والممتلكات، إلا إذا اعتمدت على أجهزتها الداخلية على اختلافها ومن بينها الحماية المدنية.

---

[1] http://www. Dz- modern. Com/2013/09/site- protection civile- Algérie . html le : 6/04/2018 ,a : (15 :00h) .

[2] العميد بحليس، **مرجع سبق ذكره** ، ص13.

[3] المرسوم الرئاسي رقم : 96-438 المؤرخ في 07 ديسمبر 1996 **والدي يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه** في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996، الجريدة الرسمية، العدد76، ص06.

إن الاهتمام بالحماية المدنية لم يتوقف في الدستور كما سبق التوضيح بل نجد هدا المرفق معزز ومدعم بالرسائل القانونية تجسد هده المهم النابعة من هدا الحق الدستوري، المتمثل في وجوب حماية كل شخص يعيش على التراب الوطني.

- قرار مؤرخ في 17 نوفمبر سنة 1967 المتعلق بالتنظيم العام للحماية المدنية في زمن الحرب والمرسوم 257/26 المؤرخ في 16 نوفمبر 1976 المتعلق بتنظيم اللجنة العليا للدفاع المدني.[1]
- قرار مؤرخ في 29 نوفمبر 1967 يتعلق بتنظيم الدفاع المدني في إطار البلديات.
- الأمر 76 /04 المؤرخ في 20 فبراير سنة 1976 يتعلق بالقواعد المطبقة في ميدان الأمن من أخطار الحريق والفزع وإنشاء لجان للوقاية والحماية.[2]
- المرسوم التنفيذي رقم: 85-231 المؤرخ في 25 أوت 1985، المحدد للشروط والإجراءات التنظيمية والعملية الخاصة بالتدخل والإغاثة في حال حدوث الكوارث ،(مخطط الطوارئ والنجدة)، والمرسوم رقم: 85-232 المؤرخ في 25اوت 1985 المتعلق بالوقاية من أخطار الكوارث.[3]
- القانون رقم: 10/11 المؤرخ في 22 يونيو 2011 المتعلق بقانون البلدية.

فمجمل هده النصوص القانونية تبرز لنا أهمية المرفق حيث يساهم جهاز الحماية المدنية المتشكل من عدة متدخلين على شكل وحدات في مهام الوقاية، البحث، التكوين الإغاثة التي تتطلب الحفاظ على أرواح السكان والممتلكات والبيئة.

ولعل أدق تعبير واعتزاز بالجهد الذي يلعبه جند النار ما جاء على لسان رئيس الحكومة أحمد أو يحي في عرضه لبرنامج الحكومة أمام أعضاء مجلس الأمة عقب الزلزال المدمر الذي ضرب منطقة بومرداس الجزائر العاصمة كما سبق الذكر" السيد الرئيس، سيداتي سادتي، أعضاء مجلس الأمة لألتمس منكم

[1] المرسوم رقم: 257/67 المؤرخ في 16 نوفمبر 1967 **المتعلق بتنظيم الجنة العليا للدفاع المدني، الجريدة الرسمية**، العدد 99، ص1598.

[2] الأمر رقم: 04/76 المؤرخ في 20فيفري 1976 **المتعلق بالقواعد المطبقة في ميدان الحماية ضد أخطار الحريق والفزع وتكوين رجال الوقاية والحماية المدنية، الجريدة** الرسمية، العدد 21، ص286.

[3] المرسوم التنفيذي رقم: 232/85 المؤرخ في 25 أوت 1985 **المتعلق بالوقاية ضد الكوارث**، الجريدة الرسمية، العدد 36، ص1290.

التوجه لهؤلاء جميعا مواطنين ، جيش وكني شعبي، حماية مدنية، أطباء، وأعوان، بتحية وتقدير وعرفان خالص على كل ما قدمتموه في هذه الكارثة."[1]

كما تم التتميم بأهمية هذا الجهاز في العديد من التدخلات التي أثيرت بمناسبة الأيام الدراسية البرلمانية حول الدفاع الوطني من أجل نقاش وطني حول الدفاع المدني[2].

رابعا: خصائص جهاز الحماية المدنية

إذا كانت فعالية أي هيئة نظامية لا تقدر حق قدرها أساسا إلا على أساس النتائج التي تحققها تركيبتها البشرية والوسائل المخولة لها قصد بلوغ ذلك. فإن هذا القول يصلح أيضا على أن العناصر التي تساهم في التعريف بها تشارك كذلك في تجميع مهامها من خلال تمكين المتدخلين الآخرين والمواطنين أيضا من التعرف على هذه المهنة النظامية وبالتالي تسهيل عملية إنجاز تلك المهام، وأهم الخصائص التي يتميز مرفق الحماية المدنية باعتباره قطاع شبه عسكري:

أ- التحية: هي أكثر مظاهر الاحترام الخارجي تكرارا، وهي واجب على كل عون الحماية المدنية وحق له وتنفيذ من الثبات والسير برفع الذراع اليمني وثنيها بنشاط نحو الرأس[3].

ب- النشيد: إن المبادرة التي قامت بها المديرية العامة للحماية المدنية مند سنة 2001 في سبيل التمكين من تثمين المؤسسة، وبالتالي أولئك الدين يخدمون أهدافها "النبيلة" وذلك في النشيد الذي تم تأليفه بغية تمجيد جند النار والذي ألف في سنة 2001 الشاعر سليمان جوادي[4]، فهذا الأخير موجه للإشادة بروح الشجاعة والتضحيات التي يتحلى بها أولئك الرجال والنساء الذين وهبوا حياتهم دون كلل في سبيل حماية الغير، وقد جاء هذا النشيد في 14 مقطع محررا باللغة العربية امتزجت فيه الحماسة بالأسلوب الغنائي ، يبرز القيم والمبادئ الأساسية التي تدافع عنها المؤسسة وتعمل على تكريسها،ويروي في النهاية روح الالتزام والتضحية التي يتقاسمها هؤلاء وهم يؤدون مهامهم الرامية إلى حماية الأرواح والممتلكات

[1] مجلة الفكر البرلماني لمجلس الأمة، العدد الثالث، شهر جوان 2003، ص170.
[2] الأستاذة مايا ساحلي، الأستاذ بوجمعة صويلح، الأستاذ محمد أحميداثو(الذي أشار في مداخلته بمجموعة من النصوص القانونية المتعلقة بالحماية المدنية)، انظر منشورات مجلس الأمة، متخصصة في تقديم الندوات والمحاضرات التي يعقدها مجلس الأمة، 25-26-27 فيفري 2006.
[3] دليل المتربص، **المدرسة للحماية المدنية**، برج البحري، الجزائر، السنة 2011، ص13.
[4] دليل المتربص، **المرجع نفسه**، ص40.

التي يتقاسمها هؤولاء وهم يؤدون مهامهم الرامية إلى حماية الأرواح والممتلكات وشعارهم في ذلك الإنقاذ ولو على حساب أرواحنا الذي يلخص نبل الهدف الذي يكرسون له أجسادهم،وأرواحهم وقد تم اعتماد النشيد الوطني رسميا سنة 2002 يؤدى النشيد في مختلف المناسبات والأحداث المميزة التي تواكب حياة ثكنات الحماية المدنية [1] .

ج- القسم: عملا بأحكام نص المادة 10 من المرسوم التنفيذي 11- 106 المؤرخ في 6 مارس 2011 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالحماية المدنية،المعدل للمرسوم التنفيذي 91- 274[2]، يؤدي الأعوان والملازمون والملازمون الأوائل والأطباء الملازمون الأوائل للحماية المدنية، عند نهاية فترة التكوين القسم الآتي نصه « أقسم بالله العلي العظيم أن أقوم بأعمال وظيفتي بأمانة وصدق وأحافظ على السر المهني، وأراعي الواجبات المفروضة علي وأن ألبي النداء ي كل الظروف ».

د- البذلة النظامية: لقد كانت منظمة في السابق بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 ماي 1978 المتضمن تحديد لباس موظفي الحماية المدنية[3]، حيث استند هذا الأخير في تأشيراته إلى المادة 18 من المرسوم رقم 68/ 225 المؤرخ في 30 ماي 1968 المتضمن الإجراءات الخاصة المطبقة على أعوان الحماية المدنية[4]وقد تم إدخال تعديلات مختلفة على العديد من الأغراض والألبسة التي يرتديها أفراد هذا القطاع، سواء فيما يتعلق ببدلات العمل أو ألبسة التدريب التي تغير لونها من الأزرق إلى الأزرق الداكن أو القبعات التي أعيد تشكيلها في هيئة دائرية (كانت مربعة الشكل في السابق) زايدة عن ذلك تعميم إرداء البدلات المانعة من الاشتعال السريع (ignifuge) دون سواها وذلك منذ 2008.

ه- تسلل الرتب: كما اعتمدت المديرية العامة للحماية المدنية رتب وشارات جديدة خاصة بهذا السلك دون إحداث قطيعة نهائية مع الرموز التي كانت سائدة منذ

---

[1] مجلة الحماية المدنية، إعداد سليم لمين، عبد الله مقران ، الجزائر، العدد 8، سنة 2009، تصدر كل شهرين ،ص ص(34،35).

[2] المرسوم التنفيذي 274/91 المؤرخ في 1991/08/10 المتضمن القانون الأساسي الخاص لأعوان الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد38، ص 1489.

[3] الفرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 ماي 1978 المتضمن تحديد لباس موظفي الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 35، ص780.

[4] المرسوم رقم: 225/68 المؤرخ في 30 ماي 1968 المتضمن الأحكام المشتركة الخاصة المطبقة على موظفي الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 44،ص 773.

استعادة الاستقلال الوطني، وبناء على القرار المؤرخ في 2004 الذي يقر اعتماد[1] هذه الرتب والشارات الجديدة بحكم خصائصها المميزة، تعطي أولوية وبشكل حصري إلى ترسيخ الخاص بهذه المهنة من خلال تثمين المهام التي تقوم بها والأعباء التي تتحملها الأسلاك الخاصة بالحماية المدنية طبقا لنص المادة 12 من المرسوم التنفيذي 11/ 106، وهي مرتبة على النحو التالي:

1- سلك أعوان الحماية المدنية: طبقا لنص المادة 73 يضم هذا السلك رتبتين: رتبة عون الحماية المدنية، رتبة عريف الحماية المدنية.

2- سلك ضباط صف: طبقا لنص 81 يضم هذا السلك رتبتين: رتبة رقيب الحماية المدنية، رتبة مساعدة الحماية المدنية.

3- سلك الضباط المرؤوسون: طبقا لنص المادة 88 يضم هذا السلك ثلاث رتب: رتبة ملازم الحماية المدنية، رتبت ملازم أول الحماية المدنية، رتبة نقيب الحماية المدنية.

4- سلك الضباط السامون: طبقا لنص المادة 81 يضم هذا السلك ثلاث رتب: رتبة رائد الحماية المدنية، رتبة مقدم الحماية المدنية، رتبة عقيد الحماية المدنية.

5- سلك الأطباء الضبط المرؤوسون للحماية المدنية: طبقا لنص المادة 109 يضم هذا السلك رتبتين: رتبة طبيب ملازم أول للحماية المدنية

- رتبة طبيب نقيب للحماية المدنية

6- سلك الأطباء السامين للحماية المدنية: طبقا لنص المادة 116 يضم هذا السلك ثلاث رتب:

- رتبة طبيب رائد الحماية المدنية.

-رتبت طبيب مقدم الحماية المدنية.

- رتبة طبيب عقيد الحماية المدنية.

[1] مقرر مؤرخ في 17 أفريل 2004 يتضمن المصادقة على رتب وشارات أعوان الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 34، ص 15.

7- **الألوان:** إن الجهد الرامي لترسيخ هوية القطاع لن تتوقف عند هذا الحد، ففي الوقت نفسه حظيت المنشئات الأساسية والمادية بقدر مماثل من الاهتمام، حيث تغير لونها ودلك بفضل الألوان الجديدة التي تم اعتمادها رسميا مع نهاية سنة 2005، الذي أبرز ظهورها المميز ضمن بيئتها المباشرة، وأصبح من السهل على المواطنين التعرف عليها دون عناء، حيث تساهم هذه الألوان بقدر كبير في طمأنينة الأشخاص الذين هم في أمس الحاجة إلى خدمات الحماية المدنية، إن مجموع هذه التغيرات سمحت بتقديم قيمة مضافة من حيث تعريف وتثبيت تشكيلة كثيرة الحضور في ميدان العمليات[1].

8- **الانضباط العام:** هو الوحيد الذي يسمح لأي مجموعة منضمة على تحقيق أهدافها وهو القوة الأساسية والجدية للمواطنين المنتمين للأسلاك الخاصة بالحماية المدنية مهما تكن وضعيتهم القانونية حيث اعتبرت المادة 63 من المرسوم التنفيذي رقم 106/11 التزام يقع على عاتق الموظفين مهما تكن وضعيتهم القانونية الأساسية ويتمثل الانضباط فيما يلي:

- احترام المتربص في كل الأحوال، قواعد الترابط الاجتماعي ومد يد المساعدة داخل وخارج مراكز التكوين، احترام المواطنين و الرتباء والتحية المتبادلة مع الزملاء,
- احترام الزي النظامي كقاعدة وواجب مع عدم إفشاء الأسرار المهنية مهما كانت الظروف.
- الالتحاق بمختلف المرافق الإدارية يكون بناءا على ترخيص في حين أن المادة 64 ذهبت إلى أن المساس بقواعد الانضباط يعد خطأ مهني ويعرض مرتكبه إلى عقوبات تأديبية دون الإخلال عند الاقتضاء بالعقوبات الجزائية[2].

خامسا: مهام الحماية المدنية

أ- تقديم الإسعافات الأولية: تعتبر الإسعافات الأولية فورية ومؤقتة حتى يتم تقديم الرعاية الطبية المتخصصة وبمعنى أخر هي تقديم المساعدة الممكنة بالسرعة

[1] مجلة الحماية المدنية، **المرجع السابق**، ص ص(31- 32).

[2] المرسوم التنفيذي 106/11 المؤرخ في 06 مارس 2011، المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 15، ص09.

اللازمة للحفاظ على حياة الشخص المصاب بحادث ما حتى إيصاله إلى أقرب مستشفى[1] ، الإسعاف الطبي أو انقاد الأرواح، بحكم قد تم إرساؤه ضمن المهام الموكلة للحماية المدنية مند التسعينات بموجب المرسوم التنفيذي 96/97 المتضمن القانون الأساسي الخاص بأعوان الحماية المدنية[2].

ب- حملات الإعلام والتوعية: مهما تكن فعالية أي جهاز عملياتي تبقى مرهونة بعمل مؤسس على التوعية والإعلام والإرشاد الذي يوجه طول السنة إلى الجمهور، وكذا إلى مختلف المتدخلين المعنيين بالتكفل بالحالات الاستعجالية، ومن بين الأدوار البارزة والتي تتدخل في إيطار مهام مصالح الحماية المدنية للإعلام، حيث عمدت المدرية العامة للحماية المدني إلى المبادرة إلى جملة من الأعمال الواسعة النطاق والموجهة إلى التكفل بهذه الانشغالات وذلك بالعمل على ترسيخ ثقافة الخطر في صفوف المجتمع، بواسطة استعمال جميع الأساليب الكفيلة بتمكينها من بلوغ الهدف المنشود، بإعلامهم بالأخطار المحدقة بهم والتصرفات التي يجب عليهم القيم بها من أجل حماية أنفسهم ودويهم ولهذا فإن مجموع وحدات الحماية المدنية تقوم بحملات (حرائق الرغبات، حراسة الشواطئ، الاستجمام، الفيضانات) وبالخصوص المديرية الفرعية للإحصاء والإعلام بتنظيم عمليات الإعلام أو أبواب مفتوحة وغيرها من الندوات، توزيع المنشورات والمطويات والملصقات وإعداد لافتات تتضمن شعار ملهمة من محور الموضوع بالإضافة إلى تظاهرة ثقافية ورياضية،ى لا سيما أثناء الاحتفال باليوم العالمي للحماية المدنية.

ج- المحافظة على البيئة: تتعامل مصالح الحماية المدنية مع كل النتائج التي تنتج عن الممارسة الخاطئة ونذكر منها (الحرائق والكوارث الطبيعية)، لذلك كان لابد للحماية المدنية من توفير متطلبات الحماية الوقاية والحماية الذاتية وذلك للحد من وقوع الحوادث و التخفيف من أثارها إدا وقعت أخدين بعين الاعتبار البعد البيئي في قانونها وأنظمتها. وتكمن مجالات عمل الحماية المدنية في تحقيق سلامة البيئة:

- المساهمة في نقل التكنولوجيا الصديقة للبيئة وكدا استخدام مواد صديقة للبيئة.

[1] دليل الحماية المدنية لمادة الإسعاف، الإسعافات الأولية لفريق النجدة والانقاد المستوى الأول والثاني، المدرسة الوطنية للحماية المدنية، المدرسة الوطنية للحماية المدنية، مديرية الدراسات، برج البحري، سنة 2011، ص ص(2،3).

[2] المرسوم التنفيذي رقم: 96/97 المؤرخ في 17 مارس 1997 المتضمن القانون الأساسي الخاص بأعوان الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 17، ص 20.

- عدم الموافقة على نقل التكنولوجيا القديمة الضارة بالبيئة من خلال توفير المعدات والآليات الحديثة المتعددة الاستخدامات وذلك لتقليل الكلفة والغازات المنبعثة من حركة الآليات.

- تأهيل الإطارات بإطلاعهم على كل جديد فيما يخص تقنيات حماية البيئة.

- المشاركة في كافة النشاطات البيئية ندوات، ورش عمل، ومؤتمرات.[1]

ه- ضمانات التظاهرات الرياضية: تعد مصالح الحماية المدنية أداة فعالة في ضمان التظاهرات الرياضية على اختلاف حجمها.

د- عمليات الإجلاء من المواطنين بوعكة صحية أو غير ذلك: حيث تتدخل فرق الحماية المدنية لنقل الجرحى و المرضى بمختلف الإصابات : ضحايا انفجار، ضحية تعرضت مطولا للحرارة، ضحية ناتج عن البرد، ضحية تعرضت لعضة، لسعة أو لدغة، ضحية حادث كهربائي، ضحية تعاني من تسمم، ضحية تعاني من اختناق، ضحية تحاول الانتحار،إلى غيرها من التدخلات التي تدخل في اختصاص الحماية المدنية.[2]

وتتنوع مهام الحماية المدنية بتنوع الأخطار ويمكن حصرها في نقطتين:

- حوادث طبيعية وحوادث من صنع الإنسان.

***حوادث طبيعية:**

1- مجابهة الأخطار الطبيعية: كعمليات البحث عن الأشخاص المفقودين ونجدة وانقاد الأشخاص الدين يتهددهم خطر الموت أو الذي يعانون صعوبات في البحر، وفي السدود والوديان، وكذلك عمليات تنفيذ الأشغال البحرية الإستعجالية (انتشال حطام سفن والبواخر وغيرها من الأشياء) وأثناء فصل الصيف في مراقبة الشواطئ والسباحة.[3]

[1] دروس أعوان الحماية المدنية للمرحلة (3) حول التلوث، المدرسة الوطنية للحماية المدنية، برج البحري، برنامج 2012، ص16.

[2] دليل الحماية المدنية لمادة الإسعاف، الإسعافات الأولية لفريق النجدة والانقاد ، المرحلة الثانية، المدرسة الوطنية للحماية المدنية، مديرية الدراسات، برج البحري، السنة 2013/1012، ص-ص (45-11).

[3] معلومات شفهية، مقدمة من طرف الملازم الأول بومالة أحلام، مديرية جيجل بتاريخ 18 أفريل 2018.

- مكافحة حرائق الغابات: من المصالح الأولى التي اهتم بها المشرع، حيث صدر بشأنها المرسوم رقم 64-129 المؤرخ في 15 مارس 1964 المتضمن التنظيم الإداري للحماية المدنية.[1]
- دور الحماية المدنية في الوقاية من الزلازل: لقد تم إطلاق حملات التوعية العامة في جميع أنحاء البلاد بما في ذلك 14 ولاية معرضة لخطر الزلزال، ويتكون البرنامج من معارض مفتوحة على معدات الإنقاذ، ولوحات إرشادية حول كيفية التصرف في حالة وقوع هذه الكارثة أثناء وبعد، وتوزيع منشورات مع إجراء ندوات حوا هذا الموضوع.[2]
- دورة الحماية المدنية في الوقاية من الفيضانات: وهي مخاطر طبيعية وغير ممكن التخلص منها ومرتبطة بالحياة اليومية في كثير من أجزاء العالم.
- الإنقاذ في الثلوج: فالحماية المدنية لا تدخر جهدا في مثل هذه النكبات.
- الإنقاذ في الآبار: يلزم على أعوان الحماية المدنية التدخل لإنقاذ كل ضحية تعرضت لخطر.
- الإنقاذ في برك المياه المعكرة.

ب- حوادث من صنع الإنسان: كما تتدخل مصالح الحماية المدنية في كل الأخطار التي يتسبب فيها الإنسان والتي تصيبه في نفسه وممتلكاته.

1- دور الحماية المدنية أثناء الحرب: تستخدم في ذلك جميع الوسائل اللازمة لتحديد الأخطار التي يتعرض لها المدنيين ودلك باتخاذ الإجراءات التالية:
- تدابير أمن عام ومحلية – تدابير حماية - تدابير الإسعاف.

وحتى تضمن الحماية المدنية النجاح في مهمتها تعمل على وضع مخططات التي تحدد الهدف الذي يجب الوصول إليه بالإضافة إلى تحديد وترتيب الأولويات.[3]

2- الوقاية من الحوادث: هذه الظاهرة التي تتفاقم وتزداد حدة يوما بعد يوم وتمس جميع شرائح المجتمع كما تخلق كل يوم ضحايا من بينهم (قتلى، جرحى، ومعوقين)، فحجم الحوادث يعبر بالضرورة عن حجم تدخلات مصالح الحماية المدنية.

3- إخماد الحرائق بمختلف أنواعها.

---

[1] المرسوم رقم: 129/64 المؤرخ في 15 مارس 1964 المتضمن التنظيم الإداري للحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 39، ص550.

[2] المرسوم التنفيذي رقم: 250/67، **المرجع السابق**، ص 190.

[3] المرسوم التنفيذي رقم: 250/67، **المرجع نفسه**، ص190.

4- الإنقاذ في المصاعد: إن المصاعد وتفضيلاتها الميكانيكية عديدة ومتنوعة عموما تحدث الحوادث بسبب التشغيل الخاطئ من طرف الأشخاص ومن جراء تعطل ميكانيكي مما يؤدي إلى انحراف المصعد عن مساره وتعطل المحرك وبهذا يلزم الأعوان بالتدخل في حالة حدوث أخطار من هذا النوع.
5- الانقاد في حوادث الطائرات والسكك الحديدية: إذ يقوم أعوان الحماية المدنية بالتدخل حسب مخطط تقديم الإسعافات الذي يكون مجهز ومدروس وتحت تصرف الوالي.
6- الانقاد تحت تهدم المباني: انقاد الضحايا من تحت الردم ليست بالمهمة السهلة، باعتبار أن الخطر يبقى كاملا بالنسبة للمنقذ والضحية معا مع احتمال حدوث انهيارات جديدة وخطر الكهرباء والغاز والحريق.

سادسا: التنظيم الإداري المحلي للحماية المدنية

إن التنظيم الإداري المحلي لمختلف المديريات الولائية أو ما يسمى بالمصالح الخارجية للحماية المدنية يحدده المرسوم التنفيذي رقم 92- 54 المؤرخ 12 فيفري 1992، وهو يقسم وينظم الإدارة المحلية إلى ثلاث مصالح هي:

أولا: مصلحة الإدارة والإمداد sal

ثانيا: مصلحة الحماية العامة spg

ثالثا: مصلحة الوقاية sp

1- مصلحة الإدارة والإمداد: يتولى رئيس مصلحة الإدارة والإمداد ما يلي:

- التسير الغير الممركز للوسائل المادية والمالية لمصالح الحماية المدنية للولاية.
- متابعة إنجاز برامج التجهيز والمنشآت وصيانتها.
- متابعة وتنسيق أعمال التكوين والسهر على تطبيق برامج التدريب والتمارين الميدانية.
- تسيير المحاسبة العامة ومسك مختلف السجلات ودفاتر الجرد.
- متابعة مراحل الحياة المهنية لمستخدمي الحماية المدنية في الولاية.

2- مصلحة الحماية العامة: يتولى رئيس المصلحة إعداد مخططات تنظيم الإسعافات وتطبيقها عند حدوث الكوارث أو يأمر بإعدادها ويسهر على ضبطها باستمرار، ويعمل على تحقيق إقامة مختلف دوائر الإنذار عند حدوث الأخطار[1].

- تقوم الحماية العامة بمهام:

- إحداث مختلف مخططات التدخل

- تنسيق العمل مع المصالح المعنية لإنجاز المخططات

- السهر على متابعة وضمان السير الحسن للمخططات بوحدات الحماية المدنية

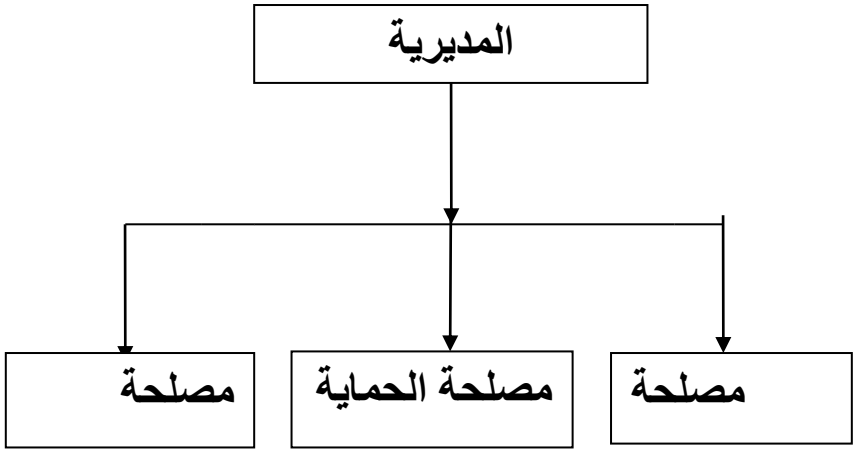
- تسيطر برنامج سنوي للمناورات التطبيقية بالوحدات الاقتصادية والاجتماعية والسهر الدائم على تطبيقها ميدانيا.

- مناقشة ودراسة احتياجات وحدات التدخل حسب طبيعة الأخطار المتواجدة في قطاع الوحدة وهذا وبطلب من رئيس الوحدة المعنية.

3- مصلحة الوقاية: تعتبر مصلحة الوقاية إحدى المصالح الثلاثة المكونة لمديرية الحماية المدنية ومهيكلة بموجب القرار الوزاري المشترك الصادر في 06 مارس 1994، الذي يحدد المكاتب المكونة لهذه المصلحة المتمثلة في مكتب الدراسات والإحصاءات، مكتب الخرائط والأخطار الخاصة.

المخطط التنظيمي لمديرية الحماية المدنية لولاية جيجل

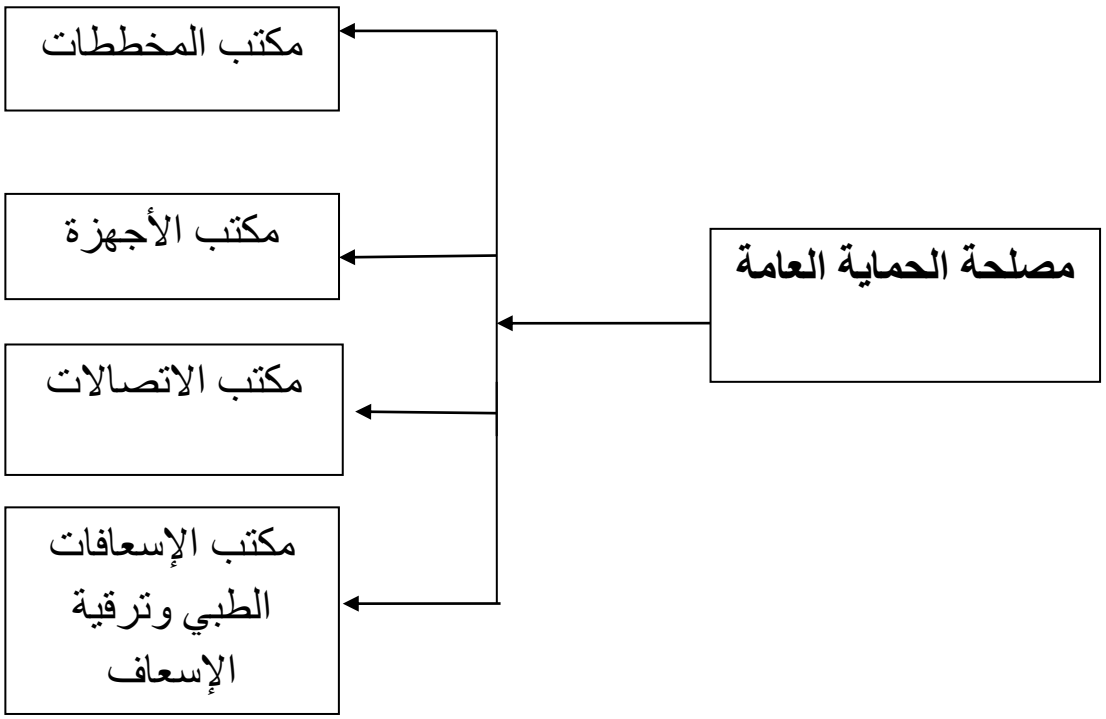
[1] عثمان مريم، **الضغوط المهنية وعلاقتها بدافعية الإنجاز لدى أعوان الحماية المدنية**، مذكرة مكملة لشهادة الماجيستار، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس والعلوم التربوية، سنة 2009-2010، ص ص(108-101).



- المرسوم التنفيذي رقم: 92-54 المؤرخ في 1992/02/12 يتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للحماية المدنية وعملها.

الهيكل التنظيمي لمصلحة الحماية العامة

قرار وزاري في 1994/03/06 بتنظيم المصالح الخارجي للحماية المدنية.



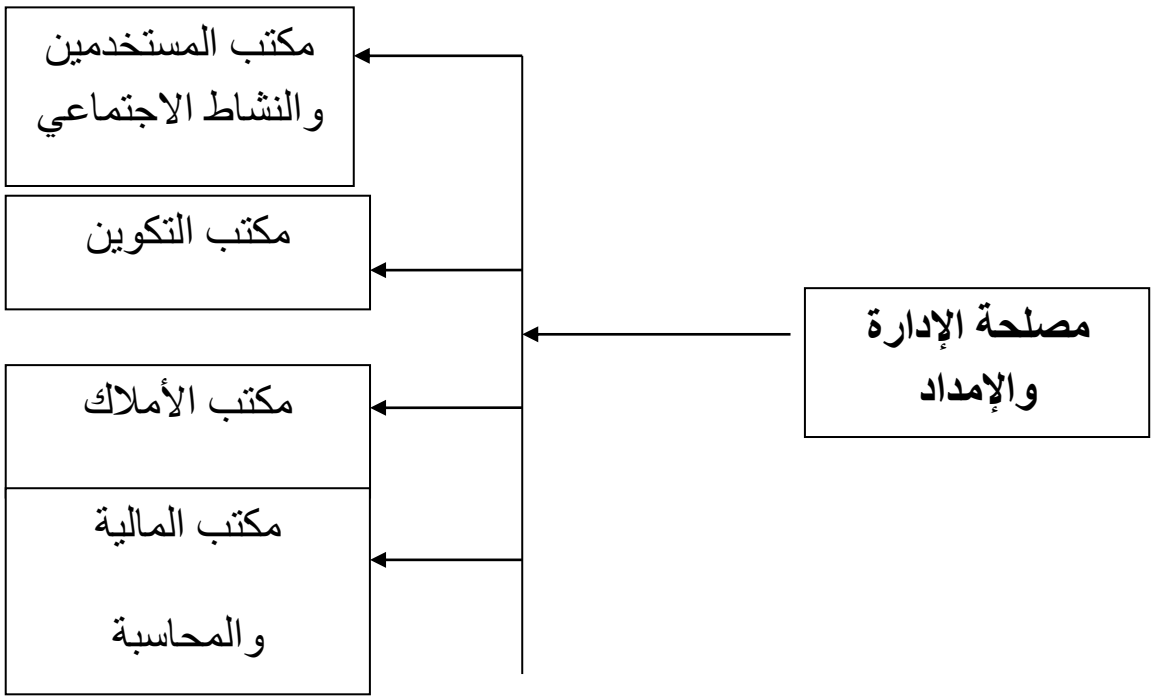
المهام:

- تعد مخطط الإسعافات وتطبيقه عند حدوث الكوارث أو تأمر بإعداده، وتسهر على ضبطه باستمرار.

- تقيم مختلف دوائر الإنذار ومراقبة صلاحية استعمالها.
- متابعة استخدام وسائل التدخل في إطار تشاوري عند حدوث الأخطار.
- تنظيم وتنفيذ ومراقبة الأجهزة المخصصة لضمان سلامة الأشخاص والممتلكات.
- القيام بكل إجراء، من شأنه النهوض بالإسعافات وتنمي روحي التضامن الوطني في مجال المساعدة والنجدة بالاتصال مع حركة الجمعيات ذات طابع أنساني.

- **مصلحة الإدارة والإمداد:**

المخطط الوطني لمصلحة الإدارة والإمداد:



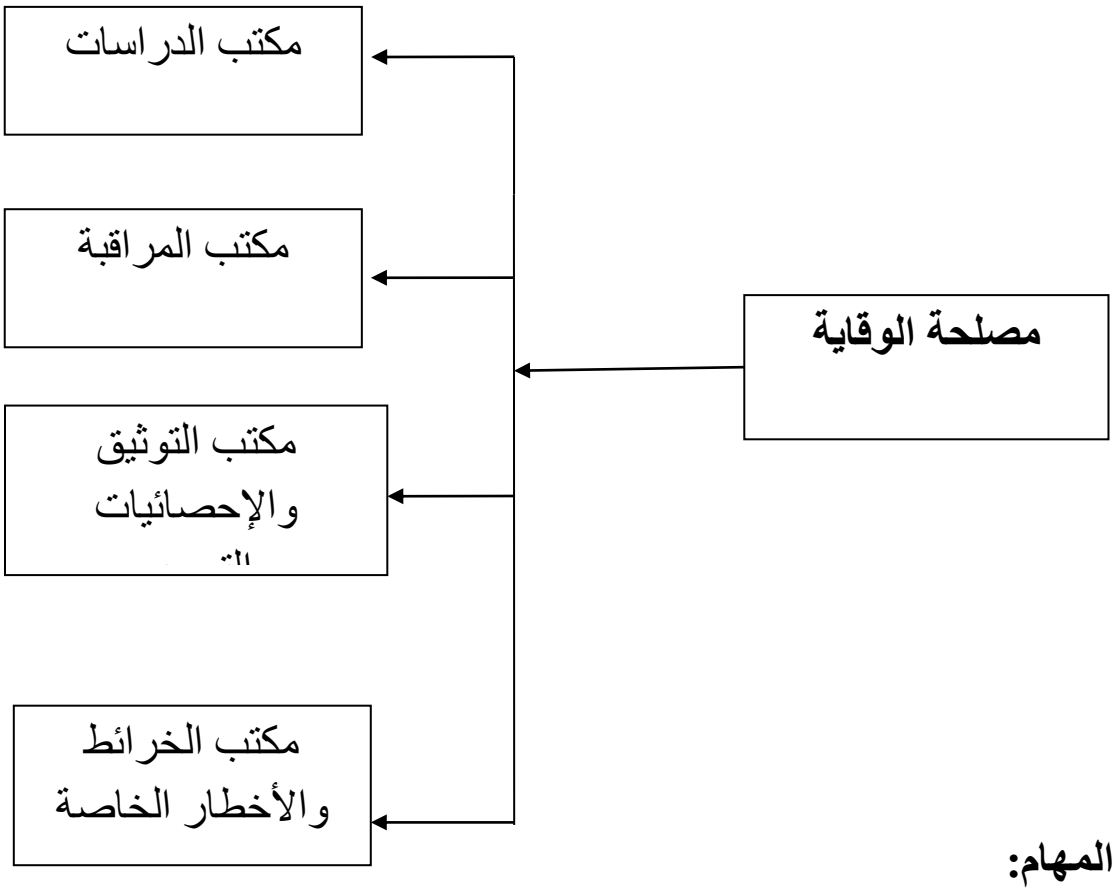
مصلحة الإدارة والإمداد:

- تتولى التسيير غير الممركز للوسائل المادية لمصالح الحماية المدنية في الولاية.
- تتابع برنامج التجهيز والمنشات وتتولى صيانتها.

- تتابع وتنسق أعمال التكوين، وتسهر على تطبيق برامج التدريب والتمارين الميدانية.
- تتولى تسيير المحاسبة العامة ومسك مختلف السجلات ودفاتر الجرد، ودخول المعدات والإمدادات وخروجها وتتابع نشاط الحظائر وورشات الرعاية والصيانة.
- تتولى تطوير الحياة المهنية لمستخدمي الحماية المدنية في الولاية ضمن حدود التنظيم الخاصة بهذا المجال.

- الهيكل التنظيمي لمصلحة الوقاية:

قرار وزاري في 1994/03/06 المتعلقة بتنظيم المصالح الخارجية للحماية المدنية.



المهام:

- تتابع ومراقبة تطبيق التنظيم وتدابير الأمن المطبقة في مجال الوقاية .
- تجري دراسات المخاطر والأمن لفائدة مؤسسات وهيئات عمومية أو خاصة، والمشاركة في الدراسات ذات صلة بمهام الحماية المدنية والتي تبادرها مختلف الهيئات الموجودة في تراب الولاية.

- تعد خطط الوقاية و/أو تأمر من بعدها وتراقبها.
- تبادر بحملات الإعلام والتوعية بشأن مخاطر التي تهدد سلامة الأشخاص والممتلكات وتنظيمها.

سابعا: علاقة الحماية المدنية بالإدارات الأخرى

1- الميدان الوقائي: تمكن علاقة الحماية المدنية بالإدارات الأخرى في الميدان الوقائي كما يلي: بمقتضى القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 06 مارس 1994 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية للحماية المدنية بتقسيم مصلحة الوقاية إلى مكاتب أخرى على حسب احتياجات الولاية.

تسعى مصلحة الوقاية بالتنسيق مع المؤسسات الأخرى والإرادات المتلفة على تطبيق المقاييس الأمنية الخاصة بالمنشآت الصناعية التابعة للإدارات والمؤسسات العمومية، ومن مجمل نشاطاتها:

- الدراسة على المخطط: وتخص هذه الدراسة للمؤسسة المستقبلة للجمهور والمؤسسات الخطيرة المزعجة وغير الصالحة والبيانات السكنية.

- الزيارات الوقائية: والمغزى منها هو مكافحة الخطر بطريقة غير مباشرة قبل وقوعه.

- اختيار الأراضي: تعتبر مصلحة الوقاية العنصر الرئيسي للجنة اختيار الأراضي وهذه اللجنة تتكون من مديريات ومصالح تتغير حسب نوعية المشروع المنجز على الأرضية.

- زيارات المراقبة: تكون بالنسبة للمؤسسات المصنفة والمفهرسة.

- حملات التوعية: تحضى كل المؤسسات التي توعي أعوان الأمن الخاصين بها.

- الزيارات الفجائية: تواتر الزيارات يكون كالتالي:

- كل 3 أشهر بالنسبة للمؤسسات الصنف الأول المجهزة بخشبة نوع – أ-.

- كل 6 أشهر بالنسبة لمؤسسات الصنف الأول أو أنواع أخرى.
- كل سنة بالنسبة للمؤسسات المصنفة 4، 3، 2.

2- في مجال تنظيم الإسعافات:

تكمن علاقة الحماية المدنية بالإدارات الأخرى في مجال تنظيم الإسعافات والتدخلات الذي بدوره هذا الأخير تغطية مصلحة تسمى مصلحة الحماية المدنية[1].

تعمل مصلحة الحماية العامة على أساس مرسومين:

- المرسوم 85/ 231 المؤرخ في 25 أوت 1985 المتعلق بعمليات التدخل في حالة وقوع كارثة.

- المرسوم 85/ 232 المؤرخ في 25 أوت 1985 المتعلق بالوقاية ضد الكوارث.

حيث تنقسم مصلحة الحماية العامة إلى مكتبين:

- مكتب المخططات والأجهزة الأمنية.

- مكتب الاتصالات العملية.

إذ أنه بالتنسيق بين المكتبتين يكون هناك مجال تنظيم الإسعافات والتدخلات منظما بإحكام. من مهام هذه المصلحة هي الدراسة مخططات التدخل والإسعافات في حالة وقوع كارثة حيث يكون دور هذه المصلحة في التنسيق بين المعنيين في التدخل أثناء وقوع أي كارثة من مؤسسات وإدارات[2].

خلاصة الفصل:

[1] عثمان مريم ، **مرجع سابق**، ص ص(97،98).
[2] **مرجع نفسه**، ص ص(99،100).

يتم التطرق في هذا الفصل إلى بعض المعطيات التي تتعلق بالحماية المدنية، حيث تم التطرق أولا إلى نشأة الحماية المدنية وتعريفها كذلك المهام التي تقوم بها والوظائف والأهداف التي تسعى إليها، كذلك علاقاتها مع الإدارات الأخرى.

الفصل الثالث: مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

تمهيد

أولا: العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية

ثانيا: أهمية العلاقات العامة بمؤسسة الحماية المدنية

ثالثا: خصائص العلاقات العامة بمؤسسة الحماية المدنية

رابعا: وظائف وأهداف العلاقات العامة بمؤسسة الحماية المدنية

خامسا: مواصفات القوائم بالعلاقات العامة داخل مؤسسة الحماية المدنية

سادسا: العوائق التي تواجه إدارة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

خلاصة الفصل

تمهيد:

يتناول هذا الفصل من الدراسة مكانة العلاقات العامة لدى مؤسسة الحماية المدنية بجيجل، حيث سنحاول تبيان المكانة التي تحظى بها في المؤسسة، بداية بإبراز أهميتها في المؤسسة الأمنية ومدى مساهمتها في نجاحها، تطرقنا كذلك إلى توضيح أهم وظائفها وأهدافها ومدى المواصفات التي يتمتع بها القائم بنشاطها، لنصل في الأخير إلى توضح أهم العوائق التي تواجه نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية.

أولا: العلاقات العامة في المؤسسة الأمنية

من الملاحظ أن هناك استجابة بشكل محدود للمفهوم الشامل للعلاقات العامة بالأجهزة الأمنية، حيث ينحصر عمل العلاقات العامة داخلها في أنشطة محدودة

للغاية لا تتجاوز الخدمات الرسمية للعاملين بهذه الأجهزة وبالتركيز على القيادات فقط.

ولإيجاد علاقات عامة متطورة بهذه الأجهزة لا بد من التفكير في نوعية الأدوار والمهام التي يجب أن تنجزها العلاقات العامة بهذه المؤسسات، وكذلك نوعية التنسيق القائم بين هذه الأجهزة والأجهزة الإعلامية، ومن الملاحظ أيضا أن هناك قصورا في معلومات المواطن العادي حول أهداف وسياسات وبرامج العلاقات العامة بالأجهزة الأمنية، بالإضافة إلى عدم إدراك بعض منسوبي هذه الأجهزة لقيمة الوظيفة الاجتماعية والتنسيقية للعلاقات العامة، ومن أهم الأدوار المتوقعة لإدارة العلاقات العامة في إطار المؤسسات الأمنية عامة ومؤسسة الحماية المدنية خاصة هي:

- **على المستوى الداخلي:**

1- تنمية الروح المعنوية وحب التضحية والفداء، وأن أداء الخدمة شرف في الدنيا وشرف في الآخرة.

2- تنمية روح الثقة في النفس وفي القيادة وفي الرؤساء والزملاء والمرؤوسين وإقامة علاقات بينهم جمعيا على روح الطاعة والولاء للواجب، وعلى قاعدة التعاون والاحترام والمحبة.

3- تنمية روح الثقة في المعدات والأجهزة والأدوات والأساليب التي يستخدمونها ويتعلمونها، وتنمية روح الحوار والمشاركة واحترام أي رأي أو فكرة مهما كان مصدرها، وذلك ضمن شعار أن فرد لديه طاقة إبداعية ما، وقد تكون الفكرة من عون بسيط أساسا في اجتياز منحة ما، فالأفكار المبدعة ليس مصدرها القادة دائما.

ضف إلى ذلك أن العلاقات العامة تلعب دورا توعويا وتوجيهيا ثقافيا وشبه عسكري واجتماعي، ودورا في التعريف بالأنظمة واللوائح والتعليمات المتعلقة بوظائفهم وترقياتهم وأجورهم ومصالحهم الأخرى.[1]

- **على المستوى الخارجي:**

[1] محمد فالح صالح، عبد المعطي محمد عساف، **أسس العلاقات العامة**، د ط، دار ومكتبة حامد، عمان، 2004، ص96.

يوجد في كافة المؤسسات قسم خاص للعلاقات العامة، ويقوم هذا القسم بالعديد من المسؤوليات، حيث يعتمد عليه بشكل أساسي في توطيد علاقة المؤسسة مع جمهورها الخارجي، حيث تتمثل في تنظيم البرامج الإعلامية التي تنمي الثقة لدى المواطنين في مؤسسة الحماية المدنية وفي قدرتها على تحقيق أمن الوطن الخارجي، على أن لا يكون ذلك إعلاما تمويليا، كذلك تلعب العلاقات العامة دورا مهما في تجميل ورفع قيمة الأجهزة الأمنية للمؤسسة مما يضاعف طاقة جاذبيتها، ويضاعف أعداد الشباب الذين يقبلون على التطوع في صفوفها، وخاصة الشباب المثقف.

ثانيا: أهمية العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

تمثل العلاقات العامة جانبا هاما من جوانب الإدارة سواء في منظمات الأعمال أو في المؤسسات الأمنية، كونها نشاط يسعى لكسب ثقة الجماهير المختلفة وتحقيق الأهداف المرسومة، وخلق جو من التعاون فيما بينها، وهذا يعتمد على وجود إعلام صادق على نطاق واسع.[1]

لا يختلف دور العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية عن المؤسسات الصناعية والتجارية، فأهميتها تتمثل في خلق الثقة بين المؤسسة وجمهورها، حيث تحضى هذه الأخيرة في مجال المؤسسات الأمنية عامة ومؤسسة الحماية المدنية خاصة بأهمية بارزة، حيث تؤدي دورا هاما وعليها تقع على عاتقها مسؤوليات عديدة اتجاه أفراد المجتمع، ومن هنا تبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة، حيث يسعى لتكوين صورة ذهنية حسنة لها، وتعمل على نسج علاقات جديدة بينها وبين جمهورها وذلك من خلال تقديمها لكافة المعلومات والنشاطات والبرامج التي تقوم بها.

ثالثا: خصائص العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

من أهم المواصفات التي تمتاز بها العلاقات العامة في المؤسسة ما يلي:

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، **مرجع سابق**، ص153.

1- لا تعد العلاقات العامة من الأنشطة الثانوية في المؤسسة بل تشكل عنصرا أساسيا من أجزاء المؤسسة.
2- العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة، وهي وظيفة مستمرة ومخططة لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود الأفعال لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المؤسسة.
3- العلاقات العامة وظيفة استشارية تنفيذية في الحماية المدنية، فهي استشارية لأن الملازم" ب أ" تقدم للإدارة العليا تصوراتها بكيفية التعامل مع أعوان الحماية، وهي تنفيذية لأنها ترسم خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها بالحماية المدنية.
4- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة موظفي الحماية المدنية من خلال استخدام كافة الرسائل والأشكال والقنوات للأساليب الاتصالية المتاحة للمؤسسة.[1]

رابعا: وظائف وأهداف العلاقات العامة داخل مؤسسة الحماية المدنية

يمكن تلخيص أهم وظائف وأهداف العلاقات العامة فيما يلي:[2]

1- الوظائف:

يمكن تحديد وظائف العلاقات العامة في ميدان الحماية المدنية كالآتي:

- إعداد البرامج والخطط الإعلامية التي تحقق أهداف مؤسسة الحماية المدنية والتي تستهدف الجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء.

[1] فهمي العدوي، **مرجع سابق**، ص30.
[2] عبد الرزاق محمد الدليمي، **مرجع سابق**، ص102.

- تنظيم الزيارات الداخلية والخارجية التي يقوم بها مدير مؤسسة الحماية المدنية ورؤساء المصالح بها.
- استقبال كافة النداءات العامة التي تأتي من طرف الجمهور وتوجيهها للجهات المختصة لفعل الواجب معهم وتقديم المساعدة وكذلك استقبال المواطنين ومعاونتهم في الوصول إلى الجهات المعنية التي تستطيع الاستجابة لمتطلباتهم.
- دعم ومراقبة وسائل الدفاع ضد الحرائق في المؤسسات الصناعية والمستقبلة للجمهور.

2- الأهداف:

تسعى العلاقات العامة لتحقيق هدفها الأساسي والمتمثل في دعم ثقة الجماهير في مؤسسة الحماية المدنية، ويمكن تحديد الأهداف العامة لوظيفة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية على النحو التالي:

- تعمل العلاقات العامة على إحداث توافق بين مطالب أعوان وموظفي الحماية والأهداف العامة للمؤسسة، فتعد من بين الأهداف الكبرى التي تسعى العلاقات العامة في المؤسسة تحقيقها وذلك من خلال شرح سياسة وخطط واستراتيجيات المؤسسة قصد خلق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها.
- العلاقات العامة كأداة للتغيير: مما لا شك فيه أن الحماية المدنية مطالبة بضمان التكفل الخاص بالمهمة الإنسانية المنوطة بها في المجتمع وحفز الجماهير على مراعاة الاحتياطات الأمنية الواجب تجنبها لحماية أرواحهم، ويتم ذلك من خلال برامج العلاقات العامة على مستوى المؤسسة.
- الإسهام في إيجاد المواطن الواعي وهو هدف تعليمي بالدرجة الأولى لإيجاد مواطن واعي ومدرك لمشكلات وأخطار محيطة به، ولتحقيق هذا الهدف لا بد من إطلاع المواطن على أهداف ومهام مؤسسة الحماية المدنية ثم تزويدهم بالإجابات الصحيحة.

خامسا: المواصفات التي تتوفر في القائم بالعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

تلعب المواصفات التي ينبغي أن تتوفر في القائم بالعلاقات العامة دورا أساسيا في نجاح أي مؤسسة، فمن أهم الخصائص التي ينبغي أن يتحلى بها القائم بالعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية ما يلي:

- التحلي بالأخلاق الحميدة كالصدق، الأمانة، الإخلاص في أداء العمل وذلك حتى يكوم خير ممثل للمؤسسة.
- يجب أن تكون لديه سمعة طيبة بين الناس ويحاول دائما أن يتجنب الوقوع في خلافات ومشكلات مع الآخرين.
- من الضروري أن يكون شخصا اجتماعيا ويجيد تكوين علاقات ناجحة مع الآخرين وكذلك يجب أن يكون قادرا على كسب ثقة واحترام الآخرين.
- التمتع بمظهر لائق والاهتمام دائما بنظافته الشخصية حتى ينجذب الآخرين للتعامل معه.
- امتلاك القدرة على التخاطب والتحدث بلباقة مع العاملين داخل المنشأة أو العملاء، والجدير بالذكر أن رجل العلاقات العامة هو لسان مؤسسة الحماية المدنية التي يعمل بها، ولذلك عليه أن يكون قادرا على إدارة الحوار والالتزام بأدائه.
- التمسك بهدوء الأعصاب والتعامل مع المواقف بحكمة وعقلانية حتى لا يضر بمصلحة مؤسسة الحماية المدنية.
- يجب أن يكون سريع البديهة ويستطيع التكيف مع مختلف الظروف وأن يكون قادرا على اتخاذ القرارات المناسبة.
- يجب أن يملك مهارة الاستماع، حيث أنها تعد ذات أهمية كبرى كباقي المهارات الأخرى كالتحدث والكتابة بشكل جيد بعيدا عن الأخطاء.
- امتلاك القدرة على الحكم على الأمور بشكل موضوعي بعيدا عن التحيز لطرف ما أو جهة ما.
- من الضروري أن يكون لديه حصيلة من المعلومات عن مجموعة من العلوم من بينها علم النفس والإدارة والاقتصاد.

سادسا: العوائق التي تواجه إدارة العلاقات العامة في المؤسسة

من أهم العوائق التي تواجه إدارة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية بجيجل ما يلي:

- غياب مديرية العلاقات العامة وتعويضها بخلية الإعلام والاتصال.
- سوء فهم الإدارة العليا لطبيعة عمل العلاقات العامة.
- نقص الدعم المالي لمديرية العلاقات العامة.
- غياب التدريب وتنمية مهارات العاملين.
- عدم توفر وسائل الاتصال الحديثة.
- انعدام تقييم الأداء.
- نقص المهارات الاتصالية لبعض القائمين على العلاقات العامة بالمؤسسة وقلة كفاءتهم.
- اعتبار نشاط العلاقات العامة نشاط فرعي غير هام في الاستراتيجيات العامة للمؤسسة.
- عدم وجود متخصصين بالعلاقات العامة داخل الحماية المدنية.
- تعدد المفاهيم المستخدمة في العلاقات العامة.
- الفهم القاصر لدور العلاقات العامة.
- عدم وجود تنظيم مهني للعلاقات العامة.

خلاصة:

ما يمكن استنتاجه من خلال هذا الفصل أن العلاقات العامة أضحت تحتل مكانة في أي مؤسسة على اختلاف أنواعها، كونها تعد وظيفة من الوظائف الإدارية التي تسعى لتحقيق تواصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي على حد سواء، رغم المعيقات المتعددة التي لا تحتوي إدارة العلاقات العامة في هيكلها التنظيمي، ما يتطلب من مسؤولي المؤسسة إعادة النظر من أجل هيكل إدارة خاصة بالعلاقات العامة.

الاطار التطبيقي

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

أولا: التعريف بمؤسسة الحماية المدنية

ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة

ثالثا: مناقشة النتائج الميدانية في ضوء الفرضيات

خلاصة الفصل

تمهيد:

سنحاول أن نتطرق في هذا الإطار الأخير من الدراسة لعرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الجانب الميداني والتعليق عليها، وتعد هذه المرحلة من أساسيات البحث العلمي ومقتضياته، وهذا لأهمية البيانات المتحصل عليها وعلاقتها بمشكلة البحث وأهدافه وفروضه.

حيث حاولنا في دراستنا هذه التحصل على بيانات كيفية وأخرى كمية، فكانت في شكل جداول تضمنت نسبا مئوية منها البسيط والمتعلقة بالبيانات الخاصة بسؤال واحد في الاستمارة ومنها المركبة المتضمنة لسؤالين، وأما الكيفية فتتعلق بكيفية بوصف الجداول وتحليل البيانات وتفسيرها والتعليق عليها ومحاولة ربطها مع بعضها البعض وبما جاء في الإطار النظري للدراسة ثم استخلاص النتائج، كما التجأنا إلى استمارة مقابلة أيضا وذلك لمعرفة بعض النتائج والتفسيرات التي لم نتحصل عليها في استمارة الاستبيان.

أولا: مفهوم مؤسسة الحماية المدنية

هو الجهاز الخاص برجال الإطفاء والدفاع المدني في الجزائر للخدمة العمومية، تابع لوزارة الداخلية والجماعات المحلية، مديره العام الحالي العقيد

"مصطفى لهبيري"، جهاز له مجموعة من الإجراءات والأعمال اللازمة لحماية السكان والممتلكات العامة والخاصة، من أخطار الحريق.

ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	36	%82
أنثى	08	%18
المجموع	44	%100

يكشف لنا الجدول أعلاه أن متغير الذكور بمؤسسة الحماية المدنية أكبر من العنصر الأنثوي، حيث ظهر الذكور بـ36 مفردة من أصل 44 بما يقارب 82%، في حين ظهر متغير الإناث بـ8 مفردات بما يعادل 18%.

يعود سبب تواجد العنصر الذكوري بشكل كبير إلى طبيعة المؤسسة والمتمثلة في الحماية المدنية، والتي تقوم أساسا على تقديم مساعدات للمواطنين في عدة أماكن وفي مختلف الأوقات، واعتمادها بشكل كبير على القوة البدنية، هذه الأخيرة تتحقق في الذكور أكثر من الإناث، كونها تقف حاجزا أمام العنصر النسوي وتحد من قدراتها في هذا المجال.

الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

التكرارات / الاحتمالات	الذكور		الإناث		المجموع	النسبة المئوية
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
أقل من 36 سنة	03	%8	08	%18	11	%25
من 36 إلى 50 سنة	26	%72	-	-	26	%59
أزيد من 50 سنة	07	%19	-	-	07	%19

المجموع	36	%100	08	%100	44	%100

كشفت لنا الدراسة الميدانية من خلال لغة الأرقام الواردة في الجدول أعلاه أن أكبر فئة عمرية للأفراد المستجوبين تعود للفئة ما بين 36 إلى 50سنة والتي عبرت 59% ممثلة بـ26 مفردة من أصل 44 تأتي بعدها الفئة العمرية أقل من 36 سنة ظهرت بنسبة 25% ممثلة بـ11 مفردة، تليها الفئة العمرية أكثر من 50 سنة تعادل 7 أفراد من أصل 44 بنسبة 19%.

يعود سبب تراوح أغلبية المبحوثين في الفئة العمرية ما بين 36 إلى 50 سنة كون المؤسسة تحتاج إلى أصحاب خبرة في هكذا مجال (مجال الحماية المدنية)، أما الفئة العمرية الأقل من 36 سنة فكانت تبرز فئة الشباب وكذا سياسة التوظيف في المؤسسة، أما سبب تسجيل الفئة العمرية أزيد من 50 سنة أضعف نسبة كونها الفئة التي تقارب على التقاعد في المؤسسة.

الجدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

التكرارات / الاحتمالات	الذكور		الإناث		المجموع	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
متوسط	03	%8	-	-	03	%07
ثانوي	18	%50	-	-	18	%41
جامعي	15	%42	08	%100	23	%52
المجموع	36	%100	08	%100	44	%100

يوضح الجدول أعلاه أن أكبر مستوى تعليمي للأفراد تتمثل في الطور الجامعي حيث ظهرت 23 مفردة من أصل 44 بنسبة 52% في حين حازت 18 مفردة من أصل 44 على مستوى الثانوي بسبة 41%، أما أقل نسبة فهي التعليم المتوسط بنسبة 7% بما يعادل 3 مفردات.

يعود سبب ظهور 52% من مجتمع البحث من ذوي الشهادات الجامعية كون إطارات بالمؤسسة وسياسة التوظيف ويعني أن المستوى التعلمي العالي يعتمد عليه في التسيير، وهذا يدل أيضا على أن مؤسسة الحماية المدنية فيها كفاءات ومؤهلات بشرية للقيام بمهامها على أكمل وجه، أما مستوى التعليم الثانوي

ومستوى المتوسط هناك بعض الوظائف في المؤسسات الجزائرية لا تشترط التخصص إذ تكتفي بهكذا مستويات.

الجدول رقم (4): يوضح توزيع مجتمع البحث حسب الأقدمية

التكرارات / الاحتمالات	الذكور		الإناث		المجموع	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
أقل من 10 سنوات	08	%22	06	%75	14	32%
من 10 إلى 20 سنة	112	%33	02	%25	14	32%
أزيد من 20 سنة	1	%45	-	-	16	36%
المجموع	36	%100	08	%100	44	%100

يوضح الجدول أعلاه توزيع إجابة المبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية في العمل بمؤسسة الحماية المدنية، حيث كان هناك تقارب من ناحية الخبرة المهنية في المؤسسة، ظهرت فئة الموظفين في أزيد من 20 سنة بـ16 مفردة من أصل 44 بنسبة 36%، أما الفئتين أق من 10 سنوات ومن 10 إلى 20 سنة فظهرت متساوية بنسبة 32% بما يعادل 14 مفردة من أصل 44 لكل منهما.

يعود سبب تقارب الخبرة المهنية للمبحوثين لأن المؤسسة تحتاج إلى الشباب والحيويين للقيام بمهامها، كما أن الفئة التي اكتسبت الخبرة أكثر هم الذين يعملون بالإدارة.

الجدول رقم(5): يوضح توزيع مجتمع البحث حسب الرتب الوظيفية

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
عقيد	02	%5
رائد	03	%7
رقيب	07	%16
نقيب	02	%5
ملازم أول	04	%9
ملازم	02	%5

مساعد	02	%5
عون	21	%48
المجموع	44	%100

يكشف لنا الجدول أعلاه أن أكبر رتبة للأفراد المبحوثين تمثلت في "عون" بـــ21 مفردة أي 48% في حين حلت رتبة رقيب 07 مفردة بما يعادل 16%، أما الرتب الأخرى فكانت متقاربة.

يعود سبب بروز رتبة "عون" كالرتبة الغالبة على الأفراد المبحوثين كونها الرتبة القاعدية المتمثلة للمؤسسة لأن مؤسسة الحماية المدنية تحوي موظفين بسيطين من مساعدين... بينما الضباط السامون وجدنا نسبهم قليلة في حين ظهرت بقيت الرتب متقاربة ثمة تدرج في الرتب في مؤسسة الحماية المدنية هذا يدل أيضا على اختلاف تخصصاتهم ومنه التباين في المستوى التعليمي له، وهذا من شأنه يقدم تبادل في المهام والأدوار ويزيد من فعالية المؤسسة كونها تتعامل مع الجمهور العام.

المحور الثاني: مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية لولاية جيجل

جدول رقم (06): يوضح وجود قسم للعلاقات العامة في المؤسسة

التكرار / الاحتمالات	التكرار		النسبة المئوية	
نعم	20		%45	
لا	10	مكتب الإعلام والاتصال	%42	%55
	14	خلية الإعلام والاتصال	58%	
	-	رئيس المصلحة	-	
	-	الأمين العام	-	
	24	المجموع الجزئي	%100	
المجموع	44		%100	

كشف الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين يقرون بعدم وجود قسم للعلاقات العامة على مستوى الحماية المدنية وذلك بـ24 مفردة من أصل 44 بنسبة 55%، في حين يرى 20 مستجوب بنسبة 45% وجود قسم للعلاقات العامة داخل المؤسسة، ولكن ليس كقسم مستقل بل أن هذا القسم تمثله خلية الإعلام والاتصال.

يعود سبب اختيار المبحوثين بنسبة 55% الإجابة "لا" أي لا يوجد قسم مختص للعلاقات العامة في المؤسسة كونهم على دراية تامة بذلك لعدم إدراجه في الهيكل التنظيمي للمؤسسة في حين يرون أنه هناك من ينوب على مهنة العلاقات العامة هي خلية الإعلام والاتصال.

الجدول رقم (07): يوضح مفهوم العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
وظيفة إدارية في المؤسسة	09	%20
نشاط اتصالي للمؤسسة مع المحيط الخارجي	28	%64
نشاط مزدوج بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي	07	%16
المجموع	44	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه استجواب المبحوثين حول مفهوم العلاقات العامة حيث نجد أن 28 مفردة من أصل 44 بسنة 64% للمبحوثين الذين أجابوا بأنها نشاط اتصالي للمؤسسة مع المحيط الخارجي، تليها نسبة 20% بما يعادل 9 مفردة للذين أجابوا بأنها وظيفة إدارية بالمؤسسة، تليها بفارق بسيط من يرون أنها نشاط مزدوج بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي بسنة 16% بما يعادل 7 مفردة من أصل 44.

تبين لنا أن المبحوثين ليس لهم مفهوم محدد وواضح لمفهوم العلاقات العامة والكل يراها حسب منظوره الخاص وذلك لأن العلاقات العامة مفهوم شامل

وواسع، كذلك لأن المبحوثين ليس لديهم قسم خاص بالاتصال والعلاقات العامة ولهذا يصعب عليهم الفهم الجيد لمفهومها.

الجدول رقم (08): يوضح المكانة التي يحظى بها المكلف بالاتصال في المؤسسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تابع لمدير	10	%23
تابع لمصلحة	30	%68
تابع لمكتب	04	%9
المجموع	44	%100

يوضح لنا الجدول أعلاه مكانة وأهمية الموقع الذي يشغله المكلف بالاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية فكانت 30 مفردة من أصل 44 المبحوثين الذين أجابوا بكونه تابع لمصلحة بنسبة 68% تليها المبحوثين الذين أجابوا أنه تابع لمدير بنسبة 23% بما يعادل 10 مفردة، تأتي في الأخير نسبة أفراد العينة الذين قالوا أنه تابع لمكتب بنسبة 9% بما يعادل 4 مفردة.

يعود سبب بروز أغلبية المفردات أجابوا بكونه تابع لمصلحة كون أن مؤسسة الحماية المدنية تحتوي على ثلاث مصالح في هيكلها التنظيمي وكل مصلحة بها أقسام، حيث أن خلية الإعلام والاتصال وهي المكلف بالاتصال والعلاقات العامة داخل المؤسسة توجد بمصلحة الإدارة والإمداد أي تابعة لمصلحة، بينما الذين أجابوا بأنه تابع لمدير أو لمكتب فهذا راجع إلى الموظفين الذين يجهلون تنظيم الهيكل التنظيمي والذين ليس لديهم اطلاع على النظام العام للمؤسسة .

الجدول رقم (09): يوضح مصدر المعلومة في المؤسسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المدير	08	%18
رئيس المصلحة	08	%18
خلية الاتصال	23	%52
وسائل الإعلام	05	%11
المجموع	44	%100

يكشف لنا الجدول أعلاه مصدر الحصول على المعلومة في الحماية المدنية، حيث كانت معظم إجابة المبحوثين لخلية الاتصال بـ23 مفردة من أصل 44 بنسبة

52%، تليها كل من إجابة المبحوثين المتبقية بنسب متساوية المدير، رئيس المصلحة، وسائل الإعلام.

يعود بروز أعلى نسبة لخلية الاتصال كونها تقوم بمعظم نشاطات والبرامج التي تبرز مهام المؤسسة، بينما تنوعت إجابة المبحوثين بين من قال أن مصدرا لمعلومة المدير ورئيس المصلحة وبين من قال أنها وسائل الاتصال ذلك لأن هناك تنوع في مصدر المعلومات خاصة بكل متغير لا تستدعي تدخل خلية الاتصال في إيصالها لهم.

الجدول رقم (10): يوضح جهة الاتصال بين الموظفين والمدير

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
من خلال خلية الاتصال	02	%5
عن طريق السكريتاريا	30	%68
مقابلة المدير مباشرة	02	%5
السلم الإداري	10	%22
المجموع	44	%100

يوضح لنا الجدول أعلاه كيفية اتصال الموظفين بالمدير في مؤسسة الحماية المدنية، فكانت إجابات المبحوثين عن طريق السكريتاريا ب30 مفردة من أصل 44 بسنة 68% تليها نسبة 22% بما يعادل 10 مفردة للذين أجابوا وفق السلم الإداري تليها المبحوثين الذين كانت إجابتهم من خلال خلية الاتصال ومقابلة المدير مباشرة بنسب متقاربة.

ظهرت كيفية الاتصال بالمدير بشكل كبير عن طريق السكريتاريا ذلك يعود إلى أن المدير لا يستقبل الموظفين مباشرة بل هناك مواعيد تضعها السكريتاريا لهم حسب البرنامج اليومي للمدير، يتبين لنا هناك توزيع في المهام وتدرج فيها كما أن مبحوثين آخرين اختلفت إجابتهم، ذلك أن بعض الأمور لا تستدعي الرجوع بها إلى المدير بل لرؤساء المصالح وهذا ما يتضح في الهيكل التنظيمي لهم.

الجدول رقم (11): يوضح مهام الجهة المكلفة بالاتصال على مستوى المؤسسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الاتصال بالموظفين	02	%5
الاتصال بوسائل الإعلام	35	%79
الاتصال بالمواطنين	02	%5
التنسيق بين المصالح داخليا	05	%11
المجموع	44	%100

يتبين من خلال الجدول أعلاه الوظائف التي تقوم بها الجهة المكلفة بالاتصال بمؤسسة الحماية المدنية، حيث كانت أعلى إجابة للمبحوثين الذين قالوا الاتصال بوسائل الإعلام 35 مفردة من أصل 44 بنسبة 79%، تليها نسب متقاربة للمبحوثين الذين أجابوا كونها الاتصال بالموظفين، اتصال بالمواطنين، والتنسيق بين المصالح داخليا.

يعود سبب اختيار المبحوثين بنسبة كبيرة لوظيفة الاتصال بوسائل الإعلام لأن المكلف بالاتصال وهي خلية الإعلام والاتصال تقوم بتعريف جل النشاطات والبرامج التي تقوم بها المؤسسة لوسائل الإعلام والإذاعة بشكل كبير، كما أن بقية الوظائف كانت نسبتها ضئيلة غير أنها موجودة وهذا دليل على أن الجهة المكلفة بالاتصال تقوم بعدة وظائف داخليا وخارجيا وهذا لأهميتها داخل مؤسسة الحماية المدنية.

الجدول رقم (12): يوضح أهداف الجهة الموكلة بالاتصال

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تكوين علاقات جيدة بين الموظفين	02	%4
تكوين علاقات جيدة بين المؤسسة	14	%32

وجمهورها		
خلق صورة ذهني حسنة	28	%64
المجموع	44	%100

نجد من خلال الجدول أعلاه أن عدد كبير من المبحوثين أجابوا أن أهداف الجهة المكلفة بالاتصال هي خلق صورة ذهنية حسنة للمؤسسة، وذلك ب28 مفردة من مجموع 44 بنسبة 64%، في حسن نجد نسبة 32% بما يعادل 14 مفردة للمبحوثين أجابوا بتكوين علاقات جيدة بين المؤسسة وجمهورها، تأتي في الأخير أنها تكوين علاقات جيدة بين الموظفين ب4% بما يعادل مفردتين.

يعود سبب ارتفاع نسبة المبحوثين الذين اختاروا أن هدف الجهة المكلفة بالاتصال هو خلق صورة ذهنية حسنة للمؤسسة هو الهدف الأساسي لوظيفة العلاقات العامة، فالاهتمام بالجمهور الخارجي والداخلي للمؤسسة هو ما تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقه، وهذا ما أكدته لنا مسؤولة الجهة المكلفة بالإعلام والاتصال الملازم الأول ب/أ على أنها تسعى دائما إلى خدمة مصالح المجتمع عامة من خلال خلق صورة ذهنية حسنة للمؤسسة لدى جماهيرها بسبة كبيرة، وذلك من خلال التعريف بخدمات المؤسسة وتوطيد العلاقات ما بين الموظفين داخلها.

المحور الثالث: وسائل العلاقات العامة التي تعتمد عليها المؤسسة للتعريف بنشاطها

الجدول رقم (13): يوضح وسائل الاتصال التي تعتمدها المؤسسة

المتغير		التكرار	النسبة المئوية
نعم	وسائل شفهية	10	%23
	وسائل مكتوبة	23	%52
	وسائل إلكترونية	03	%07
	المجموع الجزئي	36	%82
لا		08	%18
المجموع		44	%100

يبين الجدول أعلاه الوسائل التي تعتمدها المؤسسة فكانت أعلى إجابة للمبحوثين الذين أجابوا "نعم" 36 مفردة من مجموع 44 بسنة 82% أي هناك وسائل اتصال تعتمدها مؤسسة الحماية المدنية، هذه النسبة جاءت على شكل اقتراحات، فكانت أكبر نسبة للمبحوثين الذين قالوا أنها تعتمد وسائل اتصال مكتوبة ب52% تليها نسبة 23% للمبحوثين الذين قالوا أنها تعتمد على وسائل شفهية تأتي أدنى نسبة للمبحوثين الذين أجابوا أنها تعتمد على وسائل إلكترونية 7%، في حين نجد المبحوثين الذين أجابوا "لا" أي لا تعتمد مؤسسة الحماية المدنية على وسائل اتصال ب8 مفردات من مجموع 44 بنسبة 18%.

يعود هذا التنوع في الإجابات إلى أن مؤسسات الحماية المدنية لدينها تنوع واختلاف في استعمال وسائل الاتصال داخل الهيكل التنظيمي لها،كما أنها لا تحتوي على وسائل إلكترونية بنسبة كبيرة، وذلك لعدم الإهتمام بالجانب التكنولوجيا فيها إلا قليل منها، كما يتضح لنا أن المبحوثين الذين أجابوا "لا" ليس لديهم اطلاع على تنظيم الهيكل التنظيمي وكافة الأعمال الحاصلة به، وهذا يبين لهان أن المبحوثين هم من فئة الأعوان والموظفين البسيطين.

الجدول رقم(14) يوضح أكثر وسيلة اتصالية مستخدمة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الملصقات	04	%9
الهاتف	19	%43
المراسلات الإدارية	16	%36
بريد اكتروني	–	–
اتصال مباشر	04	%9
شبكة داخلية	01	%2
المجموع	44	%100

يكشف الجدول أعلاه الوسيلة الاتصالية المستخدمة بكثرة في ومؤسسة الحماية المدنية حيث أجابوا 19 مفردة من أصل 44 بنسبة 43% بوسيلة الهاتف يليها المبحوثين الذين أجابوا بالمراسلات الإدارية 16مفردة بمجموع 44 بنسبة 36% تأتي نسبة كطل من الملصقات والاتصال المباشر بنسبة 9% لكل من4 مفردة تأتي أدنى نسبة 2% مما يعادل مفردة واحدة اختار شبكة داخلية.

يعود سبب استخدام كبير للهاتف في مؤسسة الحماية المدنية نظرا لفعاليته في نقل المعلومات مع تلقي الرد بشكل أسرع، ويفسر استخدام المراسلات الإدارية والاتصال المباشر وباقي وسائل الاتصالية داخل مؤسسة الحماية المدنية باعتماد قائمين عليها على الاتصال الرسمي من جهة وسهولتها كوسائل تحقق أهداف المؤسسة وملائمتها لطبيعة نشاطها من جهة أخرى ، يتبين أيضا حسب المعطيات أن هناك ضعف في اعتماد على وسائل الحديثة ويرجع ذلك إلى نقص تزويد المكاتب وبشبكة الانترنت هذا ما أكدته الملازم الأول (أ-ب) بالمقابلة التي أجريناها معها.

الجدول رقم(15) يوضح أساس اختيار الوسيلة الاتصادية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
التكلفة	02	%5
الانتشار	11	%25
السهولة	25	%57
عدم توفر وسائل بديلة	06	%13
المجموع	44	%100

يبين الجدول أعلاه أسس اختيار الوسيلة الاتصالية، حيث نجد معظم مبحوثين كانت إجابتهم وفق أساس السهولة بـ25 مفردة من أصل 44 بنسبة 57%، كما قدرت نسبة 25% بما يعادل 11 مفردة الذين أجابوا وفق أساس الانتشار، كما نجد إجابة المبحوثين وفق أساس عدم توفر وسائل بديلة بـ6 مفردة بنسبة 13% تأتي أدنى نسبة 5% مما يعادل مفردتين أجابوا وفق أساس التكلفة.

يعود سبب اختيار عدد كبير من المبحوثين وفق أساس سهولة الوسيلة الاتصالية في المؤسسة لأن وسيلة الهاتف تسهل التواصل بين الموظفين حسب مقاله الملازم(م-ح) أنه عندما يكون في إطار العمل يتصل مباشرة بالهاتف لمن يريد منه المعلومات دون الحاجة إلى ذهاب إليه ومضيعة الوقت، كما هناك مبحوثين أجابوا على أساس انتشار الوسيلة وهذا يدل وعلى أن الهاتف منتشر بشكل كبير على عكس وسائل الحديثة التي تفتقد المؤسسة لها كثيرا.

الجدول رقم(16) يوضح ضرورة وجود الوسائل الاتصالية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية

نعم	44	%100
لا	_	_
المجموع	44	%100

يوضح الجدول أعلاه مدى ضرورة وجود الوسائل الاتصالية في المؤسسة حيث نجد 44 مفردة بالنسبة 100% أجابوا "نعم". يعود سبب ذلك إلى أن جميع المبحوثين لديهم وعي كبير بضرورة استعمال ووجود الوسائل الاتصالية في مؤسسة حماية المدنية وعن الدور الفعال الذي يحقق من خلاله.

الجدول رقم(17) يوضح النوع الاتصالي الأكثر استخداما في المؤسسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
اتصال صاعد	16	%36
اتصال نازل	23	%52
اتصال أفقي	05	%11
المجموع	44	%100

يشير الجدول أعلاه إلى النوع الاتصالي الأكثر استخداما حيث أن 23 مفردة من مجموع 44 جاءت بأكبر نسبة 52% أجابوا اتصال نازل بينما أجابوا 16 مفردة بالنسبة 36%اتصال صاعد تأتي أدنى نسبة 11% مما يعادل 5 مفردة الذين أجابوا اتصال أفقي.

يعود سبب اختيار أغلبية المبحوثين لنوع الاتصالي الأكثر استخداما في المؤسسة الحماية المدنية لاتصال النازل على أن كل أوامر والمعلومات تأتي من المدير أو مصالح العليا أي أن المدير هو من يتخذ القرارات المتعلقة بالمؤسسة، بينما هناك اتصال صاعد هذا يؤكد أن موظفين لهم طلبات واستفسارات حول الأمور والمعلومات الموجودة في المؤسسة، كما نجد أن هناك بعض المبحوثين أجابوا اتصال أفقي لكن بنسبة ضئيلة جدا مقارنة ببقية الأنواع الأخرى هذا لأن الموظفين يستشيرون بعضهم البعض في أمور المتعلقة بالعمل.

الجدول رقم (18) يوضح الوسائل الأكثر استخداما للتواصل مع الجمهور الخارجي

المتغير	التكرار	النسب المئوية
لوحة الإعلانات	22	%50
مطويات	18	%41
كتيبات	01	%2
مواقع الكترونية	03	%7
المجموع	44	%100

يوضح الجدول أعلاه لوسائل الأكثر استخداما لتواصل مع الجمهور الخارجية حيث نجد معظم المبحوثين أجابوا لوحة الإعلانات 22 مفردة من مجموع 44 بنسبة 50%كما كانت نسبة 41% بما يعادل 18 مفردة أجابوا مطويات تأتي أدنى نسبتين لكل من كتيبات ومواقع الكترونية بشكل متقارب بنسبة2%و7%.

يعود سبب اختيار عدد كبير من المبحوثين لوسيلة لوحة إعلانات إلى كون هذه الوسيلة تساعد على تواصل المؤسسة مع جمهورها الخارجي بكل سهولة لفاعليتها في تحقيق أهدافها، كما نجد اختلاف المبحوثين في وسائل المستخدمة في ذلك وهذا راجع إلى تنوع الوسائل الاتصالية التي تعتمدها المؤسسة في اتصال بجمهورها الخارجي.

الجدول رقم(19) يوضح الإضافة التي قدمتها وسائل الاتصال للمؤسسة.

التكرار / الاحتمالات	التكرار		النسبة المئوية	
نعم	تخفيض اعباء العمل	06	%16	%82
	سرعة الاتصال بالجمهور	06	%16	
	خلق صورة حسنة للمؤسسة	11	%30	

	تسهيل التواصل	14	%38	
	المجموع الجزئي	37	%100	
لا	07		%18	
المجموع	44		%100	

يوضح الجدول أعلاه الإضافة التي قدمتها وسائل الاتصال للمؤسسة فكانت إجابة المبحوثين "نعم" ب37 مفردة من مجموع 44 بنسبة 82%، وذلك حسب عدة مقترحات فكانت إجابة تسهيل التواصل اعلى نسبة تقدر ب38% بما يعادل 14 مفردة، في حين المبحوثين الذين أجابوا بأنها خلق صورة حسنة للمؤسسة 11مفردة بنسبة 30% لتتساوى إجابة المبحوثين الذين قالو بأنها تعمل على تخفيض الأعباء وسرعة الاتصال بالجمهور بنسبة 16% بما يعادل 06 مفردات.في حين كانت أدنى نسبة للمبحوثين الذين أجابوا "لا"07 مفردة من مجموع 44 وذلك بنسبة 18%.

يعود سبب توزيع المبحوثين في تنوعهم لمختلف الإجابات التي كانت "نعم" قدمت وسائل الاتصال إضافات جديدة للمؤسسة أن مؤسسة الحماية المدنية تعتمد على مختلف الوسائل الاتصالية في تواصلها مع الجمهور سواء أكان داخليا أو خارجيا وأيضا للتعريف بمختلف أنشطتها والتعريف ببرامجها، بينما المبحوثين الذين أجابوا"لا" هم الموظفين الذين ليس لهم اطلاع ومعرفة بتنظيم الهيكل التنظيمي للمؤسسة ومختلف الأوضاع المتواجدة بها أي أنهم ليسو إداريين.

جدول رقم (20): يوضح استخدام المؤسسة للوسائل الالكترونية.

التكرار / الاحتمالات	التكرار		النسبة المئوية	
نعم	موقع الكتروني خاص	09	%30	%68
	بريد الكتروني	17	%57	
	مواقع التواصل الاجتماعي	04	%13	
	المجموع الجزئي	30	%100	
لا	14		%32	
المجموع	44		%100	

يكشف لنا الجدول أعلاه ما إذا كانت مؤسسة الحماية المدنية تستخدم وسائل الاتصال الالكترونية، جاءت أعلى إجابة للمبحوثين بـ "نعم"30 مفردة من مجموع 44 بنسبة قدرت68%، حيث قسمت هذه النسبة حسب الاقتراحات، فكانت أكثر إجابة للمبحوثين الذين قالوا تستخدم المؤسسة البريد الالكتروني 17 مفردة بنسبة 57 %تليها 09 مفردات من المبحوثين الذين قالوا تستخدم موقع الكتروني خاص بنسبة 30 %لتأتي في الأخير أدنى نسبة تقدر ب13% بما يعادل أربعة مفردات للذين أجابوا أنها تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي،في حين كانت إجابة المبحوثين الذين أجابوا أنها لاستعمل وسائل الاتصال الالكترونية 14مفردة من مجموع 44 بنسبة 32% .

يعود بروز الإجابة "نعم" اكبر نسبة من الذين أجابوا "لا" أي لاستخدم المؤسسة الوسائل الالكترونية هذا التباين في إجابات المبحوثين رغم تواجدهم في مؤسسة واحدة يدل على أن تواجد الوسائل الالكترونية في مؤسسة الحماية المدنية بنسبة قليلة أي ليس معمم على كافة أرجاء مصالح المؤسسة وهذا يدل على نقص في الوسائل الاتصالية الحديثة، ولهذا اختلفت إجابة المبحوثين.

المحور الرابع:معوقات نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

جدول رقم (21): يوضح التنظيم الاتصالي المتواجد في المؤسسة

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	30	%68
لا	14	%32
المجموع	44	%100

يكشف الجدول أعلاه أن التنظيم الاتصالي المتواجد في المؤسسة كاف لخلق صورة أجابية عنها،كانت اغلب إجابات المبحوثين"نعم" 30 مفردة من مجموع 44 بما يقدر 68 %، في حين 14 مفردة من المبحوثين بنسبة 32% أجابوا "لا" أي أن التنظيم الاتصالي المتواجد بالمؤسسة غير كاف لخلق صورة أجابية لها.

يعود سبب بروز اكبر نسبة للمبحوثين الذين أجابوا أن التنظيم الاتصالي المتواجد بالمؤسسة كاف لخلق صورة أجابية عنها إلى فهم المبحوثين للدور الفعال والتسيير الحسن التي تقوم به خليه الإعلام والاتصال في تقديم المعلومات وتفعيل نشطتاها وخلق صورة حسنة لدى جمهورها الداخلي والخارجي معا، بينما الذين أجابوا بأنها لاتخلق صورة ايجابية عنها هم المبحوثين الذين ليس لديهم معرفة تامة

بما هو موجود في المؤسسة كما ان معظمهم من رتبة عون بعيدين عن إدارة المؤسسة.

الجدول رقم (22): يوضح سبب غياب مديرية العلاقات العامة بالمؤسسة.

المتغير	التكرار	النسبة %
عدم إدراك مدى أهميتها من قبل المسؤولين	03	%07
وجود خلية الإعلام والاتصال	38	%86
عدم الفهم الجيد لدورها	03	%07
المجموع	44	%100

يشير الجدول أعلاه إلى سبب غياب مديرية العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية، فكانت أعلى إجابة بـ38 مفردة من أصل 44 بنسبة 86%، في حين كانت إجابات المبحوثين في عدم إدراك مدى أهميته من قبل المسئولين وعدم الفهم الجيد لدورها متساوية بـ03 مفردة من أصل 44 بنسبة 07% لكل منهما.

يعود سبب غياب مديرية العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية إلى وجود خلية الإعلام والاتصال مكلفة بالاتصال والعلاقات العامة وهذا راجع إلى اختيار المبحوثين في إجابتهم لها، كما أن باقي المبحوثين أجابوا بعدم إدراك مدى أهميتها من قبل المسئولين وعدم الفهم الجيد لدورها وهذا راجع إلى غياب الوعي بثقافة وجود مديرية العلاقات العامة في المؤسسة ومدى أهميتها.

الجدول رقم (23) يوضح العراقيل الاتصالية التي تعيق السير الحسن للمؤسسة

التكرار / الاحتمالات	التكرار		النسبة المئوية	
نعم	لبس وغموض المؤسسة	03	%33	%20
	تشويه صورة المؤسسة	01	%11	
	الصراع التنظيمي	03	%33	
	تعرض المؤسسة لانتقادات	02	%22	
	المجموع الجزئي	09	%100	

لا	35	%80
المجموع	44	%100

يوضح الجدول أعلاه العراقيل الاتصالية التي تعيق السير الحسن للمؤسسة،فكانت أعلى إجابة بـ"لا" 35 مفردة من أصل 44 بنسبة 80%،أي انه لاتوجد عراقيل اتصالية تعيق السير الحسن للمؤسسة في حين نجد باقي المبحوثين أجابوا بـ"نعم" بنسبة 20 %أي ما يعادل 09 مفردات يرون وجود عراقيل تعيق السير الحسن للمؤسسة.

يعود إجماع أغلبية المبحوثين انه ليوجد عراقيل اتصالية في المؤسسة إلى مدى وعي وإدراك المبحوثين لأهمية الوسائل الاتصالية في المؤسسة وكدا معرفتهم بالأوضاع السائدة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة تحكمه في سير شؤون المؤسسة بينما هناك من يرى انه توجد عراقيل اتصالية تعيق السير الحسن للمؤسسة وتنوعت حسب تنوع الاقتراحات وهذا راجع لنقص استخدام المؤسسة الوسائل الاتصالية الحديثة.

الجدول رقم (24) يوضح وجود مختصين بالعلاقات العامة بالمؤسسة.

التكرار / الاحتمالات	التكرار		النسبة المئوية	
نعم	10		%23	
لا	تأثير قوي	01	%03	%77
	تأثير متوسط	25	%73	
	تأثير ضعيف	08	%24	
	المجموع الجزئي	34	%100	
المجموع	44		%100	

يشير الجدول أعلاه إلى وجود مختصين بالعلاقات العامة داخل المؤسسة فكانت أعلى إجابة للمبحوثين بـ"لا" 34 مفردة من أصل 44 بنسبة 77%، في حين 10 مفردات أجابوا "نعم" بنسبة 23%.

يعود سبب بروز إجابة المبحوثين بنسبة عالية انه لا يوجد مختصين في العلاقات العامة بمؤسسة الحماية المدنية ذلك أن التوظيف في الحماية المدنية ليستدعي مختصين في هذه الأخيرة كما انه ليوجد قسم خاص بالعلاقات العامة بالمؤسسة، بحيث هذا الغياب لايؤثر بشكل كبير على المؤسسة لان هناك من يقوم بوظائفها وينوب عنها. أما الذين أجابوا بوجود مختصين أي أنهم حاملين لهذا الاختصاص.

الجدول رقم (25): يوضح أهمية استخدام مديرية بالعلاقات العامة.

المتغير	التكرار	النسبة %
ضروري	15	%34
غير ضروري	17	%38
ضروري جدا	06	%14
محايد	06	%14
المجموع	44	%100

يبين الجدول أعلاه مدى استحداث مديرية بالعلاقات العامة فكانت اعلي إجابة المبحوثين أنها غير ضرورية بـ17 مفردة من أصل 44 بنسبة 38% في حين تليها الإجابة بضروري 15 مفردة من اصل44 بنسبة 34% ،بينما تساوت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بضروري جدا ومحايد بـ14 %بما يعادل 06 مفردة لكل منهما.

يعود سبب بروز اعلي نسبة للمبحوثين الذين أجابوا بان استحداث مديرية بالعلاقات العامة غير ضروري هذا لان عدم وجود قسم خاص بها لم يحدث فرق كون هناك خلية الإعلام والاتصال تقوم بجميع النشاطات والوظائف المتعلقة بها، في حين نجد نسبة المبحوثين الذين أجابوا انه ضروري استحداث مديرية تقاربها حيث أن هناك من يرى ان لابد من وجود هذه المديرية لتحسين صورة المؤسسة والاهتمام بجميع المشاكل إضافة إلى تنظيم اتصالاتهم والسير الحسن للإدارة .

الجدول رقم (26): يوضح الجهة المكلفة بحل المشاكل في المؤسسة

المتغير	التكرار	النسبة %
المسئول المباشر	32	%72
مدير المؤسسة	06	%14
مصلحة الإدارة والإمداد	06	%14
المجموع	44	100%

يكشف الجدول أعلاه إلى أين يتوجه الموظف في حل مشاكله بمؤسسة الحماية المدنية بجيجل فكانت معظم إجابة المبحوثين ب المسئول المباشر بـ32 مفردة من أصل 44 بنسبة 72%في حين كانت إجابات المبحوثين متساوية بنسبة 14%بما يعادل 06 مفردات لكل منهما.

يعود سبب بروز اكبر نسبة للجهة المكلفة بحل المشاكل في مؤسسة الحماية المدنية إلى المسئول المباشر كونه المسئول عن ما يحدث داخل المؤسسة ويتحمل مسؤولية ذلك.

الجدول رقم (27): يوضح أهم الاقتراحات المقدمة لتعزيز مكانة العلاقات العامة.

المتغير	التكرار	النسبة %
إعادة النظر في الهيكل الإداري يجعلها مديرية مستقلة	07	%16
القيام بدراسات وأبحاث العلاقات العامة	09	%20
مشاركة المواطنين في إتخاد القرارات	28	%64
المجموع	44	%100

يوضح الجدول أعلاه أهم المقترحات لتعزيز مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية كانت اكبر إجابة للمبحوثين بمشاركة المواطنين في أتخاد القرارات بـ28 مفردة من أصل 44 بنسبة 64% تأتي إجابة المبحوثين الذين قالو القيام بدراسات وأبحاث العلاقات العامة بنسبة 20%بما يعادل 09 مفردات، في حين هناك 07 مفردات من المبحوثين أجابوا بإعادة النظر في الهيكل الإداري يجعلها مديرية مستقلة بنسبة 16%.

يمكن تقدير إجابات المبحوثين أنهم على وعي بأهمية العلاقات العامة بالمؤسسة وضرورة منحها مكانة أكبر وتجسيد وظائفها ميدانيا .

ثالثا: مناقشة النتائج الميدانية للدراسة في ضوء الفرضيات

بعد جمع وتبويب البيانات وتحليلها خلصنا بالدراسة الميدانية إلى النتائج التالية:

- **عرض نتائج الفرضية01:**

" تحظى العلاقات العامة بمكانة هامشية لدى مؤسسة الحماية المدنية بولاية جيجل "

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراضا نتائج الاستمارة.

- يكشف لنا الجدول رقم(06):أن أغلبية موظفي مؤسسة الحماية المدنية أكدوا أنه لايوجد قسم مختص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة وذلك بنسبة. 55 %.
- يبين لنا الجدول رقم(08) أن أغلبية موظفي الحماية المدنية أقروا أن الموقع الذي يشغله المكلف بالاتصال والعلاقات العامة تابع لمصلحة بنسبة 68 %.
- يكشف لنا الجدول رقم (09): أن مصدر الحصول على المعلومة يعود إلى خلية الإعلام والاتصال.

استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن **الفرضية الأولى تحققت،** فبالرغم من اعتماد المؤسسةعلى الاتصال والتواصل مع جمهورها الداخلي إلا أن هذه الأخيرة ليس لها تنظيم أو جهاز خاص بالعلاقات العامة.

- **عرض نتائج الفرضية02:**

"تعد الإذاعة أهم وسيلة إعلامية لتعريف الحماية المدنية لولاية جيجل "

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراضا نتائج الاستمارة.

- يكشف لنا الجدول رقم (13) اعتماد مؤسسة الحماية المدنية على وسائل الاتصال وهذا ما يؤكده المبحوثين.
- يكشف لنا الجدول رقم (14) أن أكثر وسيلة اتصالية مستخدمة في المؤسسة هي الهاتف.
- يكشف لنا الجدول رقم (18) أن الوسائل الأكثر استخداما للتواصل مع الجمهور الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية هي لوحة الإعلانات.

استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن **الفرضية الثانية لم تحققت** فبالرغم من اعتماد المؤسسة على وسيلة الإذاعة للتواصل مع جمهورها إلا أنها تعتمد على وسيلة لوحة الإعلانات للتعريف بنشاطاتها وتقديم برامجها بالدرجة الأولى.

- **عرض نتائج الفرضية 03:**

" غياب مديرية العلاقات العامة في الحماية المدنية لولاية جيجل".

لتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراضا نتائج الاستمارة.

- يكشف لنا الجدول رقم (22): أن سبب غياب مديرية العلاقات العامة حسب معظم المبحوثين يعود إلى وجود خلية الإعلام والاتصال بنسبة عالية جدا تقدر بـ(86).
- يبين لنا الجدول رقم(23): أنه ليس هناك عراقيل اتصالية تعيق السير الحسن للمؤسسة، وهذا ما يؤكده أغلبية المبحوثين بنسبة (79).
- يوضح لنا الجدول رقم (25): أن استحداث مديرية العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية غير ضروري عند أغلبية المبحوثين بنسبة (38).

استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن **الفرضية الثالثة لم تتحقق،** حيث أنه بالرغم من عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية، إلا أن موظفي المؤسسة لم يعتبروا ذلك عائقا، كون خلية الإعلام بالمؤسسة تنوب عن نشاط العلاقات العامة .

خلاصة الفصل:

توصلنا بعد عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الجانب الميداني والتعليق عليها أن المؤسسة موضوع الدراسة لا تهتم بالعلاقات العامة كإدارة فعالة وهذا من خلال افتقادها لمديرية العلاقات العامة، كما توصلنا إلى أن الجهة التي توكل إليها وظائف العلاقات العامة لايقوم بأعبائها أشخاص مختصون، فضلا عن افتقاده لوسائل الاتصال التي تعتمد عليها العلاقات العامة هذا من جهة ومن جهة أخرى توصلنا إلى أن الجمهور الداخلي في المؤسسة لا يدرك المعنى الحقيقي للعلاقات العامة، كل هذا من شأنه التأثير سلبا على أنشطتها.

- استنتاجات الدراسة:

وصلت هذه الدراسة التي تمحورت حول موضوع "واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية بولاية جيجل" إلى عدة نتائج أهمها:

1. إجماع المبحوثين على عدم وجود مديرية للعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية
2. محدودية خلية الإعلام على مستوى الحماية المدنية التي لا يمكن لها أن تنوب عن مديرية العلاقات العامة .
3. عدم إدراك أهمية العلاقات العامة من قبل المستجوبين.
4. اقتصار الحماية المدنية على اعتماد على الوسائل الاتصالية التقليدية وعدم الاعتماد على الوسائل الحديثة.
5. عدم إدراك الجمهور الداخلي لمفهوم العلاقات العامة.
6. لا تحظى العلاقات العامة بمكانة ضمن الهيكل التنظيمي لمؤسسة الحماية المدنية.

- اقتراحات الدراسة:

رغبة منا في تفعيل نشاط الاتصال داخل مؤسسة الحماية المدنية –بجيجل- أثرنا تقديم جملة من الاقتراحات التي من الممكن أن تساعد في تفعيل هذا النشاط الذي أضحى ضرورة من ضروريات نجاح أي مؤسسة.

من أهم الاقتراحات التي يمكن تقديمها ما يلي:

1. ضرورة استحداث مديرية خاصة بالعلاقات العامة على مستوى مؤسسة الحماية المدنية.
2. تغير تسمية خلية الإعلام وتحويلها إلى مديرية للعلاقات العامة .
3. تنظيم هيكل تنظيمي خاص بمديرية العلاقات بغية تأدية دورها داخليا وخارجيا.
4. التركيز على الأنشطة الاتصالية الدائمة لترسيخ صورة، والابتعاد عن النشاطات المناسبتية.
5. تنوع استخدام وسائل الاتصال وتحضير ميزانية كافية لنشاط الاتصال في المؤسسة.
6. إنشاء موقع الكتروني خاص بمؤسسة الحماية المدنية وإسناد مهام العلاقات العامة إلى مختصين فيها.
7. استحداث مجلة خاصة بالمؤسسة تشمل أهم نشاطاتها قصد تدعيم تواصلها مع وجمهوره.

الخاتمة

خاتمة:

حاولت هذه الدراسة المعنونة بـــــــ **"واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية"**، تسليط الضوء على المكانة التي يحتلها هذا النشاط الاتصالي على مستوى مديرية الحماية المدنية لولاية جيجل، حيث أضحى نشاطا من الصعب تهميشه أو تفاديه، لما يلعبه من دور فعال في نجاح المؤسسة، وكما أبرزت الدراسة طبيعة الوسائل الاتصالية المعتمدة في المؤسسة، لتقف في الأخير عند أهم الصعوبات الاتصالية التي يمكن مصادفتها على مستوى مديرية الحماية المدنية لولاية جيجل.

سعت هذه الدراسة لإبراز المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة كنشاط اتصالي على مستوى هذه المؤسسة، ومدى إدراك المسؤول القائم على تسيير الحماية المدينة بالأهمية الكبرى لهذا النشاط الاتصالي، الذي أضحى حتمية من الحتميات الراهنة، فأساس استمرار ونجاح أي مؤسسة مرتبط بمدى قدرتها على التواصل مع جماهيرها، خصوصا أن هذه المؤسسة (**الحماية المدنية**) تتفاعل مع كل فئات المجتمع، وتنشط بالدرجة الأولى **أوقات الأزمات** (كوارث طبيعية، حرائق وغيرها)، كما ركزت الدراسة على تحديد الوسائل الاتصالية التي تستخدمها مؤسسة الحماية المدنية للتواصل مع جمهورها، كما نوهت الدراسة إلى أهم المعوقات الاتصالية في هذه المؤسسة، لذا فمديرية الحماية المدنية لولاية جيجل مدعوة لاعتماد نشاط **العلاقات العامة** في المؤسسة وإدراجه في هيكلتها التنظيمية عن طريق استحداث مديرية خاصة بها، وتوكيل مهمة تسيرها إلى أهل الاختصاص، بغية ضمان استمرارها ونجاحها في سوق أضحى لا يهتم بنوعية النشاط أو الخدمة المقدمة، بل يعنى بنوعية الصورة المتشكل للمؤسسة لدى جمهورها.

قائمة المصادر والمراجع

ـ قائمة المصادرو المراجع:

1- القواميس:

1- المعجم ،**المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال**، مي عبد الله، دار النهضة العربية، ط1، 2014.

2- علي بن هادية، **القاموس الجديد الطلابي، معجم عربي**، الشركة التونسية للتوزيع، تونس،دط، 2007.

2- الكتب:

1- أحمد العابد أبو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، **إدارة العلاقات العامة وبرامجها**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.

2- أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005.

3- أحمد زكي بدوي، **معجم العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان، ط2، بيروت، 1993.

4- أحمد محمد المصري، **العلاقات العامة**، الإسكندرية، الناشر مصطفى مشرغة، دط، 2006.

5- الحميد بهيج بحليس، **الدفاع المدني في خدمة المواطنين**، لبنان، دار الكتاب اللبناني، المكتبة المدرسية، ط1، سنة 1983.

6- العقيد سعد بن عودة الردادي، **المؤسسات الأمنية في المملكة العربية السعودية** (التأسيس والبناء)، الطبعة الأولى، المدينة النبوية، سنة 2011.

7- بساح عبد الرحمان الجرايدة، **إدارة العلاقات العامة**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.

8- حسام فتحي أبو طعمية، **الإعلان وسلوك المستهلك**، عمان، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008.

9- حسن عبد الحميد، أحمد رشوان، **العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع**، الإسكندرية ،المكتب الجامعي الحديث، دط، 1993.

10- ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي والتطبيق**، عمان ، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع،2000.

11- رضوان بلخيري، صارة جابري، **مدخل للاتصال والعلاقات العامة**، جبور للنشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر، ط1، 2013.

12- زكي محمود هشام، **العلاقات العامة المفاهيم والأسس العلمية**، شركة ذات سلاسل للطباعة والنشر، الكويت، ط3، 1996.

13- سمير جاد، **وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي**، تقديم عبد العزيز شرف، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ط1، 2003.

15- سمير حسن منصور، **مناهج العلاقات العامة**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دط، 2004.

16- صالح خليل أبو أصبع، **العلاقات العامة والاتصال التنظيمي**، جامعة فيلاديفيا، الشروق للنشر والتوزيع، ط1،د سنة.

17- عبد الرزاق بن حبيب، **اقتصاد وتسيير المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2009.

18- عبد الرزاق محمد الدليمي، **العلاقات العامة رؤية معاصرة**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2010.

19- عبد الرزاق محمد الدليمي، **العلاقات العامة في التطبيق**، الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع، ط1، 2005.

20- عبد العزيز صالح، **الإدارة العامة المقارنة**، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، دط،2004.

21- عبد الكريم راضي الجابري، **العلاقات العامة إبداع تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة**، دار التنير، بيروت، دط، 2001.

22- عبد الله محمود عبد الرحمان، **سوسيولوجية التنظيم**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دط، 1987.

23- عبد المجيد محمود صالح وآخرون، **العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط1،د سنة.

24- عبود عبد الله العسكري، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، دار النمير دمشق، سوريا، ط2، 2004.

25- علي بن فايز الجحني، **مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية**، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ط1، 2006

26- عمر صخري، **اقتصاد المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2003.

27- فريحة محمد كريم، **العلاقات العامة، البعد الفكري والتطبيقي**، دار العلوم للنشر والتوزيع،عنابة، دط، 2012.

28- فهمي محمد العدوي، **مفاهيم جديدة في العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان،دط، 2011.

29- محمد الفاتح حمدي، **منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2017.

30- محمد الفرازي، أحمد إدريس، **العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة**، المكتبة العالمية، مصر، دط، دسنة.

31- محمد حربي حسن، **العلاقات العامة والتطبيقات**، دار الحكمة للطباعة والنشر، دبلد، دط، 1991.

32- محمد فالح صالح، عبد المعطي محمد عساف، **أسس العلاقات العامة**، دار مكتبة الحامد، عمان، ط3، 2004.

33- محمد فالح صالح، عبد المعطي محمد عساف، **أسس العلاقات العامة**، دار الحامد، الأردن، ط3، 2004.

34- محمد محروس إسماعيل، **اقتصاديات الصناعات والتصنيع**، مع اهتمام خاص بدراسات الجدوى الاقتصادية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ط2، 1997.

35- محمد منير حجاب، **العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة**، القاهرة، الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2001.

36- محمود جودت ناصر، **الدعاية والإعلان والعلاقات العامة**، عمان، دار مجدلاوي، ط1، 1997.

37-محمد فريد الصحن، **العلاقات العامة البادئ والتطبيق**، دار النشر الجامعية، الإسكندرية، دط، 2002، 2003.

38- هناء حافظ بدوي، **الاتصال بين النظرية والتطبيق الأزاريطة**، المكتب الجامعي الحديث، دط، 2003.

- قائمة الرسائل الجامعية:

1- سمير بورورو، محمد العقون، **إسهام العلاقات العامة في تطوير الخدمات السياحية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع علاقات دولية، جامعة محمد الصديق بن يحي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2015/32014.

2- سميرة حسيب، سهام لشهب، **دور الإشهار في الترويج للخدمات في المؤسسات الخدماتية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإ علام والاتصال،جامعة محمد الصديق بن يحيى،جيجل،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،سنة 2016،017.

3- كرطاطو مروان، فنينش يوسف، **العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، العلاقات العامة، جامعة جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2015/2014.

4- ياسين مسيلي، **العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، سنة 2009/2008.

5- بومالة أحلام، طاهر سميرة، **مذكرة حول التكوين في سلك الحماية المدنية، مذكرة غير منشورة، المديرية العامة للحماية المدنية**، المدرسة الوطنية للحماية المدنية، برج البحري، الجزائر.2010-2009

- الجرائد الرسمية:

- النصوص التشريعية:

1- الأمر رقم 04/76 المؤرخ في 20 فيفري 1976 المتعلق المطبقة في ميدان الحماية ضد أخطار الحريق والفزع وتكوين رجال الوقاية والحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 21.

-النصوص التنظيمية:

1- المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 07ديسمبر سنة 1996 المتعلق بإصدار نص "تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر سنة 1996، الجريدة الرسمية، العدد 76.

2- المرسوم رقم 129/64 المؤرخ في 15 مارس 1964 المتضمن التنظيم الإداري للحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 39.

3- المرسوم رقم 84/65 المؤرخ في 24 مارس 1965 المتضمن توحيد شروط الخدمة الخاصة برجال المطافئ المهنيين، الجريدة الرسمية، العدد 28.

4- المرسوم رقم 257/67 المؤرخ في 16 نوفمبر 1967 المتعلق بتنظيم اللجنة العليا للدفاع المدني، الجريدة الرسمية، العدد 99.

5- المرسوم رقم 225/68 المؤرخ في 30 مايو 1968 المتضمن الأحكام المشتركة الخاصة المطبقة على موظفي الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 44.

6- المرسوم التنفيذي رقم 39/76 المؤرخ في 20 فيفري 1976 المتضمن إعادة تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الداخلية، الجريدة الرسمية، العدد 20.

7- المرسوم التنفيذي رقم 232/85 المؤرخ في 25 أوت 1985 المتعلق بالوقاية ضد الكوارث، الجريدة الرسمية، العدد 36.

8- المرسوم التنفيذي 02/91 المؤرخ في 19 جانفي 1991 المتعلق بتنظيم الإدارة المركزية لوزارة الداخلية، "المديرية العامة للحماية المدنية تخضع لنص خاص بها"، الجريدة الرسمية، العدد 04.

9- المرسوم التنفيذي رقم 503/91 المؤرخ في 21 ديسمبر 1991 المتعلق بتنظيم الإدارة المركزية المديرية العامة للحماية المدنية تخضع لنص خاص بها، الجريدة الرسمية، العدد 67.

10 - المرسوم التنفيذي رقم 274/91 المؤرخ في 1991/08/10 المتضمن القانون الأساسي الخاص بأعوان الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 38.

11 - المرسوم التنفيذي رقم 43/92 المؤرخ في 04 فيفري 1992 المتضمن إنشاء تنظيم وتسيير المفتشية العامة لمصالح الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 09.

12 - المرسوم التنفيذي رقم 54/92 المؤرخ في 12 فيفري 1992 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية للحماية المدنية وعمله، الجريدة الرسمية، العدد 13.

13-المرسوم التنفيذي رقم 96/97 المؤرخ في 17 مارس 1997 المتضمن القانون الأساسي الخاص بأعوان الحماية المدنية ،الجريدة الرسمية، العدد 17.

14- المرسوم التنفيذي رقم 106/11 المؤرخ في مارس 2011، المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد15

15- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 ماي 1978 المتضمن تحديد لباس موظفي الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 35.

16- مقرر مؤرخ في 17 أفريل 2004 يتضمن المصادقة على رتب وشارات أعوان الحماية المدنية، الجريدة الرسمية، العدد 34.

الوثائق:

1- دليل الحماية المدنية لمادة الإسعاف الأولية لفريق النجدة المستوى الأول والثاني، المدرسة الوطنية للحماية المدنية، مديرية الدراسات، برج البحري، السنة 2011.

2- دليل الحماية المدنية لمادة الإسعاف والإسعافات الأولية لفريق النجدة والإنقاذ المرحلة الثانية، المدرسة الوطنية للحماية المدنية، مديرية الدراسات، برج البحري، السنة 2013/2012.

- المجلات:

1- مجلة الأمن والحياة، (مجلة أمنية ثقافية إعلامية)، العدد 151، سنة 1991، تصدر شهريا عن المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض،سنة 1991.

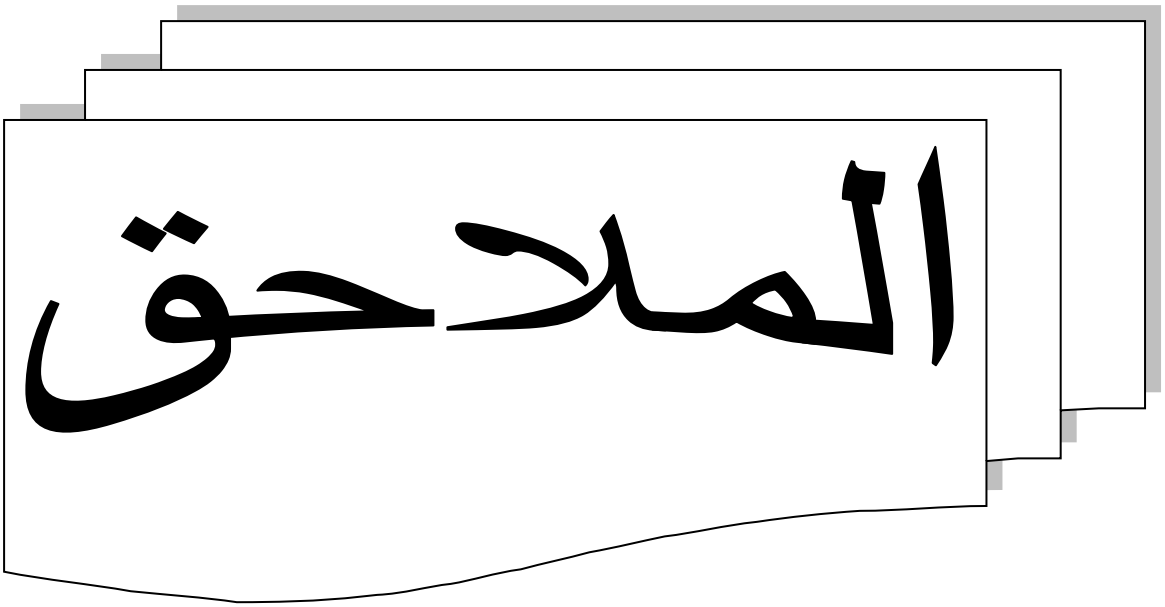
2- مجلة الحماية المدنية، إعداد سليم لمين، عبد الله مقران، العدد 08، سنة 2009، تصدر كل شهرين، الجزائر، سنة 2009.

3- مجلة الفكر البرلماني لمجلس الأمة، العدد الثالث، شهر جوان، 2003. - ياسين بودهان، هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة، مجلة العلوم الإنسانية www.ulum.nl، العدد 29، 4 يوليو 2006.

- المواقع الإلكترونية:

1- http://www. Dz- modern. Com/2013/09/site- protection civile- Algérie . html le : 6/04/2018 ,a : (15 :00h)

2- https :ar.m.wikipidia.org, le : 12/05/2018, a : (15 :02h).


المدحق

جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وتسويق

استمارة استبيان بعنوان:

واقع العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية الجزائرية

دراسة ميدانية لمديرية الحماية المدنية -جيجل-

في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وتسويق، نرجو تعاونكم معنا بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة بكل صدق وموضوعية ونحيطكم علما أنها تستخدم لأغراض البحث العلمي.

ملاحظة: ضع(ي) علامة (X) أمام الإجابة المناسبة أو ملء الفراغ.

إعداد الطالبتين:

- رهيوي كريمة
- رغيوة آمنة

إشراف الأستاذ:

- شيباني إيدير

السنة الجامعية: 2018/2017م

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: - أقل من 36 سنة ☐ - من 36 إلى 50 سنة ☐ - أكثر من 50 سنة ☐

3- المستوى التعليمي: - متوسط ☐ - ثانوي ☐ - جامعي ☐

4- الأقدمية: - أقل من 10 سنوات ☐ - من 10 إلى 20 سنة ☐ - أكثر من 20 سنة ☐

5- الوظيفة: .....

المحور الثاني: مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

6- هل يوجد قسم مختص بالاتصال والعلاقات العامة في مؤسستكم؟

- نعم ☐ - لا ☐

* إذا كانت الإجابة بـ"لا": ما هي الجهة المكلفة بمهام الاتصال والعلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية؟

- مكتب الإعلام والاتصال ☐ - خلية الاتصال والإعلام ☐

- رئيس المصلحة ☐ - الأمين العام ☐

7- حسب رأيك ما هو مفهوم العلاقات العامة؟

- وظيفة إدارية في المؤسسة ☐

- نشاط اتصالي للمؤسسة مع المحيط الخارجي ☐

- نشاط مزدوج بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي ☐

8- ما هو الموقع الذي يشغله المكلف بالاتصال والعلاقات العامة في مديريتكم؟

- تابع للمدير ☐ - تابع لمصلحة ☐ - تابع لمكتب ☐

9- ما هو مصدر الحصول على المعلومة في المؤسسة؟

- المدير ☐ - رئيس المصلحة ☐ - خلية الاتصال ☐ -وسائل الإعلام ☐

10- كيف يتم الاتصال بين الموظفين والمدير؟

- من خلال خلية الاتصال ☐ - عن طريق السكرتاريا ☐

☐ ☐

- مقابلة المدير - السلم السلم الداري

11- ما هي الوظائف التي تقوم بها الجهة المكلفة بالاتصال بمؤسستكم؟

- الاتصال بالموظفين ☐ - الاتصال بوسائل الإعلام ☐

- الاتصال بالمواطنين ☐ - التنسيق بين المصالح داخليا ☐

12- ما هي الأهداف التي تسعى الجهة المكلفة بالاتصال في مؤسستكم إلى تحقيقها؟

- تكوين علاقات جيدة بين الموظفين ☐

- تكوين علاقات جيدة بين المؤسسة وجمهورها ☐

- خلق صورة ذهنية حسنة للمؤسسة ☐

المحور الثالث: وسائل العلاقات العامة التي تعتمد عليها المؤسسة للتعريف بنشاطها.

13- هل تعتمد مؤسستكم على وسائل اتصال ؟

- نعم ☐ - لا ☐

* في حالة الإجابة بـ "نعم" فيما تتمثل أشكالها؟

- وسائل شفهية ☐ - وسائل مكتوبة ☐ - وسائل إلكترونية ☐

14- ماهي أكثر وسيلة اتصالية مستخدمة في مؤسستكم؟

- الملصقات ☐ - المراسلات الإدارية ☐ - اتصال شخصي مباشر ☐ - الهاتف ☐ - بريد إلكتروني ☐ - شبكة داخلية ☐

15- وفق أي أساس تم اختيار وسيلة اتصالية دون أخرى؟

- التكلفة ☐ - الانتشار ☐ - السهولة ☐ - عدم توفر وسائل بديلة ☐

16- هل ترى وجود هده الوسائل في مجال عملك ضرورة؟

- نعم ☐ - لا ☐

17- ماهو النوع الاتصالي الأكثر استخداما في مؤسستكم؟

- اتصال صاعد ☐ - اتصال نازل ☐

- اتصال أفقي

18- ما هي الوسائل الأكثر استخداما للتواصل مع الجمهور الخارجي؟

- لوحة الإعلانات - الإذاعة - كتيبات

- مواقع إلكترونية

19- حسب اعتقادك، هل قدمت وسائل الاتصال إضافة بالمؤسسة؟

- نعم - لا

* في حالة الإجابة بـ "نعم": كيف ذلك؟

- تخفيض أعباء العمل - سرعة الاتصال بالجمهور

- خلق صورة حسنة للمؤسسة - تسهيل التواصل في نقل المعلومات

20- هل تستخدم مؤسسة الحماية المدنية وسائل اتصال إلكترونية؟

- نعم - لا

- إذا كانت الإجابة بـ"نعم" فيما تتمثل؟

- موقع إلكتروني خاص -بريد الكتروني - مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الرابع: معوقات نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الحماية المدنية

21- هل ترى أن التنظيم الاتصالي المتواجد في مؤسسة الحماية المدنية كاف لخلق صورة إيجابية عنها؟

- نعم - لا

22- ماهو سبب غياب مديرية العلاقات العامة في مؤسستكم؟

- عدم إدراك مدى أهميتها من قبل المسئولين - وجود خلية الإعلام والاتصال

- عدم الفهم الجيد لدورها

23- هل هناك عراقيل اتصالية تعيق السير الحسن للمؤسسة؟

- نعم ☐ - لا ☐

- في حالة الإجابة بنعم فيما تتمثل؟

- وضع المؤسسة في لبس وغم☐ل - تعرض المؤسسة إلى ت☐ه صورتها

- الصراع التنظيم☐ - تعرض المؤسسة☐قادات

24- هل يوجد مختصين في العلاقات العامة في مؤسستكم؟

- نعم ☐ - لا ☐

* في حال الإجابة بـ"لا"، ما مدى تأثير عدم وجودهم بمؤسستكم؟

- تأثير كبير☐ - تأثير متوسط☐ - تأثير ضعيف☐

25- هل ترى أن استحداث مديرية بالعلاقات العامة؟

- ضرور☐ - غير ض☐ي - ض☐ي جدا ☐ - محايد

26- حينما تواجه مشكلة في عملك، إلى أي جهة تتجه؟

- المسئول المباش☐ - مدير المؤسس☐ - مصلحة الإدار☐ والإمداد

27- ما هي أهم المقترحات لتعزيز مكانة الاتصال والعلاقات العامة في مؤسستكم؟

- إعادة النظر في الهيكل الإداري يجعلها مدير☐ستقلة

- القيام بدراسات وأبحاث العلاقات ال☐

- مشاركة الموظفين في اتخاذ ال☐ات

دليل المقابلة

الأسئلة المطروحة:

1- هل يوجد جهاز أو قسم الاتصال والعلاقات العامة بالمديرية؟

2- ما موقع المكلف بالاتصال والعلاقات العامة بالمديرية؟

3- هل تعمل الجهة المكلفة بالاتصال والعلاقات العامة بالتنسيق بين مصالح وإدارات المديرية؟

4- من هو مصدر الحصول على المعلومة بالمديرية؟

5- ما أهمية العلاقات العامة في مديرية الحماية المدنية بولاية جيجل؟

6- هل يهتم مسؤولي المديرية برأي الجمهور الداخلي للمؤسسة، بحيث يعطي لهم الفرصة لإدلاء الرأي والاقتراحات؟

7- ما هو شكل الاتصال الداخلي الغالب بالمديرية ؟

8- ما هي أهم وسائل الاتصال الداخلي المستخدمة بالمديرية ؟ ولماذا؟

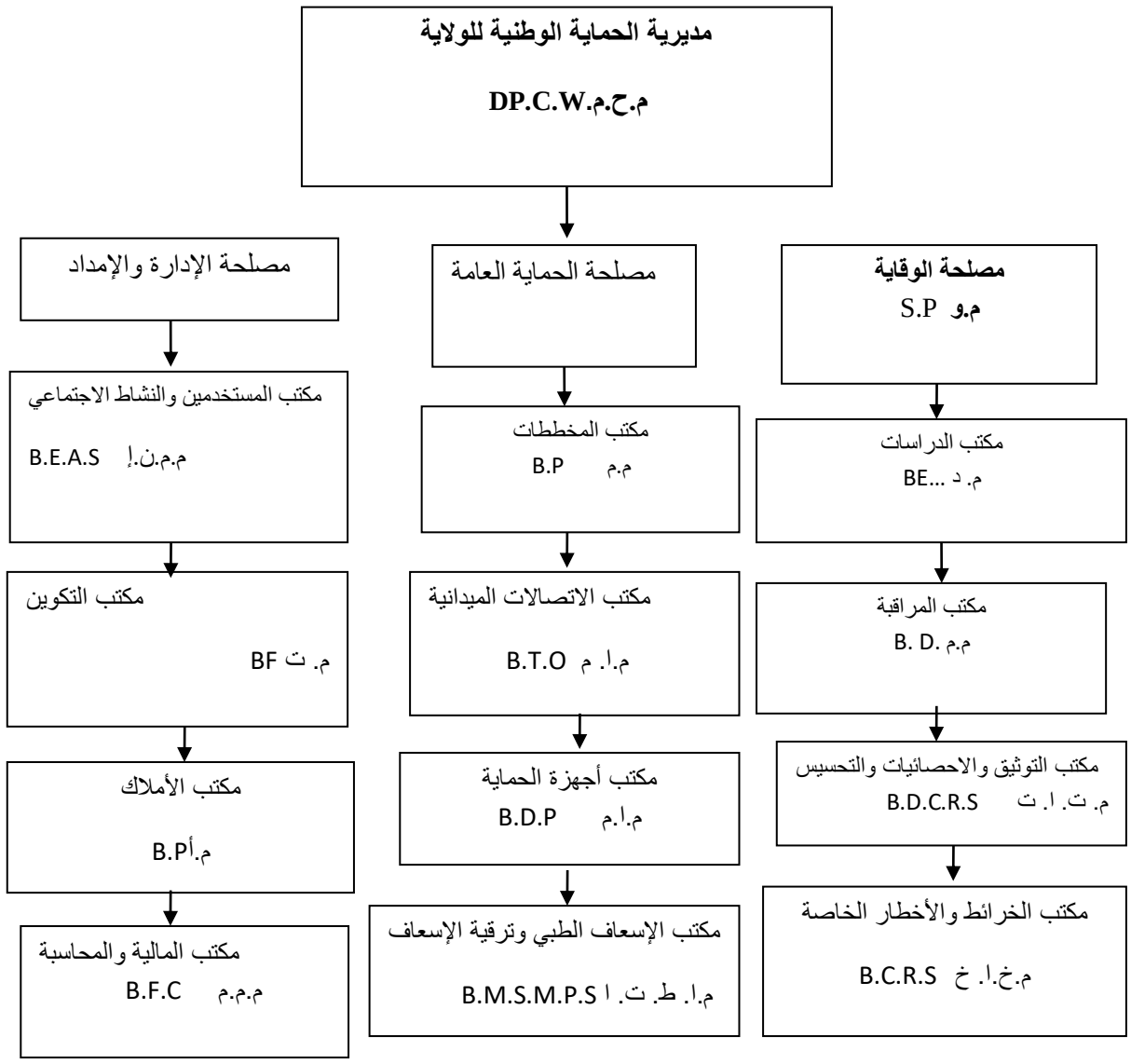
9- كيف تتم عملية الاتصال بالجماهير الخارجية ؟

10- هل يوجد تكوين في الاتصال لموظفي المديرية ؟

11- هل تمتلك المديرية موقعا الكترونيا خاص بها ؟

12- ما هي الأنشطة التي تقوم بها مؤسستكم مع جمهورها الخارجي ؟

الهيكل التنظيمي لمديرية الحماية المدنية



تنظيم مكاتب مصالح مديريات الحماية المدنية للولايات

المصالح / المناطق	مصلحة الوقاية	مصلحة الحماية العامة	مصلحة الإدارة والإمداد
المنطقة الأولى وتضم الولايات التالية:- 02-06-09-10-05-13- 14-15-16-18-19-21- 22-23-24-25-26-29- 27-31-35-42	مكتب الدراسات مكتب المراقبة مكتب التوثيق والإحصاء والتوعية مكتب الخرائط والأخطار الخاصة	مكتب الإشارة مكتب الإسعاف الطبي وترقية الإسعاف مكتب العدد الأمنية مكتب المخططات	مكتب المستخدمين والنشاط الاجتماعي مكتب التكوين مكتب الميزانية والمحاسبة مكتب الاملاك
المنطقة الثانية وتضم الولايات التالية: 12-17-20-34-36-40- 41-43-44-46-48-04	مكتب الدراسات والمراقبة مكتب التوثيق والإحصاء والتوعية مكتب الخرائط والأخطار الخاصة	مكتب الإشارة مكتب الإسعاف الطبي وترقية الإسعاف مكتب المخططات والعدد الأمنية	مكتب المستخدمين والتكوين والنشاط الاجتماعي مكتب الميزانية والمحاسبة مكتب الأملاك
المنطقة الثالثة وتضم الولايات التالية: 11-33-39-45-47- 37-32-38-28-07-08- 30-03-01	مكتب الدراسات والإحصاء مكتب الخرائط والأخطار الخاصة	مكتب الإشارة مكتب المخططات والعدد الأمنية	مكتب المستخدمين والتكوين والنشاط الاجتماعي مكتب الميزانية والمحاسبة والأملاك