

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر قسنطينة -03-



كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر:

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

الممارسة الرقمية للعلاقات العامة ودورها في تحسين صورة المؤسسة

دراسة تحليلية لصفحة الفيسبوك لمؤسسة موبيليس

إشراف الأستاذة:

ا.د فنور بسمة

إعداد الطالبات :

- عمارة كربة بسمة

- ملاحه اكرام

- السنة الجامعية: 2021/2022

- دورة جوان 2022

الملخص:

تهدف هذه الدراسة التعرف على الممارسة الرقمية للعلاقات العامة ودورها في تحسين صورة المؤسسة محاولين الإجابة على التساؤل الرئيسي: كيف ساهمت الممارسة الرقمية للعلاقات العامة عبر موقع فيسبوك لمؤسسة موبليس في تحسين صورتها؟ لدراسة هذا الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي واخترنا صفحة الفيسبوك لمؤسسة موبليس لإجراء دراستنا التحليلية، واستمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة المتمثلة في 12 يوم تحصلنا فيها على عدد 33 منشور كمفردات للتحليل. توصلت الدراسة إلى أن مؤسسة موبليس، تمارس العلاقات العامة الرقمية باستخدام صفحة الفيسبوك الخاصة بها، وذلك لخلق عملية اتصالية سهلة وفعالة بينها وبين عملائها، كما تهتم بمنشورتها من ناحية الشكل و المضمون. تختلف مواضيع منشورتها حيث انها تحمل معلومات عن المؤسسة وعروضها وخدماتها، وكذا الأنشطة الاتصالية التي ينظمها وينشرها بعض من القائمين على العلاقات العامة بها. وذلك من أجل تحقيق أهدافها الاتصالية المختلفة من خلال التقرب إلى جماهيرها وتشكيل صورة حسنة لديهم.

الكلمات المفتاحية: الممارسة الرقمية للعلاقات العامة، مؤسسة موبليس، صورة المؤسسة، صفحة الفيس بوك.

Abstract:

This study aims to identify the digital practice of public relations and its role in improving the image of the institution, trying to answer the main question: How did the digital practice of public relations through the Facebook website of Mobilis contribute to improving its image? To study this topic, we relied on the analytical descriptive approach and chose the Facebook page of the Moeblis Foundation to conduct our analytical study, and the content analysis form as a tool for collecting information from the study sample represented in 12 days, in which we obtained 33 publications as vocabulary for analysis. The study concluded that the Moblis Foundation practices digital public relations using its Facebook page, in order to create an easy and effective communication process between it and its clients, and it is also interested in its publication in terms of form and content. The topics of its publication vary, as it carries information about the institution, its offers and services, as well as the communication activities organized and published by some of its public relations officials.

Keywords: the digital practice of public relations, the Mobilis Foundation, the image of the institution, the Facebook page.

| الصفحة | فهرس المحتويات. |
|--------|---|
| | شكر. |
| | قائمة الجداول. |
| | قائمة الأشكال. |
| أ / ج | مقدمة . |
| 4 | <u>الفصل الاول: موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية</u> |
| 5 | I. موضوع الدراسة |
| 8/5 | 1. الإشكالية. |
| 8 | 2. اسباب اختيار الموضوع. |
| 8 | 3. اهميه الموضوع. |
| 9/8 | 4. اهداف الدراسة. |
| 27/9 | 5. مفاهيم الدراسة |
| 32/27 | 6. الدراسات السابقة . |
| 34/33 | 7. منظور الدراسة. |
| 35 | II. الاجراءات المنهجية |
| 36/35 | 1. مجالات الدراسة. |
| 37 | 2. المنهج المستخدم. |

| | |
|-------|---|
| 39/37 | 3. مجتمع البحث وعينه الدراسة. |
| 42/39 | 4. ادوات جمع البيانات. |
| 43 | الفصل الثاني: العلاقات العامة الرقمية وصورة المؤسسة |
| 44 | I. العلاقات العامة الرقمية . |
| 46/44 | 1. العلاقات العامة والانترنت. |
| 50/46 | 2. الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والعلاقات العامة الحديثة . |
| 52/50 | 3. العوامل التي أدت إلى تشكيل العلاقات العامة الرقمية . |
| 53/52 | 4. أهمية العلاقات العامة الرقمية. |
| 54/53 | 5. أسس العلاقات العامة الرقمية . |
| 55/54 | 6. مكونات ووسائل العلاقات العامة الرقمية. |
| 63/55 | 7. وسائل العلاقات العامة الرقمية. |
| 67/63 | 8. أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الانترنت. |
| 70/67 | 9. مميزات وعيوب الممارسة الرقمية للعلاقات العامة عبر شبكات مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 70 | II. صورة المؤسسة |
| 70 | 1. العلاقات العامة وصورة المؤسسة . |
| 72/71 | 2. أهمية صورة المؤسسة في العلاقات العامة. |
| 74/72 | 3. انواع صورة المؤسسة . |

| | |
|---------|---|
| 77/74 | 4. سمات صورة المؤسسة . |
| 78/77 | 5. العوامل المؤثرة في تشكيل صورة المؤسسة . |
| 80/78 | 6. وسائل واساليب تكوين صورة المؤسسة في العلاقات العامة . |
| 83/80 | 7. إدارة صورة المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي . |
| 84 | الفصل الثالث: عروض وتحليل وتفسير البيانات ونتائج الدراسة . |
| 103/85 | 1. عروض وتحليل وتفسير البيانات . |
| 106/104 | 2. النتائج العامة للدراسة. |
| 107/106 | 3. النتائج في ظل الدراسات السابقة . |
| 108/107 | 4. النتائج في ظل تساؤلات الدراسة . |
| 111/110 | خاتمة. |
| 117/113 | قائمة المصادر والمراجع. |
| 126/120 | الملاحق. |
| 127 | ملخص الدراسة. |