

لجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: اتصال وعلاقات عامة

الرقم التسلسلي.....

الرمز: .....

مذكرة ماستر

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم إنسانية واجتماعية

إسهامات العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الصورة الذهنية  
الداخلية للمؤسسة الاقتصادية

( دراسة ميدانية بمديرية المصالح الفلاحية لولاية قسنطينة )

إشراف الأستاذة:  
إ.د. مريم زهراوي

إعداد الطلبة:  
- رقية رباحي  
- صبرينة يزليوي  
- خولة دوس

السنة الجامعية: 2021/2020

دورة جوان

## فهرس الموضوعات

أ - مقدمة .....

### الفصل الأول: الإطار لمفاهيمي والمنهجي لدراسة

6	أولاً: إشكالية الدراسة
6	1-1- تحديد المشكلة.....
8	2-1- تساؤلات الدراسة.....
8	3-1- أسباب اختيار الموضوع.....
9	4-1- أهمية الدراسة.....
10	5-1- أهداف الدراسة.....
10	6-1- تحديد المفاهيم.....
16	7-1- الدراسات السابقة.....
20	8-1- منظور الدراسة.....
25	ثانياً: الإجراءات المنهجية لدراسة
26	1-1-2- مجالات الدراسة.....
26	أ- المجال المكاني.....
26	ب- المجال الزماني.....
30	2-1-2- مجتمع الدراسة.....
32	3-1-2- منهج الدراسة.....
33	4-1-2- أدوات جمع البيانات.....
37	5-1-2- أساليب التحليل الكمية والكمية للبيانات
38	6-1-2- معيار الصدق والثبات

### الفصل الثاني: الإطار النظري لدراسة

	- أولاً: العلاقات العامة الالكترونية
42	1-1- نشأة العلاقات العامة الالكترونية.....
44	2-1- خصائص وسمات العلاقات العامة الالكترونية.....
45	3-1- أهداف ووظائف العلاقات العامة الالكترونية.....
48	4-1- أهمية العلاقات العامة الالكترونية.....
49	5-1- أشكال وأنماط العلاقات العامة الالكترونية عبر شبكة الانترنت.....
54	6-1- أدوات العلاقات العامة الالكترونية.....
56	7-1- العلاقات العامة عبر شبكة الانترنت.....
57	8-1- دور المواقع الالكترونية في عمل العلاقات العامة الالكترونية.....
58	9-1- أخلاقيات العلاقات العامة الالكترونية.....
60	10-1- النظريات المفسرة.....
71	11-1- مزايا وعيوب العلاقات العامة الالكترونية.....

## ثانيا: الصورة الذهنية

75	1-1-2- ظهور الصورة الذهنية.....
75	2-1-2- خصائص وسمات الصورة الذهنية.....
78	3-1-2- أنواع الصورة الذهنية.....
80	4-1-2- أهداف وأهمية الصورة الذهنية.....
86	5-1-2- عوامل نجاح بناء الصورة الذهنية وشروط تكوينها.....
86	6-1-2- وظائف الصورة الذهنية وعوامل نجاحها
87	7-1-2- برامج تكوين الصورة الذهنية
90	8-1-2- الصورة الذهنية وعلاقتها بالرضا الوظيفي
91	9-1-2- النظريات المفسرة
95	10-1-2- مزايا الصورة الذهنية

## الفصل الثالث: عرض وتحليل للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

99	أولا عرض وتحليل للبيانات الميدانية
99	1-1- عرض البيانات
	2-1- تحليل البيانات
	ثانيا: نتائج الدراسة
124	1-1-2- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
124	2-1-2- نتائج الدراسة في ضوء الأهداف
125	3-1-2- نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة
126	4-1-2- النتائج العامة
129	- الخاتمة
	- ملخص الدراسة
	- الملاحق
	- قائمة المراجع

## ملخص الدراسة:

تبلورت دراستنا تحت عنوان "إسهام العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الصورة الذهنية الداخلية للمؤسسة لاقصادية"، وهي دراسة ميدانية بمديرية المصالح الفلاحية لولاية قسنطينة"، ومن خلالها حاولنا التعرف على الجهود المبذولة من طرف خلية الاتصال والعلاقات العامة الالكترونية من اجل تحسين الصورة الذهنية الداخلية للموظفين حول المديرية بما فيها المصالح والأسلاك والغرفة الفلاحية التي تتواجد بنفس المبنى وتنشط في القطاع الاقتصادي وتكمل مهام المديرية، لتحقق بذلك الرضا الوظيفي الذي يعكس على الجمهور الخارجي وتخلق الانطباع الجيد حولها، ولإبراز ذلك اخترنا المنهج الوصفي نظرا لملائمته أغراض الدراسة، وتوجهنا إلى انتقاء نظام المعاينة القائم على المسح الشامل لجمع البيانات من جميع الوحدات الإحصائية، ولقد اعتمدنا على ثلاث أدوات: الملاحظة والمقابلة كأداتين ثانويتين واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية.

وفي الأخير توصلنا إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في أن العلاقات العامة الالكترونية ذات أهمية كبيرة ولها دور فعال في تحسين الصورة الذهنية الداخلية لأي مؤسسة، وتساهم في خلق الانطباع الايجابي وذلك بفضل التقنيات والوسائل والتطبيقات التي تستخدمها لرفع الأداء وتسريع العمل وخلق ديناميكية وتنسيق داخلي بين الموظفين الذين يعتبرون المرآة العاكسة للمديرية لدى جمهورها الخارجي، وهذا راجع لطبيعة المديرية وحاجتها الملحة في خلق الرضا الوظيفي وتعزيز الصورة الطيبة لدى جمهورها الداخلي.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الالكترونية، الصورة الذهنية، المؤسسة الاقتصادية.

**Résumé de l'étude :**

Notre étude s'est cristallisée sous le titre « La contribution des relations publiques électroniques à l'amélioration de l'image mentale interne de l'institution économique », une étude de terrain à la Direction des intérêts agricoles de l'État de Constantine, et à travers elle nous avons essayé d'identifier les efforts déployés par la Cellule Communication et Relations Publiques Electroniques afin d'améliorer l'image mentale interne des salariés La direction, comprenant les services, les fils, et la salle agricole, qui est située dans le même bâtiment et est active dans le secteur économique et accomplit les tâches de la direction, afin d'obtenir une satisfaction au travail qui se reflète sur le public externe et crée une bonne impression sur celui-ci. Enquête complète pour collecter des données auprès de toutes les unités statistiques, et nous nous sommes appuyés sur trois outils: l'observation et l'entretien comme deux outils secondaires, et le questionnaire comme outil principal. Enfin, nous avons atteint un ensemble de résultats qui peuvent être résumés dans le fait que les relations publiques électroniques sont d'une grande importance et ont un rôle efficace dans l'amélioration de l'image mentale interne de toute organisation, et contribuent à créer une impression positive grâce aux techniques, moyens et applications que vous utilisez pour augmenter la performance, accélérer le travail et créer du dynamisme et de la coordination interne entre les employés.Ceux qui considèrent la direction comme le miroir de son public externe, et cela est dû à la nature de la direction et à son besoin urgent de créer de la satisfaction au travail et valoriser la bonne image de son audience interne. Mots-clés : relations publiques électroniques, image mentale, institution économique.

**Study summary:**

Our study crystallized under the title "The Contribution of Electronic Public Relations to Improving the Internal Mental Image of an Economic Institution", a field study in the Directorate of Agricultural Interests of the State of Constantine, and through it we tried to identify the efforts made by the Communication and Electronic Public Relations Cell in order to improve the internal mental image of employees about The directorate, including the departments, wires, and the agricultural room, which is located in the same building and is active in the economic sector and completes the tasks of the directorate, in order to achieve job satisfaction that is reflected on the external audience and creates a good impression about it. Comprehensive survey to collect data from all statistical units, and we relied on three tools: observation and interview as two secondary tools, and the questionnaire as a main tool. Finally, we reached a set of results that can be summarized in the fact that electronic public relations are of great importance and have an effective role in improving the internal mental image of any organization, and contribute to creating a positive impression thanks to the techniques, means and applications that you use to raise performance, accelerate work and create dynamism and internal coordination among employees. Those who consider the directorate's mirror to its external audience, and this is due to the nature of the directorate and its urgent need to create job satisfaction and enhance the good image of its internal audience. Keywords: electronic public relations, mental image, economic institution.