

الجمهورية الجزائرية والديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3 صالح بونيدر



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: اتصال وعلاقات عامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

إسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية

دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز - توزيع علي منجلي قسنطينة

إشراف الأستاذ:

د. حسان حجاج أستاذ محاضر "أ"

من إعداد الطالبتين:

بوغيدة أشواق خولة

بن أحمد نور الهدى

السنة الجامعية: 2023/2022

الدورة: جوان

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا التي تناولت موضوع "إسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية" دراسة ميدانية في المؤسسة الخدمائية سونلغاز -توزيع- بولاية قسنطينة -علي منجلي- والتي تم من خلالها إبراز مساهمة العلاقات العامة الرقمية وأنشطتها في تعزيز الصورة الذهنية لدى جمهورها الداخلي، عبر مختلف الوسائط الرقمية، حيث تم طرح التساؤل الآتي: فيما تتمثل إسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة سونلغاز؟ حيث تمت هذه الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي والعينة القصدية بالنسبة لمجتمع البحث، أما أدوات جمع البيانات استخدمنا الاستبيان كأداة رئيسية، مع الاستعانة بالمقابلة كأداة داعمة، وبعد ما تم تحليلها ومعالجتها، تم الوصول إلى مجموعة من النتائج نذكر منها: أن مؤسسة سونلغاز -توزيع- تعطي أهمية كبيرة للرقمنة وتحرص على الاستخدام الدائم للوسائل التكنولوجية الحديثة من رسائل إلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورتها الذهنية لدى جمهورها الداخلي.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، الصورة الذهنية، المؤسسة الخدمائية

Study summary

Our study on the topic "Contributions of Digital Public Relations to the Improvement of the Mental Image of the Service Institution" aims at a field study at the Service Foundation Sonelgaz-Distribution, Constantine-Ali Mendjli, which the contribution of Digital Public Relations and its activities in promoting the mental image of its internal audience were highlighted through various digital media. What are the contributions of digital PR to improve Sonelgaz' mental image ? This Study was based on the descriptive curriculum and the intended sample for the research community. The data collection tools used are the questionnaire as a key tool, using the interview as a supporting tool. After being analysed and processed, a series of results were reached, including : SONLGAS – Distribution - attaches great importance to digitization and ensures the constant use of modern technological means of e-mails and social media sites to improve its mental image in its internal audience

Key words : Digital Public Relations, Mental Imagestate-Aided Institution

Résumé de l'étude

Notre étude sur le thème "Contributions des relations publiques numériques à l'amélioration de l'image mentale de l'institution de service" vise à une étude de terrain à la Fondation de service Sonelgaz-Distribution, Constantine-Ali Mendjeli, à travers lequel la contribution des Relations Publiques Numériques et ses activités dans la promotion de l'image mentale de son public interne ont été mis en évidence à travers divers médias numériques. Quelles sont les contributions des RP numériques à l'amélioration de l'image mentale de Sonelgaz ? Cette étude était fondée sur le curriculum descriptif et l'échantillon prévu pour le milieu de la recherche. Les outils de collecte de données utilisaient le questionnaire comme outil clé, utilisant l'interview comme outil de soutien. Après analyse et traitement, une série de résultats ont été atteints, y compris : SONELGAZ - Distribution - attache une grande importance à la numérisation et assure l'utilisation constante des moyens technologiques modernes de e-mails et des sites de médias sociaux pour améliorer son image mentale dans son public interne.

Mots clés : Relations Publics Numériques, L'image Mentale, Entreprise De Services

فهرس المحتويات

[شكر وعران](#)

[إهداء](#)

[إهداء](#)

[الفهارس](#)

مقدمة

6

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

1 - تحديد الإشكالية

9

2 - تساؤلات الدراسة

13

3 - فرضيات الدراسة

13

4 - أسباب الدراسة

14

5 - أهمية الدراسة

15

6 - أهداف الدراسة

15

7 - تحديد المفاهيم

15

8 - منظور الدراسة

18

الإطار المنهجي للدراسة

24

1 - منهج الدراسة

24

2 - مجالات الدراسة

25

3 - مجتمع الدراسة

26

4 - عينة الدراسة

27

5 - أدوات جمع البيانات

28

الفصل الثاني: العلاقات العامة الرقمية، الصورة الذهنية

31

تمهيد.

32

أولاً: العلاقات العامة الرقمية

33

1 - ظهور العلاقات العامة الرقمية

33

2 - مفهوم العلاقات العامة الرقمية

34

3 - أدوات العلاقات العامة الرقمية

35

4 - خصائص العلاقات العامة الرقمية

36

5 - سمات العلاقات العامة الرقمية

37

.....37.....	6- وسائل العلاقات العامة الرقمية
.....42.....	7- مزايا ومميزات العلاقات العامة الرقمية
.....43.....	8- التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية
.....46.....	ثانيا: الصورة الذهنية
.....46.....	1- مستويات تكوين الصورة الذهنية
.....46.....	2- مكونات الصورة الذهنية
.....48.....	3- خصائص الصورة الذهنية
.....48.....	4- أنواع الصورة الذهنية
.....50.....	5- العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة
.....51.....	6- أبعاد الصورة الذهنية
.....53.....	خلاصة الفصل
.....54.....	الفصل الثالث: الجانب الميداني
.....55.....	1- التعريف بالمؤسسة محل الدراسة (مديرية توزيع الغاز والكهرباء علي منجلي قسنطينة)
.....60.....	2- علاقتها مع الزبائن
.....95.....	نتائج الدراسة على ضوء الأهداف
.....96.....	النتائج العامة
.....98.....	التوصيات
.....99.....	خاتمة
المصادر	قائمة
100.....	والمراجع
.....105.....	الملاحق
.....119.....	ملخص الدراسة

