

دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية

دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

The role of public communication in improving the image of public institutions An empirical study on a sample of setif municipalities.

جحنيط رضوان* ، إلياس شويخي

¹ جامعة محمد لمين دباغين – سطيف 2 – (الجزائر)، r.djahnit@univ-setif2.dz

² الأكاديمية العربية في الدنمارك (الدنمارك) ، ilyeschouikhi1@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/08/28

تاريخ القبول: 2021 /10/27

تاريخ الاستلام: 2021/10/15

DOI. 10.53284/2120-008-002-002

ملخص:

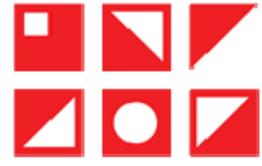
تتناول هذه الدراسة أحد أهم الجزئيات المتحركة في دورة حياة المؤسسات باختلاف طبيعة نشاطها، ألا وهي الصورة الذهنية المشكّلة عنها لدى جماهيرها ومحيطها ، وبالخصوص المؤسسات والهيئات العمومية التي يعتبر رأس مالها رضا وثقة المواطن بها ولا يتحقق هذا المسعى إلا إذا ربطناه بمتغير آخر لا يقل أهمية عن الأول، بل هو من يبني قوامه و هو الاتصال، والذي تناولت هذه الدراسة نوعا من أنواعه الممارسة بصفة ملحوظة بالمؤسسات والجهات ذات الطابع العمومي والتي تقدم خدمة عمومية، ويتعلق الأمر هنا بالاتصال العمومي، والهدف من ربط هذين المتغيرين معرفة دور الاتصال العمومي في تحسين صورة المؤسسات العمومية، وتتأتى معرفة هذا الدور من خلال الإجابة عن فرضيات الدراسة، وقد خلصت هذه الدراسة إلا عدة نتائج نذكر منها : يحمل المواطنون انطبعا وصورة محايدة - ليست صورة سلبية ولا إيجابية - عن المؤسسات والهيئات العمومية، وغياب الاهتمام بالاتصال من منظور علمي أكاديمي-

كلمات مفتاحية: الاتصال العمومي، الاتصال الاجتماعي، الصورة الذهنية، المؤسسات والهيئات العمومية.

Abstract:

This study is concerned as with one of the most important elements that control the life cycle of institutions according to the nature of their activities. This is the mental image that is formed by the public and its surroundings, especially the public institutions whose main column is the satisfaction and confidence of the citizens. This will be achieved only if we connect it with communication. This study will deal with a type of communication, which related to government institutions that provide public service, we are talking here about public communication. The purpose of linking these two variables. (Mental image and public communication) is to know the role of public communication in improving the mental. Of public institutions. In order to know this role, we will seek to answer the hypotheses of the study using data collection tools (questionnaire forms interviews) which allowed the study of 100 citizens distributed equally to 5 municipalities.

Keywords: public communication, social communication, mental image, public institutions .



1. مقدمة:

يعتبر موضوع الصورة الذهنية من المواضيع التي تلقى اهتماما كبيرا في السنوات الأخيرة، لما لها من تأثير على حياة واستمرارية ونجاح المؤسسات والافراد، وخصوصا في المؤسسات التي يكون الاتصال هو المكون الرئيس لتشكيل الصورة الذهنية عنها لدى محيطها، بدلا من السلع والمنتجات، والمقصود بهذا الكلام المؤسسات الخدمانية والمؤسسات والهيئات الإدارية. وتعد المؤسسات العمومية الإدارية بالخصوص من بين أكثر الجهات التي تجد صعوبة في تشكيل صورة ذهنية مقبولة عنها لدى محيطها (المواطن بالدرجة الأولى)، لكونها تتعامل مع مؤسسات وأفراد مختلفين من حيث الجنس، السن، المستوى المعيشي، المستوى التعليمي، فهي مقصد لكل شرائح المجتمع تماما كالبلدية التي تعد الخلية الأساسية في الاتصال بين الدولة كمؤسسات وبين المواطن.

إن البلدية هي همزة الوصل بين المواطن والمسؤولين، بل هي صوت سكانها لدى مختلف السلطات مالكة القرار، فهي أداة ووسيلة لتوصيل وإسماح انشغالات وحاجيات مواطنيها، وذلك من خلال إدارة الاتصال العمومي في مستوى يسمح بتحقيق مسعى الدولة في ديمقراطية تشاركية، يكون فيها للمواطن دور في بناء الدولة. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال العمومي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات العمومية، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف.

مشكلة الدراسة:

يعتبر الاتصال في العصر الحالي ضرورة حتمية تملئها متطلبات حياة الانسان الاجتماعية والمادية، ومن الأمور التي لا يمكن الاستغناء عنها، وهذا ما أكده بول وتزوليك حين قال " لا يمكن أن لا نتصل" (Watzlawick, hel, & Don 1979,p46) سواء تعلق الامر بالأفراد أو المؤسسات، هذه الأخيرة غيرت من نظرتها للاتصال بعد أن كان عبارة عن أمر ثانوي يقتصر على كونه أسلوبا رسميا من الأعلى إلى الأسفل بغرض توجيه المرؤوسين ولتحديد طريقة الأداء، ولكن مع تطور المجتمعات وكبر حجم المؤسسات وزيادة عدد السكان، أضحى من الضروري تغيير تلك النظرة الكلاسيكية للاتصال.

تهدف المؤسسات من خلال توظيفها للاتصال الى بناء علاقة تفاعلية مع محيطها، بقصد بناء سمعة طيبة لها وتشكيل صورة ذهنية إيجابية عنها لدى أذهان جماهيرها، إلا أن طبيعة الصورة الذهنية وأهميتها تختلف حسب طبيعة نشاط المنظمة وملكيته، فلا أحد ينكر أهمية الصورة الذهنية لمؤسسات الاعمال - الهادفة للربح- لما يمكن أن تساهم به من نجاح المؤسسة واستمراريتها من خلال تشكيل ردود أفعال إيجابية إزاء منتجات المؤسسة وخدماتها، إلا أن تصورها في القطاع العام لا يخلو من بعض الخصوصيات كمستوى ديناميكية القطاع العام بالنظر للقطاع الخاص وثقل أدوات التكيف التي تحوزها الإدارات العمومية مع المستجدات التي يفرزها المحيط، ما يجعل تطوير الصورة الذهنية - للمؤسسات العمومية - أمرا معقدا تتدخل فيه عدة عوامل. (بن يوسف، 2018، ص246)

وهنا يظهر الفرق في صعوبة تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات العمومية القائمة على علاقة تفاعل وديناميكية دائمة بينها وبين المواطن خاصة في المؤسسات الإدارية والهيئات العمومية، مقارنة بالمؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية، القائمة على المنتج والسلعة كدعامة أساسية لكسب وبناء علاقات مع الجماهير، ومع هذه الصعوبة تعمل الهيئات العمومية والإدارات



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

المحلية على بناء قاعدة اتصالية فعالة بينها وبين المواطن الذي يعتبر رأس مالها، فتعتمد في بنائها لهذه العلاقة على الاتصال العمومي والذي يرتبط ارتباطا وثيقا بكل ما هو عمومي.

إن المهمة الأسمى للاتصال العمومي هي تعريف المواطن بالسياسات العامة للسلطات العمومية، فهو اتصال ذو اهتمام عام تصدره الإدارات والهيئات العامة، يضمنها القانون وهي خدمة عمومية في حد ذاتها، يستفيد منها جميع المواطنين. وفي هذا الصدد يقول بيار زيمور أنه "لا يمكن الحديث عن اتصال عمومي دون الرجوع إلى أصول وتاريخ تنظيم الحياة الجماعية، فوجوب الاعلام عن الحقوق والواجبات يرافقه التمكين من الاطلاع على الوثائق الادارية، وتبرير القرارات وعرض نشاطات المؤسسات العمومية، ونشر المعلومات اللازمة للحياة اليومية، بالإضافة إلى المشاركة في الاجراءات الهامة بالدولة (Zémor, 1995, pp 13-14).

وتعتبر الجزائر من الدول التي تسعى للسير في هذا المجال، من خلال التوجه نحو رقمته الإدارة في مسعاها لتحسين الخدمات وتخفيف الإجراءات الإدارية، فقد اتخذت السلطات العمومية جملة من التدابير من شأنها أن تسمح بتسهيل الأمور للمواطن ورفع العوائق البيروقراطية من أجل تقليص الشرخ الموجود بين الإدارة والمواطن (<http://www.elmouwatin.dz/?>) وهذا التوجه جاء بعد تصاعد الاحتجاج وبداية توسع الهوة بين المواطن والسلطات العمومية وهذا ما يترجمه تقرير الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الانسان لسنة 2018 والذي أكد على تسجيله لأكثر من 11 ألف احتجاج في ظرف عشرة أشهر (<https://laddh-algerie.org/?p=1197>) وأغلب هذه الاحتجاجات مرتبطة بالسكن والعمل والتهيئة الحضارية والنظافة...، والتي تعد من مهام الهيئات العمومية وخصوصا السلطات المحلية. وفي الغالب تكون سبب هذه الاحتجاجات غياب المعلومة الرسمية ما يفتح المجال امام الشائعات.

ان هذا التذمر والاحتجاج يؤدي إلى حالة من التشويش و الريبة التي تشوب المواطن وتؤثر عليه أثناء تشكيله للصورة الذهنية عن هذه الهيئات. وبالإضافة الى حالة الاحتقان الناتجة عن مطالب اجتماعية، تعاني الهيئات العمومية من بيروقراطية وفساد اداري كبير وهو ما أشار اليه تقرير منظمة الشفافية الدولية لسنة 2018 والتي احتلت فيه الجزائر المرتبة 105 من أصل 180 دولة، وتضمن هذا التقرير 13 دراسة استقصائية تتعلق بالإدارة والسياسة والاقتصاد والاستثمار والعدالة... وغيرها، وكذا تقييم الخبراء لوضع القطاع العام (<https://www.transparency.org/cpi2018>).

وأمام تجليات الواقع المعيش وتطلعات السلطات العليا للبلاد، فإن هذه الدراسة ستحاول البحث في الصورة الذهنية للمؤسسات العمومية ودور الاتصال العمومي في تحسينها، انطلاقا من تساؤل رئيس مفاده:

ما هو دور الاتصال العمومي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات العمومية؟

ويندرج ضمنه عدة تساؤلات فرعية:

- 1- ماهي الانطباعات التي يحملها المواطن حول المؤسسات العمومية؟
- 2- ماهي طرق وأشكال ممارسة الاتصال العمومي في المؤسسات والهيئات العمومية؟
- 3- كيف يؤثر شكل ووسائل الاتصال العمومي على الصورة المشكلة لدى المواطن حول المؤسسة العمومية؟

فرضيات الدراسة: تفترض الدراسة :

- 1- يحمل المواطنون انطباعات سلبية عن المؤسسات والهيئات العمومية.
- 2- تعتمد الهيئات العمومية على طرائق ووسائل تقليدية في اتصالها بالمواطن.



3- لشكل ووسائل الاتصال العمومي تأثير قوي على الصورة المشكّلة لدى المواطن عن المؤسسات العمومية.

أهداف الدراسة:

- التعرف على دور الاتصال العمومي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات العمومية .
- معرفة الانطباعات التي يحملها المواطنون حول المؤسسات العمومية.
- التعرف على طرق وأشكال الاتصال العمومي الممارسة من قبل المؤسسات والهيئات العمومية.
- معرفة كيفية تأثير شكل ووسائل الاتصال العمومي على الصورة المشكّلة لدى المواطن حول المؤسسات والهيئات العمومية.

مفاهيم الدراسة

1. الاتصال العمومي:

يعرف بيار زيمور الاتصال العمومي بأنه "اتصال رسمي يهدف إلى تبادل المعلومات ذات المنفعة العامة، وكذلك الحفاظ على الرابطة الاجتماعية، التي تقع مسؤوليتها على المؤسسات والمنظمات العمومية ذات المهام المجتمعية" (Zémor, 1996, p. 52). كما يعرف بأنه الاتصال الذي يهدف إلى تقديم خدمة عمومية للفرد والجماعة من خلال مؤسساته المختلفة الإعلامية أو الخدمائية في جميع مجالات الحياة من أجل ترقية الفرد إلى الأفضل والأحسن بتغيير أو تطوير ظروف معيشته اليومية الضرورية والمهنية، أي تحقيق المنفعة والمصلحة العامة، ويهدف الاتصال العمومي إلى استعمال تقنيات واستراتيجيات اتصالية إلى تغيير وتعديل أو تطوير أفكار الأفراد وتحسين سلوكياتهم (ثابت، 2018، صفحة 509)

وقد جاء الاتصال العمومي في موسوعة الإدارة العامة الفرنسية على أنه مجموعة من أنشطة المؤسسات والمنظمات العمومية التي تهدف إلى نقل وتبادل المعلومات للغرض الرئيسي وهو تقديم وشرح القرارات والإجراءات العمومية وتعزيز الشرعية، للدفاع عن القيم المعترف بها وللمساعدة في الحفاظ على الرابط الاجتماعي، ويتعلق الاتصال العمومي بكل المؤسسات العمومية (الحكومات، والمحاكم، وما إلى ذلك) والمنظمات العمومية التي يمكن أن تكون أشكالها متنوعة للغاية (الإدارات والمؤسسات المستقلة والوكالات وغيرها). ويتم اعتباره عملية منظمة، ويشمل جميع الأنشطة الرسمية، سواء كانت مكتوبة أو شفوية، بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة والتي قد تؤثر على شخص واحد فقط (التواصل بين الأشخاص)، أو مجموعة محددة من الأشخاص (التواصل الجماعي) أو مجموعة غير محددة من المتلقين (الاتصال الجماهيري). (Pasquier, 2012)

ويفهم مما سبق أن الاتصال العمومي هو نشاط اتصالي تقوم به السلطات والمؤسسات العمومية من أجل تقديم المعلومة والخدمة للمواطن وتحقيق المصلحة والمنفعة العامة بعيد عن الدعاية.

2. الصورة الذهنية:

توجد العديد من المفاهيم المتعلقة بالصورة الذهنية والتي تختلف حسب مجال وتخصص كل باحث ولهذا سنتطرق للمفاهيم ذات العلاقة بصورة المؤسسة.

تعرف الصورة الذهنية على أنها: مجموعة من الإدراكات والانطباعات التي يكونها الأفراد عن شيء ما، ويتم استحضار هذه الإدراكات المخزنة نتيجة التعرض لمجموعة من المؤثرات، وقد تكون هذه الصورة عقلية أو غير رشيدة، صادقة أو زائفة وتختلف من شخص لآخر (عواد، 2011، صفحة 295)



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

أما "هارولد ماركس": "إن الصورة الذهنية هي إجمالي الانطباعات الذاتية لجمهور عن المنظمة تختلف من فرد إلى آخر، وهي المشاعر التي تخلقها المنظمة لدى الجمهور بتأثير ما تقدمه من منتجات وتعاملات مع الجمهور وعلاقتها مع المجتمع واستشارتها في النواحي الاجتماعية ومظهرها الإداري، وتندمج تلك الانطباعات الفردية و تتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمنظمة" (عجوة و كريمة، 2005، صفحة 128)

أما علي عوجة فيعرفها بأنها هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب ما أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم" (عجوة، 2003، صفحة 9)

3. الهيئات العمومية:

يعرفها ناصر لباد المؤسسة العمومية بأنها شخص معنوي، الهدف من إنشائها هو التسيير المستقل لمرفق عمومية تابعة للدولة أو المجموعات المحلية وعليه توجد أربعة أشكال للمؤسسات العمومية (الهيئات العمومية) في الجزائر (لباد، 2007، صفحة 213) كما يلي:

1- المؤسسة العمومية الإدارية .

2- المؤسسة العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري.

3- المؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي والتكنولوجي

4- المؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي الثقافي والمهني.

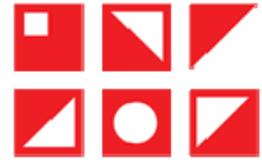
المؤسسة العمومية الإدارية: عرفها المشرع الجزائري من خلال القانون رقم: 88-01 بخضوعها للقواعد المطبقة على الإدارة ولبدأ التخصص بحيث تنص المادة 43 منه. " تخضع الهيئات العمومية الإدارية للقواعد المطبقة على الإدارة و لبدأ التخصص، تتمتع هذه الهيئات بنفس النظام المالي و الحسابي المطبق على الإدارة ما لم توجد قاعدة خاصة مرتبطة باستقلالية سيرها و تسييرها. والمؤسسة العمومية الإدارية هي تلك التي تمارس نشاطا ذا طبيعة إدارية محضة وتسمى أيضا المؤسسة العمومية التقليدية، والمؤسسات العمومية الإدارية استعملت كأسلوب لإدارة المرفق العام في الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا (غلابي، 2011، الصفحات 74-75).

منهجية الدراسة :

نوع الدراسة ومنهجها:

تدرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح، ويعود سبب اختيار هذا النوع من المناهج إلى كون دراستنا ستقوم على مسح مجموعة من العينات والمتمثلة في مجموعة من بلديات ولاية سطيف، وهذا للتعرف على الوصف المناسب لدور الاتصال العمومي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية، وكذا معرفة جملة التأثيرات التي قد يؤديها الاتصال العمومي لتحسين صورة المؤسسة العمومية لدى المواطنين.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:



لكل دراسة مجتمع بحث خاص بها، ويتطلب مجتمع البحث تحديد المفردات التي يتم جمع البيانات الموضوعية منها، للحصول على نتائج أكثر دقة ومصداقية، ومجتمع البحث لهذه الدراسة هو بلديات ولاية سطيف البالغ عددها 60 بلدية والتي بلغ عدد السكان فيها أكثر من مليون وتسعمئة ألف نسمة (1908235) وهذا حسب إحصائيات مديرية الصحة والسكان لولاية سطيف لسنة 2018. ولأن إجراء دراسة على كل هذا المجتمع يعد ضرباً من الخيال استخدمنا طريقة المسح بالعينة. وبما أن دراستنا مركبة من ثنائيتين الأولى والمتمثلة في بلديات ولاية سطيف والثانية هي سكان بلديات ولاية سطيف وعليه استخدمنا نوعين من أساليب المعاينة هما:

1. الأسلوب الأول العينة القصدية :

وتم استخدام هذا الأسلوب من أساليب المعاينة في هذه الدراسة من أجل اختيار 5 بلديات كعينات لمجتمع الدراسة والذي هو بلديات ولاية سطيف الستين، وهذا نظراً لتفاوتات الكبير الموجود بين جميع مفردات مجتمع الدراسة، لذا عمدنا على اختيار قصدي للبلديات محل الدراسة ووقع الاختيار على كل من بلدية سطيف، بلدية العلمة، بلدية عين ولمان، بلدية عين آرنات، بلدية عين الكبيرة، ويرجع سبب هذا الاختيار لسببين أساسيين هما:

السبب الأول التوزيع الجغرافي للبلديات مقارنة مع مركز الولاية:

الجدول 1: يوضح التوزيع الجغرافي للبلديات المختارة كعينة مقارنة بعاصمة الولاية.

البلدية	مكانها الجغرافي بالنسبة لعاصمة الولاية
سطيف	مركز الولاية
العلمة	شرق الولاية
عين ولمان	جنوب الولاية
عين آرنات	غرب الولاية
عين الكبيرة	شمال الولاية

السبب الثاني الكثافة السكانية. حسب إحصائيات مديرية الصحة والسكان لولاية سطيف لسنة 2018 .

الجدول 2: يوضح ترتيب البلديات المختارة كعينة على حساب عدد السكان الإجمالي لولاية سطيف.

البلدية	الكثافة السكانية	الترتيب حسب عدد السكان الإجمالي لولاية سطيف.
سطيف	377760	المرتبة الأولى
العلمة	225495	المرتبة الثانية.
عين ولمان	101017	المرتبة الثالثة.
عين آرنات	59531	المرتبة الخامسة.



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية
دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

المرتبة السادسة.	47703	عين الكبيرة
42.53% من عدد سكان الولاية.	811506 نسمة	المجموع

1. الأسلوب الثاني العينة العرضية (الصدفية):

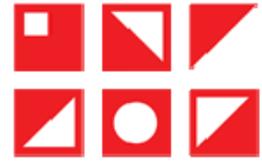
وقد اعتمدنا على هذا الأسلوب من أجل توزيع الاستمارات على مفردات البحث والمتمثلين في جمهور المواطنين القاطنين في بلديات إقامتهم واختيار هذا الأسلوب راجع لصعوبة تحديد جميع مفردات البحث وكذا كبر عدد سكان البلديات محل الدراسة (أكثر من 800 ألف نسمة) وعليه قمنا بتوزيع الاستمارات بعشوائية عن طريق الصدفة. وقوام عينة الدراسة هو 100 مفردة مقسمة بالتساوي على البلديات الخمسة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 3: يوضح توزيع عدد مفردات الدراسة على العينات محل الدراسة.

النسبة المئوية	عدد المفردات	العينات
20%	20	بلدية سطيف
2%	20	بلدية العلمة.
20%	20	بلدية عين ولمان.
20%	20	بلدية عين آرنات.
20%	20	بلدية عين الكبيرة.
100%	100	المجموع

مصادر البيانات:

استمارة المقابلة: وقد جاء الاعتماد على استمارة المقابلة من أجل اختبار الفرضية الثانية المتعلقة بمعرفة طرق وأشكال ممارسة الاتصال العمومي في المؤسسات والهيئات العمومية، ومن أجل ذلك تم صياغة 20 سؤالاً موزعاً على 7 محاور 2-4 استمارة الاستبيان: وقد تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى 3 محاور وعلى النحو التالي:
المحور الأول: تم تخصيصه للبيانات الشخصية للمبحوثين والذي احتوى على 7 أسئلة .
المحور الثاني: خصص لتقييم الانطباعات التي يحملها المواطنون حول المؤسسات العمومية. والذي تضمن 9 أسئلة.
المحور الثالث: خصص لتقييم تأثير شكل ووسائل الاتصال العمومي على الصورة المشكّلة لدى المواطن حول المؤسسات العمومية. وقد تضمن 13 سؤالاً.
حدود الدراسة: من الضروري تحديد الأطر العامة لإنجاز أي دراسة وهذا حتى يتم توضيح المعالم الأساسية لبناء الدراسة من جميع جوانبها وعليه فمجالات هذه الدراسة محددة فيما يلي:



المجال البشري (مجتمع البحث): يتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في مواطني وقاطني ولاية سطيف بصفة عامة والذي يبلغ عدد سكانها أكثر من مليون و800 ألف نسمة، حسب آخر إحصاء لمديرية الصحة والسكان لولاية سطيف سنة 2018 ، وتتنوع هذه الكثافة بطريقة غير متساوية على 60 بلدية منتشرة في ربوع الولاية، وقد تم اختيار 5 بلديات هي الأكبر من حيث الكثافة السكانية مع مراعاة التمثيل الجغرافي لكل مناطق الولاية.

المجال الجغرافي: المجال الجغرافي لدراستنا هو ولاية سطيف والتي تقع شمال شرق الجزائر وتبعد عن العاصمة بـ300 كلم، وتحتل ولاية سطيف المرتبة الثانية من حيث الكثافة السكانية حسب آخر الإحصائيات الرسمية ومع تاريخ 04 فيفري 1984م المتعلق بالتقسيم الإداري الجديد، أصبحت مساحتها تبلغ 6549.6 كلم مربع، مقسمة على 20 دائرة و60 بلدية. وتحمل التقييم الإداري رقم 19، يحد ولاية سطيف ست ولايات من الشمال ولايتي جيجل وبجاية. من الشرق ولاية ميله. من الغرب ولاية برج بوعريج. من الجنوب ولايتي المسيلة وباتنة.

2- الاتصال العمومي

1-2. مبادئ الاتصال العمومي:

يرتكز الاتصال العمومي كغيره من المجالات على مجموعة من المبادئ، فيقول " Marc Thébault " إن خليطا من القليل مما تعلمه نظريا وعشرون سنة من الممارسة في هذا المجال، ساعده على خط تسعة مبادئ للاتصال العمومي (داودي، 2017، صفحة 140) (سنذكرها باختصار):

الاحتمية: "لا يمكن ألا نتصل" تسجل هذه المقولة قوتها عندما يتعلق الأمر بالاتصال العمومي، فمهمة القائم بالاتصال العمومي هنا تحرم عليه الصمت.

الآخر: الاتصال هو الذهاب إلى الآخر، إذن فهو الاعتراف به ثم تعلم التعرف عليه، وذلك لفهم طريقة تفكيره وإيجاد الوسيلة الأكثر فعالية للتواصل معه.

الشمولية: يقول "باسكال" "من المستحيل معرفة الأجزاء دون معرفة الكل، ولا يمكن أيضا معرفة الكل دون معرفة الأجزاء بشكل من الخصوصية". فالرسالة لوحدها لا تمثل الاتصال، ولكن الاتصال هو مضمون، معنى، علاقة وسياق.

الملائمة: هذا المبدأ هو نتيجة مباشرة لسابقه، إذ لا بد من وجود تناسق في عناصر العملية الاتصالية، ومنه فتحقيق التناغم والتناسق يحقق التوافق في الاتصال وتظهر تلك الملائمة في السياق من حيث أهمية المعلومة وأسلوب صياغتها، كما في العلاقة من حيث اختيار الوقت المناسب للاتصال.

التوقيت (الزمن): هذا المبدأ هو نتيجة مباشرة لسابقه، إذ لا بد من وجود تناسق في عناصر العملية الاتصالية، ومنه فتحقيق التناغم والتناسق يحقق التوافق في الاتصال، وتظهر تلك الملائمة في السياق من حيث أهمية المعلومة وأسلوب صياغتها، كما في العلاقة من حيث اختيار الوقت المناسب للاتصال.

النسقية: هناك ثلاث عوامل تجعل الاتصال العمومي في قلب الوظيفة النسقية المعقدة، وبفهم أكثر سننتقل من التعريف التالي: " مجموعة عناصر متكاملة ومتفاعلة ومنظمة من أجل تحقيق هدف مشترك". أولى تلك العوامل أن الاتصال العمومي يتواجد في قلب نسق مفتوح، وهو بطبيعته مفتوح على بيئته وفي حركة مستمرة، يتغني الوصول إلى هدف.



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

ثانياً فإن الاتصال كونه غالباً ما يحمل خطاب التغيير، سيصطدم مع مقاومة أولئك (الموجودين في النسق)، الذين يبتغون بقاء الوضع على حاله.

وأخيراً، فإن الاتصال العمومي على علاقة تبادلية تكاملية مع القطاعات الأخرى (الأنساق)، في بيئته من مواطنين ومؤسسات المجتمع المدني .

التفاعل: علينا أن نحتمي الاعتقاد السائد بأن: الاتصال الناجح هو الاتصال الذي يصمت، لأن الاتصال هو الذي يجلب رد الفعل، فالاتصال في الواقع ما هو إلا سلسلة من الأفعال وردود الأفعال.

المواجهة: الاتصال العمومي هو مكان رمزي لالتقاء مختلف وجهات النظر والأفكار لنفس الظاهرة، فهو يجسد منطق مواجهة الأنساق المختلفة، ومنه فهو ليس نفيًا لوجود الاختلاف فب الرأي وإنما قبل لمواجهتها ومناقشتها.

التوقع: ردود الفعل أمر مفروغ منه ولا يمكن تجاهله في عملية الاتصال العمومي، ومنه فإن مهمة هذا الأخير لا تتوقف عند توصيل الرسالة إلى الجمهور فقط، بل تتعدى ذلك إلى توقع ردود الأفعال وتحضير استراتيجيات للإجابة عليها (داودي، 2017، صفحة 143)

أما مجلس الدولة الفرنسي فقد حدد مبادئ الاتصال العمومي أو ما يعرف (القواعد العشر الذهبية) في:

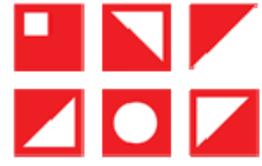
- ❖ الوضوح تجاه المهنة
- ❖ إحياء الهوية الداخلية.
- ❖ تحفيز الانضمام
- ❖ إشباع واجب الإعلام
- ❖ تحسين المعلومة تحت ضغط التبادل.
- ❖ البحث عن تقبل وسائل الاعلام.
- ❖ ترويج خدمات المنظمة وصورتها.
- ❖ احترام دفتر أخلاقيات مهنية.
- ❖ دعم الروابط الاجتماعية .
- ❖ المساهمة في النقاش العمومي. (هميسي، 2017، صفحة 85)

2-2. أهداف الاتصال العمومي:

1. ضمان وصول المعلومات
2. إعطاء صورة إيجابية عن المؤسسات العمومية
3. تغيير السلوكيات
4. التواصل والاستماع ، الصفحات (Mégarde, 2005, pp 26-30)

اما جاك جي (Gee, 1996, p14) يرى انه يمكن تقسيم أهدافه الرئيسية إلى أربع مجالات واسعة:

1. إنشاء رأي مستنير بالمواضيع التي يتناولها كل هيئة او وزارة.
2. استخدام جميع وسائل الإعلان - باستثناء الدعاية - للمساعدة الهيئات والهياكل الوزارية لتحقيق أهدافها .



3. تقديم المساعدة والمشورة بشأن أي موضوع يتناول العلاقات بين الوزارة والمواطنين.

4. تقديم المعلومات والمشورة للإدارات والحكومة حول ردود أفعال المواطنين حول السياسات المتبعة.

5. ضمان المعلومة

وقد جاء في دليل الاتصال العمومي الذي أعدته السلطات البلجيكية أن الاتصال العمومي يهدف ويساهم فيما يلي:

1. إضفاء الشرعية على السلطات وسياساتهم.

2. تلميع صورة المصالح العمومية.

3. تطبيق الحكم الديمقراطي.

4. تعمل السلطات العمومية على خدمة المواطنين، والتفاعل معهم.

5. معرفة وفهم المواقف والمشاكل والعمل على حلها. (Leroy, 2008, pp. 25-26)

وليكون الاتصال العمومي مفيد وفعال ويحقق أهدافه يجب أن يقوم على مايلي:

- تصميم السياسة العامة: لأنها تساعد على إنتاج التأثيرات المرغوبة الاتصال فتواصل هو بعد أساسي للعمل العام.
- العلاقة الدائمة مع المجتمع والجمهور: لتمكين المؤسسات العمومية من ممارسة مهمتها بشكل جيد خدمة للمصلحة العامة.
- صدق: يقودها الاستماع إلى الجماهير، والوضوح وسهولة الوصول إلى المحتوى، وترباط الإجراءات.
- التقييم المستمر: للإجراءات من اجل الادارة الجيدة المال العام. (Conseil d'Etat français, 2017, p. 4)

2-3. الفاعلون في الاتصال العمومي:

الاتصال العمومي هو نتيجة الخطابات أو الإجراءات الاتصالية التي يقوم بها العديد من الجهات الفاعلة فحسب ما جاء في الدليل الذي أعدته السلطات الفرنسية «**guide de l'attaché communicant**» فإن الجهات الفاعلة في مجال الاتصال العمومي هم كل من:

- رئيس الوزراء (رئيس الحكومة).

- الوزارات

- الولاية

- الإدارات الغير مركزية

الهيئات الخاضعة لإشراف الوزارات (PREMIER MINISTR de la France, 2005, p. 11)

3. الصورة الذهنية

1.3 أنواع الصورة الذهنية:

يختلف تقسيم أنواع الصورة الذهنية من باحث إلى آخر وهذا حسب مجال تخصص كل باحث ومن أمثلة هذه التقسيمات

نجد ما يلي:

يقسمها الباحث فرانك جفكينز إلى 05 أنواع هي كالآتي:

- الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

- الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- الصورة المرغوبة: وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
- الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير. ولذلك يمكن أن تسمى بالصورة المتوقعة.
- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها. ومن الطبيعي ألا يستمر هذا التعدد طويلا. فأما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين في صورة موحدة تظلها العناصر الإيجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد(عجوة، 2003، الصفحات 8-9).
- أما فضيل دليو فيقسمها إلى أربع أنواع:
- الصورة المؤسسية: وتكون على المستوي الوطني والدولي من جهة وتخص الجمهور العام من جهة ثانية وهي تتطور بفضل اتصال يعتمد على القيم التي تمثلها المؤسسة، وتعبر عنها، وخاصة في المجالين الاجتماعي والاقتصادي.
- الصورة المهنية: وترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة وبكيفية أدائها لها.
- الصورة العلائقية: وتتطور من خلال تواصلها القبلي أو البعدي مع جمهورها الداخلي والخارجي.
- الصورة العاطفية: تشخصها نوعية العلاقات التي تربط الجمهور بالمؤسسة، بغية تنمية الرأسمال التعاطفي والودي بينهما (دليو، 2003، صفحة 53).

2.3 أبعاد ومكونات الصورة الذهنية:

1. البعد أو المكون المعرفي:

2. البعد أو المكون الوجداني:

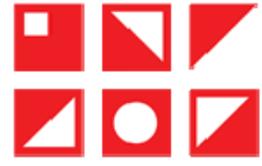
3. البعد السلوكي.

وعموما يمكننا التمييز بين نوعين رئيسيين من الصورة الذهنية الخاصة بالمؤسسات وهما الصورة المدركة والصورة المبتغاة، وذلك على ضوء التمييز بين ما هو موجود فعلا وما هو منشود.

3.3 دور الاتصالات في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة:

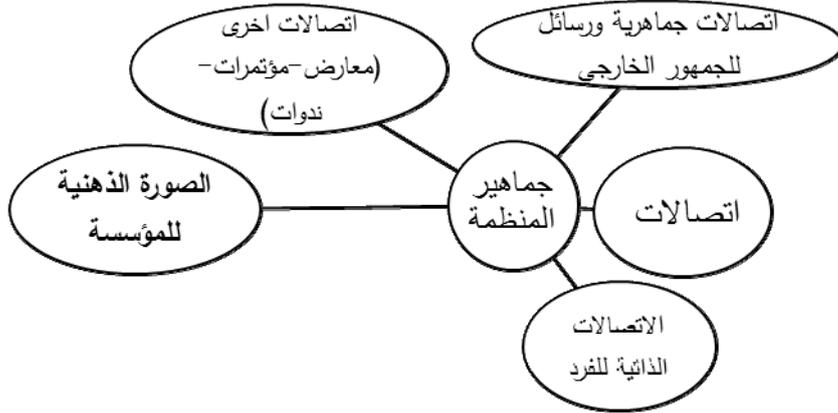
تستخدم المنظمات المعاصرة مزيجا من الاتصالات الكلية لتأثير في الجماهير الهامة للمنظمة، وهي تمثل الاتصالات التسويقية التقليدية التي تركز على تسويق المنتجات أو العلامة التجارية لها.

وتتحقق عملية تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة وخلق الانطباعات العقلية عنها من خلال الاتصالات بمستوياتها المختلفة (بين الفرد وذاته، والاتصالات المواجهة بين الفرد والآخرين، والاتصالات الجماهيرية) حيث تتحول المعلومات المنقولة عن المنظمة من مصادر الاتصالات المختلفة في ذاكرة الفرد إلى شبكة من المعاني التي تشكل الانطباعات العامة الكلية للفرد حول الهوية الذاتية للمنظمة.



وتؤثر اتصالات المنظمة بكل ما تشتمل عليه من رموز لغوية (رسائل مكتوبة) أو بصرية (صور، رسوم) على عقل ووجدان الجمهور المتلقي لرسائل المنظمة مما يؤدي إلى تحول المدركات العقلية الخاصة به إلى صور ذهنية عن المنظمة ناتجة عن تفاعل مصادر اتصالية عديدة على النحو التالي

الشكل 1 يوضح دور الاتصالات في تشكيل الصورة الذهنية.



المصدر: (عجوة وكريمان، 2005، الصفحات 136-137):

4. عرض ومناقشة نتائج الدراسة

1.4 عرض وتحليل أسئلة المقابلة:

لقد أجريت المقابلة مع كل مفردات البحث من الهيئات العمومية والبالغ عددها خمسة، والتي اختارها الباحث بطريقة قصدية وللأسباب المذكورة سلفاً، ولتذكير فقد تضمنت استمارة المقابلة 7 محاور ينبثق عنها 20 سؤالاً محاولين من خلالها معرفة أهمية الاتصال لدى الهيئات العمومية والتعرف على أبرز الأشكال والطرائق المتبعة من قبل هاته الهيئات في اتصالها بمحيطها وبمواطنيها بهدف خلق جو من التناغم والتفاهم وتشكيل سمعة وصورة جيدة عنها. وكذا معرفة تقييم القائمين على الهيئات العمومية لواقع الاتصال مع المواطن وكذا تقييم الصورة الموجودة في أذهان المواطنين عنهم، وهذا من أجل اختبار صحة الفرضية الثانية لهذه الدراسة والإجابة عنها.

المحور الأول: أهمية الاتصال بالنسبة للمؤسسات والهيئات العمومية:

الملاحظ من خلال إجراء هذه المقابلات ان 3 من أصل 5 بلديات يمارس فيها الاتصال كنشاط وليس كوظيفة، حيث وباستثناء بلدية سطيف التي أنشأت خلية للإعلام والاتصال متكونة من 5 أعضاء وذلك بقرار من رئيس المجلس الشعبي البلدي المؤرخ في جانفي 2019، وكذلك بلدية عين ولما التي أنشأت مكتب للإعلام والاتصال ووفرت له الإمكانيات لتعمل بأريحية، لا تزال باقي البلديات تمارس إدارة الاتصال كنشاط روتيني مرتبط بالقوانين والتشريعات العامة، كالمعلقة بنشر الصفقات والاستشارات والاعلانات والتعليمات وغيرها من الأمور، دون التفكير في تسطير إستراتيجية اتصالية إبداعية تعمل على تقريب الإدارة من المواطن.

المحور الثاني: أدوات الاتصال بالمواطن:

يتفق جميع الهيئات محل الدراسة على أن الاتصال الشخصي هو الأسلوب الأكثر استعمالاً في الاتصال مع المواطن ونخص بالذكر هنا الاتصال الشفهي المواجهي، والذي تعتمد عليه الهيئات العمومية بكثرة خاصة وأن الهيئات العمومية تتعامل مع



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

كل شرائح المجتمع وباختلاف أعمارهم ومستواهم التعليمي لذا فهي تعتبره الوسيلة الأكثر نجاعة وفاعلية في توصيل المعلومة والاتصال بالمواطن قصد إعلامه وإقناعه بالموضوع محل النقاش.

المحور الثالث: واقع استغلال وسائل الاتصال الالكتروني في الهيئات العمومية

تتجه الهيئات العمومية لسير نحو بداية استغلال الفضاء الالكتروني وخصوصا منصات التواصل الاجتماعي كالفايس بوك على سبيل الحصر، حيث يقتصر الامر حاليا على إنشاء 4 بلديات من أصل 5 لصفحات رسمية على الفضاء الأزرق، وتولى مهمة تسييره والنشر فيه لموظف يقوم بإدارته وتحميل كل الإعلانات والقرارات وفي بعض الأحيان لنقل ورصد شكاوى المواطنين حيث يؤكد رئيس بلدية العلمة السيد طارق حشاني أنه "تم إنشاء صفحة رسمية خاصة بالبلدية وتم منح شؤون تسييرها لموظف يقوم بنشر كل ما هو جديد ومتعلق بالهيئة وكذا يقوم بجمع انشغالات المواطنين طيلة أيام الأسبوع لي يتسنى له الإجابة عنها كل يوم خميس سواء كان من خلال النشر للعامة إذا كان يتعلق بالانشغال بأمور تهم العامة أو عن طريق الرد في الخاص إذ كان الامر يتعلق بأمر شخصي يخص مواطن بصفة خاصة".

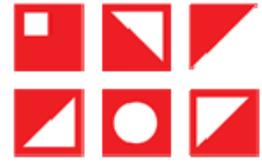
المحور الرابع: علاقة الهيئات العمومية بوسائل الاعلام

تعتبر أغلب الهيئات محل الدراسة أن علاقتها مع وسائل الاعلام بمختلف مشاربها وأنواعها هي علاقة تواصل دائم، خصوصا مع الإذاعة المحلية والصحف المكتوبة، وهذه العلاقة ترجع في الأساس إلى التصور التي تحمله الهيئات العمومية للدور الفعال الذي تلعبه وسائل الاعلام كوسيط بين المؤسسات والهيئات العمومية والمواطن، وهذه العلاقة تستمد من قوة وسائل الاعلام في حد ذاتها فهي قادرة على فتح فضاء للاتصال بالمواطنين الواسعة والمنتشرة في رقع جغرافيا كبيرة، وكذا لدور هذه الوسائل في نقل المعلومات والإقناع وغير ذلك من وظائف وسائل الاعلام والتي تتقاطع في غايتها مع سياسة الهيئات العمومية الاتصالية.

وتعتبر الإذاعة المحلية "إذاعة الهضاب" الوجه البارز للعلاقة، والوسيلة الأكثر استخداما وتعاملا معها بالنسبة للهيئات العمومية، وهذا راجع بالدرجة الأولى للحيز الزمني والبرامجي الواسع الذي تتيحه إذاعة الهضاب للهيئات العمومية كحخص أو كأخبار تذاع في كل موجز محلي إخباري، ومن جهة أخرى تعتبر الإذاعة مؤسسة عمومية، من بين أهدافها هي نقل انشغالات المواطن للهيئات العمومية، والعمل على تقريب الإدارة من المواطن في إطار السياسة العامة للدولة، وذلك في إطار عمل جواربي تفاعلي.

هذا التوجه نحو الإذاعة المحلية بالخصوص، تشترك فيه جميع الهيئات العمومية محل الدراسة، لتأتي الصحف في الرتبة الثانية، حيث تعتبر الهيئات العمومية بالنسبة للصحف أحد أهم مصادر المعلومات بالنسبة لهذا النوع من المؤسسات الاعلامية، ورغم بعض المشاكل التي تحدث بينهما خصوصا حين يتم نشر أخبار دون الرجوع للهيئة من أجل نقل الخبر بمصدقية وموضوعية للمواطن، هذا ما خلق في كثير من الأحيان مشاكل كبيرة للهيئات العمومية، التي تجد نفسها أمام حتمية الرد والتصويب، لتأتي القنوات التلفزيونية في المرتبة الثالثة وهذا شيء طبيعي مقارنة بكون القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر هي تجربة جديدة، وتتمركز جل مقراتها في العاصمة.

المحور الخامس: أدوات الاستماع للمواطن



تشترك كل العينات محل الدراسة في الأدوات المستخدمة لرصد الشكاوى والاقتراحات، والتي جاءت بما القوانين والتشريعات المنظمة لعمل هذه المؤسسات العمومية كقانون البلدية 2011، ومن بين هذه الأدوات نجد سجل الاقتراحات ورصد الشكاوى والذي توفره جل الهيئات والمؤسسات العمومية، ورغم أن هذا الأسلوب من أساليب اتصال المواطن بالهيئات غير مجد في كثير من الأحيان، نظرا لعدم ثقة المواطن في وصول شكواه واقتراحه للمسؤول الأول عن المؤسسة والهيئة العمومية، رغم تنفيذ الأمين العام لبلدية عين أرناط وتأكيد أنه يطلع بصفة دورية على السجل المخصص لهذا الغرض.

يفضل المواطنون وهذا حسب المسؤولين على هذه الهيئات الاتصال الشفهي المباشر، لذا خصصت هذه المؤسسات والهيئات العمومية يوم في الأسبوع - هو يوم الثلاثاء- يتم فيه استقبال المواطن في مكتب رئيس المجلس الشعبي البلدي أو مكتب الأمين العام، وهذا للاستماع والانصات للمواطنين والاحتكاك المباشر بهم، حيث يطرح المواطن انشغاله للمسؤول الأول في اتصال مواجهي ليحبيه هذا الأخير عن الحلول حسب إمكانية الهيئة وفي ظل ما يسمح به القانون محاولا إقناعه وفي كثير من الأحيان طمأنته.

المحور السادس: آليات إشراك المواطن في صنع القرار

يؤكد من تحاورنا معهم أن هيئتهم تولى اهتمام بالغ لإشراك المواطن في تسيير شؤون هيئته، وذلك من خلال فتح الباب امام تقديم آرائه واقتراحاته وذلك من خلال الاستشارات التي تفتحها الهيئة لتحديد ملائمة وعدم ملائمة النشاط أو المشروع المزمع فتحه أو إنشاؤه، كما أن القوانين تتيح للمواطن حضور جلسات المداولة التي تعقدتها الهيئة للمصادقة على البرامج والمشاريع، والتي تنشر نتائجها للعامة وتعلق في الأماكن العمومية حتى يسهل للمواطن الاطلاع عليها ومعرفة كل خبايا وجدديد هذه الهيئات، كما أنها من خلال الزيارات الميدانية والاحتكاك المباشر بالمواطن، تتمكن من معرفة احتياجاته رغم أن هذه الاحتياجات تصطدم في الغالب بصلاحيات المحدودة لهذه الهيئات، وكذا الميزانية المالية المخصصة لها، والتي لا تكفي لإنجاز و تحقيق كل متطلبات المواطن، لذا تلجأ الهيئة لتحديد الأولويات الحيوية والتنمية المستعجلة.

المحور السابع: تقييم المؤسسات والهيئات العمومية للاتصال وصورتها لدى المواطن

يرى المسؤولون محل الدراسة أن الاتصال بين الهيئات العمومية والمواطن غير كاف، وتعمل 3 بلديات من أصل 5 على تحسين الاتصال من خلال التفكير في إنشاء خلية للإعلام والاتصال كبلدية العلمة مثلا، في حين أنشأت بلدية سطيف هذه الخلية مطلع هذه السنة، والتي تعد تجربة جديدة بالنسبة لها، ونفس الشيء بالنسبة لبلدية عين ولمان، في حين لا تزال بلديات كعين أرناط وعين الكبيرة بعيدة عن هذا التكفير وهذا راجع لصغر حجم هذه البلديات مقارنة بالبلديات سالفة الذكر، وكذا ميزانيتها المحدودة جدا.

وتبرز هذه الرغبة في تحسين محتويات الاتصال- من خلال إنشاء خلية للإعلام والاتصال- وفقا لهذه المعطيات، وهذا إدراكا لأهمية إدارة الاتصال من قبل الهيئة مع المواطن، وبهذا يمكن القول بأن من بين أهم المشكلات التي قد تؤثر على نحو ما في تشكيل صورة المؤسسات والهيئات العمومية تكمن في طبيعة المحتويات المتناقلة وكفاءتها.

إن الملاحظ أن تصميم وتخطيط هذه المحتويات والسياسات الاتصالية تخضع بالأساس للنصوص والتعليمات واللوائح والتشريعات القانونية، والتي في الغالب ما تكون غير مرنة وتقضي فيها الاهتمام بالاتصال كمجال علمي، فالمشكل هو مشكل



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

قوانين تنظيمية، تعيق رغبة الهيئات في ابتكار وتجديد طرق ومحتويات أكثر حيوية وفاعلية، تخدم الهيئة من جهة وتنفع المواطن من جهة أخرى.

وبخصوص صورة المؤسسة لدى المواطنين ترى الهيئات العمومية محل الدراسة، أن صورتها لدى المواطن هي صورة سلبية، و حسب خلية الاعلام والاتصال لبلدية سطيف أن الصورة التشاؤمية التي يحملها المواطن عن هيئتهم يكون مبالغاً فيها في كثير من الأحيان، نظراً للخدمات التي تقدمها الهيئة والتي تثبتها الأرقام.

2.4. عرض وتحليل استمارة الاستبيان

سنقوم بتفريغ وتحليل البيانات الواردة في استمارة الاستبيان الذي استهدف المواطنين كمبحوثين للدراسة. وللتذكير فقد احتوت استمارة الاستبيان على 29 سؤال موزعة على ثلاث محاور، تهدف للإجابة على فرضيتين من أصل ثلاث فرضيات للدراسة. وقد أجريت الدراسة على عينة مشكلة من 100 مفردة تم انتقاؤها عن طريق الصدفة مقسمة بالتساوي بين البلديات المختارة بطريقة قصدية، وبعد توزيع وجمع الاستمارات والتدقيق في مدى خلوها من أي نقائص، كان نتاج عملية التفريغ والتحليل بعد ذلك ما يلي:

❖ تفريغ وتحليل المحور الأول: المتعلق بالبيانات الشخصية.

الجدول 4 يبين البيانات الشخصية للعينات محل الدراسة.

النسبة %	التكرار	الجنس
46%	46	ذكور
54%	54	إناث
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	السن
64%	64	35-18
30%	30	60-36
6%	6	أكثر من 60
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	الوضع المهني
36%	36	طالب / تلميذ
8%	8	عامل / تاجر
44%	44	موظف
9%	9	بطل
3%	3	متقاعد
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي



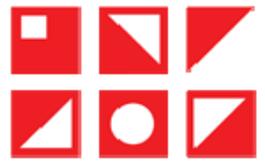
2%	2	أمي
0%	0	ابتدائي
4%	4	متوسط
22%	22	ثانوي
72%	72	جامعي
%100	100	المجموع
النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
78%	78	مركز البلدية
22%	22	فرع بلدي
%100	100	المجموع
النسبة %	التكرار	حالة التردد على مقر البلدية
%17	17	متكرر
%83	83	ظرفي
%100	100	المجموع

إن نسبة تمثيل الجنسين في هذه الدراسة متقاربة، رغم أن نسبة الاناث أكثر من نسبة الذكور، فقد بلغت نسبة تمثيل الاناث في هذه الدراسة 54% في حين كانت نسبة الذكور 46%، ورغم أن توزيع الاستمارات على الباحثين تم عن طريق الصدفة، دون ترتيبات مسبقة إلا ان تمثيل العينة من الجنسين كان متقاربا.

يتبين أن الفئة العمرية الممتدة من 18 إلى 35 سنة هي الفئة العمرية الغالبة في هذه الدراسة بنسبة 64%. ثم تليها الفئة العمرية الممتدة من 36 إلى 60 سنة بنسبة 30% لتحتل الفئة العمرية أكثر من 60 سنة المرتبة الثالثة بنسبة تمثيل تقدر بـ6%. تبين المعطيات المتحصل عليها والمتعلقة بمتغير الوضع المهني للباحثين أسفر عن ما نسبته 44% من مجموع العينة هم الموظفون، ثم يأتي في المرتبة الثانية التلاميذ والطلاب بنسبة 36% ثم يليهم العاطلين عن العمل بنسبة 9% ثم يليهم أصحاب الاعمال الحرة بنسبة 8% وفي الأخير المتقاعدون بنسبة 3%. الملاحظ من هذه الأرقام أن الموظفين والمتدربين من تلاميذ وطلاب هم الأغلبية (80%) ويمكن إرجاع الأمر إلى تزامن توزيع استمارات الاستبيان مع الإضراب الذي شنه الموظفون في القطاع العمومي كالإدارات العمومية وبعض المؤسسات العمومية، والاضراب المفتوح الذي عرفته جامعات ولاية سطيف وقطاع التربية والتعليم، مما جعلهم متواجدين وبكثرة في الأماكن العامة التي كنا متواجدين بها.

تبين المعطيات أن غالبية العينة محل الدراسة هم ذو مستوى جامعي (72%) ثم يليهم أصحاب المستوى الثانوي (22%) ثم أصحاب المستوى المتوسط (4%) ودون المستوى بـ (2%) ويمكن إرجاع هذا التباين في الأرقام إلى ثلاث عوامل هما

- ارتفاع المستوى التعليمي للمواطن الجزائري.



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

- بما أن أغلبية مفردات عينة الدراسة (94%) تتراوح أعمارهم بين (18 و60 سنة) فهم من مواليد ما بعد الاستقلال، وهو ما يعني استفادتهم من إجبارية التعليم.
 - (80%) من عينة الدراسة هم موظفين ومدرسين سواء في الطور الثانوي أو طلاب جامعين وهذا ما يفسر بالضرورة هذه الأرقام المتعلقة بالمستوى التعليمي لمفردات الدراسة
- تبين المعطيات المتحصل عليها والمتعلق بمكان إقامة مفردات الدراسة أن 72% منهم يقطنون في مركز البلدية في حين يقطن البقية أي 22% في فروع البلديات، ويمكن إرجاع ذلك -رغم أن مفردات الدراسة اختيرت بطريقة عرضية- إلا كون التوزيع السكاني للبلديات محل الدراسة يتمركز غالبته في الوسط الحضري (خصوصا بلديات مثل سطيف، العلمة، عين ولان)، وكذلك إلى كون تواجد كل الهيئات والمؤسسات في مراكز البلدية ما يجعلها مقصد الجميع.
- تبين المعطيات أن 83% من مفردات الدراسة تتردد على مقر البلدية بصفة ظرفية في حين أن 17% المتبقية تقصد مقر البلدية بصفة متكررة، ويمكن إرجاع ذلك إلى عامل الوقت كون غالبية مفردات الدراسة هم موظفين وطلاب ومدرسين. كما يمكن إرجاع الأمر إلى اقتصار العلاقة بين المواطن والبلدية في وقت الحاجة إلى وثائق وأمر شخصية فقط.
- ❖ **تفريغ وتحليل معطيات المحور الثاني المتعلق بتقييم انطباعات المواطنين حول المؤسسات والهيئات.**

الجدول 5: يبين تقييم المواطن للخدمة المقدمة من قبل المؤسسات والهيئات العمومية

النسبة %	التكرار	تقييم المواطن للخدمة المقدمة
6%	6	جيدة
70%	70	متوسط
24%	24	سيئة
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	تقييم المواطن لإجراءات الحصول على الخدمة
29%	29	إجراءات سهلة
48%	48	إجراءات صعبة
23%	23	إجراءات معقدة
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	تقييم المواطن ومدى حصوله على المعلومات التي يحتاجها
18%	18	دائما
40%	40	غالبا
35%	35	نادرا
7%	7	لا
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	تقييم المواطن للعلاقة الموجودة بينه وبين الهيئات العمومية
12%	12	علاقة جيدة



61%	61	علاقة مضطربة
27%	27	علاقة سيئة
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	تقييم المواطن لطريقة استقبال وتعامل الموظفين معهم
9%	9	طريقة جيدة
65%	65	طريقة متوسطة
26%	26	طريقة سيئة
100%	100	المجموع
النسبة %	التكرار	تقييم المواطن لواقع الاتصال مع المؤسسات والهيئات العمومية
4%	4	جيد
45%	45	متوسط
29%	29	سيئ
22%	22	غائب
100%	100	المجموع

توضح المعطيات المتحصل عليها من الجدول رقم 8 أن غالبية مفردات العينة (70%) يقيمون الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات والهيئات العمومية بالمتوسطة، في حين يرى (24%) الأخرى أن الخدمة المقدمة سيئة، أما (6%) المتبقية تقييم الخدمة المقدمة على أنها جيدة.

الملاحظ ان غالبية المواطنين - محل الدراسة- (94%) غير راضين على الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات والهيئات العمومية، ويتراوح تقييمهم للخدمات المقدمة ما بين المتوسط والسيء، وهذا المؤشر قد يلقي بضلاله على الانطباع العام للمواطنين حول العمل والخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات.

يتضح من هذه البيانات أن 48% من مفردات عينة الدراسة يرون أن إجراءات الحصول على الخدمة هي إجراءات صعبة، في حين يرى 29% منهم أنها إجراءات سهلة اما النسبة المتبقية والتي تمثل 23% من إجمالي العينة يرون أن إجراءات الحصول على الخدمة هي إجراءات معقدة.

تبرز المعطيات ان 40% من مفردات الدراسة ترى أنها تحصل غالبا على المعلومات التي تحتاجها من المؤسسات والهيئات العمومية، في حين ترى 35% أنها لا تحصل على المعلومات التي تحتاجها الا نادرا، اما 18% الأخرى ترى أنها تحصل على المعلومات دائما، في حين 7% المتبقية ترى أنها لا تحصل على المعلومات التي تحتاجها.

توضح البيانات ان غالبية مفردات الدراسة (61%) ترى ان العلاقة الموجودة بينه كمواطن وبين المؤسسات العمومية هي علاقة مضطربة، في حين يرى (27%) ان العلاقة بينه وبين هاته المؤسسات والهيئات العمومية هي علاقة سيئة، في حين ترى (12%) فقط أن العلاقة جيدة تربطه بها.

توضح الأرقام المتضمنة في الجدول السابق أن 65% من المواطنين -محل الدراسة- يرون أن طريقة استقبال وتعامل الموظفين معهم هي طريقة متوسطة، في حين 26% منهم يرون أنها طريقة سيئة و9% فقط يرون أنها علاقة جيدة.



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

الملاحظ ان طريقة استقبال وتعامل الموظفين مع المواطنين- محل الدراسة- هي طريقة لا ترقى لما نتطلع إليه مفردات عينات الدراسة وهو ما تعبر عنه هاته الأرقام. رغم وجود مكتب استقبال وتوجيه في مقر كل بلدية من البلديات محل الدراسة. تبين المعطيات المتحصل عليها أن 45% من مجموع المواطنين المبحوثين يرون أن واقع الاتصال مع المؤسسات والهيئات العمومية متوسط، في حين يرى 29% منهم ان واقع الاتصال الذي يربطهم بالمؤسسات والهيئات العمومية هو واقع سيء، اما 22% يرون أن الاتصال غائب تماما، في حين 4% فقط من مجمل العينة ترى ان واقع الاتصال بينها وبين المؤسسات والهيئات جيد.

❖ تفريغ وتحليل المحور الثالث: المتعلق بتقييم تأثير شكل ووسائل الاتصال العمومي فعلى الصورة المشكلة لدى المواطن حول المؤسسات العمومية.

الجدول 6: يبين وسائل الاتصال الذي يفضلها المواطن في تواصله مع المؤسسات والهيئات العمومية.

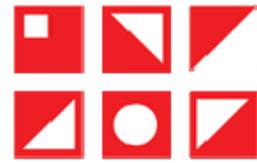
وسائل الاتصال المفضلة	التكرار	النسبة %
وسائل الاتصال الشخصي	47	39.2%
وسائل الاتصال الجماهيري	19	15.8%
وسائل الاتصال الالكترونية	54	45%
المجموع	120	100%

تبين البيانات الواردة في الجدول رقم أن وسائل الاتصال الالكتروني هي الوسيلة المفضلة لدى المواطنين في اتصاهاهم بالهيئات العمومية وذلك بالنسبة (45%) ثم تأتي وسائل الاتصال الشخصي (39.2%) في حين حلت وسائل الاتصال الجماهيري في المرتبة الأخيرة بنسبة (15.8%).

الجدول 7: يبين الأشكال الاتصالية التي يفضلها المواطن في حصوله على المعلومات من المؤسسات والهيئات العمومية.

الأشكال الاتصالية المفضلة	التكرار	النسبة %
شفهيا (من خلال الموظفين)	46	29.5%
مكتوب (من خلال الإعلانات)	27	17.3%
وسائل الاعلام	40	25.6%
مواقع وصفحات التواصل الاجتماعي	34	21.8%
أخرى	9	5.8%
المجموع	156	100%

تبرز المعطيات المتحصل عليها من الجدول رقم أن الاتصال الشفهي هو الشكل الإتصالي المفضل لدى المواطن من أجل حصوله على المعلومات من المؤسسات والهيئات العمومية بنسبة (29.5%) ثم يليهم وسائل الاعلام بنسبة (25.6%) ثم يأتي مواقع وصفحات التواصل الاجتماعي (21.8%) وفي المرتبة الرابعة يأتي الشكل الإتصالي المكتوب من خلال الإعلانات بنسبة (17.3%) في حين يفضل (5.8%) من مفردات الدراسة أشكال اتصالية أخرى.



الجدول 8: إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة الموجهة لهم

الاسئلة	نعم	%	نوعا ما	%	لا	%	المجموع	%
توفر المعلومات الخاصة بالهيئة يعطي صورة جيدة عنها	55	55	31	31	14	14	100	100
عرض الحصيلة السنوية امام المواطنين يضمني الشفافية على عمل الهيئة	43	43	41	41	16	16	100	100
الإدارة الالكترونية ستحسن من صورة المؤسسات الهيئات العمومية	64	64	27	27	9	9	100	100
الهيئات العمومية تحتم بآراء المواطنين	6	6	38	38	56	56	100	100
غياب الاتصال يؤثر على صورة المؤسسات العمومية	89	89	8	8	3	3	100	100
غياب المعلومات المتعلقة بالهيئات العامة يعكس صورة سيئة عنها	79	79	16	16	5	5	100	100
اشراك المواطن في تسيير الهيئات العمومية يعطي صورة حسنة عنها	80	80	17	17	3	3	100	100

تبين البيانات الواردة أن (55%) من المواطنين -محل الدراسة- يرون أن توفر المعلومات الخاصة بالمؤسسات والهيئات العمومية يؤثر على تحسين صورتها، في حين (31%) يرون أن تأثير توفر المعلومات المتعلقة بالهيئات العمومية يكون أحيانا فقط، اما (14%) المتبقية لا ترى أن توفر المعلومات عن هذه المؤسسات العمومية سيحسن من صورتها.

تبرز المعطيات الواردة أن ما يقارب نصف العينة (43%) ترى أن عرض الحصيلة السنوية لنشاط المؤسسات والهيئات العمومية أمام المواطنين يضمني الشفافية على عملها، وهو ما يتوافق معه (41%) أحيانا، وفي المقابل يرى (16%) من مفردات الدراسة، أن عرض الحصيلة السنوية لا يضمني الشفافية على عمل الهيئة.

تبين المعطيات المتحصل عليها أن غالبية مفردات الدراسة (64%) ترى أن تفعيل الإدارة الإلكترونية سيحسن من صورة المؤسسات والهيئات العمومية، في مقابل ذلك يرى (9%) فقط أن الإدارة الالكترونية لن تحسن من صورة هذه الهيئات، في حين (27%) ترى سيغير نوعا ما من صورتها.

تبرز المعطيات الواردة أن (56%) من المواطنين -محل الدراسة- يؤكدون على ان المؤسسات والهيئات العمومية لا تحتم بآراء المواطنين وأفكارهم، في حين (6%) فقط من مفردات عينة الدراسة ترى أن هذه الجهات تصغي لانشغالهم وآراءهم، اما (38%) يرى ان المؤسسات والهيئات العمومية تستمع نوعا ما لآرائهم.



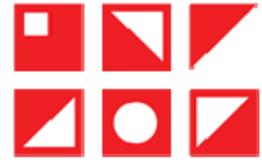
دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

توضح المعطيات أن غالبية مفردات الدراسة (89%) ترى أن غياب الاتصال يؤثر على صورة المؤسسات العمومية، في حين (3%) ترى عكس ذلك، أما (8%) المتبقية تقر بأن غياب الاتصال يؤثر أحيانا على صورة المؤسسات العمومية. تبرز البيانات المتحصل أن (79%) من مفردات عينة الدراسة ترى أن غياب المعلومات المتعلقة بعمل المؤسسات والهيئات العمومية بعكس صورة سلبية عنها، في حين (5%) فلك نرى عكس ذلك تمام، أما البقية (16%) فكانت محايدة وترى أن غياب المعلومات يعكس نوعا ما صورة سيئة عن هذه المؤسسات والهيئات العمومية. تبين البيانات الواردة أن (80%) من الباحثين يرون أن اشراك المواطن في تسيير المؤسسات والهيئات العمومية يعطي صورة حسنة عنها، في مقابل ذلك يرى (3%) فقط عكس ذلك، في حين ترى البقية (17%) ان اشراك المواطن يعطي أحيانا صورة حسنة عنها.

3.4. عرض النتائج ومناقشتها:

بعد عرض وتحليل البيانات والمعطيات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها بالاعتماد على أداتين لتحليل البيانات، وهما المقابلة والتي وجهت إلى عينة من مسؤولي بلديات ولاية سطيف، واستمارة الاستبيان الموجهة لمواطنين البلديات محل الدراسة، ومنه توصلت الدراسة لعدة نتائج تتمثل في الآتي:

- إن الصورة الذهنية التي يشكلها المواطنون عن المؤسسات والهيئات العمومية هي صورة محايدة، رغم أنها تميل لتكون سلبية أكثر من أن تكون إيجابية. ومنه يمكن القول ان المواطنين لا يحملون صورة واحدة موحدة بل هناك عدة صور، ويكمن إرجاع ذلك كما تناولنا إلى أنواع الصورة الذهنية في الاطار النظري . فوفقا لنظرة جفكينز فإن مثل هذه الحالة من الاختلاف في الانطباعات يسميه هو بالصورة المتعددة والتي تحدث عند تعرض الجمهور لانطباعات مختلفين للمنشأة يعطي كل منهما انطباعا مغايرا للأخر، وهذا التعدد لا يستمر طويلا فإما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو سلبية أو الجمع بينهما في صورة موحدة تبعا لتأثير كل منهما على الأفراد.
- غياب الاهتمام بالاتصال من منظور علمي أكاديمي، كما أن المؤسسات والهيئات العمومية لا تولي أي أهمية لوظيفة إدارة الاتصال كوظيفية لها أبعاد علمية واستراتيجية، كما يغيب من تنظيمها المحدد للهيكل الإداري قسم أو مكتب تولى له أهمية البحث والتخطيط والاعداد ومتابعة تنفيذ السياسات والبرامج والأنشطة الاتصالية، والواضح قصور فهم القائمين عليها والسلطات التابعة لها، لميدان علوم الاعلام والاتصال واختزاله في جزئية بسيطة متمثلة في ان الاتصال هو نقل ونشر المعلومات و فقط.
- الاعتماد شبه المطلق لأدوات وأشكال اتصالية تقليدية كالاتصال الشفهي المباشر والمكتوب عن طريق لوحة الإعلانات، رغم ظهور بعض بوادر التغيير في الاشكال والوسائل، كالاتتماد على منصات التواصل الاجتماعي والتي أملتتها التطورات التكنولوجية التي يعرفها العالم والجزائر ليست بمنأى عنها، إلا أن مواكبة هذا التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، يقابله بطء كبير في استغلال هذا الفضاء، ومردده عدم مرونة القوانين المنظمة وقدمها وغياب الفكر الإتصالي وروح الابتكار والابداع عن الإدارة الجزائرية.



- عدم مواكبة المؤسسات العمومية لتطورات والتحولات التي يشهدها العالم وخاصة في مجال الاتصال، حيث أن معالم الاتصال العمومي غير واضحة ولم تصل إلى حد الممارسة العملية الفعلية، وهذا ما يتضح من خلال افتقارها لثقافة الاتصال، سواء كوظيفة يقوم بها الأفراد، أو كنشاط تقوم به المؤسسة في حد ذاتها.
- الاتصال العمومي في الجزائر عقيم، حيث لا يحقق قيم عديدة للمواطن، كحرية إبداء الرأي، والمشاركة في صناعة القرار وتسيير شؤنه العامة، غياب ونقص المعلومات المتعلقة بتسيير المؤسسات العمومية، غياب الشفافية في التسيير، غياب الاهتمام برجع الصدى الناجم عن القرارات المتخذة ودراسته كآلية من آليات تحسين الخدمة، وتصحيح الأخطاء وإشباع حاجات ورغبات المواطن.
- يؤثر شكل ووسائل الاتصال العمومي على الصورة المشكّلة لدى المواطن عن المؤسسات العمومية، ففتح باب الحوار مع المواطن بصفته شريك فعال من خلال إشراكه في التسيير والتدبير والاصغاء إليه، ونشر المعلومات المتعلقة بها، والعمل بشفافية، وتكثيف الاتصال والأنشطة الثقافية والاجتماعية والمبادرات الخيرية، ورقمنه الإدارة، واستغلال منصات التواصل الاجتماعي كوسائل أساسية وبديلة في الاتصال بالمواطن، كفيل بتحسين هذه الصورة المشكّلة ولو بصفة جزئية.

4.4 تقييم ومناقشة فرضيات الدراسة في ضوء النتائج:

انطلاقاً من النتائج المحققة بعد إجراء الدراسة الميدانية، ومن أجل معرفة مدى صدق الفرضيات التي بنيت عليها هذه الدراسة، كان التقييم كالاتي:

بخصوص الفرضية الأولى: يحمل المواطن انطباعات سلبية عن المؤسسات العمومية هي فرضية مفندة، حيث أسفرت نتائج الدراسة على أن الانطباع والصورة التي يحملها المواطن عن المؤسسات العمومية هي صورة وانطباع محايد، يميل ليكون سلبياً أكثر، وهذا بعد دراسة المؤشرات المتعلقة بتقييم الخدمة المقدمة، وطبيعة العلاقة والاتصال، ومدى احترام المؤسسات العمومية للمسؤولية الاجتماعية والبيئية، وكذا وفقاً لمؤشر الثقة.

بخصوص الفرضية الثانية: تعتمد الهيئات العمومية على طرائق ووسائل تقليدية في اتصالها بالمواطن هي فرضية محققة، فمن خلال المقابلات التي أجريناها مع المسؤولين على هذه الهيئات وكذا مع المكلفين بالاتصال، لا حظنا غياب الاهتمام بالاتصال كمنظور علمي، أو كوظيفة، والاعتماد شبه المطلق على وسائل تقليدية في الاتصال بالمواطن كشكل روتيني، تتمثل في الاتصال الشفهي، والمكتوب من خلال الإعلانات التي تعلق في أماكن محددة وأحياناً بشكل فوضوي، رغم بداية ظهور توجه جديد لبعض الهيئات من خلال إنشاء صفحات على منصات التواصل الاجتماعي (فايسبوك بالتحديد) ولكن هذه التجربة يعثرها النقص، كعدم تحيين المعلومات.

بخصوص الفرضية الثالثة: لشكل ووسائل الاتصال العمومي تأثير قوي على الصورة المشكّلة لدى المواطن عن المؤسسات العمومية هي فرضية محققة، حيث يعتبر أكثر من (61%) من المواطنين -محل الدراسة- أن لشكل ووسائل الاتصال العمومي المستخدمة تأثير قوي على الصورة المشكّلة عن المؤسسات والهيئات العمومية لدى المواطنين، وذلك من خلال دراسة مؤشرات عدة، كتوفر المعلومات، وشفافية التسيير من خلال عرض الحصيلة، والاصغاء للمواطن، استغلال منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الإلكتروني، تكثيف الاتصال، القيام بالنشاطات والتظاهرات والمبادرات الخيرية.



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

5.4. تقييم ومناقشة أهداف الدراسة في ضوء النتائج:

انطلاقاً من النتائج المتحصل عليها من خلال إجرائنا لهذه الدراسة، يمكن القول إنها حققت الأهداف التي أجريت من أجلها، إلى حد ما، ويمكن التفصيل في ذلك من خلال ما يلي :

استطاعت هذه الدراسة ان تحقق الهدف المتعلق بمعرفة الانطباعات التي يحملها المواطنين حول المؤسسات العمومية، حيث توصلت إلى أن المواطنين يحملون انطباع محايد عن المؤسسات العمومية يميل لكي يكون سلبياً.

كما استطاعت الدراسة من خلال إجراء العديد من المقابلات مع المسؤولين والمكلفين بالاتصال بهذه الهيئات، التعرف على طرق وأشكال الاتصال العمومي الممارسة من قبل المؤسسات والهيئات العمومية، حيث يعتمدون على وسائل وأدوات تقليدية روتينية، غير مواكبة لتطور المشهود في تكنولوجيات الاتصال الحديثة، رغم بداية بزوغ بعض المبادرات كإنشاء صفحات على الفيسبوك، لا كنها عبارة عن واجهة للإعلانات والتعليمات وفي كثير من الأحيان لا يتم تحيينها.

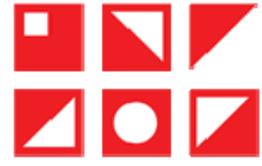
كما استطاعت الدراسة التعرف على مدى وكيفية تأثير شكل ووسائل الاتصال العمومي على الصورة المشكّلة لدى المواطن حول المؤسسات والهيئات العمومية، حيث تبين أن لشكل ووسائل الاتصال العمومي تأثير قوي على الصورة التي يشكّلها عن المؤسسات العمومية، وذلك من خلال التنوع في الوسائل والأدوات، وكذا الاصغاء الى المواكن وإشراكه في تسيير شؤونه، وتكثيف الاتصال والنشاطات الاجتماعية والثقافية والمبادرات الخيرية واستغلال منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الالكترونية.

كما استطاعت الدراسة التعرف على الهدف الرئيس والمتعلق بدور الاتصال العمومي في تحيين الصورة الذهنية للمؤسسات العمومية، وتبين أن للاتصال العمومي دور كبير وتأثير قوي، وذلك من خلال الاهتمام بالاتصال في المؤسسات العمومية، واعتباره وظيفة لها أبعاد استراتيجية لا يعمل كأداة لنشر المعلومة، وإنما كمنظومة تنطلق من أسس علمية مبنية على البحث والاعداد والتخطيط والاشراف والتنفيذ والمتابعة، وهذا من أجل خلق ثقة متبادلة بينها وبين المواطن الذي يعتبر ركيزة هذه المؤسسات التي تبحث عن استمراريتها من خلال نيل شرعيتها من رضاه عنها.

5. خاتمة

تناولت هذه الدراسة بشكل أساسي الاتصال العمومي ودوره في تحسين صورة المؤسسات العمومية، متطرفة لجوانب عدة انطلاقاً من التصورات النظرية، والتي حاولت بناء إطار نظري يمهّد ويضبط التصور الفكري والتنظيري للباحثين في هذا المجال، وبما يخدم الدراسة سواء تعلق الامر بمتغير الاتصال العمومي أو بمتغير الصورة الذهنية للمؤسسات.

وقد حاولت هذه الدراسة من خلال استخدامها للمنهج المسحي إلى توصيف ملموس لواقع الاتصال العمومي في الجزائر، من خلال الأهمية التي توليها المؤسسات والهيئات العمومية من جهة، ونظرة المواطن لقدرة الاتصال بصفة عامة على تحسين صورة المؤسسات العمومية وتقريب الإدارة منهم من جهة أخرى. خصوصاً مع التوجه الجديد للسلطات العليا للبلاد لدفع المؤسسات العمومية والإدارات المحلية لفتح قنوات اتصالية، وتحقيق مسعى الدولة لتطبيق ديمقراطية تشاركية يكون فيها المواطن شريك فعال في بناء وطنه وتسيير شؤونه العامة.



وبعد عرض وتحليل المعطيات المحصل عليها من أداتي جمع البيانات والمتمثلة في المقابلة والاستبيان، تبين أن مسعى السلطات العليا يصطدم بواقع مرير غيبت فيه أهم ركيزة من ركائز هذا المسعى المنشود، وهو الاتصال الذي يتخبط بين القوانين التنظيمية للإدارة العمومية، وانعدام الفكر الاتصالي للقائمين عليها.

إن تحسین هذا الواقع يستلزم جعل الاتصال وظيفية كباقي الوظائف الإدارية، ومنح القائمين عليه مجال للإبداع والابتكار، والتغيير من الاشكال والطرائق والأدوات الاتصالية لتكون مواكبة لتطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة، وما صاحبها من تأثير على المنظومة الاتصالية للمواطن الجزائري.

إن الاتصال العمومي ميدان متشعب الابعاد خصوصا إذا ربط بمجال الصورة، ما يجعل منه ميدان خصص للبحوث والدراسات العلمية والأكاديمية، لتضيف ما يمكن إضافته لهذا الحقل الذي ينعكس تطوره بصفة مباشرة على تطور المؤسسات والهيئات العمومية.

6. قائمة المراجع

أولاً- المراجع بالعربية

احمد بن يوسف. (06, 2018). واقع التزام موظفي القطاع العام في الجزائر بأخلاقيات المهنة من وجهة نظر مرتفقي الإدارة العمومية، وانعكاسات ذلك على الصورة الذهنية للإدارة العمومية الجزائرية. مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات، 8(1)، بوزيد غلايبي. (2011). مفهوم المؤسسة العمومية. ام البواقي، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي.

علي عجوة. (2003). العلاقات العامة والصورة الذهنية (ط 2). القاهرة: عالم الكتب.

علي عجوة، و فريد كريماني. (2005). إدارة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات. مصر: عالم الكتب.

فاطمة حسين عواد. (2011). الاتصال والاعلام والتسويقي. الاردن: دار أسامة لنشر والتوزيع.

فضيل دليو. (2003). اتصال المؤسسة "اشهار- علاقات عامة-علاقات مع الصحافة. القاهرة: دار الفجر النشر و التوزيع.

مصطفى ثابت. (2018). الفضاء العمومي وديمقراطية الاتصال في الوطن العربي. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، 11(1) ناصر لباد. (2007). الوجيز في القانون الاداري (ط 4). الجزائر: دار المجد لنشر والتوزيع.

نسرین داودي. (2017). الاتصال العمومي بين قناع الديمقراطية وواقع الابوية الاستبدادية (المجلد 5). الجزائر، جامعة الجزائر3.

نور الدين هميسي. (2017). الاتصال العمومي من النظرية إلى التطبيق، شبح ماكلوهان في الثمرة الأخلاقية للاتصال العمومي. الاردن: دار اسامة لنشر والتوزيع.

ثانيا- المراجع الاجنبية

Conseil d'Etat français. (2017). Manifeste de la COMMUNICATION PUBLIQUE. paris: Association pour la communication de institutions publiques.

Dominique Mégarde. (mares, 2005). Sur les chemins de la communication publique. Les Cahiers Dynamiques(35)

Jack Gee. (1996). LES COMMUNICATIONS DU GOUVERNEMENT AU Royaume-Uni. Pour une communication efficace entre les services public et les médias. Documents sigma(9)



دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية
دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف

Jacky Leroy. (novembre , 2008). Vers une balance scorecard pour la communication publique. Guide pour les communications fédéraux,(1).

PAUL Watzlawick ،mick janet hel ،& Don Jackson. (1979). une logique de la communication proposition pour une axiomatique de la communication. France: du seuil.

Pierre Zémor. (1995). La communication publique en pratique.Paris: Ed d'organisation.

Pierre Zémor. (1996). Éthique et déontologie de la communication publique (52 ، 11). paris: éditions LEGICOM.

PREMIER MINISTR de la France. (2005). Guide de l'attaché communicant. France: .Institute Régional d'administration de Bastia.

ثالثا- المواقع الالكترونية

بوابة المواطن <http://www.elmouwatin.dz> /?(تاريخ الاسترداد 4 أبريل 2020

موقع الرابطة الجزائرية لدفاع عن حقوق الانسان: <https://laddh-algerie.org/?p=1197> . تاريخ الاسترداد

10 أبريل 2020.

موقع المنظمة الدولية لشفافية: <https://www.transparency.org/cpi2018> تاريخ الاسترداد 10 أبريل 2020.

Martial Pasquier. (2012). Le Dictionnaire encyclopédique de l'administration publique, communications publiques. Canada: Bibliothèque et Archives [en ligne] www.dictionnaire.enap.ca . Visite : 27/8/2020.